

BÜROBEDARF

Papier ist geduldig, der Kunde nicht

Eine aktuelle Studie hat Bürobedarf-Onlineshops unter die Lupe genommen. Das Ergebnis: Der Kunde muss sich zwischen Service und Preis entscheiden.



Foto: Fotolia/MyWayMedia

Günstige Preise und zügige Bestellabwicklung sind auch für Gewerbekunden ausschlaggebend, die einen Versandhändler für Bürobedarf suchen. Daher hat das Deutsche Institut für Service-Qualität bei 13 Onlinehändlern geprüft, wie kundenfreundlich und preisgünstig sie wirklich sind.

Hohe Zusatzkosten

Das Ergebnis der Studie: Die Servicequalität war im Durchschnitt gut. Die Mitarbeiter beantworteten Anfragen am Telefon und per E-Mail kompetent und zügig. Zudem waren die Lieferqualität und die Sicherheit bei Internetbestellungen sehr gut. Schwächen machten die Tester jedoch bei den Lieferzeiten aus: In Einzelfällen dauerte es bis zu einer Woche, bis die Bestellung bei dem Onlinekunden eintraf. Zudem erhöhten bisweilen auch unerwartete Kosten wie Versicherungspauschalen zusätzlich den Bestellwert. Die Fixkosten pro Bestellung betrugen bis zu 14 Euro.

„Die Einzelpreise der Artikel sind nicht das einzige Auswahlkriterium. Wer häufig kleine Bestellungen aufgibt, dem schlagen die Zusatzkosten besonders zu Buche“, kritisiert Markus Hamer, Geschäftsführer des Marktforschungsinstituts. Beim Vergleich eines typischen Waren-

Defizite im Netz

- In etwa jedem zweiten Warenkorb fehlte eine explizite Angabe über die Höhe der Mehrwertsteuer.
- Auf 30 Prozent der Websites wurde außerhalb der AGB nicht über die Rückgabemöglichkeiten informiert.
- Jede fünfte Internetseite überzeugte die Testnutzer hinsichtlich des Informationsumfangs nicht.
- Mehr als 40 Prozent der Testnutzer bewerteten die Seiten als zu unübersichtlich.
- Besonders häufig fehlte ein Glossar, welches wichtige Begriffe zum Thema Bürobedarf erklärt. Ein solches war auf 77 Prozent der Seiten nicht vorhanden.
- Mehr als ein Fünftel der Internetsites verfügte nicht über ein FAQ-Verzeichnis.
- Nur vier Unternehmen wiesen auf einen expliziten Beschwerdeweg hin.
- Bezahl- und Registrierungsvorgang waren bei einem Anbieter nicht verschlüsselt.

korbes mit insgesamt 14 Büroartikeln lagen demnach die Kosten des teuersten Anbieters bei 101 Euro, der günstigste Versandhändler verlangte nur 67 Euro. Bei einzelnen Produkten machte das Institut bis zu 77 Prozent günstigere Preise aus. Keinem Anbieter gelang es, sich gleichzeitig im Service- und Preistest unter den besten drei Versendern zu platzieren. „Gewerbekunden müssen sich also zwischen Servicequalität und günstigen Preisen entscheiden“, fasst Hamer zusammen.

Testsieger und damit „Bester Onlinebüromarkt“ wurde Office Discount. Auf die Plätze zwei und drei kamen Büroplus und Officio. Otto Office hatte den besten Service, Büromarkt Böttcher die besten Preise.

Sybillie Wilhelm