

Presseinformation

Mehr als jeder vierte Deutsche macht seinem Servicefrust online Luft

- Über 80 Prozent der Kunden ärgern sich über ausbleibende Rückmeldung

Keine zweite Chance für Kundendialog

Hamburg, den 9. Februar 2011 – Jeder zweite Deutsche gibt einem Unternehmen, das auf eine Beschwerde oder Anfrage zu spät reagiert, keine zweite Chance. Vier von fünf Bundesbürgern wurden mit ihren Anliegen bereits einmal ignoriert, über ein Drittel hat diese Erfahrung schon häufiger gemacht. Zu diesen Ergebnissen kommt eine repräsentative Umfrage der Kommunikationsberatung Faktenkontor und des Marktforschers Toluna unter 1.000 Bundesbürgern.

Schlechte Erfahrungen verbreiten sich schnell

Schlechte Erfahrungen mit dem Kundenservice schrecken der Umfrage zufolge auch zahlreiche potenzielle Neukunden ab. Reagiert ein Unternehmen auf ihre Anfragen nicht, erfahren es häufig Freunde und Verwandte des Betroffenen sofort (42 Prozent). Über ein Viertel der Enttäuschten macht zudem im Internet seinem Unmut Luft und erreicht so über Webforen, Empfehlungsportale und in sozialen Netzwerken ein Massenpublikum.

Behörden fallen durch. Banken punkten.

Besonders unzufrieden zeigen sich die Bürger mit dem Beschwerdemanagement der öffentlichen Verwaltung. Mehr als ein Drittel der Deutschen hält die Reaktionszeiten der Behörden für zu lang. Dahinter folgen Verkehrsunternehmen, wie Fluggesellschaften oder die Bahn sowie Energieversorger. Banken sowie Hotel- und Reiseunternehmen schneiden mit ihrem Rückmeldeverhalten am besten ab. Nur etwa acht Prozent der Deutschen bemängeln den Beschwerdeservice in diesen Branchen

Hohe Ansprüche an den Kundendialog

Die Ansprüche der Kunden beim Unternehmensfeedback sind hoch: So erwarten sieben von zehn Deutschen in weniger als 48 Stunden eine Antwort auf ihr Anliegen, rund 30 Prozent geben den Serviceabteilungen sogar nur einen Tag lang Zeit. Das bevorzugte Kommunikationsmittel ist für mehr als zwei Drittel der Kunden die E-Mail. 46 Prozent sind auch über Telefon zu erreichen. Persönlich oder per Post klärt jeweils einer von fünf Deutschen bevorzugt seine Anliegen.

*Faktenkontor:
Spezialagentur für
Research, Studien
und Kompetenz-PR*

Das Faktenkontor ist eine auf Finanzdienstleistungen spezialisierte Beratungsgesellschaft für Markenkommunikation. Zur Stärkung der Relevanz einer Marke stellt das Faktenkontor die Kompetenz seiner Kunden in den Zielgruppen heraus. Studien und Recherchen, die in Zusammenarbeit mit namhaften Medienpartnern entstehen, legen die dafür notwendige Faktenbasis. Neben klassischer Pressearbeit gehören Konzeption und Umsetzung von Kampagnen, Social Media Strategien und PR-Erfolgsmessung zum Leistungsspektrum.

Weltweit ist die Kundenbetreuung durch die Mitgliedschaft in der internationalen PR-Plattform ComVort gewährleistet. Als erste Kommunikationsagentur ist das Faktenkontor zudem zertifiziertes Mitglied des Hamburger Consulting Club e.V. (HCC).

Faktenkontor GmbH · Normannenweg 30 · 20537 Hamburg

Ansprechpartner: Roland Heintze, Tel.: (040) 253 185-110, Fax: (040) 253 185 -499
E-Mail: Roland.Heintze@faktenkontor.de Internet: www.faktenkontor.de