

BERATUNGS-CHAMPIONS

WWW.SERVICEVALUE.DE

DAS MESSINSTRUMENT DER „CAS“

Basis des Rankings ist der wissenschaftlich belastbare „Customer Advisory Score“ (CAS). Er wird per Kundenbefragung ermittelt und ist ein klares, verständliches und effizientes Messinstrument.

Konkret werden die Umfragen-Teilnehmer um die Angabe gebeten, ob sie bei Unternehmen und Anbietern, bei denen sie während der letzten drei Jahre Kunden waren, eine sehr gute Kundenberatung erlebt haben. Die Antworten werden in den „Customer Advisory Score“ (CAS) übertragen. Dieser bezeichnet den prozentualen Anteil an Befragten, die diese Frage positiv beantwortet haben. Die direkte Ja-/Nein-Abfrage hat gegenüber der Messung über eine Zufriedenheits-Skala mit mehreren Abstufungen den Vorteil einer eindeutigen Entscheidung, und gegenüber der Bildung eines Index aus einzelnen Aspekten den Vorzug, dass die Verteilung der Kundenerurteile nicht durch vorsätzliche Gewichtung verfälscht werden kann. Da der Score von Branchen und Geschäftsmodellen unabhängig ist, gewährleistet er zudem passgenaue Vergleichbarkeit. So wird über die Branchen-Rankings mit ihren jeweiligen Gewinnern (s. Tabelle rechts) hinaus auch ein branchenübergreifendes Gesamt-Ranking gebildet. Unternehmen, deren CAS höher ist als der Gesamt-Mittelwert der jeweiligen Branche, werden mit „Hohe Beratungsqualität“ gekennzeichnet. Anbieter wiederum, deren CAS über dem Durchschnitt der mit „Hohe Beratungsqualität“ gekennzeichneten Anbieter liegen, bekommen die Bewertung „Sehr hohe Beratungsqualität“.

Unternehmen mit dem besten/höchsten CAS innerhalb ihrer Branche erhalten das Prädikat „Höchste Beratungsqualität“. Die Befragung erfolgt über ein Online-Panel mit über 3 Millionen registrierten Bürgerinnen und Bürgern. Grundsätzlich werden pro Unternehmen maximal 1000 und minimal 300 Stimmen – in Einzelfällen aufgrund Inzidenzrate und Kundenzahl auch weniger – eingeholt.

DER DIENSTLEISTER SERVICEVALUE GMBH

ServiceValue ist eine auf das Beziehungsmanagement zwischen Unternehmen und Anspruchsstellern (Stakeholder) spezialisierte Analyse- und Beratungsgesellschaft mit Sitz in Köln, gegründet 2009. Sie misst und erklärt mit wissenschaftlich fundierten Methoden den Zusammenhang zwischen Kunde, Mitarbeiter oder Partner und Unternehmen und deckt betriebswirtschaftliche Service-Effekte auf. Besondere Bedeutung kommt dabei der optimalen Gestaltung der Servicequalität in alle Richtungen zu. ServiceValue bietet anwendungsbezogene Seminare und Inhouse-Schulungen zur Informations- und Wissensvermittlung an. Hier reicht das Spektrum von empirischen Forschungsmethoden über Themen zur Personal- und Organisationsentwicklung bis hin zur strategischen Beratung. Zudem führt die Gesellschaft in Kooperation mit renommierten Partnern aus Wissenschaft und Forschung sowie großen nationalen Medienpartnern verschiedene Wettbewerbe und Ratings zur Kunden-, Mitarbeiter- und Partnerorientierung von Unternehmen durch.



Hier und jetzt möchte die Kundin etwas wissen über Produkt oder Dienstleistung – da muss man zuhören, mitdenken und natürlich auch ein wenig Fantasie haben.

BERATUNGS-CHAMPIONS

KUNDENBERATUNG MIT NATÜRLICHER INTELLIGENZ

Guter Rat ist teuer – es sei denn, man fragt einen Chatbot. Dann sind die Kosten in der Regel überschaubar, und auch in Sachen Fachgebiete ist die künstliche Intelligenz unschlagbar. Wo sonst findet man schließlich einen Berater, der nicht nur in Verbraucherfragen kompetent ist, sondern der auch hilfreiche Informationen zu gesundheitlichen und juristischen Problemen bereithält und sogar Tipps und Trost bei zwischenmenschlichen Schwierigkeiten anbietet?

Und damit nicht genug: Während die meisten Menschen allenfalls beste Freunde oder Familienmitglieder zu allen Tages- und Nachtzeiten um Rat bitten dürfen, muss man den Chatbot weder aufwecken noch auf einen Kaffee einladen, um selbstlose Unterstützung zu erhalten. Und als zusätzliches Plus reagiert die KI selbst dann nicht genervt, wenn ihre Ratschläge konsequent ignoriert werden und dasselbe Problem folglich mit schöner Regelmäßigkeit und stets von Neuem Thema ist.

Bei all den offensichtlichen Vorteilen jedoch ist die künstliche Intelligenz (noch) nicht so weit, dass sie menschliche Beratung immer und überall ersetzen könnte. Abgesehen davon, dass ein Bot keine persönliche Beziehung zu seinem Nutzer aufbauen und außer klugen Worten keine praktische Hilfe anbieten kann, hängt die Qualität seiner Ratschläge stark von den Prompts bzw. Stichworten ab, die der Ratsuchende vorgibt. Dabei gilt: Je präziser der Nutzer seine Frage formuliert, desto passgenauer wird auch die Antwort ausfallen. Das ist zu einem gewissen Punkt zwar auch in der Mensch-zu-Mensch-Situation

der Fall, doch ist ein guter Berater stets auch in der Lage, zielgerichtet nachzufragen, eine bestimmte Stimmung wahrzunehmen und gegebenenfalls auch zwischen den Zeilen zu lesen, worum es dem Ratsuchenden im Einzelfall wirklich geht. Erst dabei wird häufig deutlich, was der Ratsuchende gern hören möchte – und ob das überhaupt deckungsgleich ist mit dem, was er tatsächlich im besten Falle tun sollte.

Anders als die KI, die dazu neigt, ihre Nutzer stets in deren Annahmen zu bestätigen, kann ein menschlicher Berater so auch von bestimmten Wünschen abraten – und bessere, vielleicht sogar ungewöhnliche und kreative Gegenvorschläge machen. Menschliche Berater stützen sich dabei auf ihre Erfahrungen, ihr Fachwissen, ihre Menschenkenntnis und auch ihren Ideenreichtum, während Chatbots auf das Reproduzieren und Zusammenfassen bestehender, möglicherweise nicht einmal aktueller Datensätze beschränkt sind. Es kommt noch hinzu, dass der Bot zudem keinerlei Verantwortung für die Richtigkeit seiner Beratung übernimmt und weder haftbar gemacht werden noch einen Fehler nachträglich wieder ausbügeln kann – und das, obwohl der Vertrauensvorschuss der Nutzer zu ihrer KI oft groß ist. Diese erscheint schließlich neutral und nahezu allwissend, was dazu führt, dass ihr Rat vielleicht manchmal zu unkritisch und zu schnell akzeptiert wird.

Anders verhält es sich im Kontakt zu menschlichen Beratern: Erscheint ein Berater wenig kompetent und vertrauenswürdig, braucht ein Kunde dessen Rat nicht anzunehmen, sondern kann einen anderen konsultieren. Ein schlechtes

Kundenberatung ist viel zu wichtig, um sie allein der KI zu überlassen. Denn hier kommt es auf Einfühlungsvermögen, Menschenkenntnis und Kreativität an – und das alles kommt von Herzen. Bei welchen Unternehmen Kunden eine besonders gute Beratung erhalten, ermittelte die Marktforschungsagentur ServiceValue in einer umfangreichen Kundenbefragung.

Bauchgefühl kann da durchaus vor Fehlentscheidungen bewahren.

Während Chatbots also in vielerlei Hinsicht zwar mit nützlichen Informationen aushelfen können, sind Menschen in einer Reihe von Situationen doch die besseren Ratgeber. In juristischen Angelegenheiten weiß die Fachfrau verlässlicheren Rat, bei Streitigkeiten in der Familie gibt der Freund die klügsten Tipps, und bei Einkäufen im Fachhandel oder beim Abschluss von Verträgen sind professionelle Kundenberater die besten Ansprechpartner. Ob es der Apotheker ist, der seinen langjährigen Kunden auf wichtige Details zur Medikamenteneinnahme hinweist; die Optikerin, die neben fachlicher Expertise auch ein hohes Stilbewusstsein mitbringt, oder der Lohnsteuerhilfsverein, der genau die richtigen Nachfragen stellt – sie alle bringen ihren Kundinnen und Kunden durch ihre Beratungsleistungen handfeste Vorteile.

Welche Unternehmen eine geradezu begeisternd gute Kundenberatung bieten, hat WELT in Zusammenarbeit mit der Rating- und Rankingagentur ServiceValue in der Studie „Beratungs-Champions“ ermittelt. Für die Untersuchung wurden Kundinnen und Kunden in einer Online-Befragung gebeten, die Beratung bei Anbietern auf Basis ihrer eigenen Erfahrungen zu bewerten. Gegenstand der Datenerhebung waren knapp 1200 Unternehmen aus 56 Branchen von der Apotheken-Kooperation über die Filialbank bis hin zum Wohnungsunternehmen. Wie die Branchen im Einzelnen abschneiden und welche Unternehmen als branchenbeste „Beratungs-Champions“ aus der Befragung hervorgehen, zeigen die Rankings auf der rechten Seite.

Alle Ausgezeichneten und mehr Informationen unter www.servicevalue.de



ANZEIGEN-SONDERVERÖFFENTLICHUNG

1180 UNTERNEHMEN IM KUNDENURTEIL

56 BRANCHENGEWINNER

Branche	Unternehmen	CAS
Apotheken-Kooperationen	LINDA Apotheke	67,2%
Augenlaser-Kliniken	Optical Express	64,2%
Autoglasreparatur	Carglass	62,0%
Autohändler	Autohaus Seitz	70,4%
Autoservice	DRIVER Center	65,3%
Baufinanzierer - Vermittler	Dr. Klein	64,0%
Baumärkte	toom Baumarkt	63,3%
Bausparkassen	BKM - Bausparkasse Mainz	62,2%
Dienstfahrrad-Leasing	JobRad	65,2%
Drogerien	Drogeriemarkt Müller	68,5%
Druckereien	Online-Druck.biz	65,4%
Edelmetallhändler	Morader Scheideanstalt	61,3%
EMS-Studios	Körperformen	60,6%
Energieberatung	Deutsche Sanierungsberatung	63,5%
Energieversorger	Vattenfall	63,6%
Fahrradhändler	MEGA Bike	60,1%
Fashion	engbers	64,2%
Fashion-Discounter	NKD	56,3%
Fertighausanbieter	RENSCH-HAUS	68,5%
Filialbanken	TARGOBANK	62,4%
Filialbanken - regional	Frankfurter Volksbank Rhein/Main	67,5%
Finanzvertriebe	Postbank Finanzberatung	65,9%
Fitnessgeräthändler	HAMMER Sport	61,2%
Fitnessstudios	PRIME TIME fitness	65,1%
Fliesenfachmärkte	KERAMUNDO	60,5%
Heimtierbedarf	ZooRoyal	65,7%
Hörgeräteakustiker	KIND	64,1%
Immobilienmakler	VON POLL IMMOBILIEN	66,5%
Individualreisen-Veranstalter	Tourlane	63,2%
Krankenkassen	IKK classic	67,1%
Küchenfachmärkte	MEDA Küchenfachmarkt	65,7%
Lebensmittelhändler	HIT	60,7%
Lohnsteuerhilfsvereine	Vereinigte Lohnsteuerhilfe (VLH)	65,6%
Massivhausanbieter	ECO System HAUS	65,3%
Möbel nach Maß	Höffner Möbelwerke	59,7%
Möbelhändler	SEGMÜLLER	68,2%
Nachhilfe-Anbieter	Lernstudio Barbarossa	63,9%
Non-Food Discounter	CENTERSHOP	59,1%
Online-Shops (Generalisten)	otto.de	61,8%
Optiker	Brillen RÖTTLER	66,0%
Personaldienstleister	Hofmann Personal	65,2%
Pflegeimmobilien	Carestone	62,5%
Polstermöbelspezialisten	TRÖSSER	64,3%
Poolfachhändler	POOLSYSTEMS	62,5%
Privatbanken	Merck Finck	74,5%
Rechtsberatung	Recht 24/7	58,4%
Reisebüros	DERTOUR Reisebüro	66,7%
Sanitätshäuser	STOLLE Sanitätshaus	63,5%
Sonnenschutzsysteme	WAREMA	66,6%
Telekommunikationsanbieter	Deutsche Telekom	60,9%
Versicherer	ADAC Versicherungen	71,5%
Versicherungsmakler	Helmsauer Gruppe	67,5%
Wand-/Bodenfachmärkte	FRICK FÜR WAND & BODEN	61,1%
Wärmepumpen-/Solaranbieter	Vattenfall	62,5%
Wintergartenanbieter	SCHÜCO	60,1%
Wohnungsunternehmen	Covivio	63,5%

56 WIRTSCHAFTSZWEIGE UNTERSUCHT

DIE BRANCHEN IM RANKING

Branche	Branchen-CAS
Apotheken-Kooperationen	56,0%
Augenlaser-Kliniken	55,7%
Autoglasreparatur	56,8%
Autohändler	59,4%
Autoservice	55,1%
Baufinanzierer - Vermittler	54,6%
Baumärkte	47,2%
Bausparkassen	56,5%
Dienstfahrrad-Leasing	58,6%
Drogerien	64,4%
Druckereien	52,0%
Edelmetallhändler	55,7%
EMS-Studios	54,3%
Energieberatung	59,3%
Energieversorger	46,6%
Fahrradhändler	53,1%
Fashion	52,2%
Fashion-Discounter	48,5%
Fertighausanbieter	56,0%
Filialbanken	54,3%
Filialbanken - regional	56,5%
Finanzvertriebe	54,7%
Fitnessgeräthändler	50,0%
Fitnessstudios	49,1%
Fliesenfachmärkte	51,7%
Heimtierbedarf	59,5%
Hörgeräteakustiker	55,0%
Immobilienmakler	54,2%
Individualreisen-Veranstalter	59,0%
Krankenkassen	56,6%
Küchenfachmärkte	54,6%
Lebensmittelhändler	52,2%
Lohnsteuerhilfsvereine	56,0%
Massivhausanbieter	55,6%
Möbel nach Maß	51,3%
Möbelhändler	52,6%
Nachhilfe-Anbieter	54,5%
Non-Food Discounter	49,1%
Online-Shops (Generalisten)	46,5%
Optiker	53,9%
Personaldienstleister	51,2%
Pflegeimmobilien	55,0%
Polstermöbelspezialisten	52,8%
Poolfachhändler	54,3%
Privatbanken	61,2%
Rechtsberatung	51,3%
Reisebüros	57,9%
Sanitätshäuser	53,1%
Sonnenschutzsysteme	58,4%
Telekommunikationsanbieter	52,1%
Versicherer	58,1%
Versicherungsmakler	54,3%
Wand-/Bodenfachmärkte	50,8%
Wärmepumpen-/Solaranbieter	59,5%
Wintergartenanbieter	53,9%
Wohnungsunternehmen	54,7%