

DOKUMENTATION

Kundenbefragung: Online-Shops von Fotoanbietern 2024



„Mehr Transparenz – mehr Kundennähe“
Im Auftrag des Nachrichtensenders ntv
Hamburg, 2. Oktober 2024

UNTERNEHMEN KONTAKT

DEUTSCHES INSTITUT
FÜR SERVICE-QUALITÄT



Dorotheenstraße 48
22301 Hamburg
Fon: 040 27 88 91 48 11
Fax: 040 27 88 91 48 91
m.hamer@disq.de
www.disq.de

Markus Hamer
Geschäftsführender
Gesellschafter

DEUTSCHES INSTITUT
FÜR SERVICE-QUALITÄT



Dorotheenstraße 48
22301 Hamburg
Fon: 040 27 88 91 48 12
Fax: 040 27 88 91 48 91
b.moeller@disqmedia.de
www.disq.de

Bianca Möller
Geschäftsführerin
DISQ Media

Die Dokumentation unterliegt einer Schutzgebühr in Höhe von 400 Euro (zzgl. MwSt.).

Fotoquellen: Oliver Görnandt-Schade (2), Getty Images/Wavebreakmedia

Sitz	Hamburg
Gründung	Juni 2006
Ziele	Transparenz schaffen; Verbesserung der Servicequalität in Deutschland
Status	Privatwirtschaftliches Institut (ohne öffentliche Zuschüsse), verbraucherorientiert, unabhängig (keine Studien im Auftrag von Unternehmen)
Ausrichtung	Mediendienstleister für TV-Sender sowie Publikums- und Fachpresse
Aufgabenfeld	Durchführung von Mystery-Shopping-Studien, Tests und Kundenbefragungen auf Basis standardisierter, objektiver und aktueller Marktforschungsmethodik
Mitarbeiter	Expertenteam aus Ökonomen, Soziologen und Psychologen sowie über 2.000 geschulte Testerinnen und Tester in ganz Deutschland
Beirat	Vorsitz: Brigitte Zypries / Bundesministerin a. D. (Wirtschaft und Justiz) Prof. Dr. Michel Clement / Institut für Marketing der Universität Hamburg Jochen Dietrich / Journalist, Experte ntv Wirtschaftsmagazine Judith Klose / Vice President Media & Marketing bei Civey
Nachhaltigkeit	Freiwilliger Beitrag für Klima und Natur, MoorFutures-Klimaschutzprojekte

Das Marktforschungsinstitut Beirat

Der Beirat unterstützt die unabhängige Arbeit und die strategische Weiterentwicklung des DISQ.



Brigitte Zypries
Beiratsvorsitzende
Ex-Bundesministerin
für Wirtschaft und
Energie, davor lang-
jährige Bundesjustiz-
ministerin



Prof. Dr. Michel Clement
Inhaber des Lehrstuhls für
Marketing & Medien am
Institut für Marketing der
Universität Hamburg



Jochen Dietrich
Journalist und Experte
für die Wirtschaftsmagazine
des Nachrichtensenders ntv



Judith Klose
Vice President Media &
Marketing beim digitalen
Markt- und Meinungsforschungsunternehmen Civey

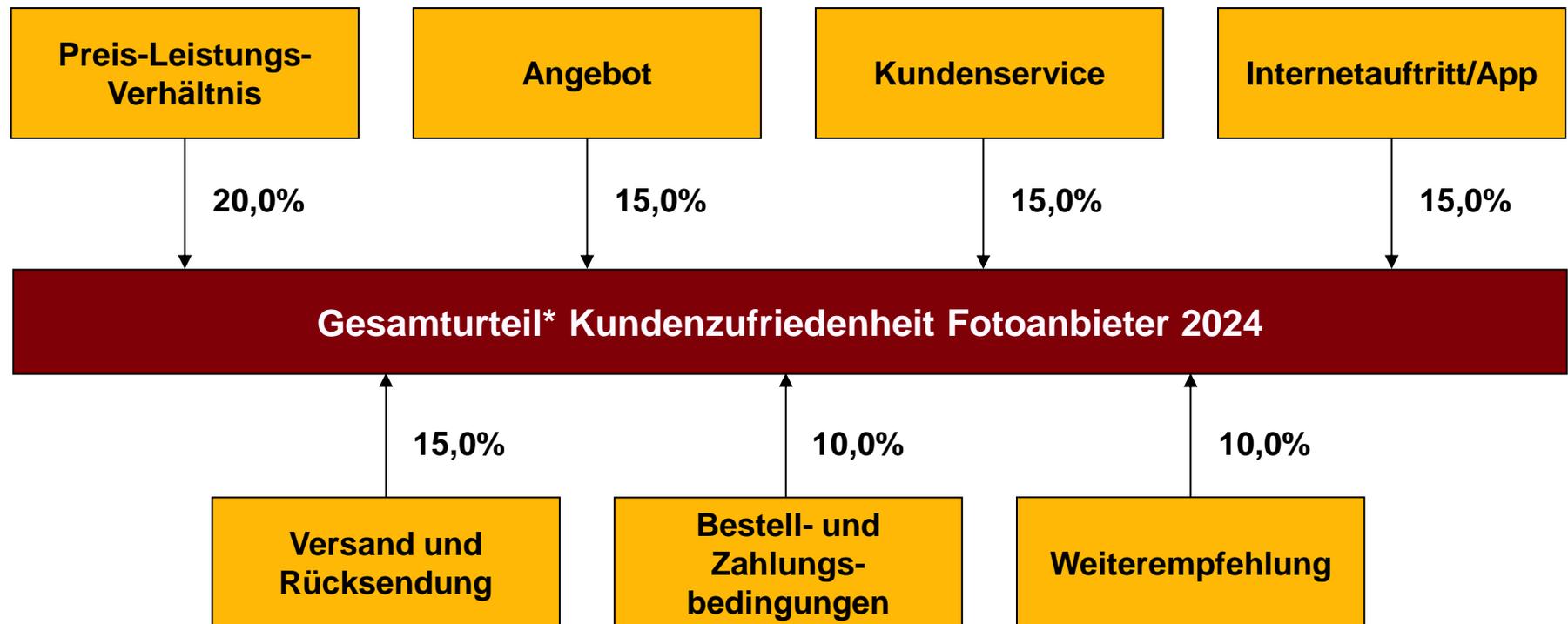
	Seite
1. Zahlen und Fakten zur Studie	6
2. Fazit	8
3. Die besten Unternehmen	9
4. Gesamturteil Kundenzufriedenheit	11
Online-Shops von Fotoanbietern mit Filialen	11
Online-Shops von Fotoanbietern ohne Filialen	14
5. Stärken und Schwächen der Branche	17
6. Methodik	19
Anhang	24

1. Zahlen und Fakten zur Studie

Auftraggeber	Nachrichtensender ntv
Studienumfang	20 Online-Shops von Fotoanbietern; alle 20 in der Einzelauswertung, die mindestens 80 Kundenmeinungen erreichten: 8 Fotoanbieter mit Filialen, 12 Fotoanbieter ohne Filialen
Studienzeitraum	Februar bis Juli 2024
Befragungszeit	7. März bis 8. Mai 2024
Befragte	Personen (18 Jahre und älter), die in den letzten zwölf Monaten Erfahrungen mit einem Fotoanbieter-Online-Shop gemacht haben
Teilnehmerzahl	n = 1.656
Kriterien	Preis-Leistungs-Verhältnis, Angebot, Kundenservice, Internetauftritt/App, Versand und Rücksendung, Bestell- und Zahlungsbedingungen sowie Weiterempfehlung
Erhebung	Kundenbefragung über ein Online-Access-Panel; standardisierter Fragebogen zur Kundenzufriedenheit

1. Zahlen und Fakten zur Studie

Bewertungskriterien und Gewichtungen



* In die Festlegung der Gewichtungen flossen die Ergebnisse einer linearen Regression sowie die Relevanz der einzelnen Kriterien aus Sicht der Kundinnen und Kunden ein.

2. Fazit

- **Fotoanbieter mit zufriedenen Kundinnen und Kunden:** Sämtliche der bewerteten Online-Shops erzielten in der Kundenbefragung mindestens gute Ergebnisse – dies gilt größtenteils auch für die Teilkategorien. Die jeweils erstplatzierten Fotoanbieter mit und ohne Filialen schnitten sogar sehr gut ab.
- **Bestell- und Zahlungsbedingungen besonders überzeugend:** Rund 88 Prozent der Befragten gaben an, hiermit eher oder sehr zufrieden zu sein. Sechs der insgesamt 20 Unternehmen schnitten sogar mit sehr guten Bewertungen ab. Ähnlich hoch fielen die Zufriedenheiten mit dem Internetauftritt/der App aus.
- **Preis-Leistungs-Verhältnis am ehesten mit Nachholbedarf:** Diesbezüglich zeigten sich die Kundinnen und Kunden bei den Fotoanbietern zwar am wenigsten zufrieden. Dennoch: Der Anteil an positiven Bewertungen fiel hier mit über 80 Prozent immer noch hoch aus.
- **Hohe Kundenbindung:** Der positive Gesamteindruck spiegelt sich einer hohen Weiterempfehlungsbereitschaft wider – mehr als 87 Prozent der Kundinnen und Kunden würden den bewerteten Anbieter guten Gewissens weiterempfehlen.
- Bestellungen bei **Online-Fotoanbietern** bieten eine bequeme Alternative zu entsprechenden Möglichkeiten vor Ort. Die Befragung zeigt: Nutzerinnen und Nutzer sind **zufrieden mit den Leistungen** der Shops – insbesondere überzeugen die **Bestell- und Zahlungsbedingungen** sowie der **Internetauftritt/die App**.

3. Die besten Unternehmen

	1. Platz	2. Platz	3. Platz
Gesamturteil Kundenzufriedenheit Fotoanbieter mit Filialen	Cewe.de	Rossmann-Fotowelt.de	Lidl-Fotos.de
Preis-Leistungs-Verhältnis	Cewe.de	Müller Foto Online-Shop	Rossmann-Fotowelt.de
Angebot	Cewe.de	Rossmann-Fotowelt.de	Aldifotos.de
Kundenservice	Cewe.de	Whitewall.com	Lidl-Fotos.de
Internetauftritt/App	Cewe.de	Rossmann-Fotowelt.de	Whitewall.com
Versand und Rücksendung	Lidl-Fotos.de	Cewe.de, Rossmann-Fotowelt.de	-
Bestell- und Zahlungsbedingungen	Cewe.de	Lidl-Fotos.de, Rossmann-Fotowelt.de	-
Weiterempfehlung	Cewe.de	Lidl-Fotos.de, Whitewall.com	-

3. Die besten Unternehmen

	1. Platz	2. Platz	3. Platz
Gesamturteil Kundenzufriedenheit Fotoanbieter ohne Filialen	Pixum	Fotobuch.de	Myposter
Preis-Leistungs-Verhältnis	Fotobuch.de	Pixum	Saal Digital
Angebot	Pixum	Myposter	Fotobuch.de
Kundenservice	Saal Digital	Albelli.de, Fotobuch.de, Meinfoto.de, Printplanet.de	-
Internetauftritt/App	Myposter	Pixum	Fotobuch.de
Versand und Rücksendung	Pixum	Fotobuch.de	Myposter
Bestell- und Zahlungsbedingungen	Pixum	Albelli.de, Saal Digital	-
Weiterempfehlung	Pixum, Myposter	-	Fotobuch.de

4. Gesamturteil Kundenzufriedenheit Online-Shops von Fotoanbietern mit Filialen

Gesamturteil Kundenzufriedenheit Fotoanbieter (mit Filialen)			
Rang	Unternehmen	Punkte*	Qualitätsurteil
1	Cewe.de	81,8	sehr gut
2	Rossmann-Fotowelt.de	79,8	gut
3	Lidl-Fotos.de	78,9	gut
4	Whitewall.com	78,7	gut
5	Müller Foto Online-Shop	78,7	gut
6	Aldifotos.de	78,6	gut
7	Fotoparadies.de	78,0	gut
8	Fotoprofi	77,0	gut
	Gesamt	79,0	

100,0 - 80,0 Punkte = sehr gut; 79,9 - 70,0 Punkte = gut; 69,9 - 60,0 Punkte = befriedigend; 59,9 - 40,0 Punkte = ausreichend; 39,9 - 0,0 Punkte = mangelhaft

* Punkte auf einer Skala von 0 bis 100. Durch Auf- und Abrundungen können sich Rundungsdifferenzen ergeben, welche keinen Einfluss auf das Gesamtergebnis haben. Unterschiedliche Ränge trotz gleicher Punktzahl werden durch Unterschiede im Nachkommastellenbereich verursacht.

4. Gesamturteil Kundenzufriedenheit Online-Shops von Fotoanbietern mit Filialen

Gesamturteil Kundenzufriedenheit Fotoanbieter (mit Filialen) 100%			Preis-Leistungs- Verhältnis 20%		Angebot 15%		Kundenservice 15%		Internetauftritt/ App 15%		Versand und Rücksendung 15%		Bestell- und Zahlungs- bedingungen 10%		Weiter- empfehlung 10%	
Rang	Unternehmen	Punkte*	Rang	Punkte*	Rang	Punkte*	Rang	Punkte*	Rang	Punkte*	Rang	Punkte*	Rang	Punkte*	Rang	Punkte*
1	Cewe.de	81,8	1	81,0	1	84,0	1	81,8	1	81,5	2	79,8	1	84,8	1	80,8
2	Rossmann-Fotowelt.de	79,8	3	78,0	2	82,5	8	77,3	2	81,0	2	79,8	2	81,5	4	79,3
3	Lidl-Fotos.de	78,9	5	76,8	5	78,5	3	78,3	8	78,8	1	80,5	2	81,5	2	80,3
4	Whitewall.com	78,7	6	76,3	4	78,8	2	79,0	3	79,8	4	79,3	4	79,3	2	80,3
5	Müller Foto Online-Shop	78,7	2	80,8	5	78,5	5	77,8	6	79,5	6	77,8	7	78,3	7	76,8
6	Aldifotos.de	78,6	4	77,0	3	80,8	7	77,5	7	79,3	5	78,5	5	79,0	6	78,5
7	Fotoparadies.de	78,0	6	76,3	7	78,3	4	78,0	3	79,8	6	77,8	6	78,5	5	78,8
8	Fotoprofi	77,0	8	75,3	8	76,8	5	77,8	3	79,8	8	77,5	8	76,3	8	75,5
	Gesamt	79,0		77,8		79,8		78,5		80,0		78,8		80,0		78,8

100,0 - 80,0 Punkte = sehr gut; 79,9 - 70,0 Punkte = gut; 69,9 - 60,0 Punkte = befriedigend; 59,9 - 40,0 Punkte = ausreichend; 39,9 - 0,0 Punkte = mangelhaft

* Punkte auf einer Skala von 0 bis 100. Durch Auf- und Abrundungen können sich Rundungsdifferenzen ergeben, welche keinen Einfluss auf das Gesamtergebnis haben. Unterschiedliche Ränge trotz gleicher Punktzahl werden durch Unterschiede im Nachkommastellenbereich verursacht.

4. Die besten Unternehmen Online-Shops von Fotoanbietern mit Filialen

Platz 1

Cewe.de ging mit einem sehr guten Resultat als beliebtester Fotoanbieter mit Filialen aus der Kundenbefragung hervor. Mit einer Ausnahme erzielte der Anbieter in sämtlichen Teilkategorien sehr gute Ergebnisse sowie jeweils den ersten Rang. Beispielsweise zeigten sich mit den Bestell- und Zahlungsbedingungen über 95 Prozent der Kunden eher oder sehr zufrieden, in Hinblick auf das Angebot waren es knapp 92 Prozent. Auch die Weiterempfehlungsbereitschaft war hier am höchsten ausgeprägt.

Platz 2

Auf dem zweiten Rang positionierte sich **Rossmann-Fotowelt.de** mit einem guten Gesamturteil. Dem Unternehmen gelangen Top-3-Platzierungen in fünf der sieben Teilbereiche. Dabei fielen die Ergebnisse hinsichtlich Angebot, Internetauftritt/App sowie Bestell- und Zahlungsbedingungen jeweils sehr gut aus. Letztere verzeichneten sogar einen Anteil von genau 90 Prozent positiven Bewertungen.

Platz 3

Auf dem dritten Rang folgte **Lidl-Fotos.de** (Qualitätsurteil: „gut“). In puncto Versand und Rücksendung setzte sich das Unternehmen an die Spitze und erzielte hierbei einen Anteil von fast 84 Prozent eher oder sehr zufriedenen Kunden. Bei den Bestell- und Zahlungsbedingungen sowie bei der Weiterempfehlungsbereitschaft nahm der Anbieter jeweils den zweiten Rang ein.

4. Gesamturteil Kundenzufriedenheit Online-Shops von Fotoanbietern ohne Filialen

Gesamturteil Kundenzufriedenheit Fotoanbieter (ohne Filialen)			
Rang	Unternehmen	Punkte*	Qualitätsurteil
1	Pixum	80,0	sehr gut
2	Fotobuch.de	79,1	gut
3	Myposter	78,7	gut
4	Saal Digital	78,5	gut
5	Albelli.de	77,7	gut
6	Meinfoto.de	77,2	gut
7	Printplanet.de	76,3	gut
8	PosterXXL.de	76,0	gut
9	Photo Fancy	75,0	gut
10	Bilder.de	74,9	gut
11	Ifolor	74,0	gut
12	Fotokasten	73,6	gut
	Gesamt	76,8	

100,0 - 80,0 Punkte = sehr gut; 79,9 - 70,0 Punkte = gut; 69,9 - 60,0 Punkte = befriedigend; 59,9 - 40,0 Punkte = ausreichend; 39,9 - 0,0 Punkte = mangelhaft

* Punkte auf einer Skala von 0 bis 100. Durch Auf- und Abrundungen können sich Rundungsdifferenzen ergeben, welche keinen Einfluss auf das Gesamtergebnis haben. Unterschiedliche Ränge trotz gleicher Punktzahl werden durch Unterschiede im Nachkommastellenbereich verursacht.

4. Gesamturteil Kundenzufriedenheit Online-Shops von Fotoanbietern ohne Filialen

Gesamturteil Kundenzufriedenheit Fotoanbieter (ohne Filialen)			Preis-Leistungs- Verhältnis		Angebot		Kundenservice		Internetauftritt/ App		Versand und Rücksendung		Bestell- und Zahlungs- bedingungen		Weiter- empfehlung	
100%			20%		15%		15%		15%		15%		10%		10%	
Rang	Unternehmen	Punkte*	Rang	Punkte*	Rang	Punkte*	Rang	Punkte*	Rang	Punkte*	Rang	Punkte*	Rang	Punkte*	Rang	Punkte*
1	Pixum	80,0	2	77,8	1	81,5	6	76,0	2	81,8	1	81,3	1	82,3	1	81,5
2	Fotobuch.de	79,1	1	78,3	3	79,0	2	76,5	3	80,5	2	80,5	6	78,8	3	80,8
3	Myposter	78,7	5	75,3	2	79,5	6	76,0	1	82,3	3	79,5	5	79,0	1	81,5
4	Saal Digital	78,5	3	77,5	6	77,3	1	78,0	4	80,0	4	78,0	2	81,0	4	79,5
5	Albelli.de	77,7	4	76,8	6	77,3	2	76,5	8	77,3	4	78,0	2	81,0	5	78,5
6	Meinfo.de	77,2	5	75,3	4	78,0	2	76,5	6	78,0	8	77,0	4	79,5	8	77,8
7	Printplanet.de	76,3	8	74,0	5	77,5	2	76,5	11	75,3	7	77,3	10	76,8	7	78,3
8	PosterXXL.de	76,0	9	72,0	8	76,0	8	74,8	6	78,0	6	77,5	6	78,8	9	77,5
9	Photo Fancy	75,0	10	71,5	12	73,8	9	74,3	5	78,5	10	76,0	12	75,0	5	78,5
10	Bilder.de	74,9	5	75,3	9	75,5	10	73,8	12	74,8	12	73,0	8	78,3	10	74,8
11	Ifolor	74,0	10	71,5	10	75,3	11	72,3	9	76,8	11	74,0	11	76,0	11	74,0
12	Fotokasten	73,6	12	69,3	11	75,0	12	70,3	10	75,5	9	76,5	9	77,5	12	73,8
	Gesamt	76,8		74,5		77,3		75,3		78,3		77,3		78,8		78,0

100,0 - 80,0 Punkte = sehr gut; 79,9 - 70,0 Punkte = gut; 69,9 - 60,0 Punkte = befriedigend; 59,9 - 40,0 Punkte = ausreichend; 39,9 - 0,0 Punkte = mangelhaft

* Punkte auf einer Skala von 0 bis 100. Durch Auf- und Abrundungen können sich Rundungsdifferenzen ergeben, welche keinen Einfluss auf das Gesamtergebnis haben. Unterschiedliche Ränge trotz gleicher Punktzahl werden durch Unterschiede im Nachkommastellenbereich verursacht.

4. Die besten Unternehmen

Online-Shops von Fotoanbietern ohne Filialen

Platz 1

Von den Fotoanbietern ohne Filialen setzte sich **Pixum** mit einem sehr guten Ergebnis an die Spitze. In den Teilkategorien Angebot, Versand und Rücksendung, Bestell- und Zahlungsbedingungen sowie Weiterempfehlung erzielte das Unternehmen jeweils ein sehr gutes Resultat und den ersten Rang. Mit den Bestell- und Zahlungsbedingungen waren bei Pixum sogar fast 93 Prozent der befragten Kunden eher oder sehr zufrieden. Ein zweiter Platz im Bereich Internetauftritt/App rundete den sehr guten Gesamteindruck ab.

Platz 2

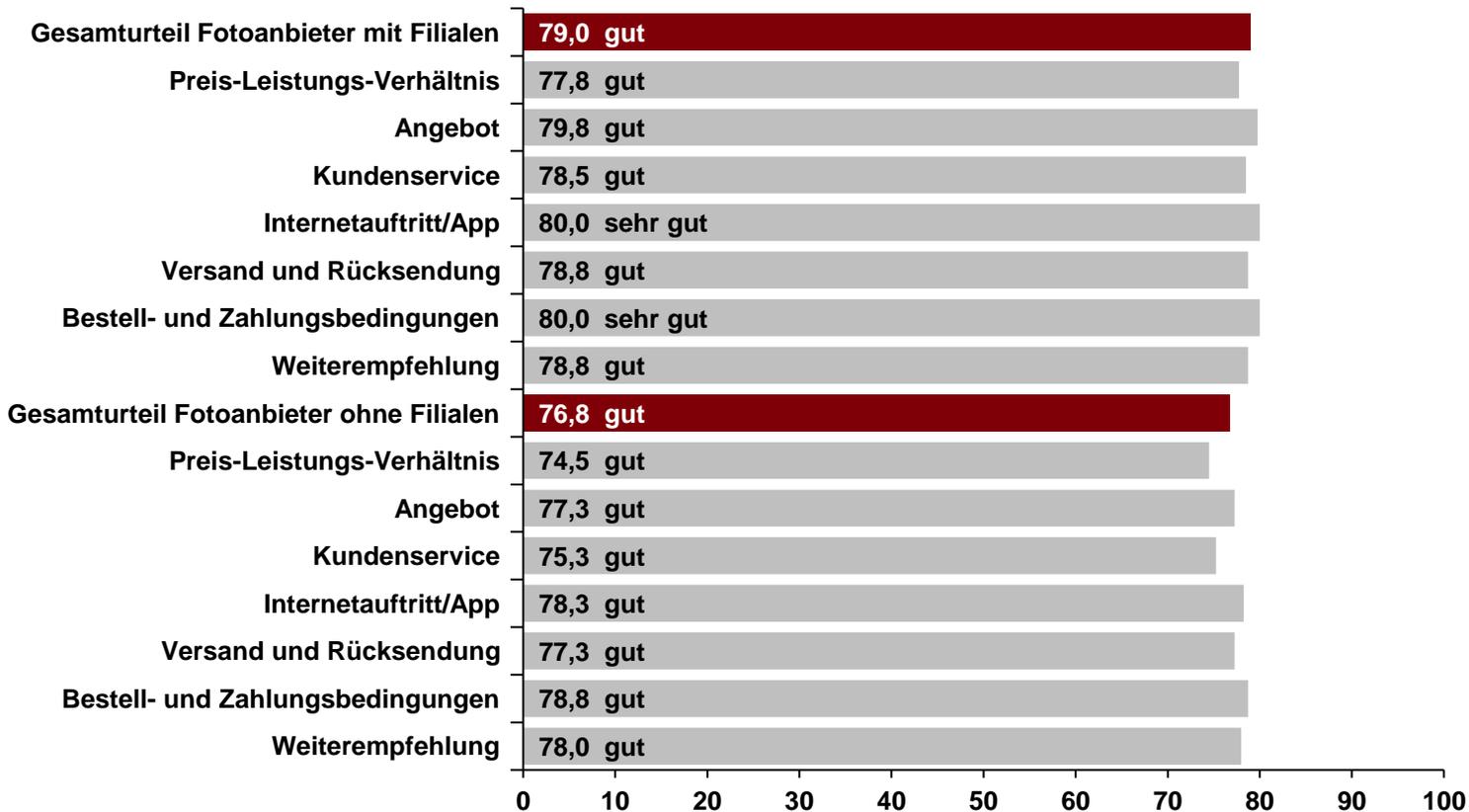
Rang zwei nahm **Fotobuch.de** mit einem guten Gesamturteil ein. Der Online-Shop schnitt beim Preis-Leistungs-Verhältnis am besten ab und erreichte hier mit einem Anteil von über 84 Prozent mehr positive Bewertungen als die Mitbewerber. In den übrigen Teilkategorien erzielte Fotobuch.de fast durchweg Top-3-Platzierungen sowie sehr gute Ergebnisse hinsichtlich Internetauftritt/App, Versand und Rücksendung sowie Weiterempfehlung.

Platz 3

Myposter belegte mit einem guten Resultat Rang drei. Der Anbieter profilierte sich aus Sicht der Kundinnen und Kunden insbesondere mit dem Internetauftritt/der App: Knapp 93 Prozent der Befragten zeigten sich hiermit eher oder sehr zufrieden (Rang eins) und das Resultat lag im sehr guten Bereich. Zudem fiel die Weiterempfehlungsbereitschaft mit am höchsten aus.

5. Stärken und Schwächen der Branche

Branchenergebnisse in den Teilbereichen (Punkte)



100,0 - 80,0 Punkte = sehr gut; 79,9 - 70,0 Punkte = gut; 69,9 - 60,0 Punkte = befriedigend; 59,9 - 40,0 Punkte = ausreichend; 39,9 - 0,0 Punkte = mangelhaft

5. Stärken und Schwächen der Branche

- Sowohl die Fotoanbieter mit Filialen und auch diejenigen ohne Filialen erreichten in der Kundenbefragung mindestens gute Gesamtergebnisse. In beiden Kategorien verzeichnete zudem der jeweils erstplatzierte Anbieter ein sehr gutes Qualitätsurteil. Dennoch hatten die Fotoanbieter mit Filialen insgesamt leicht die Nase vorn: In sämtlichen Teilkategorien schnitten sie etwas besser ab als die Unternehmen ohne Filialen.
- Die Kundinnen und Kunden zeigten sich vor allem überzeugt von den Bestell- und Zahlungsbedingungen sowie dem Internetauftritt/der App der Unternehmen. Über beide Branchen hinweg lagen knapp 88 Prozent beziehungsweise über 86 Prozent der entsprechenden Bewertungen im positiven Bereich. Den Fotoanbietern mit Filialen gelang hierbei sogar jeweils ein sehr gutes Ergebnis.
- Einen hohen Anteil an positiven Bewertungen verzeichneten die Anbieter auch in Hinblick auf die Weiterempfehlungsbereitschaft (mehr als 87 Prozent der Kundenmeinungen).
- Bezüglich Versand und Rücksendung sowie dem Angebot der Unternehmen gaben über 84 Prozent beziehungsweise genau 84 Prozent der Befragten eine positive Bewertung ab.
- Am schwächsten ausprägt waren die Beurteilungen hinsichtlich Kundenservice und Preis-Leistungs-Verhältnis. Doch auch hierbei fielen die Zufriedenheitswerte insgesamt hoch aus: Genau 82 Prozent beziehungsweise mehr als 80 Prozent gaben an, mit diesen Aspekten eher oder sehr zufrieden zu sein.

6. Methodik

Untersuchungsumfang

In der Auswertung waren folgende 20 Unternehmen, die von jeweils mindestens 80 Befragungsteilnehmern beurteilt wurden (jeweils in alphabetischer Reihenfolge):

Fotoanbieter (mit Filialen)

- Aldifotos.de
- Cewe.de
- Fotoparadies.de
- Fotoprofi
- Lidl-Fotos.de
- Müller Foto Online-Shop
- Rossmann-Fotowelt.de
- Whitewall.com

Fotoanbieter (ohne Filialen)

- Albelli.de
- Bilder.de
- Fotobuch.de
- Fotokasten
- Ifolor
- Meinfoto.de
- Myposter
- Photo Fancy
- Pixum
- PosterXXL.de
- Printplanet.de
- Saal Digital

Fragen

Wie zufrieden sind Sie mit ...

- dem **Preis-Leistungs-Verhältnis** bei xxx*?
(Preis und Leistung der angebotenen Produkte stehen in einem passenden Verhältnis zueinander)
- dem **Angebot** des Online-Shops bei xxx*?
(Produktqualität, Vielfalt an Produktkategorien, Vielfalt an Varianten und Marken innerhalb der Kategorien, Verfügbarkeit der Ware etc.)
- dem **Kundenservice** bei xxx*?
(Kontaktmöglichkeiten per Telefon, E-Mail, Chat oder über Social-Media-Kanäle, Reaktionen auf Kundenanfragen wie Wartezeiten am Telefon und auf E-Mails, Freundlichkeit, Beratungskompetenz, Hilfestellung/schnelle Problemlösung, Kulanz bei Reklamationen, mögliche Kosten des Kundenservices wie Telefongebühren etc.)

* xxx steht für den zu Beginn der Befragung ausgewählten Fotoanbieter.

Fragen

Wie zufrieden sind Sie mit ...

- dem **Internetauftritt/der App** bei xxx*?
(Informationen zu Produkten, Kundenbewertungen, Verfügbarkeitsanzeige, Bilder und Tipps, einfache Navigation, effiziente Produktsuche, Sortier- und Filtermöglichkeiten, Übersichtlichkeit der Startseite, der Produktpräsentation und des Warenkorbs sowie Optik und Gestaltung der Seiten und Verständlichkeit der Inhalte, Informationen zu Bestellung/Zahlung/Versand/Rückgabe etc.)
- dem **Versand und der Rücksendung** bei xxx*?
(Versand- und Lieferoptionen, Versandkosten, Bestellbestätigung, Sendungsverfolgung, schnelle und richtige Lieferung, Zustand der gelieferten Ware, Verpackung, Rücksendemöglichkeit, Rückerstattung des Produktpreises sowie der Versandkosten etc.)

* xxx steht für den zu Beginn der Befragung ausgewählten Fotoanbieter.

Fragen

Wie zufrieden sind Sie mit ...

- den **Bestell- und Zahlungsbedingungen** bei xxx*?
(Zahlungsmöglichkeiten wie Rechnung, Lastschrift, Kreditkarte, Ratenzahlung etc., Zahlungsprozess, Transparenz (Offenlegung aller Kosten), Mindestbestellwert, kostenlose Liefermöglichkeit, Einlösemöglichkeiten eines Gutscheins etc.)

Antwortoptionen

Beurteilung auf einer Skala von „sehr unzufrieden“ (-2) bis „sehr zufrieden“ (+2) sowie die Antwortmöglichkeit „keine Angabe“

Fallzahlen**

Preis-Leistungs-Verhältnis:	n = 1.656
Angebot:	n = 1.655
Kundenservice:	n = 1.550
Internetauftritt/App:	n = 1.655
Versand und Rücksendung:	n = 1.551
Bestell- und Zahlungsbedingungen:	n = 1.611

* xxx steht für den zu Beginn der Befragung ausgewählten Fotoanbieter.

** Basis: alle Befragten, n = 1.656. Fallzahlen variieren aufgrund der Antwortmöglichkeit „keine Angabe“.

6. Methodik

Frage

Würden Sie das Unternehmen xxx* guten Gewissens weiterempfehlen?

Antwortoptionen

Beurteilung auf einer Skala von „nein“ (-2) bis „ja“ (+2)

Fallzahlen**

n = 1.656

* xxx steht für den zu Beginn der Befragung ausgewählten Fotoanbieter.

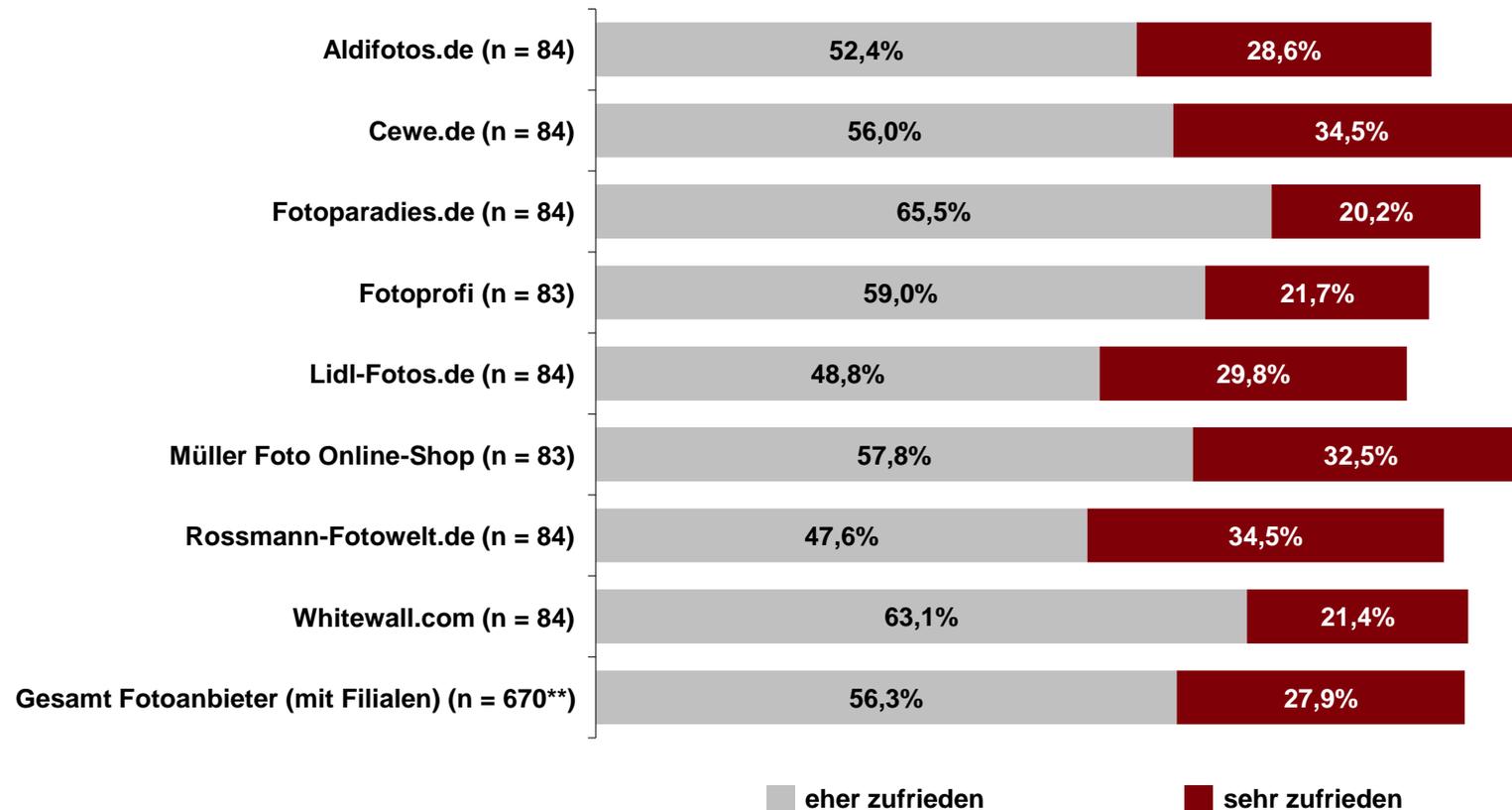
** Basis: alle Befragten, n = 1.656.

	Seite
A. Ergebnisse der Teilbereiche	25
Preis-Leistungs-Verhältnis	25
Angebot	27
Kundenservice	29
Internetauftritt/App	31
Versand und Rücksendung	33
Bestell- und Zahlungsbedingungen	35
Weiterempfehlung	37
B. Demografie	39
C. Allgemeine Methodik	41
D. Nachhaltigkeit	42

A. Ergebnisse der Teilbereiche

Preis-Leist.-Verhältnis – Fotoanbieter mit Filialen

Frage: Wie zufrieden sind Sie mit dem Preis-Leistungs-Verhältnis?*



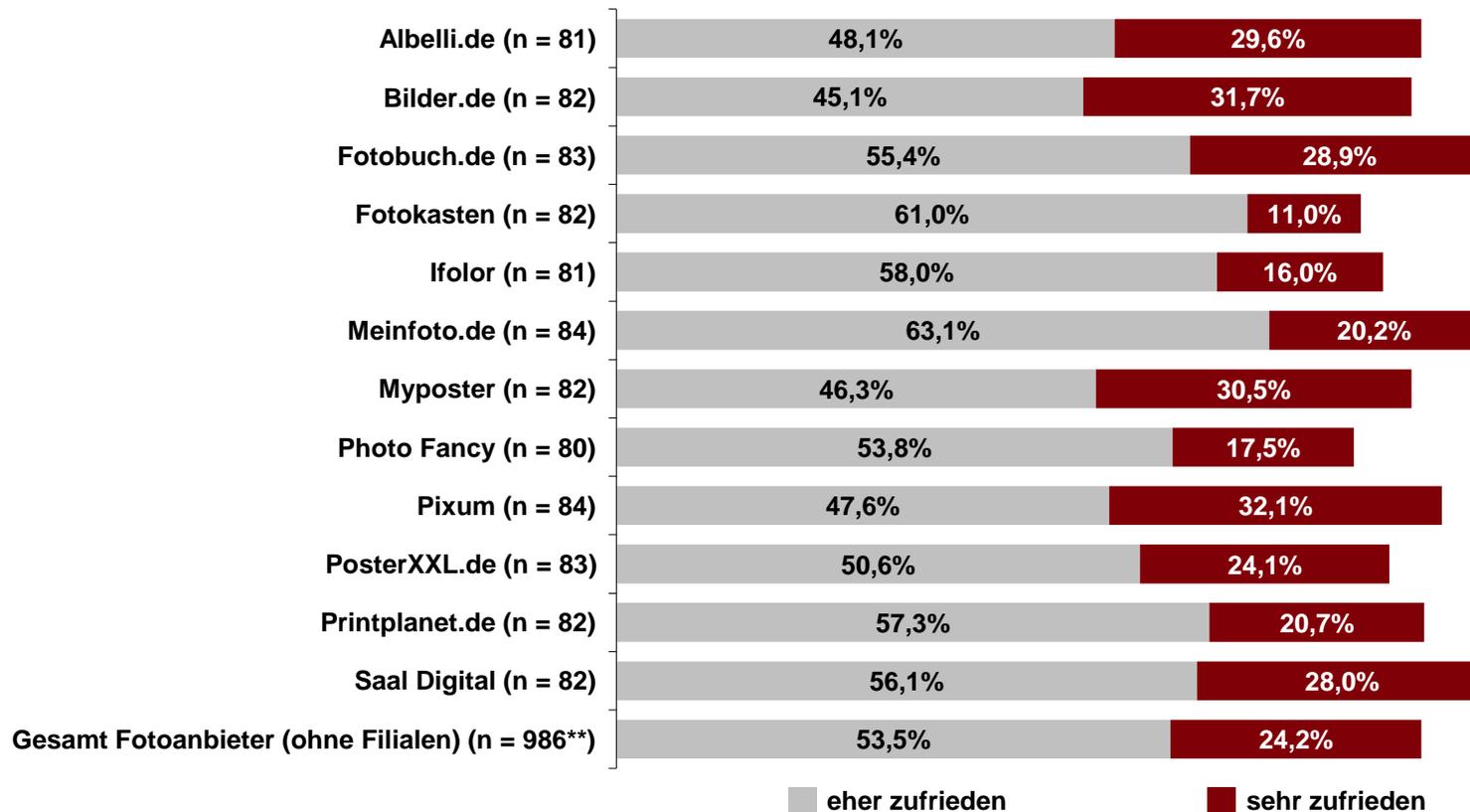
* Preis und Leistung der angebotenen Produkte stehen in einem passenden Verhältnis zueinander.

** Basis: alle Befragten (Fotoanbieter (mit Filialen)), n = 670.

A. Ergebnisse der Teilbereiche

Preis-Leist.-Verhältnis – Fotoanbieter ohne Filialen

Frage: Wie zufrieden sind Sie mit dem Preis-Leistungs-Verhältnis?*

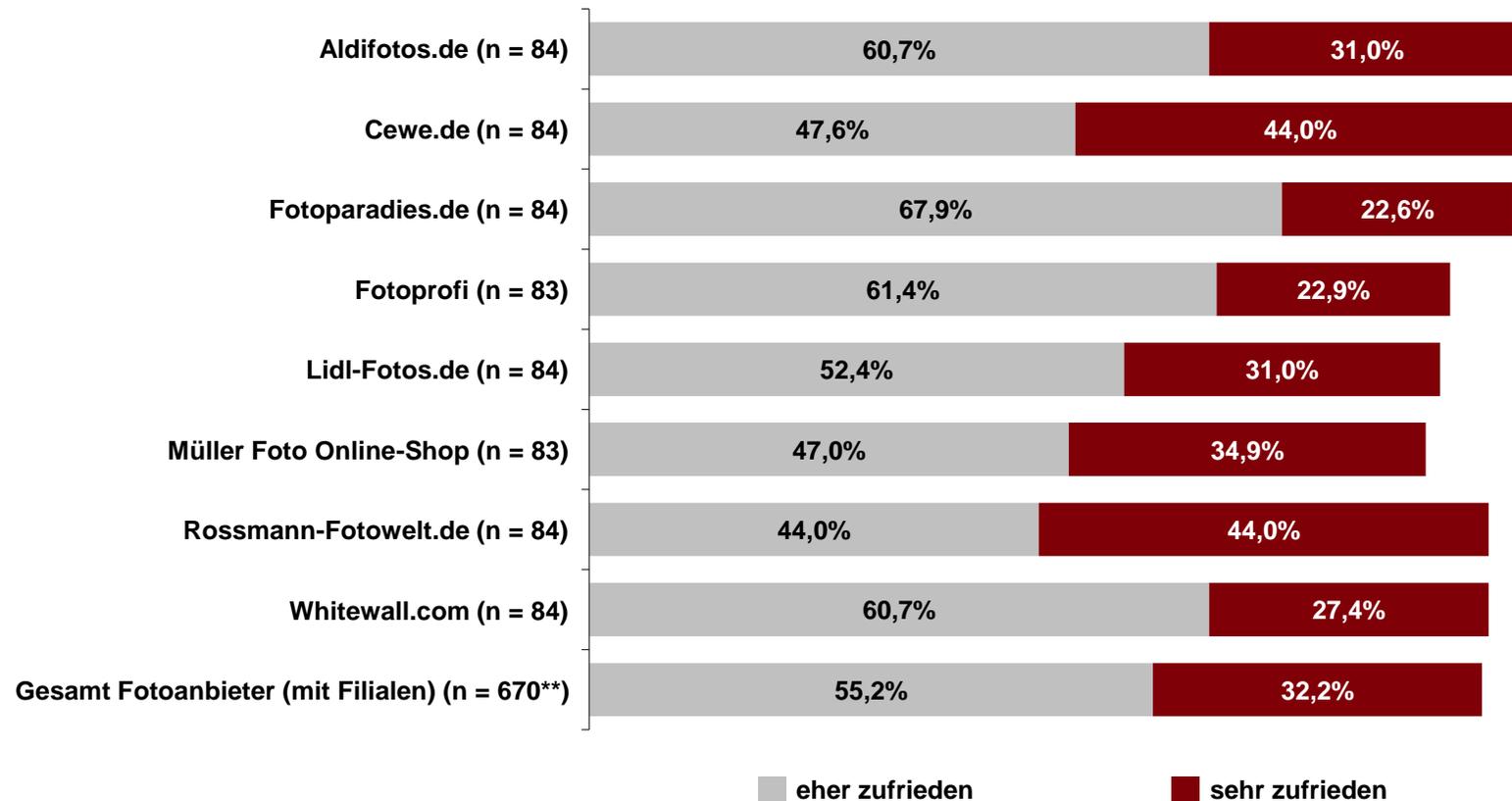


* Preis und Leistung der angebotenen Produkte stehen in einem passenden Verhältnis zueinander.

** Basis: alle Befragten (Fotoanbieter (ohne Filialen)), n = 986.

A. Ergebnisse der Teilbereiche Angebot – Fotoanbieter mit Filialen

Frage: Wie zufrieden sind Sie mit dem Angebot?*

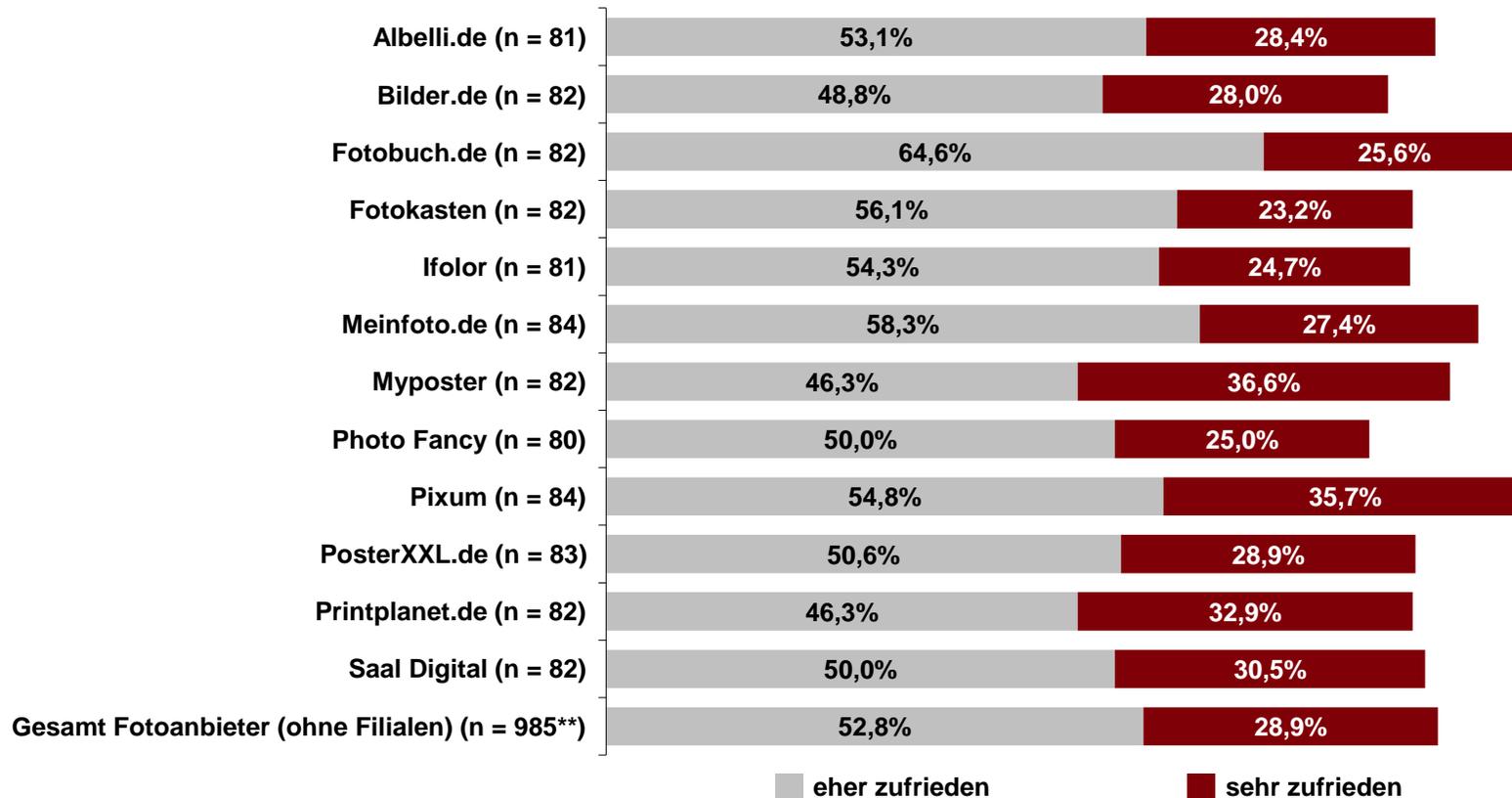


* Produktqualität, Vielfalt an Produktkategorien, Vielfalt an Varianten und Marken innerhalb der Kategorien, Verfügbarkeit der Ware etc.

** Basis: alle Befragten (Fotoanbieter (mit Filialen)), n = 670.

A. Ergebnisse der Teilbereiche Angebot – Fotoanbieter ohne Filialen

Frage: Wie zufrieden sind Sie mit dem Angebot?*

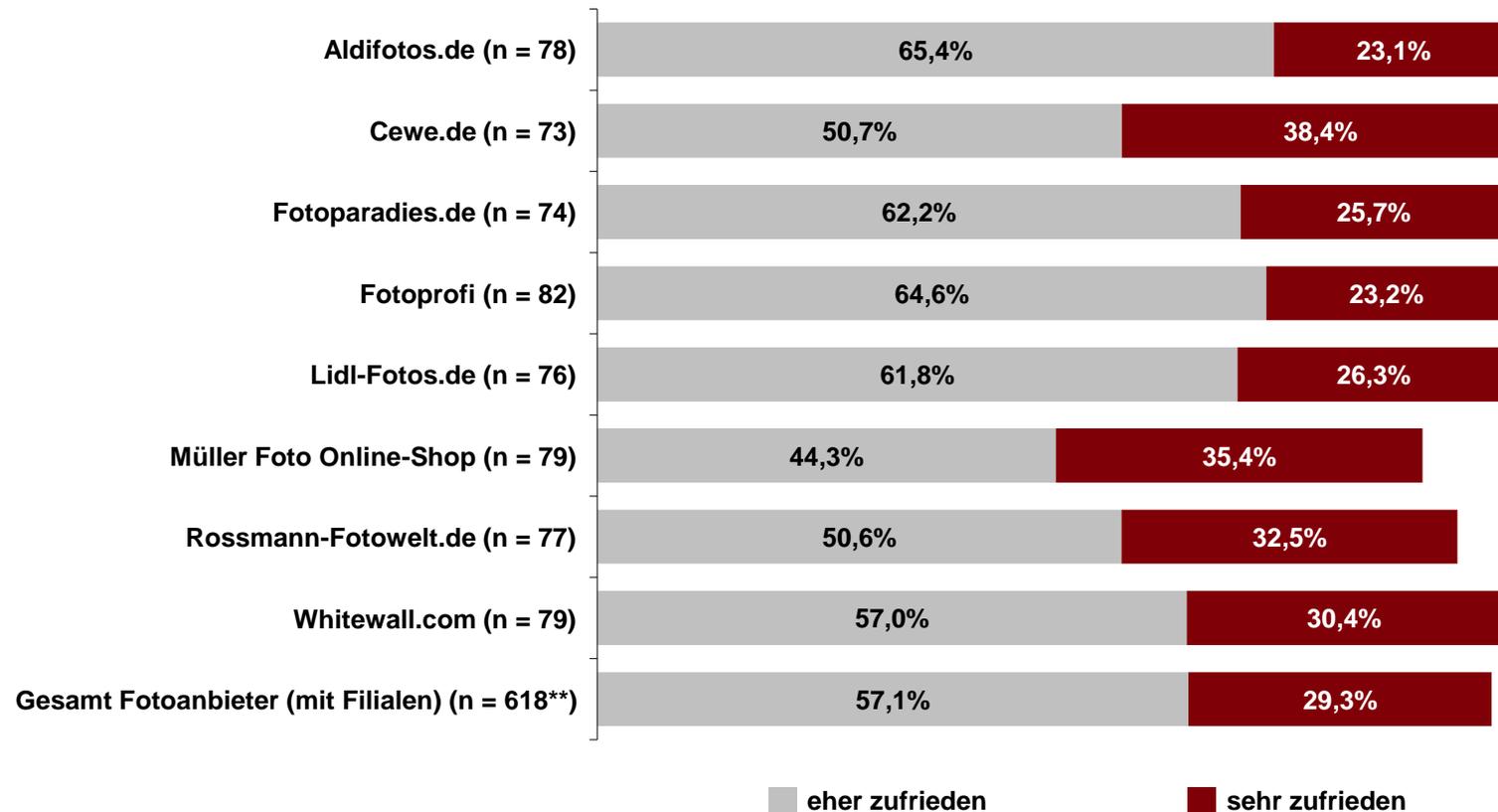


* Produktqualität, Vielfalt an Produktkategorien, Vielfalt an Varianten und Marken innerhalb der Kategorien, Verfügbarkeit der Ware etc.

** Basis: alle Befragten (Fotoanbieter (ohne Filialen)), n = 986. Fallzahlen variieren aufgrund der Antwortmöglichkeit „keine Angabe“.

A. Ergebnisse der Teilbereiche Kundenservice – Fotoanbieter mit Filialen

Frage: Wie zufrieden sind Sie mit dem Kundenservice?*

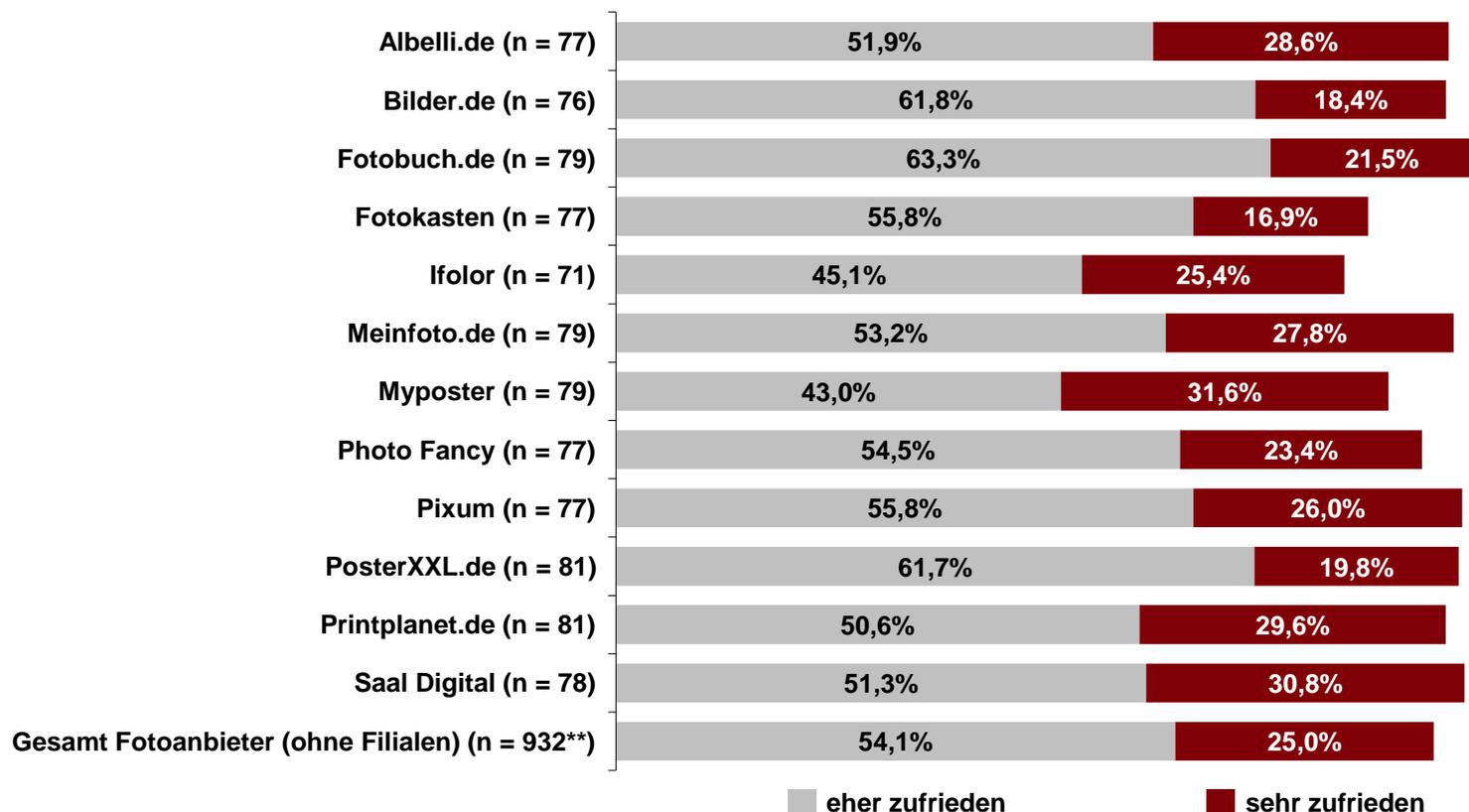


* Kontaktmöglichkeiten per Telefon, E-Mail, Chat oder über Social-Media-Kanäle, Reaktionen auf Kundenanfragen wie Wartezeiten am Telefon und auf E-Mails, Freundlichkeit, Beratungskompetenz, Hilfestellung/schnelle Problemlösung, Kulanz bei Reklamationen, mögliche Kosten des Kundenservices wie Telefongebühren etc.

** Basis: alle Befragten (Fotoanbieter (mit Filialen)), n = 670. Fallzahlen variieren aufgrund der Antwortmöglichkeit „keine Angabe“.

A. Ergebnisse der Teilbereiche Kundenservice – Fotoanbieter ohne Filialen

Frage: Wie zufrieden sind Sie mit dem Kundenservice?*

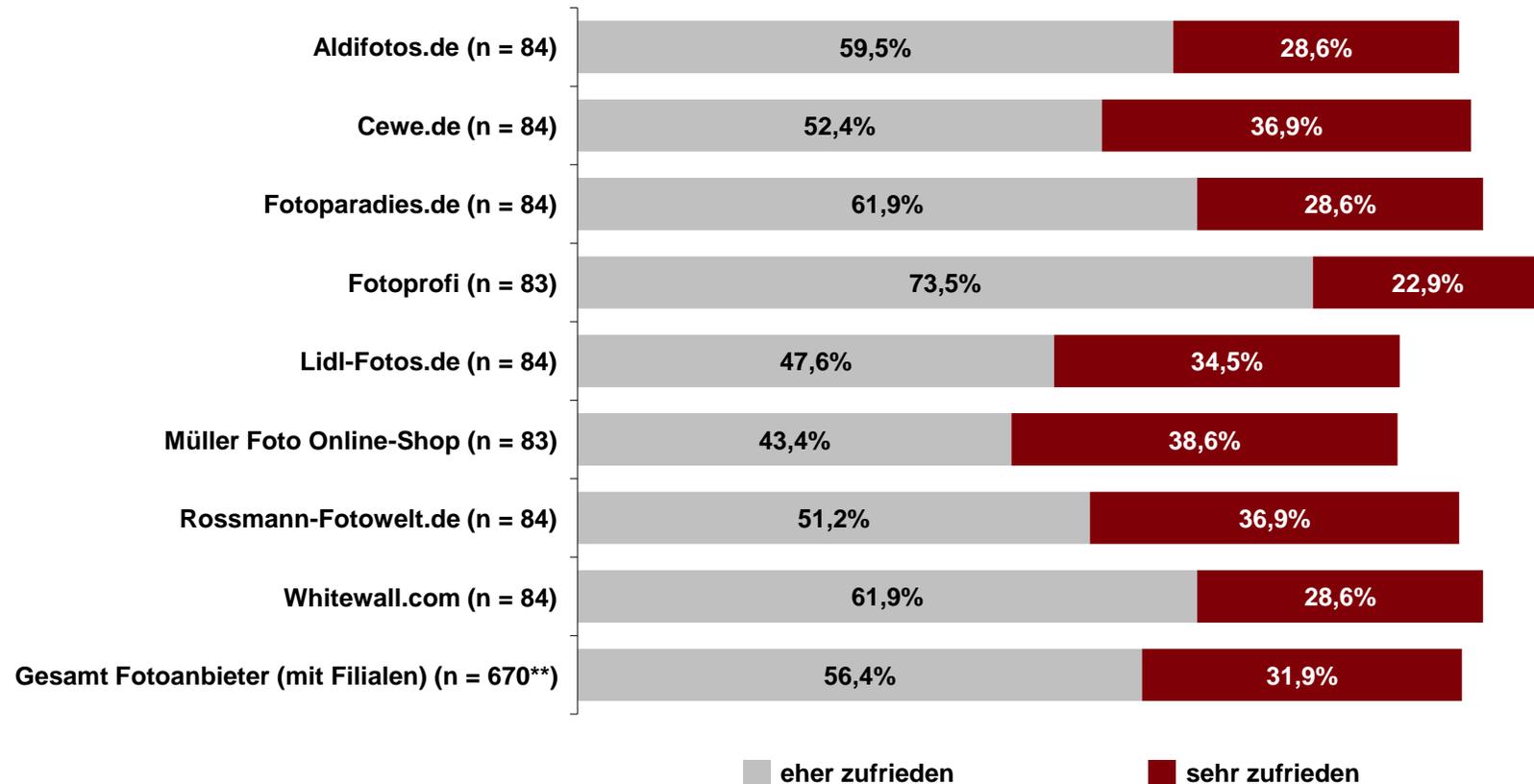


* Kontaktmöglichkeiten per Telefon, E-Mail, Chat oder über Social-Media-Kanäle, Reaktionen auf Kundenanfragen wie Wartezeiten am Telefon und auf E-Mails, Freundlichkeit, Beratungskompetenz, Hilfestellung/schnelle Problemlösung, Kulanz bei Reklamationen, mögliche Kosten des Kundenservices wie Telefongebühren etc.

** Basis: alle Befragten (Fotoanbieter (ohne Filialen)), n = 986. Fallzahlen variieren aufgrund der Antwortmöglichkeit „keine Angabe“.

A. Ergebnisse der Teilbereiche Internetauftritt/App – Fotoanbieter mit Filialen

Frage: Wie zufrieden sind Sie mit dem Internetauftritt/der App?*

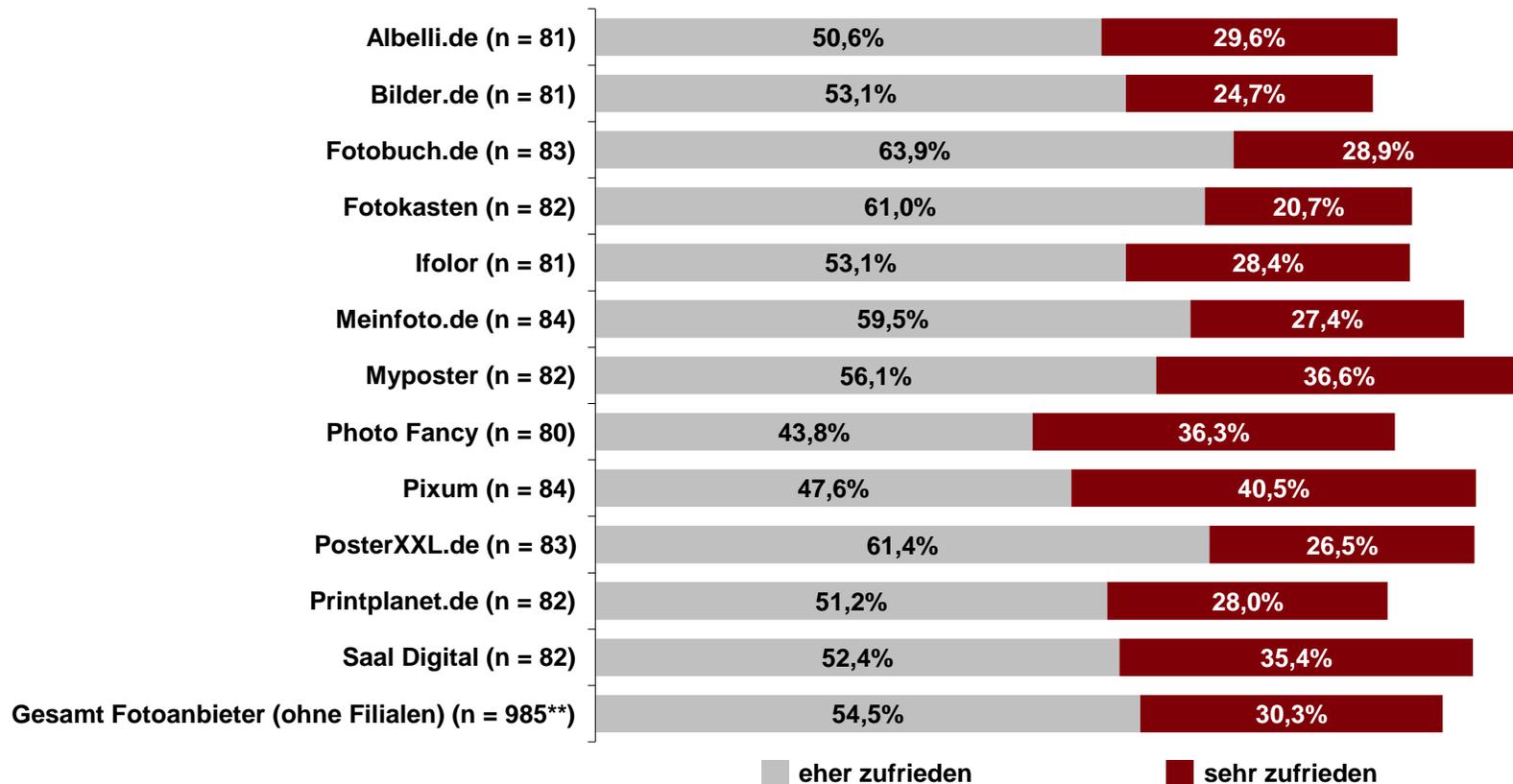


* Informationen zu Produkten, Kundenbewertungen, Verfügbarkeitsanzeige, Bilder und Tipps, einfache Navigation, effiziente Produktsuche, Sortier- und Filtermöglichkeiten, Übersichtlichkeit der Startseite, der Produktpräsentation und des Warenkorbs sowie Optik und Gestaltung der Seiten und Verständlichkeit der Inhalte, Informationen zu Bestellung/Zahlung/Versand/Rückgabe etc.

** Basis: alle Befragten (Fotoanbieter (mit Filialen)), n = 670.

A. Ergebnisse der Teilbereiche Internetauftritt/App – Fotoanbieter ohne Filialen

Frage: Wie zufrieden sind Sie mit dem Internetauftritt/der App?*



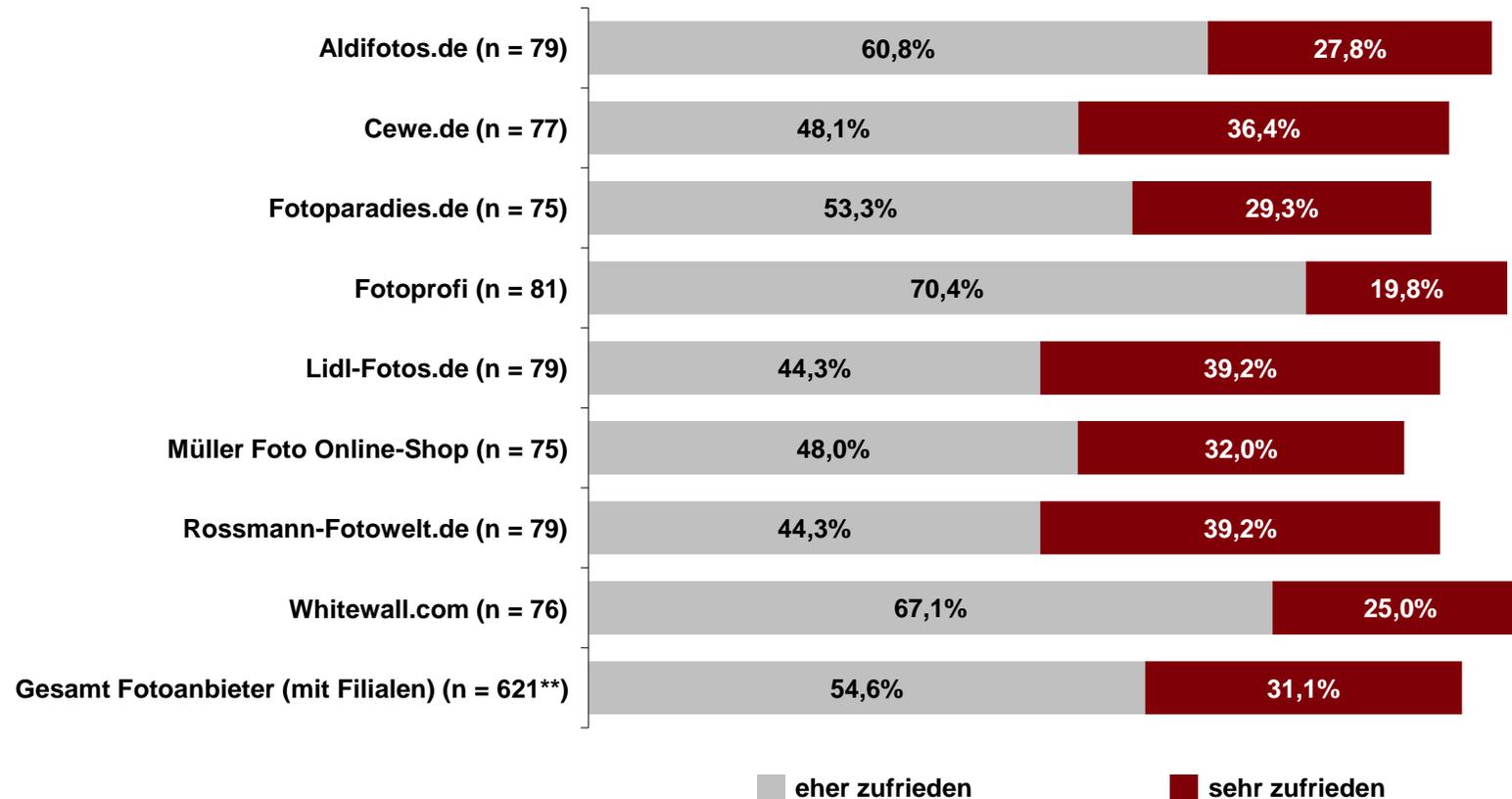
* Informationen zu Produkten, Kundenbewertungen, Verfügbarkeitsanzeige, Bilder und Tipps, einfache Navigation, effiziente Produktsuche, Sortier- und Filtermöglichkeiten, Übersichtlichkeit der Startseite, der Produktpräsentation und des Warenkorbs sowie Optik und Gestaltung der Seiten und Verständlichkeit der Inhalte, Informationen zu Bestellung/Zahlung/Versand/Rückgabe etc.

** Basis: alle Befragten (Fotoanbieter (ohne Filialen)), n = 986. Fallzahlen variieren aufgrund der Antwortmöglichkeit „keine Angabe“.

A. Ergebnisse der Teilbereiche

Versand und Rücksend. – Fotoanbieter mit Filialen

Frage: Wie zufrieden sind Sie mit dem Versand und Rücksendung?*



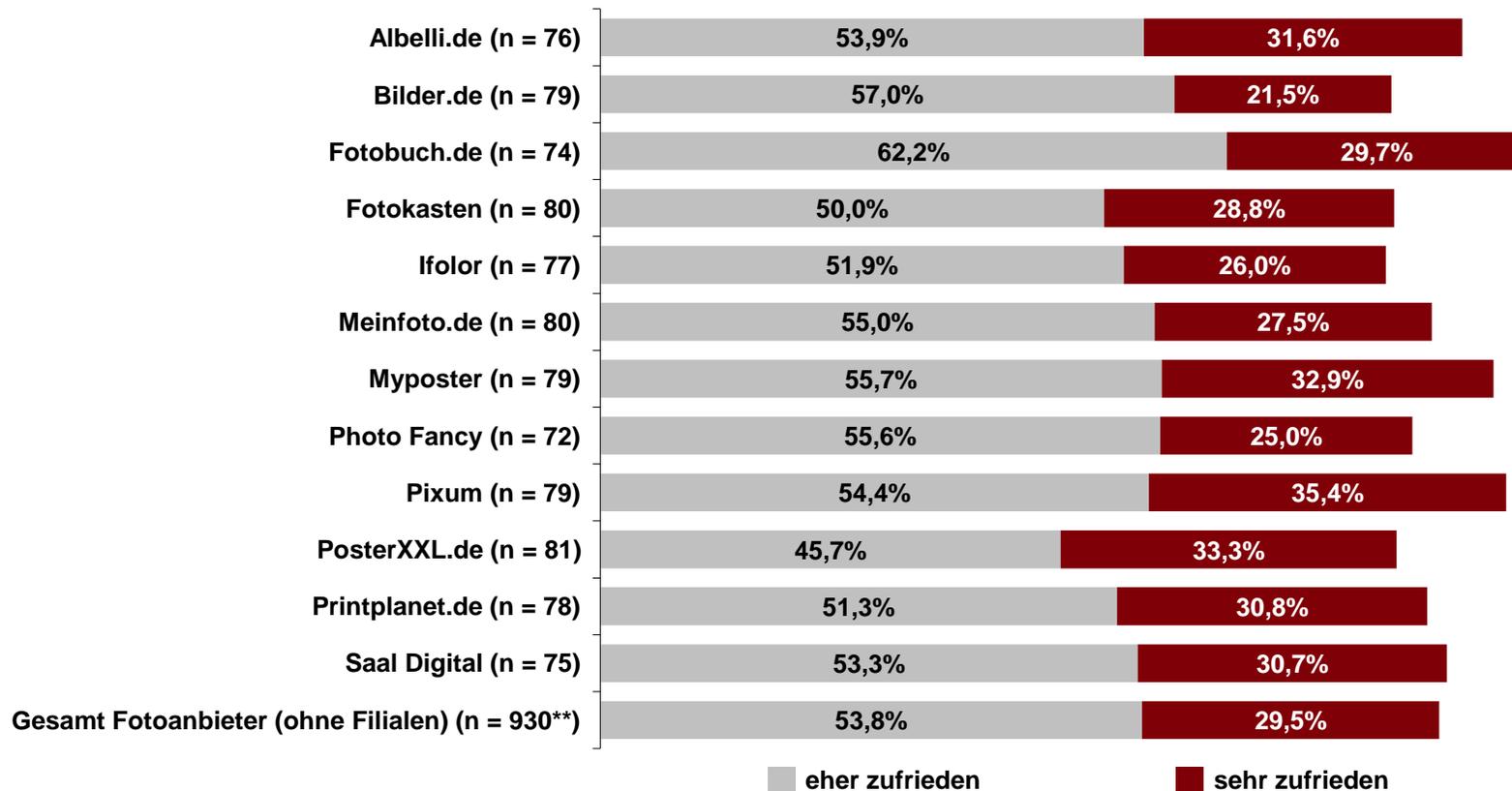
* Versand- und Lieferoptionen, Versandkosten, Bestellbestätigung, Sendungsverfolgung, schnelle und richtige Lieferung, Zustand der gelieferten Ware, Verpackung, Rücksendemöglichkeit, Rückerstattung des Produktpreises sowie der Versandkosten etc.

** Basis: alle Befragten (Fotoanbieter (mit Filialen)), n = 670. Fallzahlen variieren aufgrund der Antwortmöglichkeit „keine Angabe“.

A. Ergebnisse der Teilbereiche

Versand und Rücksend. – Fotoanbieter ohne Filialen

Frage: Wie zufrieden sind Sie mit dem Versand und Rücksendung?*



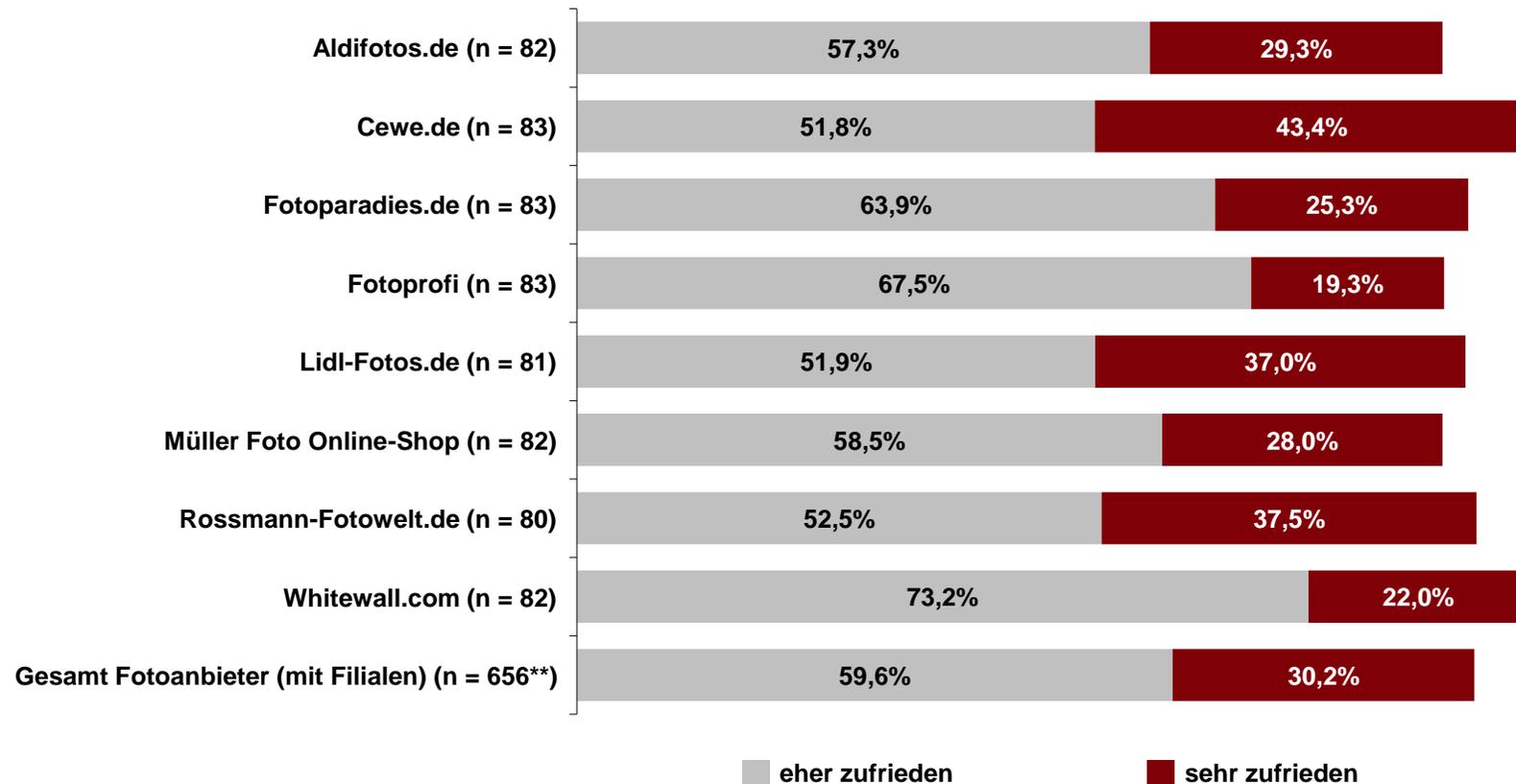
* Versand- und Lieferoptionen, Versandkosten, Bestellbestätigung, Sendungsverfolgung, schnelle und richtige Lieferung, Zustand der gelieferten Ware, Verpackung, Rücksendemöglichkeit, Rückerstattung des Produktpreises sowie der Versandkosten etc.

** Basis: alle Befragten (Fotoanbieter (ohne Filialen)), n = 986. Fallzahlen variieren aufgrund der Antwortmöglichkeit „keine Angabe“.

A. Ergebnisse der Teilbereiche

Best.-/Zahlungsbeding. – Fotoanbieter mit Filialen

Frage: Wie zufrieden sind Sie mit den Bestell- und Zahlungsbedingungen?*



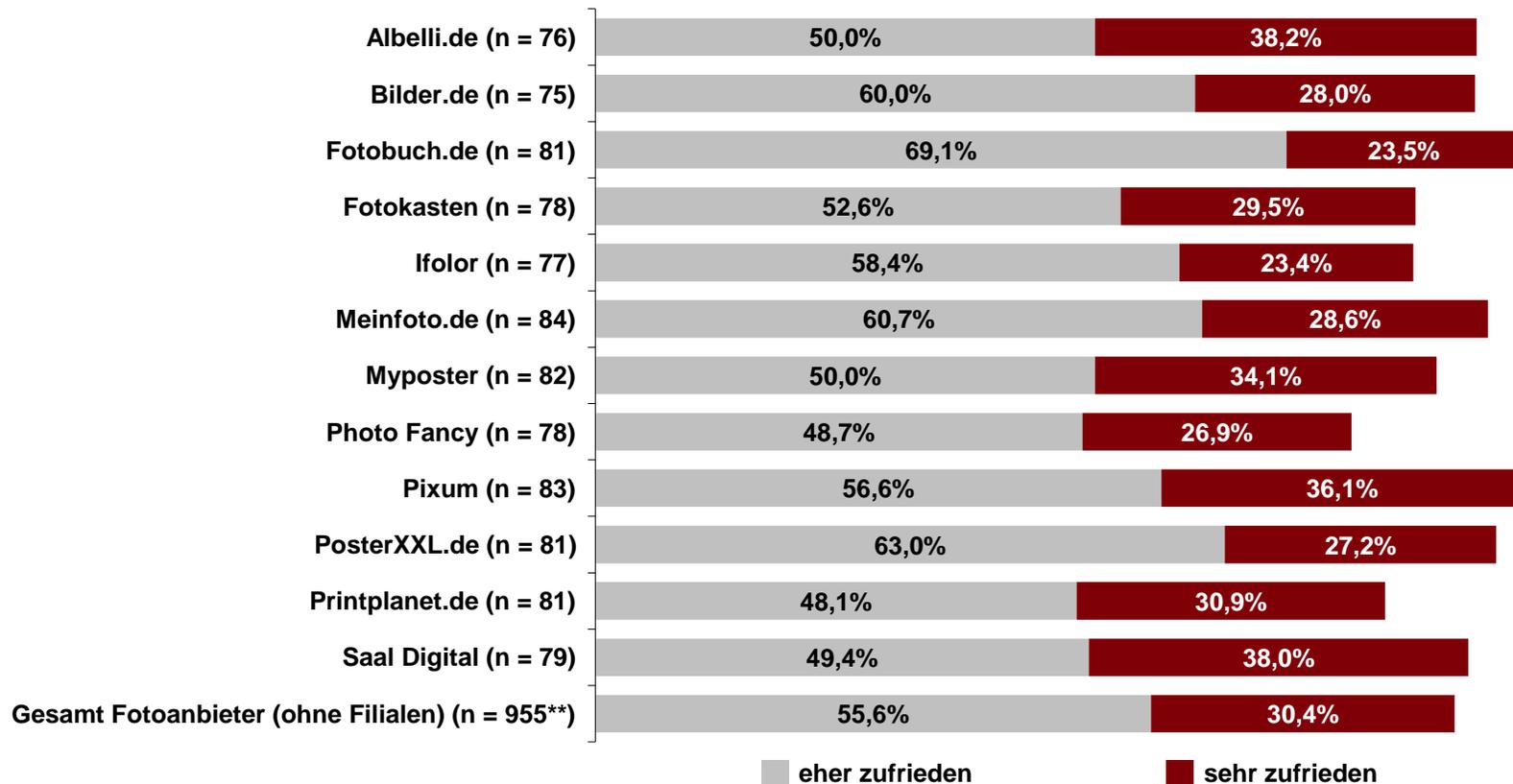
* Zahlungsmöglichkeiten wie Rechnung, Lastschrift, Kreditkarte, Ratenzahlung etc., Zahlungsprozess, Transparenz (Offenlegung aller Kosten), Mindestbestellwert, kostenlose Liefermöglichkeit, Einlösemöglichkeiten eines Gutscheins etc.

** Basis: alle Befragten (Fotoanbieter (mit Filialen)), n = 670. Fallzahlen variieren aufgrund der Antwortmöglichkeit „keine Angabe“.

A. Ergebnisse der Teilbereiche

Best.-/Zahlungsbeding. – Fotoanbieter ohne Filialen

Frage: Wie zufrieden sind Sie mit den Bestell- und Zahlungsbedingungen?*



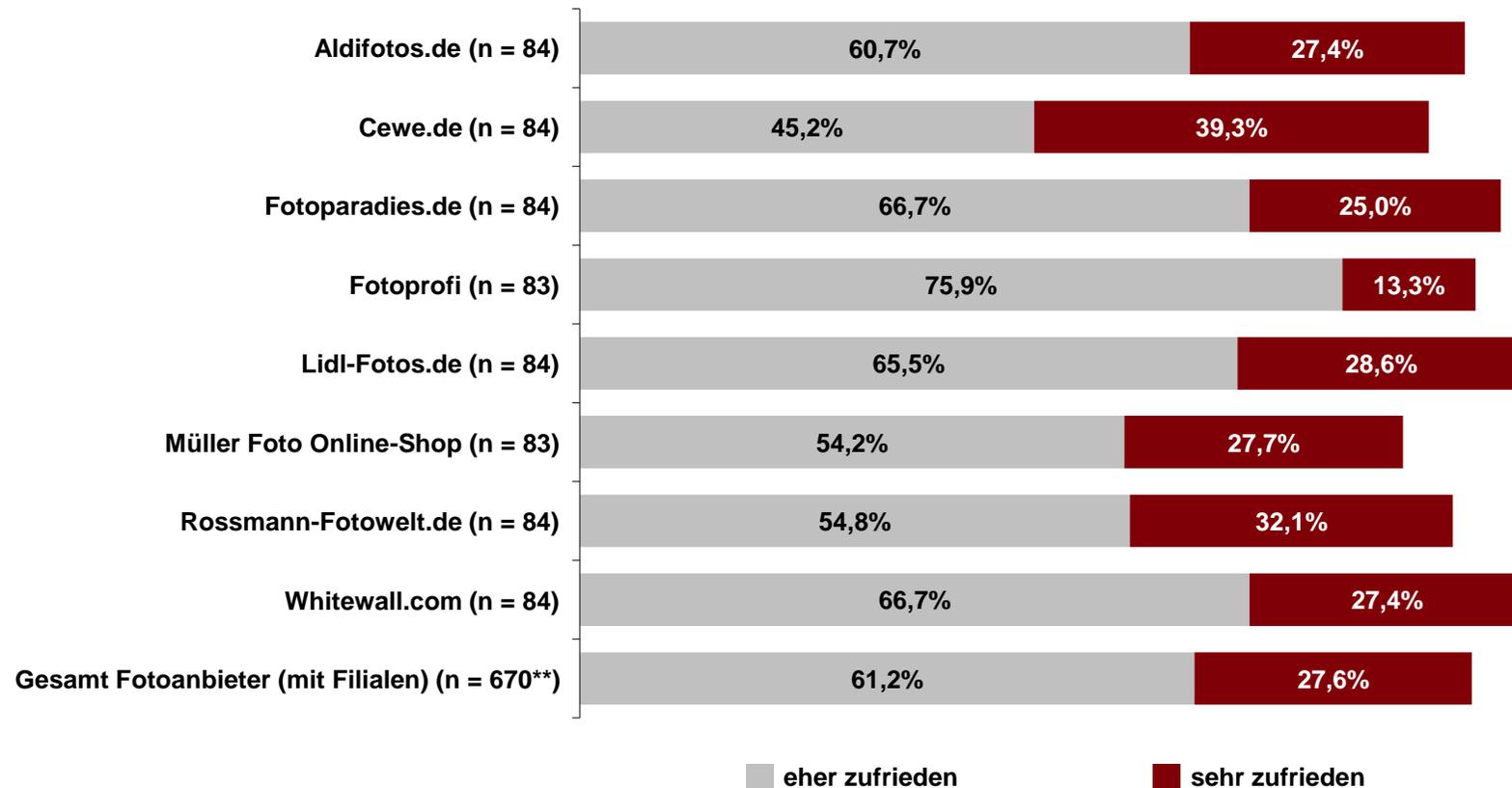
* Zahlungsmöglichkeiten wie Rechnung, Lastschrift, Kreditkarte, Ratenzahlung etc., Zahlungsprozess, Transparenz (Offenlegung aller Kosten), Mindestbestellwert, kostenlose Liefermöglichkeit, Einlösemöglichkeiten eines Gutscheins etc.

** Basis: alle Befragten (Fotoanbieter (ohne Filialen)), n = 986. Fallzahlen variieren aufgrund der Antwortmöglichkeit „keine Angabe“.

A. Ergebnisse der Teilbereiche

Weiterempfehlung – Fotoanbieter mit Filialen

Frage: Würden Sie das bewertete Unternehmen guten Gewissens weiterempfehlen?

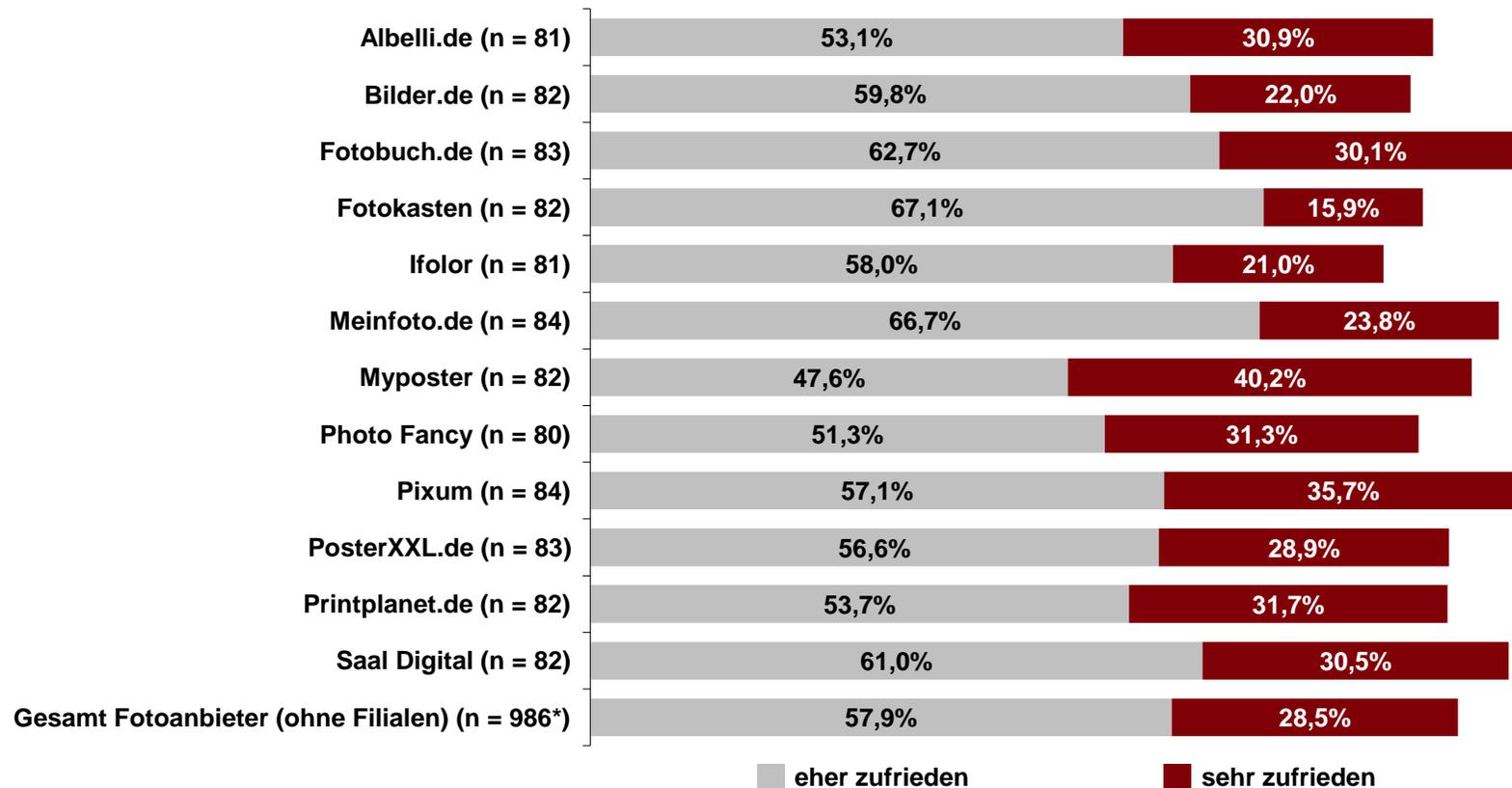


* Basis: alle Befragten (Fotoanbieter (mit Filialen)), n = 670.

A. Ergebnisse der Teilbereiche

Weiterempfehlung – Fotoanbieter ohne Filialen

Frage: Würden Sie das bewertete Unternehmen guten Gewissens weiterempfehlen?



* Basis: alle Befragten (Fotoanbieter (ohne Filialen)), n = 986.

B. Demografie

Geschlecht	
Männlich	44,0%
Weiblich	55,9%
Divers	0,1%

Bundesländer	
Baden-Württemberg	12,6%
Bayern	13,1%
Berlin	7,1%
Brandenburg	2,9%
Bremen	2,4%
Hamburg	4,2%
Hessen	7,5%
Mecklenburg-Vorpommern	2,5%
Niedersachsen	9,1%
Nordrhein-Westfalen	15,5%
Rheinland-Pfalz	5,4%
Saarland	1,6%
Sachsen	5,6%
Sachsen-Anhalt	3,6%
Schleswig-Holstein	3,2%
Thüringen	3,9%

Alter	
18 bis 19 Jahre	1,1%
20 bis 29 Jahre	12,1%
30 bis 39 Jahre	24,5%
40 bis 49 Jahre	21,6%
50 bis 59 Jahre	23,8%
60 Jahre und älter	16,9%

B. Demografie

Bildungsabschluss	
(Noch) kein Schulabschluss / noch Schülerin/Schüler an allgemeinbildender Schule	0,3%
Volks-/Grund-/Hauptschule ohne abgeschlossene Lehre/Berufsausbildung	2,7%
Volks-/Grund-/Hauptschule mit abgeschlossener Lehre/Berufsausbildung	12,4%
Mittlere Reife / weiterführende Schule ohne Abitur	27,4%
Abitur / Hochschulreife ohne Studium	28,2%
Studium (Universität, Hochschule, Fachhochschule, Akademie, Polytechnikum)	29,0%

Erwerbsstatus	
Nicht erwerbstätig / arbeitslos	2,4%
Angestellt (Vollzeit)	62,8%
Angestellt (Teilzeit)	13,4%
Selbstständig	11,5%
Schulpflichtig / studierend	3,3%
Pensioniert / in Rente	6,6%

Anzahl im Haushalt lebender Personen	
Eine Person	24,3%
Zwei Personen	39,3%
Drei Personen	22,5%
Vier oder mehr Personen	13,9%

C. Allgemeine Methodik

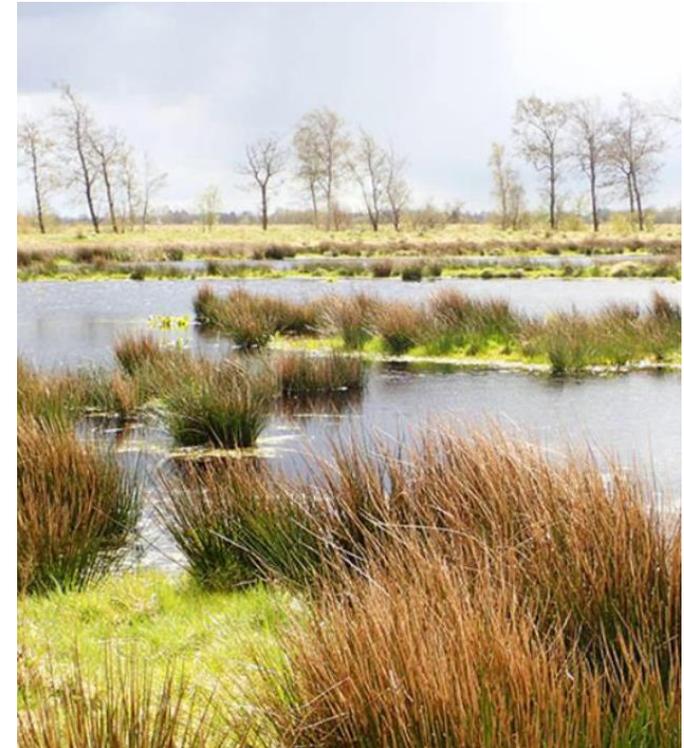
Kundenbefragung

- **Verfahren:** Internetgestütztes Verfahren des Computer Assisted Web Interviewing (CAWI). Die Interviewten füllen die Fragebögen direkt online aus.
- **Analyse:** In der Befragung kommt ein standardisiertes Befragungsinstrument zum Einsatz. Die Zufriedenheitswerte werden branchenübergreifend auf einer Likert-Skala mit fünf Ausprägungen erhoben, die in ein Punktesystem von 0 bis 100 überführt wird.
- **Rekrutierung:** Allgemeine Verbraucherbefragungen basieren auf einem Online-Access-Panel. Spezielle Personengruppen werden dagegen über verschiedene Kontaktwege durch gezielte Ansprache für eine Teilnahme gewonnen.
- **Untersuchungssample:** Das offene Design der Fragebögen gewährleistet, dass jedes Unternehmen/jede Marke der betrachteten Branche in die Untersuchung eingehen kann.
- **Stichprobengröße:** Der Stichprobenumfang einer Kundenbefragung richtet sich nach dem Untersuchungsziel und der Branche. Unternehmen/Marken, welche mindestens 100 bzw. 80 Kundenmeinungen erreichen, werden einzeln ausgewertet.
- **Qualitätskontrolle:** Kontrollfragen und rotierende Elemente im Design des Fragebogens, ausreichende Stichproben, die Prüfung von IP-Adressen und eine sorgfältige Datenbereinigung stellen die Qualität der Ergebnisse sicher.
- **Gesamtergebnis:** In die Festlegung der Gewichtungen fließen die Ergebnisse einer linearen Regression und die Relevanz der Kriterien aus Sicht der Kundinnen und Kunden ein.

D. Nachhaltigkeit

Unser Beitrag zum globalen Klimaschutz

- Nachhaltigkeit als Teil der Unternehmenskultur
- Seit 2020 kontinuierliches Umwelt-Engagement durch Beteiligung an Klimaschutzprojekten
- Regelmäßige Prüfung und Umsetzung von Maßnahmen zur CO₂-Reduzierung beim DISQ
- Jährliche Ermittlung des CO₂-Fußabdrucks des DISQ mit unabhängigem myclimate-Rechner
- Kompensation aller aktuell unvermeidbaren CO₂-Emissionen in Klimaschutzprojekte, etwa zur Renaturierung des Königsmoores in Schleswig-Holstein (CO₂-Zertifikate von MoorFutures)
- Mehr dazu online unter: disq.de/klima



Projekt: Wiedervernässung von Hochmoorgrünland im Königsmoor in Schleswig-Holstein

Fotoquelle: myclimate