

Studieninformation zur Kundenzufriedenheit „Beste Online-Shops 2022“

Einleitung, Untersuchungsdesign

Eine Untersuchung in Kooperation mit



ServiceValue GmbH

Köln, März 2022

Einleitung

Online-Shopping ist bequem: Unabhängig von Öffnungszeiten und in entspannter Atmosphäre steht dem potenziellen Kunden im Internet eine riesige Shopping-Welt offen. Egal ob Bekleidung, Möbel, Technik oder Heimtierbedarf: Es gibt fast nichts mehr, was sich nicht über das Internet erwerben ließe und ein günstigerer Preis ist meist nur ein paar Klicks entfernt.

Dank des gesetzlich garantierten Rückgaberechts können Produkte bei Nichtgefallen zudem schnell und unkompliziert zurückgegeben werden. Daher überrascht es nicht, dass das Online-Shopping bei den Konsumenten und Verbrauchern in den vergangenen Jahren immer beliebter geworden ist.

In der vorliegenden Untersuchung wird die Kundenzufriedenheit bei Online-Shops getestet. Zur Auswahl stehen insgesamt 2.196 Online-Shops. Dabei betrachtet die Studie nicht ausschließlich die Online-Pure-Player, sondern auch zahlreiche stationäre Händler, die mit eigenen Shops immer stärker in den Markt drängen und dabei Rekordumsätze erzielen.

Bei den fast 2.200 zur Untersuchung herangezogenen Anbietern handelt es sich ausschließlich um Online-Shops, deren Angebot sich auf physische Güter konzentriert. Die Kaufsegmente reichen dabei von den großen Generalisten über spezialisierte Shops für Autoteile oder Elektronik bis hin zu Mode- und Sport-Shops. Anhand der Kaufsegmente können 161 Branchen / Kategorien identifiziert werden.

Untersuchungsdesign

Bei der vorliegenden Untersuchung handelt es sich um eine Online-Befragung. Dabei werden sog. Panelisten zur Bewertung der Untersuchungsobjekte (hier: Online-Shops) eingeladen. Von den registrierten Panelisten liegen soziodemografische Merkmale vor, sodass bevölkerungsrepräsentativ eingeladen werden kann.

Es werden keine Kundenadressen der Online-Shops eingeholt oder genutzt. Die Kundenbefragung erfolgt eigeninitiiert und ohne Einbindung der untersuchten Online-Shops.

Die Befragung erfolgt jährlich. Je Online-Shop werden grundsätzlich mindestens 300 Kundenstimmen eingeholt. Im Einzelfall kann die Stichprobengröße bei Unternehmen/Marken in Abhängigkeit von Inzidenzrate und Kundenzahl auch darunter liegen. Für die aktuelle Studie wurden insgesamt rund 839.000 Urteile zu 2.196 Online-Shops und 161 Branchen / Kategorien ausgewertet.

Jeder Panelist erhält eine für ihn überschaubare Auswahl von Online-Shops zur Bewertung bzw. zur Angabe, ob er bei diesem Online-Shop überhaupt Kunde war oder ist.

Die konkrete Fragestellung lautet:

„Wie zufrieden sind Sie insgesamt mit den folgenden Online-Shops? Bitte beurteilen Sie aus eigener Kundenerfahrung in den letzten 12 Monaten.“

Die konkreten Antwortmöglichkeiten sind:

- „begeistert“ (1)
- „sehr zufrieden“ (2)
- „zufrieden“ (3)
- „eher zufrieden“ (4)
- „eher nicht zufrieden“ (5)
- „nicht zufrieden“ (6)

Für die Auswertung wird der Mittelwert der abgegebenen Stimmen auf dieser 6-stufigen, linksschiefen und voll verbalisierten Skala je Online-Shop berechnet.

Der Mittelwert (MW) errechnet sich aus den abgegebenen Stimmen wie folgt:

$$\text{MW} = \frac{\text{Summenprodukt (Wert der Skala \& Anzahl der Stimmen pro Online_Shop)}}{\text{Summe (Anzahl gültiger Stimmen)}}$$

Ein Wert von 1 würde bedeuten, dass alle Kunden sich über diesen Online-Shop begeistert äußerten. Ein Wert von 6 hingegen gäbe an, dass die befragten Kunden nicht zufrieden mit dem Online-Shop wären.

Anhand der Mittelwerte je Online-Shop wird ein Ranking über alle untersuchten Online-Shops und innerhalb der Branchen / Kategorien erstellt.