

# Deutschlands **kundenorientierteste** Dienstleister 2011



## **DAS ORIGINAL!**

### **6 JAHRE ERFAHRUNG:**

- + 55.000 Kundenbefragungen
- + 600 Unternehmensbefragungen
- + 100 Analysepräsentationen
- + 1.200 Medienveröffentlichungen
- + 100 Fachartikel

Jetzt anmelden für den  
Wettbewerb 2011

Der Wettbewerb wird ausgerichtet von:

**Handelsblatt**

 Institut für Versicherungswirtschaft  
Universität St. Gallen

 **ServiceRating**



## Sehr geehrte Damen, sehr geehrte Herren,



Kunden sind immer öfter bereit, aktive Rollen im gemeinsamen Wertschöpfungsprozess zu übernehmen. Insbesondere in Dienstleistungsindustrien ist dieser Trend spürbar: Wettbewerbsvorteile lassen sich nachhaltig nur dann erreichen, wenn es gelingt, Kundenbedürfnisse besser zu erkennen, spezifischere Lösungen für unterschiedliche Kundengruppen zu entwickeln und diese mit dem Kunden gemeinsam zu „produzieren“.

Dazu braucht es ein anderes Bild vom Kunden. Kundenorientierung bedeutet, alle Unternehmensprozesse aus Sicht des Kunden zu beurteilen, Strukturen und Kulturen aufzubauen und somit Mitarbeitern Anreize zu bieten, ihr Handeln im Sinne der Kunden auszurichten. Doch Praxisbeispiele zeigen, dass trotz interner Anstrengungen oft nicht die gewünschten Erfolge erzielt werden. Die zentrale Frage lautet demzufolge: Was schafft Mehrwert aus Kundensicht und wie lässt sich Kundenorientierung im Unternehmen umsetzen?

Vor diesem Hintergrund haben das I.VW der Universität St. Gallen,

ServiceRating und das Handelsblatt den Wettbewerb „Deutschlands kundenorientierteste Dienstleister“ ins Leben gerufen. Hier haben Dienstleistungsunternehmen die Chance, sich einer umfassenden der Kundenorientierung zu stellen, um daraus erfolgversprechende Maßnahmen ableiten zu können.

Der Wettbewerb findet bereits zum sechsten Mal statt und hat sich zum Standard in der Messung der Kundenorientierung entwickelt. „Deutschlands kundenorientierteste Dienstleister“ ermöglicht einen branchenbezogenen sowie -übergreifenden Benchmark auf Basis des 7K-Modells der Customer-Value Forschung des I.VW der Universität St. Gallen. Die bestplatzierten 50 Unternehmen profitieren von der Berichterstattung im Handelsblatt, Deutschlands größter Wirtschafts- und Finanzzeitung und genießen eine hohe Sichtbarkeit in zahlreichen weiteren Medien. Allein zum Wettbewerb „Deutschlands kundenorientierteste Dienstleister“ 2010 wurden über 1.200 Veröffentlichungen registriert.

Inzwischen haben mehr als 600 Unternehmen am Wettbewerb teilgenommen. Ich lade Sie herzlich ein: Vergleichen Sie sich mit den führenden Dienstleistungsunternehmen in Deutschland. Wir würden uns freuen, Sie in der Gruppe der kundenorientiertesten Dienstleister Deutschlands willkommen zu heißen.

Prof. Dr. Peter Maas,  
Institut für Versicherungswirtschaft der Universität St. Gallen



### Was Ihnen die Teilnahme bringt:

- + Umfangreiche Berichterstattung im Handelsblatt
- + Wissenschaftliches Benchmarking mit Hilfe des bundesweiten Standards für die Messung von Kundenorientierung
- + Einzigartiges Stärken- und Schwächen-Profil aus Kundensicht
- + gesonderte Auszeichnung als kundenorientiertester Dienstleister für die Top 3 des Gesamtrankings, für die Branchenbesten sowie Sonderpreise für herausragende Einzelleistungen
- + Signalwirkung für Kunden durch das Siegel „Deutschlands kundenorientierteste Dienstleister“ für die 50 besten Unternehmen
- + Teilnahme am Netzwerk der Besten – Austausch auf Vorstands- und Geschäftsführerebene
- + Laufende Teilnahme an den neuesten Analysen der Entscheider- und Kundenbefragungen, die ganzjährig durchgeführt werden

### Wer kann teilnehmen?

Am Wettbewerb „Deutschlands kundenorientierteste Dienstleister 2011“ können alle in Deutschland tätigen Dienstleistungsunternehmen teilnehmen. Die Teilnahme ist für rechtlich eigenständige Gesellschaften oder Gesamtunternehmen, die am Markt unter einer Marke agieren, möglich. Alle Dienstleister mit B2C- und B2B-Kunden sind zum Wettbewerb eingeladen.

Die Teilnahme wird bis zur Veröffentlichung der 50-Besten-Liste vertraulich behandelt.

Unternehmen, die sich nicht unter den Top 50 platzieren, bleiben anonym. Die 50-Besten-Liste wird erstmals zur Preisverleihung im März 2011 und anschließend im Handelsblatt veröffentlicht.

**Anmeldeschluss: 1. November 2010**



## Kundenorientierung – Auszeichnung mit sieben Siegeln

Die Kundenorientierung der teilnehmenden Unternehmen wird auf Grundlage des 7-K-Modells aus der Customer-Value-Forschung der Universität St. Gallen bewertet. Sie macht den abstrakten Begriff „Kundenorientierung“ an sieben Dimensionen fest: Kundenorientierung beginnt beim Vorstand und hört beim einfachen Angestellten auf (Kundenorientierung). Die richtige Auswahl und Motivation der Mitarbeiter und Partner schafft die nötige Servicebereitschaft bei allen am Geschäft Beteiligten (Kompetenz). Beratung und Servicequalität werden täglich neu auf den Prüfstand gestellt (Kontrolle). Gegenüber dem Kunden sollen Marktleistungen sowie die Ansprüche des Kunden möglichst deckungsgleich sein (Konfiguration). Dafür fördert das Unternehmen den Dialog mit dem Verbraucher bzw. Geschäftspartner (Kom-

munikation). Das Leistungsangebot wird durch Kooperationspartner erweitert (Kooperation). Abschließend gilt es, den Erfolg versprechenden Kunden zu entdecken und sich auf ihn zu fokussieren (Kommerzialisierung). Alle sieben Dimensionen wirken nicht isoliert, vielmehr greifen sie ineinander und verstärken sich im Idealfall gegenseitig. Für den Wettbewerb wird die Kundenorientierung der Unternehmen in verschiedenen Stufen untersucht:

- + **Managementfragebogen**
- + **Kundenzufriedenheitsanalyse bei 100 Kunden**
- + **Unternehmens-Audit bei den Besten**

Aus den Ergebnissen ergibt sich das Ranking der 50 kundenorientiertesten Dienstleister.

## Teilnehmerstimmen

„Der Wettbewerb stellt für uns als pharmazeutisches Unternehmen ein nützliches Instrument zur Optimierung unserer firmeninternen Prozesse und Benchmark mit anderen Dienstleistungsunternehmen aus anderen Branchen in puncto Kundenorientierung dar. Die gute Platzierung im Wettbewerb bestätigt unseren sehr guten Kundenservice durch kompetente und freundliche Mitarbeiter, hohe Produktqualität, guten Service und adäquate Information und Kommunikation. Die Ergebnisse des Wettbewerbs nutzen wir für unseren kontinuierlichen Verbesserungsprozess, genauso wie Anregungen aus der Kommunikation mit anderen Teilnehmern. Im kommenden Jahr wollen wir uns wieder messen und nehmen daher erneut teil.“

*Dr. Caroline Boettcher, Manager Regulatory Affairs&QM  
ALK-SCHERAX Arzneimittel GmbH*

„Alle reden von Kundenzufriedenheit oder wie wir von Kundenbegeisterung, doch was sagt eigentlich der Kunde? Wissen wir wirklich, ob unsere Kunden zufrieden oder sogar begeistert sind? Der Wettbewerb ‚Deutschlands kundenorientiertester Dienstleister‘,

der gemeinsam vom Handelsblatt, der Universität St. Gallen, dem Institut ServiceRating und der Unternehmensberatung Steria Mummert Consulting ausgelobt und vergeben wurde, hat die Kunden der Dienstleister befragt. Wir haben uns die Spiegel vorhalten lassen, um sicher zu gehen, dass wir auf dem richtigen Weg sind. Wir sind sehr stolz, den 30. Platz in Deutschland und sogar den besten Platz im Bereich der Logistik bei dem Wettbewerb erzielt zu haben. Dies ist Ansporn für uns, unseren Service am Kunden weiter zu verbessern. Daher werden wir uns auch im nächsten Jahr an dem Wettbewerb beteiligen.“

*Karl Engelhard, Generalbevollmächtigter  
Hellmann Worldwide Logistics*

„Der Wettbewerb ‚Deutschlands kundenorientierteste Dienstleister‘ ist inzwischen auf dem Weg, sich als feste Maßeinheit für Serviceorientierung zu etablieren. Gerade auch die professionelle Durchführung hat uns geholfen, unsere Serviceprozesse kritisch zu durchleuchten und weiter zu optimieren.“

*Stefan Bora, Zentralbereich Markenmanagement,  
ALTE LEIPZIGER Lebensversicherung*

## Weitere Medienpartner:

**Sparkasse**

Das Managermagazin für die Sparkassen-Finanzgruppe.

**BANKMAGAZIN**

Die Fachzeitschrift für Fach- und Führungskräfte der Finanzwirtschaft.

**versicherungs**  
magazin

Fachzeitschrift für den Versicherungsvermittler.

**>e** energiespekturr

Energiemagazin für die Entscheider der Branche.

**Der Handel.**  
Das Wirtschaftsmagazin für Handelsmanagement

Das Wirtschaftsmagazin für Handelsmanagement.





### Start-Paket EUR 4.900

Steigen Sie ein in den Wettbewerb und buchen Sie das Start-Paket! Wir führen für Sie eine Kundenbefragung durch und befragen Ihr Management. Profitieren Sie von einer ausführlichen Berichtlegung mit Benchmarkvergleich und Stärken-Schwächen-Analyse. Nutzen Sie das Wettbewerbs-Logo bei einer Platzierung unter den Top 50 als Qualitäts-Marketinginstrument.

- + Wettbewerbsteilnahme 2011
- + Kundenbefragung
- + Managementbefragung
- + Bei Top-10-Platzierung Unternehmens-Audit vor Ort
- + Standard-Benchmark-Report (ca. 90 Seiten), inkl. Best Practices
- + Zeitreihe bei Folge-Teilnahme
- + Bei Top-50-Platzierung Logo-Bereitstellung
- + Teilnahme an der Preisverleihung

**Optional:** Teilnahme am Top-Management-Seminar an der Universität St. Gallen / Schweiz  
Kosten zusätzlich: EUR 2.500



### Individual-Paket EUR 6.900

Steigern Sie Ihren Nutzen aus dem Wettbewerb und buchen Sie das Individual-Paket! Vergleichen Sie sich mit den Besten und speziell mit Teilnehmern aus Ihrer Branche. Gehen Sie über das 7-K-Modell hinaus und prüfen auch spezifische Aspekte. Entwickeln Sie Ihre Kundenorientierung durch Anregungen über Best Practice-Beispiele.

- + Wettbewerbsteilnahme 2011
- + Kundenbefragung
- + Managementbefragung
- + Bei Top-10-Platzierung Unternehmens-Audit vor Ort
- + Individual-Benchmark-Report (ca. 130 Seiten), inkl. Best Practices und Branchenvergleich
- + Zeitreihe bei Folge-Teilnahme
- + Bei Top-50-Platzierung Logo-Bereitstellung
- + Teilnahme an der Preisverleihung

**Optional:** Teilnahme am Top-Management-Seminar an der Universität St. Gallen / Schweiz  
Kosten zusätzlich: EUR 2.500



### Premium Plus-Paket EUR 19.800

Steigen Sie ein in den Entwicklungsprozess und buchen Sie das PremiumPlus-Paket! Wir begleiten Sie über zwei Wettbewerbsteilnahmen. Nutzen Sie zwei zusätzliche individuelle Unternehmensanalysen und Analysepräsentationen zwischen den Messzeitpunkten als Weichenstellung. Treten Sie in den Dialog ein und lassen Sie sich inspirieren durch ein gemeinsames Top-Management-Seminar in St. Gallen.

- + Wettbewerbsteilnahme 2011 & 2012
- + Zwei Kundenbefragungen
- + Zwei Managementbefragungen
- + Bei Top-10-Platzierung Unternehmens-Audit vor Ort
- + Zwei Individual-Benchmark-Reports (jeweils ca. 130 Seiten), inkl. Best Practices und Branchenvergleich
- + Zeitreihenanalyse über beide Wettbewerbsteilnahmen
- + Begleitung des Unternehmens über zwei individuelle, aufeinander aufbauende Workshops vor Ort
- + Teilnahme am Top-Management Seminar an der Universität St. Gallen / Schweiz
- + Teilnahme an den Preisverleihungen

Alle angegebenen Preise verstehen sich zzgl. Mehrwertsteuer.

**SONDERKONDITIONEN FÜR FRÜHBUCHER!**

Anmeldung bis 30.06.2010: 10% Rabatt  
Anmeldung bis 30.09.2010: 5% Rabatt

**Optional:** Analysepräsentation vor Ort (bei PremiumPlus inklusive) EUR 2.300 inkl. Reisekosten

### Wie läuft der Wettbewerb ab?

- |  |  |
|--|--|
| + Anmeldung der Teilnehmer                         | bis 01. November 2010  |
| + Versand der Managementfragebögen                 | ab Anmeldung   |
| + Bereitstellung von Daten für Kundenbefragung     | einen Monat nach Anmeldung, spätestens bis 15. November 2010 |
| + Rücksendung der Managementfragebögen             | bis 15. Dezember 2010  |
| + Feldphase Kundenbefragung                        | 15. September bis 15. Dezember 2010                          |
| + Unternehmens-Audit                               | 31. Januar bis 19. Februar 2011                              |
| + Preisverleihung/Veröffentlichung im Handelsblatt | März 2011  |

**Kontakt:** Wettbewerb „Deutschlands kundenorientierteste Dienstleister“,  
Faktenkontor GmbH, Normannenweg 30, D-20537 Hamburg  
Tel: +49 (0)40 227 03 - 5060, Fax: +49 (0)40 227 03 - 1060, info@bestedienstleister.de