

Die **KVD Customer Experience (CX) Studie 2026** wurde im Zeitraum Januar bis Februar 2026 vom Service-Verband KVD in Zusammenarbeit mit der Managementberatung Dr. Fried & Partner durchgeführt. Ziel der Studie war es, den Reifegrad von CX in Serviceorganisationen zu bewerten, den Einsatz von Künstlicher Intelligenz (KI) im Zusammenhang mit CX zu verstehen, sowie zentrale Herausforderungen, Erfolgsfaktoren und Trends zu identifizieren. Insgesamt nahmen über 100 Personen an der Online-Befragung teil. Die Ergebnisse zeigen deutlich: CX ist bei der Mehrheit der Unternehmen ein strategisch relevantes Thema. Mehr als 80 % der Befragten bewerten CX als sehr wichtig oder wichtig für ihr Unternehmen. Die Hälfte der Teilnehmenden gibt an, dass die Unternehmensführung CX-Verbesserungen aktiv unterstützt. Gleichzeitig geben lediglich rund 25 % der Teilnehmenden an, dass ihr Unternehmen über eine CX-Strategie verfügt.

In Bezug auf den Service der teilnehmenden Unternehmen haben knapp die Hälfte CX in ihren Serviceorganisationen umgesetzt. Bei 40 % der Teilnehmenden sind die CX-Ziele im Service klar definiert und dennoch erfassen lediglich 29 % systematisch Kundendaten zur Verbesserung der CX. Etwas weniger als die Hälfte schätzt den Erfüllungsgrad von CX im Service als „untererfüllt“ ein, ein Drittel als „erfüllt“ und unter 5 % als „übererfüllt“. Hinsichtlich der finanziellen Effekte gibt etwa ein Drittel der Teilnehmenden an, messbar positive Auswirkungen zu verzeichnen. In Bezug auf Kundenerwartungen schätzen die Befragten, dass vor allem Kompetenz, Erreichbarkeit, Schnelligkeit, Transparenz und einfache Prozesse wichtige Bausteine sind.

Beim Thema KI-Nutzung im Service zeigt sich ein differenziertes Bild. Über die Hälfte der Unternehmen (57 %) nutzen bereits KI im Service – überwiegend zur Entlastung von Routineaufgaben. Zudem wird die Akzeptanz im Team als mehrheitlich positiv eingeschätzt. Gleichzeitig bestehen Unsicherheiten hinsichtlich des positiven Einflusses auf das Kundenerlebnis. Unternehmen ohne bisherige KI-Nutzung schätzen das Potenzial von KI deutlich optimistischer ein als Unternehmen, die KI bereits einsetzen. Die Befragten ohne KI-Nutzung halten sich selbst für unzureichend vorbereitet und bewerten insbesondere fehlende Datenqualität und unzureichende Systemlandschaften als Hindernis für die Implementierung von KI im CX-Bereich.

Insgesamt zeigt die KVD CX Studie 2026: **CX ist strategisch relevant – operativ und strategisch besteht jedoch Entwicklungs- und Ausbaubedarf.** KI wird zunehmend als Hebel für Effizienz und Erlebnisverbesserung erkannt, doch ein großer Anteil der Unternehmen steht noch am Anfang der daten- und systemseitigen Transformation. Um CX messbar zu machen und nachhaltig zu verbessern, braucht es vor allem eine konsequente strategische Steuerung, klare Zielbilder, bessere Datengrundlagen und befähigte Mitarbeitende. Mit diesen Voraussetzungen können Serviceorganisationen die vorhandenen Potenziale heben und CX zu einem wirkungsvollen Wettbewerbsfaktor entwickeln.

Informationen über die Studien-Teilnehmenden:



Die Mehrheit der Teilnehmenden sind in leitender Position tätig.



Die Mehrheit der Teilnehmenden arbeitet in einem Unternehmen mit weniger als 5.000 Mitarbeitenden. 58 % der Teilnehmenden betreuen überwiegend B2B-Kunden, 27 % B2C-Kunden.



46 % der Befragten sind in der Maschinen- und Anlagenbau-Branche tätig. Die übrigen Teilnehmenden verteilen sich relativ gleichmäßig auf andere Branchen.



Bei Fragen zu den Ergebnissen der KVD CX-Studie 2026 oder zu möglichen Handlungsfeldern für Ihr Unternehmen sprechen Sie uns gerne an! – Felix Eichberger (eichberger@fried-partner.de)

