

A professional portrait of Helmut Kluger, a middle-aged man with grey hair, wearing a dark suit, white shirt, and a yellow and white striped tie. He is smiling slightly and looking towards the camera against a dark blue background.

Profil

im Fokus



Helmut Kluger von der Firma AKS® (Baden Baden) bekommt den RegiInnova Ehrenpreis 2008 verliehen. Auch dieser Preis – vom Strategie Forum e.V. gesponsert und vom Strategie Centrum Freiburg erstmalig verliehen – honoriert besondere Produkte, Dienstleistungen oder Trainingskonzepte. [Profil im Fokus](#) präsentiert:



Aktives Kundenbetreuungs-System (AKS®)

Wir freuen uns darüber, wenn unsere Kunden für exzellente Leistungen ausgezeichnet werden. Machen solche Qualitätsbeweise doch die Wirkung unserer Arbeit für andere sichtbar. Wenn Engagement der Mitarbeiter von Herzen kommt, überzeugt das eben die Kunden so nachhaltig, dass sie immer wieder kommen. Das bedeutet nichts anderes als Kundenbindung. Die Folge davon ist natürlich ein Mehrwert in Form eines materiellen und immateriellen Ertrages. Mit unserem Ansatz eines Aktiven Kundenbetreuungs-Systemes helfen wir Autohäusern, in kurzer Zeit mehr davon zu machen. Dieses Konzept haben wir bei der Ausschreibung des RegiInnova Preises 2008 beim Strategie Centrum Freiburg eingereicht – und wir sind mit einem Ehrenpreis belohnt worden.



*Sieger des ADAC-Werkstatttests 2006:
Autohaus Senger-Kraft in Leipzig*

Aktives Kundenbetreuungs-System (AKS®)

Der Schlüssel für ein „Mehr“ als Wert (Mehrwert) liegt in einer systematischen Verbesserung in der Kundenbetreuung. Diese erreichen wir durch ein „Mehr“ an Engagement der Mitarbeiter. Dieses von uns angestrebte Engagement muss von Herzen kommen. Dann strahlt es den Kunden an und führt zu der Attraktivität, das ein erfolgreiches Geschäft erst ausmacht: **Die tägliche Arbeit als Herzensache, als wirkliche Dienstleistung anzusehen. Das merkt der Kunde, fühlt sich wohl und kommt wieder!**

„Automobile sind in meinem Leben die zentrale Leidenschaft!“ sagt Helmut Kluger, der vor bald 20 Jahren dieses aktive und zielgruppenorientierte Trainingskonzept entwickelt hat. Als Vorbild dienten Arbeitsweisen, mit denen OBI Europamarktführer

RegiInnova Ehrenpreis 2008 – Kategorie: Das innovative Trainingskonzept

- AKS® – Aktives Kundenbetreuungs-System

Ausgangslage
Mitarbeiter haben im Tagesgeschäft den Wunsch, sich einzubringen. Hektik und Routine führen über die Zeit immer auch zu Nachlässigkeiten. Damit Ziele auch erreicht werden, müssen sie immer wieder neu formuliert, diskutiert und angepasst werden.

Zielsetzung: Kundenzufriedenheit
Das Engagement der Mitarbeiter soll zur Herzensache werden. Damit soll die Attraktivität des persönlichen Kontaktes gesteigert und so zu mehr Zufriedenheit und zu mehr Kundenbindung führen!

Strategie: Das „ICH“ als Marke verstehen
• Es geht um die Etablierung eines WIR Gefühles. Als tragende Basis steht das eigene ICH im Zentrum. Die Positionierung als „Autoliebhaber“ transportiert eine Leidenschaft, die auf den

Kunden „ansteckend“ wirken soll. Dieser Ansatz setzt das „eigene ICH als Marke“ in Szene.

- Zielgruppenorientiertes Vorgehen
Helmut Kluger überträgt diese innere Leidenschaft auf seine Partner (auf seine Kunden). Diese werden durch den Engagement Bazillus quasi angesteckt. Die Übertragung auf den Kunden des Autohauses erfolgt nach einer gewissen Inkubationszeit automatisch.

Ergebnis
In der Folge dieses Engagements, das vom Mitarbeiter als Herzensache angesehen wird, entsteht Kundenbindung. Es ist damit nur eine Frage der Zeit, bis die Erträge – ausgedrückt in einem materiellen und einem immateriellen Mehrwert – ebenfalls in Zahlen zu erkennen sind.



Helmut Kluger erhält für sein AKS® Konzept den RegiInnova Ehrenpreis 2008

**2002
2003
2004
2005**

**4 GOLDENE
SCHRAUBENSCHLÜSSEL**

**+22,3% TEILE UND
ZUBEHÖR**

+21,6% ARBEITSWERTE

**Mercedes-Benz
AUTOHAUS**

1. Platz

ADAC

**LETZTER GROSSER
DEUTSCHLAND
WERKSTATT-TEST**

Erfolg hat eine Strategie - 4 Goldene Autoschlüssel und Erstplatzierungen beim ADAC Werkstatt Test: Herzliches Mitarbeiterengagement als Voraussetzung für den zufriedenen Kunden. Diese Idee setzen wir mit unserem Aktiven Kundenbetreuungs System (AKS®) auch bei Ihnen in die Praxis um.

AKTIVES **KUNDEN** **BETREUUNGS** **SYSTEM**

- Personliches Ansprechen
- Weniger Kunden das Problem wird keinem Lösung
- Weiterbildung ihrer Mitarbeiter
- Methodische Prozess-optimierung

Zur Seite 10 von AKS

mehr Umsatz mehr Erfolg

mehr Produktivität mehr Arbeitswerte

weniger Kosten

Ihre Ertragskurve

Unsere Mitarbeiter sind hochmotiviert und gehen gern auf Kunden zu

- Mercedes-Benz: Unternehmen mit 20 Betrieben
- VW: Unternehmen mit 12 Betrieben
- Opel: Unternehmen mit 1 Betrieb
- Peugeot: Unternehmen mit 1 Betrieb

und Kächer und Würth Weltmarktführer geworden sind. Die vielfältigen und praxisnahen Erfahrungen dieser Erfolgsgeschichten flossen - auf die Autoindustrie angepasst - in das AKS® Konzept ein.

Helmut Kluger weiter: „Ich arbeite seit dreißig Jahren in der Automobilbranche. Ich sammle das Wissen und Erfahrungen aus der Branche und verknüpfe es mit erfolgreichen Ideen anderer Industrien und bringe so immer wieder neue Ideen zu meinen Kunden, die sie mit ihren Mitarbeitern sofort in der Praxis umsetzen können. Ich will damit sagen, dass sich bereits mit ganz einfachen Verbesserungen positive Ergebnisse im Sinne von „Mehr-Wert“ realisieren lassen. In der Verbesserung der betrieblichen Abläufe steckt natürlich auch Potenzial. Das schaue ich mir auf Wunsch viel später an.“

Das AKS® Konzept basiert auf gelebter und von der Begeisterung eines Autoliebhabers getragener Praxis. Theorien stehen selten auf dem Arbeitsplan, sie lassen sich zwar schön auf Papier formulieren, sind in der Umsetzung meist zu sperrig. Der Mitarbeiter will aber Ergebnisse erleben. Nur Erfolg steigert persönliches Engagement.

Nach außen sichtbar und für die Mitarbeiter immer wieder Motivation sich ständig weiterzuentwickeln sind natürlich Preise wie die „goldenen Schraubenschlüssel“ oder die Erstplatzierungen bei den ADAC Werkstatt Tests. Aber auch Berichte und Reportagen in den Tageszeitungen oder in den Fachzeitschriften sind immer wieder Antrieb, Leistungen zu überdenken und Neues auszuprobieren. Beispiele: www.aks-kluger.de



Das Autohaus Borchers ist stark serviceorientiert und verkauft pro Jahr ca. 250 Neu- und Gebrauchtwagen. Außergewöhnlich ist die Integration von Reisebüro und Geschenkartikelladen.

Erfolgspaket

Volker Borchers, Geschäftsführer des Autohauses: „Konzeptpartnerschaft macht mich zum 1A Anbieter in der Region!“

