

# **ecochoice Studie**

## **Service und Umweltfragen im Distanzhandel für Elektrogeräte**

## Aufbau der Studie

- Untersucht wurden **108 Versandhändler mit einem umfassenden Produktportfolio an Haushaltsgeräten und Consumer Electronics\***
- Zeitraum der Erhebung: Dezember 2007 bis Januar 2008
- Die Daten basieren auf den öffentlich zugänglichen Angaben der Distanzhändler
- Untersucht wurden nur **Distanzhändler die folgende Prüfsiegel haben\*\*:**
  - **Trusted Shop:** 76 Händler (22% der Händler\*\*\*)
  - **Geprüfter Online-Shop (EHI):** 30 Händler (59% der Händler\*\*\*)
  - **TÜV safer shopping:** 7 Händler (100% der Händler\*\*\*)

\* es besteht kein Anspruch auf Vollständigkeit

\*\* einige Anbieter wurden mehrfach zertifiziert

\*\*\* die Elektrogeräte im Sortiment führen

## Aufbau der Studie

- **Zehn Fragen** in **vier Themenfeldern** wurden geprüft.
- Pro Frage konnten max. 10 Punkte erreicht werden. Die Gesamtpunktzahl liegt bei 100.
- Fokus der Untersuchung: *Verbraucherfreundlichkeit* und *Nachhaltigkeit*:

### **Kaufanbahnung**

Beratungsservice, sicherste angebotene Zahlungsart

### **Kaufabwicklung**

Höhe der Versandkosten, Liefer- und Anschlussservice, Altgeräteentsorgung

### **Gewährleistung und technische Beratung**

Garantieabwicklung, technischer Service

### **Nachhaltigkeit**

Angabe des Stromverbrauchs bei der Produktbeschreibung, Kommunikation von Energiesparmöglichkeiten, Berücksichtigung des Energieverbrauchs bei der Aufnahme von Elektrogeräten ins Produktportfolio

## Übersicht über die berücksichtigten Siegel

	<b>Trusted Shops</b>	<b>EHI (Geprüfter Online-Shop)</b>	<b>TÜV Safer Shopping</b>
<b>Vergabekriterien</b>	AGB's Datenschutz / verschlüsselte Zahlung Bonitätsprüfung Geld-zurück- Versicherung	AGB's Datenschutz / verschlüsselte Zahlung Verbindl. Lieferaussagen Beschwerde- management	AGB's Datenschutz / verschlüsselte Zahlung Bonitätsprüfung Geld-zurück- Versicherung
<b>Vergabeverfahren</b>	Selbstauskunft der Händler Prüfung der website	Selbstauskunft der Händler HR Eintrag Prüfung der website	Prüfung der website Testkäufe IT-Sicherheitscheck Audit vor Ort
<b>Kosten</b>	708 € - 1908 € / Jahr	750 € / Jahr	3000 € - 30.000 € / Jahr
<b>Händler</b>	1700	190	83

## Frage 1: Beratung im Vorfeld des Kaufs

### Fokus:

Bietet der Händler ein telefonisches oder elektronisches Serviceangebot für weitere Fragen oder die Bestellung an? Die Nennung einer Servicenummer wurde mit zehn Punkten bewertet. Das Angebot von E-Mail und Chat mit fünf Punkten.

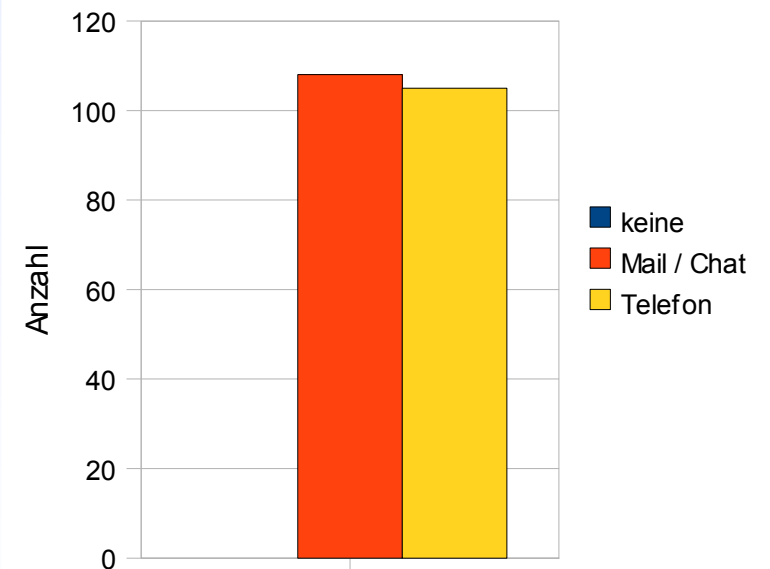
### Ergebnis:

99% der Händler bieten neben der Beratung per E-Mail auch eine Servicenummer an.

Der Unterschied liegt in der Qualität der Beratung: **Nur wenige Händler bieten eine separate Nummer für die Beratung.** Die meisten Händler koppeln die Bestellhotline mit der Beratungshotline.

Zwei Shops fielen kritisch auf: Ein Anbieter berechnet 99 Cent pro Minute, ein weiterer ist nur per Mobiltelefon erreichbar (beide Shop erhielten keine Punkte).

### Beratung im Vorfeld des Kaufes



## Frage 2: mögliche Zahlungsarten

### Fokus:

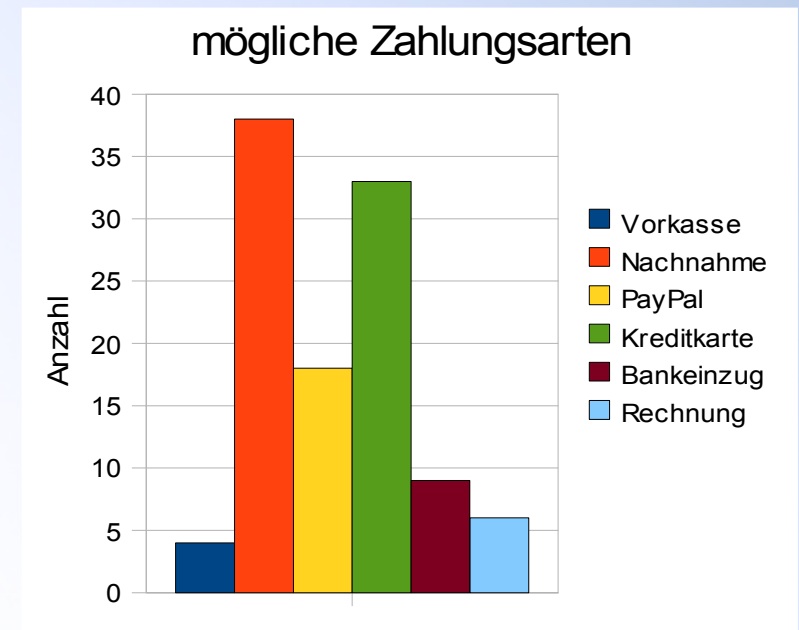
ecochoice sieht in der Bezahlung per Rechnung oder Bankeinzug die verbraucherfreundlichste Zahlungsart und vergab hierfür zehn Punkte. PayPal und Kreditkarte erhielten 5 Punkte. Nachnahme und Vorkasse sind mit entsprechenden Unsicherheiten bzw. Umständlichkeiten verbunden und wurden deshalb mit 0 Punkten bewertet.

### Ergebnis:

Nur 14 Distanzhändler (13%) bieten die verbraucherfreundliche Bezahlung per Bankeinzug oder Rechnung an.

Die Zahlung per Kreditkarte oder PayPal bieten 52 Händler (48%) an.

**Kritisch: 42 Händler (39%) bestehen auf Nachnahme oder Vorkasse.** Neben meist hohen Portokosten und der Verpflichtung, den Rechnungsbetrag bar bereit zu halten, trägt der Kunde das Risiko im Falle eines Widerrufs.



### Frage 3: Höhe der Versandkosten

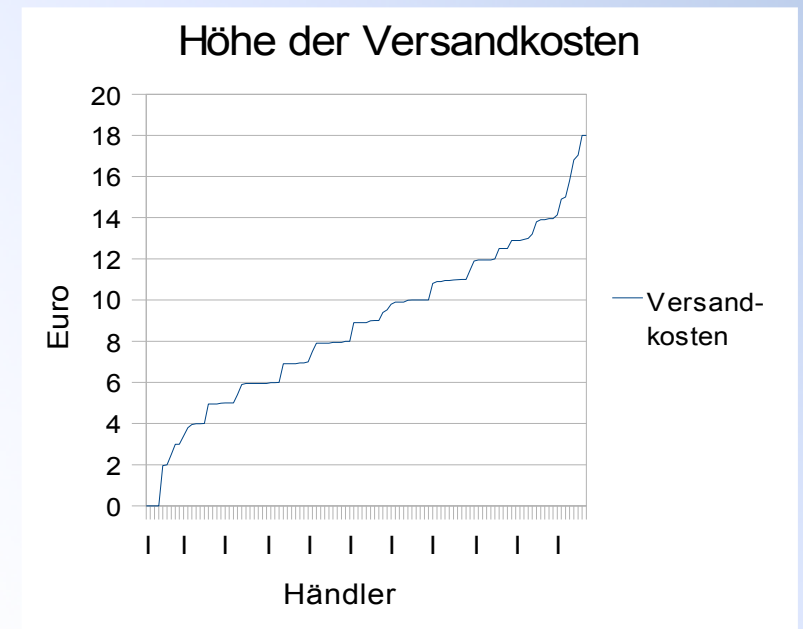
#### Fokus:

ecochoice berechnete die Versandkosten am Beispiel der Bestellung eines kleinen Elektrogerätes mit 100,- Euro Warenwert. Dabei wurden die Versandkosten für die sicherste Zahlungsart berechnet (z.B. Nachnahme anstatt Vorkasse). Die Punktzahl wurde entsprechend der angegebenen Kosten vergeben (z.B. sieben Punkte für 5,- Euro Versandkosten).

#### Ergebnis:

Die Höhe der Versandkosten für die sicherste Zahlungsweise schwankt enorm. Während vier Anbieter (3,7%) kostenlos versenden, verlangen **23 Anbieter (21%) Versandkosten von über 12,- Euro**. Der Spitzenwert liegt bei 18,- Euro.

Der **Durchschnittswert** für die Versandkosten aller 108 Shops liegt bei **8,71 Euro**.



## Frage 4: Anschlussservice

### Fokus:

Elektrogeräte wie Waschmaschinen oder große Flachbildschirme können viele Konsumenten weder an den **gewünschten Platz transportieren** noch **anschließen**. Deshalb sind sie auf einen entsprechenden Service angewiesen. Ein Lieferanschluß wurde mit fünf Punkten berücksichtigt, wurde zudem ein Anschlußservice angeboten, erhielt der Distanzhändler zehn Punkte.

### Ergebnis:

Nur **15 der 108 Versandhändler bieten** generell **einen Liefer- oder Anschlussservice**, das sind 14%. Sechs Anbieter (5,6%) liefern das bestellte Gerät bis an die gewünschte Stelle im Hause. Neun Anbieter (8,3%) schliessen das Gerät auch fachgerecht an.



## Frage 5: Entsorgung von Altgeräten

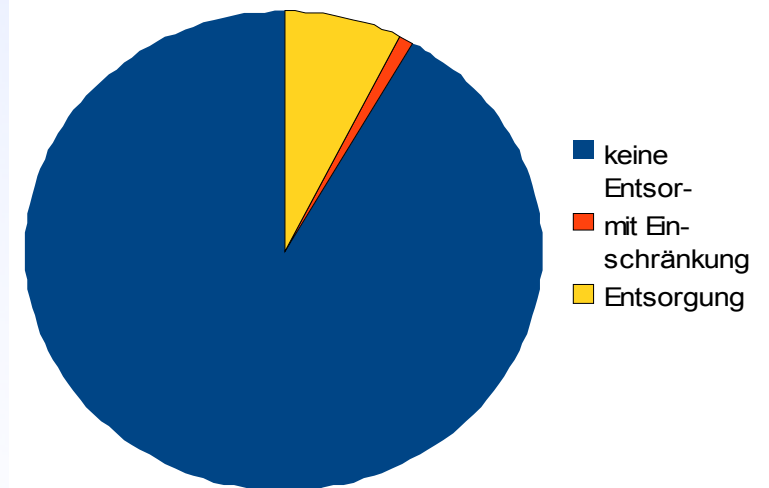
### Fokus:

Gerade im Bereich der Haushaltsgeräte führt der Ausfall des bestehenden Gerätes meist zu einer Neuanschaffung. Um so wichtiger, dass gerade große Haushaltsgeräte fachgerecht entsorgt werden und der Verbraucher mit dieser umständlichen Aufgabe nicht allein gelassen wird. Wurde dieser Service angeboten, erhielt der Anbieter zehn Punkte.

### Ergebnis:

Nur **neun Anbieter bieten eine Entsorgung** von Altgeräten an, das sind 7,4%. Ein Anbieter koppelt diesen Service an einen teuren Anschlusservice. Diese Einschränkung wurde entsprechend vermerkt.

Entsorgung von Altgeräten



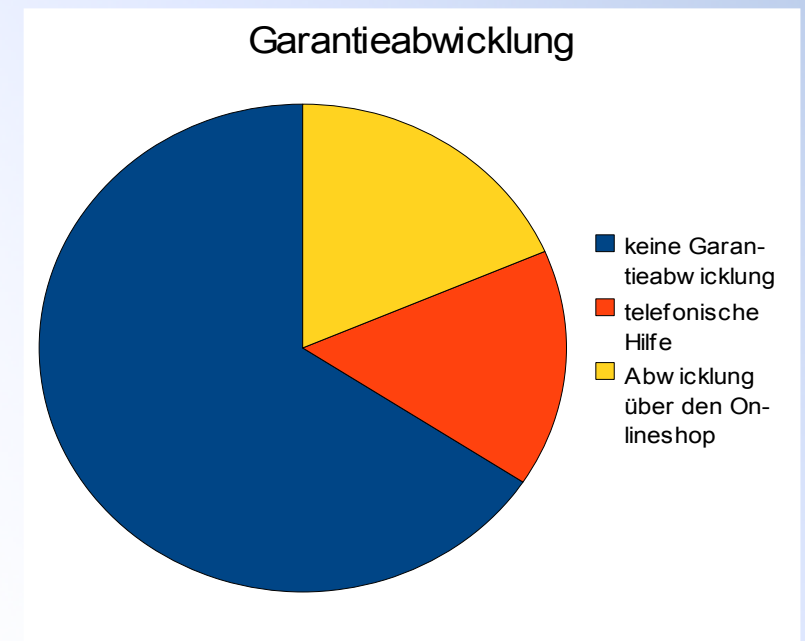
## Frage 6: Garantieabwicklung

### Fokus:

Im Gegensatz zum lokalen Einzelhändler, bei dem der Kunde vor Ort reklamieren kann, ist der Verbraucher im Internet auf einen Service des Distanzhändler angewiesen. Für die Abwicklung über den Onlineshop wurde der Händler mit zehn Punkten bewertet.

### Ergebnis:

**69 Anbieter (64%) verweisen lediglich auf die Kontaktadresse der Hersteller.** 20 Distanzhändler (19%) bieten eine Servicenummer, doch diese ist teilweise identisch mit der allgemeinen Servicenummer (siehe Frage 1.). 19 Versandhäuser (18%) bieten hingegen eine Abwicklung der Garantiefälle über den Onlineshop an. Teilweise stellen sie sogar Hilfen wie vorgedruckte Formulare zur Verfügung.



## Frage 7: technischer Support

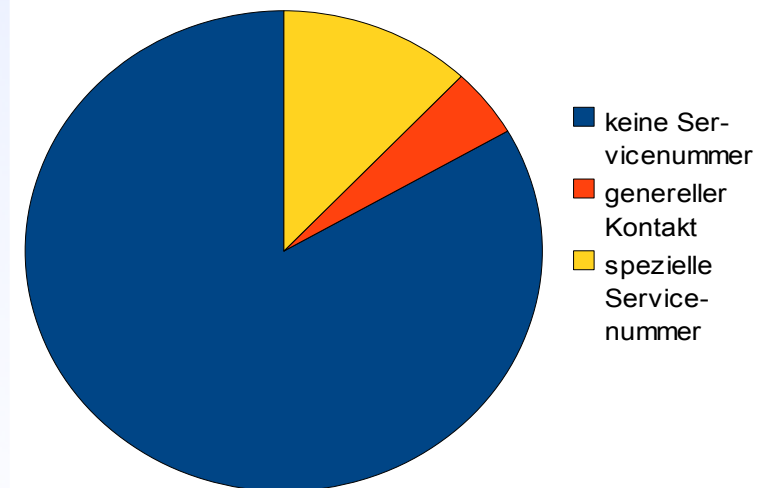
### Fokus:

Elektrogeräte sind durch ihre teilweise hochkomplexe Elektronik häufig anfällig für Störungen. Daher ist es wichtig, dass der Verbraucher bei technischen Fragen einen qualifizierten Service in Anspruch nehmen kann. Nur Händler, die diesen Service anbieten, erhielten die volle Punktzahl von zehn Punkten.

### Ergebnis:

**12 Distanzhändler (11% bieten einen umfangreichen technischen Support** an. Gleichzeitig scheuen 90 Akteure (83%) die hohen Kosten für diesen Service. Sechs Anbieter (4,6%) verweisen auf die generelle Servicenummer. In diesem Falle kann keine spezifische Aussage gefällt werden.

### Technischer Support



## Frage 8: Angaben von Stromwerten

### Fokus:

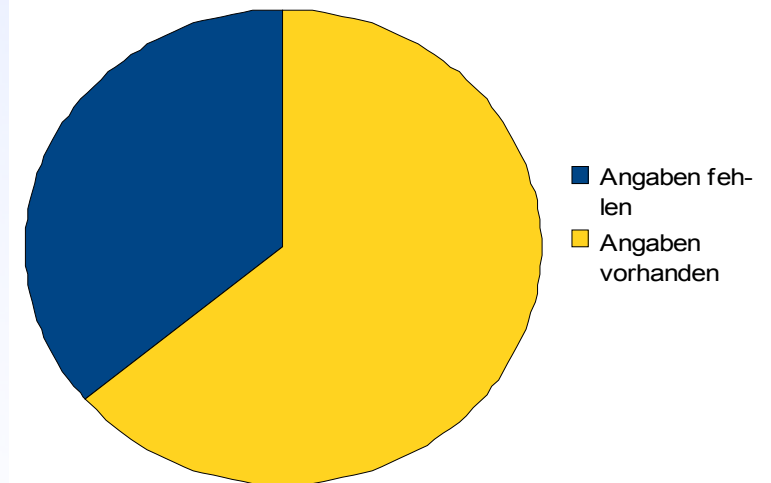
ecochoice prüfte bei zehn zufällig ausgewählten Geräten in verschiedenen Kategorien, ob der der Stromverbrauch angegeben wird. Für jede Nennung vergab ecochoice einen Punkt.

### Ergebnis:

**In 64,6% der Fälle wurden die Stromwerte angegeben.** Insbesondere im Bereich der Consumer Electronics fehlt diese Angabe sehr häufig.

Die **Hersteller veröffentlichen nur teilweise die Verbrauchswerte** der einzelnen Elektrogeräte. Den Aufwand, diese Werte zu erfragen, scheuen offenbar viele Distanzhändler.

Angaben von Stromwerten



## Frage 9: Kommunikation von Nachhaltigkeitsthemen

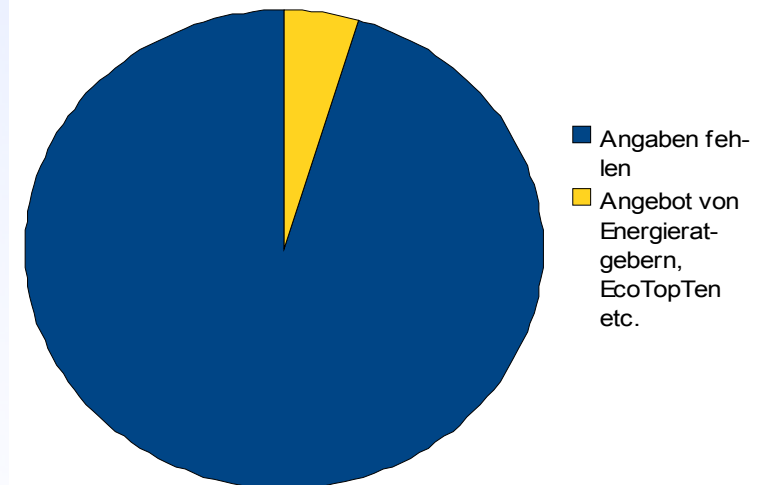
### Fokus:

Welche Händler sensibilisieren den Verbraucher für ökologische Fragen oder informieren ihn über Energiesparmöglichkeiten? Verfügte der Händler über ein entsprechendes Angebot erhielt dieser zehn Punkte.

### Ergebnis:

Lediglich **fünf Händler (4,6%) bieten Energieratgeber oder ökologische Einkaufshilfen an**. Darüber hinaus wurde das Angebot der EcoTopTen des Öko-Institut Freiburg genannt.

Kommunikation von Nachhaltigkeit



## Frage 10: ökologische Kriterien beim Produktportfolio

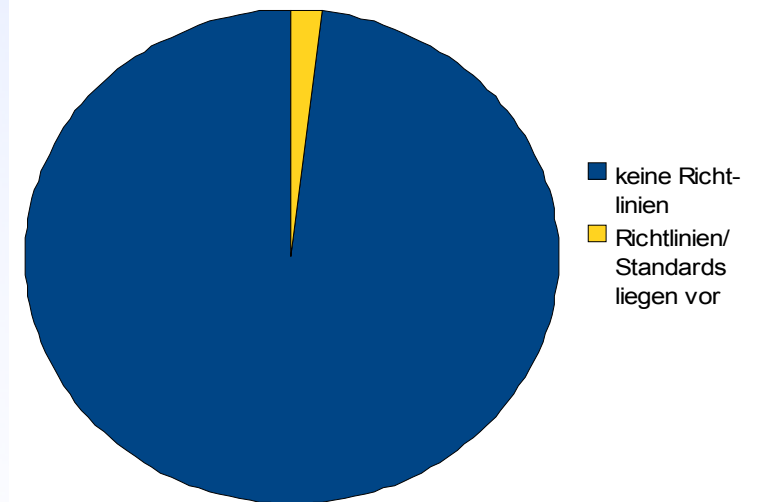
### Fokus:

Ökologische Kriterien spielen zunehmend eine Rolle bei der Kaufentscheidung von Konsumenten. ecochoice prüfte deshalb, welche Distanzhändler Kriterien nennen, die Produkte für eine Aufnahme in ihr Produktangebot erfüllen müssen. Ein Nennung führte zur Vergabe von zehn Punkten.

### Ergebnis:

Nur **zwei Anbieter (1,9%) definierten Richtlinien bei der Auswahl von Elektrogeräte**. Im Mittelpunkt stehen weiße Geräte (Kühlschränke und Geschirrspülmaschinen).

Richtlinien für Nachhaltigkeit



## Die Gewinner des Rankings

Die großen Versandhäuser können von ihrer langjährigen Erfahrung profitieren und bieten neben den Shoppingportalen der Verbundgruppe EURONICS und EP das höchste Maß an Servicefreundlichkeit.

Es folgt eine Gruppe von engagierten, kleineren Versandhäusern, die ebenfalls versuchen, einen sehr guten Service zu bieten. In diesen beiden Gruppen finden sich auch die Händler wieder, die das Thema Nachhaltigkeit kommunizieren.

Die ersten Plätze belegen die Versandhäuser OTTO und Quelle, sowie die Verbundgruppe EURONICS.

In der **Graphik** sind jedoch nur die **Händler angegeben, die mehr als 40 Punkte erreicht haben**. Das sind lediglich 12% der getesteten Händler.

Platz	Distanzhändler	Punkte (max 100)
1	<a href="http://www.otto.de">www.otto.de</a>	95
2	<a href="http://www.quelle.de">www.quelle.de</a>	92
3	<a href="http://www.euronics.de">www.euronics.de</a>	78
4	<a href="http://www.ep-netshop.de">www.ep-netshop.de</a>	72
4	<a href="http://www.neckermann.de">www.neckermann.de</a>	72
5	<a href="http://www.schwab.de">www.schwab.de</a>	64
6	<a href="http://www.hifi-regler.de">www.hifi-regler.de</a>	60
7	<a href="http://www.bobselektrogeraete.de">www.bobselektrogeraete.de</a>	53
7	<a href="http://www.berlinelektro.biz">www.berlinelektro.biz</a>	53
8	<a href="http://www.atelco.de">www.atelco.de</a>	50
9	<a href="http://www.technikdirekt.de">www.technikdirekt.de</a>	49
10	<a href="http://www.computeruniverse.net">www.computeruniverse.net</a>	46
11	<a href="http://www.edelguenstig.com">www.edelguenstig.com</a>	45

## Das Ergebnis der einzelnen Siegels

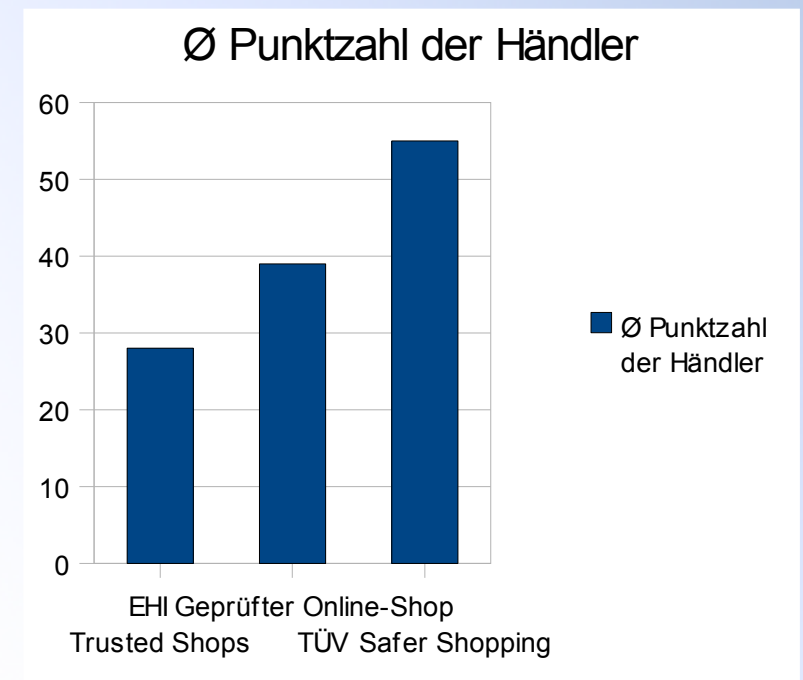
Die durchschnittliche Punktzahl der von den einzelnen Siegeln zertifizierten Händler unterscheidet sich massiv.

Während Trusted Shops lediglich durchschnittlich 28 Punkte erhielten, erreichen die von dem EHI zertifizierten Händler durchschnittlich 39 Punkte.

Die höchsten Punktzahl erzielten die vom TÜV Süd geprüften Distanzhändler mit durchschnittlich 55 Punkten.

Bei allen Siegeln gab es deutliche 'Ausreißer' nach unten. Es scheint daher generell schwierig, einem Siegel eine uneingeschränkte Empfehlung zu geben.

Siegel	Ø Punktzahl der Händler
Trusted Shops	28
EHI Geprüfter Online-Shop	39
TÜV Safer Shopping	55



## Fazit der Studie

- Die Arbeit der Preissuchmaschinen schafft eine einseitige Transparenz auf dem Markt. Während für die einzelnen Produkte tagesaktuell die Verkaufspreise der einzelnen Anbieter ermittelt werden können, fehlen Angaben zur Zuverlässigkeit und Servicefreundlichkeit.
- Mangelnder Service und fehlende Angaben zum Stromverbrauch führen schnell zu hohen Folgekosten. Deshalb ist der Konsument auf Siegel angewiesen, die einen hohen Standard versprechen. Keines der Siegel überzeugte in der aktuellen Studie von ecochoice zur „Verbraucherfreundlichkeit und Nachhaltigkeit im Distanzhandel für Elektrogeräte“.
- Der im lokalen Einzelhandel übliche Service wird im Distanzhandel in der Regel nicht angeboten.
- Die Prüfsiegel sind gegenüber den Serviceleistungen der Online-Shops zu unkritisch. Von 107 Siegelgeprüften Shops erfüllen nur wenige zusätzliche Service-Kriterien, die über gesetzliche Vorgaben hinausgehen.
- Das Thema Energiesparen spielt bei der Mehrheit der Distanzhändler keine Rolle. Nur eine kleine Gruppe von engagierten Distanzhändlern und die Verbundgruppe EURONICS erkennen das Potenzial dieses Themas.