

Deutsche Post: Kundenzufriedenheit weiter gestiegen

- **Kundenmonitor 2010: 93 Prozent der Kunden sind mit den Leistungen der Deutschen Post zufrieden bis vollkommen zufrieden**
- **Briefvorstand Gerdes: Spitzenleistung unserer Mitarbeiter wird anerkannt**

Bonn, 29. Oktober 2010: Die Privatkunden in Deutschland sind mit den Briefdienstleistungen der Deutschen Post und dem Service in den Postfilialen erneut sehr zufrieden. Das belegen aktuelle Ergebnisse des Kundenmonitors 2010, einer der größten unabhängigen Verbraucherstudien Deutschlands, die zwischen März und August 2010 von der ServiceBarometer AG durchgeführt wurde. Nachdem die Servicequalität insgesamt bereits seit Jahren Spitzenwerte erreicht hat, legten vor allem die Postfilialen noch einmal zu: Bei fast allen Merkmalen – z.B. Freundlichkeit der Mitarbeiter, Fachkompetenz, Schnelligkeit bei der Bedienung – ist die Zufriedenheit der Kunden gestiegen. Das gilt noch mehr für die Partnerfilialen, die in einigen Bereichen signifikante Steigerungen verzeichnen können. Dazu gehören besonders längere oder flexible Öffnungszeiten, kurze Wartezeiten und Freundlichkeit.

Briefvorstand Jürgen Gerdes sieht durch die Studie das hohe Qualitätsniveau der Post bestätigt: „Die Umfrage-Ergebnisse des unabhängigen Kundenmonitor Deutschland sind Beleg dafür, dass wir unsere Ziele erreichen, nämlich das hohe Qualitätsniveau zu halten und die Kundenzufriedenheit weiter zu verbessern. Es freut mich besonders, dass die Spitzenleistung unserer Mitarbeiter und Partner von den Kunden so hoch anerkannt wird.“

Laut Kundenmonitor liegt der Anteil der „zufriedenen Briefpostversender“ mit 93 Prozent auf Vorjahresniveau. 90 Prozent sind mit den Postfilialen zufrieden bis vollkommen zufrieden und sogar 91 Prozent mit den Partnerfilialen. Dabei ist mehr als die Hälfte der Kunden (50,8 Prozent) sogar „vollkommen zufrieden“ mit der Deutschen Post. Das sind gut 10 Prozent mehr als noch 2006 (40,4 Prozent).

Die besten Bewertungen beim Thema Briefpost erhielten dabei die Zusteller. Ihre Freundlichkeit, ihr Auftreten und die korrekte Zustellung der Briefpost schnitten aus Empfängersicht am besten ab und verbesserten sich noch einmal gegenüber 2009. Die Versender bewerten die kurze Laufzeit von in der Regel E+1 (Zustellung ein Tag nach Einlieferung) besonders positiv. Auch die Zufriedenheit mit der Erreichbarkeit der Filialen und Briefkästen ist hoch.

Beim Thema Erreichbarkeit gerade für Privatkunden legt die Deutsche Post dabei noch einmal nach. Gerdes: „Bis Ende 2010 werden wir 2.000 zusätzliche Briefkästen aufstellen und darüber hinaus eine Gesamtzahl von mindestens 20.000 Filialen und Verkaufspunkten erreichen. Außerdem erhöhen wir die Zahl der Packstationen auf insgesamt 2.650.“ Und auch im Bereich der Öffnungszeiten tut sich eine Menge: im Durchschnitt beträgt diese jetzt 43 Stunden, gegenüber 18 Stunden noch in 1991.

Der Kundenmonitor Deutschland untersucht seit 19 Jahren das Serviceklima in Deutschland. Die unabhängige Marktstudie liefert auf repräsentativer Basis erhobene Daten zur Kundenzufriedenheit und Kundenbindung. ServiceBarometer hatte dafür von März bis August 2010 deutsche Verbraucher zu zahlreichen Aspekten der Kundenzufriedenheit in 30 Branchen befragt.

Kontakt für Journalistenfragen:

Deutsche Post DHL

Konzernkommunikation – Pressestelle

Uwe Bensien

Tel.: +49 (0)228 182-9944

E-Mail: pressestelle@deutschepost.de

Deutsche Post – Die Post für Deutschland

Die Deutsche Post ist Europas größter Postdienstleister, der Marktführer im deutschen Brief- und Paketmarkt und hat eine führende Position im internationalen Briefverkehr. Mit der starken Marke Deutsche Post baut das Unternehmen seinen Status als „Die Post für Deutschland“ weiter aus. Das Portfolio reicht von standardisierten Produkten bis hin zu maßgeschneiderten Lösungen für Privat- und Geschäftskunden in den Bereichen Briefkommunikation, Dialogmarketing und Pakettransport. Die Deutsche Post wird die Verknüpfung von physischer und elektronischer Kommunikation weiter vorantreiben und so ihre Stellung als umfassender Dienstleister für sichere, einfache und zuverlässige Kommunikation ausbauen.

Deutsche Post ist Teil des Konzerns Deutsche Post DHL. Die Gruppe erzielte 2009 einen Umsatz von über 46 Milliarden Euro.