

# Serviceprofil: Fotoservice-Onlineshops 2012

# 1,90



Branchenwert Globalzufriedenheit 2012

## Fotoservice-Onlineshops unter den Top 5 Branchen

Fotoservice-Onlineshops wurden 2012 im Kundenmonitor Deutschland erstmalig erhoben und erreichen auf Anhieb mit 1,90 eine Platzierung unter den fünf am besten bewerteten Branchen. Ein Anteil von 77,8 Prozent überzeugten Kunden spricht für sich. Am besten schneidet dabei eindeutig dm-drogeriemarkt (1,79) vor Rossmann (1,91) und Snapfish (2,05) ab.

Besonders positiv werden die Zuverlässigkeit und Vollständigkeit (1,78) sowie die Schnelligkeit der Lieferung (2,00) bewertet. Auch die Präsentation der Produkte (1,93) und das Preis-Leistungs-Verhältnis (2,06) schneiden im Branchenvergleich gut ab. Aufholbedarf gibt es im Hinblick auf die Übersichtlichkeit und Navigation der Website (2,25) und die Porto- und Versandkosten (2,30).

### Branchensteckbrief

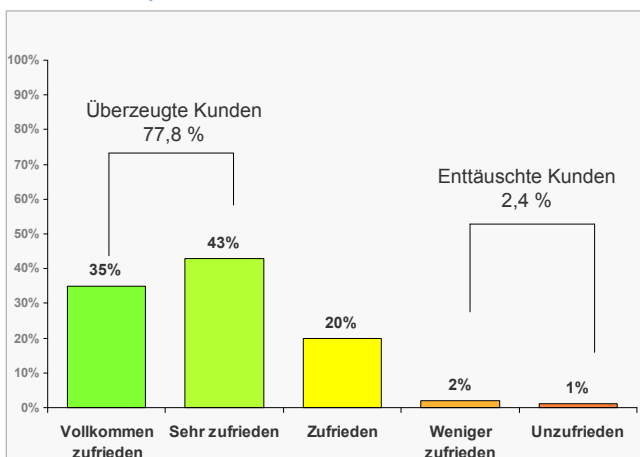
Geführte Interviews: 1.141

Erhebungsmethode:  
Online-Interviews (CAWI)

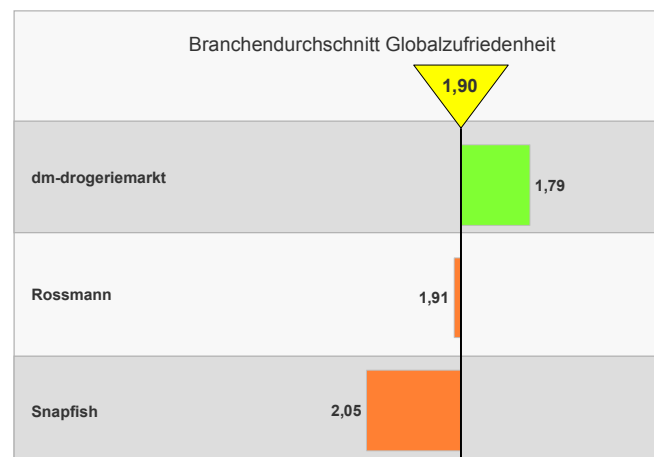
Grundgesamtheit:  
Bevölkerung 16 - 69 Jahre

Erhebungszeitraum:  
09.05. bis 22.05.2012

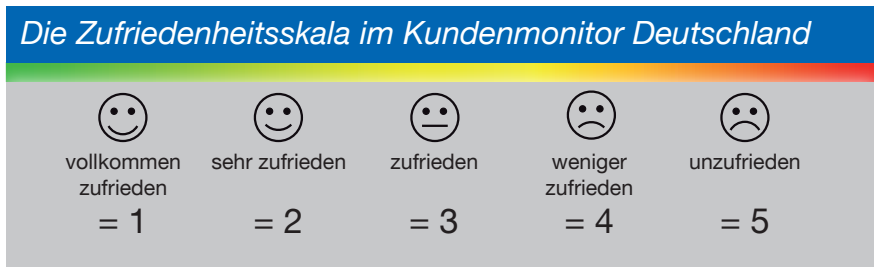
### Globalzufriedenheit Fotoservice-Onlineshops 2012



### Globalzufriedenheit in der Branche



Die hier angegebenen Zufriedenheitswerte geben Anteile oder den errechneten Mittelwert der im Kundenmonitor Deutschland eingesetzten Skala von „vollkommen zufrieden“ bis „unzufrieden“ an.



Auch die Bewertung im Hinblick auf die Auftragsannahme und Abholung in der Filiale bleibt weit hinter der Globalzufriedenheit zurück: die Produktvielfalt des Sofortdruckers kann ebenso wenig wie die Wartezeiten (2,36) und die fachliche Beratung (2,26) überzeugen.

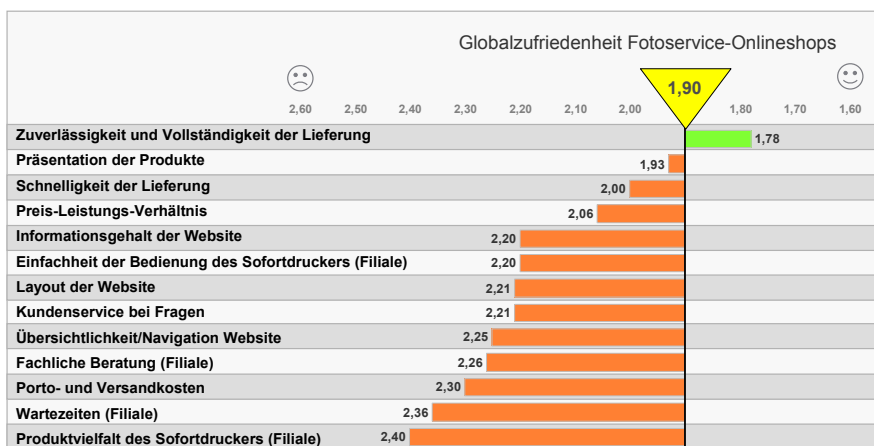
Bei Kunden der Online-Fotodienstleister spielt die Filiale vor allen Dingen bei der Abholung der bestellten Fotoprodukte eine Rolle. 33 Prozent der Kunden geben an, die Fotoabholung in einer Filiale schon öfters genutzt zu haben oder regelmäßig zu nutzen, einen Auftrag in der Filiale aufzugeben ist für nur 16 Prozent eine zumindest öfters genutzte Option.

Produkte, die am häufigsten öfter oder regelmäßig nachgefragt werden, sind Fotobücher (24,7 %). Bei Fotopostern/Fotoleinwänden (11,5 %), Fotogeschenken (10,5 %) und Fotogrüßkarten (9,4 %) sind die Kunden dagegen zurückhaltender.

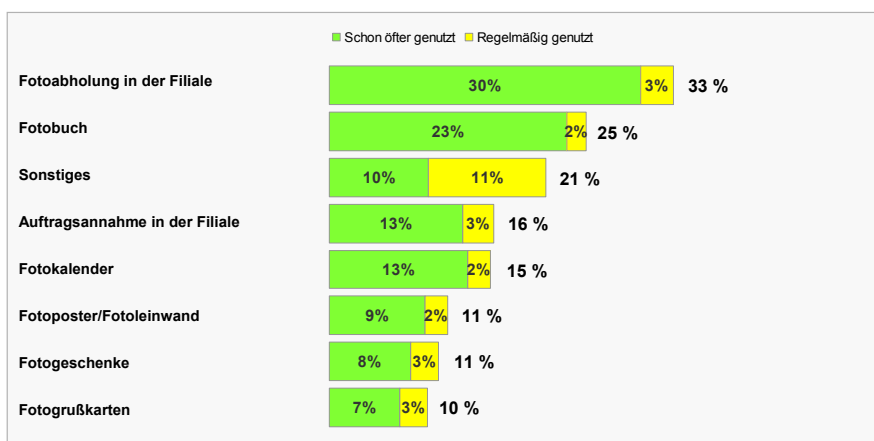
Vor dem Kauf informiert sich knapp über die Hälfte der Befragten auf der Internetseite des Anbieters (53 %), 29 Prozent holen Informationen über Freunde und Bekannte ein und 18 Prozent konsultieren Internetsuchmaschinen.

Falls eine stationäre Anlaufstelle des Anbieters vorhanden ist, dient sie auch zu 40 Prozent als zentrale Informationsquelle.

## Leistungsmerkmale Fotoservice-Onlineshops



## Nachgefragte Leistungen



Somit ist auch ein guter Service und eine gute Schulung der Mitarbeiter vor Ort bedeutsam.