



Studieninformation 2010



2,21 2,64
1,96
3,49
2,66 3,01 3,68
1,77 2,23 2,90
2,94 3,04 2,54
1,88 2,14 2,80 2,12 3,25
2,70 1,93 2,10 2,05
3,07 2,62
2,37 2,29 2,51 1,77
2,81 3,78
2,37 2,64 2,63
1,68 3,49 1,46 1,98
1,96 2,33 1,98
2,52 2,12 3,29 2,63
3,01 2,10
3,01 2,51 3,51 3,52
3,04 2,64 1,97 1,89
3,19
2,87 3,16
2,50 3,52
3,53 3,68
1,81
3,51

Projektziele und Einsatzmöglichkeiten



Im Mittelpunkt des Kundenmonitor® stehen die einzelnen Aspekte der Kundenzufriedenheit und die Qualität der Kundenbeziehung sowie deren Auswirkungen auf die Kundenbindung.

Projektziele:

- Herausstellung der Bestleistungen für brancheninternes und branchenübergreifendes Benchmarking
- Ermittlung der Vertriebs- und Gefährdungspotenziale
- Aufzeigen der Kundenwahrnehmung in einzelnen Qualitätsbereichen zur schnellen und flexiblen Anpassung der Angebote, Prozesse und Ergebnisse von Dienstleistern
- Bereitstellung von repräsentativen Kennziffern zur Kundenorientierung für Führungskräfte aus Marketing, Vertrieb, Controlling und Qualitätsmanagement
- Steigerung der Kundenzufriedenheit und Kundenbindung in Deutschland zum Ausbau der Wettbewerbsfähigkeit

Einsatzmöglichkeiten der Ergebnisse:

- Ermittlung des Status quo zur Kundenzufriedenheit und -bindung im eigenen Unternehmen
- Vergleich der eigenen Ergebnisse mit denen der Wettbewerber zur Einschätzung der Wettbewerbsposition aus Kundensicht (Jahresvergleiche)
- Langfristige Beobachtung der Branche und der Entwicklung der eigenen Ergebnisse zur Kundenzufriedenheit und -bindung
- Aufdecken von Stärken und Schwächen bezüglich der Kundenorientierung im eigenen Unternehmen
- Selektion der „Branchenbesten“, um von ihnen zu lernen
- Selektion der „Funktionsbesten“ (z. B. hinsichtlich Telefonkontakt, Freundlichkeit der Mitarbeiter), um von ihnen zu lernen
- Begründung für Maßnahmen zur Stärkung der Kundenbeziehung
- Controlling der Erfolgswirksamkeit eingeleiteter Maßnahmen zur Verbesserung der Kundenorientierung
- Basis für Zielvereinbarungen und Balanced Scorecard
- Im Rahmen von Kommunikationsmaßnahmen (z. B. Geschäftsberichte, Mitarbeiterinformationen)
- Abgleich mit Ergebnissen eigener Untersuchungen zur Kundenzufriedenheit und -bindung

Fragestellungen und Antwortskala

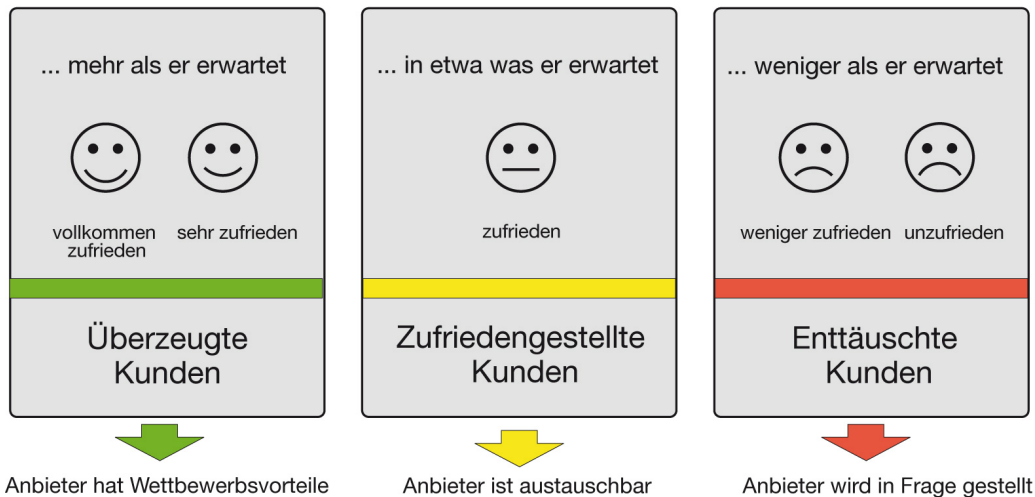


Die meisten im Kundenmonitor Deutschland verwendeten Fragestellungen basieren auf einer verbalisierten 5er-Skala.

Für die Fragen zur Kundenzufriedenheit lauten die einzelnen Skalenausprägungen „vollkommen zufrieden“, „sehr zufrieden“, „zufrieden“, „weniger zufrieden“ und „unzufrieden“. Für die Zustimmungsfragen (z. B. Kundenbindung) „bestimmt“, „wahrscheinlich ja“, „eventuell“, „wahrscheinlich nicht“, „bestimmt nicht“.

Die einzelnen Fragen beziehen sich dabei in der Regel jeweils auf den vom Kunden hauptsächlich genutzten Anbieter.

Der Kunde erhält ...



Fragestellungen zu den Globalkennziffern:

Globalzufriedenheit

„Wie zufrieden sind Sie mit den Leistungen von diesem (hauptsächlich genutzten) Anbieter insgesamt?“

- vollkommen zufrieden
- sehr zufrieden
- zufrieden
- weniger zufrieden
- unzufrieden

Preis-Leistungs-Verhältnis

„Wenn Sie den insgesamt gebotenen Leistungen den Preis gegenüberstellen, wie zufrieden sind Sie mit dem Preis-Leistungs-Verhältnis dieses Anbieters?“

Weiterempfehlungsabsicht

„Werden Sie diesen Anbieter an Freunde oder Bekannte weiterempfehlen?“

Wiederkauf-/Wiederwahlabsicht

„Werden Sie bei Bedarf wieder bei diesem Anbieter Leistungen nachfragen?“

Wettbewerbsvorteile

„Glauben Sie, dass Ihnen dieser Anbieter mehr Vorteile bietet als andere Anbieter, die für Sie in Frage kommen?“

Beschwerdezufriedenheit

„Wie zufrieden waren Sie mit der Bearbeitung Ihrer Reklamation oder Beschwerde insgesamt?“

Untersuchte Branchen 2010



Branchengruppe Auto, Reise und Verkehr

- Automobilclubs (1.001 geführte Interviews CATI)
- Autowerkstätten (3.438 CAWI)
- Fluggesellschaften (1.752 CAWI)
- Kfz-Prüfstellen (1.234 CATI)
- Reiseveranstalter (2.018 CATI)

Branchengruppe Handel

- Apotheken (643 CAWI)
- Bau- und Heimwerkermärkte (5.952 CATI)
- Buchversand und -clubs (2.118 CAWI)
- Drogeriemärkte (4.090 CATI)
- Fachmärkte für Heimtierbedarf (1.874 CAWI)
- Hörgeräteakustiker (759 CATI)
- Lebensmittelmärkte (10.258 CATI)
- Optiker (1.015 CATI)
- Tankstellen-Shops (1.778 CAWI)
- Tiefkühlheimdienste (615 CAWI)
- Versandapotheken (2.461 CAWI)
- Versandhandel (Bekleidung)** (2.632 CAWI)

Branchengruppe Finanzdienstleistungen

- Banken und Sparkassen (5.042 CATI)
- Bausparkassen (3.699 CATI)
- Fondsgesellschaften (1.815 CATI)
- Krankenkassen und -versicherungen (9.474 CATI)
- Rechtsschutzversicherungen (3.614 CAWI)

Branchengruppe Infrastruktur

- Briefpost* (866 CATI)
- Gasversorger (1.673 CAWI)
- Internetanbieter (2.861 CAWI)
- Mobilfunkanbieter (2.616 CAWI)
- Postfilialen* (6.151 CATI)
- Stromversorger (5.473 CATI)

Sonstige Branchen

- E-Mail-Anbieter (2.099 CAWI)
- Online-Kontaktnetzwerke (1.486 CAWI)

* Für einzelne Abnehmer exklusiv erhobene Branchen.
Die Ergebnisse stehen nur diesen zur Verfügung.

** Branche mit Kurzfragebogen.

Studiendesign 2010



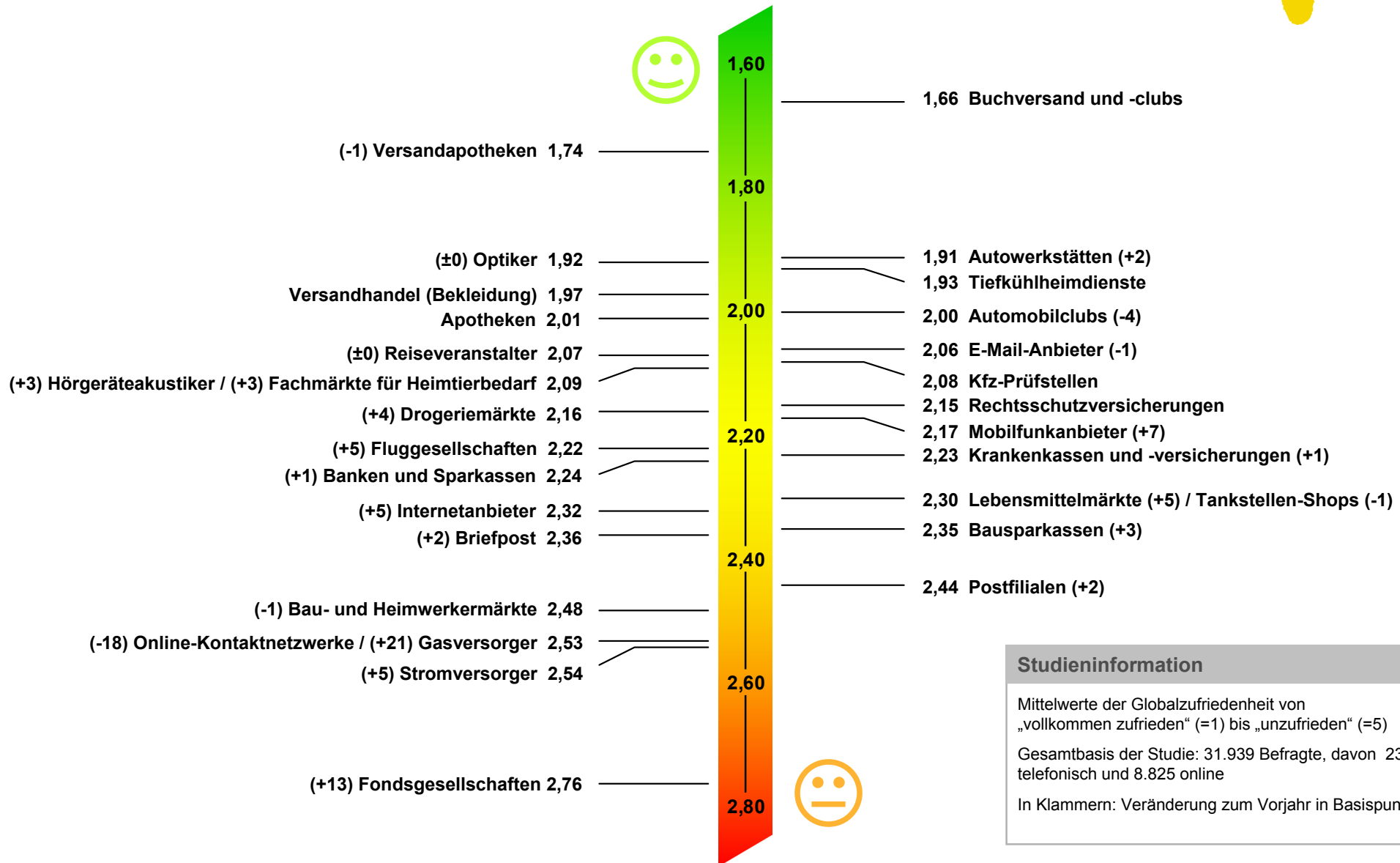
CATI-Erhebung

CAWI-Erhebung

Stichprobe	Die Gesamtstichprobe umfasst 23.114 telefonische Interviews, durchgeführt nach ADM-Standard	Die Gesamtstichprobe umfasst 8.825 nach Alter und Geschlecht quotierte Online-Interviews, durchgeführt über Access-Panel
Grundgesamtheit	Stichprobe repräsentativ für die Deutsche Bevölkerung ab 16 Jahre	Basis für Quotierung und Gewichtung der Stichprobe: Deutsche Bevölkerung zwischen 16 und 69 Jahre
Befragungszeit	01. September 2009 bis 06. August 2010	11. bis 31. Mai 2010
Untersuchte Branchen	15 Branchen	15 Branchen

Herausgeber:
ServiceBarometer AG, München

Kundenzufriedenheit in Deutschland 2010



Studieninformation

Mittelwerte der Globalzufriedenheit von „vollkommen zufrieden“ (=1) bis „unzufrieden“ (=5)

Gesamtbasis der Studie: 31.939 Befragte, davon 23.114 telefonisch und 8.825 online

In Klammern: Veränderung zum Vorjahr in Basispunkten

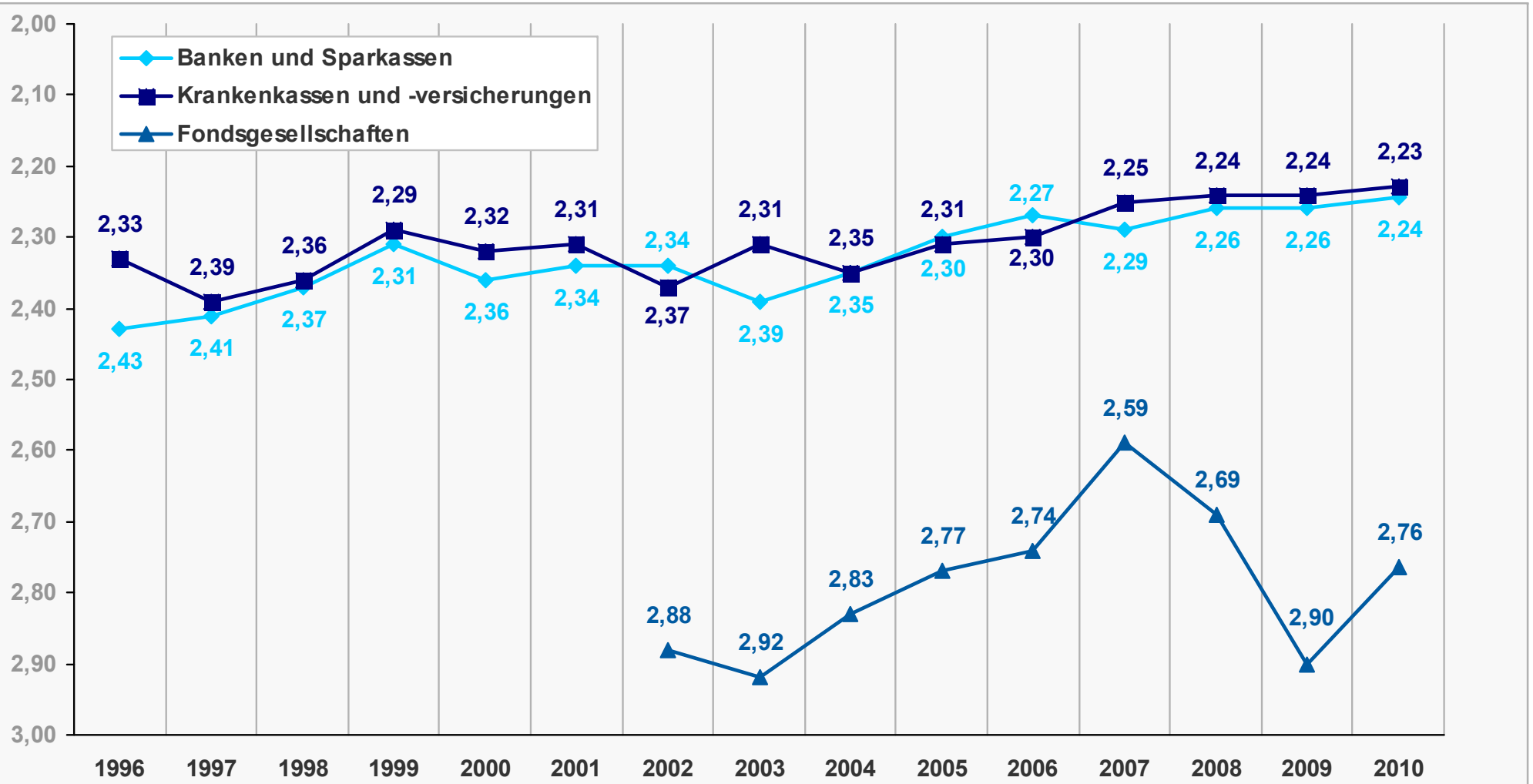
Top-Unternehmen in der Globalzufriedenheit 2010



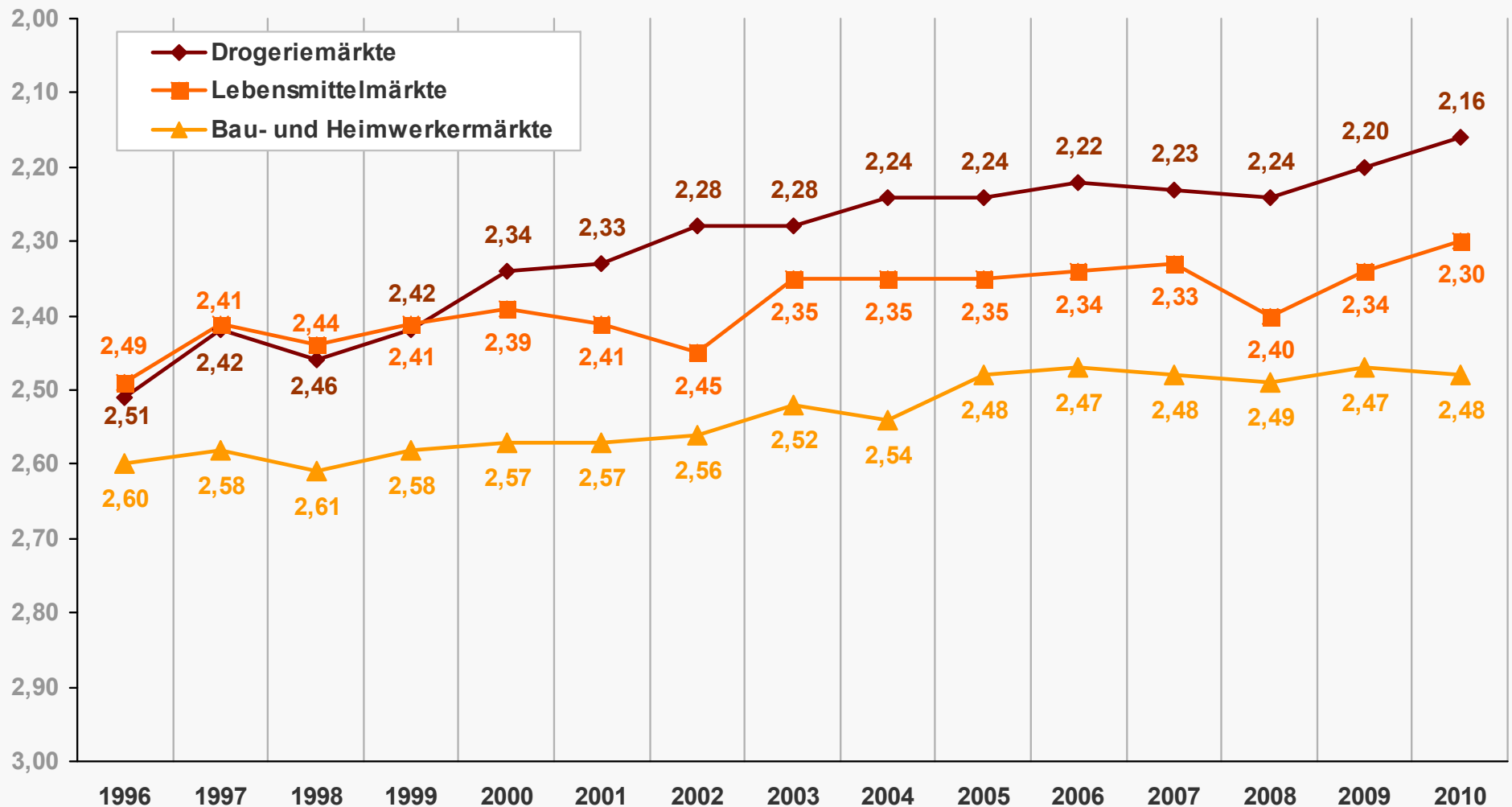
- Amazon, Buchversand (1,44)
- medikamente-per-klick.de (1,49)
- Amazon, Versand Bekleidung (1,53)
- apotal.de (1,59)
- Google Mail (1,62)
- Apo-Discounter (1,66)
- Simyo (1,72)
- Doc Morris (1,73)
- GTÜ Prüfstellen (1,73)
- buecher.de (1,74)
- Zooplus (1,74)
- Aldi Talk (1,76)
- Toyota Werkstätten (1,77)
- Sanicare (1,80)
- Tchibo Versand (1,82)
- Weltbild (1,87)
- Shop-Apotheke (1,87)
- Sparda-Banken (1,88)
- Bofrost (1,89)
- BMW Werkstätten (1,89)
- Hotmail (1,91)
- DEVK Rechtsschutz (1,92)
- ADAC Rechtsschutz (1,92)
- Lichtblick (1,93)
- SBK (1,93)
- Yahoo Mail (1,93)
- Debeka Krankenversicherung (1,94)
- dm-drogerie Markt (1,95)
- Fielmann (1,96)
- BKK Mobil Oil (1,98)
- Techniker Krankenkasse (1,98)
- Thalia Buchversand (1,99)

Dargestellt sind Unternehmen mit mindestens 100 Kundenurteilen und Mittelwert besser als 2,00 in der Globalzufriedenheit.

Globalzufriedenheit ausgewählter Finanzdienstleistungsbranchen



Globalzufriedenheit ausgewählter Handelsbranchen



Preis-Leistungs-Verhältnis: Top-Werte ausgewählter Branchen



Anteile überzeugter Kunden („vollkommen zufrieden“ oder „sehr zufrieden“)

Versandapotheken: <i>medikamente-per-klick.de</i>	93%
Buchversand: <i>Amazon</i>	89%
Versandhandel Bekleidung: <i>Amazon</i>	81%
Mobilfunkanbieter: <i>Simyo</i>	79%
Autowerkstätten: <i>Freie Autowerkstätten</i>	78%
Banken und Sparkassen: <i>Sparda-Banken</i>	77%
Optiker: <i>Fielmann</i>	70%
Fluggesellschaften: <i>Air Berlin</i>	69%
Fachmärkte für Heimtierbedarf: <i>Zooplus</i>	68%
Rechtsschutzversicherungen: <i>DEVK</i>	66%
Drogeriemärkte: <i>dm-drogerie Markt</i>	63%
Lebensmittelmärkte: <i>Aldi Süd</i>	62%
Bausparkassen: <i>Debeka</i>	61%
Krankenversicherungen: <i>Debeka</i>	61%

Dargestellt sind nur Unternehmen mit mindestens 100 Kundenurteilen und über 60 Prozent überzeugten Kunden beim Preis-Leistungs-Verhältnis.

Herausgeber



ServiceBarometer AG

Studienleitung:

Dr. Matthias Metje

Telefon 089 / 89 66 69-18

Telefax 089 / 89 66 69-10

E-Mail: matthias.metje@servicebarometer.de

Konzeption und Projektmanagement:

Dr. Frank Dornach

Telefon 089 / 89 66 69-22

Telefax 089 / 89 66 69-10

E-Mail: frank.dornach@servicebarometer.de

Internet:

www.kundenmonitor.de

E-Mail:

kundenmonitor@servicebarometer.de

Besuchsadresse:

Gottfried-Keller-Straße 12

81245 München – Pasing

Kurzprofil:

- Forschungs- und Beratungsunternehmen zur Durchsetzung konsequenter Kundenorientierung
- Durchführung branchenübergreifender und unternehmensspezifischer Kundenbarometer
- Entwicklung von Marketing- und Qualitätsmaßnahmen zur Stärkung der Kundenbeziehungen

Leistungsspektrum:

- Beratende Unterstützung beim Studiendesign und in der Fragebogenerstellung für unternehmenseigene Studien zur Kundenzufriedenheit und Kundenbindung
- Durchführung von Expertengesprächen und Fokusgruppen
- Koordination der Feldeistung für Telefonbefragungen (Briefing, Qualitätsmanagement, Adresshandling, Timing etc.)
- Durchführung der Feldeistung für schriftliche Befragungen (Layout und Druck Fragebogen, Erfassung umfassender schriftlicher Befragungen etc.)
- Durchführung von Online-Befragungen (Programmierung Fragebogen und Website, redaktionelle Betreuung der Website etc.)
- Datenaufbereitung und -auswertung, Ergebnisreporting inkl. Maßnahmenempfehlungen
- Kurzfristiges Einzelreporting an vielfältige Untersuchungsgruppen (Konzernmarken, Länder, Regionen, Einzelbetriebe/Einzelstandorte) im Jahres-, Quartals- oder Monatsrhythmus
- Ergebnispräsentation vor Führungskräften und Mitarbeitern
- Kommunikationsunterstützung zur unternehmensinternen Ergebnisinformation (Online-Portal als Extranet etc.)
- Aufbau von Management-Information-Systemen
- Etablierung und Begleitung von Benchmarking-Prozessen, Erarbeitung von Best-Practice-Beispielen
- Entwicklung geeigneter Maßnahmen zur Steigerung von Kundenorientierung und Kundenbindung zum Ausbau der Vertriebsstärke