

# MARKETAGENT.COM

## PRESSEINFORMATION

### „Customer Journey im Dienstleistungsbereich“

*Die Suche nach dem passenden Anbieter*

**Egal, ob Arztbesuch, Schlüsseldienst oder einfach nur die Suche nach einem guten Restaurant. Tagedin, tagaus nehmen wir unterschiedliche Dienstleistungen in Anspruch. Doch wie gehen wir dabei vor, einen geeigneten Anbieter zu finden? Greifen wir zum Telefonbuch? Verlassen wir uns auf Tipps von Freunden? Oder recherchieren wir doch lieber im Internet? Das digitale Markt- und Meinungsforschungsinstitut Marketagent.com wollte es genau wissen und hat mehr als 1.500 Österreicher zu ihren bevorzugten Informationsquellen befragt. Fazit: Das Internet und Empfehlungen durch Freunde oder Bekannte sind Anlaufstelle Nummer 1.**

Welche Dienstleistungen sind es überhaupt, die Herr und Frau Österreicher am häufigsten in Anspruch nehmen? Für 94,1% führte innerhalb der letzten zwölf Monate kein Weg an einem Restaurant vorbei, 91,5% haben einen Arzt aufgesucht und für 76,6% standen Dienstleistungen aus dem Beauty- und Wellnessbereich hoch im Kurs. Aber wie sind die Befragten bei den jeweiligen Anbietern gelandet, für die sie sich im Zuge ihrer letzten Suche schlussendlich entschieden haben?

#### **In welchen Bereichen man spontan einen Anbieter parat hatte, und wo nicht**

Ob sich die Österreicher überhaupt auf die Suche begeben haben oder spontan einen Anbieter zur Hand hatten, ist dabei von Dienstleistung zu Dienstleistung verschieden. Knapp 9 von 10 mussten etwa beim Bedarf eines Mechanikers oder einer Werkstatt nicht lange überlegen, sondern hatten bereits einen Anbieter im Hinterkopf. Auch beim letzten Arztbesuch war den Befragten bereits im Vorfeld klar, wen sie für ihr Anliegen aufsuchen würden (87,3%). Ähnlich gut ist ihr Informationsbedarf in Punkto Beauty- und Wellness-Anbieter gedeckt (80,6%), drei Viertel der Befragten wussten genau, in welches Restaurant es sie verschlägt, als sie das letzte Mal der Gusto gepackt hat. Anders hingegen verlief der Auswahlprozess von Umzugs- und Transportunternehmen (65,2%), Hotels (63,3%) oder Reinigungsfirmen (57,0%). Hier musste der richtige Anbieter erst einmal gefunden werden.

#### **Die Customer Journey im Detail**

Wie sind die befragten Österreicher nun vorgegangen, als sie das letzte Mal nach einem Dienstleistungs-Anbieter in den diversen Branchen gesucht haben? Im Rahmen der Befragung wurden fünf Informationsquellen genauer unter die Lupe genommen: Die Einholung von Empfehlungen, die Verwendung gedruckter Verzeichnisse, das direkte Aufsuchen des Standortes, die Nutzung von Apps sowie die Recherche über das Internet.

Als erste Anlaufstellen wurden vielfach das Internet oder Empfehlungen aus dem Bekanntenkreis genannt. Je nach Serviceleistung, konnten aber auch andere Informationsquellen punkten:

Knapp 7 von 10 haben Empfehlungen von Freunden, Bekannten oder Verwandten eingeholt, als sie den richtigen Handwerker (69,1%), das passende Restaurant (69,1%) oder einen geeigneten Gärtner (68,8%) ausgeforscht haben. Gedruckte Verzeichnisse wurden am häufigsten bei der Suche nach einem Schlüsseldienst durchgeblättert (42,3%), aber auch in der Hoffnung, eine adäquate Rechtsberatung (30,1%) oder das richtige Bauunternehmen zu finden (29,5%). Apps via Smartphone oder Tablet kamen vor allem im Zuge der Recherche nach einem Hotel (34,0%) oder einem Restaurant (31,2%) zum Einsatz. Dabei ist die Verwendung von Apps vor allem bei den 18 bis 39-Jährigen beliebt.

Manchmal erwies es sich aber auch als sinnvoll, den entsprechenden Standort direkt aufzusuchen, um nähere Informationen einzuholen. So etwa im Falle von Werkstätten (53,8%), Gärtnern (50,6%) oder Ärzten (50,3%).

### **Die Rolle von Kundenbewertungen im WWW**

Das Internet – insbesondere unter Verwendung von Suchmaschinen – konnte vor allem im Zuge der Suche nach einem Hotel bzw. einer Unterkunft punkten (94,4%). Drei Viertel der Befragten wandten sich an das WWW, um ein Umzugs-/Transportunternehmen oder einen Schlüsseldienst zu ermitteln. In erster Linie war es den Befragten dabei wichtig, Informationen zu Preisen und Öffnungszeiten einzuholen. „Der Preis spielt allen voran bei Hotels eine große Rolle, aber auch wenn es darum geht, das passende Transportunternehmen zu finden. Bei Restaurants, Ärzten und im Gesundheitsbereich allgemein ist hingegen ein hoher Informationsbedarf hinsichtlich der Öffnungszeiten zu beobachten“, zieht Thomas Schwabl Bilanz.

Eine nicht zu unterschätzende Rolle für die Beurteilung spielen weiters im Web abgegebene Kundenbewertungen. Diese werden im Schnitt von 66,2% der Suchenden einbezogen und auch als aussagekräftig beurteilt. Vor allem im Hotellerie- und Gastgewerbe verlassen sich die Österreicher gerne auf Erfahrungsberichte anderer Kunden (89,2% bzw. 77,3%).

### **Welche Aspekte die Österreicher von einer Kontaktaufnahme abhalten würden**

Dass ein Anbieter gefunden wird, heißt jedoch noch lange nicht, dass er auch aufgesucht wird. Denn weniger als die Hälfte schafften es schlussendlich in die engere Auswahl. Gefragt nach den Gründen, warum sie einen Anbieter nicht kontaktieren würden, wäre für 84,0% ein unseriöser Firmenauftritt ausschlaggebend, 82,6% würden schlechte Erfahrungswerte von Freunden und Bekannten von einer Kontaktaufnahme abhalten. Weitere No-Gos sind zu hohe Preise (80,8%) oder negative Kundenbewertungen im Internet (68,6%).

Baden, 25. April 2018

Rückfragehinweis:

**Marketagent.com online reSEARCH GmbH**

Lisa Eberhardsteiner, MSc

Mühlgasse 59

A-2500 Baden, Austria

[l.eberhardsteiner@marketagent.com](mailto:l.eberhardsteiner@marketagent.com)  
tel.: +43 (0) 2252 – 909 009

### **Studiensteckbrief:**

- Methode: Computer Assisted Web Interviews (CAWI)
- Instrument: Online-Interviews über die Marketagent.com reSEARCH Plattform
- Erhebungszeitraum: 23.01.2018 – 05.02.2018
- Kernzielgruppe: web-aktive Personen aus Österreich zwischen 18 und 69 Jahren
- Sample-Größe: n = 1.504 Interviews, Random Selection nach Quoten
- Umfang: 38 offene/geschlossene Fragen
- Studienleitung: Marketagent.com, Mag. Silke Hirschberger

### **Über Marketagent.com**

Marketagent.com sieht sich gleichermaßen als Pionier und Innovationsführer der digitalen Markt- und Meinungsforschung in Österreich. Mit einem Fokus auf quantitative und qualitative Consumer Research Projekte realisiert Marketagent.com jährlich mehr als 1.000 Studien an den Standorten Baden bei Wien, Maribor, München und Zürich. Das Herzstück unseres Instrumentariums ist ein 1.000.000 Personen umfassendes Online-Panel, welches im Januar 2010 als erster Access Pool der D-A-CH-Region nach der ISO Norm 26362 zertifiziert wurde. Zu unseren Kunden zählen nationale und internationale Top-Unternehmen wie die Telekom Austria AG, Ikea, Spar, Google, die OMV, Nestlé, die Österreichische Post AG oder Novartis. Die Themenfelder und Forschungsschwerpunkte sind vielfältig und decken sämtliche Bereiche der Markt- und Meinungsforschung ab.