

PRESSEMITTEILUNG

Kundenbefragung: Zeitarbeitsunternehmen

Kompetente Arbeitskräfte, schwaches Preis-Leistungs-Verhältnis – I.K. Hofmann vor Autovision und Manpower

Hamburg, 07.03.2014 – Viele Unternehmen mit schwankendem Auftragsvolumen setzen auf flexible Arbeitskräfte, die sich je nach Bedarf einsetzen lassen. Möglich machen das Zeitarbeitsfirmen. Über 6,6 Milliarden Euro erwirtschafteten die zehn größten Player der Branche allein im Jahr 2012. Ein großer Markt, der Fragen aufwirft: Welche Zeitarbeitsfirma gewährleistet ihren Kunden Planungssicherheit? Und welcher Anbieter überzeugt durch kompetente Ansprechpartner und praxiserfahrene Arbeitskräfte? Das Deutsche Institut für Service-Qualität ermittelte in einer Befragung im Auftrag des Wirtschaftsmagazins „Markt und Mittelstand“ die Zufriedenheit von Unternehmensentscheidern mit den zehn größten Zeitarbeitsunternehmen.

Insgesamt lag die Kundenzufriedenheit mit den beurteilten Unternehmen auf einem sehr guten Niveau. Fünf Anbieter schnitten in der Gesamtwertung mit „sehr gut“ ab, die übrigen Unternehmen erreichten ein gutes Resultat. Überzeugen konnten die Firmen vor allem mit den vermittelten Arbeitskräften und ihren eigenen Beratern. Das überlassene Personal arbeitete sich nach Ansicht der Befragungsteilnehmer schnell ein, und auch zur Kompetenz der Arbeitnehmer äußerten sich rund drei Viertel der Entscheider positiv. Die Berater punkteten vor allem durch ihre Glaubwürdigkeit, ihr angenehmes Auftreten und ihre ausgeprägten Branchenkenntnisse.

Als weitere Stärke kristallisierte sich die Kundenorientierung der Zeitarbeitsunternehmen heraus. Gut 75 Prozent der Entscheider waren der Meinung, dass die Anbieter termintreu arbeiteten. Auch auf Anfragen per E-Mail wurde in den Augen der meisten Kunden schnell reagiert. Verbesserungspotenzial offenbarte sich dagegen in Bezug auf die Konditionen: „Fast 30 Prozent der Befragten hatten etwas am Preis-Leistungs-Verhältnis auszusetzen“, erläutert Markus Hamer, Geschäftsführer des Deutschen Instituts für Service-Qualität, „und auch mit dem Portfolio ihres Zeitarbeitsunternehmens zeigten sich nur 72 Prozent der Kunden vorbehaltlos zufrieden.“

Den ersten Rang erreichte I.K. Hofmann. Das Unternehmen platzierte sich in den Teilkategorien Arbeitnehmerüberlassung, Kundenorientierung und Konditionen auf Platz eins. Der Anbieter punktete mit einer kurzen Bearbeitungsdauer und einem als sehr gut bewerteten Preis-Leistungs-Verhältnis. Die überlassenen Arbeitnehmer waren außerdem nach Ansicht der befragten Entscheider überaus kompetent. Zweiter wurde Autovision. Besonders die Berater konnten die Kunden durch ihr Fachwissen und ihre Branchenkenntnisse überzeugen. Manpower Group landete auf Rang drei. Hier verfügten die überlassenen Arbeitskräfte nach Meinung der Befragten über die beste Praxiserfahrung und die höchste Kompetenz.

Für die Untersuchung zur Zufriedenheit von Unternehmen mit Zeitarbeitsunternehmen wurden 250 Entscheider telefonisch zu den zehn größten Anbietern befragt. Mit der Kundenbefragung beauftragte das Deutsche Institut für Service-Qualität den Feldspezialisten Krämer Marktforschung. Im Mittelpunkt der Befragung standen die Meinungen zu den

Geschäftsführung:
Bianca Möller, Markus Hamer
Beirat:
Gunnar Uldall (Vors.), Jochen Dietrich,
Johann C. Lindenberg
Ust.-Id.-Nr. DE249603922
Amtsgericht Hamburg HRA 104009
Persönlich haftende Gesellschafterin:
buscha Verwaltungsgesellschaft mbH,
Amtsgericht Hamburg HRB 97297

Bereichen Arbeitnehmerüberlassung, Kundenorientierung, Mitarbeiter und Konditionen.

Veröffentlichung nur unter Nennung der Quelle:
Deutsches Institut für Service-Qualität im Auftrag von „Markt und Mittelstand“

Ansprechpartner:

Markus Hamer

Fon: +49 (0)40 / 27 88 91 48 - 11

Mobil: +49 (0)176 / 64 03 21 40

E-Mail: m.hamer@disq.de

www.disq.de

Das Deutsche Institut für Service-Qualität (DISQ) verfolgt das Ziel, die Servicequalität in Deutschland zu verbessern. Das Marktforschungsinstitut mit Sitz in Hamburg führt zu diesem Zweck unabhängige Wettbewerbsanalysen, B2B-Studien und Kundenbefragungen durch. Rund 1.500 geschulte Tester sind in ganz Deutschland im Einsatz. Die Leitung der Forschungsprojekte, bei denen wissenschaftlich anerkannte Methoden und Service-Messverfahren zum Einsatz kommen, obliegt einem Team aus Soziologen, Ökonomen und Psychologen. Dem Kunden liefert das Institut wichtige Anhaltspunkte für seine Kaufentscheidungen. Unternehmen gewinnen wertvolle Informationen für das eigene Qualitätsmanagement. Das Deutsche Institut für Service-Qualität arbeitet im Auftrag von renommierten Print-Medien und TV-Sendern; Studien für Unternehmen gehören nicht zum Leistungsspektrum des DISQ.