



Illustration: Hannes Mercker

SCHREI VOR GLÜCK – ODER RUF ZURÜCK!?

Service-Check 2017, Teil 5: Wie schon in 2016 mussten sich Online- und Versandhändler erneut beweisen. Die große Frage: Geben sich die 150 Unternehmen nun mehr Mühe im Kundendialog?

Noch im Juni 2017 meldet der BEVH (Bundesverband E-Commerce und Versandhandel Deutschland e.V.) eine Steigerung der Umsätze im E-Commerce von 11,1 Prozent im 1 Halbjahr 2017 gegenüber dem Vorjahr. Im letzten Jahr übersprang der gesamte Online- und Versandhandel erstmals die Grenze von 70 Mrd. Euro Brutto-Umsatz und steht inzwischen für fast 13 Prozent des gesamten Einzelhandelsvolumens. Der Online- und Versand-

handel sichert sich somit jährlich ein immer größeres Stück vom Kuchen. Denken wir 20 Jahre zurück: Im Jahr 1997 machte der Distanzhandel einen geringen Anteil an den Umsätzen im Handel aus. Kleine, mittelständische und große Häuser wie beispielsweise Peek & Cloppenburg, Karstadt, Kaufhof oder Breuninger überzeugten mit einer professionellen Ansprache potentieller Kunden auf der Fläche, einer starken Personalbesetzung der Verkaufsflächen und kompetenter und individueller Beratung.

Diese Faktoren haben dazu geführt, dass Kunden ein Kauf-, Einrichtungs- oder Modehaus immer wieder als Stammkunden besucht haben. Damals galt aber im stationären Handel, was auch heute im Distanzhandel gilt: Markenware ist überall gleich, egal, ob sie beim Herrenausstatter in Gütersloh, bei Zalando im Internet oder bei einer großen Modekette gekauft wird. Der Service macht den Unterschied. Allerdings macht im Zeitalter der Digitalisierung und absoluten Transparenz immer öfter der Preis den Unterschied, der letztlich auf der Rechnung steht.

Die Digitalisierung hat in den letzten 15 Jahren viele neue und junge Unternehmen auf den Markt gebracht. Und viele traditionelle Händler haben mittlerweile den Schritt in die digitale Welt geschafft. Nun könnte man meinen, dass die neuen, dynamischen und jungen Unternehmen von Beginn an alles innovativer, effizienter und einfacher gestalten. Und dass etablierte Unternehmen sich auf ihre jahrelange Erfahrung und Kompetenz im Umgang mit Kunden stützen, sowie ihr Knowhow in Sachen Sortiment, Bedürfnisse und Anforderungen – und damit in der Onlinewelt punkten. Wie man diese Voraussetzungen auch bewertet – beide müssen im Distanzhandel Premium-Service bieten.

Im aktuellen Service-Check haben wir wieder die Kommunikationskanäle Telefon, E-Mail und Post der Unternehmen auf den Prüfstand gestellt. Neben der Qualität der Kommunikation wurde auch die Reaktionsgeschwindigkeit gemessen. 150 Unternehmen (siehe umseitige Liste) erhielten dazu in den letzten drei Monaten mindestens zweifiktive Anfragen. Die Ergebnisse dazu nun im Folgenden.

Kontaktkanal Telefon

Am Telefon wurde bei den 150 getesteten Unternehmen ein gängiges Szenario verwendet: Eine Neukundin möchte gerne erstmalig bestellen, und sie wünscht einen Einkauf auf Rechnung. Im Gespräch soll geklärt werden ob diese Zahlungsvariante Neukunden zur Verfügung steht, und welche Rahmenbedingungen an einen Kauf auf Rechnung gebunden sind.

Von den 150 getesteten Unternehmen haben 84 Unternehmen ein Sprachportal eingesetzt. Im Schnitt war in den 84 Fällen eine Auswahl notwendig, um einen persönlichen Ansprechpartner zu erreichen. Die durchschnittliche Wartezeit lag bei knapp 180 Sekunden. Besonders schnell kommen Kunden bei der Printus GmbH (0 Sekunden Warteschleife), bei der Westfalia Werkzeugcompany (0 Sekunde Warteschleife), bei der Pro Idee GmbH & Co. KG (3 Sekunden Warteschleife) und bei Eismann Tiefkühl Heimservice (9 Sekunden Warteschleife) durch. Etwas länger dauert es bei Peter Hahn (32 Sekunden Warteschleife), bei Office Depot (83 Sekunden Warteschleife) und bei der momox GmbH (110 Sekunden Warteschleife). Geduld müssen Kunden bei der Zalando SE (123 Sekunden Warteschleife) oder beim Versandhaus baby-walz (282 Sekunden Warteschleife) mitbringen.

Auszug aus dem Testprotokoll

„E.M.P. Merchandising Handelsgesellschaft mbH“: Der Kundenservice von EMP ist 7 Tage die Woche für Neu- und Bestandskunden erreichbar, unter der Woche von 8.00 - 20.00 Uhr, am Wochenende mit leicht angepassten Servicezeiten. Der Anruf erfolgte an einem Wochentag gegen 10 Uhr, es wurde ohne Sprachportal oder Wartezeit ein Ansprechpartner persönlich erreicht. Der Ansprechpartner wirkte im Gespräch sehr freundlich und kompetent. Neben der Beantwortung der Eingangsfrage wurden außerdem sehr proaktiv sehr hilfreiche Informationen für Neukunden mitgegeben. Ein Kauf auf Rechnung ist bei EMP möglich, die Abwicklung erfolgt über Klarna.

„3 Pagen Versand und Handelsges. MbH“: Das Unternehmen bewirbt die einzelnen Kontaktmöglichkeiten sehr prominent auf der Webseite, auch die Hotline ist an verschiedenen Stellen prominent platziert. Eine sympathische Dame mit Headset lädt dazu ein den Kundenservice auch telefonisch zu kontaktieren. Für die 01805-Rufnummer wurde gut sichtbar die Angabe der Anruferkosten platziert, leider konnten unsere Experten im Testdurchlauf an keiner Stelle Angaben zu den Servicezeiten der Hotline auf der Webseite finden. Das Unternehmen setzt auf ein kundenfreundliches Sprachportal,



Fauxpas: BADER Großversand antwortete einer Neukundin, sie müsse ihre Kundennummer bei einer Anfrage angeben.

nach einer Auswahl und 10 Sekunden Wartezeit hatte unser Testkunde bereits eine persönliche Ansprechpartnerin am Telefon. Auch in diesem Szenario erfolgte eine überdurchschnittlich freundliche Beratung, leider konnte die Agentin das Anliegen des Testkunden nicht lösen. Sie hatte keine Informationen zu den Zahlungsbedingungen für Neukunden. Welche Zahlungsmöglichkeiten zur Verfügung stehen, würde man als Kunde erst im Bestellprozess sehen. Sicherlich hängt die Aussage mit einer Bonitätsprüfung im Hintergrund zusammen, für den Kundendialog sollte es dann entsprechende Formulierungshilfen geben, die den Prozess verständlich und professionell erläutern.

Kommunikationskanal E-Mail

Klassisch wurde auch bei der E-Mail-Kommunikation ein Neukunden-Szenario verwendet: Der vorliegende 10 Euro-Gutschein für Neukunden war leider abgelaufen. Die potentielle Neukundin wünscht nun einen neuen Gutschein. Von den 150 Unternehmen haben 123 innerhalb von 4 Wochen auf die Anfrage reagiert. Von den 150 Unternehmen haben die Tester in 104 Fällen eine automatische Eingangsbestätigung erhalten. In 42 von 104 Eingangsbestätigungen wurde bereits angekündigt, dass sich aufgrund starker Nachfrage die Rückmeldung verzögern wird.

Am schnellsten im Test war die KAISER+KRAFT GmbH mit einer Reaktionsgeschwindigkeit von zwei Minuten. Auf dem zweiten Platz folgen der BADER Großversand und das Musikhaus Thomann, beide mit fünf Minuten. Ebenfalls taggleich antworteten der Schäfer Shop, die VBS Hobby Service GmbH, HSE24 und der Heine Versand. Am nächsten Tag antworteten Westfalia (23 Stunden) und bofrost (29 Stunden). Länger dauert es bei Engelbert Strauss (46 Stunden), Klingel (97 Stunden), dem BAUR Versand (118 Stunden) oder dem Schneider Versand (175 Stunden). Die durchschnittliche Reaktionszeit lag bei 22 Stunden. In den 123 Rückmeldungen war in 104 Fällen der Einsatz von Textbausteinen zu erkennen. In 18 von 104 Fällen haben die verwendeten Textbausteine und/oder Formulierungshilfen komplett nicht zur Kundenanfrage gepasst.

Auszug aus dem Testprotokoll

„BADER Großversand“: Das Unternehmen reagierte in rekordverdächtigen fünf Minuten auf die E-Mail der potentiellen Neukundin. Auf die E-Mail der Neukundin mit dem Betreff „Neukunden Gutschein“ wurde mit dem Betreff „Kundennummer?“ geantwortet. Im Anschreiben wird darum gebeten, dass die potentielle Neukundin ihre Kundennummer und/oder ihre vollständige Anschrift mitteilt,

ONLINE- UND VERSANDHANDELSUNTERNEHMEN IM SERVICE CHECK 2017

21sportsgroup	21sportsgroup GmbH	Eurotops	EUROTOPS Versand GmbH	Musikhaus Thomann	Musikhaus Thomann e.K.
3 Pagen	3 Pagen Versand und Handelsges. mbH	Fashion for Home	fashion4home GmbH	Mymuesli	mymuesli GmbH
4Care	4CARE GmbH	Fashionette	Fashionette GmbH	MyTheresa	mytheresa.com GmbH
Ahrens+Sieberz	Ahrens+Sieberz GmbH & Co.KG	Frontline	Frontline GmbH	Notebooksbilliger.de	notebooksbilliger.de AG
Akah	Albrecht Kind GmbH	Fun Factory	Fun Factory GmbH	Opitec	OPITEC-Handel-GmbH
Alba Moda	Alba Moda GmbH	Gaerner	gaerner GmbH	Orion	ORION Versand GmbH & Co Komm.ges.
Alpha Bürobedarf	alpha-Manfred Wenzel GmbH & Co.KG	Gärtner Pötschke	Gärtner Pötschke GmbH	Otto Office	OTTO Office GmbH & Co KG
Amazon	Amazon.de GmbH	Gebrüder Götz	gebrüder götz GmbH & Co.KG	Otto Versand	Otto (GmbH & Co KG)
asgoodasnew	asgoodasnew electronics GmbH	Gefro	GEFRO-Reformversand Frommlet KG	Outfittery	OUTFITTERY GmbH
Atel. Goldner Schnitt	Atelier Goldner Schnitt GmbH	Giffits	Giffits GmbH	Papier Liebl	Papier LIEBL GmbH
Avides Media	AVIDES Media AG	Gourmondo	Gourmondo Food GmbH	Pearl	Pearl GmbH
Axro	AXRO Bürokomm. Distrib. Import Export	Grube Forstgeräte	Grube KG Forstgerätestelle	Peter Hahn	Peter Hahn GmbH
Baby-Walz	baby-walz GmbH	Haneu	HANEU Katalog GmbH	Printus	Printus GmbH
Bader	Bruno Bader GmbH + Co.KG	Happy Size	Happy Size Versand GmbH & Co.KG	Pro-Idee	Pro-Idee GmbH & Co.KG
Baehr	Gustav Baehr GmbH	Heimfrost	HEIMFROST Schumacher GmbH & Co KG	Promondo	Promondo Verlag & Versand GmbH
Baldur Garten	Baldur-Garten GmbH	Heine	Heinrich Heine GmbH	Redcoon	redcoon GmbH
Basler Haar-Kosmetik	Basler Haar-Kosmetik GmbH & Co.KG	Hermann E. Sieger	Hermann E. Sieger GmbH	Reichelt Elektronik	reichelt elektronik GmbH & Co.KG
Baur Versand	Baur Versand GmbH & Co.KG	Herrenausstatter.de	DePauli AG	Resin	resin GmbH & Co. KG
Bayer. Münzkontor	Bayerisches Münzkontor GmbH & Co. KG	Hess Natur	Hess Natur-Textilien GmbH	Saalfrank	Saalfrank Qualitätswerbartikel GmbH
Bechtle Direkt	Bechtle direct GmbH	HSE	Home Shopping Europe GmbH	Schäfer Shop	SSI Schäfer Shop GmbH
Bergfreunde	Bergfreunde GmbH	Home24	Home24 AG	Schecker	Schecker GmbH
Best Secret	Best Secret GmbH	Hotelwäsche Müller	Hotelwäsche Erwin Müller GmbH & Co.KG	Schneider Versand	Schneider GmbH & Co.KG
Bettmer	Bettmer GmbH	Internetstores	internetstores GmbH	Schwab Versand	Schwab Versand GmbH
Bike24	Bike24 GmbH	Jago	JAGO AG	Sparhandy	SH Telekommunikation Deutschland GmbH
Bofrost	bofrost* Dienstleistungs GmbH & Co.KG	Jako	JAKO AG	Sport Sohn	Sport Sohn Handel GmbH & Co.KG
Brands4friends	Private Sale GmbH	Jako-O	Jako-o Möbel und Spielmittel für die junge Familie GmbH	Sport Thiemer	Sport-Thiemer GmbH
Bricksy	Bricksy Christoph Blödner	Jamara	JAMARA e.K. Inhaber Manuel Natterer	Tausendkind	tausendkind GmbH
Brigitte Hachenburg	Brigitte Exquisit Service GmbH	Junghans Wollversand	Junghans Wollversand GmbH & Co.KG	teNeues Calendars & Stationery	te Neues Calendars & Stationery GmbH
Brille24	Brille24 GmbH	Kaiser+Kraft	KAISER+KRAFT GmbH	Tien	Tien WLS GmbH
brillen.de Optik	SuperVista AG	Kiesewetter	Kiesewetter KG	Töns Rügemer Dieff.	Töns-Rügemer-Dieffenbacher GmbH & Co.
Büromarkt Böttcher	Büromarkt Böttcher AG	Kimmich	Kimmich Mode-Versand GmbH & Co.KG	TopdeQ	DMP Design Möbelvertrieb Pfungstadt GmbH
Buttinette	buttinette Textil-Versandhaus GmbH	Klingel	K-Mail Order GmbH & Co.KG	Udo Bär	UDO BÄR GmbH & Co.KG
Caseking	Caseking GmbH	Krähe Versand	Krähe-Versand GmbH & Co.KG	UPF Deutschland	UPF Deutschland GmbH
Cyberport	Cyberport GmbH	Krieg Industriegeräte	KRIEG Industriegeräte GmbH & Co.KG	Valmano	Valmano GmbH
Deerberg	Deerberg GmbH	Küchen Quelle	Küchen Quelle GmbH	VBS Hobby Service	VBS Hobby Service GmbH
Digital River	Digital River GmbH	Lampenwelt	Lampenwelt GmbH & Co.KG	Viking Direkt	Office Depot Deutschland GmbH
Dormando	Bettzeit GmbH	Land's End	LANDS' END GmbH	Volmary	Volmary GmbH
Dorothee Schumacher	Schumacher GmbH	Limango	Limango GmbH	Walbusch	Walbusch Walter Busch GmbH & Co. KG
Dress For Less	dress-for-less Verwaltungs GmbH	Lyreco Deutschland	Lyreco Deutschland GmbH	Walser Versand	Walser GmbH & Co. KG
Duttenhofer	Duttenhofer GmbH & Co. KG	Maas Natur	Maas-Naturwaren GmbH	Walzer Elektronik	Walzer Elektronik Vertriebsgesell.mbH
Eddie Bauer	Eddie Bauer GmbH & Co. KG	Madeleine Mode	Madeleine Mode GmbH	Waschbär	Triaz GmbH
Egle	Wilhelm Egle GmbH	Manufactum	Manufactum GmbH & Co.KG	Wehrfritz	Wehrfritz GmbH
Egü Modeversand	Egü Modeversand GmbH	MDM Dt. Münze	MDM Münzhandelsges. mbH & Co.KG	Westfalia	Westfalia Werkzeugcompany GmbH & Co.KG
Eismann	Eismann Tiefkühl-Heimservice GmbH	Memo	memo AG	Westwing	Westwing GmbH
Elsbeth Müller	Elsbeth Müller Vertriebs KG	Mercateo	Mercateo AG	windeln.de	windeln.de GmbH
Elumeo	elumeo SE	Mindfactory	Mindfactory AG	Witt /Witt-Preisland	Josef Witt GmbH
EMP Merchandising	E.M.P. Merchandising Handelsges. mbH	Mister Spex	Mister Spex GmbH	Zalando	Zalando SE
Emporium Merkator	Emporium Merkator Münzhandelsges.mbH	Modomoto	Curated Shopping GmbH	Zooplus	zooplus AG
Engelbert Strauß	Engelbert Strauß GmbH & Co. KG	Momox	momox GmbH	ZooRoyal	ZooRoyal GmbH
Equiva	EQUIVA GmbH	Musik Produktiv	Musik Produktiv GmbH & Co.KG		
Erwin Müller	Erwin Müller Versandhaus GmbH				

nur dann könnte man ihr weiterhelfen. Würde diese die Daten bereitstellen, dann würde man sich bald bei ihr melden. Für die Rückmeldung kann es vier mögliche Gründe geben: a) Das Anliegen wurde überhaupt nicht richtig gelesen, b) die E-Mail wurde von einer „Maschine“ (KI) beantwortet, c) Bader hat einen Fehler im Prozess, d) es wurden die falschen Textbausteine zusammengedrückt. Die Vermutung der Tester: Wahrscheinlich eine Kombination von a) und b), denn die schlechte Formatierung der Textblöcke und Absätze deutet darauf hin, dass hier im Akkord Textbausteine zusammengedrückt wurden.

„Eismann Tiefkühl-Heimservice GmbH“: Die Rückmeldung von Eismann erfolgte

innerhalb von 23 Stunden und 58 Minuten per E-Mail. Etwas irritierend ist, dass die finale Rückmeldung gar kein Anschreiben an die Kundin enthält, keine Ansprache, kein „vielen Dank für Ihre E-Mail“. Es wurde lediglich der Verlauf der internen Ticketbearbeitung weitergeleitet, inklusive der kompletten internen Kommunikation wie: „Könnt ihr damit etwas anfangen?“, „...bitte erfragen um welchen Gutschein Code es sich genau handelt“, und „Wenn die Kundin dann eine online Vorbestellung macht, können wir den Gutschein nachpflegen. Ansonsten bitte folgenden 5 Euro Gutscheincode der Kundin mitteilen: 31LL4033e N15“. Nun bleibt die Überlegung, ob es sich hier um einen Fehler handelt, oder man

man einfach aus Zeitgründen auf ein Anschreiben verzichtet hat ...?

Kommunikationskanal Brief

Auch die klassische Kommunikation auf dem Postweg stand beim Service-Check 2017 der Versandhändler erneut auf dem Prüfstand, da dieser Kommunikationskanal nach wie vor gefragt ist. In zwei Durchläufen haben alle 150 fokussierten Unternehmen zwei unterschiedliche Anfragen per Post erhalten. Im ersten Durchlauf haben 112 von 150 Unternehmen innerhalb von 4 Wochen geantwortet, im zweiten Durchlauf haben 124 der 150 Unternehmen auf die postalische Anfrage reagiert. Am schnellsten im Test war

Planet Sports mit einer Reaktion direkt am nächsten Tag. Ebenfalls innerhalb von zwei Tagen haben Walbusch, Detlev Louis, Yves Rocher, Hornbach, Otto, Cyberport und Computeruniverse geantwortet. Etwas länger warten Kunden bei babymarkt.de (vier Tage), bei PEARL (vier Tage), bei Media Markt (fünf Tage), bei Ernsting's family (fünf Tage) oder bei Teufel (sechs Tage). Lange Wartezeiten müssen Kunden beim BAUR Versand (sieben Tage), bei Amazon Deutschland (sieben Tage) oder OBI (acht Tage). Die hinteren Plätze belegen beispielsweise Peter Hahn (elf Tage) oder Esprit Friends (zwei Wochen). Das Schlusslicht im aktuellen Test: Schuhtempel24 mit über zwei Monaten Wartezeit auf die postalische Rückmeldung des Unternehmens. Über alle Rückmeldungen lag die durchschnittliche Antwortzeit bei sechs Tagen, über alle 236 Rückläufer.

In den insgesamt 236 ausgewerteten Antwortschreiben wurde in 220 Fällen Geschäftspapier verwendet. In 16 Fällen hat der Kundenservice lediglich Kopierpapier (ohne Branding) für die Rückmeldung genutzt. In 192 von 236 Rückläufern wurde der Einsatz von Textbausteinen erkannt, in neun Fällen passte der Textbaustein überhaupt nicht zum Kundenanliegen.

Auszug aus dem Testprotokoll

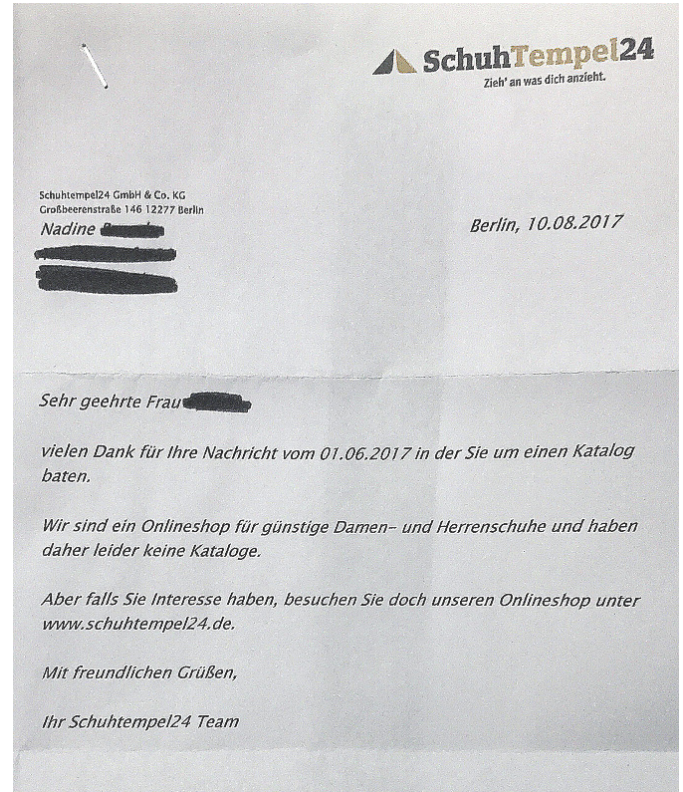
„Weltbild“: In dem Szenario schildert die Kundin Probleme bei der Auswahl der Zahlungsmöglichkeiten (Kauf auf Rechnung nicht möglich) und reklamiert, dass auf eine vorhergehende E-Mail noch nicht vom Unternehmen reagiert wurde. Weltbild antwortet lediglich kurz und knapp mit „Ihre Bestellung haben wir bis heute leider nicht erhalten. Bitte teilen Sie uns noch einmal Ihre gewünschten Titel und Ihre Anschrift mit. Wir freuen uns auf Ihre Nachricht“. Hier wurde auf keinen der beiden Punkte aus dem Kundenanschreiben (fehlende Zahlungsmöglichkeit & keine Reaktion auf die E-Mail der Kundin eingegangen) eingegangen. Es wurde auch kein Bedauern geäußert oder ein Versuch unternommen, sich für die Reklamation der Kundin zu entschuldigen. Ein weiteres Problem: Es wurde nicht die eigentliche Absenderin (Helga Nachname) sondern ein weiteres Familienmitglied (Nadine Nachname) angeschrieben. Aus einem

früheren Service-Check war das zweite fiktive Familienmitglied in der Kundendatenbank gespeichert, offensichtlich wurde bei der Bearbeitung dieser – falsche – Datensatz ausgewählt.

„DocMorris“: Das Unternehmen hat innerhalb von fünf Tagen auf die Anfrage der Testkundin reagiert. In der Einleitung entschuldigt sich der Kundenservice für die verspätete Rückmeldung. Im weiteren Verlauf wird auf das Kundenanliegen konkret eingegangen. Das Anschreiben von DocMorris gehört im Service-Check 2017 zu den wenigen fünf Unternehmen, die individuell und professionell auf alle geschilderten Punkte der fiktiven Kundin eingegangen sind. Ausführlich werden die einzelnen Punkte nach und nach ausführlich erläutert. Für das skizzierte Szenario werden Lösungsvorschläge präsentiert, ergänzt um einige hilfreiche Informationen für ein Handling des Onlineshops. Für eine optimale Bestellabwicklung wird beispielsweise der Browser Mozilla Firefox empfohlen, bei Problemen könnte sich die Kundin jederzeit telefonisch mit der Hotline in Verbindung setzen. Eine persönliche Note im letzten Absatz - das Anschreiben wurde persönlich unterschrieben.

Fazit

Das Ergebnis im neuen Versandhandels-Service-Check ist „eigentlich“ als gut zu bewerten – allerdings schnitten einige Unternehmen deutlich schlechter als im Vorjahr ab. Besonders in der schriftlichen Kundenkorrespondenz (Brief & E-Mail) wurde we-



Das Schlusslicht im aktuellen Test: Schuhtempel24 brauchte über zwei Monate für eine postalische Rückmeldung.

niger individuell auf das Kundenanliegen eingegangen. Und bei der Formulierung von Reklamationen oder Beschwerden hielten sich etliche Unternehmen sehr bedeckt bei dem Ausspruch von Bedauern oder einer Entschuldigung. Offensichtlich wurde auch, dass viele Versandhändler noch nicht auf eine Omni-Channel-Plattform im Kundenservice setzen. Wenn ein Kunde das Unternehmen mit demselben Anliegen über drei verschiedene Kanäle kontaktet und mindestens zwei verschiedene Rückmeldungen erhält, ist das ein untrügliches Anzeichen dafür, dass hier noch nicht ganzheitlich gedacht beziehungsweise vorgegangen wird. Solche Unternehmen verspielen die Gunst ihrer Kunden. Wie lange kann man sich das im Versandhandel leisten?



Nadine Brzen ist Junior Key Account Managerin bei Gevekom. Benjamin Barnack ist Mitglied der Geschäftsleitung bei Gevekom.