



Pressemitteilung

Bereits jeder fünfte Verbraucher nutzt Facebook oder Twitter für Servicefragen an Unternehmen

Umfrage von kajomi: Telefon und E-Mail gelten als am zuverlässigsten / Chat unterschätzt / Fax ist out

München, 30. Juni 2011 – Fast jeder fünfte Deutsche (17 Prozent) hat sich schon einmal über Facebook oder Twitter mit einer Servicefrage an Unternehmen gewandt. Besonders die 16- bis 34-Jährigen nutzen Social Media als Servicekanal (23 Prozent). Aber auch die Altersgruppen 35 bis 54 sowie 55+ haben schon einmal Facebook oder Twitter für eine Kundenanfrage genutzt (je 14 Prozent). Dies ergab eine aktuelle Umfrage von Toluna im Auftrag von kajomi, der [Beratungsagentur für digitales Direktmarketing](#), unter 1000 Männern und Frauen in Deutschland. Höchste Zeit also für Unternehmen, über den Einsatz von Social Media im Kundenservice nachzudenken. Laut einer aktuellen Studie des Softwareunternehmens Sikom hat bislang nur jedes zehnte Unternehmen (8 Prozent) Social Media in Prozesse und Infrastruktur ihres Kundenservice integriert. Mit gutem Beispiel voran gehen etwa die [Telekom](#) oder seit kurzem die [Deutsche Bahn](#).

Verbraucher wollen Servicefragen am liebsten per E-Mail stellen

Die Mehrheit der Verbraucher nutzt aber nach wie vor eher die klassischen Kontaktmedien. Auf die Frage, wie sie am liebsten den Kundenservice eines Unternehmens kontaktieren würden, wenn sie die Wahl hätten, nannten 60 Prozent aller Befragten die E-Mail (Mehrfachnennungen möglich). Das Telefon landete auf dem zweiten Rang (52 Prozent), gefolgt vom persönlichen Kontakt im Laden (36 Prozent). 15 Prozent entfielen auf den Brief, elf Prozent auf Facebook und/oder Twitter. Während zehn Prozent der Umfrageteilnehmer Servicefragen gern im Chat, etwa per Skype, stellen wollen, sind es per Fax nur sechs Prozent.

Telefon ist das verlässlichste Kontaktmedium

Analog zur Nutzung der Kontaktmedien wird auch ihre Verlässlichkeit bewertet. Über diese Kanäle wurden die Befragten vom Kundenservice eines Unternehmens am zuverlässigsten betreut:

1. Telefon/Hotline (33 Prozent)
2. E-Mail (29 Prozent)
3. Laden/Filiale (23 Prozent)
4. Brief (8 Prozent)

5. Facebook und/oder Twitter (4 Prozent)
6. Fax und Chat (je 2 Prozent)

Über kajomi:

Die kajomi GmbH ist eine Beratungsagentur für digitales Direktmarketing mit Sitz in München-Gräfelfing und Hamburg. Seit 2002 ist kajomi Ansprechpartner für Unternehmen, die ihren Kundenkreis gezielt erweitern, die Kundenbindung stärken und ihren Umsatz steigern möchten. Dabei kommen je nach Kampagnenziel neben E-Mail-Marketing alle Instrumente des Online-Marketings zum Einsatz, wie etwa Suchmaschinen- oder Bannerwerbung. Über 400 Unternehmen, darunter AXA, UBS, snapfish und BuyVIP, vertrauen der langjährigen Kompetenz von kajomi. kajomi ist zudem Anbieter der bewährten Newsletter-Software-Lösung kajomi MAIL.
www.kajomi.de

Pressekontakt:

[Agentur Frau Wenk+++](#)

PR & Marketing für die digitale Welt

Anne-Kathrin Richter

Tel.: 040 4321 86 50

E-Mail: kajomi@frauwenk.de