

## PRESSEINFORMATION

### Service wird weltweit immer wichtiger – aber nicht besser

Frankfurt am Main, 8. Juli 2010 – Rund um den Globus halten neun von zehn Verbrauchern einen guten Service für sehr wichtig bei ihren Kaufentscheidungen. Der Anspruch der Verbraucher ist im Laufe der Wirtschafts- und Finanzkrise sogar noch gestiegen. 60 Prozent der Befragten weltweit sind der Meinung, dass Serviceleistungen in der derzeitigen Wirtschaftslage an Bedeutung gewonnen haben. Allerdings meinen 58 Prozent, dass sich der Service von Unternehmen im Zuge der Wirtschafts- und Finanzkrise nicht verbessert habe. Zu diesen Ergebnissen kommt das American Express Global Customer Service Barometer, eine repräsentative Umfrage unter 12.000 Befragten in 12 Ländern.

Bei der Frage, wo man einkauft oder Dienstleistungen in Anspruch nimmt, spielt der Service eines Unternehmens überall auf der Welt eine große Rolle. Einen besonders hohen Stellenwert nimmt er bei den Mexikanern ein: 98 Prozent gaben an, dass der Service ihnen wichtig oder sogar sehr wichtig sei. Am anspruchlosesten sind die Japaner – aber auch dort messen immerhin noch 76 Prozent der Befragten dem Service eines Unternehmens hohe bzw. sehr hohe Bedeutung bei. Die deutschen Verbraucher gehören zu den anspruchsvollsten Kunden der Welt: 93 Prozent gaben an, dass für sie bei der Entscheidung für oder gegen das Angebot eines Unternehmens der Service eine wichtige oder sehr wichtige Rolle spiele.

#### Serviceerwartungen im Zuge der Wirtschafts- und Finanzkrise gestiegen

Aus Sicht der Verbraucher ist die Bedeutung von Service im Zuge der Wirtschafts- und Finanzkrise gestiegen. Offenbar erwarten Konsumenten, dass sich Unternehmen in schwierigen Wirtschaftsphasen noch stärker um sie bemühen. Mit Ausnahme der Niederlande wünschen sich stets mehr als die Hälfte der Befragten in den untersuchten Ländern mehr Engagement der Unternehmen in puncto Service.

Tabelle 1: Anteil der Befragten, der eine Steigerung der Serviceleistungen von Unternehmen im Zuge der Wirtschafts- und Finanzkrise erwartet hat

Land	In Prozent
Indien	82
Deutschland	68
Japan	65
Mexiko	65
USA	61
Frankreich	59
Kanada	58
Großbritannien	58
Italien	55
Australien	53

Spanien	52
Niederlande	47

„In guten Service zu investieren, zählt zu den besten Geschäftsentscheidungen, die ein Unternehmen treffen kann. Vor allem in einer Wirtschaftskrise sollte nicht am Service gespart werden“, so Werner Decker, Deutschlandchef von American Express.

Die Umfrageergebnisse zeigen jedoch, dass viele Unternehmen die Gelegenheit verpassen, in der schwierigen wirtschaftlichen Situation mit geringen Wachstumschancen die Bedürfnisse ihrer Kunden zu erfüllen. Weltweit meinen 58 Prozent der Befragten, dass sich der Service der Unternehmen in den vergangenen Monaten nicht verbessert habe; in Deutschland sind 66 Prozent dieser Meinung. 23 Prozent von ihnen gaben sogar an, dass sich der Service verschlechtert habe. „Dabei ist guter Service ein einfaches Mittel zur Kundenbindung, das Unternehmen auch und gerade in Krisenzeiten nutzen sollten“, sagt Decker.

### **Kunden würden für guten Service bis zu 11 Prozent mehr bezahlen**

Mehr als die Hälfte aller befragten Verbraucher würde sogar mehr für ein Produkt oder eine Dienstleistung bezahlen, wenn sie dafür einen exzellenten Service erhielten. Besonders viele Kunden wären in Indien (76 Prozent), Mexiko (65 Prozent) und Australien (60 Prozent) spendabel. In Deutschland würden 55 Prozent, in Frankreich 42 Prozent, in Japan 38 Prozent und in den Niederlanden 29 Prozent der Bevölkerung tiefer ins Portemonnaie greifen, wenn sie dafür besseren Service bekämen. In welchem Ausmaß die Zahlungsbereitschaft steigt, ist jedoch von Land zu Land unterschiedlich: Bis zu sieben Prozent mehr würden Befragte aus Deutschland, Kanada, Großbritannien und den Niederlanden für guten Service ausgeben, die indischen Befragten würden sogar elf Prozent mehr bezahlen. „Vor allem im Premium-Segment wird die Bereitschaft, für besseren Service auch zu bezahlen, erkennbar: Neun von zehn Kunden erwarten laut unserer Umfrage hier nämlich nicht nur ein hochwertiges Produkt oder eine besondere Dienstleistung, sondern auch exzellenten Service“, erläutert Decker.

Tabelle 2: Durchschnittliche Preiserhöhung, die die Befragten akzeptieren würden, wenn ihr beim Erwerb eines Produktes exzellenter Service geboten wird.

Land	In Prozent
Indien	11
Japan	10
USA	9
Italien	9
Mexiko	8
Spanien	8
Frankreich	8
Australien	8
Kanada	7
Großbritannien	7
Deutschland	7
Niederlande	7



### **Bei Serviceproblemen erwarten Verbraucher das Gespräch**

Lösungen bei Serviceproblemen, so ist man sich rund um den Globus einig, erhält man am besten im direkten Kontakt mit einer echten Person. Die meisten Befragten bevorzugen dabei den persönlichen oder telefonischen Kontakt. Drei Viertel der Befragten akzeptieren aber auch eine Kommunikation per E-Mail bzw. über die Website. Alle anderen Maßnahmen sind in diesem Zusammenhang wenig beliebt.

### **Schlechter Service wird schnell bestraft**

„Was Unternehmen zu denken geben sollte, ist die große Bereitschaft von Kunden, die Geschäftsbeziehung aufgrund von schlechtem Service aufzugeben“, so Decker. 38 Prozent der Franzosen und jeweils 33 Prozent der Deutschen und Engländer gaben an, bereits nach nur einem enttäuschenden Erlebnis die Geschäftsbeziehung abzubrechen. Nur wenn ein Unternehmen bereits seit längerer Zeit zu den bevorzugten Einkaufsadressen zählt, waren in allen untersuchten Ländern im Schnitt acht von zehn Befragten bereit, einmalige Ausrutscher zu verzeihen.

„An gutem Service kommt heute kein Unternehmen mehr vorbei. Hier besteht nach Meinung der Kunden jedoch noch viel Verbesserungspotenzial. Gerade in der heutigen Zeit, wo sich negative Erfahrungen über soziale Netzwerke oder Bewertungsportale schnell herumsprechen, können Unternehmen es sich eigentlich nicht leisten, beim Service zu sparen“, so Decker.

### **Über das American Express Global Customer Service Barometer**

Im Auftrag von American Express befragte Echo Research im April und Mai 2010 jeweils 1.000 Verbraucher ab 18 Jahren in den Ländern Australien, Kanada, Frankreich, Deutschland, Indien, Italien, Japan, Mexiko, Niederlande, Spanien, Großbritannien und den USA zum Thema Service. Die Befragung wurde online durchgeführt.

### **Über American Express**

American Express – 1850 gegründet und seit 1898 auch in Deutschland vertreten – ist einer der weltweit führenden Anbieter von Reise- und Finanzdienstleistungen. Über 58.000 Mitarbeiter kümmern sich in über 200 Ländern um die 88 Millionen Kartenkunden und viele Millionen Geschäftsreisende.

### **Pressekontakt:**

fischerAppelt, ziegler

Dr. Matthias Larisch

Tel: +49 69 / 427 26 16 – 846

Fax: +49 69 / 427 26 16 – 822

E-Mail: [amex@fischerappeltziegler.de](mailto:amex@fischerappeltziegler.de)