



**Gestärkt aus der  
Krise - als  
Service-  
Leitbetrieb**

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

## Stärker aus der Krise - als ServiceLeitbetrieb

- Warum exzellente Servicequalität gerade jetzt ein Gebot der Stunde ist
- Worauf es beim Kundenservice in Zeiten der Einschränkungen besonders ankommt
- Weshalb Unternehmen in der aktuellen Situation mit einer „Mehrwert-Offensive“ punkten
- **PLUS:** Wie Sie mit der ServiceMarke Leitbetrieb jetzt ihre Marktposition festigen und ausbauen



Leitbetrieb  
Österreich



Leitbetrieb  
Deutschland



Sehr geehrte Unternehmerinnen,  
sehr geehrte Unternehmer,



die COVID-19-Pandemie bestimmt nach wie vor auf ganzer Linie das Geschehen. Sie hat gravierende Auswirkungen nicht nur auf die Gesundheit vieler Menschen und den Alltag von uns allen, sondern insbesondere auch auf zahlreiche Wirtschaftsbranchen. Je länger Lockdowns und andere Einschränkungen andauern, umso schwieriger wird für unzählige, direkt oder indirekt betroffene Unternehmen das Durchhalten.

Unternehmergeist ist jedoch in gewissem Maß immer auch Kampfgeist. Wer einen Betrieb führt, braucht nicht zuletzt den Willen, Widrigkeiten die Stirn zu bieten und sie aktiv zu überwinden. Nicht nur auf See, sondern auch in der Wirtschaft gilt: Erst grobes Wetter zeigt den guten Steuermann.

Deshalb gilt auch: Wer jetzt den richtigen Kurs setzt, kann einen entscheidenden Vorsprung erzielen und in die Zeit danach mitnehmen. Wer jetzt die eigenen Stärken und Erfolgsfaktoren optimiert und an neue Gegebenheiten anpasst, investiert nachhaltig in die Zukunft seines Unternehmens. Wer jetzt den Kunden beweist, dass sie sich auf ihn verlassen können, erntet Dankbarkeit und Weiterempfehlungen in besonderem Maß.

Deshalb ist hervorragende Servicequalität so wichtig – auch heute, gerade heute. Wie Sie mit kreativer Kundenorientierung gut diese Krise meistern und im besten Fall gestärkt daraus hervorgehen, darüber informiert Sie dieser neue ServiceLetter. Ich wünsche Ihnen wie immer eine nutz- und gewinnbringende Lektüre!

**Erich Stadler**

Gründer und Impulsgeber der AKZEPTA Group  
Initiator der ServiceMarke Leitbetrieb



## Die Kunden merken sich genau, wer in der Krise für sie da ist

**In schwierigen Zeiten punkten Unternehmen, welche die Unsicherheit und die gegenwärtigen Einschränkungen ihrer Kunden berücksichtigen und es schaffen, entsprechend optimierte Lösungen anzubieten.**

Tiefe Verunsicherung – das ist derzeit das vorherrschende Gefühl vieler Menschen. Laut einer internationalen Umfrage des Wirtschaftsprüfungs- und Beratungsunternehmens KPMG sind derzeit knapp 80 Prozent der Kundinnen und Kunden besorgt wegen der wirtschaftlichen Folgen der COVID-19-Pandemie. Zugleich ändern sich auch ihre Bedürfnisse deutlich, und zwar sowohl bei Endverbrauchern als auch bei Geschäftskunden im B2B-Bereich.

Umso wichtiger ist es für Unternehmen, sich in dieser Situation als zuverlässiger Partner zu zeigen. Wer auch jetzt in bewährter und kulanter Weise für seine Kunden da ist, erweist sich als vertrauenswürdiger, stabiler Anker. Wer in schwieriger Lage hilfreiche Lösungen bietet, erntet Anerkennung und Dankbarkeit. Eine wichtige Rolle spielt dabei die Fähigkeit, jene neuen Anforderungen, vor denen die Kunden im Moment stehen, zu erkennen und die eigenen Leistungen bzw. Produkte rasch daran anzupassen.

### **Darauf schauen, was Kunden jetzt brauchen**

So hat etwa die AKZEPTA Group trotz der Corona-bedingten Herausforderungen auf Kurzarbeit verzichtet und ihre Serviceleistungen darauf ausgerichtet, dass viele ihrer Kunden mit Einschränkungen und Veränderungen wie z. B. Home-Office konfrontiert sind. Durch kundengerechte Optimierungen gelang es im Geschäftsjahr 2020, die noch vor der Pandemie gesteckten Ziele trotz der äußerst schwierigen



Umstände zu erreichen. Mit dieser Personal- und Mehrwertoffensive wurden Umsatzrückgänge vermieden und Kundenbeziehungen gefestigt. Sogar zusätzliche Marktanteile konnten gewonnen werden, denn die zufriedenen Kunden zeigten ihre Dankbarkeit auch durch eine Vielzahl von Weiterempfehlungen

Das Beispiel AKZEPTA zeigt: Gerade in wirtschaftlich herausfordernden Phasen kommt es für Unternehmen darauf an, sich auf die eigenen Stärken zu fokussieren, diese weiterzuentwickeln und flexibel an neue Rahmenbedingungen anzupassen. Erstklassiger Kundenservice ist dabei ein entscheidender Punkt: Das Eingehen auf die speziellen Anforderungen und Bedürfnisse eines jeden Kunden mit dem Ziel, Hilfe für seine Probleme zu bieten, wird in unsicheren Zeiten besonders positiv wahrgenommen und geschätzt.

### **Nachhaltig und zukunftsorientiert**

Die Kunden merken sich sehr genau, wer in einer Krise für sie da war und sie gut betreut hat. Und sie erinnern sich daran, wenn sie den Krisenmodus längst verlassen haben und wieder wirtschaftliche Normalität herrscht. Deshalb ist exzellenter Kundenservice auch nachhaltig und zukunftsorientiert.

Doch der Umkehrschluss ist ebenso zutreffend: Die Krise macht auch deutlich, wo es um die Servicequalität schlecht bestellt ist. Daher sind Unternehmen gut beraten, gerade jetzt neben Bereichen wie z. B. Digitalisierung und Logistik auch ihren Kundenservice auf den Prüfstand zu stellen und, falls nötig, mit optimierten Servicemaßnahmen und verbesserter Servicekompetenz neu durchzustarten.

**Nutzen auch Sie in der Krise Ihre Servicekompetenz zu einer Mehrwert-Offensive für Ihre Kunden!**



## In eine gute Zukunft investieren – als Leitbetrieb der ServiceMarke!

**In krisenhaften Zeiten strahlen Betriebe mit Servicekompetenz besonders hell, weil sie Stabilität und Sicherheit vermitteln – aber nur, wenn man sie auch klar und deutlich als solche erkennt.**

Der Verlauf der Corona-Pandemie zeigt immer wieder, dass Prognosen derzeit bestenfalls einem Fahren auf kurze Sicht gleichen – und oft genug nur einem Stochern im Nebel. Wie lange es dauern wird, bis sich das wirtschaftliche und gesellschaftliche Umfeld wieder der Normalität annähert, ist weiterhin ungewiss. Unter derart volatilen und unsicheren Voraussetzungen werden Kaufentscheidungen gut überlegt. Das betrifft private Anschaffungen genauso wie betriebliche Investitionen.

In einem Punkt unterscheidet sich aber auch diese Krise nicht von früheren: Antizyklisch zu reagieren und zu investieren, macht Sinn. Allerdings gilt es in dieser Situation besonders genau zu prüfen und zu überlegen, in welchen Bereichen Investitionen einen möglichst großen Effizienzhebel und damit maximale Wirksamkeit aufweisen. Und da liegen hohe Kundenorientierung und außergewöhnliche Servicequalität ganz vorne.

### **PwC: Service in der Krise rechnet sich**

„Investitionen in Serviceexzellenz werden sich daher schnell amortisieren“, bestätigt auch PwC, eines der weltweit führenden Beratungsunternehmen, in einer aktuellen Publikation zum Thema [„Kundenbeziehungen sicher durch die Krise navigieren“](#)<sup>1)</sup>. Und weiter: „Die zeitnahe Umsetzung von Maßnahmen zur Optimierung des Kundenservices wird sich nicht nur an der Steigerung der Kundenzufriedenheit und -treue ablesen lassen, sondern auch Kostensenkungen ermöglichen.“ Umso mehr, wenn man den hohen Aufwand bedenkt, der nötig sein würde, um krisenbedingt verlorene Kunden zurückzugewinnen.



## Jetzt positive Signale setzen

Mehr denn je zählt daher heute das Vertrauen, welches Unternehmen bei ihren Kunden genießen. Angesichts der zahlreichen täglichen Negativmeldungen und pessimistischen Aussagen werden positive Signale aktuell umso stärker wahrgenommen. Betriebe, die auch jetzt mit vollem Einsatz und kompetenten Lösungen zuverlässig für ihre Kunden da sind, strahlen buchstäblich wie Leuchttürme. Sie vermitteln Beständigkeit, Sicherheit und Optimismus. Sie werden als relevant und vertrauenswürdig eingestuft.

## Starke Marken sind gefragt

Starke Marken schaffen es, diese Eigenschaften glaubhaft und auf einen Blick zu transportieren. Dadurch werden sie gerade in Krisenzeiten für die Kunden noch anziehender. Doch auch für starke Marken gilt: Nur wer konsequent Flagge zeigt und aktiv – besser noch: proaktiv – kommuniziert, wird dauerhaft als überzeugend und verlässlich wahrgenommen.

Mit der ServiceMarke Leitbetrieb vermitteln kunden- und werteorientierte Unternehmen diese Botschaft ebenso einfach wie deutlich. Sie zeigen damit, dass sie auch in dieser außergewöhnlichen Phase für ihre Kunden da sind.

## Neue Herausforderungen, voller Einsatz

In der aktuellen Situation ist die markante Wort-Bild-Marke darüber hinaus Erkennungszeichen von Unternehmen, die wissen, dass ihre Kunden vielfach von Einschränkungen betroffen sind, und die wie gewohnt alles daran setzen, um auch diese neuen Anforderungen optimal zu erfüllen.

**Zeigen Sie Flagge in stürmischen Zeiten – mit der ServiceMarke als zuverlässiger, zukunftsorientierter ServiceLeitbetrieb!**

<sup>1)</sup> „Kundenbeziehungen sicher durch die Krise navigieren“,  
[PricewaterhouseCoopers GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft \(2020\)](#)





**Leitbetriebe** sind Vordenker und dankbar für die gebotenen Möglichkeiten!

Dies zeigen Sie als Statement in der **NEW BUSINESS**

Statement  
Michael u. Günter  
Benninger



NewBusiness Ausgabe  
DEZ.20 / JAN.21

Statement  
Erich Stadler



NewBusiness Ausgabe  
DEZEMBER 2020

Statement  
Johann  
Waldenberger



NewBusiness Ausgabe  
NOVEMBER 2020

Statement  
Harald Hlafka



NewBusiness Ausgabe  
OKTOBER 2020

**Ihre Servicequalität ist exzellent?**

**Dann sollten Sie das auch zeigen!**

**„Unternehmensservice - gilt als die  
Quelle für nachhaltiges Wachstum“,**

davon sind Führungspersonlichkeiten  
aus acht europäischen Ländern überzeugt.

Nutzen Sie die Kraft der gemeinsamen  
**ServiceMarke Leitbetrieb!**





## Kennen Sie auch schon unsere anderen ServiceLetter?



ServiceLetter Nr. 35  
September 2020



ServiceLetter Nr. 34  
April 2020



ServiceLetter Nr. 33  
Oktober 2019



ServiceLetter Nr. 32  
September 2019

[Hier können Sie den gratis ServiceLetter abonnieren!](#)

Hier gibt's Informationen rund um das Thema Servicequalität.

**Wir garantieren Ihnen - Ein Blick lohnt sich!**



Leitbetrieb  
Österreich



Leitbetrieb  
Deutschland



Leading Company  
of Austria



Leading Company  
of Germany

... für eine  
**blühende**  
Servicelandschaft

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