

Handelsblatt

DEUTSCHLANDS WIRTSCHAFTS- UND FINANZZEITUNG

SONDERVERÖFFENTLICHUNG AUS HANDELSBLATT 119
VOM 24. JUNI 2020

ÜBERREICHT DURCH  **abcfinance**

RATING

Mit Vertrauen zum Erfolg

Kundenorientierung beginnt bei der Motivation der eigenen Mitarbeiter. Das zeigt der Unternehmenswettbewerb Top Service Deutschland.

Andreas Schulte Köln

Urich Müllers Erfolgsrezept klingt simpel: „Mitarbeiter, die hochmotiviert sind, werden auch beim Kunden überzeugen“, sagt der Sprecher der Geschäftsführung des Frankfurter IT-Dienstleisters Operational Services (OS). Kundenorientierung beginnt für Müller konsequent bei den Arbeitsbedingungen der über 800 Mitarbeiter. An zehn Standorten plant und betreibt Operational Services in eigenen Rechenzentren komplexe Informationssysteme. Die anspruchsvollen Kunden stammen aus der Automobil- oder Logistikbranche, aus Banken, Versicherungen und dem öffentlichen Sektor. Für seine Arbeitgeberattraktivität wurde das Unternehmen schon mehrfach ausgezeichnet - auch dank vieler Weiterbildungsangebote, Teilzeitanforderungen und fairer Bezahlung.

Gestern kam für Müllers Team eine weitere Trophäe hinzu: Beim Unternehmenswettbewerb „Top Service Deutschland“ gewann Operational Services den Branchenpreis für IT-Dienstleister. Das Ranking für konsequente Kundenorientierung erstellt die Kölner Beratung Service-Rating für das Handelsblatt. Basis ist ein Bewertungsmodell des Instituts

Die besten Dienstleister 2020

Gesamtsieger und Branchenpreisträger des Wettbewerbs
Top Service Deutschland*

Platzierung B2C Business to Consumer


- 1 **Deutsche Vermögensberatung**
- 2 Deutsche Proventus
- 3 Cewe Stiftung
- 4 Tecis Finanzdienstleistungen
- 5 Hannoversche Lebensversicherung
- 6 Horbach Wirtschaftsberatung
- 7 Swiss Life Select
- 8 R+V Betriebskrankenkasse
- 9 Eismann Tiefkühl-Heimservice
- 10 IKK Südwest


Platzierung B2B Business to Business


- 1 **Abcfinance**
- 2 Schindlerhof Kobjoll
- 3 Operational Services
- 4 DKV Euro Service
- 5 Protection One
- 6 Damovo Deutschland
- 7 ADP Gauselmann
- 8 AGL Activ Services
- 9 Concat
- 10 Piepenbrock Service


Branchensieger


1. Energiedienstleistungen
EVH
- 

1. Finanzdienstleistungen
Abcfinance
- 

1. Schaden-/Unfall-/Lebensversicherung
Hannoversche Lebensversicherung
- 

1. Telekommunikation
Netcologne
- 

1. IT-Dienstleistungen
Operational Services
- 

1. Gebäudedienstleistungen
Protection One
- 

*Ausgezeichnet von Service-Rating in Kooperation mit dem Institut für Marktorientierte Unternehmensführung der Universität Mannheim und dem Handelsblatt
HANDELSBLATT

Quelle: Service-Rating

für Marktorientierte Unternehmensführung der Universität Mannheim. Die Preise wurden in diesem Jahr per Videokonferenz vergeben. Über Branchen-kategorien hinweg siegten in der allgemeinen Wertung der Finanzdienstleister Abc finance beim B2B-Geschäft und Deutsche Vermögensberatung im Endkundensegment.

Moderne Arbeitsmethoden

Dass Finanzunternehmen die ersten Plätze belegen, überrascht Service-Rating-Geschäftsführer Franz Gresser nicht. New-Work-Modelle mit flexiblen Arbeitszeiten und flachen Hierarchien würden in der Finanzbranche schon länger praktiziert. „Diese Arbeitsmethode wirkt sich auch positiv auf den Umgang mit Kunden aus. Kundenorientierung fängt bei den eigenen Mitarbeitern an“, erläutert Gresser.

Agile Strukturen und großer Entscheidungsspielraum sind auch bei Operational Services gelebte Praxis, sagt Geschäftsführer Müller. Technische Expertise reiche als Qualifikation nicht aus. „Unsere Mitarbeiter müssen auf der fachlichen Seite top sein und zugleich den Umgang mit den Kunden beherrschen.“ Besonders eigenverantwortlich können OS-Mitarbeiter im direkten Kundenkontakt agieren. Die sogenannten Service Manager handelten wie Geschäftsführer, sagt Müller. Sie müssten sich tief in Projekte eindenken, die auf Kundenseite unternehmenskritisch sind. Bei Kundenmeetings erläutern die Führungskräfte den OS-Mitarbeitern die Bedeutung der zu betreuenden IT-Systeme. „Unsere Kunden fordern dies ein. Die Vorgehensweise schafft eine enge Beziehung“, sagt Müller.

Überraschendes Extra

Den Kunden verblüffen mit Extraleistung - dieses Ziel hat Sylke Mokrus, Geschäftsführerin von Protection One. Das Unternehmen aus Meerbusch bietet mit rund 250 Mitarbeitern Sicherheitslösungen gegen Einbruch, Überfall und Brand und siegte in der Kategorie Gebäudedienstleistungen. Ein Alleinstellungsmerkmal sei die Live-Tä-

teransprache: Erkennt ein Videosystem einen Einbrecher im überwachten Objekt, spricht der Mitarbeiter in der rund um die Uhr besetzten Leitstelle den Täter via Anlage an: „Letzte Aufforderung vor Einschaltung der Polizei!“ Dies schlägt verdutzte Einbrecher in der Regel in die Flucht, bevor sie Beute machen.

”

**Mitarbeiter
und Kunden
sind bei uns**

keine

Nummer.

Wir fördern
die

Individualität.

Ulf Menssen
Netcologne

„Ich verstehe mich nicht nur als Dienstleister für unsere Kunden, sondern auch als Dienstleister für meine Mitarbeiter“, sagt Mokrus. Sie verweist auf flache Strukturen. „In manchen Teams bin ich in meiner Funktion nicht die Geschäftsführerin, sondern ein Teammitglied wie jedes andere“, sagt sie. Auch als Chefin erledigt sie, wenn nötig, alltägliche Kundenanfragen. Bei Protection One entscheidet nicht der Dienstgrad über die Verteilung von Aufgaben: „Wir haben Experten für jeden Bereich. Es macht derjenige, der es in der jeweiligen Situation am besten kann“, sagt Mokrus. Gelingt ein Job besonders gut, kann auch einmal ein Bonus winken.

„Entscheidend ist im Wettbewerb das eine Prozent, das jenseits der Hundert liegt“, erklärt Mokrus. „Bei einer hundertprozentigen Leistung von uns ist der Kunde zufrieden. Aber erst mit dem einen Prozent mehr, das bei jedem Kunden ganz unterschiedlich ausfällt, bleibt man im Gespräch.“ Mitunter versetzt auch eine zugesandte Gartenschere die Kunden in Begeisterung. So geschehen, als einmal Grünzeug im Garten allmählich in das Sichtfeld einer Überwachungskamera hineinwuchs.

Service-Rating-Geschäftsführer Gresser hält die Strategie für erfolgversprechend. „Wenn die Produkte oder Dienstleistungen innerhalb einer Branche vergleichbar sind, ist es für Unternehmen umso wichtiger, sich über ein individuelles Serviceprofil von anderen Unternehmen abzuheben.“

Diesem Gedanken folgt auch Netcologne, Gewinner in der Kategorie Telekommunikation. Der Kölner Provider mit knapp tausend Mitarbeitern bietet seinen Kundenberatern mehr als manch anderes Callcenter: ergonomische Tische, großzügig gestaltete Arbeitsplätze und nicht zuletzt weitreichendere Befugnisse. Wie lange eine Beratung dauert und wie der Berater das Gespräch führt, entscheidet er selbst. Eine vorgegebene Zeit und einen Gesprächsleitfaden, wie mancherorts üblich, gibt es nicht. „Mitarbeiter und Kunden sind bei uns keine Nummer. Wir fördern die Individualität unserer Mitarbeiter und sehen, dass unsere Kundenbetreuer diese Haltung an die Kunden weitergeben“, sagt Ulf Menssen, Leiter Privatkunden. Ein Anliegen werde erst ad acta gelegt, wenn es zur Zufriedenheit des Kunden gelöst sei. Das Konzept zahle sich aus. Dies belegten die monatlich per E-Mail erhobenen internen Kundenzufriedenheitsanalysen.

Erweiterte Befugnisse für Mitarbeiter hält Service-Rating-Geschäftsführer Gresser für ein Gebot der Stunde: „In Zeiten, in denen sich Technologien und Umweltbedingungen radikal ändern, müssen Entscheidungen schnell getroffen

werden. Für eine Freigabe aller Entscheidungen durch die Chefetage bleibt keine Zeit.“ Die wichtigste Voraussetzung für zusätzliche Entscheidungskompetenz sei Vertrauen der Unternehmensleitung in die Mitarbeiter.

Ulf Menssen erlebt das in der Praxis: „Spüren Mitarbeiter Vertrauen, verhalten sie sich besser“, erläutert er. Momentan ist Menssen darauf mehr denn je angewiesen. Denn wegen der Coronakrise befinden sich 95 Prozent der telefonischen Kundenberater im Homeoffice. Bereits vor Corona hatte Netcologne damit Erfahrungen gesammelt - das Vorgehen war erprobt, als es darauf ankam. Ein kleiner Firmencorner pro Mitarbeiter ermöglicht es den Beratern, sich zu Hause an alle für die Arbeit nötigen IT-Systeme anzudocken. „Der Umzug ins Homeoffice verlief reibungsloser, als man bei Ausbruch der Krise zunächst befürchten musste“, sagt Menssen.

Netcologne mache gute Erfahrungen mit der Heimarbeit, auch die Mitarbeiter seien zufrieden, sagt Menssen. Ein Konzept mit Zukunft: „Wir werden das Arbeiten im Homeoffice auch künftig in unseren Kundenserviceprozess integrieren.“

- Anzeige -

Sie wollen
selbst unseren
Service
testen?

Sprechen Sie
uns an!

0800-5256200
info@abcfinance.de
www.abcfinance.de

 **abcfinance**