

## Umfrage: Schlechter Service ist häufiger Grund für Anbieterwechsel

**Die Mehrheit der Deutschen (57 Prozent) hat schon einmal aufgrund von schlechtem Service ihren Dienstleister, wie etwa Energiedienstleister oder Mobilfunkanbieter, gewechselt. Am ehesten können sich die Bundesbürger einen Wechsel bei ihrem Internet- und Telefonanbieter vorstellen (56 Prozent), gefolgt vom Mobilfunkanbieter (51 Prozent) und Energielieferanten (49 Prozent). Mit 13 Prozent wird der Steuer- oder Vermögensberater eher ungern gewechselt.**

**Die Mehrheit der Deutschen (57 Prozent) hat schon einmal aufgrund von schlechtem Service ihren Dienstleister, wie etwa Energiedienstleister oder Mobilfunkanbieter, gewechselt. Am ehesten können sich die Bundesbürger einen Wechsel bei ihrem Internet- und Telefonanbieter vorstellen (56 Prozent), gefolgt vom Mobilfunkanbieter (51 Prozent) und Energielieferanten (49 Prozent). Mit 13 Prozent wird der Steuer- oder Vermögensberater eher ungern gewechselt. Versicherer und Banken liegen im Mittelfeld. Dies zeigen die Ergebnisse einer repräsentativen Umfrage der Kölner Agentur ServiceRating.**

Aus einer weiteren Studie geht hervor, dass guter Service und Beratung einen besonders hohen Stellenwert bei den Verbrauchern haben. Die Beratungsqualität ist das Qualitätskriterium, für das die meisten Verbraucher durchaus bereit sind, höhere Preise zu bezahlen: 19 Prozent der Kunden würden höhere Gebühren oder Preise für eine bessere Beratung in Kauf nehmen.

Doch ein zu hoch empfundener Preis für die Leistung von Serviceanbietern ist für fast die Hälfte der Deutschen (49 Prozent) der häufigste Wechselgrund. Den zweithäufigsten Wechselgrund stellen nicht erfüllte Erwartungen (18 Prozent) dar, gefolgt von fehlerhafter Bearbeitung der Kundenanliegen (14 Prozent). Sieben Prozent der Befragten geben an, dass sie bei unfreundlichen Mitarbeitern ihren Anbieter wechseln, drei Prozent wechseln aufgrund einer zu langen Bearbeitungszeit.

Häufiger Grund für einen Nicht-Wechsel ist oftmals die eigene Bequemlichkeit, die sich als Barriere für einen Anbieterwechsel herausstellt. Denn mehr als jeder vierte Befragte (27 Prozent) gibt an, dass diese ihn an einem Wechsel hindert. Viele bleiben aber auch bei ihrem derzeitigen Anbieter, da Zeiträume für eine mögliche Kündigung verpasst wurden (23 Prozent). Weitere Gründe, den Anbieter nicht zu wechseln, sind die Angst vor eventuellen Folgen des Wechsels (z. B. eine mögliche Versorgungslücke) oder komplizierte Wechselverfahren.

„Durch gezielte Handlungsweisen bei den Touch-Points, an denen der Kunde mit seinem Dienstleister in Kontakt tritt, lassen sich bei einer Steigerung der Kundenbindung gleichzeitig die Wechselströme deutlich reduzieren“ weiß Dr. Oliver Gaedeke, Geschäftsführer der ServiceRating GmbH.

Die Umfrage wurde von YouGov im Auftrag von ServiceRating erhoben. Repräsentativ befragt wurden 1.016 Personen im Zeitraum vom 05.07. bis 08.07.2013.

### Pressekontakt:

ServiceRating GmbH  
Patricia Cox

- Manager PR -

Telefon: 0221 / 16 88 288 - 73

E-Mail: [cox@servicerating.de](mailto:cox@servicerating.de)

Internet: [www.servicerating.de](http://www.servicerating.de)

**Über die ServiceRating:**

ServiceRating bewertet, optimiert und kommuniziert Servicequalität. Als erste Agentur in Deutschland bietet ServiceRating eine objektive Beurteilung der Kundenservice- und Beratungsleistungen in einem ganzheitlichen Rating-Verfahren an. Die differenzierten Bewertungen zur Servicequalität von Produkt- und Dienstleistungsanbietern sowie zu aktuellen Servicethemen und Beratung im Servicemanagement werden auf der Internetseite [www.servicerating.de](http://www.servicerating.de) veröffentlicht. ServiceRating ist eine Tochterfirma des Marktforschungsinstituts YouGov Deutschland AG mit Sitz in Köln.

service rating