

Veröffentlicht am 18.06.2015 auf Versicherungsbote.de

Verbraucherstudie

Kundenzufriedenheit - Unternehmen haben Defizite bei der individuellen Kundenansprache



Nur einer von vielen? Viele Kunden kritisieren, dass sie von Unternehmen nicht individuell angesprochen werden (Symbolfoto).
Foto: Skeeze@Pixabay.com

Kunden wünschen sich, dass ihre Bedürfnisse individuell erkannt und entsprechend bedient werden. Dies ist ein Ergebnis des Wettbewerbs „Top Service Deutschland 2015“ des Analysehauses ServiceRating GmbH. Viele Kunden würden bemängeln, dass ihnen die Kundenbetreuer der Unternehmen nicht auf Augenhöhe begegnen würden.

Defizite in der Kundenbetreuung von deutschen Unternehmen hat das Analysehaus *ServiceRating GmbH* in einer aktuellen Verbraucherbefragung festgestellt. Viele Kunden würden sich bei Unternehmen als „einer unter vielen“ erleben, so das Fazit. Die Leistung sei da, das Eingehen auf den Kunden würde hingegen fehlen. Dabei wünschten die Kunden individuelle Betreuung und würden erwarten, „dass mit ihnen auf Augenhöhe kommuniziert werde“, berichtet YouGov in einer Pressemeldung. Der Wunsch einer partnerschaftlichen Beziehung zum Anbieter stehe im Vordergrund.

Zu wenig kundenorientiertes Denken, Handeln, Fühlen vermittelt

Diesen Aussagen würden empirische Ergebnisse des Wettbewerbs „Top Service Deutschland“ zugrunde liegen, an dem deutschlandweit Firmen aus unterschiedlichen Branchen teilgenommen haben. Kai Riedel, Geschäftsführer der *ServiceRating GmbH*, erklärt: „Unternehmen fokussieren ihre Aktivitäten auf die Abstimmung ihrer Serviceleistungen für den Kunden.“

Dabei leisten sie jedoch noch zu wenig, um kundenorientiertes Denken, Handeln und Fühlen bei ihren Mitarbeitern zu erreichen. Sie sollten lernen, aktiv Feedback von ihren Kunden aufzunehmen um den immer anspruchsvolleren Kundenwünschen gerecht zu werden.“ Wie viele Bürger sich an der Umfrage beteiligten und wie das Ergebnis zustande kommt, teilte der Marktforscher nicht mit.

Laut den Testern sei es nicht einmal das Problem, dass die Firmen zu wenig kundengerechte Dienstleistungen anbieten. Aber: der Service werde nach Einschätzung der Experten nicht als solcher wahrgenommen. Zum Beispiel würden viele Kunden gar nicht wissen, auf was sie einen Anspruch haben. Der Grund: Die Unternehmen kommunizieren kundengerechte Leistungen nicht ausreichend und bewerben sie nicht individuell.

Auch andere Studien zeigen Wichtigkeit individueller Beratung und Betreuung

Auch wenn die Aussagen zu „TOP SERVICE Deutschland 2015“ nicht konkret auf die Versicherungsbranche bezogen sind, decken sich die Ergebnisse mit anderen Erhebungen. So hat eine Studie von Assekurata gezeigt, dass Versicherungskunden sich zwar im Internet über Versicherungen informieren – die überwiegende Mehrheit aber doch persönlich bei einem Vermittler abschließt. ([Versicherungsbote berichtete](#))

Besonders wichtig ist das persönliche Beratungsgespräch bei Renten- und Lebensversicherungen. Machen Vertreter, Makler oder Bankberater den ersten Schritt und gehen in einem persönlichen Gespräch auf den möglichen Kunden zu, so findet in 75 Prozent der Fälle am Ende ein Vertragsabschluss statt. Ohne vorherigen Kontakt zu professionellen Beratern schließen nur 43 Prozent einen Vertrag ab. So eine [Erhebung des Analysehauses Heute und Morgen](#), das 2014 insgesamt 500 Neukunden von LV- und Rentenversicherungen befragte.

Laut der KUBUS-Studie 2014 aus dem Hause *MSR Consulting* [erwarten Versicherungskunden die Ansprache über mehrere Kanäle](#): Also sowohl per Internet als auch per persönlicher Betreuung, etwa in Form von Informationsbriefen. *MSR Consulting* spricht in diesem Zusammenhang von einer „Omnikanal-Betreuung“. Die Versicherungen sehen sich aber mit einem steigenden Kostendruck konfrontiert und bauen vielfach Mitarbeiter-Stellen ab. Erst vor wenigen Tagen hat der Marktführer Allianz bekanntgegeben, viele Geschäftsstellen schließen zu wollen.

Der Gesamtbericht zum Wettbewerb „TOP SERVICE Deutschland 2015“, mit Übersichten zu den Servicetrends 2015 und den Aktivitäten der Teilnehmer, kann für 850,00 € (zzgl. 19% MwSt.) [bei ServiceRating erworben werden](#).