

## **Zur Erfassung der Customer Experience bei digitalen Touchpoints zwischen Kunden und Unternehmen**

Katharina JUNGnickel, Stefan Brandenbug

*Institut für Psychologie & Arbeitswissenschaft, Technische Universität Berlin  
Marchstraße 23, D-10587 Berlin*

**Kurzfassung:** Sich stark verändernde Märkte, eine fortschreitende Digitalisierung und kürzere Innovationszyklen steigern die Bedeutung von Customer Experience (CX). CX ist ein mehrdimensionales Konstrukt, das die Qualität des Kontakts zwischen Kunden und Unternehmen über den gesamten Interaktionsprozess an analogen und digitalen Touchpoints abdeckt. Durch die zunehmende Digitalisierung von Produkten und Services gewinnen digitale Touchpoints (z. B. Webseiten, Newsletter) immer stärker an Bedeutung im Vergleich zu analogen Berührungspunkten wie z. B. Plakaten und Anzeigen. Um Bedürfnisse im Hinblick auf Produkte, Dienstleistungen und Touchpoints zu erfüllen, ist es daher erforderlich, die Qualität der Nutzungserlebnisse für alle Kontaktpunkte entlang der Customer Journey zu erfassen. Dafür wird ein Messinstrument benötigt, das die Customer Experience einzelner Touchpoints erhebt. Im Rahmen der Erstellung dieses Instruments wurden zunächst theoretische Erklärungsansätze zur Entstehung von CX analysiert und in einen Pool von Items überführt. Diese Itemsammlung wurde durch Fragen ergänzt, die sich an bereits vorhandenen CX-Messinstrumenten mit zumeist nur speziellem Nutzungskontext orientieren. Im finalen Itempool beziehen sich die Items immer auf jeweils einen Touchpoint. Außerdem werden klassische Dimensionen der Nutzerzentrierung wie Usability berücksichtigt. Eine erste Online-Umfrage prüft u. a. die psychometrische Güte der Items für drei der insgesamt neun Touchpoints, die im angestrebten Messinstrument inkludiert werden: Kundenservice, Newsletter und Internetwerbung. Dafür wurden die Antworten der Teilnehmenden in eine Hauptkomponentenanalyse mit Varimax Rotation eingespeist. Das Ergebnis der Analyse unterstützte die Annahme der benannten drei Module. Diese erste Version des Fragebogens wird sukzessive um weitere Module zu anderen digitalen Kontaktpunkten ergänzt. Der Beitrag endet mit einer kritischen Reflexion zum Wert der Erfassung des Erlebens für digitale Touchpoints in analog-digitalen Beziehungen von Unternehmen und Kunden.

**Schlüsselwörter:** Customer Experience, Messinstrument, Fragebogen, Touchpoint



Gesellschaft für  
Arbeitswissenschaft e.V.

## Technologie und Bildung in hybriden Arbeitswelten

68. Kongress der  
Gesellschaft für Arbeitswissenschaft

Otto-von-Guericke-Universität Magdeburg

Fraunhofer-Institut für Fabrikbetrieb und  
Fabrikautomatisierung IFF, Magdeburg

02. – 04. März 2022

---

## GfA-Press

---

**Bericht zum 68. Arbeitswissenschaftlichen Kongress vom 02. – 04. März 2022**

**Otto-von Guericke-Universität Magdeburg;  
Fraunhofer-Institut für Fabrikbetrieb und -automatisierung IFF, Magdeburg**

Herausgegeben von der Gesellschaft für Arbeitswissenschaft e.V.  
Sankt Augustin: GfA-Press, 2022  
ISBN 978-3-936804-31-7

NE: Gesellschaft für Arbeitswissenschaft: Jahresdokumentation

Als Manuskript zusammengestellt. Diese Jahresdokumentation ist nur in der Geschäftsstelle (s. u.) erhältlich.

Alle Rechte vorbehalten.

© **GfA-Press, Sankt Augustin**

**Schriftleitung: Prof. Dr. Rolf Ellegast**

im Auftrag der Gesellschaft für Arbeitswissenschaft e.V.

Ohne ausdrückliche Genehmigung der Gesellschaft für Arbeitswissenschaft e.V. ist es nicht gestattet:

- den Kongressband oder Teile daraus in irgendeiner Form (durch Fotokopie, Mikrofilm oder ein anderes Verfahren) zu vervielfältigen,
- den Kongressband oder Teile daraus in Print- und/oder Nonprint-Medien (Webseiten, Blog, Social Media) zu verbreiten.

Die Verantwortung für die Inhalte der Beiträge tragen alleine die jeweiligen Verfasser; die GfA haftet nicht für die weitere Verwendung der darin enthaltenen Angaben.

### **Geschäftsstelle der GfA**

Simone John, Tel.: +49 (0)30 1300-13003

Alte Heerstraße 111, D-53757 Sankt Augustin

[info@gesellschaft-fuer-arbeitswissenschaft.de](mailto:info@gesellschaft-fuer-arbeitswissenschaft.de) · [www.gesellschaft-fuer-arbeitswissenschaft.de](http://www.gesellschaft-fuer-arbeitswissenschaft.de)

### **Screen design und Umsetzung**

© 2022 fröse multimedia, Frank Fröse

[office@internetkundenservice.de](mailto:office@internetkundenservice.de) · [www.internetkundenservice.de](http://www.internetkundenservice.de)