

P R E S S E M I T T E I L U N G

Studie Online-Ticketshops 2011

Beratung nur selten individuell – Testsieger ist Karsten Jahnke Konzertdirektion vor Ticket Online und Ticketmaster

Hamburg, 16.05.2011 (ots) – Das Konzert von Rihanna, Comedy-Spaß mit Mario Barth oder spannender Bundesliga-Fußball – Tickets für all diese Events sind mit nur wenigen Klicks bei Ticketshops im Internet erhältlich. Doch Fragen vor dem Ticketkauf werden zu häufig nur unzureichend beantwortet. So das Ergebnis einer aktuellen Studie des Deutschen Instituts für Service-Qualität, das den Service von insgesamt acht Ticketshops im Internet auf Herz und Nieren prüfte. Nur drei Anbieter boten guten Service.

Die größten Defizite in der Studie zeigten sich beim E-Mail-Kontakt, der nur ausreichend war. Antworten trafen nach durchschnittlich 29 Stunden ein, wobei es extreme Unterschiede gab. „Die Tester mussten beim schnellsten Ticketshop nur zwei Stunden warten, beim langsamsten Anbieter dauerte es über drei Tage“, so Markus Hamer, Geschäftsführer des Instituts. Jede achte Anfrage blieb zudem unbeantwortet und zwei Drittel der Rückmeldungen waren nicht individuell genug.

Verbesserungsmöglichkeiten zeigten sich auch bei den Internetseiten. Die Hälfte der Testnutzer bemängelte deren Übersichtlichkeit und optische Gestaltung. „Gerade die Homepage als zentraler Anlaufpunkt für den Ticketkauf sollte den Ticketshops mehr am Herzen liegen“, kommentiert Hamer. Auch im telefonischen Kontakt gab es Verbesserungspotenzial. 40 Prozent der Gespräche waren nicht individuell genug, bei einem Drittel der Beratungen haperte es an der Verständlichkeit.

Testsieger der Studie und damit „Bester Online-Ticketshop 2011“ wurde Karsten Jahnke Konzertdirektion. Der Shop bestach durch die individuelle Beratung am Telefon und per E-Mail und die verständlich aufbereiteten Inhalte auf der Website. Auf Rang zwei folgte Ticket Online. Der Vorjahressieger bot die übersichtlichste Internetseite und überzeugte durch die gute Erreichbarkeit und vollständige Auskünfte am Telefon. Rang drei erzielte Ticketmaster. Pluspunkten waren hier die schnelle Beantwortung von E-Mail-Anfragen und die individuellen Auskünfte im telefonischen Kontakt. Auf den weiteren Plätzen folgten Eventim, Adticket, Tickets.de, Getgo und Hekticket.

Der Service von acht wichtigen Ticketshops im Internet wurde im Rahmen eines umfassenden Servicetests anhand von je zehn verdeckten Tests per Telefon und E-Mail analysiert. Zudem wurden die Internetseiten der Shops anhand einer Inhaltsanalyse und je zehn Nutzerbetrachtungen unter die Lupe genommen. Insgesamt flossen somit 248 Testerkontakte ein. Das Internet wurde mit 50 Prozent gewichtet, die telefonische Beratungsqualität floss mit 30 Prozent und die E-Mail-Beantwortung mit 20 Prozent in die Studie ein.

Das Deutsche Institut für Service-Qualität verfolgt das Ziel, die Servicequalität in Deutschland zu verbessern. Das Institut prüft unabhängig anhand von mehrdimensionalen Analysen die Dienstleistungsqualität von Unternehmen und Branchen. Dem Verbraucher liefert das Institut bedeutende Anhaltspunkte für seine Kaufentscheidungen. Unternehmen gewinnen wertvolle Informationen für das eigene Qualitätsmanagement.

Veröffentlichung nur unter Nennung der Quelle:
Deutsches Institut für Service-Qualität

DISQ Deutsches Institut für
Service-Qualität GmbH & Co. KG
Curio-Haus
Rothenbaumchaussee 17
D-20148 Hamburg
Fon: +49 (0) 40 41 11 69 25
Fax: +49 (0) 40 41 11 69 22
info@disq.de · www.disq.de

Ansprechpartner:
Markus Hamer
Telefon: 040 / 41 11 69 26
E-Mail: m.hamer@disq.de