Verbraucherzentrale Hamburg

Pressemitteilung vom 23. Juni 2023

Verbraucherinnen und Verbraucher sehen Defizite beim Kundenservice

Repräsentative Umfrage in Hamburg

Das Leben besteht aus Verträgen – etwa über Telekommunikations- oder Finanzdienstleistungen, zur Energieversorgung, in der Mobilität oder schlicht bei Käufen. Eine gute Kommunikation zwischen Unternehmen und ihren Kundinnen und Kunden ist wichtig. Verbraucherinnen und Verbraucher berichten hier regelmäßig von Problemen. Eine aktuelle Umfrage der Behörde für Justiz und Verbraucherschutz und der Verbraucherzentrale Hamburg blickt auf die Situation in Hamburg.

Etwa zwei von drei befragten Hamburgerinnen bzw. Hamburgern (knapp 65 Prozent) haben demnach in den vergangenen 12 Monaten Kontakt zum Kundenservice von Unternehmen aufgenommen. Die Anzahl der Kontakte war dabei sehr unterschiedlich – von einem Kontakt (17 Prozent) bis zu 10 und mehr Kontakten (15 Prozent). Frauen und Befragte über 50 Jahre wendeten sich ein wenig häufiger an einen Kundenservice – durchschnittlich viermal im Jahr.

Wichtige Ergebnisse im Überblick

- Ein gutes Drittel (35 Prozent) aller Befragten gab an, in den vergangenen 12 Monaten mindestens einen negativen Kontakt mit dem Kundenservice eines Unternehmens gehabt zu haben.
- Von allen Kontakten, die die Befragten in den vergangenen 12 Monaten hatten (einfache und mehrfache Kontakte) waren insgesamt 70 Prozent zufriedenstellend und 30 Prozent nicht zufriedenstellend.

- Die meisten nicht zufriedenstellenden Kontaktaufnahmen erfolgten im Bereich Telekommunikation, gefolgt von Finanzen und Versicherungen, Shops sowie Energie. Die häufige Nennung des Telekommunikationsbereichs deckt sich mit den Erfahrungen der Verbraucherzentrale bei Beratungen.
- Bei den nicht zufriedenstellenden Kontaktaufnahmen waren die Anliegen der Befragten sehr vielfältig – von reinen Informationsanliegen, über Vertragsangelegenheiten bis hin zu Reklamationen. 5 Prozent der Befragten wandten sich wegen nicht gewünschter Verträge an den Kundenservice.
- Durchschnittlich wurden zwei verschiedene Wege zur Kontaktaufnahme genutzt. Nach den telefonischen Kontaktwegen (69 Prozent) wurden über die Website zur Verfügung stehende Möglichkeiten gewählt (53 Prozent). Ältere suchten insbesondere per Telefon den Kontakt (78 Prozent), Jüngere (56 Prozent) und Personen im mittleren Alter (59 Prozent) nutzen auch die Websites der Unternehmen stark.
- Bei der Kontaktaufnahme wurde häufig die lange Wartezeit in der Hotline (53 Prozent) genannt und moniert, dass keine hilfreiche Auskunft gegeben werden konnte (40 Prozent). Ein großes Problem stellte auch die mangelnde Dokumentation der Kontaktanliegen und der getroffenen Verabredungen dar.
- Bei knapp der Hälfte (48 Prozent) der negativen Erlebnisse konnte das Anliegen bei Erstkontakt nicht gelöst werden.
- 55 Prozent aller Befragten gaben an, irgendwann schon einmal auf eine weitere Verfolgung ihres Kundenservice-Anliegens verzichtet zu haben, zum Beispiel, weil sie keine hilfreiche Auskunft erhalten hatten, niemanden erreicht hatten oder ihnen die Verfolgung ihres Anliegens zu kompliziert erschien.

Alle Zahlen und Grafiken der Umfrage sind zu finden bei der Verbraucherzentrale Hamburg: **www.vzhh.de/verbraucherschutz-pegel**

Anna Gallina, Senatorin für Justiz und Verbraucherschutz: „Im Bereich der Kundenkommunikation machen viele Unternehmen einen guten Job, aber es gibt dennoch deutliche Defizite. Hochgerechnet hatten die erwachsenen Hamburger:innen in den letzten 12 Monaten knapp 5 Millionen Kontakte zum Kundenservice von Unternehmen. Etwa 1,5 Millionen Kontakte davon waren nicht zufriedenstellend. Die Verbraucher:innen haben hier klare Wünsche: einen persönlichen Kontakt, bessere

Dokumentationsmöglichkeiten und gut ausgebildete Ansprechpartner:innen.“

Michael Knobloch, Vorstand der Verbraucherzentrale Hamburg: „Nur in 17 Prozent der Fälle haben Unternehmen ihren Kundinnen und Kunden im Nachgang eine Dokumentation der vorangegangenen Kommunikation zur Verfügung gestellt. Wenn betroffene Verbraucher und Verbraucherinnen getroffene Absprachen jedoch nicht beweisen können, besteht die Gefahr, dass sich mögliche Lösungen ohne Not verzögern. Hier würde eine gesetzliche Verpflichtung zur Protokollierung weiterhelfen.“

Hinweise zur Methodik

Die Untersuchung wurde als repräsentative Befragung von der Gelszus rmm Marketing Research GmbH als Online-Befragung durchgeführt. Sie lief vom 17. bis zum 24. April 2023 und richtete sich an Personen ab 18 Jahren aus Hamburg, die in den vergangenen 12 Monaten Kontakt zum Kundenservice von Unternehmen aufgenommen hatten. Die Stichprobe umfasst 531 Personen. Sie ist repräsentativ im Hinblick auf Alter und Geschlecht.

Hintergrund zum Verbraucherschutz-Pegel

Der Hamburger Verbraucherschutz-Pegel fragt seit 2016 jährlich Themen ab, die die Hamburgerinnen und Hamburger bewegen. Bisher führte die Verbraucherzentrale Hamburg die Online-Befragung jeweils zu verschiedensten Themen als nicht repräsentatives Stimmungsbild durch. Seit diesem Jahr findet die Umfrage quartalsweise und repräsentativ statt. Abgefragt wird nunmehr jeweils ein aktuelles Thema.

Bitte beachten Sie, dass die Meldung den Stand der Dinge zum Zeitpunkt ihrer Veröffentlichung wiedergibt.

© Verbraucherzentrale Hamburg e. V.

https://www.vzhh.de/presse/verbraucherinnen-verbraucher-sehen-defizite-beim-kundenservice