

PRESSEMITTEILUNG

Test: Universal-Online-Discounter 2015

Nicht immer Schnäppchenpreise – Angebot teils deutlich eingeschränkt – Testsieger ist Thomas-Philipps.de

Hamburg, 11.07.2015 – Nicht alles, was unter dem Begriff Discount angeboten wird, ist automatisch günstig. Zwischen den Universal-Discountern im Internet zeigen sich bei den einzelnen Produkten teils erhebliche Preisunterschiede. Dies ist das Ergebnis des aktuellen Tests des Deutschen Instituts für Service-Qualität im Auftrag des Nachrichtensenders n-tv.

Schnäppchenmarkt-Filialen gehören vielerorts zum Stadtbild. Doch viele Universal-Discounter haben sich längst auch mit einem Online-Shop etabliert. Der Test deckt auf: Nicht alles ist hier bei allen Anbietern gleichermaßen günstig. So liegen selbst bei niedrigpreisigen Klein elektrogeräten wie einem Wasserkocher zwölf Euro zwischen günstigstem und teuerstem Online-Discounter. Wenn Marke und Qualität keine Rolle spielen, kann man den Geldbeutel deutlich schonen. Kunden, die jedes einzelne der 20 untersuchten Produkte beim jeweils günstigsten statt beim teuersten Anbieter kauften, gaben 491 Euro weniger aus.

Preisvergleich mit Tücken

Die hohen Preisunterschiede relativieren sich jedoch. Der Hauptgrund: Die Angebotsvielfalt ist häufig eingeschränkt – eine breite Palette an unterschiedlichen Produktvarianten ist eher selten. Bianca Möller, Geschäftsführerin des Deutschen Instituts für Service-Qualität, konkretisiert: „Viele Shops bieten beispielsweise bei Deo oder Shampoo kein günstiges No-Name-Produkt, sondern nur einen Markenartikel – dieser ist natürlich entsprechend kostspieliger.“

Liefergebühren im Blick behalten

Kleine Bestellungen rechnen sich bei Online-Discountern nicht immer. Eine generell versandkostenfreie Lieferung gibt es bei keinem der getesteten Anbieter. Im Schnitt fallen rund fünf Euro Versandkosten an. Auch die Zahlungsoptionen erweisen sich teils als wenig kundenorientiert: Eine Zahlung per Rechnung ist Erstkunden nur in drei Shops, per Banklastschrift nur bei einem einzigen Online-Discounter möglich. Die ebenfalls als sicher einzustufende Zahlungsart Paypal bieten dagegen alle Unternehmen im Test.

Fünf der zehn Unternehmen erzielen das Gesamturteil „gut“, zwei sind „befriedigend“ und ein Online-Discounter nur „ausreichend“. Zwei weitere Unternehmen haben ein derart eingeschränktes Sortiment hinsichtlich der untersuchten Produkte, dass keine Gesamtbewertung möglich war.

Thomas-Philipps.de vor Jawoll.de und Plus.de

Thomas-Philipps.de ist Testsieger mit dem Qualitätsurteil „gut“. Der Online-Shop des Anbieters erzielt sowohl beim Internetauftritt als in der Konditionenanalyse – also bei Preisen und dem Produktangebot – ein gutes Ergebnis. Im Schnitt aller untersuchten Produkte bietet nur ein Anbieter noch bessere Konditionen als Thomas-Philipps.de. Der Internetauftritt punktet beispielsweise mit umfassenden Kontaktinformationen, schnellem Zugriff auf wichtige Aspekte wie den Hilfebereich und einem hervorragenden Ergebnis hinsichtlich Transparenz und Sicherheit. Rang zwei belegt Jawoll.de mit einem ebenfalls guten Gesamtergebnis. In puncto Konditionen – Qualitätsurteil „sehr gut“ – ist der Anbieter im Test führend. Mehr als 90 Prozent der untersuchten Produkte liegen unter dem Durchschnittspreis. Der Internetauftritt bietet einen

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

hohen Informationswert und hilfreiche Funktionen wie eine Verfügbarkeitsanzeige direkt bei der Artikelbeschreibung, einen Merkzettel und ein hilfreiches Lexikon mit Produkterklärungen. Plus.de erreicht den dritten Rang (Qualitätsurteil „gut“). Ausschlaggebend für das positive Ergebnis ist insbesondere der im Test beste Internetauftritt. Neben der maximalen Punktzahl für die gebotene Transparenz und Sicherheit überzeugt die Homepage des Discounters auch mit einem großen Informationswert und vergleichsweise hoher Bedienungsfreundlichkeit.

Das Deutsche Institut für Service-Qualität testete zehn Universal-Online-Shops im Discounter-Segment, die Non-Food-Waren aus unterschiedlichen Bereichen fest im Sortiment anbieten. 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 Analyse bildeten unter anderem der Informationswert, die Bedienungsfreundlichkeit und die Transparenz und Sicherheit. Ermittelt und bewertet wurden darüber hinaus die Bestell- und Zahlungsbedingungen. Grundlage der Bewertung waren insgesamt 110 Servicekontakte. In einem weiteren Schritt wurden im Rahmen einer Konditionenanalyse die Produktpreise (unabhängig von Marke und Qualität) sowie das Angebot der Online-Discounter stichtagsbezogen untersucht (Testzeitraum: 20.-21.05.2015). Dem zugrunde lag ein exemplarischer Warenkorb aus 20 Produkten aus verschiedenen Produktkategorien.

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.