



„Urvater“ der Servicemarke „BIG-EYE“ ist Michael Hilpert, der mit der Serviceorientierung im eigenen SHK-Betrieb unzufrieden war

„BIG-EYE“: eine Service-Initiative von SHK-Handwerkern

Kundendienst-Oase statt Servicewüste

Auch SHK-Handwerksbetriebe werden künftig mehr denn je gefordert sein, ihre wahren Stärken zu profilieren, insbesondere auch in Abgrenzung zu Wettbewerbern wie z. B. Baumarkt, Möbelhaus oder gar Schwarzarbeitern. Mit der Service-Initiative „BIG-EYE“ haben sich acht fränkische SHK-Betriebe auf einen wohl einzigartigen Weg begeben: Sie wollen gemeinsam die Servicekultur und Kunden-Begeisterung in ihren Unternehmen optimieren und ihre Betriebe als Service-Marktführer positionieren. Ab Herbst 2001 können bundesweit alle SHK-Betriebe von der Servicemarke „BIG-EYE“ profitieren, sofern sie die entsprechenden Voraussetzungen erfüllen.

Nur SHK-Betriebe, die ihre Kunden emotional begeistern und besser als andere bedienen, werden künftig die besseren Karten im schärfer werdenden Wettbewerb haben. Acht Handwerksbetriebe aus Franken haben sich deshalb gemeinsam mit ihren über 100 Mitarbeitern auf einen wohl einzigartigen Weg begeben und die Dienstleistungs-Firma „BIG-EYE GbR“ gegründet. Die wichtigsten Ziele sind dabei, die Servicekultur und damit die Kunden-Begeisterung in den Unternehmen zu optimieren und die angeschlossenen Betriebe als Service-Marktführer zu positionieren. Dabei geht es den Initiatoren nicht um eine kurzfristige Ergebnisverbesserung, sondern um die langfristige Unternehmensprofilierung.

Was steckt hinter „BIG-EYE“?

Das Konzept umfaßt zwei zentrale Strategien:

- Damit Leistungs-Nutzen und Botschaft beim Kunden ankommen, wurde eine spezielle geschützte Marke, eine eigene Philosophiebroschüre, sowie ein spezieller Internet-Auftritt (www.big-eye.de) entwickelt. Die Servicemarke „BIG-EYE“ soll Kunden und Interessenten auf die besonderen Service-Garantien aufmerksam machen und den damit verbundenen Zusatznutzen aufzeigen.
- Mit Schulungs- und Motivationskonzepten soll die Service-Kultur in den einzelnen Unternehmen dauerhaft auf ein überdurchschnittliches Niveau gebracht werden.

Sieben Servicegarantien für den Kunden
Sieben zentrale Servicegarantien prägen die Leistungs-Besonderheit der Servicemarke:

❶ Termingarantie für Fertigstellung
Bei Auftragserteilung erhält der Kunde auf Wunsch einen verbindlichen Termin für die Fertigstellung.

❷ Sauber-Garantie
Die Mitarbeiter tragen beim Kunden z. B. grundsätzlich Überziehschuhe. Bei größeren Umbauten wird alles abgeklebt und mit Packdecken etc. ausgelegt. Nach Fertigstellung wird immer benutzungsfertig sauber übergeben. Sämtliche Verpackungsmaterialien werden mitgenommen und umweltgerecht entsorgt.

❸ Garantieverlängerung
In Verbindung mit einem Wartungsvertrag werden grundsätzlich fünf volle Jahre Garantie gewährleistet.

❹ Garantie auf alle Reparaturen
Auf Reparaturen wird eine Garantie von 12 Monaten gewährt.

❺ Flexible Termine für Berufstätige
Berufstätige können Reparaturtermine auch nach 17 Uhr ohne Aufpreis auf den Stundenlohnsatz vereinbaren

❻ Festpreisgarantie
Soweit das Leistungsspektrum klar ist, werden Fixpreise vereinbart.

❼ Service-Hotline
Die Unternehmen stellen sicher, daß Kunden rund um die Uhr immer jemanden erreichen können.

Noch mehr Serviceleistungen in der Praxis

Angedacht ist, weitere Servicebausteine wie zentrale Telefon-Hotline, Sofortinkasso durch Service-Monteur, Abrechnung nur nach festen Arbeitswerten, spezielle Präsentationssysteme, mobile Messestände, sinnvolle Kundengeschenke etc. für alle Betriebe



Auf dem Plakat haben die Mitarbeiter der Firma Felsner mit ihren Unterschriften besiegelt, daß Sie zu den Servicegarantien von „BIG-EYE“ stehen (rechts im Foto: Werner Heimbach, HaZweiOh)

be anzubieten. Jeder „BIG-EYE“-Betrieb hat selbstverständlich die Möglichkeit, diese oder andere Servicegarantien bei sich schon jetzt individuell umzusetzen. So vereinbart z. B. die Firma Felsner mit ihren Kunden einen Reparaturanfangstermin mit einem Zeitrahmen von einer halben Stunde. Verspätet sich der Monteur, meldet er sich per Handy möglichst eine halbe Stunde vor dem vereinbarten Termin. Praktisch und preiswert für Berufstätige ist der Nach-Feierabend-Dienst, denn für die Arbeitszeit zwischen 17 und 19 Uhr und am Samstagvormittag werden keine Zuschläge berechnet. Für die arbeitenden Monteure erfolgt ein innerbetrieblicher Ausgleich meist über das flexible Arbeitszeitkonto. Für die telefonische Erreichbarkeit rund um die Uhr sorgt ein professionelles Call-Centers. „Kein Anrufer geht verloren und jeder Kunde bekommt genau den Ansprechpartner, den er zur Lösung seines Problems braucht“, erläutert Felsner-Geschäftsführer Michael Hilpert.

Mitarbeiter sind der Schlüssel zum Kunden

Im Fokus der Service-Idee stehen vor allem die Mitarbeiter. Schließlich sind sie es, die ständig mit den Kunden in

Kontakt sind. Und zwar zum Teil wesentlich häufiger als der Inhaber. Egal ob Kaufleute, Baustellenmonteure, Servicetechniker oder Auszubildende – alle ziehen am selben Strick und müssen wissen, wie Kunden begeistert werden und wie neue Aufträge entstehen können. Ausnahmslos jeder Mitarbeiter erhält nach entsprechender Ausbildung die „BIG-EYE-Service-Qualifikation“, die innerhalb der angeschlossenen Betriebe als wichtige Zusatzqualifikation gilt. Neben dem speziellen Ausbildungsprogramm gibt es zudem Maßnahmen – wie permanente Trainings, Service-Checkups in den Unternehmen, eine eigene Mitarbeiter-Zeitung etc. –, die für die schrittweise Integration sowie für den ständigen Vorschub von Service-Ideen sorgen sollen. Auf Wunsch der Inhaber überprüft die „Qualitätssicherung“ die Umsetzung beim Kunden sowie die gesamte Entwicklung der Service-Kultur.

Die Grundidee kam aus der Praxis

„Urvater“ der „BIG-EYE“-Idee ist Michael Hilpert (36), der mit der Serviceorientierung im eigenen SHK-Handwerksbetrieb, der Nürnberger Felsner GmbH, unzufrieden war. Und statt ein eigenes Süppchen zu kochen, gründete der Gas- und Wasserinstal-

lateurmeister und Betriebswirt des Handwerks vor etwa 18 Monaten den Arbeitskreis „Kundenfreundliche Handwerker“. Wie wichtig das Thema auch von seinen Kollegen eingestuft wurde, zeigte die Resonanz auf das Innungs-Rundschreiben, das Hilpert als Vorstandsmitglied der SHK-Innung Nürnberg/Fürth initiierte. So traf sich in den Folgemonaten regelmäßig ein Kreis von etwa 40 SHK-Unternehmern, um Erfahrungen und Ideen auszutauschen, um Schulungen zu veranstalten

Info + info + info + info + info + info

- Ausführliche Unterlagen für Interessenten und Termine für „BIG-EYE“-Info-Veranstaltungen gibt es von:
HaZweiOh GmbH
Werner Heimbach
Bei den Schmidäckern 17a
86420 Diedorf
Telefon (08 21) 3 49 44 07
Telefax (08 21) 3 49 44 75
E-Mail: Info@hazweioh.com
Internet: www.hazweioh.com

- Die acht „BIG-EYE“-Gründerfirmen sind:

Felsner GmbH (Nürnberg), Dauphin GmbH & Co. KG (Burgthann), WH Werner Hofmann GmbH (Fürth), E. Engelhardt GmbH & Co (Nürnberg), Werner Klemmstein (Neunkirchen a. S.), Wolfgang Kierstein (Rückersdorf), Zecha GmbH (Nürnberg), Schmidt Haustechnik GmbH (Fürth)

- Vertragspartner für Lizenznehmer und Inhaber aller Rechte ist:

BIG-EYE GbR
Michael Hilpert (Geschäftsführer)
Eisenmannstraße 35
90482 Nürnberg
Telefon (09 11) 5 40 99 34
Telefax (09 11) 21 49 94 94
E-Mail: Service@big-eye.de
Internet: www.big-eye.de

+ info + info + info + info + info +

Vorder- und Rückseite der 12seitigen, quadratischen (10 × 10 cm) „BIG-EYE“-Broschüre für (potentielle) Kunden



und um ein praxisnahes Servicekonzept zu erarbeiten. Am Ende verblieb eine Gruppe von acht Betrieben, die bereit war, eine größere Geldsumme zur Umsetzung des Konzeptes in die Hand zu nehmen. Zur Verwaltung der Finanzen wurde eine GbR – mit Michael Hilpert als Geschäftsführer – gegründet. In Zusammenarbeit mit HaZweiOh konkretisierten die Gesellschafter dann ihre Service-Konzeption in Form der Marke „BIG-EYE“ und formulierten die oben genannten sieben Servicegarantien.

Im Rahmen der ersten „Service-Fachtagung“ wurden sämtliche Mitarbeiter aller acht Firmen über das Konzept von externen Referenten informiert. Die Mitarbeiter haben im Rahmen dieser Auftaktveranstaltung Fragen gestellt, diskutiert und Erfahrungen ausgetauscht. „Die Resonanz und Reaktionen waren durchweg positiv“, lautete das Fazit von Hilpert. „Doch entscheidend ist, daß die innerbetrieblichen Voraussetzungen dafür geschaffen werden, damit die Mitarbeiter quasi jeden Tag an ‚BIG-EYE‘ denken. Denn nur dann behandeln sie die Kunden wie ihre Freunde.“

Wie sehen die weiteren Ziele aus?

Das nächste, größere Ziel der acht „BIG-EYE“-Gründer ist es, das Konzept nicht nur in ihren eigenen Betrieben zu realisieren, sondern in die Breite zu tragen. SHK-Betriebe in ganz Deutschland können ab Herbst 2001 Mitglied in der Gemeinschaft werden. Grundvoraussetzungen dafür sind:

- Die Mitgliedschaft in einer Innung: Dies soll ein gewisses Qualitätsniveau sowie die automatische Bindung an Tarifabschlüsse sichern.
- Die Servicegarantieversprechen müssen zu 100 % anerkannt und umgesetzt werden.
- Obligatorisch ist ein umfangreicher Service-Check des Betriebs und die Teilnahme an den speziellen Service-Schulungen für alle Mitarbeiter.

- Die Bereitschaft, das Konzept in den nächsten Jahren gemeinsam weiterzuentwickeln.
- Die Bereitschaft, Geld zu investieren, z. B. in die einmalige Einstiegs- und die regelmäßige Lizenzgebühr sowie in Mitarbeiterschulungen.

Fernziel des Partnerprogramms ist die Ausweitung der einheitlichen Servicemarke auf alle Bauhandwerks-Sparten. Dadurch könnten sich u. a. neue Strategien bei der Beschaffung von Aufträgen ergeben. So wäre es möglich, bundesweit mit einheitlichen Service- und Garantieversprechen Kontakte zu knüpfen sowie regionale Verbundsysteme mit anderen Handwerksbetrieben auf einer gemeinsamen Kundenorientierungs-Basis zu bilden.

Jürgen Wendnagel