

## PRESSEMITTEILUNG

### **Capita veröffentlicht repräsentative CX Studie zur Customer Experience, deren Optimierungspotenziale und Kundenservice der Zukunft**

+++ Unzufriedenstellende Servicekontakte führen in fast der Hälfte der Fälle zur Auflösung von Kundenbeziehungen oder diesbezüglichen Überlegungen

+++ Klassische Kontaktkanäle wie Service-Hotlines und E-Mail bleiben weiterhin sehr beliebt

+++ Klärung des Anliegens und schnelle Bearbeitung sind die wichtigsten Aspekte beim Kundenservice

**Berlin, 30.06.2022** – Die Capita CX Studie 2022 – durchgeführt von der „hopp Marktforschung“ im Auftrag von und nach Konzeption der Capita Customer Service GmbH – zeigt, dass 75 Prozent der Kundenservice-Nutzer\*innen mit ihrem letzten Service-Kontakt zufrieden sind. Allerdings gibt es innerhalb eines kleinen Anteils der unzufriedenen Kund\*innen eine feststellbare Tendenz, die relevant werden kann: Von den insgesamt 8 Prozent ausdrücklich unzufriedenen Kund\*innen wechselten tatsächlich 17 Prozent im Anschluss den Anbieter, weitere 29 Prozent dachten ernsthaft darüber nach. Ein Knackpunkt für eine negative Kundenerfahrung ist dabei die Erreichbarkeit: So wünscht sich jede\*r vierte Kundenservice-Nutzer\*in die Verringerung der Wartezeiten.

Die Studie, für die insgesamt 2.020 Personen befragt wurden, liefert ein repräsentatives Abbild deutscher Online-Nutzer\*innen im Alter zwischen 16 und 69 Jahren, die innerhalb der letzten zwölf Monate einen Kundenservice in Anspruch genommen haben. In einer panelbasierten Online-Befragung wurden die Teilnehmer\*innen der Studie darum gebeten, eine Bewertung ihrer letzten Kundenservice-Kontaktkanäle abzugeben und auch die Gründe für ihre Kontaktaufnahme zu nennen. Des Weiteren sollten diese eine Einschätzung zum Relevanzgewinn neuer Kontaktkanäle abgeben. Im Folgenden werden einige interessante Auszüge der Studie beleuchtet; der vollständige Studienbericht ist unter [capita-europe.com/capita-cx-studie-2022](https://capita-europe.com/capita-cx-studie-2022) zum Download verfügbar.

Die Ergebnisse zeigen deutlich, dass in der Nutzung von Kontaktkanälen ein signifikantes Relevanzgefälle besteht. So wurden im Durchschnitt innerhalb der letzten zwölf Monate Unternehmen von den Befragten insbesondere über E-Mail, Telefon oder Kundenportale kontaktiert. Für immerhin vier von zehn Kund\*innen ist das persönliche Gespräch nach wie

vor sehr wichtig, während digitale Kontaktmöglichkeiten via Service-App oder Social-Media-Kanäle eine deutlich geringere Rolle spielen.

Dabei war für 37 Prozent der Nutzer\*innen bei ihrem letzten Servicekontakt das Einholen von Informationen das erklärte Ziel. Lediglich 8 Prozent zeigten sich von ihrer letzten Kontaktaufnahme mit einem Kundenservice enttäuscht. Allerdings führten von diesen insgesamt 194 Befragten, welche entweder mit dem Ergebnis des letzten Kontakts unzufrieden waren oder diesen als sehr schlecht bewerteten, im Anschluss 17 Prozent einen Anbieterwechsel durch.

Bei der Gegenüberstellung hypothetischer identischer Angebote wird den Leistungsmerkmalen „schnelle Bearbeitungszeit“ und „persönlicher Kontakt ohne Wartezeit“ ein deutlicher Mehrwert attestiert. Bei Kundenservices generell ist den Nutzer\*innen die Klärung ihres Anliegens am wichtigsten, gefolgt von der schnellen Bearbeitung, während bei Service-Hotlines kurze Wartezeiten bis zum Kontakt sowie eine Erreichbarkeit 24/7 im Vordergrund stehen.

Für die Zukunft erwartet Capita eine verstärkte Nutzung von Self-Service-Angeboten, wie zum Beispiel Kundenportale auf Webseiten und Service-Apps. So bescheinigen drei Viertel der Befragten Kundenportalen in Zukunft einen Relevanzgewinn. Um die Customer - Experience-Entwicklung kontinuierlich und analytisch aufzuzeigen, will Capita die CX-Studie zukünftig regelmäßig veröffentlichen.

– Ende –

## **Über Capita**

Capita ist ein Experte für Consulting, Transformation und digitale Dienstleistungen. Mit über 50.000 Menschen arbeitet der Dienstleister jeden Tag daran, Auftraggeber\*innen und ihre Kund\*innen näher zusammenzubringen und die Digitalisierung zu begleiten. Capita ist an der Londoner Börse (CPI.L) notiert und betreibt in Großbritannien, Europa, Indien und Südafrika die drei Geschäftsbereiche Capita Public Service, Capita Experience und Capita Portfolio. In Deutschland und der Schweiz übernimmt Capita als Teil der Experience Division das Customer Management für Unternehmen in unterschiedlichen Branchen mit dem Ziel, bessere Kundenerlebnisse zu gestalten. Weitere Informationen unter: [www.capita.com](http://www.capita.com) oder [www.capita-europe.com](http://www.capita-europe.com).

### **Pressekontakt:**

Kafka Kommunikation GmbH & Co. KG

Claudia Leupold

Tel.: +49 (0) 89-74747058-0

E-Mail: [cleupold@kafka-kommunikation.de](mailto:cleupold@kafka-kommunikation.de)