

P R E S S E M I T T E I L U N G

Servicestudie: Online-Shops Universalversender

Hohe Versandkosten und große Unterschiede bei der Lieferdauer – Amazon ist Testsieger vor Baur und Otto

Hamburg, 26.03.2010 (ots) – Über die Hälfte aller Warenbestellungen im deutschen Versandhandel werden über das Internet getätigt. Die Vorteile überzeugen: Der Kunde ist nicht an Ladenöffnungszeiten gebunden, kann bequem von zu Hause aus shoppen und aus einer großen Bandbreite an Artikeln wählen. Doch welcher Anbieter liefert schnell und ist zuverlässig? Wie hoch sind die Versandkosten? Und bei welchem Online-Shop finden Verbraucher freundliche und kompetente Mitarbeiter?

Das Deutsche Institut für Service-Qualität untersuchte jetzt im Auftrag von n-tv zwölf bedeutende Online-Shops im Internet, die über ein breites Produktangebot wie zum Beispiel Bekleidung, Unterhaltungselektronik, Haushaltswaren oder Bücher verfügen. Im Rahmen einer umfassenden Serviceanalyse mit über 400 Kontakten wurden hierzu die Kontaktqualität per Telefon und E-Mail sowie der Internetauftritt der Unternehmen unter die Lupe genommen. Zusätzlich erfolgte die detaillierte Analyse der Versandqualität und der Bestell- und Zahlungsbedingungen.

Gesamtsieger der Studie „Bester Online-Shop Universalversender 2010“ wurde Amazon. Das Unternehmen überzeugte im Test vor allem durch den sehr schnellen und kostenfreien Versand sowie die kompetente Beratung am Telefon. Baur sicherte sich durch die zügige E-Mail-Bearbeitung, kurze Wartezeiten am Telefon sowie einen sicheren Bestellvorgang den zweiten Rang. Der Drittplatzierte Otto punktete mit der individuellen Bearbeitung von E-Mails und optimalen Rücksendemodalitäten.

Die größten Defizite offenbarten die Online-Shops beim Versandtest. Nur zwei Anbieter boten eine kostenfreie Lieferung an. Bei allen anderen Unternehmen lagen die Versandkosten bei 3,99 Euro bis 6,95 Euro. Die Lieferdauer schwankte auch sehr stark. „Während einige Sendungen bereits nach einem Werktag beim Kunden eintrafen, brauchten andere Päckchen bis zu eine Woche länger“, bemängelt Bianca Möller, Geschäftsführerin des Instituts.

Der telefonische Kundenkontakt offenbarte einige Verbesserungspotenziale. In über 70 Prozent der Fälle wurde das Gespräch nicht aktiv vom Mitarbeiter geführt und nur die wenigsten Anrufer wurden mit Namen angesprochen. Zwar war die Beratung sehr kompetent jedoch nicht individuell genug. Eine kostenfreie Hotline boten nur drei Online-Shops an. Kompensiert wurde dies jedoch durch die sehr kurzen Wartezeiten bis zum Beratungsgespräch.

Optimierbar sind auch die Internetauftritte der Online-Shops. Bei über der Hälfte der Unternehmen wurde die Optik der Seiten negativ bewertet. „Zwar enthielten die Webseiten viele nützliche Informationen zu den Artikeln und zur

Bestellung, jedoch waren sie den Kunden nicht übersichtlich genug“, erklärt Serviceexpertin Möller.

Mehr dazu: n-tv Ratgeber – Test, Freitag, 26.03. um 18:35 Uhr

Das Deutsche Institut für Service-Qualität verfolgt das Ziel, die Servicequalität in Deutschland zu verbessern. Das Institut prüft unabhängig anhand von mehrdimensionalen Analysen die Dienstleistungsqualität von Unternehmen und Branchen. Dem Verbraucher liefert das Institut bedeutende Anhaltspunkte für seine Kaufentscheidungen. Unternehmen gewinnen wertvolle Informationen für das eigene Qualitätsmanagement.

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

Ansprechpartnerin:

Bianca Möller
Telefon: 040 / 41 11 69 27
E-Mail: b.moeller@disq.de
www.disq.de

DISQ Deutsches Institut für
Service-Qualität GmbH & Co. KG
Curio-Haus
Rothenbaumchaussee 17
D-20148 Hamburg
Fon: +49 (0) 40 41 11 69 25
Fax: +49 (0) 40 41 11 69 22
info@disq.de · www.disq.de