

Trustpilot Studie: Online-Shops Deutschland

Die schwarzen Schafe beim Online-Shopping und wie sich Verbraucher schützen können

Zusammenfassung

Trustpilot Aps

Carlo Giese
Country Manager Deutschland

www.trustpilot.de

Mail: carlo@trustpilot.com

Telefon: +45 69 91 12 82

Gustaw Wieds Vej 10a

8000 Århus C

Dänemark

CVR/VAT: DK30276582

Inhaltsverzeichnis

Einführung	3
Zusammenfassung	4
Wie sich Verbraucher schützen können	5
Die schwarzen Schafe	6
<i>Medinasat-gmbh.de</i>	6
<i>Phonehouse.de</i>	7
<i>Snogard.de</i>	7
<i>Vobis.de</i>	8
<i>Baldur-garten.de</i>	9
<i>myby.com</i>	10
<i>vistaprint.de</i>	11
<i>Opodo.de</i>	11
<i>Eventim.de</i>	12
<i>Quelle.de</i>	13
Vergleich zu drei sehr guten Online-Shops	14
<i>Elektroshopwagner.de</i> :	14
<i>Easynotebooks.de</i>	14
<i>Csv-direct.de</i>	15
Allgemeine statistische Angaben zur Studie	16
Über Trustpilot	16
Allgemeiner Teil	17

Einführung

Ziel der Studie von Trustpilot ist es, die Kundenzufriedenheit beim elektronischen Kauf von Gütern zu vergleichen und besonders schlechte Anbieter auffindig zu machen. In dieser Form ist die Studie einmalig und liefert einen umfassenden Einblick in die Welt des E-Commerce. Grundlage der folgenden Studie sind Bewertungen von vorherigen Kunden. Weiterhin wurde untersucht, ob Zertifizierungen vorliegen.

Datengrundlage sind insgesamt 4069 gelistete deutsche Online-Shops mit 144.043 verfügbaren Kundenbewertungen bei Trustpilot. Der Durchschnitt aller Online-Shops beträgt 7,2 von 10 mögliche Punkte und der Median beträgt 8,7 von 10. Insgesamt weisen 1217 Shops ein schwächeres Rating als 7,2 auf. Der Trustscore ist ein Datum gewichteter Durchschnitt.

Zusammenfassung

- ✘ Die Hauptursache für Ärgernisse beim Online-Kauf sind ein schwacher Kundenservice und lange Lieferzeiten
- ✘ Zertifizierungen bieten keinen umfassenden Schutz gegen Enttäuschungen beim Online-Kauf
- ✘ Es kam häufiger vor, dass vorher schlecht bewertete Online-Shops nur die Domain geringfügig geändert haben, jedoch ansonsten wenig geändert haben. Darüber hinaus werden von Firmen regelmäßig mehrere Domains gleichzeitig betrieben, allerdings mit unterschiedlicher Trustscore.
- ✘ Bekannte Marken und Händler sind keine Garantie dafür, dass der Kauf reibungslos von Statten geht
- ✘ Kleine, unbekannte Händler weisen einen signifikant besseren TrustScore auf
- ✘ Insgesamt sind Anbieter mit schwachem Service im Internet eher selten, die Quote beträgt 11,07%.
- ✘ Aufgrund dessen das 76%¹ der Kunden das jeweilige Unternehmen vor dem Kauf googeln, sind vorherige Kundenbewertungen eminent wichtig für Online-Shops
- ✘ Verbraucher haben wesentlich mehr Informationsquellen zur Verfügung und vor allem schneller die Möglichkeiten einen Shop nach Vertrauenswürdigkeit zu überprüfen

¹ EIAA Online Shoppers 2008

Wie sich Verbraucher schützen können

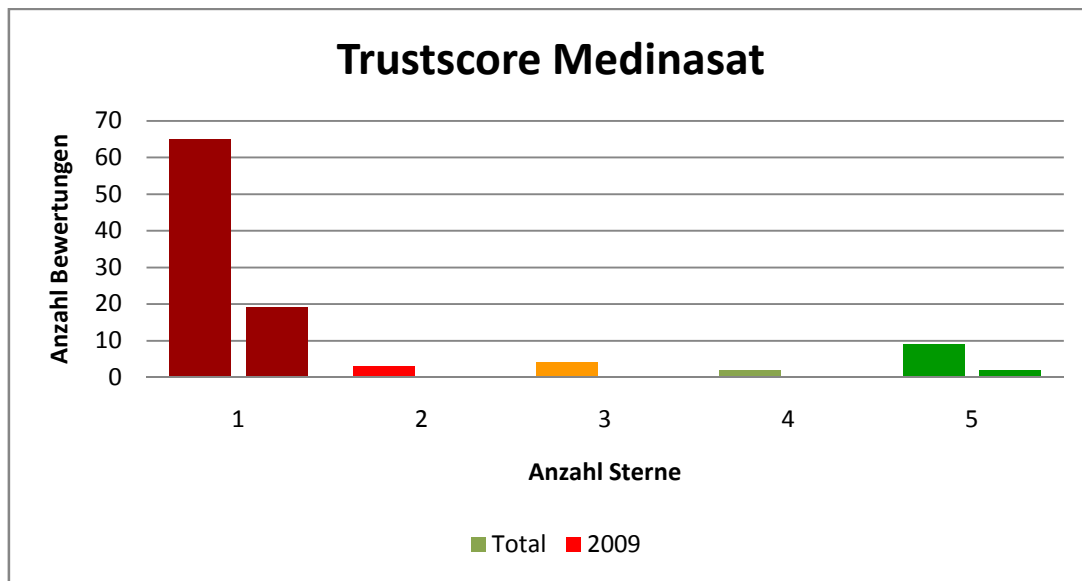
- ☑ Eine Suche bei Kundenbewertungsportalen informiert über vorherige Kundenmeinungen; Schlechte Kundenbewertungen weisen auf Unzuverlässigkeit und Ärgernisse hin
- ☑ Ein Blick in das Impressum bietet Informationen, wer verantwortlich ist und wo das Unternehmen seinen Sitz hat
- ☑ Zertifizierungen sind hilfreich, jedoch sind die Anbieter meistens nicht komplett unabhängig
- ☑ Eine kurze Google Suche zu dem Domain Namen kann sehr hilfreich sein, um mehr über den Shop zu erfahren
- ☑ Unbedingt auf eine verschlüsselte Datenübertragung achten
- ☑ Öfters bieten Shops ein verlängertes Widerrufsrecht achten
- ☑ Bei dem Preisvergleich ebenfalls mögliche Versandkosten miteinbeziehen
- ☑ Bei nicht Erhalt der Ware, ein Einschreiben mit Fristsetzung aufzusetzen
- ☑ Öffentlich im Internet schlechte Online-Shops anprangern

Die schwarzen Schafe

Die folgenden zehn Shops schnitten mit am schlechtesten ab:

Medinasat-gmbh.de: Trustscore 1,9 von 10; n= 83

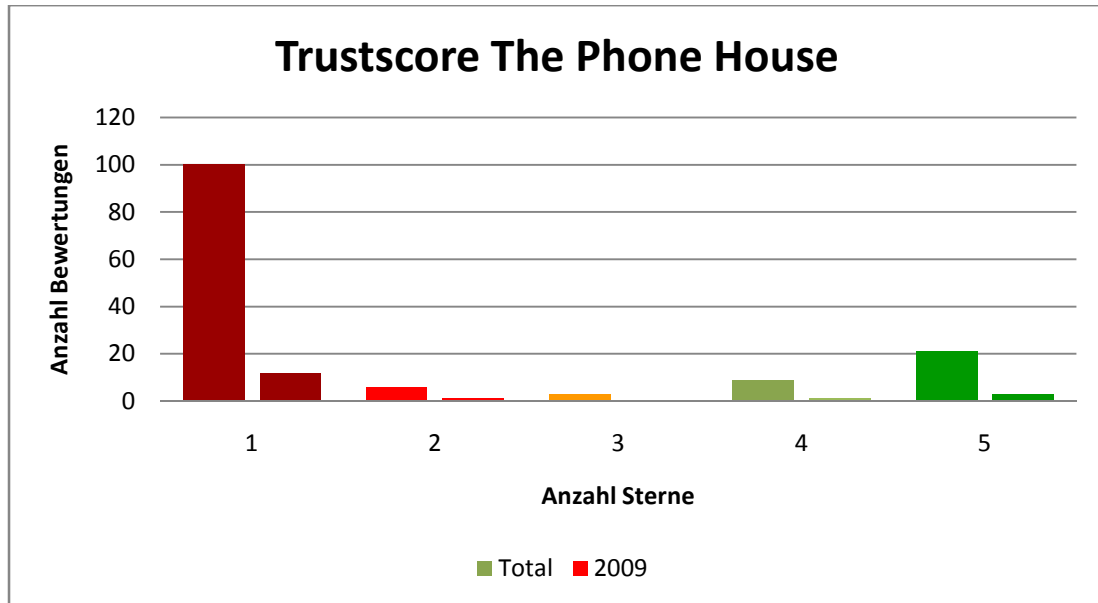
Die Firma MedinaSat GmbH firmiert als Fachhandel für Satellitentechnik. Die Firma ist zertifiziert von Trusted Shops.



Schwachstellen hier sind mangelnde Transparenz und ein schwacher Telefonservice

Phonehouse.de: Trustscore 2,7 von 10; n=139

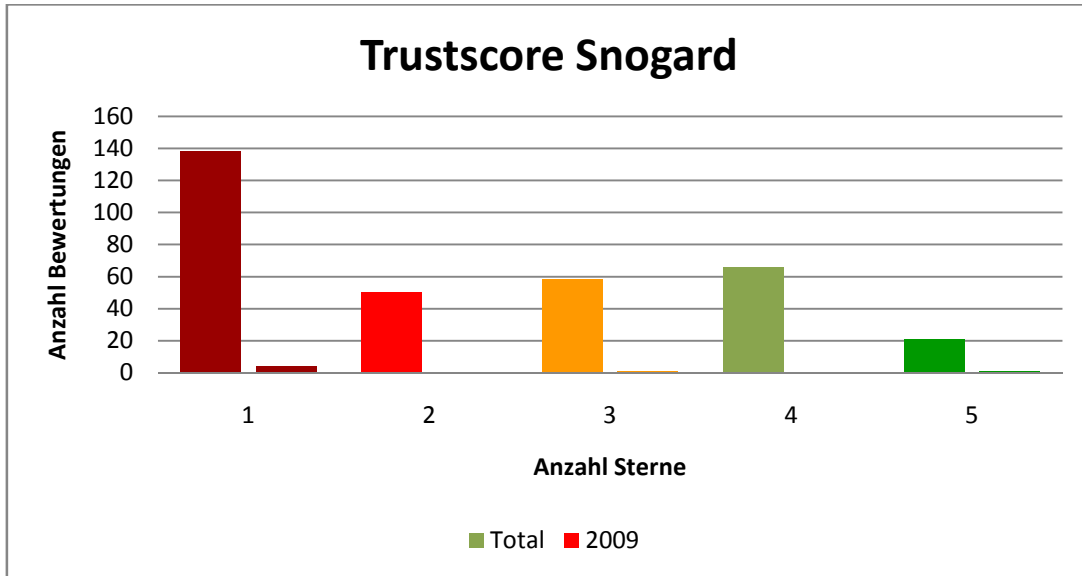
Bei The Phone House in Deutschland erhalten Kunden die umfassenden Produkte der großen und bekannten Telekommunikationsmarken unter einem Dach.



Schwachstellen bei The Phone House sind u.a. der Kundenservice und teilweise lange Wartezeiten bei Anfragen.

Snogard.de: Trustscore 2,8 von 10; n=333

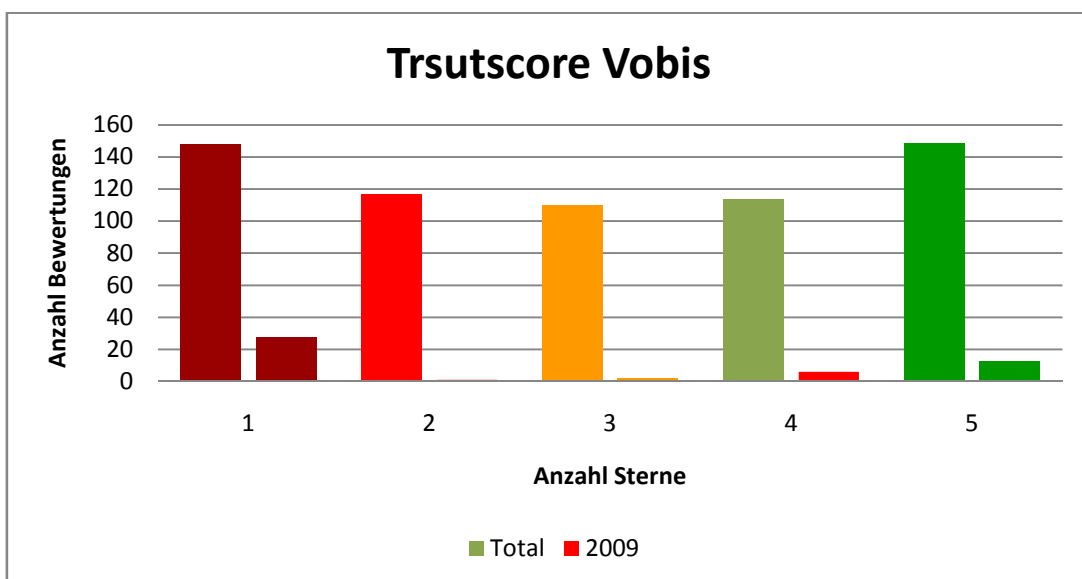
Snogard Computer GmbH firmiert als Computerhandel mit Sitz in Frechen. Snogard ist als geprüfter Online-Shop EHI vom Bundesverband des Deutschen Versandhandels e.V. zertifiziert.



Als Schwachstellen hier erwiesen sich die Produktbeschreibungen und hohe Versandkosten.

Vobis.de: Trustscore 2,9 von 10; n=218

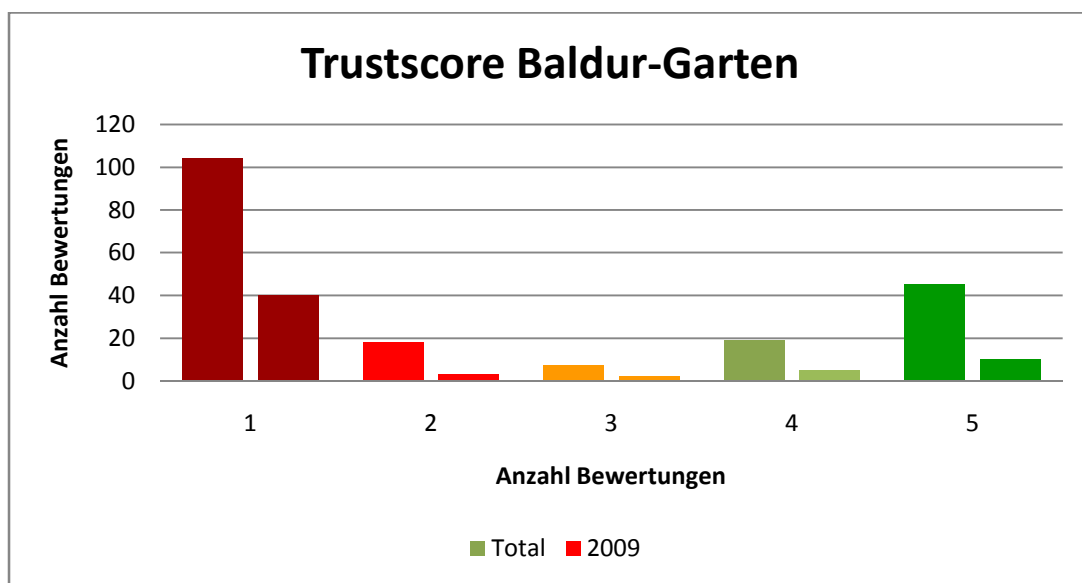
Vobis beschreibt sich selbst als zuverlässigen Partner an Ihrer Seite – mit exzellenter Beratung, einer großen Auswahl weltbekannter IT-Marken in hervorragender Qualität zum genial günstigen Preis.



Kritikpunkte hier gab es vor allem über schwachen Kundendienst und lange Lieferzeiten.

Baldur-garten.de: Trustscore 3,8 von 10; n=193

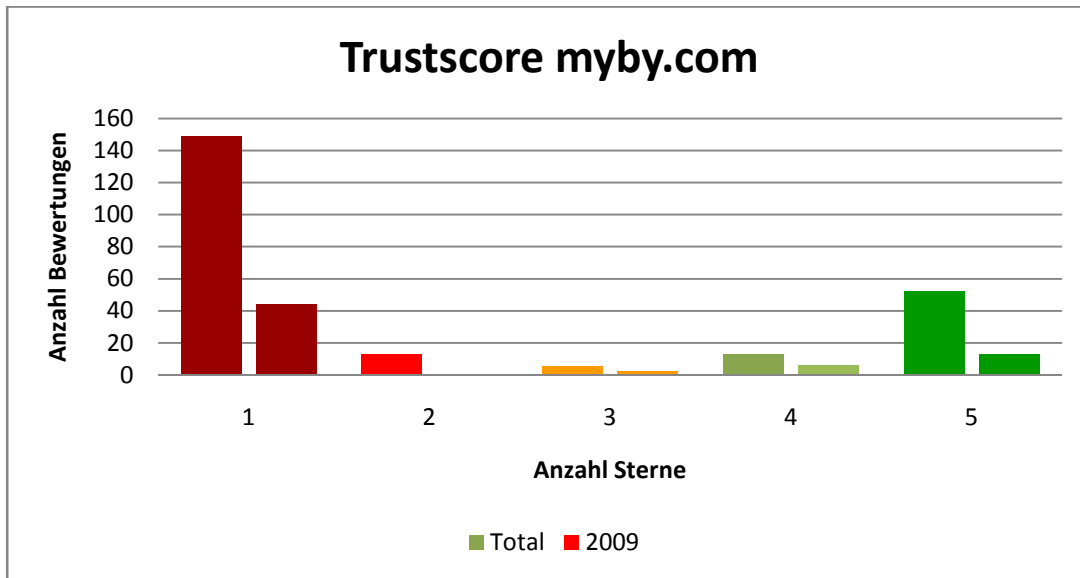
Baldur-Garten GmbH ist ein Pflanzen- und Gartenversand. Baldur-Garten ist als geprüfter Online-Shop EHI vom Bundesverband des Deutschen Versandhandels e.V. zertifiziert.



Mangelhaft hier waren lange Lieferzeiten und die Qualität der Ware.

myby.com: Trustscore 4,0 von 10; n= 232

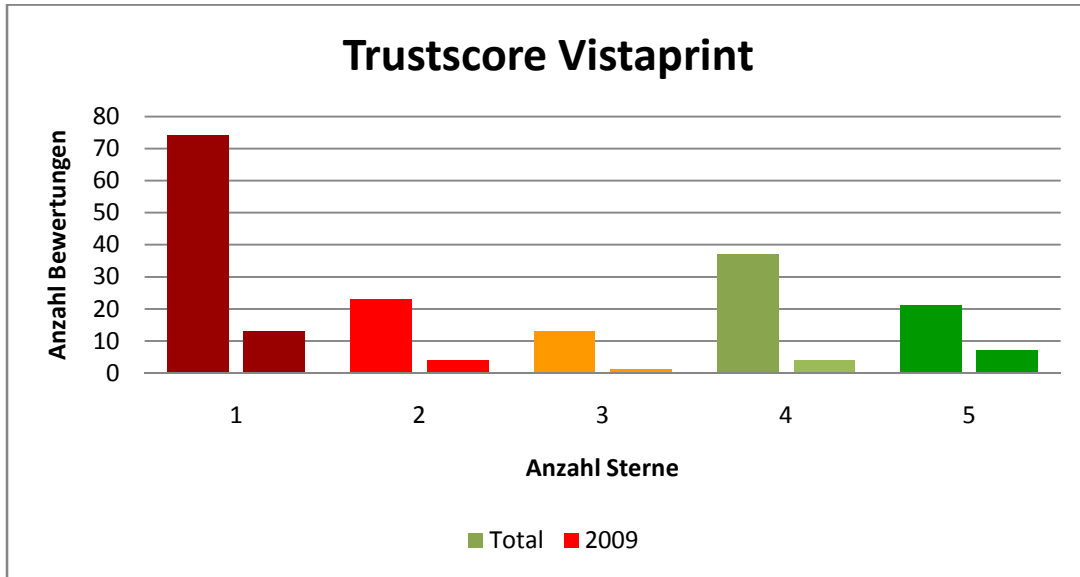
Myby.com stellt sich als der große Online-Elektronik-Fachmarkt mit besonders günstigen Preisen, einer schnellen Lieferung, einer kompetenten Beratung sowie einem zuverlässigen Service vor.



Schwachstellen waren hier vorwiegend der Kundendienst und lange Lieferzeiten.

vistaprint.de: Trustscore 4,2 von 10; n=168

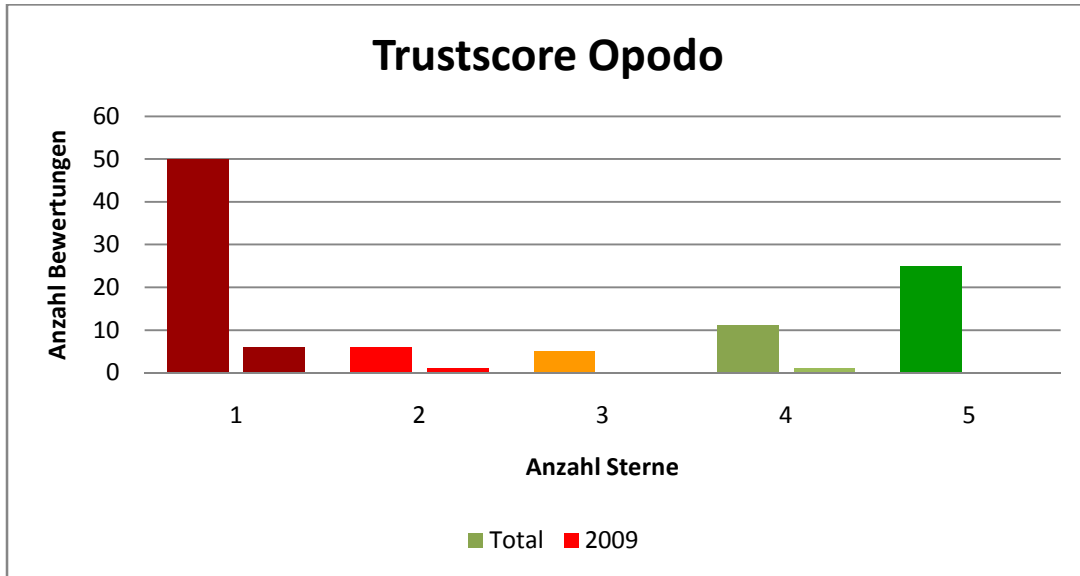
Vistaprint, betrieben von Vistaprint Limited auf den Bermudas, bietet nach Selbstaussage hochwertige Druckprodukte auch bei niedrigen Bestellmengen zu einem unglaublichen Preis.



Kritikpunkte gab es vor allem im Bereich Lieferzeiten.

Opodo.de: Trustscore 4,3 von 10, n= 97

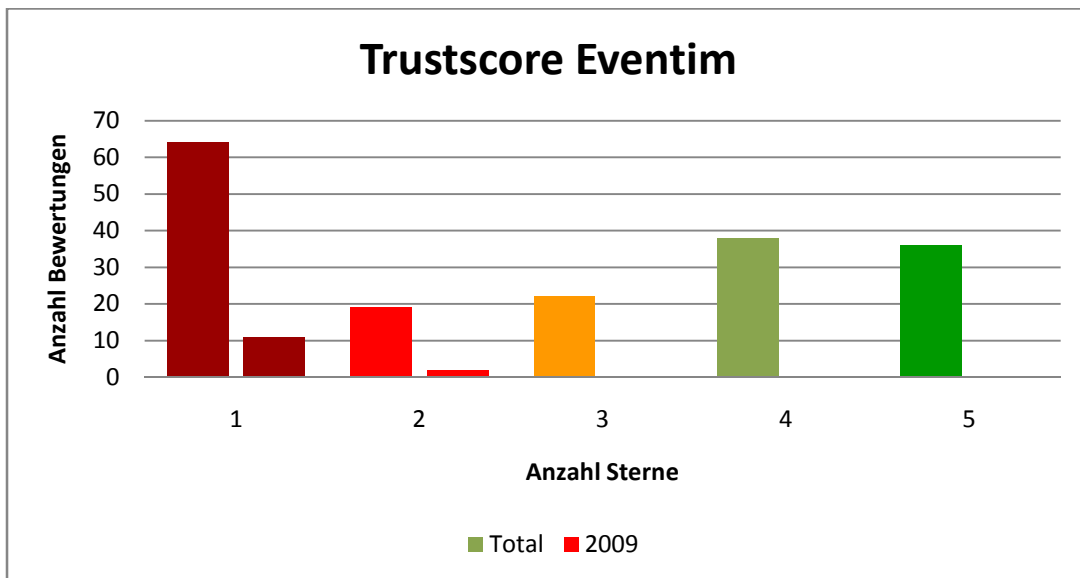
Opodo.de bietet, nach Selbstaussage, als Online-Reiseservice das volle Repertoire der Reiseleistungen. Mit geprüfter Qualität, Sicherheit und Transparenz ist opodo.de laut TÜV SÜD safer-shopping Maße vertrauenswürdig.



Als kritikwürdig stellten sich hohe Stornogebühren und ein schwacher Kundenservice heraus.

Eventim.de: Trustscore 4,4 von 10; n=179

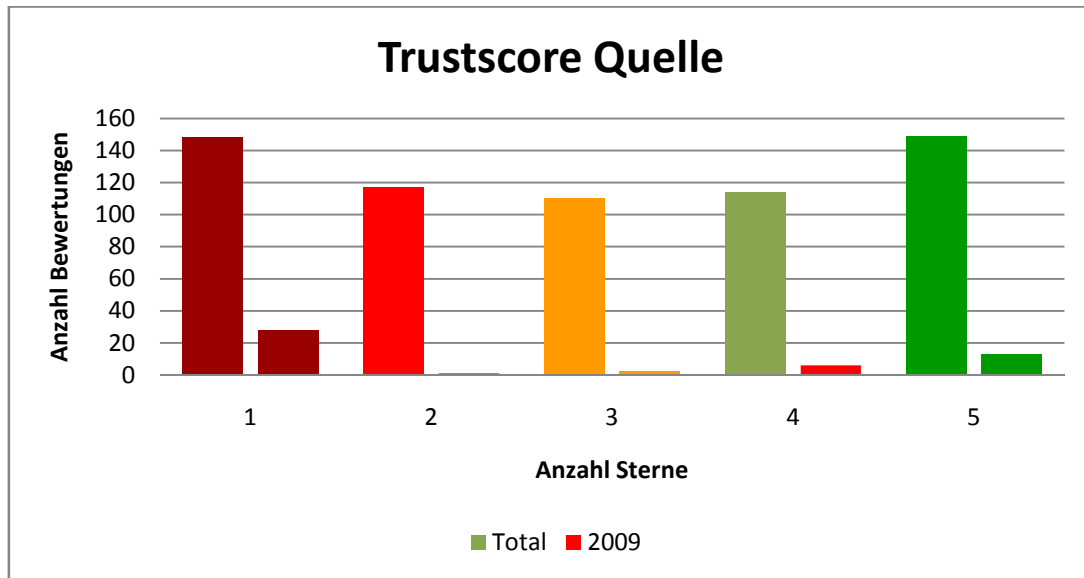
Laut Eigenwerbung ist Eventim der Rund-ums-Ticket-Service im Internet.



Schwachstellen hier sind versteckte Kosten und ein schwacher Service.

Quelle.de: Trustscore 4,4; n= 638

Quelle stellt sich selbst als führendes europäisches Homeshopping Unternehmen vor. Quelle ist als geprüfter Online-Shop EHI vom Bundesverband des Deutschen Versandhandels e.V. und vom TÜV-SÜD zertifiziert.

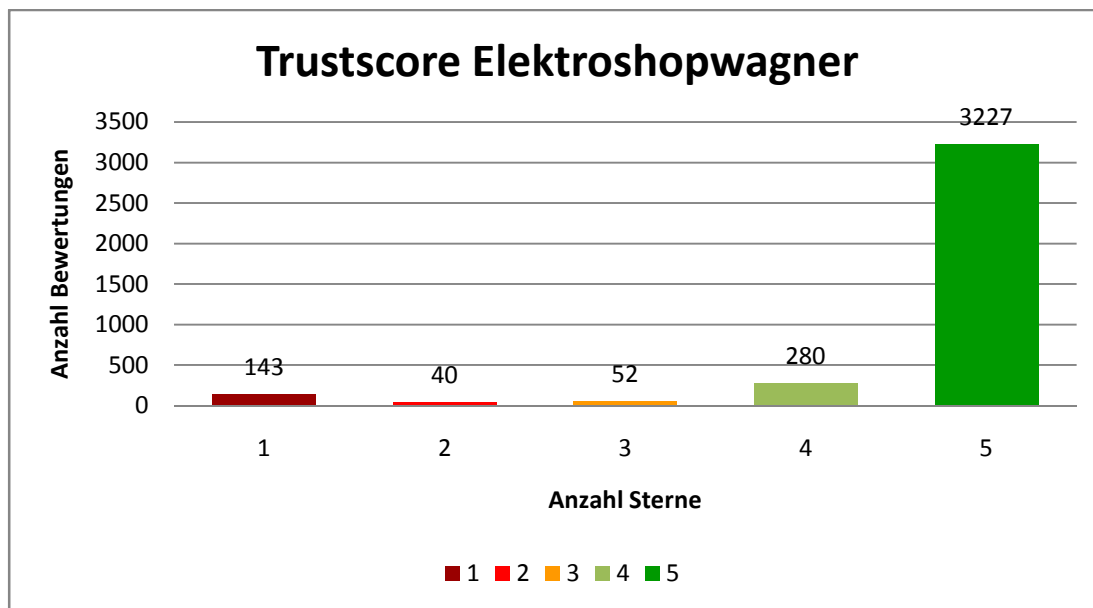


Als kritikwürdig stellten sich der Kundendienst und lange Lieferzeiten heraus.

Vergleich zu drei sehr guten Online-Shops

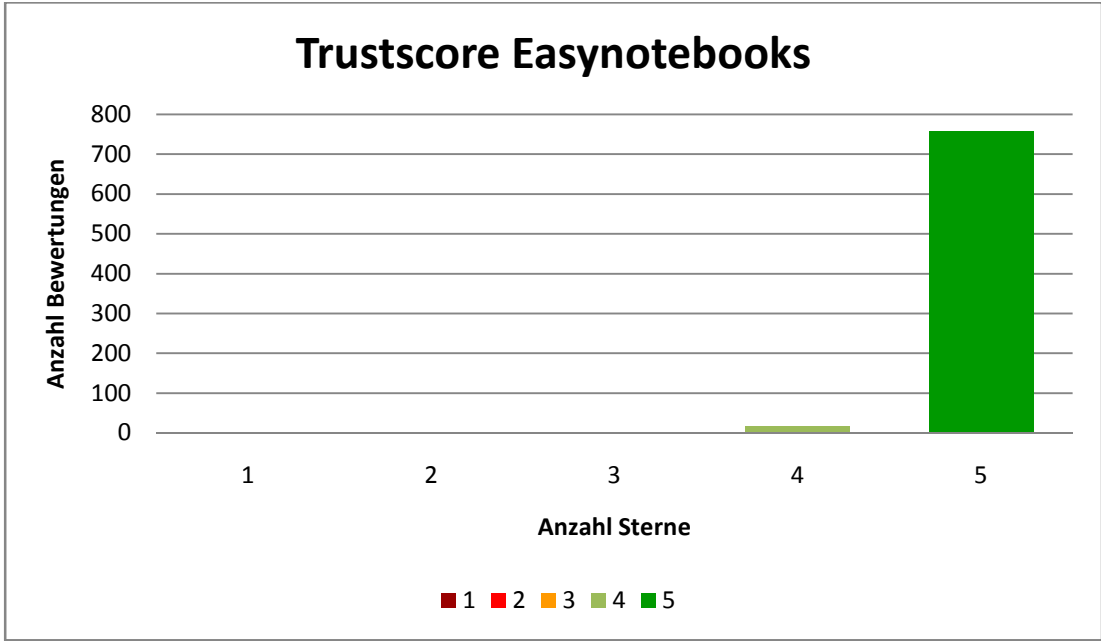
Elektroshopwagner.de: Trustscore 9,6 von 10; n=3791

Elektroshopwagner vertreibt Elektronikartikel für den Haushalt. Zertifiziert ist als geprüfter Online-Shop EHI vom Bundesverband des Deutschen Versandhandels e.V.



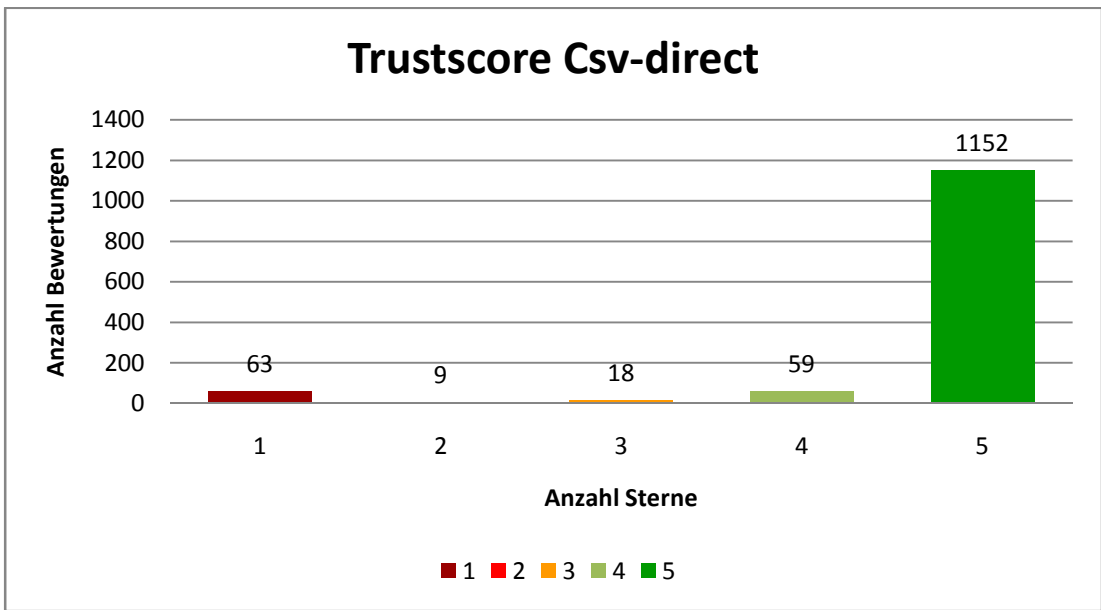
Easynotebooks.de: Trustscore 9,9 von 10; n= 771

Laut Website, betreut NetFactory seit 1989 gewerbliche Firmen und private Endkunden durch verschiedene Vertriebskanäle sowohl online als auch im stationären Handel im Bereich Computer.



Csv-direct.de: Trustscore 9,4 von 10; n=1168

CSV-direct aus Berlin ist Händler von Elektronikartikeln. Zertifiziert als Trusted Shop und vom EHI vom Bundesverband des Deutschen Versandhandels e.V als geprüfter Online-Shop bestätigt.



Allgemeine statistische Angaben zur Studie

Anzahl Bewertungen: n=144.043

Zeitraum t=10 Jahre

Für die Einzelbetrachtung gilt:

1. Über 80 verfügbare Bewertungen
2. Mindestens zwei Quellen

Untersuchte Quellen sind:

Trustpilot.de, Ciao.de, Shopping.com, Dooyoo.de, Shopauskunft.de, Preissuchmaschine.de, Yopi.de, Idealo.de, Kelkoo.de, Schottenland.de, Billiger.de, tweakers.net, pricerunner.de

Über Trustpilot

- ✘ Trustpilot hat bereits über 1,2 Millionen Kundenbewertungen aus 125 Quellen von ca. 48.000 Online-Shops erfasst
- ✘ Trustpilot sammelt außer Kundenbewertungen noch Zertifizierungssiegel, Medienartikel und zeichnet Insolvenzfälle auf
- ✘ Trustpilot wurde 2007 in Dänemark gegründet und ist weiterhin aktiv in Großbritannien, den Niederlanden, den Vereinigten Staaten von Amerika, Rumänien und Russland. Geplant für 2009 sind außerdem der Markteinstieg in Frankreich, Spanien und Italien
- ✘ Verbraucher erlangen schnell und übersichtlich mit Hilfe von Trustpilot eine Übersicht über die Verlässlichkeit des Online-Shops
- ✘ Unternehmen bietet Trustpilot die Möglichkeit eine bessere Außendarstellung zu bekommen

Allgemeiner Teil

Die Studie beschäftigt sich mit der Kundenzufriedenheit beim Online-Shopping. Unter der Rubrik Online-Shopping fallen alle Einkäufe die auf elektronischem Wege erledigt werden. Vorteile des Online-Shoppings sind in den meisten Fällen der niedrigere Preis im Vergleich zum normalen Gewerbe und ständiger Verfügbarkeit, selbst an Wochenenden und Feiertagen. Der Verbraucher ist somit unabhängiger und flexibler von Öffnungszeiten und kann zudem leichter Preise zwischen verschiedenen Shops vergleichen. Haupteinkaufsgüter sind Elektronikartikel, Bücher und sonstige leicht zu transportierbare Güter. Jedoch ist es auch möglich ausgefallene Produkte, wie z.B. Hundezubehör kostengünstig online zu erwerben.

Der Hauptunterschied zum „normalen“ Geschäft besteht darin, dass weniger Personal benötigt wird. Jenes Personal wird hauptsächlich für die Versendung bestellter Waren oder dem Kundenservice benötigt. Kostenvorteile sind außerdem aufgrund der mangelnden physikalischen Präsenz, bei Lagerung und Logistik vorhanden.

Online-Shopping erlebte in den letzten Jahren außerordentliches Wachstum und immer größerer Verbreitung innerhalb der Bevölkerung. Bereits 65%² der deutschen Haushalte verfügen über einen Internetanschluss und aufgrund der stetigen Ausweitung, kann davon ausgegangen werden, dass sich hierdurch die abgeleitete Nachfrage erhöhen wird. Mittlerweile haben bereits 80% aller europäischen Internetnutzer schon einmal online eingekauft; im Vergleich zu 2004 hat sich diese Rate verdoppelt³. Nach einer anderen Studie⁴ haben in den letzten 12 Monaten nur 30,7% der Deutschen nicht online eingekauft.

Prinzipielle Überlegungen der Verbraucher, neben der Preisfrage, beim Online-Kauf sind, ob man dem Shop vertrauen kann. Die Ware bzw. der Shop kann physisch vorher nicht eingesehen werden. Hieraus resultieren folgende Fragenstellungen:

Wird die Ware tatsächlich geliefert? Inwieweit sind meine Daten geschützt? Was passiert mit meinen Bezahlinformationen? Im Falle eines Defekts oder sonstigen

² Statistisches Bundesamt, Statistisches Jahrbuch 2008

³ EIAA Online Shoppers 2008

⁴ Quelle Webshopping 2009

Beanstandung, kann man die Ware anstandslos zurück geschickt werden? Wird der Verkäufer die Garantie bzw. Gewährleistungspflicht einhalten?

Die meisten Online-Shopper beurteilen die Vertrauenswürdigkeit eines Shops auf der Grundlage von Layout, Markennamen oder mit Hilfe der Platzierung bei Google. Andere führen zeitaufwendige Suchmaschinen Forschungen durch, um möglichst viel über den Shop zu erfahren. Nach einer Studie aus dem Jahre 2008⁵ nutzen 78% der Online-Shopper Suchmaschinen und 59% Websites von bekannten Marken als Schlüsselinformationsquellen.

Im Laufe der Zeit haben sich verschiedene Hilfsmittel für den Verbraucher entwickelt, welche den Online-Kauf transparenter, sicherer und nachvollziehbarer machen sollen.

Angelehnt an das Bewertungsprinzip von Ebay, dem größten Online-Auktionshaus der Welt, bieten verschiedene Webseiten die Möglichkeit an, Erfahrungsberichte zu einzelnen Shops und Dienstleistungen zu verfassen. Bekannte Vertreter sind u.a. Ciao.de, dooyoo.de und idealo.de. Weiterhin sind Bewertungen meistens auch auf Preisvergleichsportalen, wie z.B. Preissuchmaschine oder billiger.de und auf reinen Verbraucherportalen zu finden.

Verschiedene Zertifikateanbieter haben sich ebenfalls am Markt etabliert. Je nach Fokus soll die Datensicherheit, die Transparenz oder eine sichere Zahlungsprozedur garantiert werden. Hauptsächlich funktioniert das Prinzip der Zertifizierung via eine statische Überprüfung und nach erfolgreicher Prüfung kann der Online-Shop ein Siegel in den Internetauftritt mit einbinden. Bekannte Anbieter von Zertifikaten sind Trusted-Shops, TÜV-Süd und die EHI Geprüfter Online-Shop.

Trustpilot hat es sich zur Aufgabe gemacht, dem Verbraucher zu helfen vertrauenswürdige Online-Shops zu finden. Dem Verbraucher wird eine Profilseite von jedem Unternehmen angeboten, auf welcher sich eine Zusammenfassung aller Kundenbewertungen von den bekannten Portalen übersichtlich dargestellt finden lässt. Weiterhin sind zu jedem Shop vermerkt, welche Zertifikate er unterstützt und ob Medienartikel verfügbar sind.

⁵ EIAA Online Shoppers 2008

Auf Grundlage voriger Kundenmeinungen ergibt sich ein verlässliches Bild davon, inwieweit ein Online-Shop ordentlich arbeitet und wie gut er im Vergleich zu Wettbewerbern steht.

Aus den gesammelten Bewertungen berechnet Trustpilot einen eigenen Trustscore, welcher in einfacher und verständlicher Weise die Vertrauenswürdigkeit eines Shops wieder spiegelt. Das Trustscore enthält folgende Kriterien:

- Das Alter der Bewertung
- Wie viele Bewertungen bisher von der Quelle erfasst wurden
- Ob es sich um eine Bewertung von einem Trustpilot-Nutzer handelt, oder ob sie aus einer externen Quelle stammt

Der erste Schritt besteht aus der Berechnung des gewichteten Durchschnitts aller internen Bewertungen, wobei das Alter der Bewertung ebenfalls mit einfließt:

Ebenso erfolgt eine Berechnung für die externen Quellen. Das Alter der Bewertung wird in ein Verhältnis zum Alter aller Bewertungen gesetzt.

Die Berechnung der totalen Trustscore beruht auf folgender Formel:

$$av = \frac{iw \sum_{i=1}^{ic} uw_i * tw_i * ir_i + ew \sum_{i=1}^{ec} etw_i * er_i + aw \sum_{i=1}^{asc} ar_i * ac_i}{iw \sum_{i=1}^{ic} uw_i * tw_i + ew \sum_{i=1}^{ec} etw_i + aw \sum_{i=1}^{asc} ac_i}$$

Der letzte Schritt besteht aus der Einbeziehung von der Anzahl von verfügbaren Bewertungen. Mit Hilfe des Bayesianischen Durchschnitts ergibt sich folgende finale Formel:

$$tr = \frac{ds * mean + (ic + ec + \sum_{i=1}^{asc} ac_i) * av}{ds + ic + ec + \sum_{i=1}^{asc} ac_i}$$

Zeichenerklärung:

- ☑ Av: Ein gewichteter Durchschnitt von allen Quellen
- ☑ ir: Internes individuelles Rating(1 Stern = 0.0, 2 Sterne = 2.5, 3 Sterne = 5.0, 4 Sterne = 7.5, 5 Sterne = 10.0)
- ☑ iw: Interne Bewertungen werden stärker gewichtet
- ☑ uw: Benutzergewichtung, nachdem erfahrene Benutzer stärker gewichtet werden als neue Benutzer

- ✔ tw: Zeitgewichtung; neue interne Bewertungen werden stärker gewichtet
- ✔ ic: Anzahl interne Bewertungen
- ✔ er: Externes individuelles Rating, auf einer Skala von 0.0 bis 10.0
- ✔ ew: Externe Bewertungen werden schwächer gewichtet
- ✔ etw: Zeitgewichtung; neue externe Bewertungen werden stärker gewichtet
- ✔ ec: Anzahl externer Bewertungen
- ✔ aw: Gewichtung für aggregierte Bewertungen
- ✔ ar: Durchschnitt aggregierter Bewertungen
- ✔ ac: Anzahl Bewertungen aus aggregierter Quelle
- ✔ asc: Anzahl aggregierte Quellen
- ✔ tr: Trustscore
- ✔ ds: Zeitraum

Anmerkungen zur Berechnung:

Eine Gewichtung nach Alter der Bewertung kann schneller als eine statische Analyse auf Änderungen bei dem Kundenservice hinweisen und kann vor neuen Schwachstellen warnen. Dies führt zu einer faireren und präziseren Bewertung.

Durch die Nutzung des Bayesianischen Ansatzes wird eine untere Grenze, ein so genannter Sicherheitsbereich, nicht benötigt, denn sie ist Formel inhärent.

Je mehr Bewertungen verfügbar sind, desto enger ist das Konfidenzintervall und die statistische Signifikanz steigt.

Je mehr Quellen verfügbar sind, desto repräsentativer und unabhängiger vor absichtlichen Falschbewertungen wird das Profil eines Unternehmens.

Je aktueller die Bewertungen sind, desto repräsentativer spiegeln sie den aktuellen Kundenservice wieder.

Kontaktinformationen

Trustpilot Aps

Carlo Giese

Country Manager Deutschland

www.trustpilot.de

Mail: carlo@trustpilot.com

Telefon: +45 69 91 12 82

Gustaw Wieds Vej 10a

8000 Århus C

Dänemark

CVR/VAT: DK30276582