

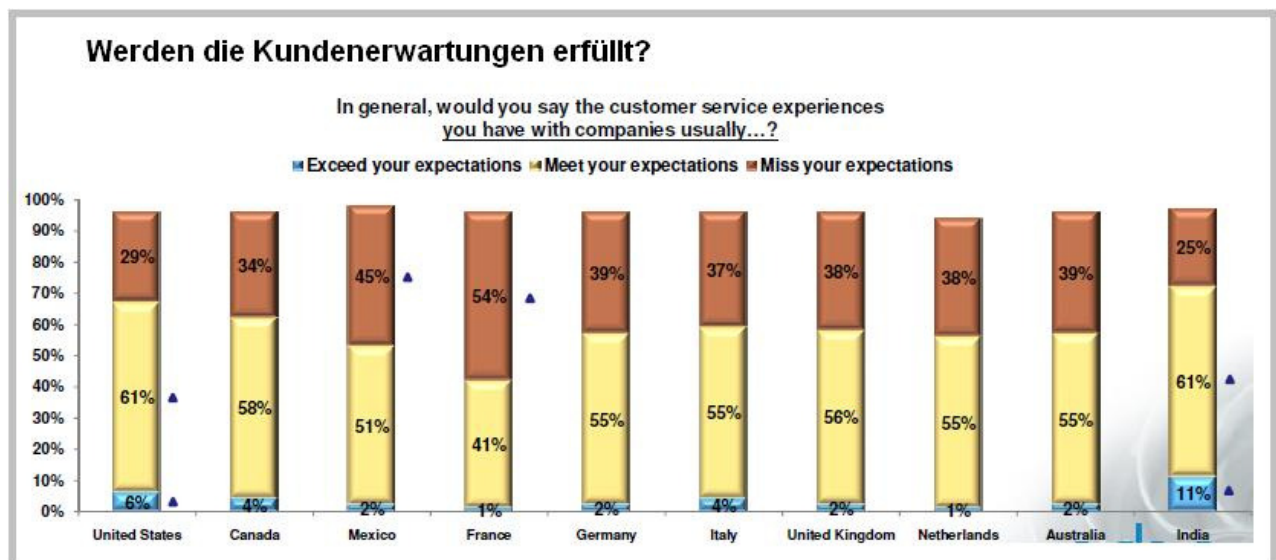
# American Express Global Customer Service Barometer

Mit dem Service von Unternehmen sind zwei von fünf deutschen Verbrauchern sehr unzufrieden. Rund 80 Prozent haben wegen schlechter Serviceleistungen schon einmal einen Einkauf abgebrochen. Bieten Unternehmen dagegen guten Service, können sie mit treuen Kunden rechnen, die beim Einkauf auch mehr Geld ausgeben.

Zu diesen Ergebnissen kommt das American Express Global Customer Service Barometer, eine repräsentative Befragung von jeweils 1.000 Personen in 10 Ländern.

## Die Unternehmen erfüllen zwar die Erwartungen der Kunden an den Service, doch übertreffen sie nicht

In der Wahrnehmung der Verbraucher haben sich die Serviceleistungen deutscher Unternehmen dramatisch verschlechtert: 39 Prozent der Deutschen geben an, dass die Firmen ihre Erwartungen an Service nicht erfüllen. Im Jahr 2010 waren nur 28 Prozent der deutschen Verbraucher mit dem Service unzufrieden. Über die Hälfte der deutschen Kunden sagt immerhin, ihre Erwartungen an den Kundenservice werden erfüllt (55%), doch nur 2 Prozent sagen, der Service habe ihre Erwartungen sogar übertroffen. Zum Vergleich: In Indien geben 10 Prozent der Kunden an, dass ihre Erwartungen übertroffen wurden und 6 Prozent sagen das in den USA



## Kunden geben bei gutem Service mehr Geld aus

Mit Ausnahme von Frankreich haben über die Hälfte der Konsumenten mehr Geld bei einem Unternehmen ausgegeben, da sie in der Vergangenheit einen guten Kundenservice erlebt haben. Bei 59 Prozent der deutschen Kunden führte ein guter Service zu vermehrtem Kauf.

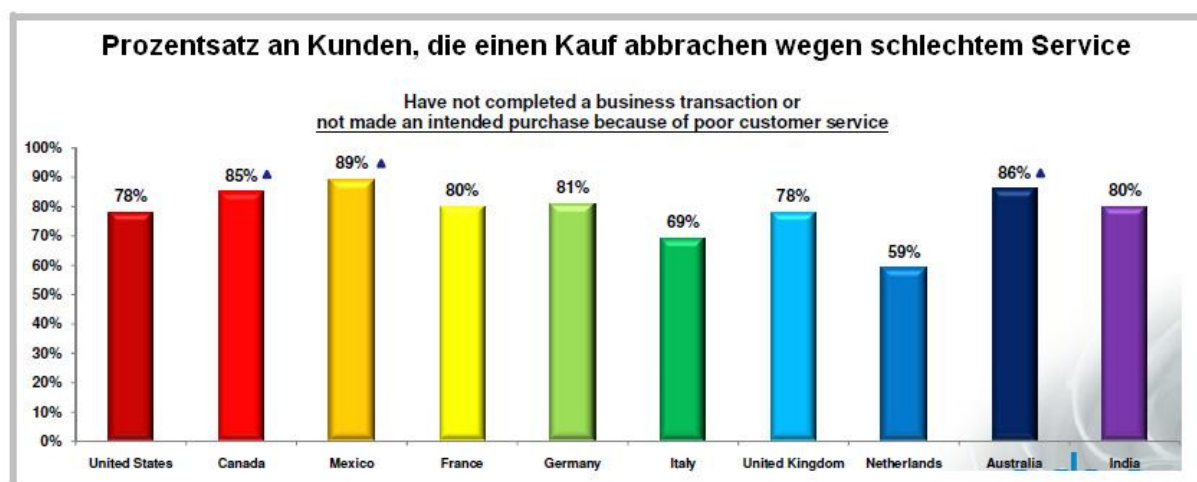


Für ausgezeichneten Service würden deutsche Konsumenten 8% mehr Geld ausgeben. Als Gründe geben sie an:

- Ein ausgezeichneter Service ist es mir wert, mehr zu zahlen (29%)
- Unternehmen, die einen ausgezeichneten Service bieten, gewinnen mich als Kunden (25%)
- Ich lege generell viel Wert auf sehr guten Service (18%)
- Ich lehne es ab, bei Unternehmen zu kaufen, die einen schlechten Kundenservice bieten (23%)
- Ich mache ausschließlich Geschäfte mit Unternehmen, die exzellenten Service bieten (5%).

### Schlechter Service kostet die Unternehmen viel Geld

Über alle Märkte hinweg gaben die Kunden an, eine Transaktion oder einen beabsichtigten Kauf nicht abgeschlossen zu haben, da der Kundenservice so schlecht war. Dies führte bei 81 Prozent der Deutschen schon zu einem Abbruch des Kaufs. Online sind die Kunden nicht ganz so kritisch: Hier brachen „nur“ 44 Prozent der deutschen User einen Kauf ab, da sie mit dem Service nicht zufrieden waren.



Umgekehrt können Unternehmen sich bei gutem Service treue Kunden erhoffen. Werden ihre Erwartungen erfüllt, sagen 91 Prozent der Deutschen, dass sie dort höchstwahrscheinlich wieder einkaufen oder Dienstleistungen in Anspruch nehmen

## **Über guten Service wird gesprochen – über schlechten noch mehr**

Interessant ist, dass die Deutschen im Vergleich zu anderen Ländern, seltener über ihre Erfahrungen mit anderen Menschen sprechen, seien es nun gute oder schlechte. Ein großer Unterschied besteht beim Weitererzählen von guten Service-Erfahrungen: Nur 26 Prozent der Deutschen erzählen regelmäßig positive Erfahrung weiter. Hatten US-Amerikaner ein gutes Erlebnis, so erzählen das 48 Prozent auf jeden Fall weiter. Schlechte Service-Erfahrung werden hingegen viel häufiger weitererzählt als gute: 47 Prozent der Deutschen erzählen anderen Menschen regelmäßig von schlechten Erfahrungen.

Dafür können sich die Deutschen besser beherrschen als andere Länder und verlieren nicht so schnell die Fassung bei einem Kundenbetreuer. Nur 37 Prozent der Deutschen ist das bereits passiert. In Frankreich sind es 75 Prozent und in Mexiko sogar 86%.

## **Kleine Unternehmen bieten einen besseren Kundenservice als große Unternehmen**

Die Mehrheit der Kunden gibt in fast allen befragten Ländern an, dass kleine Unternehmen einen besseren Kundenservice bieten als große Unternehmen. 35 Prozent der Deutschen sind der Meinung, er sei viel besser, 45 Prozent sehen ihn als etwas besser und nur 16 Prozent der Deutschen sehen keinen Unterschied.

Noch ein lustiges Ergebnis zum Schluss: Italien ist das einzige Land, in dem man lieber einen Urlaub mit den Schwiegereltern verbringt, als mit einem Kundenbetreuer zu sprechen.

Im Auftrag von American Express befragte Echo Research zwischen dem 18. Februar und dem 2. März 2011 jeweils 1.000 Verbraucher ab 18 Jahren in Deutschland sowie in Australien, Kanada, Frankreich, Indien, Italien, Mexiko, Niederlande, Großbritannien und den USA zum Thema Service. Die Befragung wurde online durchgeführt.