

---

# VENTURA

Das Private-Banking-Magazin Ihrer Sparkasse

---

www.sparkasse.de 1 | 2015



[ Chronometer ]  
Uhren der Abenteurer

[ Interview ]  
Touristen im Weltall

[ Spitzenköche ]  
Fluch der Sterne



## Monumentale Kunst

Jahrhundertwerke des Brückenbaus

---

# Das richtige Servicemaß

**Guter Service ist Gold wert, schlechter Service hingegen vertreibt die Kunden. Wer sich als Unternehmen im digitalen Zeitalter behaupten will, muss seine autonomen und kritischen Kunden ernst nehmen und in Dialog mit ihnen treten.**

∴ Von Sabine Hübner

---

**Service ist wie darstellende Kunst.** Er ist nicht materiell, jeder Moment ist einmalig, er entsteht im Zusammenspiel mit dem Kunden, wird individuell unterschiedlich wahrgenommen und lebt via Kommunikation. Deshalb ist Service nur schwer standardisierbar, planbar, kalkulierbar und messbar. Ein Fehler lässt sich nicht so einfach reparieren. So hinterlässt der Mitarbeiter, der den Kunden mit einem falschen Namen anspricht, einen faden Beigeschmack. Ein Auszubildender, der dem vollbepackten Besucher die Tür nicht aufhält, verärgert diesen. Ein schlechter Servicefilm lässt sich nicht einfach zurückspulen und mit einem besseren Drehbuch neu produzieren. Herausragender Service hingegen ist von Anfang an perfekt.


Der Konsument von heute kennt sich überall aus, er nutzt alle Kommunikationskanäle, zahlt über verschiedene Transaktionskanäle und erhält seine Ware über alle Lieferkanäle. Damit ist der Kunde so autonom, informiert, kritisch und wählerisch wie nie zuvor. Für Unternehmen wird jeder Kundenkontakt zur existenziellen Prüfung. Stimmt der Service nicht, ist der Kunde weg.

So möchte ein Buch- oder E-Book-Leser seinen lokalen Buchhändler genau wie den großen Onlineshop per E-Mail erreichen oder per Onlinebestellformular, er will anrufen können, ein Fax oder eine SMS schicken – wie es gerade passt. Und er bewertet beide Händler gnadenlos offen und öffentlich in seinen Web-2.0-Erfahrungsberichten. Unternehmen kommunizieren nicht mehr einseitig mit den Konsumenten, sondern Konsumenten kommunizieren untereinander über Unternehmen und direkt mit Unternehmen. Kunden helfen anderen Kunden in Blogs und Communitys. Das bedeutet, dass Unterneh-

men neue Kommunikations- und Dialogformen brauchen – weg von einem „Aneinandervorbei“, hin zu einem „Miteinander“.

Die universelle Formel für Service und Kommunikation gibt es nicht. Beides muss heute so individuell sein, wie Menschen unterschiedlich leben, arbeiten und konsumieren. Genau hier setzt die neue Servicelogik an. Sie bietet Lösungen statt Produkte, individuelle Hilfe statt Massenkommunikation.

Exzellenter Service bedeutet nicht unbedingt „mehr“ Service und „mehr“ Kommunikation, sondern einen „genau richtigen“ Service samt Kommunikation. Es geht nicht um die Frage „Digital oder persönlich?“. Es geht um die Frage, wie Unternehmen digitale und persönliche Services perfekt verbinden. Die Kommunikation der Zukunft ist Service. Und der Service der Zukunft ist Kommunikation. Wir kommen nicht daran vorbei, mehr, besser, intensiver und intelligenter mit unseren Kunden zu reden, wenn wir auch morgen erfolgreich – besser noch: erfolgreicher – sein wollen. Wobei mit „wir“ die Spitze der Unternehmen genauso gemeint ist wie jeder einzelne Mitarbeiter in jeder Abteilung, denn im Zeitalter der Vernetzung steht jeder im Fokus des Kunden.

Wenn es darum geht, Servicekultur in die Tat umzusetzen, ist jeder Einzelne wichtig. Nicht nur die ausgeklügelte Strategie entscheidet darüber, ob ein Angebot relevant ist, sondern vor allem die Empathie der Mitarbeiter. Im besten Fall erahnen sie, was für den einzelnen Kunden genau in diesem Moment wertvoll ist. In Zukunft werden diejenigen Unternehmen die erfolgreichsten sein, denen es gelingt, ihre Kunden nicht mehr als anonyme Verbraucher wahrzunehmen, sondern als individuelle Wertschöpfer. 



*Sabine Hübner hilft Unternehmen, deren Servicekultur zu verbessern. Außerdem hat die Österreicherin mehrere Bücher zum Thema veröffentlicht. Mehr zu der Expertin auf ihrer Internetseite [sabinehuebner.de](http://sabinehuebner.de).*