



Fokus:

Kunde statt Krise: Top-Service bringt Umsatz und sichert Jobs

Warum optimierter Kundenservice ein ökonomischer Trumpf mit Milliardenpotenzial ist

Wie Servicequalität gerade in Zeiten schwächerer Konjunktur für sichere Arbeitsplätze sorgt

Service-Experte Vinzenz Baldus: Schafft ServiceQualität Arbeitsplätze?



[www.leitbetrieb.com](http://www.leitbetrieb.com)



# Kunde **statt** Krise:

## Top-Service bringt Umsatz und sichert Jobs

- **Vorwort: Erich Stadler, Initiator der Service-Initiative**
- **Warum optimierter Kundenservice ein ökonomischer Trumpf mit Milliardenpotenzial ist**
- **Wie Servicequalität gerade in Zeiten schwächerer Konjunktur für sichere Arbeitsplätze sorgt**
- **Schafft ServiceQualität Arbeitsplätze? Vinzenz Baldus**
- **Was Leitbetriebe zur Lokomotive für Umsatzsteigerung und Beschäftigung macht**



**Leitbetrieb**  
Deutschland



**Leitbetrieb**  
Österreich



Sehr geehrte Unternehmerinnen,  
sehr geehrte Unternehmer,

Die gewohnte Frühjahrsbelegung auf den Arbeitsmärkten setzt in diesem Jahr nur zögerlich ein. In Deutschland waren im heurigen März 3,1 Millionen Menschen ohne Beschäftigung, über 2 Prozent mehr als ein Jahr zuvor. In Österreich stieg die Arbeitslosenquote im Jahresvergleich sogar um 10 Prozent auf nunmehr 290.000 Jobsuchende.

Mag auch der lange Winter in diesen Statistiken seine Spuren hinterlassen haben, so zeigt der Anstieg doch recht deutlich die nach wie vor eher schwache wirtschaftliche Dynamik auch in diesen beiden Ländern, die in Europa ökonomisch bekanntlich in der Top-Liga spielen. Die deutsche Bundesagentur für Arbeit spricht dezidiert von einer konjunkturellen Schwäche, bedingt durch die wirtschaftlichen Folgen der Euro-Schuldenkrise.

Deshalb ist es gerade jetzt besonders wichtig, alle Chancen zu nützen, um Arbeitsplätze zu sichern und womöglich darüber hinaus neue zu schaffen. Noch mehr Servicequalität ist dabei ein wesentlicher Schlüssel zum Erfolg: In diesem Thema steckt für jedes Unternehmen enormes Potenzial, um die Umsätze zu steigern. Und das ist schließlich eine der unabdingbaren Voraussetzungen, um Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern auch in Zukunft stabile Arbeitsmöglichkeiten bieten zu können.

Lesen Sie mehr darüber in diesem ServiceLetter – ich wünsche Ihnen eine gewinnbringende Lektüre!

Erich Stadler  
Gründer und Inhaber der Akzeptia Group  
Initiator der ServiceInitiative Leitbetrieb



# Warum optimierter Kundenservice ein ökonomischer Trumpf mit Milliardenpotenzial ist

**Wer Kundenservice für eine vernachlässigbare Größe hält, liegt kräftig daneben: Diese Einstellung kostet viel Geld - alleine in Deutschland zumindest zwölf Milliarden Euro pro Jahr.**

12,000.000.000 Euro: Das ist die stolze Summe, die Deutschlands Unternehmen laut einer Genesys-Studie Jahr für Jahr entgeht, weil sie der Servicequalität zu wenig Bedeutung beimessen. Eine andere Langzeitstudie (Pidas) in Österreich und der Schweiz kommt zu dem Schluss, dass sich der Umsatzverlust durch mangelnden Kundenservice auf stattliche 24 Prozent beläuft. Und eine dritte Untersuchung („Cost of poor customer service – The economic impact of customer experience“) beziffert den Verlust, der Unternehmen durch den Abbruch von Kundenbeziehungen wegen schlechtem Service entsteht, auf 154 Euro pro Jahr und Kunde.

## **Nicht nur für Dienstleister ein zentrales Thema**

Das bestätigt eindrucksvoll eine ökonomische Binsenweisheit: Service kostet Geld – kein Service kostet Kunden. Das Thema betrifft längst nicht nur den Dienstleistungsbereich, wie den Telekommunikations- und den Versicherungssektor: Selbst Produzenten von Investitionsgütern erzielen heute rund ein Viertel der Umsätze (und knapp die Hälfte der Branchengewinne) aus dem Titel Service.

## **Begeisterte Kunden greifen tiefer in die Tasche**

Für Kundenservice als Umsatztreiber spricht nicht nur die unternehmerische Erfahrung, sondern auch die Kundenpsychologie: Zufriedene - und erst recht begeisterte – Kunden geben mehr aus. Das gilt speziell für Premium-Marken: Hier erwarten sich vier von fünf Kunden ausgezeichnete Servicequalität. Dafür sind zwei von drei Kunden bereit, mehr zu bezahlen (Quelle: CC&C). Bluffen lässt sich dabei allerdings kaum jemand: Was ohnehin selbstverständlich ist, kann nicht als exzellenter Kundenservice verkauft werden. Dazu ist es schon nötig, die Erwartungen der Kunden zu übertreffen, und das nicht nur einmal, sondern regelmäßig.



# Wie Servicequalität gerade in Zeiten schwächerer Konjunktur für sichere Arbeitsplätze sorgt

## Wachstumschancen auch in Konjunkturdellen

Service-Experten sind sich einig: Hier schlummert enormes Umsatzpotenzial mit entsprechenden Wachstumschancen, die allerdings oft noch ungenutzt bleiben. Gerade dann, wenn der Konjunkturmotor nicht auf Hochtouren läuft, kommt dem Erschließen und Ausschöpfen zusätzlicher Umsatzquellen besonders große Bedeutung zu. Den Kundenservice zu optimieren, spielt dabei eine entscheidende Rolle.

## Exzellente Servicequalität sichert Beschäftigung

Indem sie zusätzliche Umsätze generiert, stellt exzellente Servicequalität auch einen wesentlichen Faktor für die Entwicklung auf dem Arbeitsmarkt dar. Als strategischer Erfolgsgarant sichert sie Beschäftigung, und zwar nicht nur am Verkaufspult und im Front Office: Die Mehrumsätze, die durch konsequente Kundenorientierung und Kundenbegeisterung hier erzielt werden, geben letztlich den Ausschlag auch für Jobs in Produktion, Verwaltung etc.

## Mit Vorsprung in den Aufschwung

Ob als strategische Aufgabe auf Vorstandsebene oder als täglicher Moment der Wahrheit im direkten Kundenkontakt: Hervorragende Servicequalität sichert mehr Umsätze. Sie sichert damit langfristig die Zukunft von Unternehmen gerade auch in Phasen konjunktureller Flaute. Und sie sichert die Jobs der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter gerade auch dann, wenn es auf dem Arbeitsmarkt enger wird. Ganz abgesehen vom Vorsprung, den Service-orientierte Unternehmen damit in die nächste gesamtwirtschaftliche Aufschwungphase mitnehmen.

## Sie setzen bereits Top-Service um?

## Dann zeigen Sie es – als Leitbetrieb!



## Schafft ServiceQualität Arbeitsplätze?

**Service-Experte Vinzenz Baldus ist sich sicher:  
Servicequalität schafft und sichert Arbeitsplätze!**



Ja, ServiceQualität schafft und sichert Arbeitsplätze! Aber nur dann, wenn alle im Unternehmen realisieren, dass die Kunden ihre eigentlichen Arbeitgeber sind. Denn nur sie bringen Arbeit ins Unternehmen und damit das Geld, von dem alle im Unternehmen bezahlt werden. Nur die Kunden bringen Geld ins Unternehmen – alle anderen schaffen es dann bloß wieder hinaus: die Unternehmer, die Beschäftigten, die für das Unternehmen tätigen Lieferanten und Dienstleister und all die „Mit-Verdiener“, vom Finanzamt über die Stadtkämmerer, die Banken, Versicherungen.

Unser Unternehmen kann nur dann wirklich wachsen, wenn es uns gelingt, unsere bestehenden und potentiellen Kunden immer mehr zu motivieren, ihr Geld für gerade unsere Produkte und Leistungen auszugeben. Es geht also in erster Linie um eines: um die Sogkraft unserer UnternehmensMarke, genauer: um die Sogkraft unserer ServiceMarke.

Service schafft und sichert Arbeitsplätze, wenn wir unser Unternehmen konsequent kundenorientiert führen – über diese 3 entscheidenden P:

### **Produkt-ServiceQualität**

das ist mehr als die reine Produkt-Qualität. Die Produkt-ServiceQualität geht darüber hinaus. Sie berücksichtigt die Anwendungs- und Nutzungs-Qualität, sprich: die Einfachheit, die leichte Verständlichkeit und Bedienbarkeit, die Bequemlichkeit, die Vorteilhaftigkeit im Einsatz.

### **Prozess-ServiceQualität**

das ist die konsequente Ausrichtung unserer internen und externen Prozesse auf die Kundenbedürfnisse. Frage: Haben sich unsere Kunden nach uns zu richten oder richten wir uns nach den Kunden?

**Persönliche ServiceQualität.**

das ist die Eigen-Motivation, die persönliche Dienstleistungsbereitschaft, die Fach-Kompetenz aller, die mit den Kunden in Kontakt stehen. Aber auch all jener, die intern für die Kunden arbeiten in dem Bewusstsein, dass die Kunden ihre Arbeitgeber und Arbeitsplatz-Sicherer sind. Ohne dieses Bewusstsein, ohne diese interne ServiceKultur gibt es keine externe ServiceKultur.

**Eine Frage der Führung!**

Kundenorientiertes Führen – das ist das Gebot der Stunde. Entscheidend dabei ist, aus „Beschäftigten“ engagierte „Mitarbeiter“ zu machen, aus „Sach-Bearbeitern“, die nur Dienst nach Vorschrift leisten wollen, engagierte „Kunden-Betreuer“, die für die Kunden jene vorbildlichen ServiceErlebnisse schaffen, die Kunden anziehen, die sie immer wieder neu motivieren, gerne ihr Geld zu uns reinzubringen. Hier schließt sich dann wieder der Kreis.

Service ist eben nicht das kleine bißchen Extra, das nichts kostet. Service ist vielmehr die ganzheitliche Qualität unserer Leistungen. Service ist KundenBetreuung in Bestform!

In Zeiten, in denen Produkte und Leistungen immer ähnlicher werden, entscheidet die ServiceQualität über Wohl und Wehe des Unternehmens. Nicht zu 25%, nicht zu 50%, sondern zu 100%!

Vinzenz Baldus

Die ServiceSchule 15. Mai 2013

Service-Experte Vinzenz Baldus hat im Jahr den PartnerVerbund Die ServiceSchule ins Leben gerufen. Die ServiceSchule fördert die Entwicklung einer neuen ServiceKultur in der gewerblichen und freiberuflichen Dienstleistungs-Wirtschaft. Der Fokus ist auf die Persönliche ServiceQualität von Teamleitern und Mitarbeitern in der internen und externen KundenBetreuung gerichtet – in erster Linie in den KernZielgruppen Handel & Handwerk, Gastronomie & Tourismus und Gewerbliche & Freiberufliche Dienstleister!

Weitere Informationen zu Vinzenz Baldus finden Sie auf seinem Profil in unserer Service-Oase ([www.service-oase.info](http://www.service-oase.info)).



## Was Leitbetriebe zur Lokomotive für Umsatzsteigerung und Beschäftigung macht

Hervorragende Servicequalität sichert mehr Umsätze. Sie sichert damit langfristig die Zukunft von Unternehmen gerade auch in Phasen konjunktureller Flaute. Und sie sichert die Jobs der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter gerade auch dann, wenn es auf dem Arbeitsmarkt enger wird. Ganz abgesehen vom Vorsprung, den Service-orientierte Unternehmen damit in die nächste gesamtwirtschaftliche Aufschwungphase mitnehmen.

**Sie setzen bereits Top-Service um?  
Dann zeigen Sie es – als Leitbetrieb!**

- Nützen Sie „Leitbetrieb Deutschland“ bzw. „Leitbetrieb Österreich“ - das unabhängige, branchenübergreifende Wirtschaftsnetzwerk, das serviceorientierte Unternehmen verbindet.
- Sichern Sie sich einen klaren Vorsprung im Wettbewerb durch die ServiceMarke Leitbetrieb, das unübersehbare Signal für besseren Service.
- Sorgen Sie als Leitbetrieb auch international für ein neues Servicebewusstsein.
- Exzellente Servicequalität sichert Beschäftigung. Abgesehen davon das zusätzliche Umsätze generiert werden, stellt exzellente Servicequalität auch einen wesentlichen Faktor für die Entwicklung auf dem Arbeitsmarkt dar. Als strategischer Erfolgsgarant sichert sie Beschäftigung, und zwar nicht nur am Verkaufspult und im Front Office: Die Mehrumsätze, die durch konsequente Kundenorientierung und Kundenbegeisterung hier erzielt werden, geben letztlich den Ausschlag auch für Jobs in Produktion, Verwaltung etc.

Alle Informationen dazu finden Sie unter [www.leitbetrieb.com](http://www.leitbetrieb.com)  
Die gemeinsame Dachmarke „Leitbetrieb Deutschland“ bzw. „Leitbetrieb Österreich“ macht es ganz einfach, herausragende Service-Kompetenz zu vermitteln.



Das ServiceSiegel „Leitbetrieb“ tragen ausschließlich Unternehmen, bei denen Kundenservice besonders hohen Stellenwert hat. Umgekehrt tragen die Leitbetriebe mit ihren hohen Service-Standards zur Arbeitsplatzsicherung bei.

Das ServiceSiegel „Leitbetrieb“ ist sichtbarer Ausdruck dieser Serviceorientierten Unternehmensphilosophie.



Leitbetrieb  
Deutschland



Leitbetrieb  
Österreich



Leading Company  
of Germany



Leading Company  
of Austria

Es signalisiert den Kunden offensiv die Zugehörigkeit zu einer starken Gruppe von Unternehmen und weist seine Träger als besonders vertrauenswürdige Anbieter aus. So wird für Kunden auf einen Blick erkennbar, wo Servicequalität einen hohen Stellenwert hat.

**Ihre Servicequalität ist exzellent?  
Dann sollten Sie das auch zeigen!**

Nutzen Sie die gemeinsame  
ServiceMarke „Leitbetrieb“!

