

Studienbericht

„Zentraler Verbraucher-Service in Deutschland“

2018

Untersuchungsdesign

Eine Untersuchung in Kooperation mit



ServiceValue GmbH

Köln, Januar 2018

Untersuchungsdesign

Für die Studie „Zentraler Verbraucher-Service in Deutschland“ werden vorrangig die zentralen Service-Einheiten in der „Konsumgüterindustrie“ auf den Verbraucher-Prüfstand gestellt.

Bei der vorliegenden Untersuchung handelt es sich um eine Online-Befragung. Dabei werden sog. Panelisten eingeladen, die in Frage stehenden Untersuchungsobjekte als Verbraucher, Kunde oder Konsument zu bewerten. Von den registrierten Panelisten liegen soziodemografische Merkmale vor, sodass bevölkerungsrepräsentativ eingeladen werden kann.

Es werden keine Kundenadressen der Anbieter eingeholt oder genutzt. Die Untersuchung erfolgt eigeninitiiert und ohne Einbindung der untersuchten Unternehmen.

Jeder Panelist erhält eine für ihn überschaubare Auswahl von Anbietern mit zentralem Verbraucher-Service zur Bewertung bzw. zur Angabe, ob er bezüglich Verbraucheranfragen überhaupt in den letzten 12 Monate Kontakt hatte oder nicht. Pro Anbieter wurden mind. 150 Verbraucherstimmen eingeholt. Bei einzelnen Anbietern kann die Stichprobengröße in Abhängigkeit von Inzidenzrate und Verbraucherzahl auch niedriger sein. Insgesamt liegen hinter dieser Untersuchung 60.094 Verbraucherstimmen zu 367 Anbietern.

Für die Zuordnung der Anbieter werden Produkttypologien nach der Art in Verbrauchs- und Gebrauchsgütern sowie Dienstleistungen unterteilt. Gegenstand der Untersuchung ist dann im Sinne der Klassifikation:

1. **„Verbraucher-Service (I)“** bei Herstellern von Verbrauchsgütern (food, non food), i.e.S. die zentrale Service-Stelle (online und offline für den Verbraucher erreichbar)

Fragestellung: Wie bewerten Sie aus eigener Erfahrung Ihren Kontakt mit der zentralen Service-Stelle im Sinne des über Telefon (Hotline), E-Mail / Kontaktformular, Chat (Homepage) etc. angebotenen Verbraucher-Services bei folgenden Herstellern von Verbrauchsgütern?

2. **„Verbraucher-Service (II)“** bei Händlern von Verbrauchsgütern (food, non food), i.e.S. die zentrale Service-Stelle (online und offline für den Verbraucher erreichbar)

Fragestellung: Wie bewerten Sie aus eigener Erfahrung Ihren Kontakt mit der zentralen Service-Stelle im Sinne des über Telefon (Hotline), E-Mail / Kontaktformular, Chat (Homepage) etc. angebotenen Verbraucher-Services bei folgenden Händlern von Verbrauchsgütern?

3. **„Technischer-Service“** bei Herstellern von Gebrauchsgütern (technische Kleingeräte), i.e.S. die zentrale Service-Stelle (online und offline für den Verbraucher erreichbar)

Fragestellung: Wie bewerten Sie aus eigener Erfahrung Ihren Kontakt mit der zentralen Service-Stelle im Sinne des über Telefon (Hotline), E-Mail / Kontaktformular, Chat (Homepage) etc. angebotenen technischen Services bei folgenden Herstellern von Gebrauchsgütern?

4. **„Kunden-Service“** bei Händlern von Gebrauchsgütern (technische Geräte, Möbel, etc.), i.e.S. die zentrale Service-Hotline (online und offline für den Verbraucher erreichbar)

Fragestellung: Wie bewerten Sie aus eigener Erfahrung Ihren Kontakt mit der zentralen Service-Stelle im Sinne des über Telefon (Hotline), E-Mail / Kontaktformular, Chat (Homepage) etc. angebotenen Kunden-Services bei folgenden Händlern von Gebrauchsgütern?

5. **„Mobiler Kunden-Dienst“** bei Herstellern und Händlern von Gebrauchsgütern (technische Großgeräte, Kommunikationstechnologie), i.e.S. über Service-Techniker vor Ort (zuhause)

Fragestellung: Wie bewerten Sie aus eigener Erfahrung Ihren Kontakt mit einem oder mehreren Service-Technikern im Sinne des mobilen Kundendienstes vor Ort (Zuhause) bei folgenden Herstellern und Händlern von Gebrauchsgütern?

6. **„Zentraler Kunden-Service“** bei Dienstleistern (Versicherer, Banken, Energieversorger, Mobilitätsdienstleister), i.e.S. die zentrale Service-Hotline (online und offline für den Verbraucher erreichbar)

Fragestellung: Wie bewerten Sie aus eigener Erfahrung Ihren Kontakt mit der zentralen Service-Stelle im Sinne des über Telefon (Hotline), E-Mail / Kontaktformular, Chat (Homepage) etc. angebotenen Kunden-Services bei folgenden Dienstleistern?

Die Antwortskala für die Befragten sieht folgende Antwortmöglichkeiten je Anbieter vor:

- 1 = „sehr gut“
- 2 = „gut“
- 3 = „befriedigend“
- 4 = „ausreichend“
- 5 = „mangelhaft“
- 6 = „ungenügend“
- 7 = „Kein Kontakt in den letzten 12 Monaten“ (nicht bewertungsrelevant)

Für die Auswertung wird der Mittelwert der abgegebenen Stimmen auf dieser 6-stufigen, voll verbalisierten Schulnoten-Skala je Anbieter berechnet. Anhand der Mittelwerte der Anbieter wird ein Ranking über alle untersuchten Anbieter innerhalb der Kategorien bzw. Branchen erstellt.

Die Anbieter mit der höchsten Gesamtzufriedenheit innerhalb einer Kategorie werden mit „BESTER“ gekennzeichnet. Anbieter, dessen Gesamtzufriedenheitswerte über dem Kategorienmittelwert liegen, werden mit „TOP“ ausgewiesen.