

# KUNDENSERVICE



**ÄRGER**  
Langes Warten, Inkompetenz,  
Unfreundlichkeit – man muss  
heute viel ertragen

## Ist der Kunde noch **KÖNIG?**

Firmen investieren Millionen in besseren **SERVICE**. Aber die Erfolge lassen weiter auf sich warten

**M**anchmal beginnt der große Ärger mit einer kleinen Tüte Milch. Wenn nur eine von drei Supermarktkassen geöffnet ist und die zweite Kassiererin in aller Seelenruhe das Keksregal einräumt, während die Warteschlange schon 20 Meter lang ist, dann sucht man entweder nach einer versteckten Kamera – oder man bekommt gleich richtig schlechte Laune. Die Sende-

reihe „ZDF.reportage“ hat den Service in Deutschland unter die Lupe genommen. Das ernüchternde Fazit: König Kunde hängt in der Warteschleife (siehe TV-Tipp).

Es zieht sich quer durch alle Branchen: Warenhäuser, Optiker, Tankstellen, Restaurants, Autohändler. Mit versteckter Kamera haben die Reporter Missstände dokumentiert. In einem Kaufhaus wurden sie auf der Suche nach Fahrradöl in drei Etagen geschickt, bis eine Verkäuferin endlich sagte: „So was führen wir gar nicht, da müssen Sie woanders gucken.“ Als sie beim Optiker nach einer Brille mit rundem Gestell und runden Gläsern fragten, hieß es: „Wissen Sie,

„Es bringt nichts, im Laden laut zu werden.“

Tobias Kurzmaier,  
Service-Experte

wie lange so etwas dauert? Da müsste ich stundenlang Kataloge wälzen. Das geht nicht!“ An einer Tankstelle schließlich halfen sich die Kunden irgendwann gegenseitig – weil die Angestellte nicht in der Lage war, den Ölstand bei einem Auto zu messen. Fast zwei Drittel der deutschen Verbraucher (64 Prozent) vergeben beim Kundenservice schlechte Noten. Dabei investieren die Unternehmen Millionen, um die Situation hinter den Ladentheken zu verbessern.

### IN GEHEIMER MISSION

Ein großer Teil fließt ins sogenannte „Mystery Shopping“ (Geheim-Einkauf). Firmen schicken Testkäufer in geheimer Mission in ihre eigenen Läden, um Freundlichkeit, Schnelligkeit, Kompetenz der Mitarbeiter zu prüfen. Dieser Markt boomt. Gab es 1997 erst drei Agenturen, die Mystery Shopper vermittelten, waren es 2008 schon 112. Experten schätzen, dass Firmen 2010 rund 75 Millionen Euro für Testkäufe ausgaben. Ein Anbieter ist International Service Check (ISC) in München. Sprecher Tobias Kurzmaier: „Manche Auftraggeber fallen beinahe in Ohnmacht, wenn sie erleben, wie mit ihren Kunden umgegangen wird. Kürzlich musste ein Gast in einem Schnellrestaurant 30 Minuten an der Bedienungstheke warten, bis er sein Essen auf dem Tablett hatte. Das ist viel zu lange. So etwas geht heute nicht mehr.“

30.000 Testkäufer sind allein für das Unternehmen ISC in ganz Deutschland im Einsatz. Darunter Hausfrauen und Studenten, aber auch Zahnärzte, die sich auf diese Weise ein

ar Hundert Euro im  
mat dazuverdienen.  
Die Unzufrieden-  
it vieler Kunden  
t einen weiteren  
rufszweig hervor-  
bracht: den der Ser-  
e Coachs (Dienst-  
stungstrainer). Sie  
ulen etwa die Mit-  
weiter von Baumärk-  
und vermitteln ihnen:  
er Kunde ist kein Feind, er  
euer Freund!“ Einige Branchen  
ben solche Hilfe besonders nötig. Rekord-  
ter bei Beschwerden sind Hotlines der  
ekommunikations- und Internet-Anbieter  
t ihren „Wir sind gleich für Sie da“-Warte-  
leifen. Wie kann es zum Beispiel passie-  
i, dass ein Unternehmen einen Kunden  
er Monate an den Rand der Verzweiflung  
ibt, weil es Rechnungen schickt, obwohl  
keinen Anschluss gibt? Einem Mann aus

**64%**  
der Deutschen sind  
**unzufrieden mit dem  
Kundenservice**

Nordrhein-Westfalen ist  
genau das passiert. Die  
Reaktion nach seiner  
Beschwerde: Es war  
alles nur ein Ver-  
sehen, tut uns leid.  
Auch Stromversorger  
und Finanzdienstleis-  
ter stehen häufig in  
der Kritik, wenn es um  
Freundlichkeit und Ber-  
atung geht. Das ergab die re-  
präsentative Studie „Kunden-  
barometer Deutschland“ für das  
Jahr 2010. Besonders gut schnitten dagegen  
Optiker, Apotheken sowie Autowerkstätten  
ab – das sind immerhin einige Lichtblicke. „In  
Asien oder Russland ist das Service-Verständ-  
nis zwar ein besseres, aber im europäischen  
Vergleich müssen wir uns nicht verstecken“,  
sagt Kurzmaier. „Die Offensive der Firmen-  
chefs wird greifen und für den Kunden spür-  
bar sein. Konzerne haben erkannt, dass sie

nur mit guter Kundenbindung erfolgreich  
sind.“ Aber Vorsicht: Die schwarzen Schafe  
sind längst nicht ausgestorben – wie die Tests  
der ZDF-Reporter deutlich zeigen.

**SCHLUSS MIT DEM ÄRGER!**

Wie reagiere ich am besten, wenn sich zwei  
Verkäuferinnen offensichtlich über private  
Angelegenheiten unterhalten und den war-  
tenden Kunden keines Blickes würdigen?  
„Machen Sie höflich, aber bestimmt auf sich  
und ihr Anliegen aufmerksam. Es bringt  
nichts, wenn Sie laut werden und mit einer  
Beschwerde beim Chef drohen“, sagt Kurz-  
maier. „Nur falls es gar nichts nützt, soll-  
ten Sie tatsächlich einen Brief schreiben.“  
Einfach so abdanken sollte König Kunde  
jedenfalls nicht.

**MIRJA RUMPF**

**SO 15.5.** ZDF 18.00 UHR  
**ZDF.REPORTAGE** König Kunde in der Warte-  
schleife. Vom Service in deutschen Landen



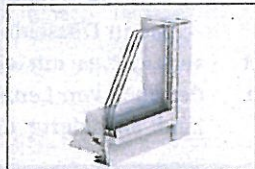
1965

Zeit für neue  
Dachfenster –  
und mehr  
Tageslicht.

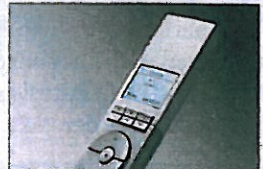
zeit mit VELUX Dachfenster modernisieren – Wohnkomfort und Energieeffizienz steigern.



erleichterter und einfacher Einbau  
durch den Profi.



Bessere Wärmedämmung mit  
moderner Verglasung.



Auf Wunsch zeitgesteuertes Lüften  
mit automatischen Fenstern.

**VELUX®**  
www.velux.de