

Großes Wunschkonzert der Kunden

Champions zeigen, wie ein
vorbildlicher Service aussieht

VON MAREIKE SOWA

Den zweiten Platz hatte der Berliner Altenpflegedienst Domino-World im vorigen Jahr beim Wettbewerb „Deutschlands Kundenchampions“ errungen – und 2009 schnitt der Dienstleister mit dem ersten Platz noch einmal besser ab. Den Sieg verdankt der Pflegedienst-Anbieter vor allem seinem Leitbild, die individuellen Wünsche pflegebedürftiger Menschen ernst zu nehmen. Äußert ein Patient zum Beispiel den Wunsch, wieder selbstständig duschen zu wollen, wird er speziell auf dieses Ziel hin therapiert.

Mit einer solch gezielten Kundenorientierung können Unternehmen auch in der Krise punkten. Strenges Qualitätsmanagement trägt wesentlich dazu bei, Kunden an ein Unternehmen zu binden. Vorbild sind Tante-Emma-Läden: Dort stand der persönliche Kontakt zum Käufer im Mittelpunkt, dessen Probleme und Bedürfnisse waren im Fokus. So blieben Kunden treu. Heute fällt es vielen Unternehmen schwer, Kunden an sich zu binden, weiß Ralf Ziebula, Geschäftsführer der DBU Unternehmensberatung GmbH: „Die Hemmschwelle, zu einem anderen Anbieter zu wechseln, ist generell gesunken.“ Zudem haben viele Firmen durch die Wirtschaftskrise einen drastischen Vertrauensverlust erlitten.

Mit dem Menschen auf Augenhöhe

Pflege-Dienstleister Domino-World versucht dem entgegenzuwirken, indem die Mitarbeiter den Patienten als Kunden verstehen; jedem Patienten steht ein Therapeut als Ansprechpartner zur Seite. Gemeinsam erarbeiten sie individuelle Zielvereinbarungen für die Therapie. Wichtigstes Kriterium ist stets die Frage, was sich im Leben des Patienten ändern muss, damit es ihm wieder besser geht. Während der eine Patient den Wunsch hat, seinen Kindern beim nächsten Besuch selbstständig entgegen gehen zu können, möchte ein anderer gerne wieder zum Grab seiner Frau fahren können. Aus diesen Wünschen leitet der Pflegedienst die Therapieschritte ab. „Wir begegnen alten Menschen mit Respekt und agieren mit ihnen auf Augenhöhe“, sagt Geschäftsführerin Petra Thees. ~~Fließbandabfertigung, wie sie Pflegediensten immer wieder vorgeworfen wird, gebe es bei Domino-World nicht.~~

Auch der Zweitplatzierte des diesjährigen Wettbewerbs hat erkannt, wie wichtig feste Kundenbindung ist. Das Bruchsaler Unternehmen SEW-Eurodrive, Spezialist für Antriebsautomatisierung, produziert unter anderem Antriebe für Förderbänder und Getränkeabfüllanlagen. In weltweit 67 Montagewerkstätten können sich Kunden bei technischen Problemen helfen lassen. SEW verspricht dabei ein Minimum an Maschinen-Ausfallzeiten.

Auch die AOK Schleswig-Holstein sicherte sich mit hoher Kundenorientierung einen Platz unter den Siegern. Die Juroren lobten die hohe Beratungsqualität der Mitarbeiter und belohnten sie mit dem dritten Platz. Seit Angleichung der Beitragssätze Anfang des Jahres ist die Qualität für Krankenkassen besonders wichtig. „Wir bieten dem Kunden stets einen festen Ansprechpartner“, sagt Peter Vogel, Vertriebskoordinator der AOK-Geschäftsstelle in Rendsburg. Zudem bietet sie eine 24-Stunden-Hotline und verspricht, innerhalb von 24 Stunden auf Mails zu antworten.