

P R E S S E M I T T E I L U N G**Test: Online-Ticketshops 2014****Ticketspezialisten im Internet mit Licht und Schatten –
Testsieger ist Ticket Online vor Reservix und CTS Eventim**

Hamburg, 29.05.2014 – Schlange stehen vor der Vorverkaufsstelle, um Karten für ein begehrtes Konzert zu ergattern? Ein heutzutage seltenes Bild, denn der Handel mit Eventtickets hat sich in den letzten Jahren mehr und mehr ins Internet verlagert. Hier buhlen neben dem Marktführer CTS Eventim zahlreiche weitere Ticket-Shops um Kunden. Doch welcher Shop überzeugt durch einen bedienungsfreundlichen und informativen Internetauftritt? Und wer bietet einen sicheren, transparenten Bestellprozess und faire Kaufbedingungen? Antworten liefert das Deutsche Institut für Service-Qualität, das im Auftrag des Nachrichtensenders n-tv acht Online-Ticketshops getestet hat.

Insgesamt erzielten die Online-Ticketshops ein lediglich befriedigendes Ergebnis. Dabei zeigten sich auf den Internetseiten einige Defizite. So waren zwar zumeist zahlreiche Such-, Filter- und Sortierfunktionen vorhanden, aber wichtige Basiselemente suchte der potenzielle Ticketkäufer teils vergeblich. So gab beispielsweise nicht bei allen Anbietern die Möglichkeit, Konzerte und andere Events konkret nach einem Termin oder Veranstaltungsort zu suchen.

Von einer ausgeprägten Kundenorientierung konnte auch deshalb keine Rede sein, da es teils an Hinweisen zu Kontaktmöglichkeiten haperte. „Bei sechs von acht Anbietern fehlte eine E-Mail-Adresse außerhalb des Impressums und auch die Information über die telefonische Erreichbarkeit war nicht überall vorhanden“, erläutert Markus Hamer, Geschäftsführer des Deutschen Instituts für Service-Qualität. Große Unterschiede zeigten sich auch bei den Zusatzkosten, um an die gekauften Karten zu gelangen. Hier variierten die Gebühren beim Ticketausdruck zwischen null Euro bis hin zu 2,50 Euro.

Überzeugen konnten die Online-Ticketshops in puncto Sicherheit. Für eine sichtbare SSL-Verschlüsselung des Bestellprozesses zum Schutz persönlicher Daten sorgten sieben der acht Anbieter. Einer der Ticketshops versprach lediglich, diesem Sicherheitsstandard zu folgen – klar ersichtlich war dies für den Kunden jedoch nicht. Auf die AGB wiesen alle Ticketspezialisten vor dem Kauf hin und verlangten auch eine aktive Bestätigung durch den Kunden. Die Datenschutzerklärung wurde im Vergleich dazu stiefmütterlich behandelt und nicht immer explizit erwähnt. „Drei Anbieter hatten zudem ein Newsletter-Abo im Kaufprozess voreingestellt – auch das ist nicht als Service, sondern als Bevormundung des Kunden zu werten“, kritisiert Marktforschungsexperte Hamer.

Mehr dazu: n-tv Ratgeber – Test, Donnerstag, 29.05.2014, um 18:35 Uhr.

Testsieger der Studie „Online-Ticketshops 2014“ wurde Anbieter Ticket Online (www.ticketonline.de), der im Gesamtergebnis das Qualitätsurteil „gut“ erzielte und insbesondere im Bereich der Internetanalyse überzeugte. Der Online-Auftritt punktete mit einer Vielzahl an speziellen Informationen und Features, wie etwa umfangreiche Suchoptionen, Künstlervorstellungen und Hinweise über die Ticket-Verfügbarkeit. Auch bot kein anderer Shop seinen Kunden so viele Bezahlmöglichkeiten wie Ticket Online – zur Auswahl standen fünf verschiedene Zahlungsoptionen. Auf Platz zwei positionierte sich Reservix (www.reservix.de). Der Anbieter offerierte zahlreiche Kontaktmöglichkeiten

Geschäftsführung:
Bianca Möller, Markus Hamer
Beirat:
Gunnar Uldall (Vors.), Jochen Dietrich,
Johann C. Lindenberg
Ust.-Id.-Nr. DE249603922
Amtsgericht Hamburg HRA 104009
Persönlich haftende Gesellschafterin:
buscha Verwaltungsgesellschaft mbH,
Amtsgericht Hamburg HRB 97297

und vergleichsweise viele Basisinformationen wie einen Hilfebereich, eine Sitemap und ein optionales Newsletter-Abo. Die Online-Inhalte waren zudem verständlich und strukturiert aufbereitet. Dritter wurde CTS Eventim (www.eventim.de). Der deutsche Branchenriese überzeugte mit einem guten und transparenten Internetauftritt, der zum Schutz persönlicher Daten aktuelle Sicherheitsstandards erfüllte. Besondere Features waren eine App für Smartphone und iPad sowie eine Rubrik für Last-Minute-Angebote.

Das Deutsche Institut für Service-Qualität analysierte im Rahmen des Tests die Internetauftritte und die Bestell- und Zahlungsbedingungen von acht in Deutschland relevanten Online-Ticketshops. Die Internetanalyse erfolgte dabei anhand von zehn Internet-Nutzerbetrachtungen sowie jeweils einer Inhaltsanalyse der Anbieter-Websites inklusive der Bewertung der Transparenz und der Sicherheit. Insgesamt flossen 88 Kontakte in die Bewertung ein. Darüber hinaus wurden die Bestell- und Zahlungsbedingungen der einzelnen Online-Ticketshops analysiert (Stichtag: 1. April 2014).

Veröffentlichung nur unter Nennung der Quelle:
Deutsches Institut für Service-Qualität im Auftrag von n-tv

Ansprechpartner:

Markus Hamer
Fon: +49 (0)40 / 27 88 91 48 - 11
Mobil: +49 (0)176 / 64 03 21 40
E-Mail: m.hamer@disq.de
www.disq.de

Das Deutsche Institut für Service-Qualität (DISQ) verfolgt das Ziel, die Servicequalität in Deutschland zu verbessern. Das Marktforschungsinstitut mit Sitz in Hamburg führt zu diesem Zweck unabhängige Wettbewerbsanalysen, B2B-Studien und Kundenbefragungen durch. Rund 1.500 geschulte Tester sind in ganz Deutschland im Einsatz. Die Leitung der Forschungsprojekte, bei denen wissenschaftlich anerkannte Methoden und Service-Messverfahren zum Einsatz kommen, obliegt einem Team aus Soziologen, Ökonomen und Psychologen. Dem Verbraucher liefert das Institut wichtige Anhaltspunkte für seine Kaufentscheidungen. Unternehmen gewinnen wertvolle Informationen für das eigene Qualitätsmanagement. Das Deutsche Institut für Service-Qualität arbeitet im Auftrag von renommierten Print-Medien und TV-Sendern; Studien für Unternehmen gehören nicht zum Leistungsspektrum des DISQ.