



# DEUTSCHLAND TEST: Mobiler Kundendienst für Haustechnik 2015

Wettbewerbsanalyse mit Detail-Auswertungen  
für 8 mobile Kundendienste



Eine Untersuchung in Kooperation mit



Studienflyer mit Bestellformular

## Studiensteckbrief

<b>Studienkonzept</b>	DEUTSCHLAND TEST und ServiceValue GmbH
<b>Erhebungsmethode</b>	Online-Befragung
<b>Erhebungszeitraum</b>	März 2015
<b>Stichprobe</b>	825 Kundenurteile zu 8 mobilen Kundendiensten für Haustechnik
<b>Auswertung</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Umfassende Darstellung der Gesamtergebnisse</li></ul> <p>Detailergebnisse für 8 mobile Kundendienste</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Brötje Heizung</li><li>• Buderus</li><li>• Junkers</li><li>• Stiebel Eltron</li><li>• Vaillant</li><li>• Viessmann</li><li>• Weishaupt</li><li>• Wolf</li></ul>
<b>Gesamtumfang</b>	84 Seiten Chart-Berichtsband (PDF)

## Studiendesign

<b>Kundenbindung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Emotionale Bindung</li> <li>• Weiterempfehlungsbereitschaft</li> </ul>
<b>Gesamtaussagen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gesamtzufriedenheit</li> <li>• Kundenorientierung</li> <li>• Ruf und Image</li> <li>• Identifikation des Servicemitarbeiters mit der Produktmarke</li> </ul>
<b>Termintreue</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Erreichbarkeit des Kundendienstes</li> <li>• Unkomplizierte Terminvereinbarung</li> <li>• Schnelle Terminvereinbarung</li> <li>• Flexible Terminvereinbarung</li> <li>• Planbarkeit des Kundendiensttermins</li> <li>• Einhaltung von Terminzusagen</li> </ul>
<b>Servicemitarbeiter</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Freundlichkeit des Mitarbeiters</li> <li>• Fachkompetenz des Mitarbeiters</li> <li>• Verständliche Erklärung der Arbeiten</li> <li>• Beantwortung aller Fragen</li> <li>• Lösungsorientierung</li> <li>• Nachvollziehbarkeit der Arbeiten</li> <li>• Sauberkeit und Ordentlichkeit des Arbeitsbereichs</li> <li>• Zuverlässigkeit der Problemlösung</li> </ul>
<b>Preis-Leistungs-Verhältnis</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kulanz</li> <li>• Kostentransparenz</li> <li>• Preis-Leistungs-Verhältnis</li> </ul>

## DEUTSCHLAND TEST: Rankings der mobilen Kundendienste für Haustechnik

GESAMT	
sehr gut	Buderus
sehr gut	Brötje Heizung
sehr gut	Junkers
gut	Viessmann
gut	Vaillant
	Weishaupt
	Stiebel Eltron
	Wolf

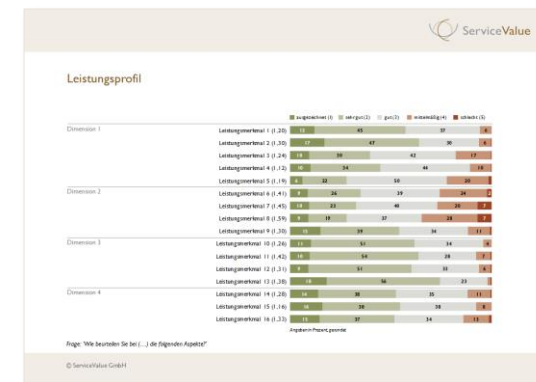
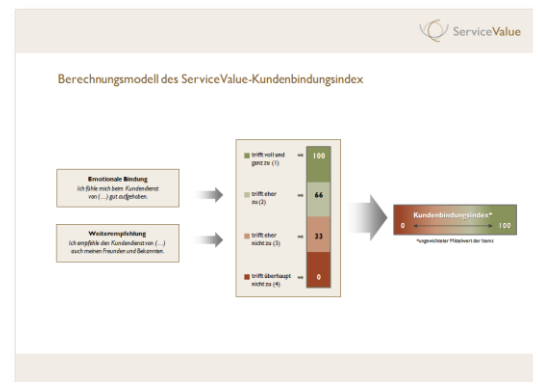
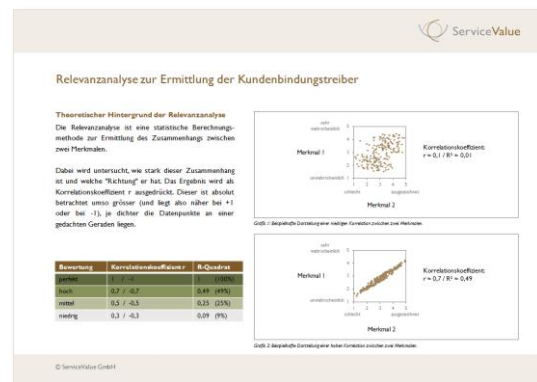
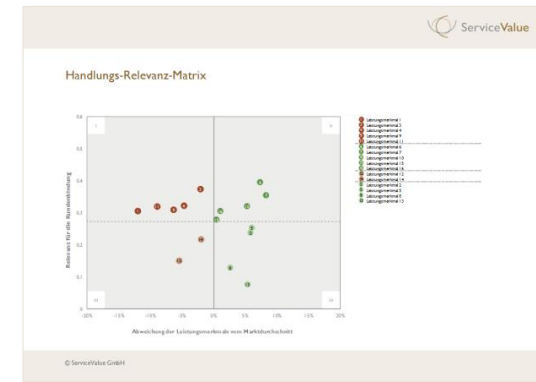
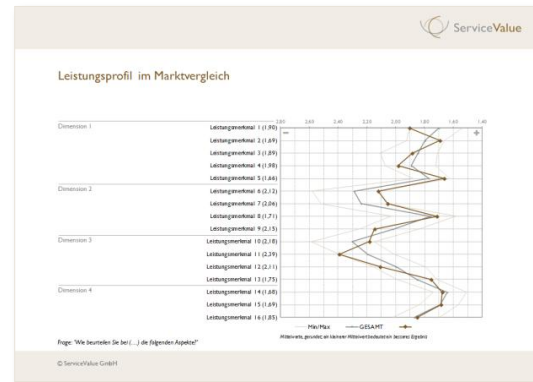
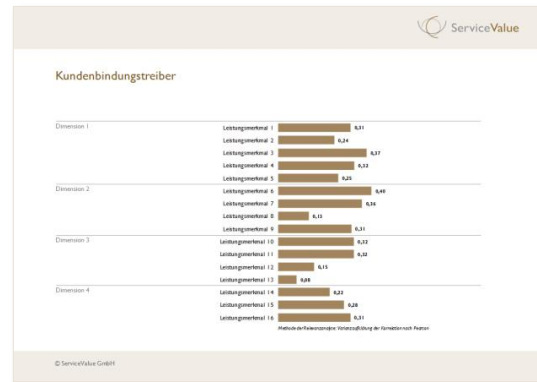
Termintreue	
sehr gut	Brötje Heizung
sehr gut	Buderus
sehr gut	Junkers
gut	Viessmann
gut	Vaillant
	Weishaupt
	Stiebel Eltron
	Wolf

Servicemitarbeiter	
sehr gut	Buderus
sehr gut	Vaillant
sehr gut	Brötje Heizung
gut	Junkers
gut	Viessmann
	Stiebel Eltron
	Weishaupt
	Wolf

Preis-Leistungs-Verhältnis	
sehr gut	Junkers
sehr gut	Brötje Heizung
sehr gut	Viessmann
gut	Buderus
gut	Weishaupt
	Vaillant
	Wolf
	Stiebel Eltron

Das Gesamtergebnis berechnet sich als ungewichteter Mittelwert aller Teildimensionen. Diese ergeben sich als ungewichteter Mittelwert aus den jeweiligen Bewertungskriterien. Die Auszeichnung „gut“ erhalten alle Unternehmen, die über dem Mittelwert liegen. Unternehmen, die wiederum über dem Durchschnitt der mit „gut“ bewerteten Unternehmen liegen, erhalten ein „sehr gut“.

# Informationen werden anschaulich aufbereitet ...



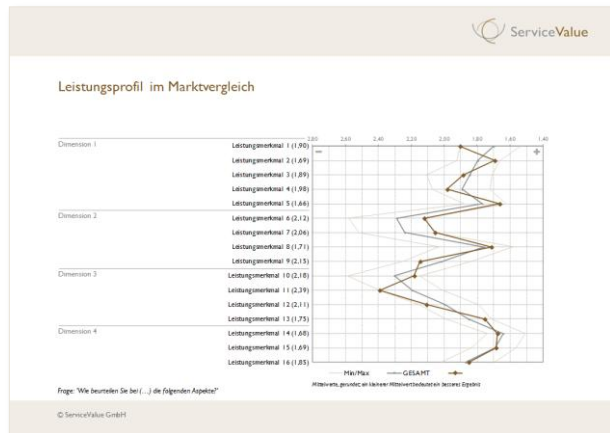
Anonymisierte Musterfolien

... und liefern Antworten auf Ihre Fragen. Im Folgenden finden Sie einige Beispiele.

## Ihre Fragen – unsere Antworten (I)

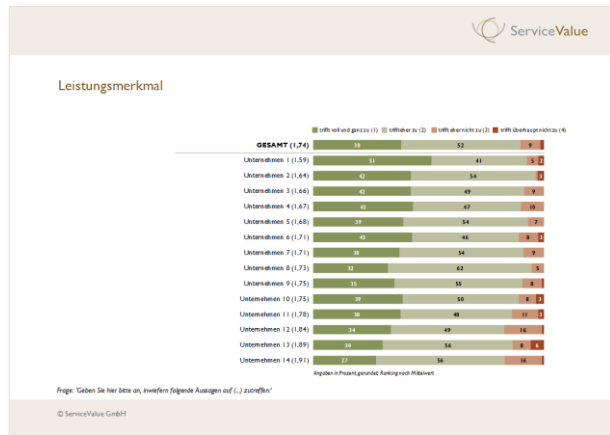


- Welche Stärken und Schwächen weisen die einzelnen Anbieter auf?
  - Auf welche Handlungsfelder sollten die einzelnen Anbieter hohe Aufmerksamkeit in der Optimierung richten?
- ⇒ Klare Handlungsorientierung durch Handlungs-Relevanz-Matrix für jeden Anbieter



- Bei welchen Service- und Leistungsattributen ist ein Anbieter besser / schlechter als der Gesamtmarkt?
- ⇒ Leistungsprofil im Marktvergleich für jeden Anbieter

## Ihre Fragen – unsere Antworten (II)



- Welcher Wettbewerber schneidet bei welchem Leistungsmerkmal besser oder schlechter ab?
- ⇒ Darstellung aller Leistungsmerkmale mit Ranking der Anbieter



- Welche Leistungen haben die höchste Bedeutung für die Kundenbindung?
- ⇒ Kundenbindung als Key Performance Indicator der Dimensionen Emotionale Bindung und Weiterempfehlung
- ⇒ Relevanzanalytische Berechnung und Darstellung für jeden Anbieter

## Studienbestellung per E-Mail an [Bestellung@ServiceValue.de](mailto:Bestellung@ServiceValue.de) oder per FAX an +49 (0)221. 67 78 67 – 19

### Bestellung

- Benchmarkstudie** „DEUTSCHLAND TEST: Mobiler Kundendienst für Haustechnik 2015“ (Einzelexemplar, 84 Seiten, PDF)  
zum Preis von 2.900,- € netto
- Ergebnispräsentation vor Ort** inkl. Überlassung der Präsentations-Datei (PPT)  
zum Preis von 1.900,-€ netto, zzgl. anfallender Reisekosten
- Vorteilsangebot**  
Benchmarkstudie „DEUTSCHLAND TEST: Mobiler Kundendienst für Haustechnik 2015“ (Einzelexemplar, 84 Seiten, PDF)  
und Ergebnispräsentation vor Ort zum Preis von 3.900,- € netto, zzgl. anfallender Reisekosten

### Kontaktdaten (Versand- sowie Rechnungsadresse)

Unternehmen

Name, Vorname

Abteilung / Position

E-Mail (wichtig für den Versand der Dateien)

Telefon

Telefax

Adresse (Str. / PLZ / Ort)

Rechnungsanschrift (wenn abweichend von Adresse)

Ihre Auftragsnummer, Kostenstelle (zur Rechnungs-Ergänzung)

Ort, Datum

Unterschrift

Stempel



## Impressum / Kontakt

Herausgeber

**ServiceValue GmbH**

Dürener Str. 34 I

50935 Köln

Tel +49.(0)221.67 78 67 - 0

Fax +49.(0)221.67 78 67 - 99

[www.ServiceValue.de](http://www.ServiceValue.de)

[Info@ServiceValue.de](mailto:Info@ServiceValue.de)

ISBN 978-3-944739-98-4

Disclaimer: Die ServiceValue GmbH macht darauf aufmerksam, dass die Ergebnisse der Studie mit höchster Sorgfalt auf der Basis von Kundenäußerungen ermittelt wurden. Dennoch sind die Ergebnisse keine unumstößliche Tatsache oder sollten als alleinige Empfehlung verstanden werden, einzelne Geschäftsaktivitäten zu initiieren oder aufzugeben.

Diese Studie ist einschließlich aller Bestandteile urheberrechtlich geschützt. Eine Weitergabe an Dritte, z.B. eine Tochtergesellschaft, oder mit dem Studienbezieher in wirtschaftlicher Beziehung stehende Dritte, ist nicht gestattet. Verwertungen, die nicht ausdrücklich gemäß den Bestimmungen des Urheberrechts zugelassen sind, bedürfen der vorherigen schriftlichen Zustimmung der Herausgeber. Insbesondere gilt dies für Bearbeitungen, Vervielfältigungen, Übersetzungen, die elektronische Speicherung und Verarbeitung sowie die Verwendung im Rahmen von Unternehmensanalysen und -bewertungen (Ratings/Zertifizierungen) oder Beratungsleistungen durch Dritte, die nicht der ServiceValue GmbH oder mit ihr verbundenen Unternehmen angehören.

Titelbild: © Jürgen Prieue, RioPatuca Images - Fotolia.com

“Our business is value development  
by service excellence.”

ServiceValue GmbH

Dürener Straße 34 I  
50935 Köln  
[www.ServiceValue.de](http://www.ServiceValue.de)