

Ralf Schweighöfer,
Country Manager DHL
Express Österreich
Foto: DHL Express



Dr. Barbara Aigner,
GF Top Service
Österreich
Foto: emotion banking



Top Service Österreich prämiert ausgezeichnete Unternehmen DHL Express holt sich den Gesamtsieg

Zwölf Unternehmen erhielten bei der „fête d'excellence“ das Qualitätssiegel „Top Service Österreich“ für exzellente Kundenorientierung. Den Sieg holte sich DHL Express Austria, Platz zwei die A1 Telekom Austria und der 3. Platz geht ex aequo an die mittelständischen Unternehmen Hofmann Personal Österreich und ITdesign Software & Consulting. Den Preis für das beste Kundenerlebnis holte sich ÖAMTC Fahrtechnik, die Auszeichnung für das beste Kundenservice-Management die Österreichische Post.

Was zeichnet kunden- und serviceorientierte Unternehmen aus? Im Interview stehen die GF von Top Service Österreich, Dr. Barbara Aigner, und der Managing Director AUT des Gesamtsiegers DHL Express, Ralf Schweighöfer, Rede und Antwort.

Wie erfolgreich sind Österreichs Unternehmen?

Aigner: Der heurige Wettbewerb stellt den österreichischen Unternehmen ein gutes Zeugnis aus. Die Performance ist um vier Prozent besser als in Deutschland. Aufholbedarf gibt es vor allem darin, Kundenorientierung noch stärker in der Unternehmenskultur zu verankern und auf Top-Management-Ebene zum strategischen Thema zu erheben.

Wie funktioniert Top Service Österreich?

Aigner: Es geht nicht um einen Beauty Contest, sondern um eine Bewertung durch tatsächliche Kunden. Bei jedem teilnehmenden Unternehmen findet eine Kunden- und Managementbefragung statt, die als Basis für das Scoring und letztlich die Verleihung des Qualitätssiegels herangezogen wird. Die Unternehmen profitieren von einer umfassenden Analytik, einem maßnahmenorientierten Bericht, branchenübergreifenden Benchmarks und der Chance auf das Siegel.

DHL Express holte sich heuer den Gesamtsieg. Aus welchem Grund ist Service am Kunden ein so wichtiges Differenzierungsmerkmal?

Schweighöfer: Es ist selbstverständlich, dass Kunden eine gute Servicequalität erwarten. Es stehen nicht mehr nur die pünktliche Zustellung und Abholung der Sendungen im Fokus. Unsere Kunden erwarten vielmehr, dass wir sie pro-aktiv mit Sendungsinformationen versorgen und ihnen individuelle Lösungen anbieten. Unser Ziel ist

es, unsere Kunden mit exzellentem Service und absoluter Kundenorientierung zu begeistern. Und das hat sich erfreulicherweise auch in diesem Wettbewerb gezeigt.

Aus welchem Grund wollen Sie Ihre Kunden begeistern?

Schweighöfer: Weil uns ein zufriedener Kunde nicht genügt, denn er ist vielleicht nur bis zum Offert des Mitbewerbs loyal. Ein begeisterter Kunde ist langfristig loyal. Vorrangiges Ziel aller unserer Teams ist es, den Kunden stets in den Mittelpunkt unseres Handelns zu stellen. Und loyale Kunden sind eine wichtige Basis für den unternehmerischen Erfolg.

Wie konkret begeistern Sie Ihre Kunden?

Schweighöfer: Jeder einzelne Kundenkontakt muss in der Wahrnehmung des Kunden etwas ganz Besonderes sein. Das unterstreicht unsere „Insanely Customer Centric Culture“. Unsere Mitarbeiter sollen jeden einzelnen Kundenkontakt als Gelegenheit sehen, unsere Leistungen noch kundenorientierter zu machen. Da sind wir sicherlich auch ein bisschen verrückt ...

Wie schaffen Sie es, bei Mitarbeitern ein so ausgeprägtes Serviceverständnis zu erzielen?

Schweighöfer: Neben unserem speziellen Trainingsprogramm „Certified International Specialist“ ist es enorm wichtig, dass alle Führungskräfte dies jeden Tag vorleben. Darauf legen wir großen Wert!

Was sind nach dem 1. Platz bei „Top Service Österreich“ Ihre nächsten Ziele?

Schweighöfer: Weiterhin jeden Tag besser zu werden.

Mehr unter: www.top-service-oesterreich.at