

Kundenmonitor Deutschland 2009: Gutes Serviceklima in der Krise



Handel und Dienstleistungen bieten der Wirtschaftskrise mit gutem Service die Stirn und werden mit steigender Zufriedenheit ihrer Kunden belohnt – nur Fondsgesellschaften verlieren deutlich

München, 8. September 2009 – Gerade in der Krise erleben Verbraucher Unternehmen als sehr kundenorientiert. Dies geht aus dem aktuellen Kundenmonitor Deutschland hervor, der heute in München vom unabhängigen Forschungsinstitut ServiceBarometer vorgestellt wurde und das Thema Kundenorientierung als Erfolgsfaktor auch in schwierigem wirtschaftlichen Umfeld bestätigt. Von März bis August wurden fast 30.000 deutsche Verbraucher zu zahlreichen Aspekten der Kundenzufriedenheit befragt. Seit 18 Jahren untersucht die Studie jährlich das Serviceklima in Deutschland. In diesem Jahr standen insgesamt 29 Branchen auf dem Prüfstand der Zufriedenheitsforscher.

Ganz vorne liegen dieses Jahr mit großem Abstand die erstmals untersuchten Versandapotheken. Auch auf Optiker, Autowerkstätten und Automobilclubs entfallen weitere Spitzenwerte der Kundenzufriedenheit. Alle drei Branchen konnten sich gegenüber dem Vorjahr nochmals verbessern. Über 70 Prozent der Kunden äußern sich „sehr zufrieden“ oder gar „vollkommen zufrieden“ mit dem von ihnen genutzten Anbieter dieser Branche.

Selbst die im letzten Jahr vielfach kritisierten Banken und Sparkassen schaffen es als Branche, die Kundenzufriedenheit stabil zu halten. Ein detaillierter Blick in die Einzelergebnisse zeigt jedoch, wie unterschiedlich die jeweiligen Anbieter von ihren Kunden beurteilt werden. Während die Genossenschaftsbanken ihre Zufriedenheitswerte verbessern, sind für die großen Finanzinstitute wie Deutsche Bank und Citibank erhebliche Rückgänge sowohl in der Zufriedenheit als auch in der Weiterempfehlungsabsicht ihrer Kunden zu verzeichnen.

Neben den Großbanken bekommen vor allem die Fondsgesellschaften eine rückläufige Verbraucherzufriedenheit zu spüren. Nach dem bisherigen Tiefpunkt der Zufriedenheit im Jahr 2003 hatte sich die Branche vier Jahre lang mühevoll

Kundenzustimmung erarbeitet. In der Finanzkrise ging diese jetzt wieder verloren. Auf einer Skala von „vollkommen zufrieden“ (= 1) bis „unzufrieden“ (= 5) sank die Kundenzufriedenheit in den letzten zwei Jahren von 2,59 auf 2,90. Die Kunden bemängeln dabei nicht nur die Wertentwicklung ihrer Fondsanlage, sondern auch die Erreichbarkeit und die Zuverlässigkeit der Aussagen ihrer jeweiligen Ansprechpartner.

Im Zehnjahresvergleich des Kundenmonitor Deutschland sind es Autowerkstätten, Briefpost und Postfilialen, die sich am stärksten in Sachen Kundenzufriedenheit steigern konnten. Den Postbranchen gelingt es dieses Jahr, auf das Zufriedenheitsniveau klassischer Handelsbranchen aufzuschließen. Dies ist insbesondere auf den wachsenden Anteil an im klassischen Einzelhandel integrierten Postagenturen zurück zu führen.

Attraktivität von Super- und Verbrauchermärkten steigt

Der Kundenmonitor Deutschland stellt auch im Handel eine steigende Kundenzufriedenheit fest. Bau- und Heimwerkermärkte sowie Drogeriemärkte erklimmen den Zehnjahresbestwert ihrer Branche. Verbraucher nehmen dabei nicht nur ein besseres Preis-Leistungs-Verhältnis wahr. Bei Drogeriemärkten steigt beispielsweise auch die Zufriedenheit mit der Ladengestaltung und der Verfügbarkeit von Ansprechpartnern. Bei Lebensmittelmärkten vergeben Kunden bessere Noten im Bereich Frische und vor allem für die Angebotsvielfalt bei Bioprodukten. Bemerkenswert ist, dass in diesem Jahr die Attraktivität von Super- und Verbrauchermärkten zugenommen hat: 34 Prozent nennen einen Nahversorger als Haupteinkaufsstätte. Im Vorjahr waren es 32 Prozent. Diese Entwicklung geht zu Lasten der Discounter, deren Anteil von 45 Prozent auf 43 Prozent gesunken ist. Die Kundenzufriedenheit mit Super- und Verbrauchermärkten steigt darüber hinaus überdurchschnittlich stark an und erreicht das beste Kundenurteil der letzten zehn Jahre.

Trendwende bei Stromversorgern?

Wie in den Vorjahren belegen die Energieversorger auch im Kundenmonitor Deutschland 2009 hintere Plätze – weniger als 40 Prozent der Strom- und Gaskunden sind mit ihrem Anbieter vollkommen oder sehr zufrieden. Jedoch sorgen die Stromanbieter dieses Jahr für eine Überraschung. Sie schaffen es, den seit 2000 andauernden Abwärtstrend zu unterbrechen und ihre Zufriedenheitsnote von 2,77 auf 2,59 zu verbessern. Diese positive Entwicklung setzt sich auch auf Unternehmensebene fort. Alle Anbieter verzeichnen steigende Zufriedenheitswerte. Am stärksten konnten sich EnBW und RWE verbessern. Dennoch unterscheiden sich die einzelnen Energiedienstleister in der Servicequalität erheblich voneinander – so deutlich wie in keiner anderen untersuchten Branche. Das Spektrum reicht dabei von einer 2,91 für E.ON bis zu einer 2,00 für Lichtblick, dem diesjährigen Spitzenreiter bei den Stromversorgern. Dem Ökostromanbieter gelingt es, mit überdurchschnittlichen Beratungsleistungen und beim Preis-Leistungs-Verhältnis seine Kunden zu überzeugen.

Beschwerdequoten bei Internetanbietern am höchsten

Die Kunden von Internetanbietern beschweren sich am häufigsten bei ihrem Dienstleister. Beinahe jeder dritte Kunde hatte eine Reklamation oder Beschwerde bei seinem Internetanbieter. Zum Vergleich: in allen anderen Branchen rangieren die Reklamationsquoten zwischen zwei und zehn Prozent. Auch bei der Beschwerdeabwicklung haben die Internetanbieter Verbesserungsbedarf. Nur rund 20 Prozent der Kunden geben an, mit der Reaktion auf ihre Beschwerde vollkommen oder sehr zufrieden gewesen zu sein. In dieser Hinsicht können die Optiker ein Beispiel geben. Zwar wurde in ihrer Branche die zweithöchste Beschwerdehäufigkeit gemessen (14 Prozent), dennoch schaffen es die Optiker, über 70 Prozent ihrer Kunden mit einer guten Beschwerdebearbeitung zu überzeugen.

Mehr Informationen sowie umfangreiche grafische Darstellungen zu den Ergebnissen des Kundenmonitor Deutschland 2009 stehen Ihnen auf der Studienwebsite www.kundenmonitor.de zum Download zur Verfügung.

Pressekontakt:

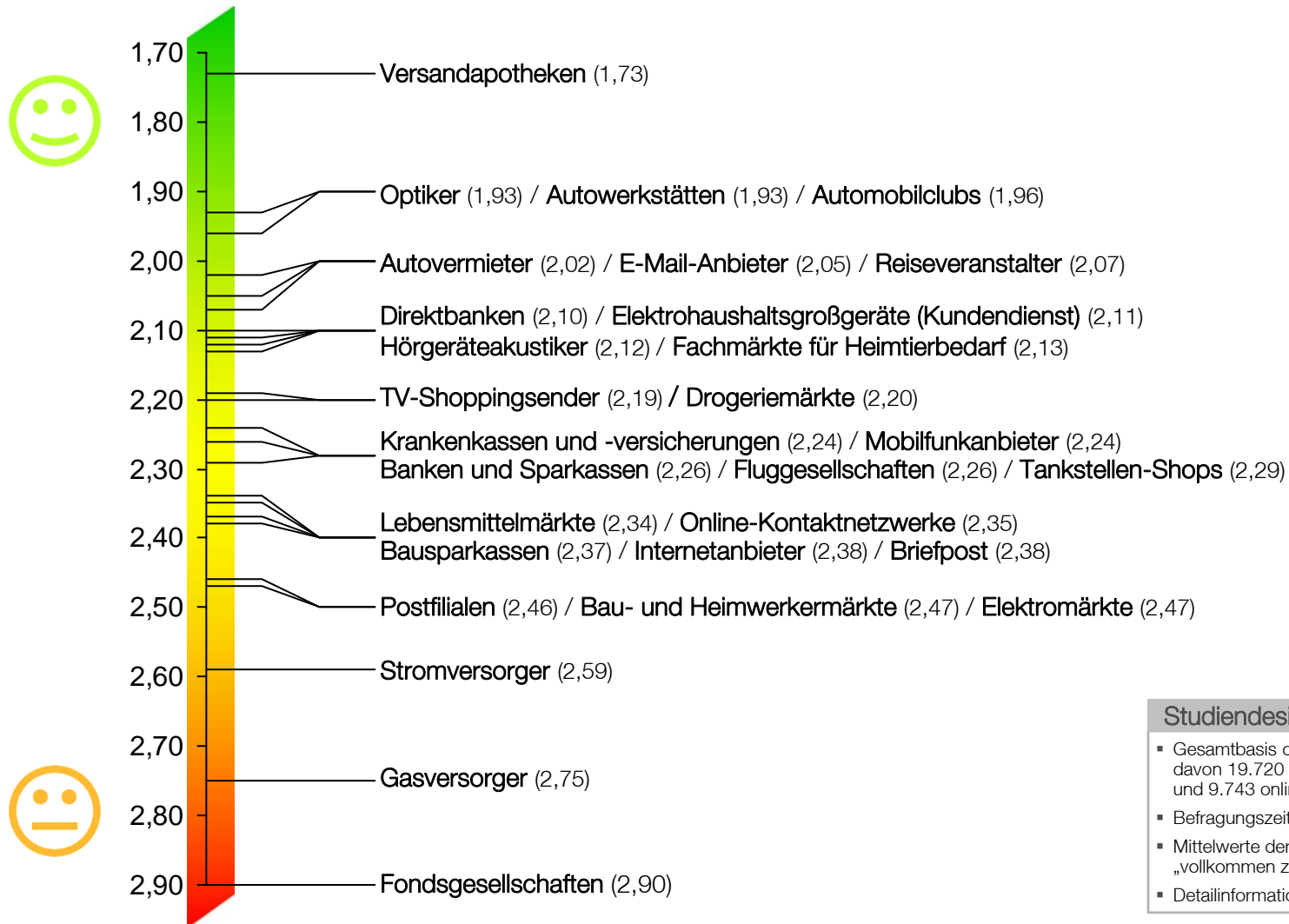
Dr. Matthias Metje
ServiceBarometer AG
Gottfried-Keller-Str. 12
81245 München
Telefon: 089 / 89 66 69-18
E-Mail: matthias.metje@servicebarometer.de

ServiceBarometer AG – Forschungsauftrag

Das Forscherteam von *ServiceBarometer AG* liefert auf repräsentativer Basis erhobene Daten zur Kundenzufriedenheit und Kundenbindung in Deutschland. Die umfassende Benchmarkingdatenbank des Kundenmonitor Deutschland mit Zeitreihen zur Kundenorientierung von Unternehmen aus über 80 Branchen ist eine verlässliche Quelle für wissenschaftliche und unternehmensspezifische Analysen. Zahlreiche Unternehmen nutzen die Ergebnisse dieser unabhängigen Marktstudie zum Vergleich mit Wettbewerbern, zur Identifikation von Leistungsdefiziten und Gefahren sowie als Input für das eigene Kennzahlensystem.

www.servicebarometer.de

Kundenzufriedenheit in Deutschland 2009



Studiendesign

- Gesamtbasis der Studie: 29.463 Befragte, davon 19.720 telefonisch (Bevölkerung ab 16 Jahre) und 9.743 online (16 bis 69 Jahre)
- Befragungszeitraum: März 2009 bis August 2009
- Mittelwerte der Globalzufriedenheit von „vollkommen zufrieden“ (=1) bis „unzufrieden“ (=5)
- Detailinformationen: www.kundenmonitor.de

Top-Unternehmen der Kundenzufriedenheit 2009



Auch dieses Jahr gibt es wieder Anbieter, die innerhalb ihrer Branche aber auch branchenübergreifend Benchmarks in Sachen Service und Kundenorientierung setzen.

Ausgewiesene Top-Anbieter im Kundenmonitor Deutschland 2009 sind:

- Medikamente-per-klick.de (1,57)
- Sanicare (1,58)
- Google Mail (1,61)
- Aldi Talk (1,67)
- Doc Morris (1,69)
- Simyo (1,74)
- Shop-Apotheke (1,75)
- DKB Deutsche Kreditbank (1,84)
- Yahoo Mail (1,85)
- Debeka Krankenversicherung (1,87)
- Toyota Werkstätten (1,87)
- Sparda-Banken (1,89)
- BMW Werkstätten (1,89)
- GEK Gmünder Ersatzkasse (1,91)
- Fielmann (1,92)
- Mercedes-Benz Werkstätten (1,93)
- Ford Werkstätten (1,95)
- ING-DiBa (1,95)
- Debeka Bausparkasse (1,95)
- Budnikowsky (1,96)
- Miele Kundendienst (1,96)
- ADAC (1,97)
- AOL (1,97)
- Hotmail (1,97)
- SBK Siemens-Betriebskrankenkasse (1,98)
- dm Drogeriemarkt (1,98)
- QVC (1,98)
- Das Futterhaus (1,99)

Made by

 **ServiceBarometer AG**

Gottfried-Keller-Straße 12 · 81245 München
Telefon 089-896669-18 · Telefax 089-896669-10
info@servicebarometer.de · www.servicebarometer.de

Vorstand: Dr. Frank Dornach (Vors.), Dr. Andreas Fieger, Dr. Matthias Metje
Sitz und Registergericht München, HRB: 122 251
Vors. d. Aufsichtsrates: Dr. Andrea Dornach

Studiensteckbrief

Kundenmonitor Deutschland 2009



Herausgeber	ServiceBarometer AG, München
Untersuchte Branchen Auto, Reise und Verkehr	Autowerkstätten (3.567 CAWI) Automobilclubs (1.016 CATI) Autovermieter (517 CAWI) Fluggesellschaften (1.836 CAWI) Reiseveranstalter (2.168 CATI)
Finanzdienstleistungen	Banken und Sparkassen (4.949 geführte Interviews CATI) Bausparkassen (3.804 CATI) Direktbanken (2.018 CAWI) Fondsgesellschaften (1.772 CATI) Krankenkassen und -versicherungen (9.119 CATI)
Handel	Bau- und Heimwerkermärkte (5.980 CATI) Drogeriemärkte (4.098 CATI) Elektromärkte (2.378 CATI) Fachmärkte für Heimtierbedarf (1.815 CAWI) Hörgeräteakustiker (737 CATI) Lebensmittelmärkte (9.890 CATI) Optiker (1.012 CATI) Tankstellen-Shops (1.635 CAWI) TV-Shoppingsender (678 CAWI) Versandapotheken (1.894 CAWI)
Infrastruktur	Briefpost (1.003 CATI) Gasversorger (1.055 CAWI) Internetanbieter (2.508 CAWI) Mobilfunkanbieter (2.508 CAWI) Postfilialen (6.042 CATI) Stromversorger (5.158 CATI)
Sonstige Branchen	Elektrohaushaltsgroßgeräte (Kundendienst) (1.797 CATI) E-Mail-Anbieter 2.581 (CAWI) Online-Kontaktnetzwerke (2.013 CAWI)
Methode CATI-Erhebung	Die Gesamtstichprobe umfasst 19.720 telefonische Interviews (CATI), durchgeführt nach ADM-Standard Stichprobe repräsentativ für die deutsche Bevölkerung ab 16 Jahre Befragungszeit: 3. März bis 10. August 2009 Anzahl untersuchter Branchen: 15
CAWI-Erhebung	Die Gesamtstichprobe umfasst 9.743 nach Alter und Geschlecht quotierte Online-Interviews (CAWI), durchgeführt über Access-Panel Basis für Quotierung und Gewichtung der Stichprobe: Deutsche Bevölkerung zwischen 16 und 69 Jahre Befragungszeit: 29. April bis 10. Mai und 2. Juli bis 17. Juli 2009 Anzahl untersuchter Branchen: 14
Kontakt	ServiceBarometer AG, München Dr. Matthias Metje (Studienleitung) Tel.: 089 / 89 66 69-18 E-Mail: matthias.metje@servicebarometer.de

Made by

 **ServiceBarometer AG**

Gottfried-Keller-Straße 12 · 81245 München
Telefon 089-896669-18 · Telefax 089-896669-10
info@servicebarometer.de · www.servicebarometer.de

Vorstand: Dr. Frank Dornach (Vors.), Dr. Andreas Fieger, Dr. Matthias Metje
Sitz und Registergericht München, HRB: 122 251
Vors. d. Aufsichtsrates: Dr. Andrea Dornach