

Kommunikationsdefizit: Auch bei Versandapotheken blieb jede vierte E-Mail-Anfrage unbeantwortet

Köln, 6. März 2009. Die Kommunikation per E-Mail ist für die meisten Menschen heute so alltäglich wie der Umgang mit dem Telefon. Ob im beruflichen oder privaten Umfeld – die „elektronische Post“ ist nicht mehr wegzudenken. Nutzt ein Kunde beispielsweise die auf der Website einer Versandapotheke oder eines anderen Unternehmens angegebene E-Mail-Serviceadresse oder ein entsprechendes Kontaktformular, dann erwartet er eine rasche Antwort. Doch diese Erwartung wird gemäß einer Studie des E-Commerce-Center Handel am Kölner Institut für Handelsforschung (IfH) oft enttäuscht: Von 720 versendeten Test-E-Mails blieb rund jede vierte gänzlich unbeantwortet oder die Rückmeldung bestand lediglich aus einer automatisierten Eingangsbestätigung. Größere Unterschiede zwischen Versandapotheken und Unternehmen aus anderen Branchen bestanden hierbei nicht. Im Rahmen der explorativen Studie wurden jeweils zehn Test-E-Mails an 72 Unternehmen aus sechs Branchen, darunter 11 Versandapotheken, versendet.

Kundenanfragen oft ohne Rückmeldung

Bei rund jeder fünften der im Test versendeten Kundenanfragen ist eine Rückmeldung gänzlich ausgeblieben. Auf etwa ein Viertel der E-Mail-Anfragen reagierten die getesteten Unternehmen zunächst mit einer elektronischen Empfangsbestätigung ohne Bezug zum Inhalt der Anfrage. Lediglich in neun von zehn Fällen folgte dieser eine weitere E-Mail, die sich auf den konkreten Sachverhalt der Kundenanfrage bezog. Rund jeder vierte Kunde wurde mit seiner Anfrage oder einer Empfangsbestätigung somit alleine gelassen. Die getesteten Versandapotheken machten hierbei keine Ausnahme, auch von ihnen wurden knapp 25 Prozent der Kundenanfragen überhaupt nicht oder lediglich mit einer Empfangsbestätigung beantwortet.

Offene Fragen, Rechtschreib- und Grammatikfehler an der Tagesordnung

Wurde eine Rückmeldung gegeben, die sich auf den Sachverhalt der Kundenanfrage bezog, hielt sich deren Nutzen oft in Grenzen: Nur in 70 Prozent der untersuchten Fälle wurden die gestellten Fragen so genau beantwortet, dass seitens der Kunden keine weiteren Fragen offen blieben. Und auch auf anderen Ebenen ließ die Qualität der Antwort-E-Mails oftmals zu wünschen übrig – mehr als ein Drittel enthielt Rechtschreib- oder Grammatikfehler. Während die Versandapotheken den Unternehmen aus anderen Branchen im Hinblick auf die Fehlerquote in Sachen Rechtschreibung und Grammatik in nichts nachstanden, gelang es ihnen vergleichsweise häufig (in acht von zehn Fällen), die in den Test-E-Mails formulierten Fragen exakt zu beantworten.

Zur Studie

In der Studie „E-Mail-Kommunikation 2008 auf dem Prüfstand“ wurde im Rahmen einer Mystery Mailing-Untersuchung die Qualität des E-Mail-Services von 72 Unternehmen überprüft. Jedes dieser Unternehmen erhielt innerhalb des Testzeitraums im Oktober 2008 zehn fiktive Kundenanfragen via E-Mail oder Kontaktformular. Insgesamt gingen 520 verwertbare E-Mail-Antworten in die inhaltliche Auswertung ein. Zu den überprüften Unternehmen zählten neben bekannten Versandapotheken wie „Apotheke Zur Rose“, „Europa Apotheek Venlo“ und „DocMorris“ auch namhafte Unternehmen aus anderen Branchen, wie z. B. „Amazon“, „Quelle“, oder „Otto“.

Die Studie ist Bestandteil der Arbeit des Netzwerks Elektronischer Geschäftsverkehr (NEG). Die vom Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (BMWi) geförderte Untersuchung wurde vom Branchenkompetenzzentrum ECC Handel mit Unterstützung des Softwareanbieters ITyX durchgeführt.

Die detaillierten Ergebnisse der Studie stehen in Form eines 99-seitigen Berichtsbands in elektronischer Form zur Verfügung, der zu einem Preis von 149 Euro inkl. MwSt. erworben werden kann. Weitere Informationen über die Studie und die Möglichkeit zum direkten Online-Kauf finden Sie unter:

www.ecc-handel.de/e-mail-kommunikation_2008_auf_dem_pruefstand.php

Der Abdruck der Pressemitteilung ist honorarfrei, ein Belegexemplar wird erbeten.

Die Pressemitteilung zum Download unter:

http://www.ifhkoeln.de/kommunikationsdefizit_auch_bei_versandapotheken.php

Kontakt:

Institut für Handelsforschung
an der Universität zu Köln

Dr. Markus Preißner
Sabrina Heckmann

Tel.: +49 (0) 221 / 94 36 07 40

Fax: +49 (0) 221 / 94 36 07 79

E-Mail: m.preissner@ifhkoeln.de
s.heckmann@ifhkoeln.de

Internet: <http://www.ifhkoeln.de>