

Kundenzufriedenheit im IT-Outsourcing – grundsätzliche Überlegungen und empirische Ergebnisse

Prof. Dr. Eberhard Schott

21. November 2007

- 1. Einige grundsätzliche Überlegungen zur Kundenzufriedenheit**
- 2. Methodische Vorgehensweise**
- 3. Zentrale Ergebnisse**
- 4. Ausblick**

- Kundenzufriedenheit ist ein zentraler Faktor für die Outsourcing- Beziehung
- Kundenzufriedenheit hat erheblichen Einfluss auf die Outsourcing- Vertragsverlängerung
- Wer ist der Kunde?
 - Der Anwender?
 - Der CIO?
 - Der Einkauf?
- Sind die wesentlichen Kriterien für die Kundenzufriedenheit bei diesen Kunden gleich?
- Wessen Kundenzufriedenheit ist eigentlich entscheidend?
- Was ist davon zu halten, wenn ein Anbieter sich nur an dem orientiert, was der Vertrag von ihm fordert?

- Diplomarbeit von Steffen Hasenkopf
- Zielgruppe:
 - Kunden aus allen Branchen
 - Laufendes Outsourcing- Verhältnis
 - Fokus auf in Deutschland ansässige Unternehmen
 - Ansprechpartner war der Leiter- IT oder CIO
- Stichprobe: 478 Outsourcing- Kunden
- Retoure: 80 verwertbare Fragebögen (16,74%)
- Confirmation-Diskonfirmation-Paradigmas
- Fragebogen: 11 Zufriedenheitsmerkmale, die einen signifikanten Einfluss auf die Gesamtzufriedenheit aufweisen

3. Zentrale Ergebnisse

- **Gesamtzufriedenheit**

- 3 Fragen mit einer 5- Punkte- Skala
- Die Zufriedenheit ist überraschend hoch

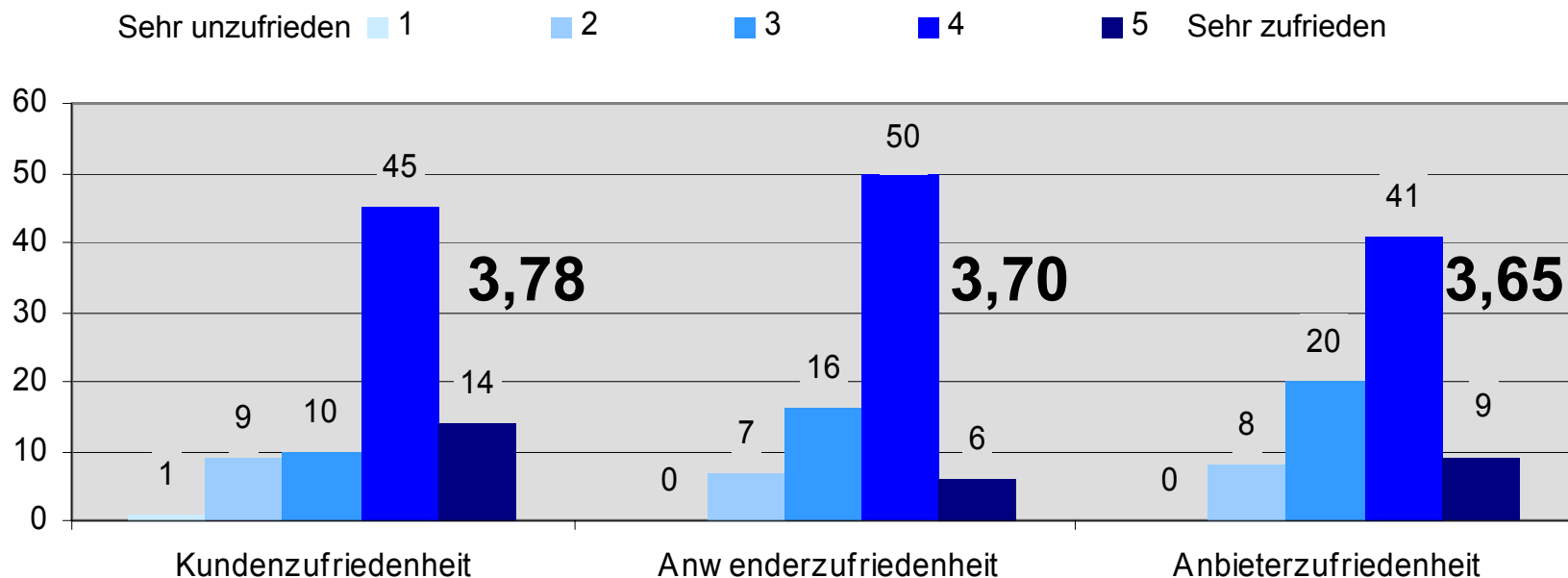


Abb.1: Verteilung der Gesamtzufriedenheit

- **Merkmalszufriedenheit und –gewichtung I**
 - 11 Zufriedenheitsmerkmale

Zufriedenheit	Anzahl	Mittelwert
SLAs	80	3,98
Zuverlässigkeit	80	3,88
Flexibilität	80	3,66
Branchenwissen	78	3,62
Kosten/ Nutzen	80	3,54
Change Requests	80	3,54
Dienstleistungsorientierung	80	3,54
Angebote	79	3,47
Expertise	80	3,46
Innovationen	80	3,25
Beratung	78	3,09

3. Zentrale Ergebnisse

- Merkmalszufriedenheit und –gewichtung II

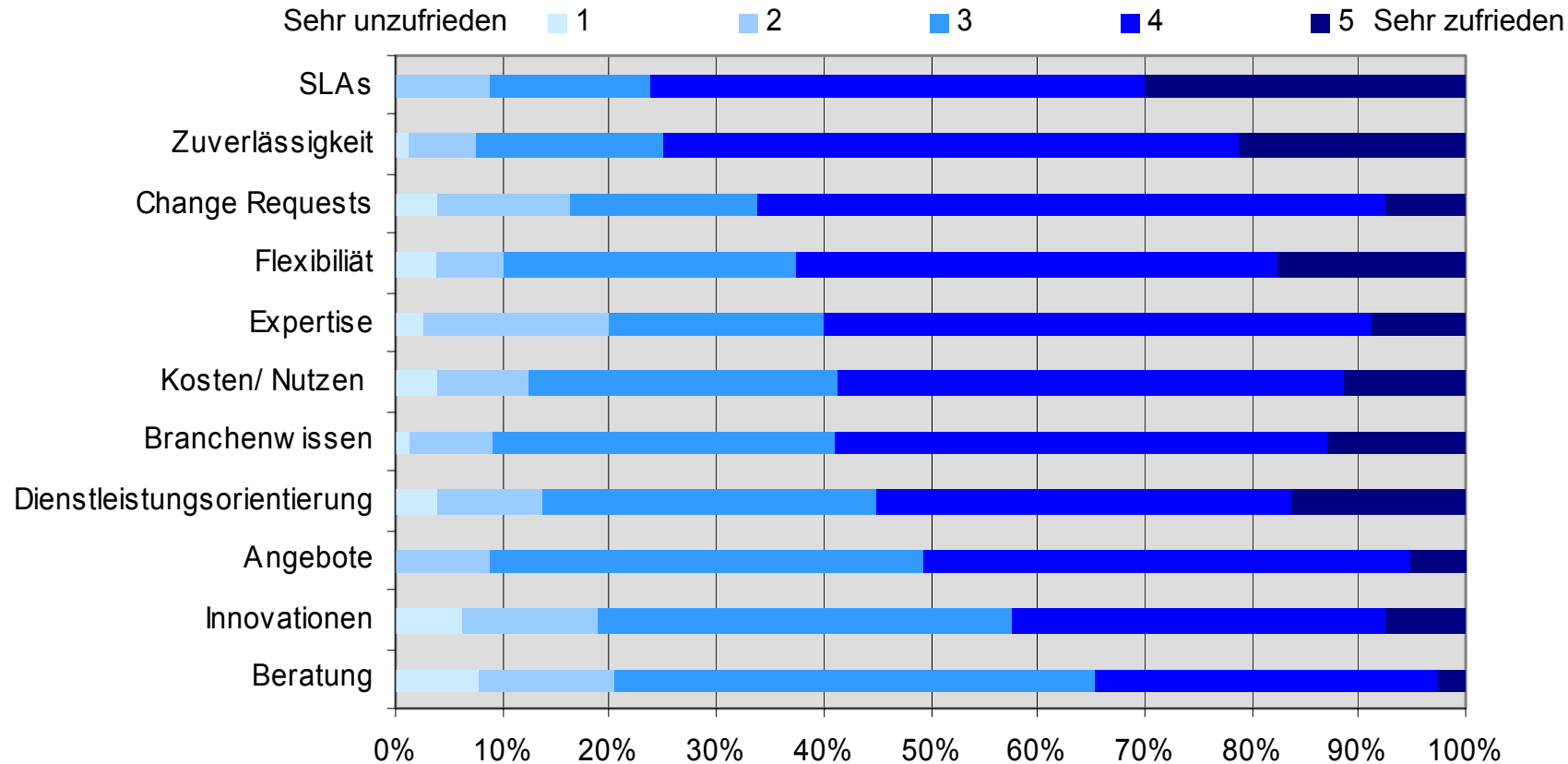


Abb. 2: Prozentuale Verteilung der Zufriedenheitsmerkmale

3. Zentrale Ergebnisse

- Merkmalszufriedenheit und –gewichtung III

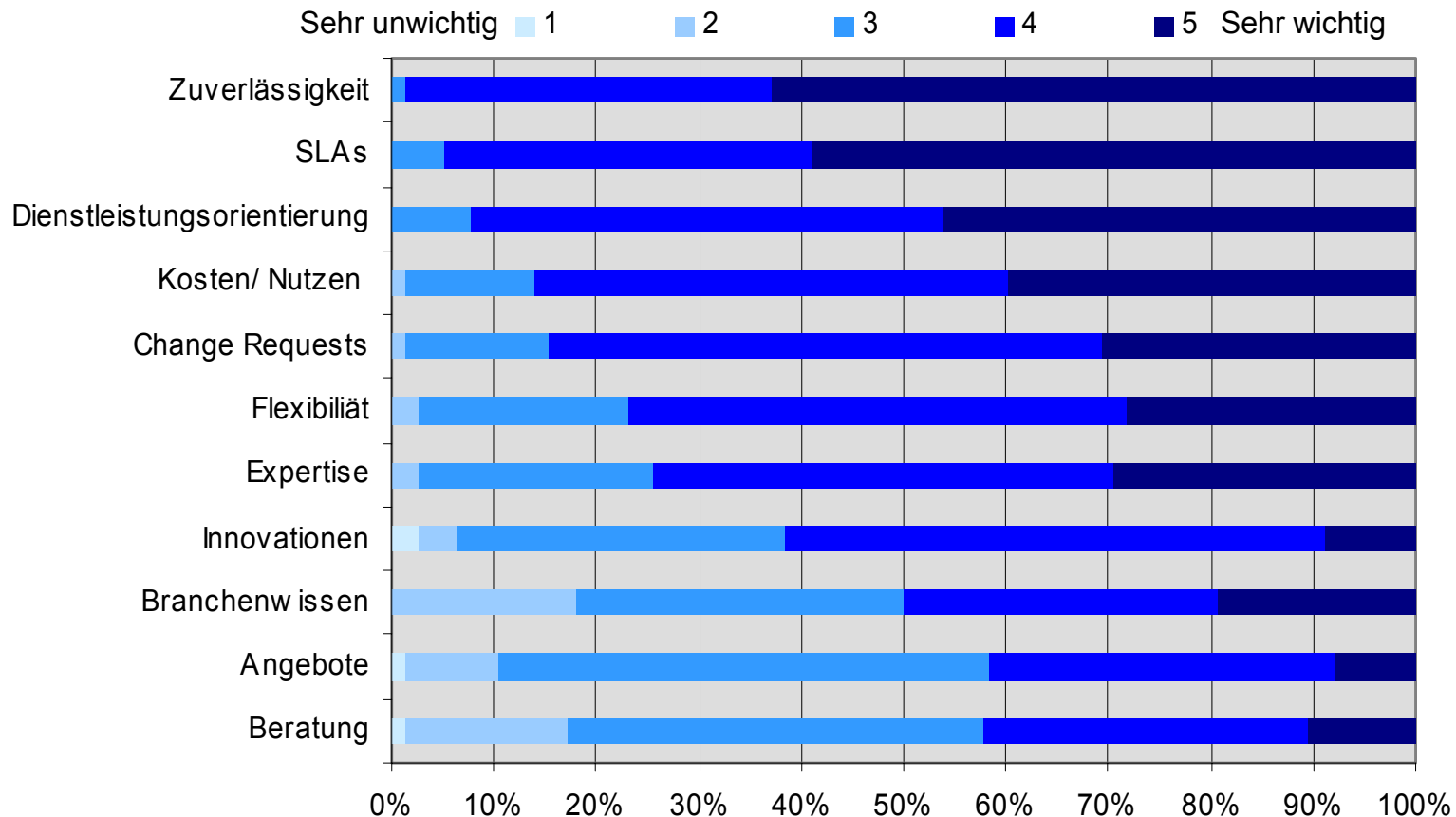


Abb. 3: Prozentuale Verteilung der Gewichtung

- Merkmalszufriedenheit und –gewichtung IV**

	Zufriedenheitsmerkmal	Zufriedenheit	Rang Zufriedenheit	Bedeutung
1	Zuverlässigkeit	3,88	2	4,62
2	SLAs	3,98	1	4,54
3	Dienstleistungsorientierung	3,54	7	4,38
4	Kosten/ Nutzen	3,54	5	4,24
5	Change Requests	3,54	6	4,14
6	Flexibilität	3,66	3	4,03
7	Expertise	3,46	9	4,01
8	Innovationen	3,25	10	3,62
9	Branchenwissen	3,62	4	3,51
10	Angebote	3,47	8	3,38
11	Beratung	3,09	11	3,34

Merkmalszufriedenheit und –gewichtung

- Korrelation von Bedeutung und Zufriedenheit der Merkmale
- Hohe Zufriedenheit bei dem Merkmal Branchenwissen, trotz weniger hoher Bedeutung
- Handlungsbedarf bei dem Merkmal Dienstleistungsorientierung. Hohe Bedeutung, aber weniger hohe Zufriedenheit der Kunden

3. Zentrale Ergebnisse

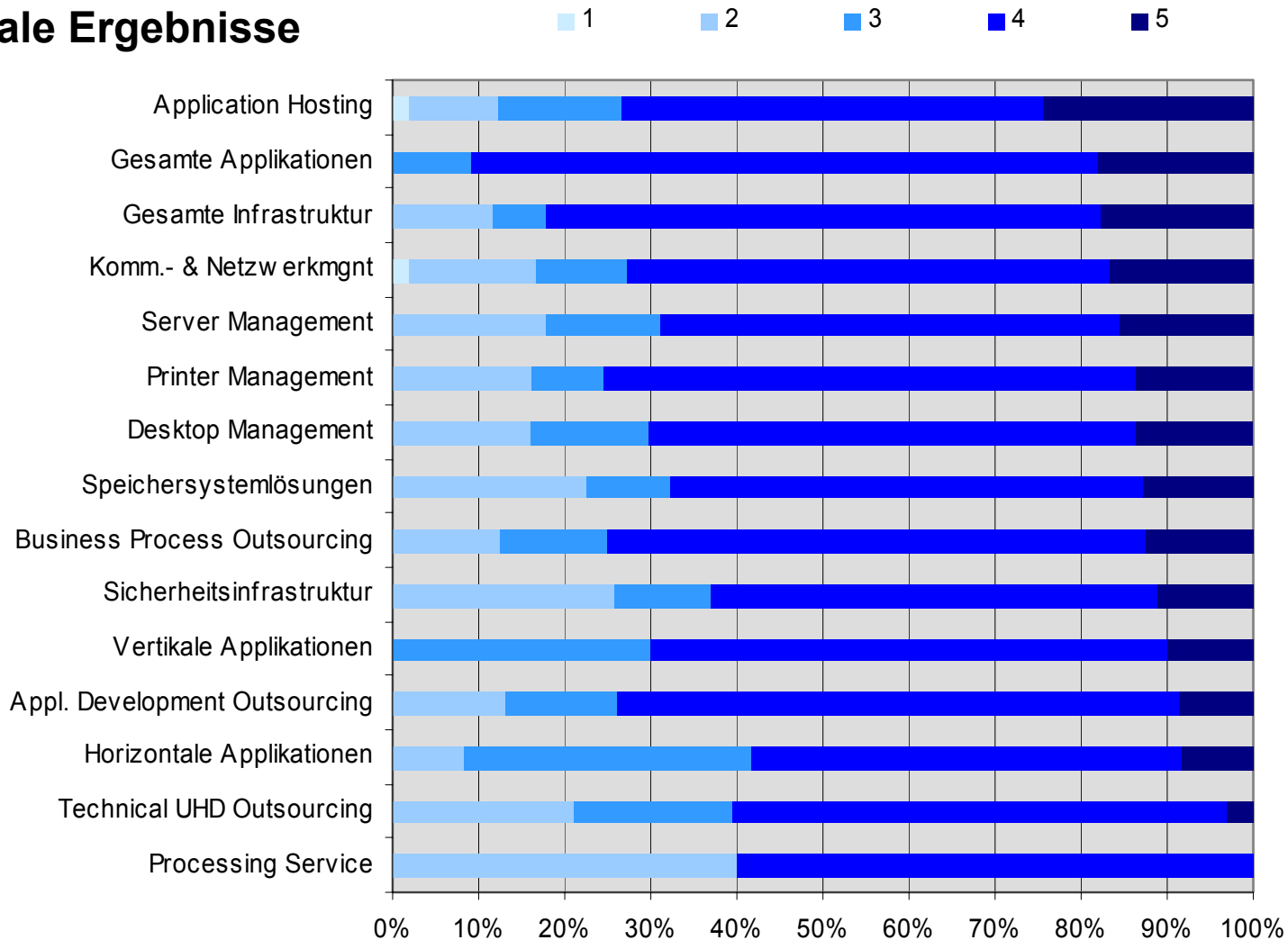


Abb.4: Zufriedenheit in Abhängigkeit der Outsourcing-Leistung (proz. Verteilung).

- Zufriedenheit in Abhängigkeit der Verbundenheit:
 - Mehr als 20% der nicht-verbundenen Unternehmen sind „sehr zufrieden“
 - Bei den verbundenen Unternehmen keiner
- Zufriedenheit in Abhängigkeit der Branche
 - Die Finanzdienstleistungs-Branche ist zu einem besonders großen Teil „sehr zufrieden“ mit den Leistungen
 - Bei „sehr zufrieden“ und „zufrieden“ liegt die Technologie und Medien-Branche vorne
 - Beim Handel sind nur 25% „zufrieden“ oder „sehr zufrieden“

- Regelmäßige Wiederholung der Umfrage notwendig
- Konsequente Messung und Auswertung
- Verifizierung der Gültigkeit
- Schaffung einer Datenbasis zur Analyse über einen gewissen Zeitraum
- Größere Studie unter Einbeziehung von Anwendern notwendig, um die tatsächliche Zufriedenheit zu erkennen.