

Der Kunde ruft, doch niemand antwortet

16.01.2009, 13:54 | Werbung, Consulting, Marktforschung

Pressemitteilung von: *E-Commerce-Center Handel*



Titelseite der Studie "E-Mail-Kommunikation 2008 auf dem Prüfstand"

Immer mehr Kunden richten ihre Anfragen per E Mail an Unternehmen. Dennoch verhält der elektronische Ruf des Kunden vielfach ungehört. So folgt auf über ein Viertel der Kundenanfragen per E-Mail keine "echte" Reaktion von Unternehmen. Dies zeigt die vom ECC Handel mit Unterstützung des Softwarespezialisten ITyX durchgeführte Studie "E-Mail-Kommunikation 2008 auf dem Prüfstand".

Die auf dem Mystery Mailing-Verfahren basierende Studie zeigt, dass 72 % der E-Mail-Anfragen mit einer manuell verfassten E-Mail beantwortet werden. Auf mehr als ein Viertel der Anfragen erfolgt allerdings keine echte Reaktion seitens der getesteten Unternehmen. Nur 6 der 72 geprüften Unternehmen antworten auf alle 10 Testanfragen. Von zwei Unternehmen unterbleibt jegliche Reaktion. Mit einem Anteil von 83 % echter Antwort-E-Mails ist die Branche der Allrounder mit deutlichem Abstand der absolute Spitzenreiter gegenüber den weiteren untersuchten Branchen. Dieses Ergebnis verwundert nicht, sind in dieser Branche doch Versandhändler wie Tchibo und Internetpuristen wie Amazon.de gebündelt.

Sogar zugesagte Antworten per E-Mail bleiben aus Die Studie zeigt, dass auf mehr als ein Viertel der versendeten E-Mail-Anfragen zunächst mit einer automatischen Antwort-E-Mail als Eingangsbestätigung reagiert wird. Jedoch wird jede achte E-Mail, deren Eingang mit einer automatischen Antwort-E-Mail bestätigt wurde, nicht weiter manuell beantwortet. Das bedeutet, dass Kunden, die somit eindeutig wissen, dass ihre E-Mail beim Unternehmen angekommen ist, vergeblich auf die zugesagte Antwort warten.

"Insbesondere in Bezug auf die Anforderungen von Kunden, eine Antwort auf ihre E-Mail-Anfrage zu bekommen, die am besten auch noch möglichst zeitnah und vollständig erfolgt, bleiben Optimierungspotenziale ungenutzt. Kleinere Unternehmen können hier durch eine gewissenhafte und professionelle E-Mail-Kommunikation Wettbewerbsvorteile erzielen.", sagt Projektleiter Andreas Duscha vom E Commerce Center Handel, Köln.

Die detaillierten Ergebnisse stehen in Form eines 99-seitigen Berichtsbands in elektronischer Form zur Verfügung, der

zu einem Preis von 149 Euro inkl. MwSt. erworben werden kann. Weitere Informationen über die Studie und die Möglichkeit zum direkten Online-Kauf finden Sie auf der Website des ECC Handel unter www.ecc-handel.de

Die Studie E-Mail-Kommunikation 2008 auf dem Prüfstand

In der Studie "E-Mail-Kommunikation 2008 auf dem Prüfstand" wurde im Rahmen einer Mystery Mailing-Untersuchung die Qualität des E-Mail-Services von 72 Unternehmen überprüft. Jedes dieser Unternehmen erhielt innerhalb des Testzeitraums im Oktober 2008 zehn fiktive Kundenanfragen via E-Mail oder Kontaktformular. Insgesamt gingen 520 verwertbare E-Mail-Antworten in die inhaltliche Auswertung ein.

Die Studie ist Bestandteil der Arbeit des Netzwerks Elektronischer Geschäftsverkehr (NEG). Die vom Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (BMWi) geförderte Untersuchung wurde vom Branchenkompetenzzentrum ECC Handel mit Unterstützung des Softwareanbieters ITyX durchgeführt.

Portrait

Das Netzwerk Elektronischer Geschäftsverkehr

Seit 1998 berät und begleitet das Netzwerk Elektronischer Geschäftsverkehr, in 25 über das Bundesgebiet verteilten regionalen Kompetenzzentren und einem Branchenkompetenzzentrum für den Handel, Mittelstand und Handwerk bei der Einführung von E-Business Lösungen. In dieser Zeit hat sich das Netzwerk mit über 30.000 Veranstaltungen und Einzelberatungen mit über 300.000 Teilnehmern als unabhängiger und unparteilicher Lotse für das Themengebiet "E-Business in Mittelstand und Handwerk" etabliert. Auf dem zentralen Auftritt des Netzwerks im Internet www.ec-net.de finden Sie weitere Informationen des Netzwerks sowie Studien, Leitfäden und andere Publikationen zum kostenlosen Download. Die Arbeit des Netzwerks Elektronischer Geschäftsverkehr wird durch das Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie gefördert.

Das E-Commerce-Center Handel (ECC Handel)

Das ECC Handel (www.ecc-handel.de) wurde 1999 als Forschungs- und Beratungsinitiative unter der Leitung des Instituts für Handelsforschung an der Universität zu Köln ins Leben gerufen. Das Ziel ist es, insbesondere kleine und mittelständische Handelsunternehmen zum Thema E-Commerce zu informieren. Zahlreiche Aspekte des E-Commerce im Handel hat das ECC Handel in eigenen Studien untersucht. Es wird vom BMWi gefördert und ist in das NEG als Branchenkompetenzzentrum mit Themenfokus Handel eingebunden.

News-ID: 273526 • Views: 1123 (Stand: 09.08.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/273526/Der-Kunde-ruft-doch-niemand-antwortet.html>