



MARKTWÄCHTER
DIGITALE WELT

verbraucherzentrale

KUNDENSERVICE

Repräsentative Bevölkerungsbefragung

forsa.

07.11.2018

STUDIENDESIGN



- Grundgesamtheit: deutschsprachige Personen ab 18 Jahren in Privathaushalten in Deutschland.
- Zielgruppe: Personen mit negativem Kontakt zum Kundenservice innerhalb der letzten 12 Monate.
- Stichprobengröße: 1.101 Personen, darunter 293 Personen der Zielgruppe.
- Gewichtung: Bevölkerungsrepräsentativ 18 Jahre und älter, nach Region, Alter, Geschlecht und Bildung sowie Dual Frame Gewicht. Proportionalisierung der 100 Boost-Interviews auf ihren repräsentativen Anteil.
- Befragungsmethode: CATI ad hoc auf Basis einer Dual-Frame-Stichprobe
- Befragungszeitraum: 27.08.2018 bis 12.09.2018

ERGEBNISZUSAMMENFASSUNG (1)

Forsa befragte im August/September 1.101 Personen ab 18 Jahren zu ihren Erfahrungen mit Kundenservicekontakten innerhalb der letzten 12 Monate sowie ihren Wünschen an einen idealen Kundenservice.

- **Sieben von zehn Befragten (70 %)** hatten in den vergangenen 12 Monaten **Kontakt zum Kundenservice** eines Unternehmens – **am häufigsten** zum Support eines **Telefon- bzw. Mobilfunkanbieter (42 %)**, gefolgt von Internetanbietern (27 %), Onlineshops (25 %) oder Finanzdienstleistern (23 %).
- Die dabei zuletzt gemachten Erfahrungen waren mehrheitlich eher positiv. **Negative Kundenservice-Erlebnisse** zeigen sich vermehrt bei **Telekommunikationsanbietern** (Telefon und Internet).
- Insgesamt hat rund **jeder fünfte Befragte** ab 18 Jahren (18 %) innerhalb der letzten 12 Monate **negative Erfahrungen mit einem Kundenservice-Kontakt gemacht**.

ERGEBNISZUSAMMENFASSUNG (2)

- Die spontan genannten negativen Erfahrungen äußern sich zumeist durch **mangelnde Qualität, Erreichbarkeit, Problemlösung oder Service**.
- Von den anschließend abgefragten Problemen mit der **Erreichbarkeit** kam es **am häufigsten** vor, dass der **Kundenservice mehrfach kontaktiert** werden musste, bis sich jemand um das Anliegen kümmerte (**78 %**). Drei von vier Befragten (**74 %**) dauerte es zu lange, bis sich jemand mit ihrem Anliegen befasst hat. Dauerhafte Warteschleifen ohne Weiterleitung zu einem Mitarbeiter (**66 %**) oder dauerhaftes Klingeln ohne Entgegennahme des Anrufs (**60 %**) werden von einer Mehrheit der Personen mit telefonischer Kontaktaufnahme genannt.
- In Bezug auf **Qualität** kam es bei sieben von zehn Befragten (**70 %**) mit negativem Kundenservice-Kontakt vor, dass sie ihr **Anliegen mehreren Mitarbeitern erklären** mussten. Dass sich ein angeblich gelöstes Problem als ungelöst rausstellte oder der Kundenservice nur mangelhafte Fachkenntnisse besaß (je **57 %**), wurde von mehr als jedem Zweiten genannt.

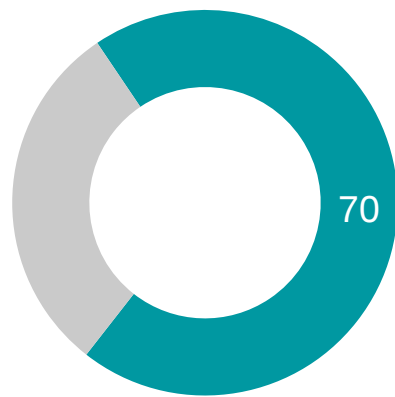
ERGEBNISZUSAMMENFASSUNG (3)

- 69 Prozent der Befragten mit negativem Kundenservice-Kontakt sind der Ansicht, dass ihnen nur unzureichend geholfen wurde.
- Der aus Verbrauchersicht ideale Kundenservice zeichnet sich durch freundliches (32 %) und fachkundiges (31 %) Personal, gute Erreichbarkeit (20 %), Kundenorientierung (19 %) und eine schnelle Problemlösung (19 %) aus.
- Die telefonische Erreichbarkeit des Kundenservice ist weiterhin mit Abstand am häufigsten gewünscht (89 %), gefolgt vom Kontakt in der Filiale (55 %) oder per E-Mail (50 %). Andere Online-Kontaktmöglichkeiten wie das Online-Formular (27 %) oder eine Chat-Funktion (25 %) werden von jedem Vierten genannt.

KONTAKT ZUM KUNDENSERVICE IN DEN LETZTEN 12 MONATEN

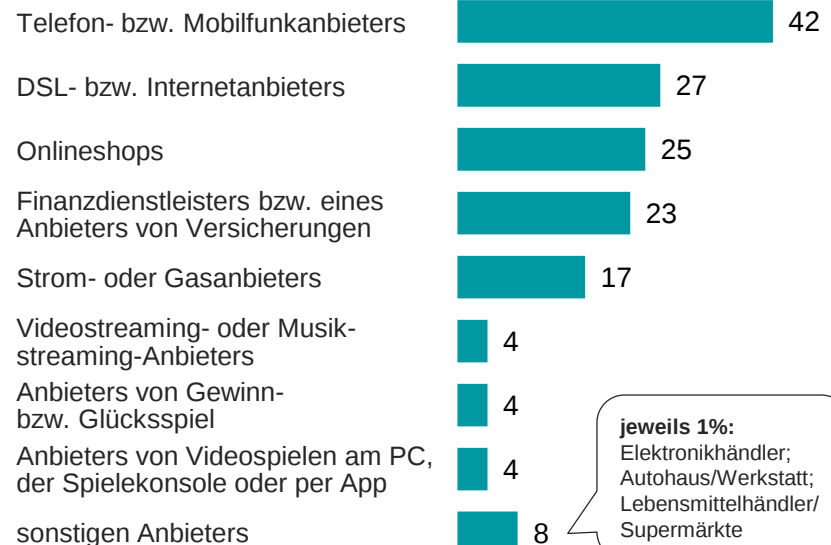
Sieben von zehn Befragten hatten in den letzten 12 Monaten Kontakt zu einem Kundenservice – am häufigsten zu dem eines Telekommunikationsanbieters.

Insgesamt hatten in den letzten 12 Monaten Kontakt zum Kundenservice bzw. Support eines Unternehmens



Ø in 3,2 Fällen

Es hatten in den letzten 12 Monaten Kontakt zum Kundenservice/Support eines*



Basis: 1.101 Befragte

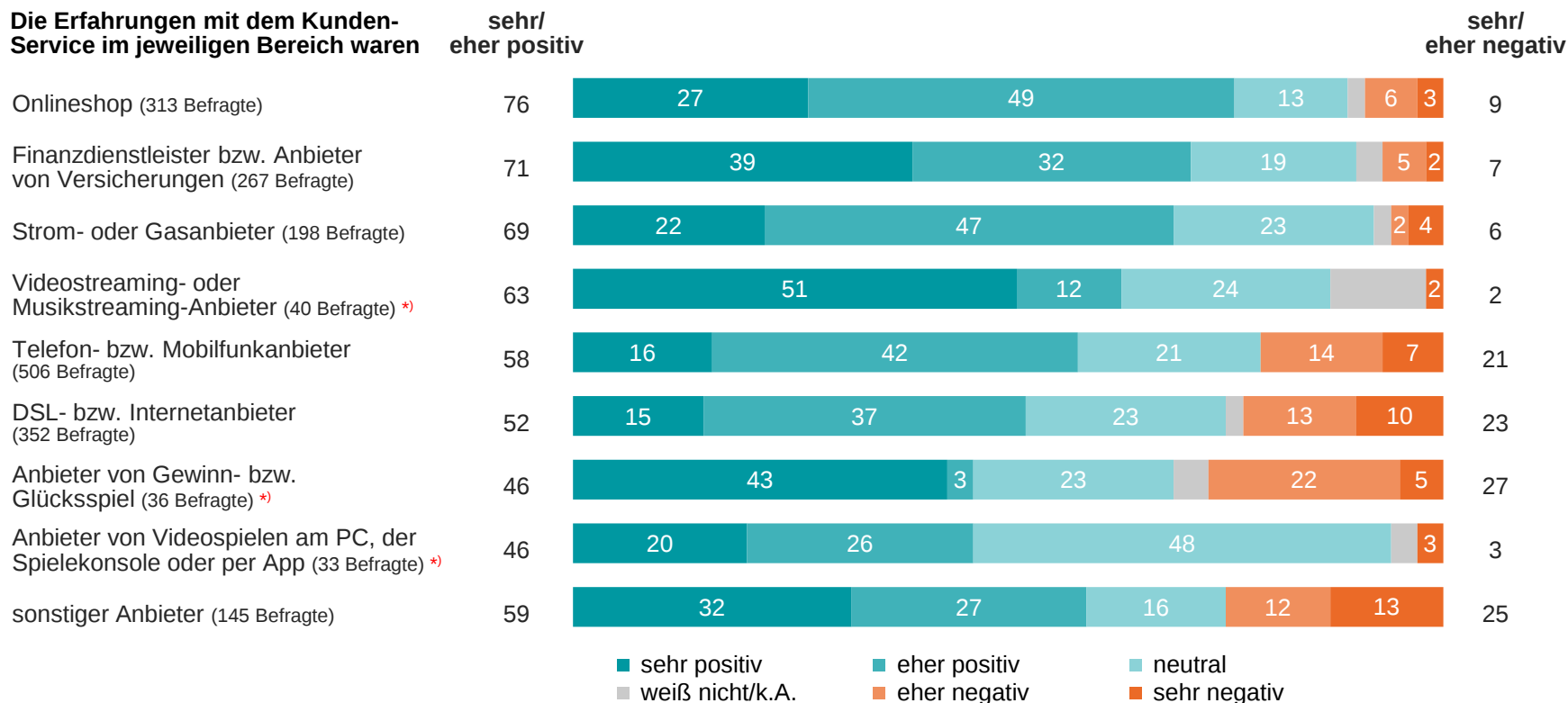
Frage: „(...) Hatten Sie in den letzten 12 Monaten Kontakt zum Kundenservice bzw. Support eines Unternehmens, bei dem Sie Kunde sind, bzw. zum Zeitpunkt der Kontaktaufnahme Kunde waren?“

Frage: „Und insgesamt gesehen: In wie vielen Fällen, hatten Sie in den letzten 12 Monaten Kontakt zu einem Kundenservice bzw. Support über alle eben genannte Bereiche?“

*) Mehrfachnennungen möglich

ERFAHRUNGEN MIT DEM KUNDENSERVICE

Die zuletzt gemachten Erfahrungen waren mehrheitlich eher positiv. Negative Erfahrungen zeigen sich etwas häufiger bei Telekommunikationsanbietern.



*) geringe Basis

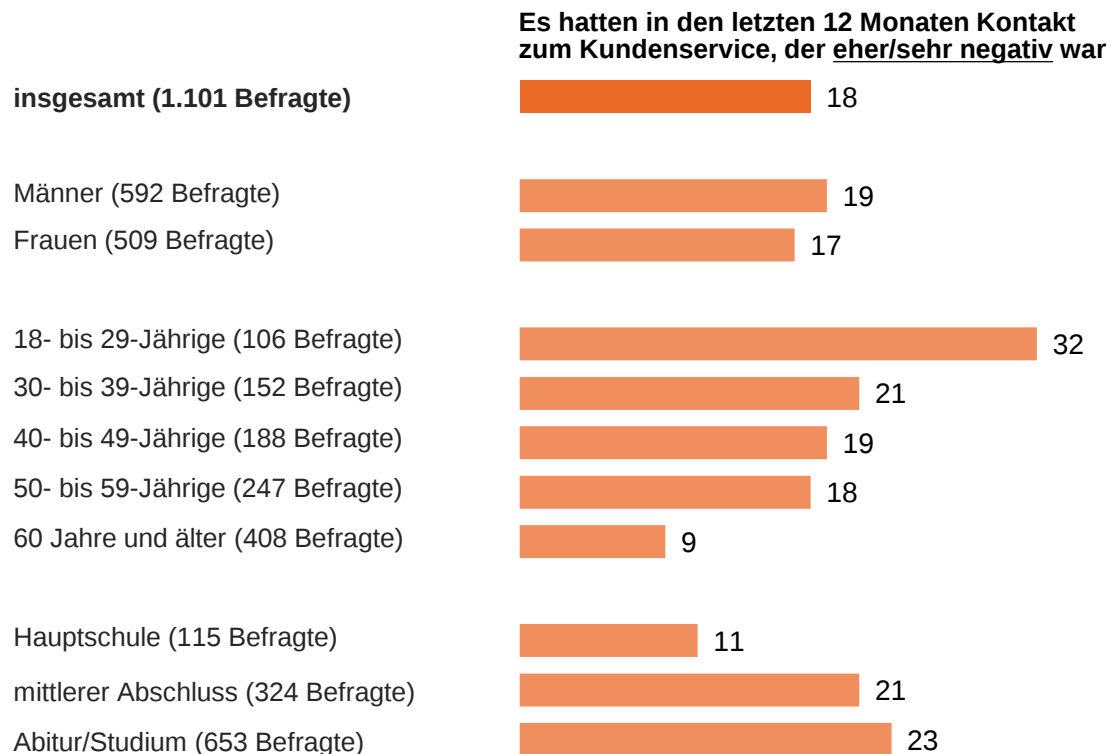
Basis: jeweils Befragte, die in den letzten 12 Monaten Kontakt zum Kundenservice hatten

Frage: „Und wenn Sie an den letzten Kontakt in dem jeweiligen Bereich denken: Waren Ihre Erfahrungen mit dem Kundenservice bzw. Support sehr positiv, eher positiv, neutral, eher negativ oder sehr negativ?“

Angaben in Prozent

NEGATIVER KONTAKT ZUM KUNDENSERVICE

Insgesamt hat rund jeder fünfte Befragte ab 18 Jahren innerhalb der letzten 12 Monaten negative Erfahrungen mit einem Kundenservice-Kontakt gehabt.



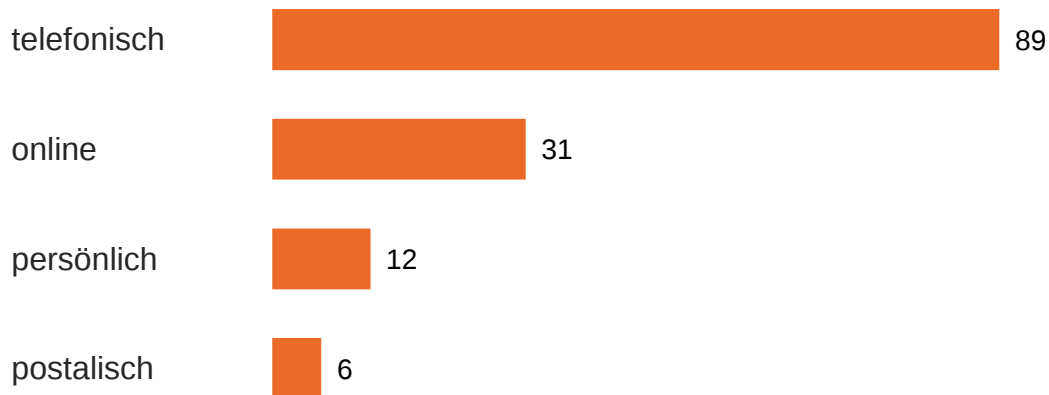
Basis: 1.101 Befragte

Frage: „Und wenn Sie an den letzten Kontakt in dem jeweiligen Bereich denken: Waren Ihre Erfahrungen mit dem Kundenservice bzw. Support sehr positiv, eher positiv, neutral, eher negativ oder sehr negativ?“

Angaben in Prozent

KONTAKTWEGE BEI NEGATIVEM KONTAKT

Bei neun von zehn Befragten mit negativer Erfahrung fand der Kontakt zum Kundenservice über das Telefon statt, bei drei von zehn online.



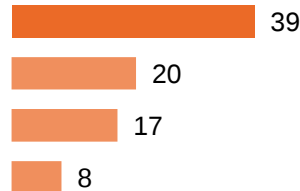
Basis: 293 Befragte, die in den letzten 12 Monaten einen negativen Kontakt zum Kundenservice hatten; Mehrfachnennungen möglich
Frage: „Auf welchen Wegen hatten Sie Kontakt mit dem Kundenservice bzw. Support zu den Unternehmen, als Sie die negativen Erfahrungen gemacht haben?“

NEGATIVE ERFAHRUNGEN MIT DEM KUNDENSERVICE

Die negativen Erfahrungen äußern sich zumeist durch mangelnde Qualität, Erreichbarkeit, Problemlösung oder Service.

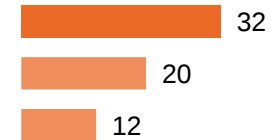
Qualität (netto)

mangelnde Fachkompetenz der Mitarbeiter
falsche Informationen
mangelnde Beratung



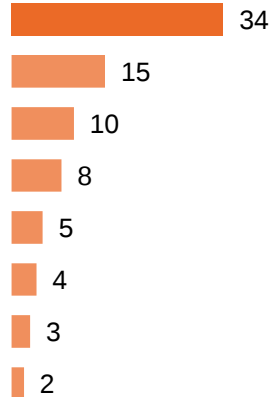
Problemlösung (netto)

Problem wurde gar nicht oder nur teilweise gelöst
Problemlösung dauerte insgesamt zu lange



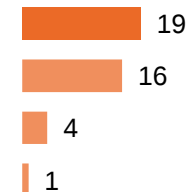
Erreichbarkeit (netto)

lange Wartezeiten in telefonischen Warteschleifen
mehrmalige Kontaktaufnahme notwendig
häufiges Weiterverbinden zwischen den Ansprechpartnern
Verbindungsabbrüche in Warteschleife/ Gespräch
schlechte Erreichbarkeit
wechselnde Ansprechpartner
lange Wartezeit bis zur Rückmeldung



Service (netto)

Mitarbeiter war unfreundlich
keine Kulanz
Mitarbeiter sprach nicht ausreichend deutsch



Sonstiges

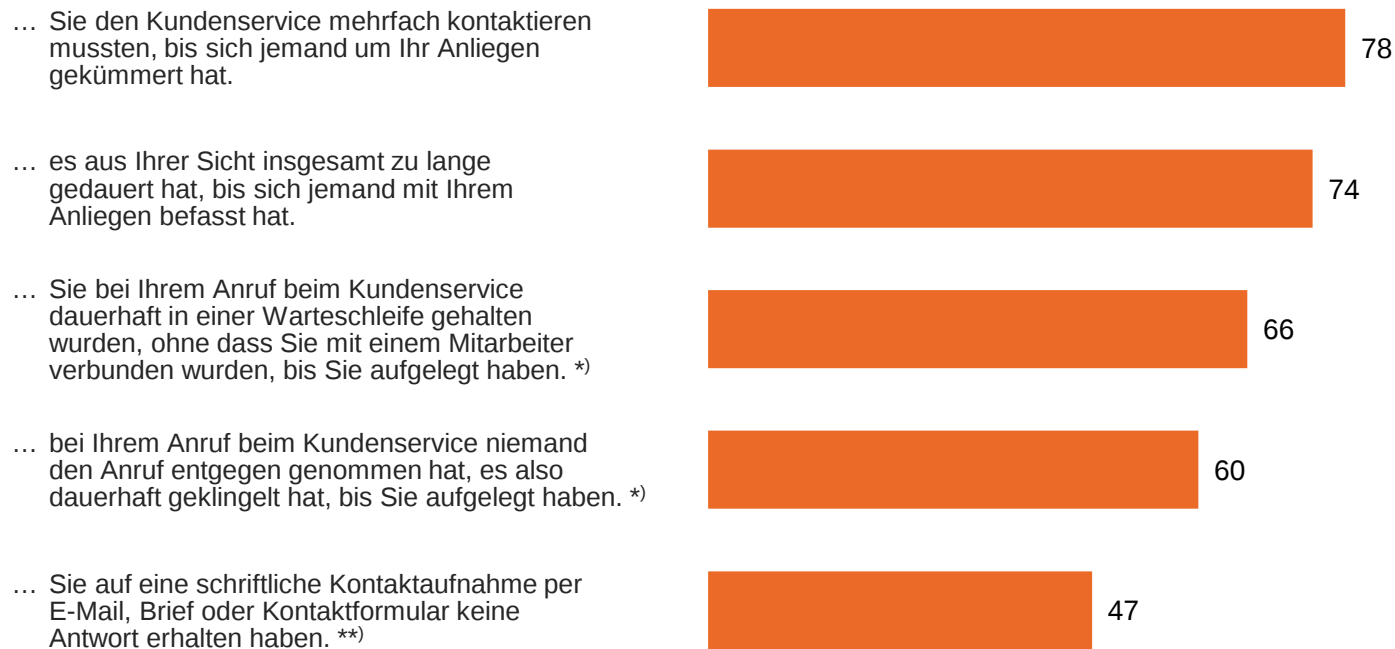


Basis: 293 Befragte, die in den letzten 12 Monaten einen negativen Kontakt zum Kundenservice hatten; offene Frage, Mehrfachnennungen möglich
Frage: „Und warum waren Ihre Erfahrungen mit dem Kundenservice eher negativ? Bitte beschreiben Sie so genau wie möglich, was daran negativ war.“

NEGATIVE ERFAHRUNGEN: ERREICHBARKEIT (1)

Von den abgefragten Problemen mit der Erreichbarkeit wurde der Mehrfachkontakt am häufigsten genannt, gefolgt von einer insgesamt zu langen Dauer.

Es kam in den letzten 12 Monaten vor, dass ...



*) Befragte, die bei der telefonischen Kontaktaufnahme negative Erfahrungen gemacht haben

**) Befragte, die bei der schriftlichen Kontaktaufnahme negative Erfahrungen gemacht haben

Basis: 293 Befragte, die in den letzten 12 Monaten einen negativen Kontakt zum Kundenservice hatten; Mehrfachnennungen möglich

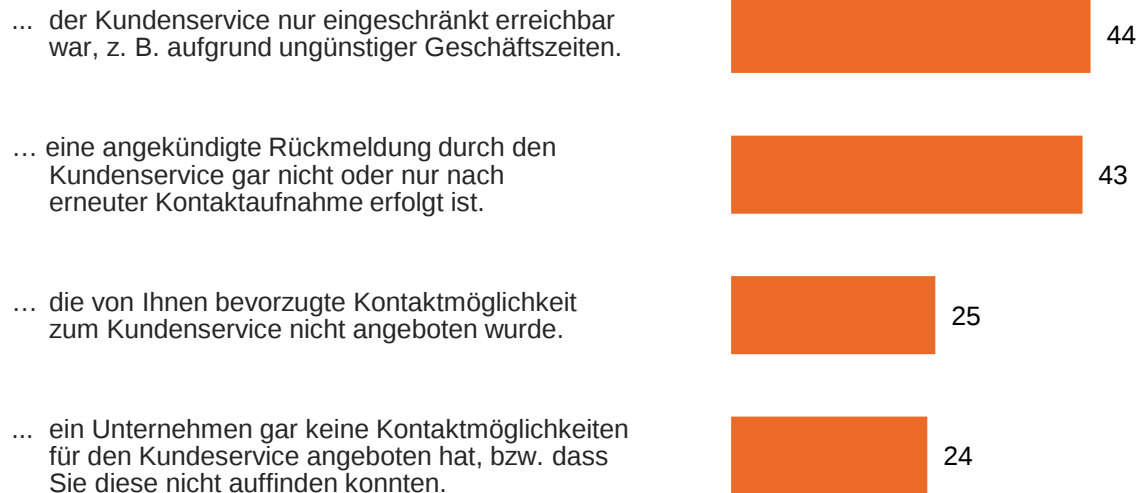
Frage: „(...) Zunächst geht es um negative Erfahrungen mit der Erreichbarkeit bei der Kontaktaufnahme zum Kundenservice: Kam es bei Ihnen in den letzten 12 Monaten vor, dass ...“

Angaben in Prozent

NEGATIVE ERFAHRUNGEN: ERREICHBARKEIT (2)

Dass eine Kontaktmöglichkeit gar nicht vorhanden bzw. nicht auffindbar war oder die bevorzugte nicht angeboten wurde, bestätigt jeder Vierte.

Es kam in den letzten 12 Monaten vor, dass ...



Basis: 293 Befragte, die in den letzten 12 Monaten einen negativen Kontakt zum Kundenservice hatten; Mehrfachnennungen möglich
Frage: „(...) Zunächst geht es um negative Erfahrungen mit der Erreichbarkeit bei der Kontaktaufnahme zum Kundenservice: Kam es bei Ihnen in den letzten 12 Monaten vor, dass ...“

NEGATIVE ERFAHRUNGEN: QUALITÄT

Sieben von zehn Befragten mit negativem Kontakt zum Kundenservice mussten ihr Anliegen mehrmals unterschiedlichen Mitarbeitern erklären.

Es kam in den letzten 12 Monaten vor, dass ...



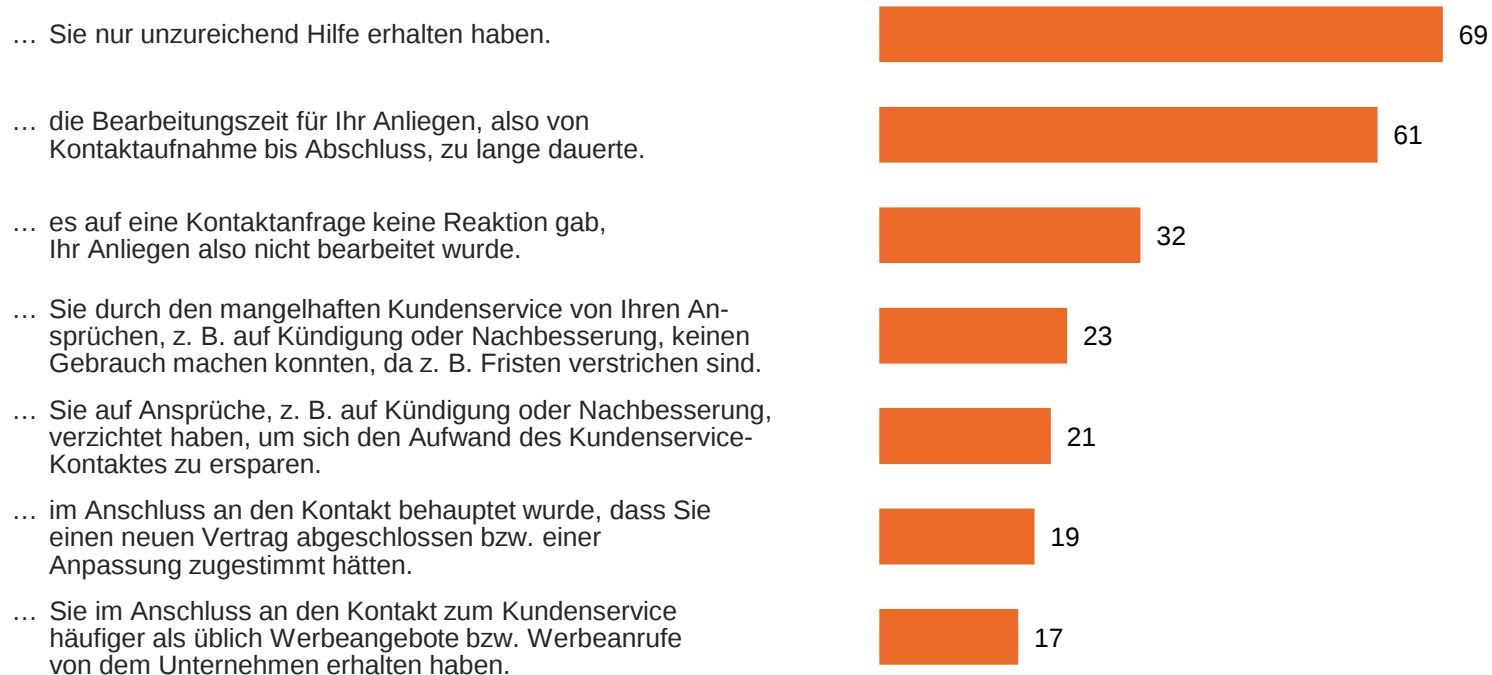
Basis: 293 Befragte, die in den letzten 12 Monaten einen negativen Kontakt zum Kundenservice hatten; Mehrfachnennungen möglich

Frage: „Nun geht es um negative Erfahrungen mit der Qualität des Kundenservices. Welche der folgenden Erfahrungen haben Sie in den letzten 12 Monaten gemacht?“

NEGATIVE ERFAHRUNGEN: UMGANG MIT DEM VERBRAUCHERANLIEGEN

Ebenfalls sieben von zehn Befragten mit negativem Kundenservice-Kontakt hatten den Eindruck, dass ihnen nur unzureichend geholfen wurde.

Es kam in den letzten 12 Monaten vor, dass ...



Basis: 293 Befragte, die in den letzten 12 Monaten einen negativen Kontakt zum Kundenservice hatten; Mehrfachnennungen möglich

Frage: „Und wie ist das Unternehmen mit Ihrem Anliegen umgegangen bzw. zu welchem Ergebnis führte es?“

Angaben in Prozent

DER IDEALE KUNDENSERVICE

Idealer Kundenservice zeichnet sich durch freundliches und fachkundiges Personal, gute Erreichbarkeit, Kundenorientierung und eine schnelle Problemlösung aus.

Qualität (netto) 73



Erreichbarkeit/Schnelligkeit (netto) 55



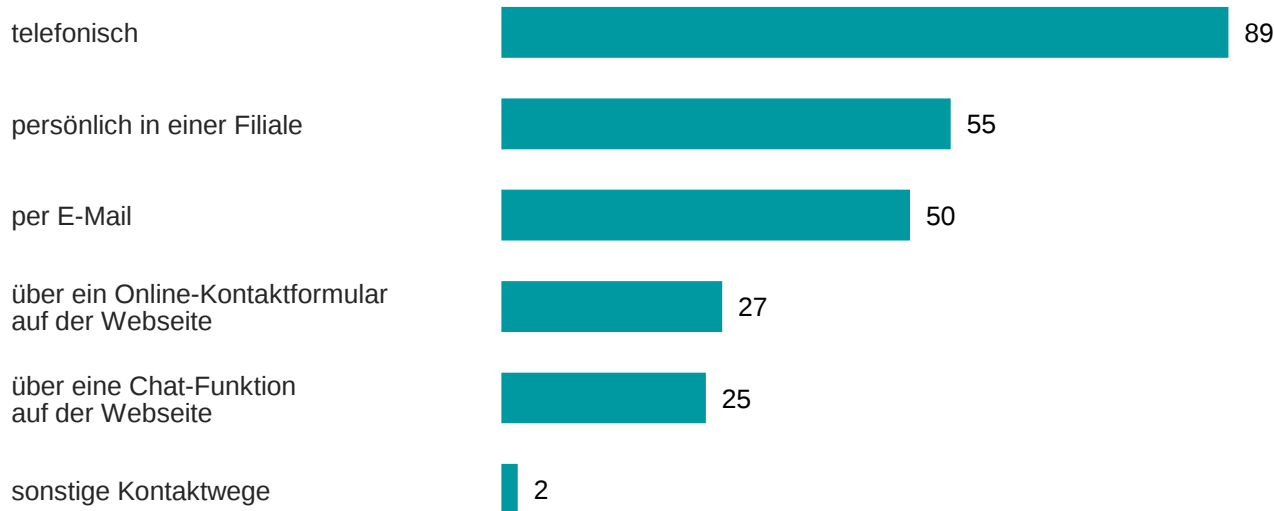
Basis: 1.101 Befragte; offene Frage, Mehrfachnennungen möglich

Frage: „Jetzt ganz allgemein: Wenn Sie an den idealen Kundenservice denken, wie sollte der sein? Was wäre Ihnen besonders wichtig?“

KONTAKTWEGE DES IDEALEN KUNDENSERVICE

Die telefonische Erreichbarkeit des Kundenservices ist mit Abstand am häufigsten gefordert, gefolgt vom persönlichen Kontakt in der Filiale oder per E-Mail.

Der ideale Kundenservice ist erreichbar



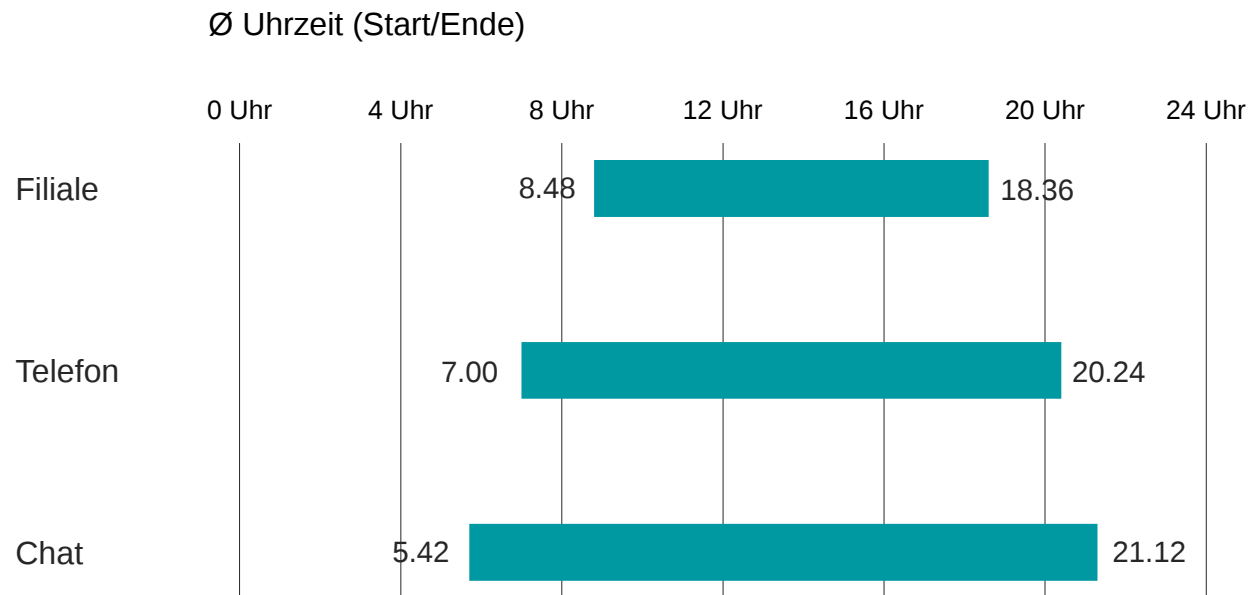
Basis: 1.101 Befragte; Mehrfachnennungen möglich

Frage: „Auf welchen Kontaktwegen sollte ein für Sie persönlich idealer Kundenservice erreichbar sein?“

Angaben in Prozent

ERREICHBARKEIT FÜR DIREKTE KONTAKTE

Im Durchschnitt wird eine telefonische Erreichbarkeit von 7.00 Uhr bis circa 20.30 Uhr gewünscht.



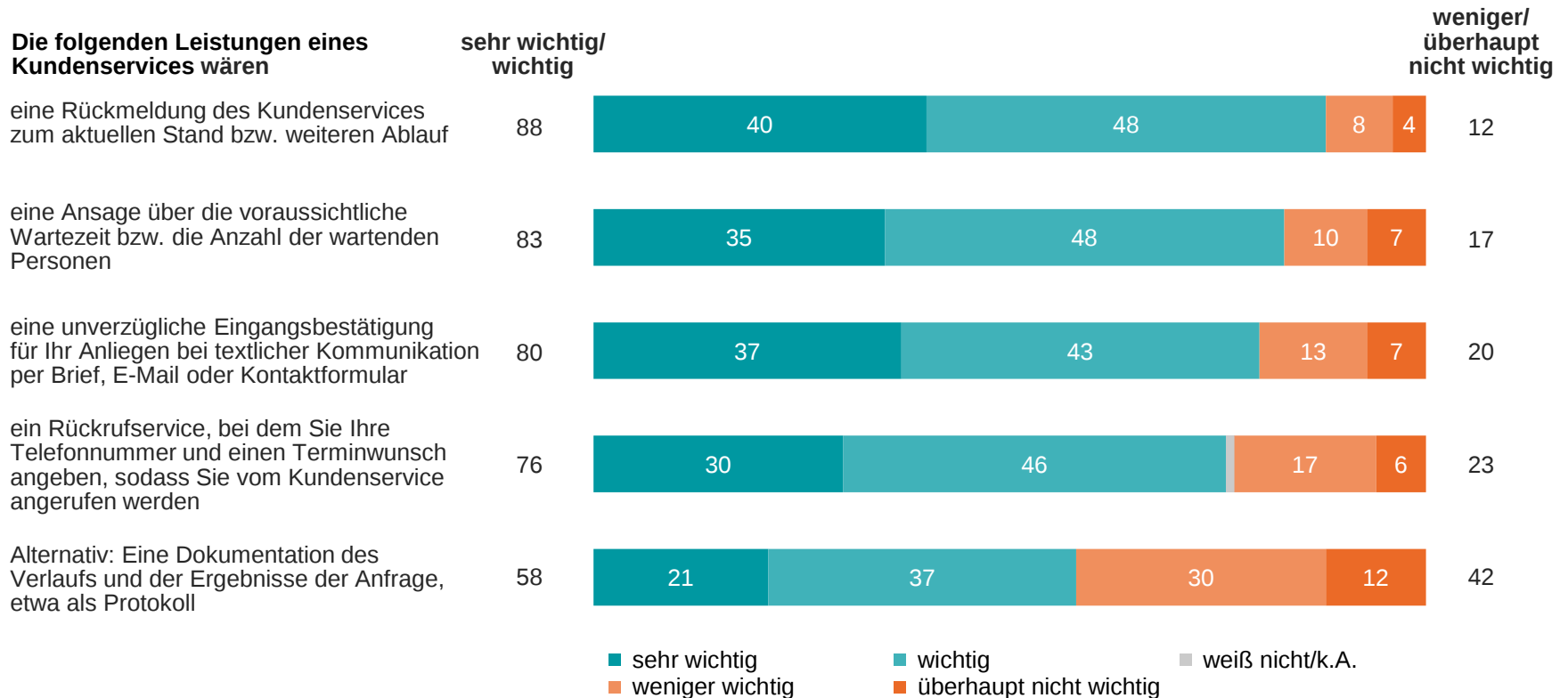
Basis: 1.072 Befragte, die einen direkten Kontakt zum Kundenservice wünschen

Frage: „Und in welchem Zeitraum sollte der Kundenservice für direkte Kontakte in der Filiale, am Telefon oder per Chat erreichbar sein? Bitte nennen Sie mir jeweils die Startzeit und die Endzeit.“

Angaben in Prozent

WICHTIGKEIT VON LEISTUNGEN EINES KUNDENSERVICES

Eine Rückmeldung des Kundenservices zum aktuellen Stand bzw. weiteren Ablauf wäre neun von zehn Befragten wichtig.



Basis: 1.101 Befragte

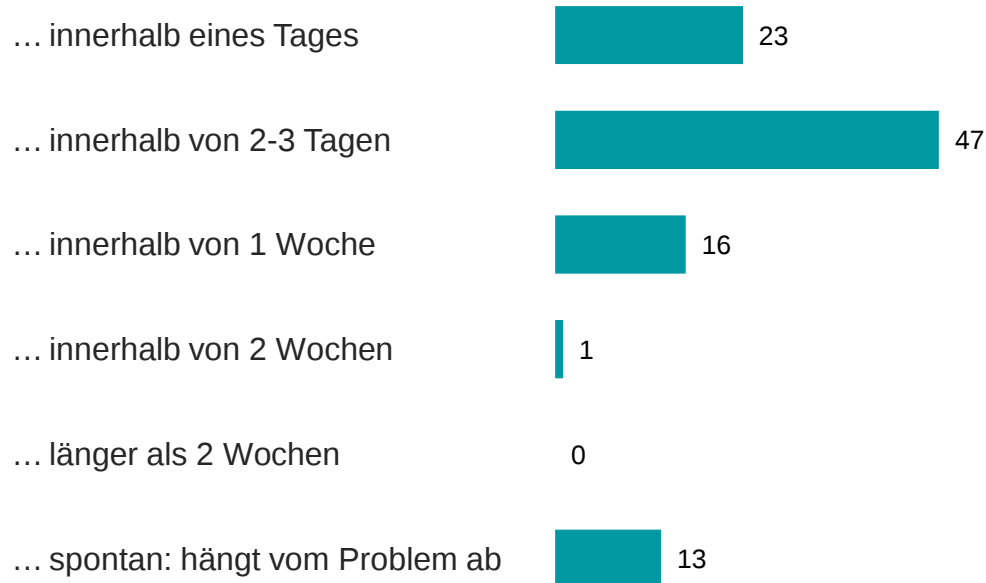
Frage: „Und wie wichtig wären Ihnen die folgenden Leistungen eines Kundenservices?
Sehr wichtig - wichtig - weniger wichtig - oder überhaupt nicht wichtig?“

Angaben in Prozent

GEWÜNSCHTE DAUER DER PROBLEMLÖSUNG

Jeder Vierte fordert eine Problemlösung innerhalb eines Tages, für 47 Prozent ist eine Lösung innerhalb von 2 bis 3 Tagen noch akzeptabel.

Eine Lösung des Problems ist noch akzeptabel ...



Basis: 1.101 Befragte

Frage: „Welcher Zeitraum ist für Sie grundsätzlich noch akzeptabel, bis Sie nach einem Kontakt zum Kundenservice eine Klärung Ihres Anliegens bzw. Lösung Ihres Problems erhalten?“

Gefördert durch:



Bundesministerium
der Justiz und
für Verbraucherschutz

aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages



MARKTWÄCHTER
DIGITALE WELT

verbraucherzentrale

Impressum:

Verbraucherzentrale Bundesverband e.V.

Markgrafenstraße 66

marktwaechter@vzbv.de

www.marktwaechter.de