

PRESSEMITTEILUNG**Servicestudie: Online-Shops Fashion 2015****Versandkosten teils happig – Service der Online-Mode-Shops aber insgesamt gut – Testsieger ist das Unternehmen s.Oliver**

Hamburg, 06.03.2015 – Augen auf bei den Versandkosten – die getesteten Online-Shops für Fashion kassierten bis zu 8,50 Euro für eine Standleistung. Insgesamt konnte der Service der zwölf Anbieter aber überzeugen. Das ergab die aktuelle Servicestudie, die das Deutsche Institut für Service-Qualität im Auftrag des Nachrichtensenders n-tv durchgeführt hat. Neun Online-Shops erzielten das Qualitätsurteil „gut“, die drei weiteren zeigten eine befriedigende Leistung.

Niedrige Produktpreise garantieren noch keinen günstigen Einkauf. Der Grund: Die sehr unterschiedlichen Versandkosten. Nur zwei der zwölf getesteten Unternehmen lieferten generell versandkostenfrei. In den anderen Shops verteuerte sich der Einkauf durch die Versandkosten im günstigsten Fall um 95 Cent, im schlechtesten jedoch um happige 8,50 Euro. So kann aus einem vermeintlichen Schnäppchen letztlich ein teures Vergnügen werden.

Die größten Stärken der Online-Shops lagen in den Internetauftritten selbst und dem Service per E-Mail. So boten die Online-Shop-Websites in der Regel einen hohen Informationswert und hilfreiche Features, wie passende Produktempfehlungen oder Pflegehinweise zur Bekleidung. Im Bereich E-Mail wurden rund 92 Prozent der Anfragen beantwortet – ein Vergleich mit anderen Branchen beachtlich hoher Anteil. Zudem erwiesen sich die Antworten als insgesamt kompetent und freundlich formuliert. Auch über den Versand lässt sich Positives berichten: Von den 36 Bestellungen trafen alle in einwandfreiem Zustand ein. Allerdings mussten die Kunden im Schnitt gut drei Tage auf die Lieferung warten; nur drei der 36 Pakete wurden schon am Folgetag zugestellt.

Wie gut die Shops beim Service aufgestellt sind, zeigte sich auch beim Rücksendeprozess. Die Kostenerstattung erfolgte bei allen 36 Retouren im Test reibungslos und in 34 Fällen sogar zügig innerhalb einer Woche. „Positiv fiel auf, dass allen Lieferungen schon eine Paketfreimarke für einen möglichen Rückversand beilag – eine sehr gute Serviceleistung der Branche“, ergänzt Bianca Möller, Geschäftsführerin des Deutschen Instituts für Service-Qualität. In puncto Widerrufsfrist zeigten sich immerhin vier Shops kundenorientiert und verlängerten freiwillig die gesetzliche 14-Tages-Frist. Eines dieser Unternehmen versprach sogar ein uneingeschränktes und damit quasi lebenslanges Rückgaberecht.

Mehr dazu: n-tv Ratgeber – Freizeit & Fitness, Freitag, 13.03.2015, um 18:35 Uhr.

Testsieger der Servicestudie „Online-Shops Fashion 2015“ wurde s.Oliver mit dem Qualitätsurteil „gut“. Das Unternehmen bot im Test den besten Internetauftritt sowie die beste Versandqualität. Die bedienungsfreundlichen Internetseiten überzeugten auch in puncto Informationswert, Transparenz und Sicherheit. Bei Warenrücksendungen erfolgte eine rasche und vollständige Erstattung. Zudem beantworteten die Mitarbeiter Anfragen am Telefon und per E-Mail umfassend. Zalando belegte Rang zwei (Qualitätsurteil: „gut“). Der Anbieter punktete mit einer sehr guten Leistung beim Versandtest und kostenfreien Lieferungen. Auch mit den Bestellbedingungen – zu denen ein kulantest Rückgaberecht von 100 Tagen zählte – profilierte sich Zalando.

DISQ Deutsches Institut für
Service-Qualität GmbH & Co. KG
Dorotheenstraße 48
22301 Hamburg
Fon: +49 (0)40 / 27 88 91 48-0
Fax: +49 (0)40 / 27 88 91 48-91
info@disq.de, www.disq.de

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

Auf dem dritten Rang positionierte sich Bonprix. Der Online-Shop bot die insgesamt besten Bestell- und Zahlungsbedingungen, und die Lieferungen – im Schnitt dauerte es zwei Tage – erfolgten bei keinem Anbieter schneller. Darüber hinaus zeigten die Mitarbeiter bei der E-Mail-Bearbeitung eine sehr gute Leistung.

Das Deutsche Institut für Service-Qualität testete zwölf bedeutende Online-Shops für Fashion, deren Produktportfolio die Bereiche Bekleidung und Schuhe umfasste. Die Servicequalität wurde bei jedem Anbieter anhand einer detaillierten Inhaltsanalyse der Website eines jeden Unternehmens ermittelt. Darüber hinaus erfolgten jeweils zehn Prüfungen der Internetauftritte durch geschulte Testnutzer. Schwerpunkte der Internetanalyse bildeten unter anderem der Informationswert, die Bedienungsfreundlichkeit, die Transparenz und Sicherheit sowie die Bestell- und Zahlungsbedingungen. Zudem wurden bei jedem Online-Shop je zehn verdeckte Telefon- und E-Mail-Tests (Mystery-Calls und -Mails) durchgeführt. Dabei bot jedoch ein Unternehmen im Testzeitraum keine allgemeine Hotline für telefonische Anfragen an. Im Rahmen der Servicestudie wurde des Weiteren die Versandqualität durch jeweils drei Testkäufe pro Online-Shop analysiert. Dabei standen die Aspekte Versandkonditionen, Lieferdauer und Rücksendeprozedere im Fokus.

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

Ansprechpartnerin:

Bianca Möller
Fon: +49 (0)40 / 27 88 91 48 - 12
Mobil: +49 (0)170 / 29 33 857
E-Mail: b.moeller@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 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.