

ÖBB erhält Qualitätssiegel für Kundenorientierung



20.06.2018 – ALEXANDER JÜNGER

Der Kundenservice der Österreichischen Bundesbahnen (ÖBB) hat das Qualitätssiegel „Top Service Österreich 2018“ für ausgezeichnete Kundenorientierung im B-to-C-Segment erhalten. Der Fokus bei den ÖBB, guten Service schon weit vor der Bahnfahrt selbst zu bieten, hat sich damit ausgezahlt.

Insgesamt 21 österreichische Unternehmen unterschiedlicher Branchen erhielten im Rahmen der „fête d'excellence“ in der Ankerbrotfabrik vor über einhundert Gästen das Qualitätssiegel „Top Service Österreich 2018“ für besondere Kundenorientierung verliehen. Basis für die Auszeichnung ist eine wissenschaftlich entwickelte Befragung von Kunden und Führungskräften sowie ein Audit für die besten Unternehmen. Verliehen wird das Siegel vom Beratungs- und Marktforschungsunternehmen "emotion banking".

99 Prozent beträgt die Fallabschlussquote im telefonischen Kundenservice der ÖBB. Auch wenn das Motto "One call does it All" heißt, stehen die ÖBB auch auf schriftlichem Weg über verschiedenste Kanäle für Kundenanfragen bereit. „Hinter jedem ausgezeichneten Service stehen engagierte Menschen“, so Valerie Hackl, Vorstandsmitglied der ÖBB-Personenverkehr AG, zum Erhalt des Qualitätssiegels. Die Auszeichnung zeige "die Verankerung des Servicegedankens in der ÖBB und belegt die sehr gute Arbeit der letzten Jahre". Sie dankte besonders dem Leiter des Vertriebs, Martin Schmutz, und seinem Team im ÖBB Kundenservice, "die täglich auf unsere Kundinnen und Kunden zugehen und dabei ihr Bestes geben".

Der Wettbewerb "Top Service Österreich" gibt Unternehmen verschiedener Branchen und Größen die Möglichkeit, ihre Kundenorientierung unabhängig messen und auszeichnen zu lassen. Betrachtet werden dabei unter anderem Unternehmenskultur, Strategie, Prozesse, Produkt- und Dienstleistungsangebot, Vertrieb und Preis, Weiterempfehlung und die Wirkung auf den Kunden. Die Auszeichnung im Netzwerk der Besten macht guten Service wie im ÖBB Kundenservice sichtbar. „Der Kundenservice der ÖBB hat in allen betrachteten Dimensionen der Kundenorientierung wie Rahmenbedingungen, Steuerung, Interaktion und Wirkung auf den Kunden überzeugt“, kommentiert emotion banking-Geschäftsführerin Barbara Aigner. Lohn für die Mühen: Ein Net Promoter Score von +92. "Das ist der höchste Wert im heurigen Wettbewerb", gratuliert Aigner, "Chapeau!"

Im Foto oben v.l.n.r.: Christian Rauscher (Geschäftsführer emotion banking), Martin Schmutz (Leiter Vertrieb ÖBB-Personenverkehr AG), Robert Sluka (Teamleiter Sound im Kundenservice der ÖBB-Personenverkehr AG), Holger Blumör (Leiter Kundenservice ÖBB-Personenverkehr AG), Valerie Hackl (Mitglied des Vorstands der ÖBB-Personenverkehr AG) und Barbara Aigner (Geschäftsführerin emotion banking)