

DIFFERENZIERUNGSMERKMAL KUNDENSERVICE

Service-Check 2016; Teil 1: D+S und TeleTalk haben gemeinsam den Kundenservice von den 15 größten Telekommunikationsanbietern in Deutschland unter die Lupe genommen. Wie gut ist der Kundenservice von DSL- und Mobilfunkprovidern?

Hamburg, ein freundlicher Sonntagvormittag im März 2016. Das erste ruhige Wochenende nach der CCW, Zeit für ein ausgiebiges Frühstück mit Kaffee, Mett, Eiern und Croissants. Und für die perfekte Unterhaltung startet auf Knopfdruck Anger Management mit Charly Sheen, Streaming sei Dank, startet die 21. Folge der 3. Staffel auf Knopfdruck, genau in dem Moment in dem ich mich auf mein Sofa schmeiße. So war der Plan, doch nach zwei Minuten reißt die Verbindung ab, die Bandbreite reicht nicht aus. Es ist nicht das erste Mal, dass ich mich über die fehlende Bandbreite der von der Hausverwaltung bereitgestellten WLAN-Zugänge ärgere. Selbst ist der Mann denke ich mir, und just in diesem Moment ist die Idee geboren, etwas mehr digitale Unabhängigkeit in den eigenen vier Wänden zu schaffen. In den letzten Jahren habe ich immer mehr oder weniger mit einem allgemeinen WLAN-Zugang und zwei Mobiltelefonen überlebt.

In den heimischen vier Wänden sind mittlerweile elf Endgeräte fast daueronline – zwei Smartphones, eine AppleTV-Box, zwei TV-Boxen von Amazon, ein Laptop, ein Multimedia-PC im Wohnzimmer, der Firmenlaptop, mein Tablet und zwei WLAN-Überwachungskameras. Das monatliche Datenvolumen liegt bei rund 220-260 GB bei einem Singlehaushalt. Der ganz normale digitale

Wahnsinn im Jahr 2016 also. Übrigens – das durchschnittliche Datenvolumen je Breitbandanschluss lag im Jahr 2015 bei 31,8 GB monatlich, im Jahr 2010 waren es gerade einmal 11 GB im Monat (Quelle: VATM/Dialog Consult).

Die Suche beginnt

Basierend auf diesen Rahmenbedingungen beginnt die Suche bei den einschlägigen Vergleichsportalen im Netz. LTE ist grundsätzlich raus, die aktuell verfügbaren Angebote bieten leider nur ein Volumen von rund 30 GB, jedes weitere GB muss teuer zugekauft werden. Der Fokus meiner Recherche liegt also komplett im Bereich der in Hamburg verfügbaren Breitbandanschlüsse. Drei Klicks und die Trefferliste spuckt 57 Tarife aus, die monatlichen Paketpreise liegen zwischen 20,48 Euro (1&1 Internet SE; DSL Basic) und 55,59 Euro (Deutsche Telekom; Call & Surf Comfort via Funk L Neukunden). Bei Vergleichsportalen sieht es ähnlich aus wie bei Google & Co. – die ersten Plätze sind gekauft, ähnlich auch bei meiner Anfrage; hier haben sich die Damen und Herren aus dem O2-Marketing die Poleposition bei Check24 eingekauft. Immerhin – der Treffer ist als Anzeige gekennzeichnet, siehe Grafik unten.

Vergleicht man das Angebot von O2 (DSL „All-in“ mit 16.000 Mbit im Downstream für mtl. 26,45 Euro, 4 von 5 Sternen bei den Kundenbewertungen) mit dem Angebot von 1&1 (DSL Basic mit 16.000 Mbit im Downstream für mtl. 20,48 Euro, 4 von 5

Sternen bei den Kundenbewertungen), so ist der potentielle Neukunde mit dem Angebot der 1&1 Internet SE deutlich besser beraten. Auf den ersten Blick liegen die ersten zehn Anbieter (1&1 Internet SE, Vodafone, O2, EWE Tel) sehr dicht zusammen. Für den Endkunden ein schwieriges Unterfangen hier die richtige Entscheidung zu treffen.

Die einzige Differenzierung schafften hier eigentlich nur noch die Batterie an Kundenbewertungen (beispielsweise 4.751 Bewertungen bei Vodafone, 187 Bewertungen bei EWE Tel, 4.120 Bewertungen bei O2 oder 2.210 Bewertungen bei 1&1 auf der Plattform Check24). Am häufigsten greifen hier zufriedene und unzufriedene Kunden ihre Erlebnisse mit den jeweiligen Kundenserviceeinheiten auf. Bedeutet also: Egal ob Festnetz, Mobilfunk oder DSL, der Kundenservice nimmt eine immer wichtige Rolle als Differenzierungsmerkmal im Kampf um die potentiellen Neukunden ein.

Differenzierung tut Not

Zwischen 2001 (1,8 Mio. Anschlüsse) und 2009 (22,4 Mio. Anschlüsse) verdoppelte sich fast jährlich die Anzahl der in Deutschland registrierten DSL-Anschlüsse. Seit 2010 stagniert die Anzahl der gemeldeten Anschlüsse (2015: 23,4 Mio. Anschlüsse, Quelle: Bundesnetzagentur). Ein ähnliches Szenario im Mobilfunksegment: Gab es zwischen 1997 und 2009 noch einen steilen Anstieg bei den neu abgeschlossenen Mobilfunkverträgen in Deutschland, so stagnieren die Zahlen seit 2009 (2009: 108,26 Mio. SIM-Karten, 2015: 113,4 Mio. SIM-Karten, Quelle: Bundesnetzagentur).

Gleich, ob Breitband oder Mobilfunkvertrag – das Marktpotential der noch nicht erschlossenen Kundengruppen ist überschaubar. Es gilt also im Wettbewerb die Kunden von Marktbegleitern für das eigene Serviceangebot zu begeistern. Auch hier spielt neben den angebotenen Leistungspaketen auch die Qualität der Kundenkommunikation als Differenzierungsmerkmal eine tragende Rolle.

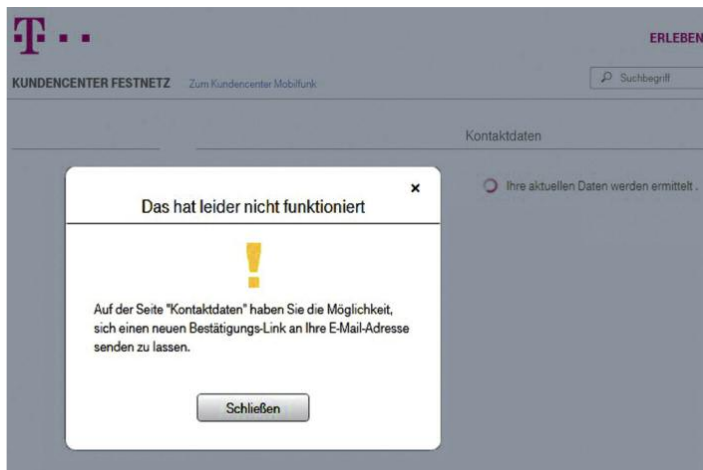
Das ist ein Grund, einmal genauer hinzuschauen. Im Rahmen des Service-Check Telekommunikation 2016 wurde die Qualität der Kundenkommunikation bei den zwölf größten Telekommunikationsunternehmen und bei drei Vergleichsportalen einmal genauer durchleuchtet. Auf dem Prüfstand – die Qualität der Kommunikation und die Reaktionszeiten über alle Kanäle. Das Expertenteam der D+S Gruppe hat insbesondere den telefonischen Service, die Kommunikation per E-Mail, auf dem Postweg und in der neuen digitalen Welt einmal genauer unter die Lupe genommen.

Kontaktkanal Telefon

Insgesamt wurden alle 15 Unternehmen mindestens zwei Mal telefonisch kontaktiert. Alle Unternehmen waren innerhalb der Testserie telefonisch erreichbar. Einzige Ausnahme: Bei der Verivox GmbH sind die Tester mehrfach aus der Warteschleife geflogen (bspw. am 18.02.2016 zwischen 16.45-16.50 Uhr), hier konnte innerhalb von zwei Tagen bei sechs Versuchen kein Kundenberater persönlich erreicht werden. Erfreulich: Die Wartezeit hat sich im

The screenshot shows the Check24 website interface for DSL comparison. At the top, there's a navigation bar with categories like 'Versicherung', 'Konto, Kredit', 'Strom Gas', 'DSL Handy', 'Reise Last Minute', 'Flug, Hotel Mietwagen', and 'Elektronik Haushalt'. Below that, a search bar and filters are visible. The main content area shows a list of DSL offers. The top offer is from O2, 'DSL All-in M' for 26,45 € per month, with a download speed of 16,000 kbit/s and 4.120 customer ratings. The second offer is from 1&1, 'DSL Basic' for 20,48 € per month, with a download speed of 16,000 kbit/s and 2,210 customer ratings. The third offer is from another provider for 21,66 € per month. Each offer includes a 'weiter >' button and a 'Verfügbarkeit prüfen' button.

Das Vergleichsportal „Check24“ listet auch Werbeeinträge zum Vergleich.



Technik-Patzer: Bei der Telekom funktionierte der Registrierungslink nicht, der Kunde konnte keine Daten einsehen.

Vergleich zum Vorjahr deutlich verbessert. So betrug die Wartezeit bei 23,08 Prozent der Gespräche unter 20 Sekunden, beispielsweise bei der VSE Net GmbH, bei der Vodafone GmbH oder bei TeleColumbus.

Auch die Handhabung der Warteschleife hat sich deutlich verbessert, so beschrieben die Tester in 59,09 Prozent der Fälle die Handhabung des Sprachportals als sehr unkompliziert, im Schnitt waren 2-3 Schritte (in 34,61 Prozent der Anrufe) notwendig. In den Gesprächen wurde ein Neukundenszenario verwendet. In den meisten Gesprächen hat das Team der D+S freundliche und kundenorientierte Gesprächspartner am Telefon. Deutlich verbessert hat sich im Vergleich zum Vorjahr die Beratungsqualität insbesondere beim Anbieter wilhelm.tel – waren die Ergebnisse 2015 eher durchwachsen, so sprachen wir in beiden Fällen mit sehr kompetenten und motivierten Kundenberatern. Bei O2 wurde direkt losgelegt – ohne eine Bedarfsermittlung (bspw. Abfrage der gewünschten Bandbreite, Nutzungsverhalten, Kundenwünsche oder Wohnsitz) hat der Agent bereits nach wenigen Sekunden die Produktbeschreibung abgespult. Immerhin – O2 ist mit ihrer sehr modernen Warteschleifenmusik im Test positiv aufgefallen.

Kontaktkanal E-Mail

Alle 15 Unternehmen haben auch ein entsprechendes Neukundenszenario per E-Mail erhalten. Bei acht Unternehmen hat der Absender eine automatische Eingangsbestätigung erhalten, beispielsweise bei unitymedia, bei Vodafone oder bei 1&1. Die schnellste Rückmeldung im Test: TeleColumbus mit einer Reaktionszeit kleiner 45 Minuten. Insgesamt antworteten 12 der 15 Unternehmen innerhalb von zwei Tagen. Drei Unternehmen brauchten etwas länger, beispielsweise wilhelm.tel, hier warten potentielle Neukunden bis zu drei Tage auf ein entsprechendes Angebot. Bei der Deutschen Telekom haben die Tester eine automatische Eingangsbestätigung erhalten, wenige Stunden später erfolgte eine zweite E-Mail. Herzlich willkommen bei der Telekom!

Im Kundencenter können sie zukünftig ihre Bestellungen und Auftragsbestätigungen online abrufen. Dem Testkunden stellt sich die Frage – wurde aus einer einfachen Anfrage direkt ein Auftrag generiert? Ein Klick auf den Registrierungslink brachte leider auch kein Licht in die Angelegenheit – der Link funktionierte nämlich nicht, siehe nebenstehendes Foto.

Einen Tag später erfolgte dann die Aufklärung – es meldete sich Frau Pede vom Kundenservice bei unserem Testkunden. Entwarnung – es wurde noch kein Auftrag generiert. Und die E-Mail hat in Ihrer Servicequalität in gleich zwei Punkten überzeugt: Das ursprüngliche Kundenanliegen wurde wirklich gelesen – Frau Pede entschuldigt sich nämlich erst einmal dafür, dass aktuell keine DSL-Anschlüsse ohne Mindestvertragslaufzeit angeboten werden. Der Testkunde hat bei allen Anbietern nämlich explizit nach Angeboten ohne eine entsprechende Mindestvertragslaufzeit gefragt. Leider sind nur 4 von 15 Unternehmen überhaupt auf diese für den Kunden sehr wichtige

Anforderung überhaupt im Detail eingegangen. Gleichzeitig ist auch zu erkennen, dass Frau Pede zu den Kundenberatern gehört die in der Kundenkorrespondenz individuell formulieren und Freestyle antworten. Die erhaltene Antwort ist im Freitext und sehr individuell auf den Kunden zugeschnitten. Die Entschuldigung für die nicht verfügbaren Anschlüsse ohne Mindestvertragslaufzeit ist nett.

UNTERNEHMEN IM SERVICE-CHECK

1&1 Internet AG
Check24 Telekommunikationsdienste GmbH
Communication Services Tele2 GmbH
Deutsche Telekom GmbH
EWE Tel
Kabel Deutschland
NetCologne
O2 Telefonica Germany
Tele Columbus AG
Unitymedia KabelBW GmbH
Verivox GmbH
Vodafone GmbH
VSE NET GmbH
Wilhelm.tel GmbH

Gelebter Prozess

Aber war es das schon? Kein alternativer Lösungsvorschlag? Alternativangebot mit Gutschrift, Bonus, Gratismodem? Man lässt den potentiellen Neukunden einfach ziehen. Stellen Sie sich vor – sie stehen im Autohaus und haben wollen endlich Ihr lang ersehntes Traumauto kaufen. Ihr lange angespartes Budget in Höhe von 38.820 Euro haben Sie komplett in der Tasche. Ihr Traumwagen – ein Audi A4 Cabrio steht für 41.250 Euro Listenpreis auf dem Hof des Händler. Sie stehen am Fahrzeug, zählen rückwärts von zehn auf null, und zack steht einer der freundlichen und motivierten Verkaufsberater neben Ihnen. Sie steigen direkt in das Verkaufsgespräch ein – nennen dem Verkäufer Ihr maximales Budget in Höhe von 38.820 Euro.

Welche Reaktion würden Sie jetzt erwarten? Stellen Sie sich an dieser Stelle einmal vor, dass der Verkäufer sich für den Preis des Cabrios entschuldigt, sich mit einem Händeschütteln verabschiedet, Ihnen noch drei Flyer für anstehende Veranstaltungen & Aktionen in die Hand drückt – und sich anschließend auf dem Absatz umdreht und in seinem Büro verschwindet. Im direkten Mensch-Mensch-Kontakt ein undenkbares Szenario. Im Customer Care-Service leider ein noch viel zu oft gelebter Prozess, man lässt den Neukunden einfach ziehen, ohne besondere Anstrengungen oder Mühen den Kunden doch in irgendeiner Form von den Angeboten und Leistungen wirklich zu überzeugen. Und diese Feststellung gilt für die Kommunikation auf allen Kanälen, egal ob am Telefon, per E-Mail, im Chat oder auf dem Postweg.

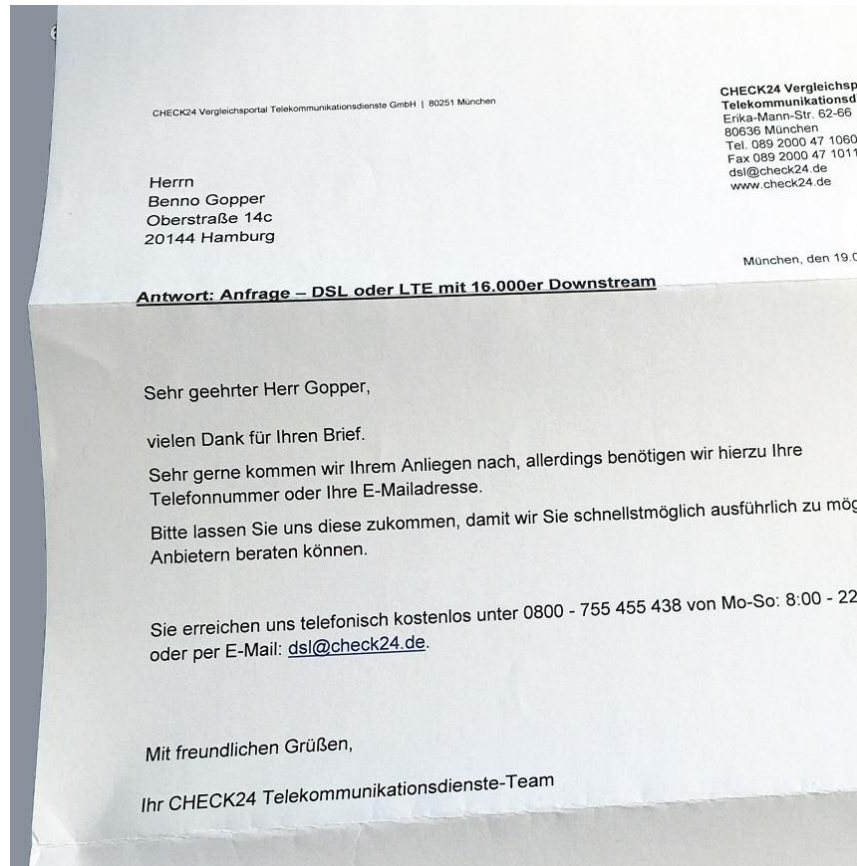
Kontaktkanal Brief

Von insgesamt 10 Unternehmen hat das Team der D+S innerhalb von 14 Tagen eine Rückmeldung erhalten, zwei Unternehmen antworteten innerhalb von 21 Tagen, drei Unternehmen antworteten gar nicht.

Die schnellsten Antworten bekam der Testkunde von Wilhelm.tel, 1&1 Internet und TeleColumbus. Der Kundenservice von Unitymedia brauchte fast drei Wochen für eine Antwort. Wirklich positiv im Test ist die 1&1 Internet SE aufgefallen. Hier schreibt Frau Schmidt vom Offline Telesales Service Access. Erster Punkt – Frau Schmidt geht direkt, sehr positiv und wie selbstverständlich schon in der Einleitung auf die von unserem Testkunden skizzierten Anforderungen ein.

Der Brief ist gut formatiert, Frau Schmidt hat wenig Textbausteine bei der Beantwortung verwendet – und unser Kunde fühlt sich individuell abgeholt. Neben dem Anschreiben wird auch direkt ein Bestellformular mitgeschickt. Einziger Minuspunkt – der fehlende Rückumschlag. Zurück zum Anschreiben – der Brief ist nicht nur persönlich von Frau Schmidt unterschrieben, sie teilt dem potentiellen Kunden auch ihre persönliche Durchwahl für mögliche Rückfragen mit. Ein absolut positives Highlight unter den in der Testserie erhaltenen Rückläufern.

Etwas irritierend – die Rückmeldung von Check24 (siehe Abbildung oben). Im Test konnten alle Unternehmen bei ihren Rückmeldungen auf dem Postweg etwas zu der Anschlussverfügbarkeit und möglichen Angeboten mitteilen. Bei Check24 blitzen Neukunden auf dem Postweg jedoch ab – hier wird eine E-Mail-Adresse und/oder eine Rufnummer benötigt, erst dann erhält der potentielle Kunde die von ihm gewünschte Beratung. Leider wird bei Check24 auch auf Briefpapier verzichtet, die Antwort wurde augenscheinlich auf Kopierpapier ausgedruckt, schade! Leider nutzt Check24 auch nicht die Möglichkeit, über die Frankiermaschine zusammen mit der Freimachung das Firmenlogo auf den Umschlag aufzudrucken. Der Absender ist daher erst auf den zweiten Blick bei genauerer Betrachtung der Absenderzeile zu erkennen.



Bitte keine (Brief-)Post: Check24 verlangt Telefonnummer oder E-Mail-Adresse für Antworten.

Kontaktkanal Internet

Von den 15 getesteten Unternehmen verfügen alle Unternehmen über eine Webseite. Bei 12 Unternehmen steht ein Kontaktformular für Webanfragen zur Verfügung. In zwei Fällen muss der Kunde seinen eigenen E-Mail-Client für die Kontaktaufnahme nutzen, hier wird nur auf eine E-Mail-Adresse verwiesen. Immerhin – bei 14 von 15 Unternehmen konnten die Tester einen Self Service-Bereich auf der Webseite entdecken. Ein Onlinechat für Neukunden wurde bei nur 4 von 15 Unternehmen auf der Webseite angeboten. Bei Facebook waren 11 der 15 Unternehmen direkt mit einer virtuellen sozialen Präsenz zu finden. Den Kommunikationskanal Whatsapp hat keins der 15 Unternehmen im Service-Check aktiv angeboten.

Benjamin Barnack



Benjamin Barnack ist Geschäftsführer bei D+S 360° Webservice.