

PRIMUS

DAS INFO-MAGAZIN DES DEUTSCHEN INSTITUTS FÜR SERVICE-QUALITÄT

**Für Sie
unter die Lupe
genommen**



APRIL 2009

Rechtsschutzversicherer auf dem Prüfstand



Wer sich vor Gericht verteidigen muss oder klagen will, hat oft hohe Kosten zu tragen. Eine gute Rechtsschutzpolice hilft. Bei welchen Versicherern Sie bei niedrigen Prämien gut aufgehoben sind.

Paketversender im Leistungsvergleich



Wenn es um den Versand von Paketen geht, sind Geschwindigkeit, Sicherheit und ein günstiger Preis gefragt. Das Deutsche Institut für Service-Qualität hat geprüft, welche Paketversender hohen Kundenansprüchen genügen.

Nürnberg vorn

In Zusammenarbeit mit n-tv nahm das Deutsche Institut für Service-Qualität die zehn größten Flughäfen unter die Lupe.

Manch bayerischer Geschäftsreisender oder Tourist wird künftig lieber vom Airport Nürnberg als vom Flughafen München seine Flugreisen starten. Dies gilt für jene, die von den Ergebnissen der Flughafen-Studie des Deutschen Instituts für Service-Qualität (DISQ) erfahren haben. Die Hamburger Service-Tester nahmen im Auftrag des Senders n-tv die zehn größten deutschen Flughäfen unter die Lupe.

Kritische Leistungsprüfung

Mit Besuchen vor Ort, Test-Telefonaten und -E-Mails prüften die Mitarbeiter des Instituts die Leistungen der Airport-Mitarbeiter. Auch Daten wie Parkplatz-Kosten, Anbindung an den nächsten Hauptbahnhof oder die Ausstattung mit Geschäften und Konferenzräumen flossen in die Untersuchung ein. Ganz groß heraus kam der kleinste Flughafen im Test: Sieger ist der Airport Nürnberg vor Frankfurt und Düs-



Airport Nürnberg: gute Note für Infrastruktur.

seldorf. Der Flughafen München schaffte es lediglich auf Platz sechs. Insgesamt erwies sich die Servicequalität der Flughäfen nur als befriedigend. „Die größten Defizite zeigten sich bei der Freundlichkeit und Motivation des Servicepersonals“, sagt DISQ-Geschäftsführer Markus Hamer.

Einsatz für mehr Servicequalität

Das Deutsche Institut für Servicequalität verfolgt seit seiner Gründung im Juni 2006 das Ziel, die Servicequalität in Deutschland zu verbessern.

Das Institut führt als Mediendienstleister unabhängige Servicestudien für Verbraucher durch, die von diversen Fach- und Publikumsmedien beauftragt beziehungsweise veröffentlicht werden. Unternehmen können Studien nicht in Auftrag geben.

Das Hamburger Institut gibt dem Verbraucher Orientierung im Bereich Service sowie Konditionen und bietet Anhaltspunkte für die Kaufentscheidungen. Das Marktforschungsinstitut prüft unabhängig anhand von aufwendigen Analysen die Servicequalität von Unternehmen und Branchen. Untersucht werden dabei Serviceleistungen und unterschiedliche Kanäle der Kommunikation zwischen Kunden und Anbieter (z. B. Filiale, Telefon, E-Mail und Website).

Insgesamt sind rund 1 500 geschulte Tester in ganz Deutschland im Einsatz. Ein Team aus Ökonomen, Soziologen und Psychologen entwickelt die Testkonzeptionen und wertet die Ergebnisse aus. Um die Servicewünsche der Verbraucher zu kennen, werden regelmäßig Gruppendiskussionen geführt. Auch Unternehmen gewinnen durch die Tests des Instituts wertvolle Informationen für ihr Qualitätsmanagement. Sie erfahren, in welchen Bereichen sie im Vergleich zur Konkurrenz gut aufgestellt sind und wo sie ihren Service noch verbessern müssen.

**DEUTSCHES INSTITUT
FÜR SERVICE-QUALITÄT**



Liebe Leserin, lieber Leser,

Ich freue mich sehr, Ihnen heute die erste Ausgabe von PRIMUS vorstellen zu können. In Kooperation mit der GELDIdee informieren wir Sie über Ergebnisse aktueller Studien des Deutschen Instituts für Service-Qualität. Seit der Gründung des Instituts 2006 wurden in rund 50 Untersuchungen zahlreiche Anbieter auf den Prüfstand gestellt – meist im Auftrag von Medien. Unsere rund 1500 Tester nahmen unter anderem Online-Shops, Banken oder System-Gastronomien unter die Lupe. Informationen dazu finden Sie auch auf der Website www.disq.de. In Vorbereitung sind zurzeit Studien über Drogerien, Anbieter von Kreuzfahrten sowie Hotlines von TV-Geräte-Herstellern.

Immer mehr Konsumenten tun sich angesichts der – auch durch den Siegeszug des Internets – immer weniger überblickbaren Vielfalt schwer, Entscheidungen zu treffen. DISQ will Ihnen mit PRIMUS wertvolle Informationen liefern, die Sie bei der Auswahl von Anbietern unterstützen sollen.

Viel Spaß beim Lesen!

Ihr
Markus Hamer

Geschäftsführer Deutsches Institut
für Service-Qualität

Impressum

Primus ist eine Sonderveröffentlichung der DISQ Deutsches Institut für Service-Qualität GmbH & Co. KG, Rothenbaumchaussee 17, 20148 Hamburg

Redaktion und Layout: Anne-Katrin Gülck (verantw.), Esther Sambale, Yvonne Vahland

Fotos: iStockphoto (5), PR (4)

Police für alle Fälle

Gerichtsprozesse sind mit hohen Kosten verbunden. Eine Rechtsschutzversicherung sichert das finanzielle Risiko ab. Anbieter im Test.



Richterhammer: Prozesse können teuer zu stehen kommen.

Ein überhängender Ast an manchem Gartenzaun reicht aus, um einen ermüdenden Nachbarschaftsstreit auszulösen, der in vielen Fällen sogar vor Gericht landet. Aber auch Ärger mit dem Arbeitgeber, einem Händler, Unfallgegner oder dem Vermieter sind vielfach Anlass für langwierige juristische Auseinandersetzungen.

Der Gang zum Rechtsanwalt kann richtig teuer werden: Ein Streitwert von nur 2000 Euro verursacht schon in der ersten In-

stanz Kosten von bis zu 1200 Euro. Trotzdem verzeichneten die deutschen Zivilgerichte allein 2006 rund 1,7 Millionen neue Gerichtsverfahren. Die Erfahrung zeigt: Wer ohne Kostenrisiko klagen kann, setzt seine Ansprüche oftmals leichter durch.

Kostspielige Auseinandersetzung

Eine Rechtsschutzversicherung übernimmt in der Regel nicht nur die Anwaltsgebühren und Gerichtskosten, sondern auch die Entschädigung für Sachverständige und Zeu-

gen. Geht der Prozess verloren, trägt sie außerdem die Kosten des Prozessgegners. Ohne entsprechenden Schutz verzichtet wahrscheinlich so mancher auf sein Recht – selbst bei guten Chancen.

Wer sich für den Fall der Fälle entsprechend absichern möchte, hat die Qual der Wahl. Rechtsschutzversicherungen werden in vielen verschiedenen Varianten angeboten, oft als Paket, je nach Zielgruppe, aus diversen Leistungsbausteinen zusammengesetzt.

Das Testergebnis im Überblick

Die besten Anbieter von Kombinationsprodukten aus Privat-, Berufs- und Verkehrsrechtsschutz sowie die Punkteverteilung in den Bereichen Versicherungsprämie und Versicherungsausstattung:

	Gesamtergebnis		Versicherungsprämie 50%		Versicherungsausstattung 50%	
	Punkte*	Rang	Punkte*	Rang	Punkte*	Rang
WGV	76,4	1	99,9	1	52,9	16
DMB	73,2	2	86,7	3	59,7	10
ALLRECHT	73,1	3	89,2	2	57,1	13

Folgende 22 Versicherungen, Direktversicherer und Rechtsschutz-Spezialanbieter wurden in die aktuelle DISQ-Analyse aufgenommen: Advocard, Allrecht, Arag, D.A.S., DA Direkt, Debeka, Deurag, DEVK, Direct Line, DMB, HUK24, HUK-Coburg, Jurpartner, LVM, Nürnberger/Neue Rechtsschutz, Örag, R+V, Rechtsschutz Union, Roland, VHV/Neue Rechtsschutz, WGV, Württembergische.

* Auf einer Skala von 1 bis 100 (100 Punkte sind maximal erreichbar)

Quelle: DISQ

**DEUTSCHES INSTITUT
FÜR SERVICE-QUALITÄT**

1. PLATZ

**Beste Rechts-
schutzversicherung**
Paket Privat, Beruf, Verkehr

TEST 02/2009
Im Vergleich: 22 Versicherungen

www.disq.de
DISQ GmbH & Co. KG

Siegel: Aus der aktuellen Studie des DISQ ging die WGV als Testsieger hervor.

Checkliste

Vor dem Abschluss einer Rechtsschutzpolice sollten folgende Fragen beantwortet werden:

- Bis zu welchem Streitwert gewährt die Versicherung Kostendeckung?
- Ist eine Selbstbeteiligung enthalten, und wenn ja, in welcher Höhe?
- Welche Streitfälle werden von der Versicherung übernommen?
- Bestehen vielleicht andere Versicherungen und Mitgliedschaften (Mieterverein, Gewerkschaft o.ä.), die ebenfalls bestimmte Prozesskosten abdecken?

WGV überzeugt bei Prämien

Um die unterschiedlichen Angebote für den Verbraucher transparenter zu machen, untersuchte das Deutsche Institut für Service-Qualität im Zeitraum November 2008 bis Januar 2009 insgesamt 22 Versicherungen, Direktversicherer und Rechtsschutz-Spezialanbieter, die Kombinationsprodukte aus Privat-, Berufs- und Verkehrsschutz anbieten. Gesamtsieger in der Studie wurde die WGV Schwäbische Allgemeine Versicherung AG vor DMB

und Allrecht. Die Schwaben boten das beste Kombinationsprodukt aus Privat-, Berufs- und Verkehrsrechtsschutz und überzeugten durch günstigste Versicherungsprämien – sowohl ohne Selbstbeteiligung als auch bei einer Selbstbeteiligung mit 150 Euro. In vier von acht untersuchten Modellfällen bot die WGV die preiswertesten Prämien. In Hinblick auf dieses Untersuchungskriterium zeigten sich sehr große Unterschiede zwischen den Anbietern: „Bei drei der acht ermittelten Tarife lagen zwischen dem günstigsten und dem teuersten Anbieter mehr als 100 Prozent Beitragsunterschied bei vergleichbarer Versicherungsausstattung“, sagt DISQ-Geschäftsführerin Bianca Möller.

Ein Vergleich lohnt sich

Für eine Police der WGV zahlt ein Ehepaar oder eine Familie 142,20 Euro pro Jahr – bei einer Selbstbeteiligung in Höhe von 150 Euro. Wer bei Debeka versichert ist, muss für das gleiche Angebot mehr als das Doppelte hinlegen. Der sorgsame Vergleich der Angebote empfiehlt sich also in jedem Fall. Eine Rechtsschutzpolice lohnt sich vor allem für Vielfahrer (Verkehrsrechtsschutz) und bei drohenden Problemen am Arbeitsplatz. Ein kurzfristiger Abschluss bringt jedoch nichts, da der Schutz erst nach drei Monaten greift.

Testkriterien

Ziel der Studie ist es, Transparenz bei Privat-, Berufs- und Verkehrsrechtsschutz-Kombinationsprodukten herbeizuführen.

- Das DISQ untersuchte von November 2008 bis Januar 2009 insgesamt 22 Versicherungen, Direktversicherer und Rechtsschutz-Spezialanbieter, die Kombinationsprodukte aus Privat-, Berufs- und Verkehrsrechtsschutz anbieten.
- Im Rahmen einer umfangreichen Internetrecherche wurden zunächst Informationen über die Versicherungsprämien und die Versicherungsausstattung gewonnen; die Daten wurden im Rahmen von Pressestellenanfragen validiert und ergänzt.
- Für jeden untersuchten Anbieter wurde das Versicherungsprodukt mit dem günstigsten Jahresbeitrag einschließlich aller Nebenkosten für Verträge mit einjähriger Laufzeit und bei jährlicher Zahlungsweise analysiert.
- Es wurden die Jahresversicherungsprämien ohne Selbstbeteiligung und mit einer Selbstbeteiligung von 150 Euro sowie bedeutende Parameter der Versicherungsausstattung verglichen.
- Anbieter, die auf Anfrage keine Informationen zur Verfügung stellten, konnten nicht in die Untersuchung aufgenommen werden.



Angele Bezler,
WGV-Versicherungen
Leiterin
Produktentwicklung/
Koordination

„Von Anfang an mit Profis im Gespräch“

Frau Bezler worin sehen Sie in der Spar- te Rechtsschutzversicherung die besonderen Stärken der WGV im Vergleich zur Konkurrenz?

Bezler: Die WGV Schwäbische Allgemeine Versicherung AG bietet Rechtsschutzprodukte für Privatkunden an und ist hier seit Jahren einer der preisgünstigsten, wenn nicht der preisgünstigste

Anbieter. Unabhängige Vergleichstests bestätigen uns regelmäßig ein sehr gutes Preis-Leistungs-Verhältnis der Rechtsschutzprodukte.

Wie ist es möglich, dass die WGV Rechtsschutzpolice zu deutlich günstigeren Prämien anbieten kann als der Wettbewerb?

Bezler: Ermöglicht wird dies zum einen durch den Verzicht auf einen umfassenden hauptberuflichen Vertreterstab, zum anderen hilft uns der Einsatz modernster Technologie und eine insgesamt schlanke Verwaltung, unsere Verwaltungskosten sehr niedrig zu halten. Diesen Kostenvorteil geben wir an unsere Kunden weiter.

Sie offerieren als eigenständiges Zusatzprodukt telefonische Erstberatung. Nutzen viele Ihrer Kunden die Leistung, und welche Vorteile bietet sie?

Bezler: Die telefonische Rechtsberatung zeichnet sich durch die sofortige Rechts-

auskunft kompetenter Rechtsanwälte aus. Die Kunden sind also von Anfang an mit Profis im Gespräch. Eine Leistung, die unsere Kunden zu schätzen wissen. Rund zehn Prozent der Kunden, die das Zusatzprodukt abgeschlossen haben, haben eine Auskunft bzw. Information eingeholt und waren damit für ihre weiteren Entscheidungen „gut beraten“.

Mit welchen Maßnahmen oder Leistungen wollen Sie das Rechtsschutzangebot der WGV künftig weiter verbessern?

Bezler: Wir sehen die Weiterentwicklung der Rechtsschutzversicherung weg vom reinen Kostenerstatter der anfallenden Anwalts- und Gerichtskosten hin zum bedarfsgerechten Dienstleister, der die unmittelbare Unterstützung im Schadenfall durch geeignete Fachanwälte bietet. Diese unmittelbare Unterstützung im Schadenfall wird zunehmend bei der Produktentwicklung der Rechtsschutzversicherung in den Vordergrund rücken.

DEUTSCHES INSTITUT
FÜR SERVICE-QUALITÄT

1. PLATZ

**Bester
Paketversand**

TEST 12/2008

Im Vergleich: 9 Unternehmen

www.disq.de
DISQ GmbH & Co. KG

Paketbote: Die Ansprüche
der Kunden gehen über den
reinen Versand hinaus.

Ab die Post!

Schnell, sicher, kostengünstig – die Anforderungen an Paketversender sind hoch. Das Deutsche Institut für Service-Qualität hat getestet, welches Unternehmen optimale Dienste bietet.

Der Wettbewerb ist hart. Kaum eine Branche ist so stark umkämpft wie die der Kurier-, Express- und Paketversender. Etablierte Dienstleister wie DHL, Hermes oder UPS haben in den vergangenen Jahren immer mehr Konkurrenz bekommen. Inzwischen können auch kleinere Paketversender und Kurierdienste durch Kooperationen und Vernetzung ein internationales Versandangebot bereitstellen. Doch welches Unternehmen offeriert die besten Leistungen? Das Deutsche In-

stitut für Service-Qualität (DISQ) untersuchte neun Logistiker, die bundesweit und international Pakete für Privat- und Geschäftskunden verschicken.

Beste Paketperformance

„Wer bietet den zuverlässigsten Versand? Wer hat den besten Service? Wo gibt es die günstigsten Preise? Das wollten wir in unserem Test herausfinden“, sagt Markus Hamer, Geschäftsführer des DISQ. Neben der Qualität des Versands wurden Kon-

taktqualität und Internetauftritt sowie das Angebot der Zusatzservices untersucht. Auch die Preise nationaler und internationaler Paketversender bei Abholung und Selbstabgabe durch den Kunden wurden analysiert. Der Gesamtsieger der DISQ-Studie ist DHL. Der Paketspezialist der Deutschen Post punktete sowohl beim Versand mit Abholung als auch bei der Selbstabgabe. Zusätzlich überzeugte das Unternehmen durch beste Servicequalität, vielfältige Zahlungsoptionen und die ins-

Überzeugende Versandqualitäten

Das Gesamtergebnis der getesteten Paketdienste und Kuriere in der aktuellen Studie „Bester Paketversand 2008“ sowie die Punkteverteilung in den Testkategorien Telefon, E-Mail, Internet, Versand und allgemeine Services:

	Serviceanalyse		Telefon 10 %		E-Mail 10 %		Internet 15 %		Versand 50 %		Allgemeine Services 15 %	
	Punkte*	Rang	Punkte*	Rang	Punkte*	Rang	Punkte*	Rang	Punkte*	Rang	Punkte*	Rang
DHL	88,9	1	73,9	3	70,7	7	76,5	1	97,4	1	95,0	1
ILOXX	83,7	2	66,8	6	84,7	1	73,1	2	94,3	5	70,0	3
DPD	81,9	3	69,8	5	74,3	5	69,5	3	94,9	4	64,0	4

Folgende neun Paketversender und Kuriere wurden in die Analyse mit aufgenommen: DHL, iloxx, DPD, GLS, Der Courier, UPS, GTS, eparcel, Hermes

* Auf einer Skala von 1 bis 100

Quelle: DISQ

gesamt günstigsten Preise. In dieser Kategorie ergaben sich die deutlichsten Ergebnisdifferenzen. „Wir waren überrascht, dass teilweise Preisunterschiede von bis zu 300 Prozent bestanden“, sagt Hamer.

Besonders überzeugen konnten die getesteten Paketdienstleister bei der Zustelldauer im Kernbereich Versand. „Im Durchschnitt verging nur ein Werktag, bis die Pakete beim Empfänger ankamen“, sagt Hamer. Auch dabei schnitt DHL besonders gut ab. Andrej Busch, Bereichsvorstand bei DHL Paket, sagt: „Bei rund 2,5 Millionen Sendungen pro Tag an über 44 Millionen Haushalte in Deutschland garantieren wir eine Zustellquote von über 90 Prozent am nächsten Tag.“

Wachsender Wettbewerb

Kaum eine andere Branche expandierte in den vergangenen Jahren so stark. 2007 erwirtschafteten die Kurier-, Paket- und Expressversender einen Anteil am Bruttoinlandsprodukt von 17,6 Milliarden Euro. Gegenüber 2002 ist dieser Anteil um 15,5 Prozent gestiegen. Doch dieser Trend könnte jetzt kippen. Ferdinand Salehi, Leiter der Transport- und Touristik-Abteilung bei A. T. Kearney, sagt: „Die europäischen Kurier-, Express- und Paketdienst-Anbieter bewegen sich derzeit in einem extrem dynamischen Marktumfeld. Sie werden sich nicht mehr lange auf den stabilen Wachstumswerten der letzten Jahre ausruhen können.“ Die Unternehmensberatung rechnet bis 2010 für den internationalen Markt sogar mit einem Rückgang des durchschnittlichen jährlichen Wachstums auf 8,6 bis 6,6 Prozent. Auf dem deutschen Markt fällt die Expansion allerdings deutlich geringer aus. Gunnar Uldall, Präsident des Bundesverbandes Internationaler Express- und Kurierdienste (BIEK), sagt: „Die trotz Finanzkrise erwartete langfristige Wachstumsrate von bis zu zwei Prozent pro Jahr liegt aber über der Wachstumsrate des deutschen Bruttoinlandsproduktes insgesamt.“

Veränderte Bedingungen

Der zunehmende Preisdruck und die erhöhten Anforderungen in Zeiten des Web 2.0 zwingen die Anbieter, neue Wege zu beschreiten. Für die Zukunft sind Leistungsdimensionen gefragt, die insbesondere europaweit innovative und zugleich kostengünstige Lösungen anbieten. So werden etwa Zusatzservices im Online-Bereich immer wichtiger. Auch hier rangiert der Testsieger DHL auf Platz eins. Busch



Andrej Busch,
Bereichsvorstand
DHL Paket

„Unsere Stärke: Einfach. Immer. Überall“

Herr Dr. Busch, welche Stärken heben DHL von den Wettbewerbern ab?

Busch: Dies lässt sich am besten durch unser Wertversprechen „Einfach. Immer. Überall“ verdeutlichen. So haben wir eine einzigartige Flächenpräsenz mit ca. 14.000 Filialen, 1.000 Paketboxen und über 1.500 Packstationen, die „rund um die Uhr“ für Versand und Abholung verfügbar sind. Auch Schnelligkeit ist ein wichtiges Thema: Rund 90 Prozent unserer Sendungen (zwischen Ballungsgebieten noch mehr) sind bereits am nächsten Werktag beim Empfänger, und das in ganz Deutschland.

Welchen Zusatzservice bieten Sie denn Ihren Kunden über den reinen Paketversand hinaus?

Busch: Wir bieten ein vielfältiges Angebot sowohl für Geschäfts- als auch Privatkunden. Einige Beispiele sind die kostenlose werktägliche Abholung, die bargeldlose

sagt: „Wir haben frühzeitig den Trend zum E-Commerce erkannt und erweitern unser Leistungsspektrum seit Jahren im Einklang mit der veränderten Lebenswirklichkeit.“ Das Bonner Unternehmen überzeugt vor allem durch die Vielzahl spezieller Services wie die Online-Frankierung oder eines Kundenservice-Chat.

Als einen besonderen Wachstumstreiber macht die Unternehmensberatung A. T. Kearney in einer aktuellen Studie zur Zukunft des europäischen Marktes für Kurier-, Express- und Paketdienste den Bereich E-Commerce aus. Über die Hälfte der Deutschen kaufen im Internet Waren ein. Die stetig wachsende Zahl kleiner und mittlerer E-Shops sowie klassischer Handelsketten wie H & M, die ihre Produkte über das Internet verkaufen, stellen für die Paketversender einen lukrativen Markt dar, so die Autoren der A. T. Kearney-Studie. Davon wird die Branche in Zukunft verstärkt profitieren.

Abwicklung von Nachnahme-Sendungen, der klimaneutralen Versand sowie die Alters- und Identitätsprüfung.

Wie begegnen Sie den veränderten Herausforderungen in Zeiten von Hochtechnologie und Web 2.0?

Busch: Wir haben frühzeitig den Trend zum E-Commerce erkannt und erweitern das DHL-Leistungsspektrum seit Jahren. Zum Beispiel ermöglichen wir die Beauftragung aller Services via Internet, die Benachrichtigung über den Sendungseingang in einer Packstation via E-Mail oder SMS, den Zugang über das Mobiltelefon sowie auch ein Kundenservice-Chat innerhalb der Online-Frankierung.

Wie wollen Sie Ihr Leistungsangebot in Zukunft noch optimieren?

Busch: Wir haben mit unserem Wertversprechen eine klare Zielvorgabe und werden die Einfachheit sowie Verfügbarkeit unserer Angebote weiter optimieren. So werden wir bis Ende 2009 die Zahl der Packstationen auf 2.500 erhöhen und damit die Erreichbarkeit der nächsten Packstation innerhalb von zehn Minuten für 90 Prozent der Bevölkerung sicherstellen. Wir werden zudem unsere Dienstleistungen für den Versandhandel weiter ausbauen, Prozesse rigoros vereinfachen und weiter an der Erhöhung unserer Versandgeschwindigkeit arbeiten.

Testkriterien

- Untersucht wurden neun Paketdienste und Kuriere, die bundesweit und international Versanddienstleistungen für Privat- und Geschäftskunden sowie ein breites Angebot an Zusatzservices (z. B. Expressversand oder Versandversicherungen) anbieten.
- Im Rahmen eines umfassenden Service-Tests mit 234 Kontakten wurde die Versandqualität durch je zehn Versandtests pro Anbieter analysiert.
- Zusätzlich prüften die Tester des Deutschen Instituts für Service-Qualität die Kontaktqualität per Telefon oder E-Mail, die Internetseiten der Paketdienste sowie angebotene Zusatzservices.
- Abschließend erfolgte die Analyse der Preise nationaler und internationaler Versanddienstleistungen mit Sendungsabholung und bei Selbstabgabe durch den Kunden.