

# Positive Erlebnisse im Service sind das Salz in der Suppe! **Publikumspreis *Bestes Serviceerlebnis***

**Köln, 08.05.2015:** Beim diesjährigen Wettbewerb „TOP SERVICE Deutschland“ verliehen die Veranstalter, das Beratungsunternehmen ServiceRating, die Universität St. Gallen und das Handelsblatt erstmalig auch einen Publikumspreis für das beste Serviceerlebnis. Als Sieger gingen die Handelsgruppe Edeka, die Techniker Krankenkasse sowie die HUK-Coburg Versicherung hervor.

In einer repräsentativen Umfrage im YouGov Deutschland Panel wurde im Rahmen des Wettbewerbs ermittelt, in welcher Branche und bei welchem Unternehmen der beste Service erlebt wird. EDEKA, der Techniker Krankenkasse sowie der HUK Coburg gelangen es aus Kundensicht, positive Serviceerlebnisse zu schaffen und somit Emotionen zu erzeugen.

Positive Serviceerlebnisse stärken die Kundenbindung. Freunden und Bekannten wird vom erfreulichen Erlebnis berichtet und das Unternehmen wird damit in positiver Weise ins Gespräch gebracht: Die Grundlage für eine Weiterempfehlung und damit kostenlose Werbung. Ein Grund, Unternehmen in diesem Jahr mit dem Sonderpreis auszuzeichnen.

„Service-Erlebnisse haben mit Emotionen zu tun. Wer die Erlebnisse so planen kann, dass die richtigen Kundenemotionen entstehen, hat die Nase vorn. Dafür muss man aber genau wissen, was dem Kunden Freude macht“, so Prof. Dr. Nils Hafner von der Hochschule Luzern.

Als beste Serviceerlebnisse wurden von Seiten der Befragten insbesondere jene Erfahrungen genannt, die überraschend waren und mit denen sie so nicht gerechnet hatten. So blieb einem Kunden der Techniker Krankenkasse in Erinnerung, dass die Krankenkasse nach einem kurzen Anruf einen Rollstuhl bewilligte, den der Arzt zuvor verweigert hatte. Ein Kunde eines Edeka Marktes hob positiv hervor, dass die Mitarbeiterin ihre Tätigkeit über längere Zeit einstellte, um durchgängig freundlich und höflich zu helfen. Bei der HUK Coburg stellte ein Kunde positiv heraus, dass sich die Versicherung seines Kraftfahrzeuges unerwartet schnell, unkompliziert und einfach gestaltete.

„Die geschilderten Erlebnisse machen deutlich, dass gute Serviceerlebnisse schon durch kleine Gesten und insbesondere schnelles und unkompliziertes Handeln von Unternehmens- und Mitarbeiterseite geschaffen werden können. Firmen sollten sich diese Erkenntnis zu Nutze machen, gezielt Emotionen zu erzeugen und somit Kundenbindung und Weiterempfehlungsbereitschaft zielgerichtet zu erhöhen.“ So Kai Riedel, Geschäftsführer ServiceRating GmbH.

## **Über ServiceRating:**

ServiceRating unterstützt Sie als externer Partner in der Beratung zur Servicequalität. Die differenzierten Bewertungen zur Servicequalität von Produkt- und Dienstleistungsanbietern sowie Umfragen zu aktuellen Servicethemen werden auf der Internetseite [www.servicerating.de](http://www.servicerating.de) veröffentlicht.

Weitere Informationen zur ServiceRating GmbH: [www.servicerating.de](http://www.servicerating.de)