



70 PROZENT IM RAHMEN

Service-Check 2016; Teil 2: Die Dienstleistungsbranche gilt als Wirtschaftsmotor, kann der Kundenservice der Unternehmen Schritt halten? D+S und *Teletalk* haben gemeinsam den Kundenservice von 60 Dienstleistern überprüft.

Gleich ob Gebäudereinigung, Pizzaservice, Carsharing, Zeitarbeit oder Unternehmensberatung – alle genannten Branchen gehören zum Sektor der Dienstleistungsbranche. Und natürlich, nicht zu vergessen – unsere Branche, Customer Care Services. Kein anderer Wirtschaftszweig ist so vielfältig und schillernd wie die Dienstleistungsbranche. Das produzierende Gewerbe hat in den letzten Jahren kontinuierlich abgenommen, der Dienstleistungssektor wächst und gedeiht weiter. Dienstleistungen sind heute die vorrangige Einkommensquelle von über 70 Prozent der arbeitenden Bevölkerung in Deutschland. Grund genug um den neuen Wirtschaftsmotor, die Dienstleistungsindustrie und speziell deren Kundenservices einmal genauer unter die Lupe zu nehmen.

Im Jahr 1970 waren rund 45 Prozent der 26,6 Millionen Erwerbstätigen im früheren Bundesgebiet im Dienstleistungsbereich tätig. Heute arbeiten dort über 31 Millionen von den über 43 Millionen Erwerbstätigen in Deutschland. Das sind rund 74 Prozent aller Erwerbstätigen. 1991 waren es noch 59,5 Prozent. Im Jahr 2015 wurden rund 41 Milliarden Arbeitsstunden im Dienstleistungssegment geleistet. Bei angenommenen zwölf Kundenkontakten pro Arbeitsstunde ergibt das 492 Milliarden Kundenkontakte pro Jahr – vor Ort, am Telefon, per E-Mail, im Chat oder klassisch per Brief. Gigantische Größenordnungen und ein enormes Potential um Kunden zu begeistern – oder eben, um Kunden zu verprellen. Grund genug um einmal genauer hinzuschauen.

Aus dem Leben

Hamburg an einem schönen sonnigen Freitag im März 2016. Ich schaue auf meine Uhr, es ist mittlerweile 17.46 Uhr. Ein prüfender Blick sagt mir – es wird Zeit die Tasche zu packen, das allwöchentliche Freizeitstressritualprogramm steht an. Gut gelaunt verabschiede ich mich von den noch übrigen Kolleginnen und Kollegen und verlasse das Büro. Um 18.05 Uhr erreiche ich als erste Station die Esso Tankstelle um die Ecke. Am Tresen zahle ich wie immer die 29 Euro für die Fahrzeugreinigung. Ich nehme meinen Schlüssel in Empfang, verabschiede mich. Ein kurzer prüfender Blick – das Auto ist sauber, die 29 Euro sind gut investiert – und ich freue mich über das Ergebnis. Wenige Minuten später, um 18.41 Uhr erreiche ich die SIAM Massage in Hamburg Eppendorf. Meine Masseurin erwartet mich bereits, gut gelaunt und äußerst freundlich – trotz meiner Verspätung, denn der Termin war bereits um 18.30 Uhr. Etwa 30 Minuten später und gefühlt 15 Jahre jünger ist sie fertig mit den Problemstellen am Rücken. Das war die 30 Euro wert, am Tresen wird direkt der Termin vereinbart für die Sitzung kommende Woche.

Auf dem Weg zum Auto bekomme ich eine Nachricht von GoButler via Whatsapp: „Hallo Herr Barnack, wir haben für Sie noch einen Tisch für zwei Personen im La Vela bekommen, heute um 21.30 Uhr, am Fenster mit Blick aufs Wasser.“ Wahnsinn, das Restaurant war eigentlich für den Abend schon komplett ausgebucht. Der eigentliche Grund den Conciergeservice mit dieser enormen Challenge einmal auf Herz und Nieren zu testen. „Test bestanden“ denke ich mir und steige ins Auto. Einige Minuten später erreiche ich meine Wohnung. Ich betrete die Wohnung und ein prüfender Blick verrät

mir bereits im Flur – meine Haushaltshilfe war da. Auf dem Küchentisch eine Rechnung über 45 Euro für die wöchentliche Unterhaltsreinigung. Das Bett ist frisch bezogen, der Toaster wurde endlich generalüberholt, die Fenster glänzen – das Geld ist einmal mehr gut investiert.

Lieferung frei Haus

Ein kurzer Blick auf die Uhr – es wird Zeit fürs Bad. Es ist mittlerweile etwa 20.15 Uhr als es an der Tür klingelt. „Guten Tag, der REWE-Lieferservice ist hier“ schrillt es durch die Gegensprechanlage. Ich öffne die Tür und nehme meine Einkäufe entgegen. Ein kurze Bestandsaufnahme der Lieferung, 2 Euro Trinkgeld und einem Autogramm auf dem Lieferschein und der nette REWE-Mitarbeiter verabschiedet sich – „bis nächste Woche Herr Barnack“, man kennt sich eben mittlerweile. Ich schlepe die Einkäufe in die Küche und bin beim Auspacken jedes Mal wieder überrascht. So sehr ich mir in den letzten Wochen auch eine Reklamation gewünscht habe, als Story für den Service-Check Dienstleistungen, ich finde einfach keinen Makel. Die Tiefkühlwaren sind top gekühlt, Obst und Gemüse sind in einem 1A-Zustand, ohne Druckstellen, Schimmel oder Verunreinigungen.

Beim Einräumen stelle ich fest – ich habe diese Woche wieder viel zu viel bestellt. Aber das Onlineangebot war einfach zu verlockend, insbesondere wenn man nicht selber schleppen muss. Ein Blick auf die Rechnung, etwa 67 Euro für die Waren, dann noch 3,90 Euro für die Lieferung. Addiert man Trinkgeld und Liefergebühr so komme ich auf 5,90 Euro. Sehr gut investiertes Geld, denn damit habe ich mir eine Stunde meiner Zeit gespart und muss meine Einkäufe nicht selber nach Hause schleppen. Der Lieferservice ist übrigens überhaupt der primäre Grund warum ich überhaupt von der bisherigen Lebensmittelkette meines Vertrauens auf REWE umgestiegen bin. Ich begutachte immer noch die Mousse Au Chocolate, als es wieder an der Tür klingelt.

Dienstleistung mit Mehrwert

Ein Knopfdruck auf der Gegensprechanlage und ich höre „Guten Abend, Herrmann von der Textilreinigung“. Ich öffne die Tür und warte. Wenige Minuten später erscheint ein junger Mann mit meiner bestellten Lieferung an der Tür. Ich prüfe die erhaltene Lieferung und die Rechnung – zwei Anzüge, sechs Hemden und einen Mantel. Vollreinigung für insgesamt 36,60 Euro zuzüglich 3 Euro Liefergebühr, passt. Ich gebe dem Herren schnell noch einen Sack mit ein paar Hemden, und natürlich 2 Euro Trinkgeld. Ich habe mich vor einigen Monaten für den Hol- und Bring-Service aufgrund der Zeiten entschieden. Die Textilreinigung holt und bringt Wäsche werktags nämlich bis 22.00 Uhr. Alle normalen Reinigungen in Hamburg machen nämlich um 18.00 Uhr oder spätestens um 20.00 Uhr zu, eine Zeit in der viele Arbeitnehmer noch im Büro sitzen. Zudem spare ich wieder Zeit und erspare mir das nervige Halten in zweiter Reihe vor einer Textilreinigung hier um die Ecke, die im Übrigen noch ein paar Cent mehr für die Grundleistung, nämlich für die eigentliche Reinigung, nimmt.

60 DIENSTLEITUNGSUNTERNEHMEN IM SERVICE CHECK

A.T.U Auto-Teile-Unger Handels GmbH & Co. KG	Hertz Autovermietung GmbH
Aerowest GmbH	Immobilien Scout GmbH
Air Berlin PLC & Co. Luftverkehrs KG	Intelligent Apps GmbH (MyTaxi)
Avis Budget Autovermietung GmbH & Co. KG	Joey's Pizza Service (Deutschland) GmbH
Blacklane GmbH	Lieferheld GmbH
Blizzeria e.K.	LOVOO GmbH
BLOCK HOUSE Restaurantbetriebe AG	Löwen Play GmbH
Burger King Beteiligungs GmbH	McDonald's Deutschland Inc.
Call a Pizza Franchise GmbH	McFit GmbH
car2go Deutschland GmbH	MD Digital Mobility GmbH & Co. KG
CARGLASS GmbH	MFB MeinFernbus GmbH
CinemaxX Cinema GmbH & Co. KG	MyHammer AG
Coiffeur Udo Walz	NORDSEE GmbH
Deutsche Bahn AG	Payback GmbH
Deutsche Lufthansa Aktiengesellschaft	Pit-Stop Systempartner GmbH
DHL Vertriebs GmbH	Pizza Hut Deutschland Marketing GmbH
DPD Dynamic Parcel Distribution GmbH & Co. KG	REWE Markt GmbH
DriveNow GmbH & Co. KG	Robert Ragge GmbH (HRS – HOTEL RESERVATION SERVICE)
easyJet Deutschland	Sixt GmbH & Co. Autovermietung KG
eismann Tiefkühl-Heimservice GmbH	Starbucks Coffee Deutschland GmbH
Europcar Autovermietung GmbH	STARCAR GmbH Kraftfahrzeugvermietung
Eurowings GmbH	Stepstone Deutschland GmbH
Facebook Germany GmbH	TNT Express GmbH
Federal Express Corporation	trans-o-flex Schnell-Lieferdienst GmbH
Fitness First Germany GmbH	United Cinemas International Multiplex GmbH
Flying Pizza Food Service GmbH	United Parcel Service Deutschland Inc. & Co. OHG
General Logistics Systems Germany GmbH & Co.	Vapiano SE
Germania Fluggesellschaft mbH	Wimdu GmbH
GO! Express & Logistics GmbH	yd. yourdelivery GmbH
Hallo Pizza GmbH	
Hermes Europe GmbH	

Es ist 20.44 Uhr, Zeit mir über die App von Drivenow ein Fahrzeug zu reservieren. Klaus, so heißt das Auto in der App, steht nur 150 Meter entfernt – ein Mini Cabrio in der Sportausführung. Gebucht! Geldbeutel, Mantel und Handy – ich mache mich auf den Weg. Das Auto ist schnell entdeckt, wenige Minuten später bin ich auf dem Weg zum Restaurant. Wenige Meter vor dem Restaurant parke ich den Mini in einer Seitenstraße. Meine App erklärt mir, dass mich die Fahrt 3,90 Euro gekostet hat. Bei einer Taxifahrt hätte ich mindestens 20-22 Euro investieren müssen. Ich begrüße meine Verabredung und freue mich auf einen entspannten Abend in meinem Hamburger Lieblingsrestaurant.

Dienstleister gehören zum Alltag

Ob aus der Perspektive eines Geschäfts- oder Privatkunden, Dienstleister erleichtern uns in jeglicher Hinsicht das Leben, helfen uns Zeit zu sparen oder springen dann ein, wenn es wirklich brennt. Im zweiten Teil des Service-Check Deutschland 2016 hat das Expertenteam der D+S Gruppe den Kundenservice bei 60 Unterneh-

men aus dem Dienstleistungssegment einmal genauer unter die Lupe genommen. Getestet wurden die Reaktionsgeschwindigkeit und die Qualität der Kommunikation am Telefon, per E-Mail, per Post und über die Webseite.

Am Beispiel vom REWE-Lieferservice oder der Textilreinigung Herrmann sieht man zum Beispiel auch, dass die richtige Dienstleistung, zur richtigen Zeit und für die Zielgruppe auch darüber entscheiden kann, ob ein Unternehmen Kunden gewinnt oder Kunden verliert.

Kontaktkanal Telefon

Telefonisch wurde im März 2016 werktags zwischen 9.00 – 18.00 Uhr der telefonische Service aller fokussierten Unternehmen getestet. Insgesamt konnte bei 73,42 Prozent der Fälle ein Kundenberater bei den jeweiligen Unternehmen erreicht werden. Bei 51,25 Prozent der Anrufe wurde ein Anruf innerhalb von 20 Sekunden angenommen, im

Vergleich zu anderen Branchen ein exzellenter Wert. Besonders fix waren beispielsweise die Unternehmen Blacklane, Löwen Play, TNT Express und die Hotline vom Coiffeur Udo Walz, bei allen Unternehmen gab es quasi keine Wartezeit.

Bei MeinFernBus, Federal Express, Flying Pizza Food Service, Wimdu und Blizzeria konnte leider im Rahmen der Testanrufe (bei zwei Anläufen mit 4 Stunden Abstand) niemand erreicht werden. Die Tester empfanden das Handling der Warteschleife in 26,79 Prozent der Testfälle als sehr unkompliziert, eher kompliziert war es bei 8 Unternehmen. Im Schnitt waren ein (20,31 Prozent) oder zwei (10,94 Prozent Auswahlsschritte im Sprachportal notwendig um mit einem Kundenberater verbunden zu werden.

Nicht willkommen

Bei der Deutschen Bahn AG waren unsere Tester bei beiden Anrufen nicht wirklich willkommen. Die Gesprächspartner wirkten müde, genervt und unmotiviert. Für die Verbindung von Augsburg nach Hamburg wurden Preise ohne die Berücksichtigung jeglicher Aktion

genannt. Ein erster Kontrollblick der Tester auf der Webseite der Bahn hat gezeigt – im angegebenen Zeitraum gibt es deutlich günstigere Tickets mit bis zu 70 Prozent Ersparnis gegenüber dem am Telefon genannten Konditionen.

Bei der Autovermietung Avis war im ersten Kontakt die Beratung in Ordnung, im zweiten Gespräch war der Gesprächspartner sehr genervt. Der Testkunde hat die Gesprächsführung übernommen, abgesehen vom Preis (der wurde proaktiv kommuniziert) mussten alle zusätzlichen relevanten Informationen hartnäckig erfragt werden. Bei Call-a-Pizza hatten wir einen sehr motivierten Ansprechpartner am Telefon, die Nachfrage nach den aktuellen Angeboten & Speisen kam wie aus der Pistole geschossen, leider sprach der Kundenberater doch etwas zu schnell für unsere Testanrufer.

Schatten und Licht

Fast perfekt lief es bei McDonalds Deutschland. Das Szenario – ein Kindergeburtstag steht an, natürlich im Lieblingsrestaurant der Tochter, dem McDonalds in Gütersloh. Der Testanrufer wählt, ein unkompliziertes Sprachportal mit nur einem Schritt, 4 Sekunden Wartezeit bis ein Gesprächspartner am Telefon ist. Im Gespräch – eine freundliche und motivierte Kundenberaterin, sehr viele zusätzliche Informationen. Die Buchung erfolgt direkt über das jeweilige Restaurant. Aber dann – die Telefonnummer des Restaurants muss der Kunde selber im Internet recherchieren, hier konnte die Gesprächspartnerin nicht weiterhelfen – schade!

Auch sehr positiv im Test – die Carglass GmbH. Das Szenario – Steinschlag! Unseren Anrufer erwartete ein unkompliziertes Sprachportal und innerhalb von 20 Sekunden wurde das Gespräch von einem sehr freundlichen Agenten angenommen. Das Gespräch dauerte gut drei Minuten, sehr positiv und kundenorientiert hat der potentielle Kunde alle relevanten Informationen erhalten. Es wurde auch direkt nach freien Terminen in einer nahegelegenen Werkstatt geschaut.

Kontaktkanal E-Mail

Von den 60 getesteten Unternehmen haben 17 Unternehmen innerhalb von 24 Stunden geantwortet, 13 Unternehmen innerhalb von 48 Stunden, 12 Unternehmen innerhalb von einer Woche, 8 Unternehmen innerhalb von zwei Wochen. Bei 10 Unternehmen warten unsere Tester noch heute auf eine Antwort, beispielsweise bei „McFit“, Lovoo, oder Vapiano. Die Autovermietung Sixt reagiert innerhalb von 2 Stunden, dem Kunden wird direkt ein Spartarif angeboten. Zudem erhält ein potentieller Kunde bei Sixt viele nützliche Zu-

Bei Payback haben Neukunden ohne Kundenkonto schlechte Karten wenn sie den Kundenservice kontaktieren möchten. Das Onlineformular steht nur Payback-Kunden zur Verfügung. Mit viel Mühe lässt sich im Impressum eine E-Mail-Adresse finden, diese kann dann auch von potentiellen Neukunden für mögliche Anfragen genutzt werden. Eine Antwort auf Anfragen per E-Mail erfolgt bei Payback innerhalb von knapp 48 Stunden.

satzinformationen rund um die geplante Buchung. Beispielsweise zu der nächstgelegenen Filiale und den Öffnungszeiten vor Ort.

Der Carsharing-Anbieter Drivenow (Tochterunternehmen von Sixt) antwortet innerhalb von 4 Stunden, hier erhält der potentielle Neukunde im Rahmen seiner Anfrage sogar noch ein Minutenkontingent wenn er sich zeitnah mit einem Aktionscode für den angebotenen Service registriert.

Kontaktkanal Brief

Alle 60 getesteten Unternehmen haben auch eine Neukundenanfrage auf dem Postweg erhalten. Von diesen haben 23 Unternehmen innerhalb einer Woche geantwortet. Beispielsweise A.T.U, Blizzzeria, Call-a-Pizza oder die Germania Fluggesellschaft.

Schlusslicht bei den Rückmeldungen: die Lovoo GmbH. Unser Testkunde hat hier am 24.03.2016 eine Rückmeldung auf sein Schreiben vom 14.02.2016 erhalten. Das Anschreiben von Lovoo war zwar ordentlich formatiert und individuell formuliert, doch zusammen mit dem Antwortschreiben haben die Kunden im Umschlag noch die Korrespondenz an einen anderen Lovoo-Kunden gehabt. Herr S. aus H. wartet sicher heute immer noch auf die gewünschten Informationen zu seinem Kündigungswunsch. Das Anschreiben an Herrn S. aus H. ist für unsere Tester trotzdem höchst interessant. Es sieht so aus, als hätte hier ein Lovoo-Kunde versucht auf dem Postweg seine „VIP-Mitgliedschaft“ zu kündigen. Um ein Abo zu beenden soll der Kunde jedoch mit seinem Zahlungsanbieter (PayPal, iTunes oder GooglePlay) Kontakt aufnehmen.

Re: Flüge Berlin-Marokko und zurück [Reference ID: 11202...]

Von: kunden.service@easyjet.com

14.03.2016 um 16:31 Uhr

Sehr geehrter Herr Fink,

vielen Dank, dass Sie uns kontaktiert haben.

Unser Flugplan wurde bis zum 29. Oktober schon veröffentlicht und wir haben keine Information, ob es irgendwelche Änderungen möglich sind. Unter diesem [Link](#) finden Sie immer die aktuelle Information über unsere Flüge.

Nach einer erfolgreichen Testphase starten wir ein Anerkennungsprogramm für unsere Vielflieger, den Flight Club, mit dem wir Loyalität belohnen und für unsere treuen Kunden mehr Flexibilität bieten möchten. Unter diesem [Link](#) finden Sie mehr Information darüber finden.

Für weitere Fragen stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung.

Mit freundlichen Grüßen,

Tryna

easyJet Kundenbetreuung

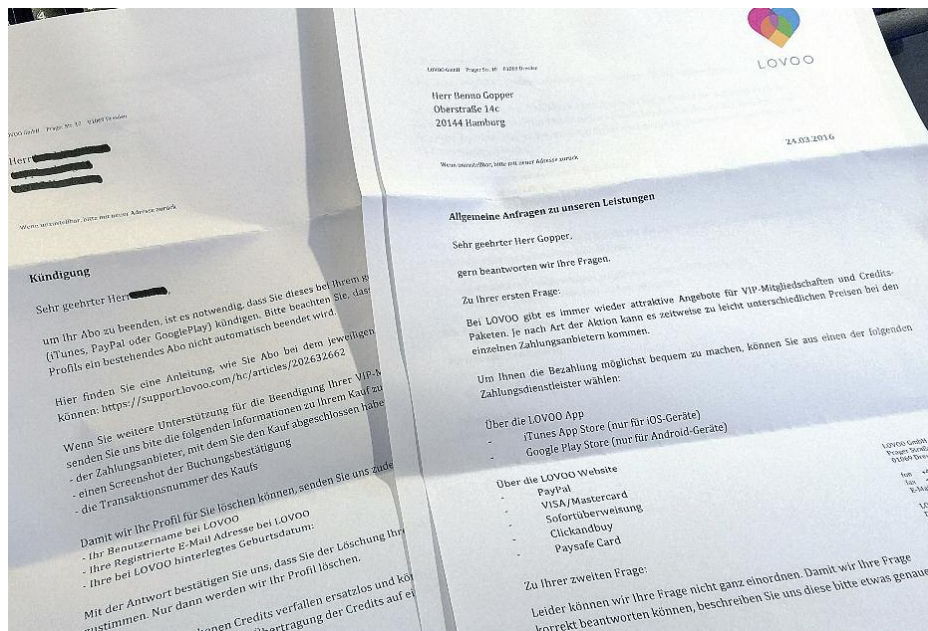
fly us: www.easyjet.com

follow us: www.twitter.com/easyjet

friend us: www.facebook.com/easyjet



Beim Kundenservice von Easyjet müssen Kunden geschlagene vier Wochen auf eine Rückmeldung per E-Mail warten. Die Antwort lässt zudem darauf schließen, dass die Anfrage unseres Testkunden mit einem Übersetzungsprogramm übersetzt wurde, um anschließend mit Textbausteinen zu antworten. Die hier verwendeten Textbausteine haben wenig mit der ursprünglichen Kundenanfrage zu tun.



Schlusslicht bei den Rückmeldungen – die Lovoo GmbH benötigte beinahe sechs Wochen für eine Antwort.

Bei den Neukundenanfragen wurde häufig auch nach Gutscheinen oder einem Bonus für Neukunden gefragt. Bei der digitalen Taxizentrale MyTaxi wird ein solcher Bonus für potentielle Neukunden explizit nicht eingeräumt. Anders bei MyDriver, hier erhalten potentielle Neukunden direkt einen Gutschein über 15 Euro (Tipp für die Leser der *TeleTalk*: Mit dem Code „md15“ erhalten Sie einen 15 Euro-Willkommensbonus für Ihre nächste Fahrt bei MyDriver) und viele nützliche Zusatzinformationen – beispielsweise dass in der Fahrzeugkategorie Business Class eine Anzughpflicht für die Fahrer besteht – rund um das Leistungsangebot des Limousinenservice von Sixt.

Kontaktkanal Internet

Alle 60 Unternehmen verfügen selbstverständlich über eine Webseite. Bei 47 Unternehmen ist ein FAQ- und Servicebereich im öffentlichen Bereich der Webseite zu finden. Die einzelnen Sparten der Dienstleister sind in den angebotenen Service- und Kontaktmöglichkeiten sehr ähnlich aufgestellt. Vergleicht man beispielsweise die Dating-Anbieter Parship, Lovoo oder Tinder, so wird bei allen drei Anbietern keine Hotline als Kontaktkanal auf der Webseite angeboten. Bei allen drei Anbietern ist die Kontaktaufnahme lediglich per E-Mail möglich, alle drei Anbieter verfügen über Self Service-Portale.

Bei den Rückmeldungen nach einer Anfrage über das Kontaktformular reagiert Parship innerhalb von zwei Stunden, Lovoo innerhalb von sechs Tagen, bei Tinder haben unsere Tester außer einer Eingangsbestätigung keine weitere Rückmeldung erhalten. Die Möglichkeit einen Chat als Kontaktkanal zu nutzen haben im Test lediglich 19 der 60 getesteten Unternehmen angeboten.

Fazit

Bei rund 70 Prozent der Unternehmen passt die Reaktionszeit auf allen Kanälen. Bei vielen Unternehmen wird erstaunlich häufig individuell geantwortet, im Service-Check 2015 waren noch etwas häufiger Textbausteine in der asynchronen Kommunikation zu erkennen. Den potentiellen Neukunden wirklich einzufangen schaffen nur die wenigsten Anbieter. Egal ob am Telefon, per Brief oder per E-Mail, mit Gutscheinen oder einem Neukundenbonus dürfen potentielle Kunden bei 44 der 60 getesteten Unternehmen nicht rechnen.

Benjamin Barnack



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