

DGQ Studie 2013

# Servicequalität in Deutschland

Dezember 2013



DGQ+

Deutsche Gesellschaft  
für Qualität

Für die **repräsentative Umfrage** hat die Deutsche Gesellschaft für Qualität e.V. (DGQ) gemeinsam mit dem Marktforschungsinstitut **Innofact AG** rund 1.000 Personen zwischen 18 und 65 Jahren befragt.

Die Stichprobe entspricht nach Alter, Geschlecht und Region der repräsentativen Verteilung der deutschen Bevölkerung.

Die Ausrichtung an den Wünschen und Vorstellungen der Kunden gewinnt in einem Umfeld stagnierender Märkte zunehmend an Bedeutung. Um Kunden künftig nachhaltig an sich zu binden, kommt es darauf an, die Geschäftsbeziehungen einzigartig zu machen und emotional aufzuladen – den Kunden zu begeistern.

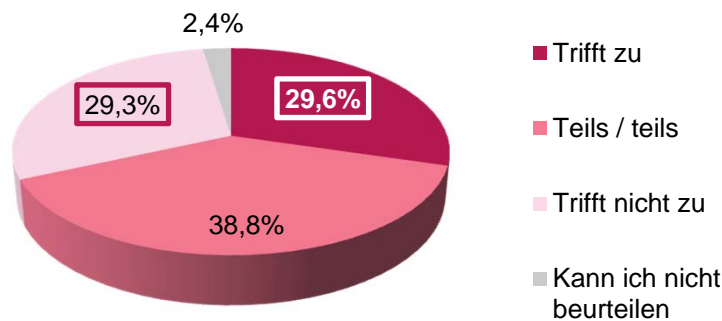
Gefördert vom Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (BMWi), wurde eine Initiative gestartet, um die Grundlagen zur Erzielung von exzellentem Service für die Wirtschaft greifbar zu machen. Ein Arbeitskreis aus zwanzig Dienstleistungsunternehmen und -institutionen hat sich zusammengesetzt und den Leitfaden „Erzielung von Kundenbegeisterung durch Service Excellence nach DIN SPEC 77224“ ausgearbeitet. Die SPEC ist der weltweit erste offizielle Standard zu diesem Thema. Sie beschreibt ein Modell, das aus sieben Elementen mit Checklisten zur Selbstbewertung besteht. Die DGQ hat den Entwicklungsprozess von Service Excellence begleitet und ein Trainings-Programm entwickelt.

Servicequalität in Deutschland

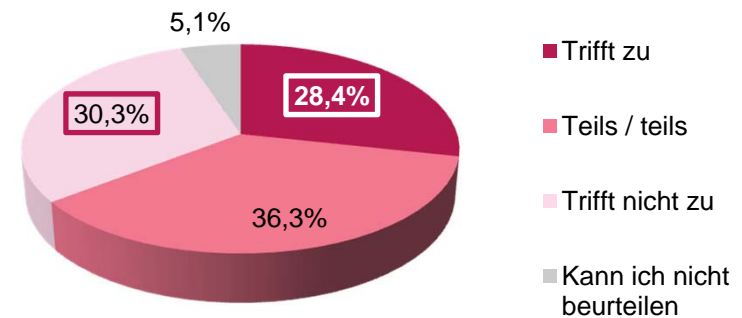
# 1. Beurteilung deutscher Servicequalität



Von „Servicewüste Deutschland“ kann keine Rede sein. Ich bin grundsätzlich zufrieden mit der Qualität von Dienstleistungen in Deutschland.



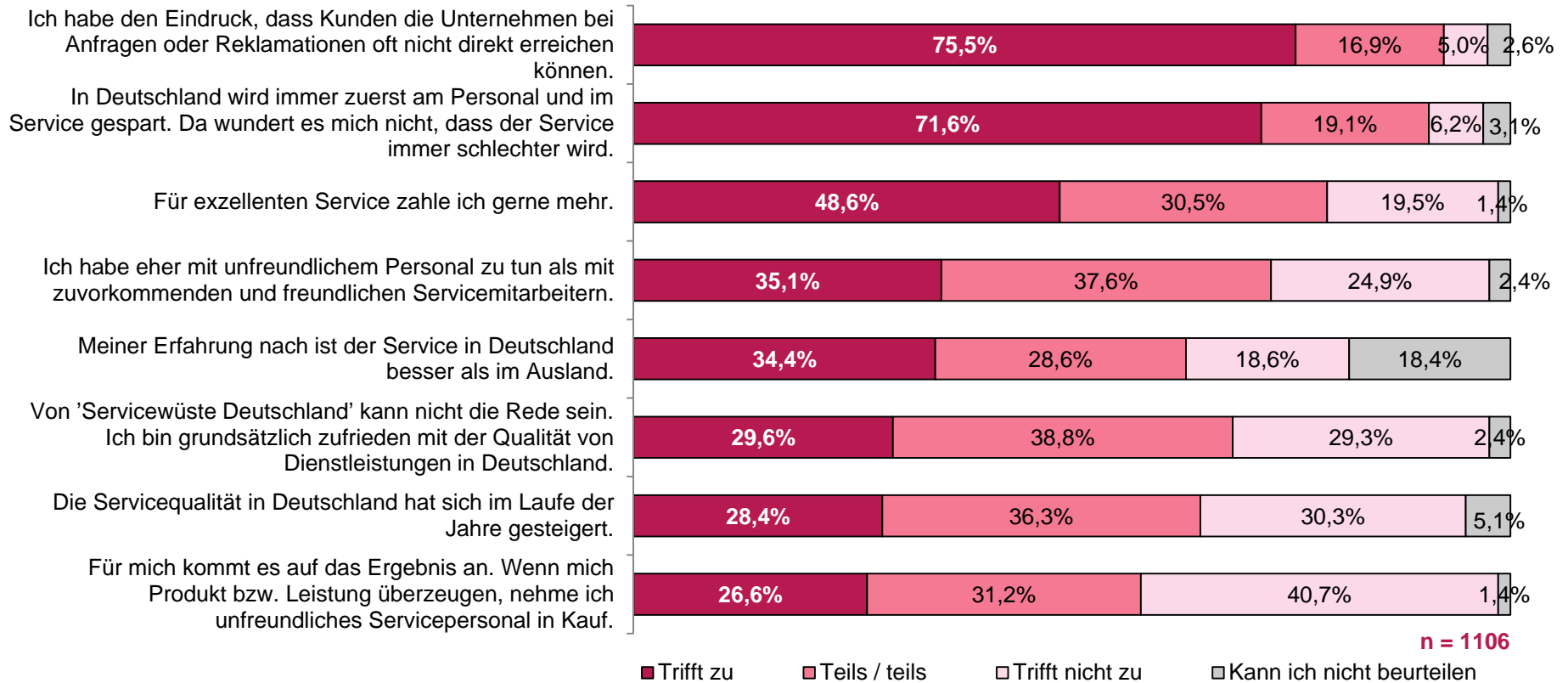
Die Servicequalität in Deutschland hat sich im Laufe der Jahre gesteigert.



n = 1106

Die Befragten sind bei der Beurteilung der deutschen Servicequalität gespalten: Annähernd gleich viele Deutsche stimmen den abgefragten Aussagen zu bzw. nicht zu

## Unfreundliche Kassierer, stundenlanges Warten auf dem Amt oder beim Arzt, teure Kundenhotlines: Der Begriff 'Servicewüste Deutschland' hat sich herumgesprochen. Wie beurteilen Sie persönlich die Qualität deutscher Dienstleistungen?



## Bad News

- 72% der Deutschen sind der Meinung es wird immer zuerst am Personal und am Service gespart
- 76% der Deutschen haben den Eindruck, das Unternehmen nicht direkt erreichbar sind
- 35% haben eher mit unfreundlichem Personal zu tun

## Good News

- 49% der Deutschen sind bereit, für exzellenten Service mehr zu zahlen
- 34% der Deutschen finden den Service in Deutschland besser als im Ausland
- 30% der Deutschen sind mit dem Service in Deutschland zufrieden
- 28% sagen, dass der Service im Laufe der Jahre besser geworden ist

Servicequalität in Deutschland

## 2. Branchenranking





Am wichtigsten ist den Befragten die Qualität des Services in folgenden Branchen:

1. Gesundheitswesen: 92,7%
2. Reparatur-Dienstleistungen (Sanitär, Kfz, etc.): 88,8%
3. Gastronomie, Hotellerie, Tourismusbranche: 88,2%

## Wie wichtig ist Ihnen guter Service in den einzelnen Branchen?

Rang	Branchen	In %
1	<b>Gesundheitswesen</b> (Ärzte & Therapeuten, Krankenhäuser, Pflegeheime, Reha-Institute etc.)	92,7
2	<b>Reparatur-Dienstleistungen</b> (Sanitär, Kfz, Elektronik etc.)	88,8
3	<b>Gastronomie, Hotellerie, Tourismusbranche</b>	88,2
4	Handwerkliche Dienstleistungen (Friseure, Kosmetiker, Schneider, Wäschereien etc.)	87,9
5	Finanzinstitute, Banken, Versicherungen / Krankenkassen	87,5
6	Öffentlicher Dienst (Behörden, Ämter etc.)	86,1
7	IT, Telekommunikation (Telekommunikationsanbieter, Software-Anbieter etc.)	83,0
8	Transport- und Logistikdienstleister (Öffentlicher Personen-Nahverkehr, Bahn, Fluggesellschaften etc.)	80,1
9	Einzelhandel (Lebensmittel, Bekleidung, Elektronik etc.)	79,3
10	Automobil- bzw. Kfz-Handel	78,8
11	Online-Angebote (Online-Shops, -Apotheken, Partnerbörsen etc.)	68,4

n = 1106

In Punkto Zufriedenheit stehen folgende Branchen bei den Befragten ganz oben:

1. Handwerkliche Dienstleistungen (Friseure, Schneider, etc.): 62,9%
2. Gastronomie, Hotellerie, Tourismusbranche: 60,9%
3. Einzelhandel: 60,4%

Wie <u>zufrieden</u> sind Sie tatsächlich mit dem Service?		
Rang	Branchen	In %
1	<b>Handwerkliche Dienstleistungen</b> (Friseure, Kosmetiker, Schneider, Wäschereien etc.)	<b>62,9</b>
2	<b>Gastronomie, Hotellerie, Tourismusbranche</b>	<b>60,9</b>
3	<b>Einzelhandel</b> (Lebensmittel, Bekleidung, Elektronik etc.)	<b>60,4</b>
4	Online-Angebote (Online-Shops, -Apotheken, Partnerbörsen etc.)	59,5
5	Gesundheitswesen (Ärzte & Therapeuten, Krankenhäuser, Pflegeheime, Reha-Institute etc.)	47,9
6	Finanzinstitute, Banken, Versicherungen / Krankenkassen	44,7
7	Automobil- bzw. Kfz-Handel	44,1
8	Reparatur-Dienstleistungen (Sanitär, Kfz, Elektronik etc.)	43,9
9	IT, Telekommunikation (Telekommunikationsanbieter, Software-Anbieter etc.)	40,5
10	Transport- und Logistikdienstleister (Öffentlicher Personen-Nahverkehr, Bahn, Fluggesellschaften etc.)	35,4
11	Öffentlicher Dienst (Behörden, Ämter etc.)	27,9

n = 1106

## Wie wichtig ist Ihnen guter Service in den einzelnen Branchen?

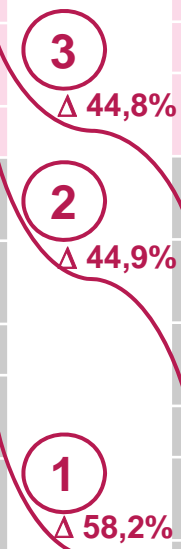
Rang	Branchen	In %
1	<b>Gesundheitswesen</b> (Ärzte & Therapeuten, Krankenhäuser, Pflegeheime, Reha-Institute etc.)	92,7
2	<b>Reparatur-Dienstleistungen</b> (Sanitär, Kfz, Elektronik etc.)	88,8
3	<b>Gastronomie, Hotellerie, Tourismusbranche</b>	88,2
4	Handwerkliche Dienstleistungen (Friseure, Kosmetiker, Schneider, Wäschereien etc.)	87,9
5	Finanzinstitute, Banken, Versicherungen / Krankenkassen	87,5
6	Öffentlicher Dienst (Behörden, Ämter etc.)	86,1
7	IT, Telekommunikation (Telekommunikationsanbieter, Software-Anbieter etc.)	83,0
8	Transport- und Logistikdienstleister (Öffentlicher Personen-Nahverkehr, Bahn, Fluggesellschaften etc.)	80,1
9	Einzelhandel (Lebensmittel, Bekleidung, Elektronik etc.)	79,3
10	Automobil- bzw. Kfz-Handel	78,8
11	Online-Angebote (Online-Shops, -Apotheken, Partnerbörsen etc.)	68,4

n = 1106

## Wie zufrieden sind Sie tatsächlich mit dem Service?

Rang	Branchen	In %
1	<b>Handwerkliche Dienstleistungen</b> (Friseure, Kosmetiker, Schneider, Wäschereien etc.)	62,9
2	<b>Gastronomie, Hotellerie, Tourismusbranche</b>	60,9
3	<b>Einzelhandel</b> (Lebensmittel, Bekleidung, Elektronik etc.)	60,4
4	Online-Angebote (Online-Shops, -Apotheken, Partnerbörsen etc.)	59,5
5	Gesundheitswesen (Ärzte & Therapeuten, Krankenhäuser, Pflegeheime, Reha-Institute etc.)	47,9
6	Finanzinstitute, Banken, Versicherungen / Krankenkassen	44,7
7	Automobil- bzw. Kfz-Handel	44,1
8	Reparatur-Dienstleistungen (Sanitär, Kfz, Elektronik etc.)	43,9
9	IT, Telekommunikation (Telekommunikationsanbieter, Software-Anbieter etc.)	40,5
10	Transport- und Logistikdienstleister (Öffentlicher Personen-Nahverkehr, Bahn, Fluggesellschaften etc.)	35,4
11	Öffentlicher Dienst (Behörden, Ämter etc.)	27,9

n = 1106

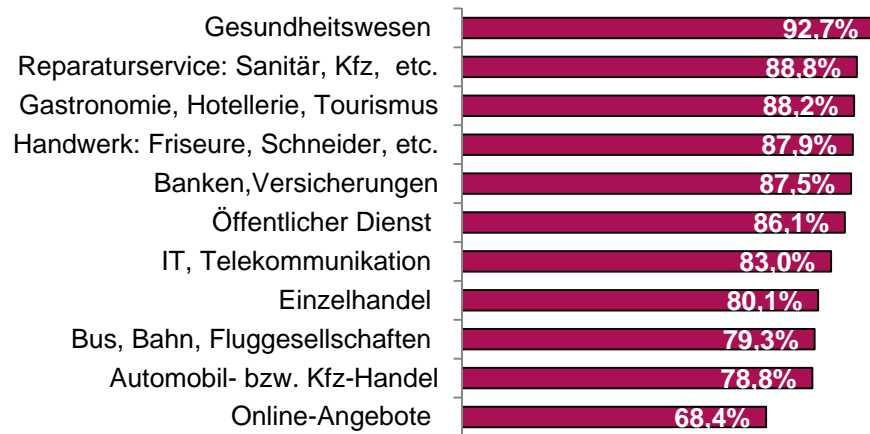


Die Diskrepanz zwischen Wichtigkeit und Zufriedenheit der Servicequalität ist bei folgenden Branchen am größten:

1. Öffentlichen Dienst: 58,2%
2. Reparatur-Dienstleistungen: 44,9%
3. Gesundheitswesen: 44,8%

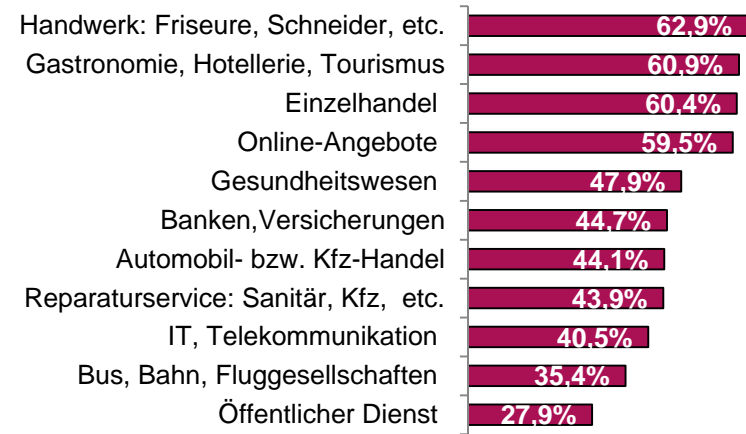


Wie wichtig ist Ihnen guter Service in den einzelnen Branchen?



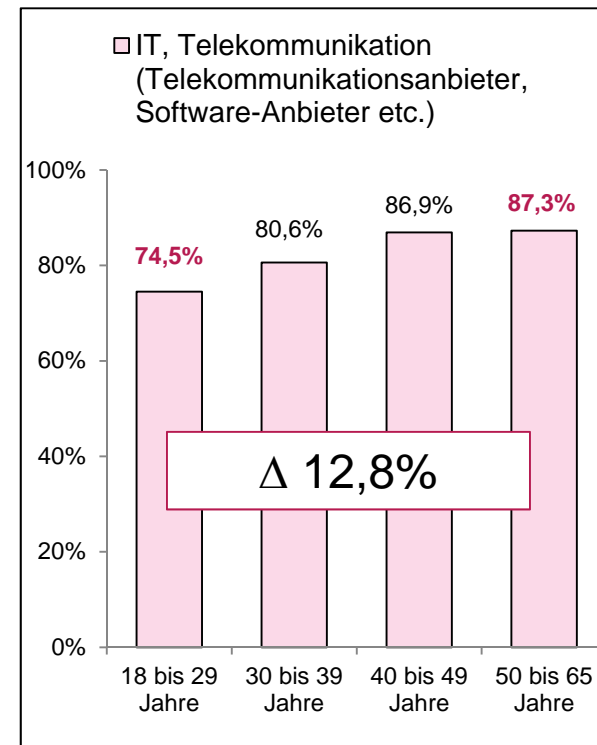
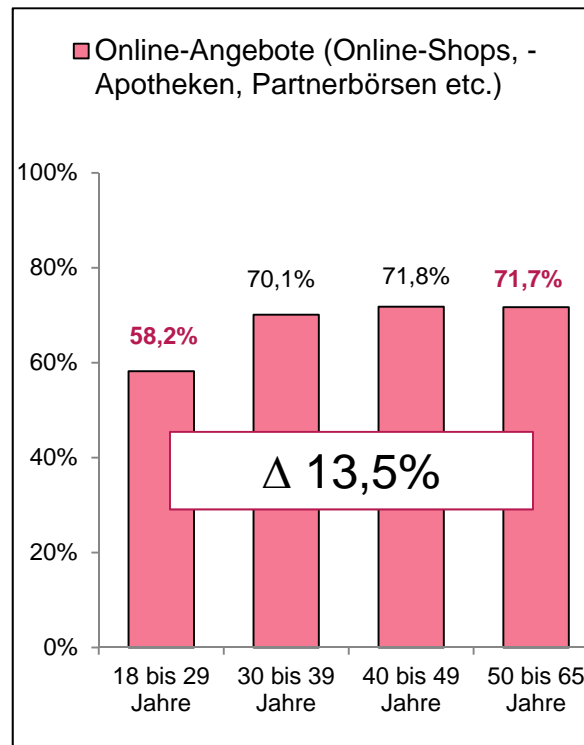
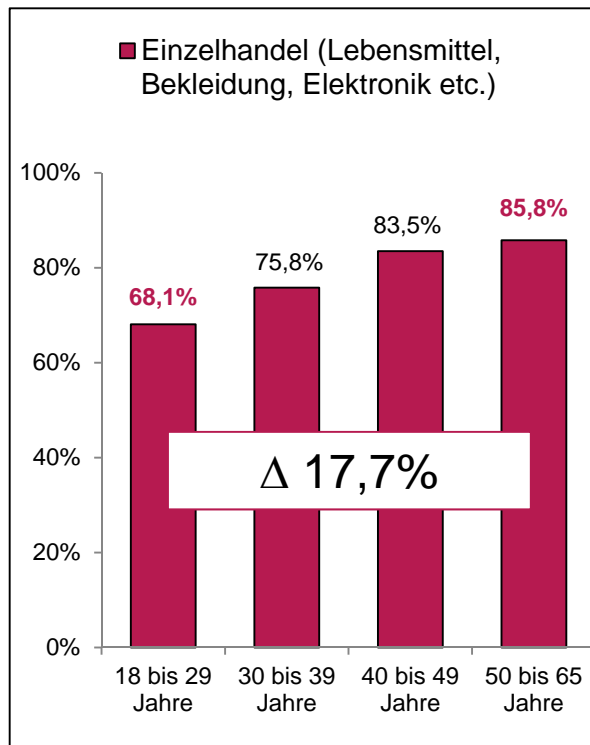
n = 1106

Wie zufrieden sind Sie tatsächlich mit dem Service?



n = 1106

## In welcher Branche ist Ihnen Service besonders wichtig?



Im Einzelhandel, bei Online-Angeboten und bei IT- und Telekommunikationsanbietern ist der Altersgruppe 50-65 Jahre die Servicequalität deutlich wichtiger als den 18-29 Jährigen.

n = 1106

Servicequalität in Deutschland

# 3. Kriterien für guten Service



DGQ+

Deutsche Gesellschaft  
für Qualität

Folgenden Kriterien sind den Deutschen beim Service besonders wichtig:

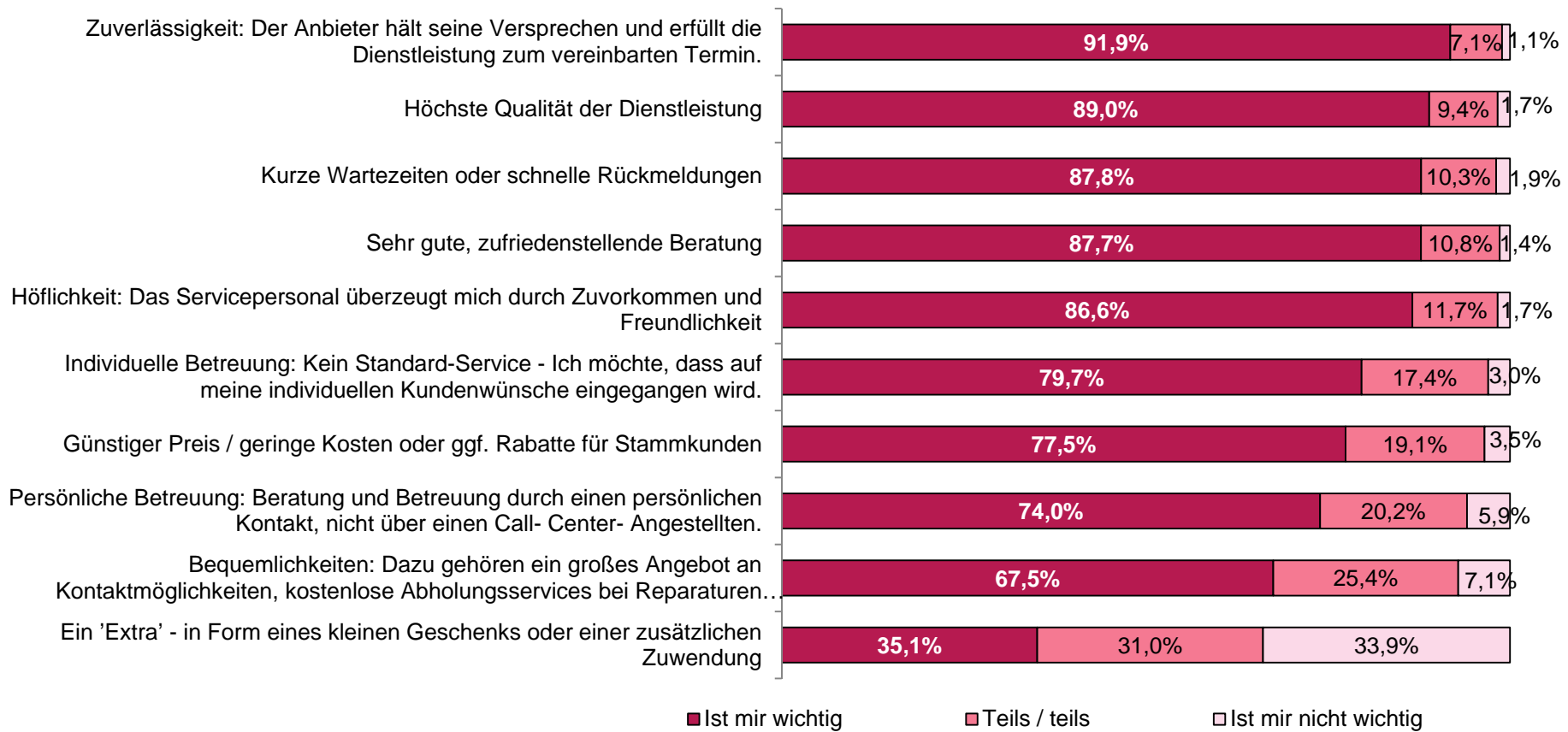
1. Zuverlässigkeit, Termintreue: 91,9%
2. Höchste Qualität der Dienstleistung: 89%
3. Kurze Wartezeiten: 87,8%

Welches der folgenden Kriterien ist Ihnen beim Service besonders wichtig?		
Rang	Kriterien	In %
1	<b>Zuverlässigkeit:</b> Der Anbieter hält seine Versprechen und erfüllt die Dienstleistung zum vereinbarten Termin.	91,9
2	<b>Höchste Qualität der Dienstleistung</b>	89,0
3	<b>Kurze Wartezeiten und schnelle Rückmeldung</b>	87,8
4	Sehr gute, zufriedenstellende Beratung	87,7
5	Höflichkeit, Zuvorkommenheit und Freundlichkeit	86,6
6	Individuelle Beratung, kein Standardservice	79,7
7	Günstiger Preis / geringe Kosten oder ggfs. Rabatte für Stammkunden	77,5
8	Persönliche Betreuung, nicht über einen Call-Center-Mitarbeiter.	74,0
9	Bequemlichkeiten: Viele Kontaktmöglichkeiten, Abholservices bei Reparaturen oder Erinnerungsnachrichten für Termine und Abholungen	67,5
10	Ein Extra in Form eines kleinen Geschenks oder einer zusätzlichen Zuwendung	35,1

n = 1106



**Um ihren Kunden guten Service zu gewährleisten, müssen Unternehmen unterschiedliche Kriterien übererfüllen. Welches der folgenden Kriterien ist Ihnen beim Service besonders wichtig?**



n = 1106

Servicequalität in Deutschland

# 4. Kriterien eines guten Service-Mitarbeiters



DGQ+

Deutsche Gesellschaft  
für Qualität

# Die wichtigsten Kriterien für einen guten Servicemitarbeiter DGQ

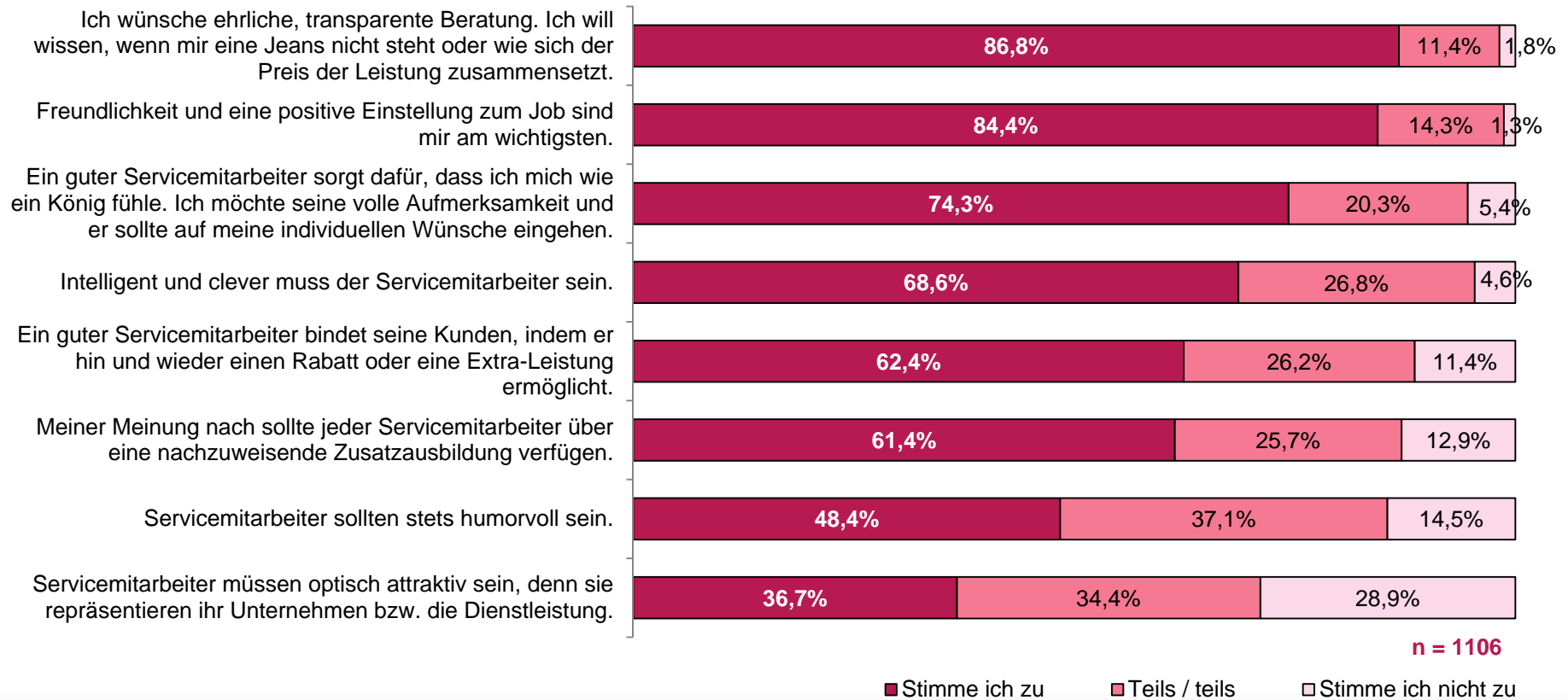
Folgenden Kriterien sind den Deutschen beim einem Servicemitarbeiter besonders wichtig?

1. Ehrliche, transparente Beratung: 86,8%
2. Freundlichkeit und positive Einstellung: 84,4%
3. Wie ein König: volle Aufmerksamkeit und individuelle Wünsche erfüllen: 74,3%

Über welche Eigenschaften und Fähigkeiten sollte aus Ihrer Sicht ein guter Servicemitarbeiter besonders stark verfügen?		
Rang	Kriterien	In %
1	Ich wünsche <b>ehrliche, transparente Beratung</b> . Ich will wissen, wenn mir eine Jeans nicht steht oder wie sich der Preis der Leistung zusammensetzt.	86,8
2	<b>Freundlichkeit und eine positive Einstellung</b> zum Job sind mir am wichtigsten.	84,4
3	Ein guter Servicemitarbeiter sorgt dafür , dass ich mich <b>wie ein König</b> fühle. Ich möchte seine <b>volle Aufmerksamkeit</b> und er sollte auf meine <b>individuellen Wünsche</b> eingehen.	74,3
4	Intelligent und clever muss der Servicemitarbeiter sein.	68,6
5	Ein guter Service-Mitarbeiter bindet seine Kunden, indem er hin und wieder einen Rabatt oder eine Extra-Leistung ermöglicht.	62,4
6	Meiner Meinung nach sollte jeder Servicemitarbeiter über eine nachzuweisende Zusatzausbildung verfügen	61,4
7	Servicemitarbeiter sollten stets humorvoll sein	48,4
8	Servicemitarbeiter müssen optisch attraktiv sein, denn sie repräsentieren ihr Unternehmen bzw. die Dienstleistung	36,7

n = 1106

**Eine der wichtigsten Bestandteile von gutem Service ist ein guter Mitarbeiter. Als erster Ansprechpartner steht und fällt mit ihm oftmals die Qualität des Services. Über welche Eigenschaften und Fähigkeiten sollte aus Ihrer Sicht ein guter Servicemitarbeiter besonders stark verfügen?**



Servicequalität in Deutschland

# Zusammenfassung

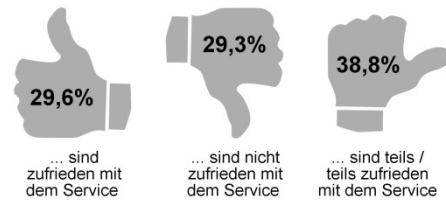


DGQ+

Deutsche Gesellschaft  
für Qualität

## Verbraucher-Umfrage: Servicequalität in Deutschland

### Beurteilung der Servicequalität



**Meinung gespalten:**  
Annähernd gleich viele Deutsche sind zufrieden bzw. unzufrieden mit der Servicequalität.

### Der perfekte Service-Mitarbeiter



Für die repräsentative Umfrage hat die Deutsche Gesellschaft für Qualität e.V. (DGQ) gemeinsam mit dem Marktforschungsinstitut Innofact AG rund 1.000 Personen zwischen 18 und 65 Jahren befragt. Die Stichprobe entspricht nach Alter, Geschlecht und Region der repräsentativen Verteilung der deutschen Bevölkerung. Die unabhängige Online-Erhebung fand im August 2013 statt.

- Die Deutschen sind bei der Beurteilung der deutschen Servicequalität gespalten: Annähernd gleich viele Deutsche sind zufrieden bzw. unzufrieden. Ähnliches Ergebnis gilt auf die Frage nach der Steigerung der Servicequalität im Laufe der Jahre.
- 72% der Deutschen sind der Meinung es wird immer zuerst am Personal und am Service gespart
- 76% der Deutschen haben den Eindruck, das Unternehmen nicht direkt erreichbar sind
- 35% haben eher mit unfreundlichem Personal zu tun
- 49% der Deutschen sind bereit, für exzellenten Service mehr zu zahlen
- 34% der Deutschen finden den Service in Deutschland besser als im Ausland

- Am wichtigsten ist den Deutschen die Qualität des Services in folgenden Branchen:
  1. Gesundheitswesen (Ärzte, Krankenhäuser, Pflegeheime, etc.)
  2. Reparatur-Dienstleistungen (Sanitär, Kfz, Elektronik etc.)
  3. Gastronomie, Hotellerie, Tourismusbranche
- In Punkto Zufriedenheit bei der Servicequalität stehen folgende Branchen ganz oben:
  1. Handwerkliche Dienstleistungen (Friseure, Schneider, etc.)
  2. Gastronomie, Hotellerie, Tourismusbranche
  3. Einzelhandel (Lebensmittel, Bekleidung, Elektronik etc.)
- Beim Öffentlichen Dienst ist die Differenz zwischen Wichtigkeit und Zufriedenheit der Servicequalität mit 58 Prozent am größten. Danach folgen Reparatur-Dienstleistungen (44,9%) und das Gesundheitswesen (44,8%).
- Im Einzelhandel, bei Online-Angeboten und bei IT-und Telekommunikationsanbietern ist der Altersgruppe 50-65 Jahre die Servicequalität deutlich wichtiger als den 18-29 Jährigen.



Folgenden Kriterien sind den Deutschen beim Service besonders wichtig?

1. Zuverlässigkeit, Termintreue
2. Höchste Qualität der Dienstleistung
3. Kurze Wartezeiten

Folgenden Kriterien sind den Deutschen beim einem Servicemitarbeiter besonders wichtig?

1. Ehrliche, transparente Beratung
2. Freundlichkeit und positive Einstellung
3. Wie ein König: Aufmerksamkeit und individuelle Wünsche erfüllen



**Thorsten Klanitz**  
Produktmanager  
+ 496995424189  
tk@dgq.de

## Profil

- > 2001-2005 Diplom-Studium der Pädagogik an der Universität der Bundeswehr in München
- > 2008-2010 Master-Studium der BWL an der AKAD-Hochschule in Stuttgart
- > 1998-2013 Offizier bei der Bundeswehr  
Artillerist, Stabsgruppenleiter, Controller
- > Seit November 2011 Produktmanager bei der DGQ Weiterbildung GmbH
- > Verantwortlich für die Themen:  
Öffentliche Verwaltung  
Führungskräftetrainings QM-Executive  
Compliance Management  
Angewandte Statistik (QII)  
Service Excellence

Torsten Klanitz ist für die DGQ als offizieller Vertreter für den DIN-Normenausschuss Dienstleistung (NA 159 NADL) benannt. Dort ist der Produktmanager der DGQ Weiterbildung GmbH im Arbeitsausschuss Service Excellence des NA 159-01-22 zur Entwicklung einer europäischen Norm zu Service Excellence tätig. Arbeitsziel des Ausschusses ist es, gemeinsam den Themenkreis Kundenbegeisterung und Service Excellence im europäischen Kontext in einer Norm zu erarbeiten.

Die Arbeiten sollen das erfolgreiche deutsche Projekt von 2011 fortführen, das aus der Zusammenarbeit zwischen dem Deutschen Institut für Normung e. V. (DIN) und Vertretern aus der Wirtschaft eine DIN SPEC zum Thema Erzielung von Kundenbegeisterung mit Service Excellence hervorgebracht hat. Die Bedeutung und den besonderen Nutzen der DIN SPEC sehen auch andere europäische Länder. Die DGQ sieht darin eine gute Chance für Unternehmen, sich über die Auseinandersetzung mit dem Thema Kundenbegeisterung systematisch einen langfristigen Unternehmenserfolg zu sichern.

# Kontakt Daten DGQ



## Kontakt Daten

Deutsche Gesellschaft für Qualität  
August-Schanz-Straße 21A  
60433 Frankfurt am Main  
T + 49(0)69-954 24-0  
F + 49(0)69-954 24-133

DGQ+

Deutsche Gesellschaft  
für Qualität