

Lokal orientiert und ungeduldig:

Die Erwartungen der Kund:innen nach der Covid-19-Pandemie erfüllen

Verbraucher:innen bereiten sich auf eine "Post-Covid-Ära" vor und haben eine neue Wahrnehmung, neue Ansprüche und neue Pläne für ihre Ausgaben entwickelt. Freshworks befragte daher 10.500 Verbraucher:innen weltweit, darunter 1.000 in Deutschland, um die neuen Kundenerwartungen zu identifizieren.

Das Comeback der Einkaufsstraßen ist in vollem Gange

40 % der deutschen Verbraucher:innen wechselten während COVID-19 zu lokalen Geschäften und 94 % von ihnen gehen davon aus, dass sie dies auch nach der Pandemie beibehalten werden



- ✓ 25 % niedrigere Preise und Rabatte
- ✓ 23 % der Gemeinschaft etwas zurückgeben
- ✓ 16 % bessere/r Service/Produkte in der Zukunft
- ✓ 8 % mehr Unternehmenssteuern zahlen

Dafür planen die Deutschen, nach der Pandemie Geld auszugeben:

- 50 % Reisen (Inland & Ausland)
- 35 % Essen gehen
- 20 % planen, ihre derzeitigen Lebensgewohnheiten beizubehalten



Kleine deutsche Unternehmen verbessern sich – 40 Prozent berichten von einem verbesserten Kundenservice

Deutsche Verbraucher:innen sagten, dass kleine Unternehmen während der Pandemie einen besseren Kundenservice geboten haben

- ✓ 48 % boten einen besseren Grad an Personalisierung
- ✓ 55 % ermöglichten Online-Bestellungen
- ✓ 47 % haben einen Lieferservice eingeführt
- ✓ 32 % führten eine bessere digitale Unterstützung wie Chatbots ein

Gleichzeitig sagten 23% der deutschen Verbraucher:innen, dass große Unternehmen schlechter im Kundenservice geworden sind



Die Geduld ist durch die Pandemie erschöpft – und die Erwartungen steigen

Einer von fünf Deutschen (20 %) waren besonders freundlich im Kontakt mit dem Kundenservice
28 % waren geduldig mit Marken, die während der Pandemie mit einem langsamen Kundenservice oder einer langsamen Abwicklung von Vorgängen zu kämpfen hatten

Aber fast eine/r von drei deutschen Verbraucher:innen (28 %) sagt, dass sie die Ausrede "Covid-19" als Begründung für schlechten Kundenservice nicht mehr akzeptieren und mehr von Marken erwarten

Digital is here to stay

- ✓ 35 % der deutschen Verbraucher:innen sagen, dass sie auch nach der Pandemie weiterhin digital mit Marken interagieren werden
- ✓ 13 % der deutschen Verbraucher:innen sagen, dass sie nach der Pandemie nicht wieder persönlich mit Unternehmen interagieren werden

71 % der deutschen Verbraucher:innen sind der Meinung, dass Unternehmen, die während der Pandemie gewachsen sind, jetzt etwas an die Verbraucher:innen zurückgeben sollten. Doch wie?

