Kundenmonitor Deutschland 2012: Kunden profitieren vom Wettkampf um die beste Servicequalität

(ddp direct) München, 6. September 2012. Für Kunden sind die Ergebnisse des Kundenmonitor Deutschland 2012 ein erfreuliches Signal. Es werden steigende Zufriedenheitswerte in einem Großteil der untersuchten Branchen gemessen, immer mehr Unternehmen erzielen Spitzenleistungen, und in zahlreichen Branchen ist eine Annäherung der Wettbewerber an die Champions der Branche zu erkennen. ?Viele Unternehmen haben in den letzten Monaten offenbar nicht nachgelassen, ihre Servicequalität weiter auszubauen ? zum sichtlichen Nutzen der Verbraucher?, fasst Studienleiter Dr. Matthias Metje die zentralen Erkenntnisse der 21. Ausgabe des Kundenmonitor Deutschland zusammen.
Als zentrale Messgröße der Kundenzufriedenheit wird im Kundenmonitor Deutschland 2012, für den deutschlandweit mehr als 36.000 Verbraucher befragt wurden, die Globalzufriedenheit herangezogen. Diese basiert auf der Frage ?Wie zufrieden sind Sie mit Ihrem hauptsächlich genutzten Anbieter insgesamt?? und wird auf einer Skala von ?vollkommen zufrieden? (=1) bis ?unzufrieden? (=5) gemessen.

Kundenzufriedenheit steigt auf breiter Front
Die Bilanz für die Kundenorientierung deutscher Unternehmen 2012 ist überwiegend positiv. Besonders deutlich fällt die Steigerung bei den Energie- und Logistikdienstleistern aus. Der Branchenwert der Globalzufriedenheit steigt bei den Stromversorgern um 6 Basispunkte von 2,61 auf 2,55 und erreicht nach einem Zufriedenheitsrückgang im Vorjahr damit wieder das Niveau aus dem Jahr 2010. Auch bei den Gasversorgern schlägt sich die zunehmende Kundenfokussierung deutlich nieder - sie können sich um 15 Basispunkte auf ein Allzeithoch von 2,43 verbessern. Neben GASAG (+14 Basispunkte) erreichen auch die Anbieter RWE und E.ON ihre bislang beste Bewertung durch die Kunden. Einen weiteren Topwert erreichen sowohl die Briefpost als auch die Postfilialen in Deutschland. In beiden Bereichen schafft es die Deutsche Post, ihr bisher bestes Ergebnis im Kundenmonitor zu erzielen und somit den positiven Trend der letzten Jahre nahtlos fortzusetzen.
Daneben zeigt sich eine höhere Kundenzufriedenheit aber auch bei den neu entstandenen Branchen im E-Commerce. Lag der Branchendurchschnitt der Baumarkt-Onlineshops bereits letztes Jahr deutlich über dem der stationären Bau- und Heimwerkermärkte, schaffen die Onlineshops dieses Jahr eine Steigerung von 8 Basispunkten auf ein Ergebnis von 2,13.

Mehr Unternehmen erreichen Top-Kundenzufriedenheit ...
Überdurchschnittlich viele Anbieter erreichen dieses Jahr Spitzenwerte: So liegen in der Branche Banken und Sparkassen die Sparda-Banken mit einer durchschnittlichen Globalzufriedenheit von 1,86 weit vor den Wettbewerbern und behaupten diesen Spitzenplatz mittlerweile seit zwei Jahrzehnten. Im Feld der Verfolger verbessern sich sowohl die Volks- und Raiffeisenbanken (plus 15 Basispunkte auf einen Mittelwert von 2,07) als auch die Sparkassen (+11 auf 2,25) im Vergleich zum Vorjahr maßgeblich und erreichen 2012 ihr Allzeithoch seit Beginn der Messung 1992.
Ähnliches gilt bei den Bausparkassen: Hier ist es Debeka, die mit 16 Basispunkten Steigerung ihren bisherigen Bestwert erreicht und sich so weiter die Spitzenposition in der Branche sichert.
Im Lebensmitteleinzelhandel ist es das SB-Warenhaus Globus (St. Wendel), das mit einem enormen Zufriedenheitszuwachs von 22 Basispunkten die beste Bewertung in der Branche erreicht und als einziger Anbieter des gesamten Lebensmitteleinzelhandels mit einem Ergebnis von 1,99 erstmals die 2, 00-Marke überspringt.

... und Abstand zu den bisherigen Spitzenreitern im Handel sinkt
Dass die Maßnahmen zur Verbesserung der Servicequalität nachhaltig greifen, zeigt sich auch darin, dass bisherige Branchenchampions im Handel zwar nach wie vor an der Spitze stehen, jedoch Wettbewerber beständig aufholen: Bei den Optikern sichert sich nach wie vor Fielmann (Mittelwert: 1,89) den Spitzenplatz unter den großen Optikerketten, jedoch gelingt es Apollo-Optik mit einem Kundenzufriedenheitszuwachs von 12 Basispunkten auf 2,03 wieder näher an den Branchenprimus heranzurücken. Bei den Drogerien zeigen bereits seit Jahren Budnikowsky und dm Drogeriemarkt die Bestmarken bei der Kundenzufriedenheit auf. Dieses Jahr erreicht Müller mit 12 Basispunkten Steigerung sein bestes Ergebnis seit Beginn der Messung und verdrängt damit Rossmann vom dritten Platz im Branchenranking. Auch die Branche Buchversand und -clubs ist in Bewegung: Der langjährige Branchenbeste Amazon.de erreicht mit einer durchschnittlichen Globalzufriedenheit von 1,54 nach wie vor eine Top-Platzierung, verliert aber im Vergleich zum Jahr 2010 um zehn Basispunkte. Im selben Zeitraum können sich andere Anbieter wie Thalia (plus 26 auf 1,73) oder Weltbild (plus 7 auf 1, 79) enorm verbessern und verringern den Abstand zur Branchenspitze mit großen Schritten.

Shortlink zu dieser Pressemitteilung:
http://shortpr.com/24886x

Permanentlink zu dieser Pressemitteilung:
http://www.themenportal.
de/wirtschaft/kundenmonitor-deutschland-2012-kunden-profitieren-vom-wettkampf-um-die-beste-servicequalitaet-67056

Pressekontakt

ServiceBarometer AG

Herr Matthias Metje
Gottfried-Keller-Straße
81245 München

matthias.metje@servicebarometer.de

Firmenkontakt

ServiceBarometer AG

Herr Matthias Metje
Gottfried-Keller-Straße
81245 München

shortpr.com/24886x

matthias.metje@servicebarometer.de

Beim Kundenmonitor Deutschland steht die Erforschung der Marktgegebenheiten in bestimmten Branchen auf Basis wissenschaftlich begründeter Methoden im Vordergrund. Das Forscherteam von ServiceBarometer AG liefert hierzu detaillierte Daten zur Kundenzufriedenheit und Kundenbindung in Deutschland. Die Benchmarkingdatenbank des Kundenmonitor Deutschland mit Zeitreihen zur Kundenorientierung von Unternehmen aus über 100 Branchen ist seit 1992 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.
Für den Kundenmonitor Deutschland 2012 wurden insgesamt 36.069 Verbraucher zu ihrer Zufriedenheit mit Unternehmen aus 28 Branchen befragt.