



Herzlich Willkommen  
im  
X [iks] Institut für Kommunikation  
und ServiceDesign®

**Pressemappe**

**Presseinformation:**

**„Service der Zukunft gestalten!“**

Es ist an der Zeit über zukunftsfähige Entwicklungen im Service zu sprechen. Märkte haben sich geändert, Marktbeziehungen werden umgeschaffen, Charaktere der Marktteilnehmer sind in einem dynamischen Wandel und die Marktmittel unterliegen einem rasanten technologiegetriebenen Fortschritt.

Kunden sind durch die Zugänge zu Informationen jeglicher Art, Tiefe und Detaillierung über Produkte, deren Eigenschaft, Qualität, Verfügbarkeit und Preis sowie den Dialog über eine sich zusehends stärker formierende offene und austauschorientierte „Nutzer-Community“ immer besser präpariert für den Kaufentscheid.

Eigenschaften der Unternehmen, wie Image, Philosophie und Kultur, die sich durch das gesamte Auftreten am Markt bzw. direkten Umgang mit Kunden – entweder unmittelbar und direkt erlebt oder von anderen Kunden erfahren - immer wieder neu manifestieren, gerieren zu festen komplementären Wahlkriterien.

Schon längst sind Produktbesonderheiten, Markenorientierung und Kundenzufriedenheit keine Garanten mehr für eine kontinuierliche und stabile Geschäftsbeziehung – Kundenwert-Diskussionen werden schnell obsolet, wenn es den Unternehmen nicht gelingt ein unerschütterliches Vertrauen in der eigenen Klientel zu schaffen

Dazu gehört, das Unternehmen ihre Kunden nicht mehr als Abnehmer und Verbraucher sehen dürfen, sondern sich mit den echten Bedürfnissen der Menschen beschäftigen müssen: Zeit, Erleichterung, Komfort, Genuß, Qualität – Lebensqualität

Heute und in Zukunft sind vielmehr Services gefragt, die vergleichbar mit Produkten, rund um die Anliegen, Wünsche, Bedürfnisse und Liebhabereien gedeihen. Zudem sollten es Lösungen sein, die so intelligent entwickelt sind, daß sie bezahlbar und verfügbar bleiben.

Das X [iks] Institut für Kommunikation und ServiceDesign® unterstützt Unternehmen darin Ihren Service zukunftsfähig zu machen.

Als Forschungs- und Beratungsunternehmen für die Entwicklung von zukunftsfähigem Service und der Gestaltung kundengerechter Kommunikation liefert das Institut wertvolle Ideen und Anregungen.

Die Ergebnisse der Forschungen werden in Form von Büchern, Ratgebern, Studien, Fachartikeln und Newsletter veröffentlicht.

Das Leistungsangebot umfaßt Marktstudien und Kundenumfragen, Praxisanalysen und Themenrecherchen, Beratung und Coaching sowie Vorträge und Seminare.

In der Arbeit des X [iks] steht stets die praktische Umsetzbarkeit im Vordergrund. Dabei folgt das Institut dem Grundgedanken, daß die wichtigen Impulse für neue Dienstleistungen und Services vom Markt ausgehen.

## Pressekontakt

X [iks] Institut für Kommunikation und ServiceDesign

### **Presseabteilung**

Wilhelm-Kuhr-Straße 87b  
13187 Berlin

Fon: 0 30 / 417 19 296

Fax: 0 30 / 417 19 297

E-Mail: [presse@DieServiceForscher.de](mailto:presse@DieServiceForscher.de)

Internet: [www.DieServiceForscher.de](http://www.DieServiceForscher.de)

Das X [iks] Institut für Kommunikation und ServiceDesign® im Überblick:

**Gründung:** März 2000

**Leitung:** Dirk Zimmermann – Geschäftsführender Direktor

**Kurzbeschreibung:** Das X [iks] ist ein Forschungs- und Beratungsunternehmen für die Entwicklung von zukunftsfähigem Service und der Gestaltung kundengerechter Kommunikation.

Wichtige Zielorientierungen unserer Forschungstätigkeit und unserer Bemühungen um eine langfristig zukunftsorientierte Gestaltung von Service bilden die Leitperspektiven einer ökonomischen Nachhaltigkeit und die Verbesserung der Beziehung zwischen den Marktpartnern.

Vor diesem Hintergrund versuchen wir die Chancen der Serviceentwicklung und Kommunikationsgestaltung im Hinblick auf den notwendigen Strukturwandel aufzuzeigen und langfristig zukunftsfähige Handlungskonzepte zu erarbeiten.

Die Ergebnisse unserer Forschungen veröffentlichen wir in Form von Büchern, Ratgebern, Studien, Fachartikeln und Newsletter.

Unser Leistungsangebot umfaßt Marktstudien und Kundenumfragen, Praxisanalysen und Themenrecherchen, Beratung und Coaching sowie Vorträge und Seminare.

**Forschung:** *Visiting Service!* Studie zur Service-Qualität der Besucherbetreuung  
*Telephone Services!* Studie zur Servicequalität der Kundenkommunikation am Telefon  
*Presenting Service!* Studie zur Servicequalität von Unternehmensbesichtigungen  
*Service Trends!* Studie zu neuen Entwicklungen im Service  
*Messe im Trend!* Studie zu aktuellen Entwicklungen bei Messeauftritten  
*Service aus Kundensicht!* Herausforderungen und Perspektiven für Unternehmen, Produkte und Angebote  
*eServices!* Studie zu erfolgreichen Servicelösungen im Internet

**Schwerpunkte:** Serviceforschung (Entwicklung, Themen, Inhalte, Angebote, Qualität)  
Kommunikationsforschung (Konzepte, Maßnahmen, Prozesse)  
Kundenbeziehungsforschung (Typen, Phasen, Dauer, Wert)  
Qualitätsforschung (Kriterien, Güte, Nutzen, Vorteile)

**Beratungsmandate:** Verbesserung der Qualität in der Serviceerbringung  
Einführung eines erfolgreichen Servicemarketings  
Einführung eines Servicemanagements auf Messen  
Implementierung von Servicestandards in der Besucherbetreuung  
Entwicklung der maßgeblichen Servicekriterien am Telefon  
Optimierung des Serviceangebots im Internet

Das X [iks] Institut für Kommunikation und ServiceDesign® lädt Sie ein sich über die **Erkenntnisse** aus der „Service- und Kommunikationsentwicklung“ zu informieren:

## BÜCHER

- **„Service erfolgreich machen“**
  - Buch (2011)
  - Überlegungen zur erfolgreichen Vermarktung des Service in einem zusehends umkämpften Markt- und Wettbewerbsumfeld
  - 156 Seiten
  - Preis: 24,80 €
  
- **„Faktor Service – Was Kunden wirklich brauchen“**
  - Buch (2007)
  - Überblick über Veränderungen im Servicemarkt und deren Auswirkungen auf die Erstellung kundengerechter Angebote
  - 107 Seiten
  - Preis: 21,80 €

## E-BOOKS

- **„Marketing für die Messe“**
  - E-Book (2009)
  - Betrachtung der Möglichkeiten eines erfolgreichen Messemarketings vor dem Hintergrund der Erwartungen der Besucher
  - 26 Seiten
  - Preis: 19,90 €
  
- **„Erfolgreiche eServices“**
  - E-Book (2009)
  - Veranschaulichung der wesentlichen Aspekte in der Gestaltung des Serviceportfolios im Internet
  - 21 Seiten
  - Preis: 19,90 €
  
- **„Service erfolgreich gestalten“**
  - E-Book (2009)
  - Auseinandersetzung mit den entscheidenden Kundenfaktoren in der Servicenachfrage
  - 21 Seiten
  - Preis: 19,90 €

- **„Professionelles Besuchermarketing“**
  - E-Book (2007)
  - Beschreibung der Anforderungen zur Implementierung eines professionellen Besuchermarketing im Unternehmen
  - 32 Seiten
  - Preis: 19,90 €
  
- **„Moderne Kundenveranstaltungen“**
  - E-Book (2007)
  - Darstellung der Möglichkeiten der Nutzung von Unternehmensbesichtigungen zur Verbesserung der Beziehung zum Kunden
  - 30 Seiten
  - Preis: 19,90 €
  
- **„Entwicklungen im Service“**
  - E-Book (2006)
  - Auseinandersetzung mit den Anforderungen an die Entwicklung erfolgreicher Angebote im Service
  - 31 Seiten
  - Preis: 19,90 €
  -
  
- **„Kundenkommunikation im Internet“**
  - E-Book (2006)
  - Darstellung der Möglichkeiten für eine erfolgreiche interaktive Kommunikation mit dem Kunden
  - 29 Seiten
  - Preis: 19,90 €
  
- **„Messe als Dienstleistung“**
  - E-Book (2006)
  - Beschreibung der Erwartungen der verschiedenen Beteiligten bei einer Vielzahl von Teilleistungen entstehenden hohen Ansprüche
  - 29 Seiten
  - Preis: 19,90 €
  
- **„Erfolgreiches Telefonmanagement“**
  - E-Book (2006)
  - Beleuchtung der Merkmale eines erfolgreichen Telefonie bei veränderten Erwartungen der Anrufer
  - 30 Seiten
  - Preis: 19,90 €

Weitere Informationen zu den Publikationen des X [iks] finden Sie unter der Rubrik PUBLIKATIONEN im Internet: [www.DieServiceForscher.de](http://www.DieServiceForscher.de)

Das X [iks] Institut für Kommunikation und ServiceDesign® lädt Sie ein sich über die Ergebnisse aus der „Service- und Kommunikationsentwicklung“ zu informieren:

- **„Die Zukunft im Service! Trends, Entwicklungen und Prognosen“**
  - Zukunftsstudie (2011)
  - Beschreibung von zukünftigen Strategien, Konzepten, Maßnahmen und Angeboten im Service
  - 80 Seiten, 10 Abbildungen
  - Preis: 199 €
  -
- **„eServices! Studie zu erfolgreichen Servicelösungen im Internet“**
  - Benchmarkingstudie (2009)
  - Ermittlung der Zusammensetzung, des Umfangs und der Qualität angebotener Services in Bezug auf: Themen, Inhalte, Funktionen und Nutzen zur Erfüllung zentraler Kundenanliegen
  - 70 Seiten, 110 Abbildungen
  - Preis: 299 €
  -
- **„Service aus Kundensicht! Herausforderungen und Perspektiven für Unternehmen, Produkte und Angebote“**
  - Marktstudie (2008)
  - Untersuchung aktueller Einschätzungen und Bewertungen der Kunden in Bezug auf deren Anliegen, Erwartungen und Ergebnisse im Service
  - 40 Seiten, 32 Abbildungen
  - Preis: 149 €
  -
- **„Telephone Services! Studie zur Service-Qualität der Kundenkommunikation am Telefon“**
  - Benchmarkingstudie (2008)
  - Ermittlung des Grads der Service-Qualität in der Kundenkommunikation durch die Bewertung der kommunikationsrelevanten Elemente in den einzelnen Phasen des Telefongesprächs
  - 99 Seiten, 20 Abbildungen
  - Preis: 299 €
  -
- **„Messe im Trend! Studie zu aktuellen Entwicklungen bei Messeauftritten“**
  - Trendstudie (2006)
  - Untersuchung aktueller Entwicklungen und zukünftiger Anforderungen bei Messengesellschaften und Messeausstellern in Bezug auf die neue Funktion der Messe als Dienstleistung für Fachbesucher
  - 120 Seiten, 40 Abbildungen
  - Preis: 499 €

- **„Service Trends! Studie zu neuen Entwicklungen im Service“**
  - Trendstudie (2006)
  - Untersuchung von Service als Instrument zur Verbesserung der Kundenbeziehung und zur Steigerung des langfristigen Unternehmenserfolges
  - 111 Seiten, 30 Abbildungen
  - Preis: 499 €
  -
- **„Presenting Service! Studie zur Servicequalität von Unternehmensbesichtigungen“**
  - Marktstudie (2005)
  - Untersuchung der Bedeutung von Betriebsbesichtigungen, Unternehmensführungen und Produktpräsentationen als Instrument zur erfolgreichen Vermarktung und positiver Imagebildung
  - 95 Seiten, 20 Abbildungen
  - Preis: 399 €
  -
- **„Visiting Service! Studie zur Serviceorientierung des Besuchermanagements“**
  - Benchmarkingstudie (2004)
  - Ermittlung der Serviceorientierung im Besuchermanagement durch die Untersuchung der Besucherbetreuungsleistungen und –prozesse
  - 135 Seiten, 80 Abbildungen
  - Preis: 449 €
  -
- **„Fair Services! Studie zur Servicequalität des Besuchermanagements auf Messen“**
  - Benchmarkingstudie (2003)
  - Ermittlung der Serviceorientierung im Management von Fachbesuchern auf Messen durch eine Untersuchung vorhandener Beratungsangebote, Informationsstrukturen und Kommunikationsprozesse
  - 79 Seiten, 30 Abbildungen
  - Preis: 279 €
  -
- **„Service Communicates! Studie zur Service-Qualität der Kundenkommunikation im Internet „**
  - Benchmarkingstudie (2003)
  - Ermittlung der Serviceorientierung in der virtuellen Kundenkommunikation durch die Untersuchung der Qualität vorhandener Informations-, Kommunikations- und Interaktionslösungen
  - 73 Seiten, 50 Abbildungen
  - Preis: 399 €

- 
- **„Performing Service! Studie zur Servicequalität auf Messen“**
  - Marktstudie (2001)
  - Untersuchung der strategischen Bedeutung und Ausrichtung von Messeauftritten vor dem Hintergrund kunden- und serviceorientierter Marktanforderungen
  - 41 Seiten, 27 Abbildungen
  - Preis: 249 €
- 
- **„Service D-Online! Studie zur Servicequalität im Internet“**
  - Marktstudie (2001)
  - Untersuchung des Stellenwertes des Serviceentwicklung im Internet und die Bedeutung für die Wettbewerbsfähigkeit deutscher Unternehmen
  - 56 Seiten, 40 Abbildungen
  - Preis: 269 €
- 
- **„Service 2000 PLUS! Studie zur Servicequalität in Deutschland“**
  - Marktstudie (2000)
  - Untersuchung des Stellenwertes von Service-Management in Handel, Industrie und Dienstleistung sowie der Bedeutung für die Wettbewerbsfähigkeit deutscher Unternehmen
  - 52 Seiten, 35 Abbildungen
  - Preis: 199,00 €
- 

Weitere Informationen zu den Studien des X [iks] finden Sie unter der Rubrik STUDIEN im Internet: [www.DieServiceForscher.de](http://www.DieServiceForscher.de)

▪  
▪

▪

Das X [iks] Institut für Kommunikation und ServiceDesign® hat bereits einige interessante Beiträge zur Service- und Kommunikationsentwicklung veröffentlicht:

## ▪ Marketing

- „Service als Strategie“ (IM Marketing-Forum 05/2006)
- „Service-Management“ (Marketing-im-Mittelstand 05/2006)
- „Neue Entwicklungen im Service“ (Funkschau 07/2006)
- „Service am Anfang des 21. Jahrhunderts“ (SALESBusiness 12/2006)
- „Quo Vadis Kundenservice“ (DV + VA 01/2007)
- „Veränderungen im Servicemarkt“ (SERVICEToday 06/2007)
- „Service all around!“ (Perspektive Mittelstand 01/2008)
- „Erfolgreiche Serviceangebote“ (perspektive: blau 02/2008)
- „Mit individuellen Serviceangeboten punkten (business-wissen.de 3/2008)
- „Trends zu neuen Entwicklungen im Service (BlickpunktKMU 3/2008)
- „Service für die Zukunft“ (acquisa 08/2008)
- „Service-Marketing: Durch Services von Wettbewerbern differenzieren“ (Perspektive Mittelstand 09/2008)
- „Empfehlungen für neue Services“ (4managers.de 10/2008)
- „Erfolg mit zukunftsfähigem Service“ (Blickpunkt:KMU 4/2009)
- „Service im 21. Jahrhundert“ (Perspektive Mittelstand 06/2009)
- „Kundennutzen im Service“ (CRMManager 11/2009)
- „Jeder Kunden hat seinen eigenen Anspruch“ (BlickpunktKMU 2/2010)
- „Wandel in den Serviceerwartungen“ (CRMManager 03/2010)
- „Service bestimmt den Markterfolg“ (4managers.de 09/2010)
- „Aufbruch in eine neue Servicewelt“ (Praesenz-Effizienz.ch 03/2011)
- „Service erfolgreich vermarkten“ (ServiceInsiders 04/2011)
- „Ein Produkt mit Namen: Service“ (Onpulson 06/2011)
- „Soviel zahlt der Kunde für den Service“ (CRMExperts.de 11/2011)

## ▪ Messe

- „Messe im Trend“ (media & marketing 09/2006)
- „Service bleibt das große Thema“ (m + a newline 09/2006)
- „Aktuelle Entwicklungen bei Messeauftritten“ (DIREKT MARKETING 12/2006)
- „Messe als Dienstleistung“ (CIM Publications 08/2007)
- „Besuchererwartungen im Fokus“ (DIREKT MARKETING 10/2007)
- „Die Messemacher von morgen...“ (absatzwirtschaft 03/2008)
- „Zukunft der Messe“ (InterExpo 02/2009)
- „Den Besucher aktiv und kreativ binden“ (SALESBusiness 09/2010)
- „So sieht die Messe der Zukunft aus“ (business-wissen.de 05/2011)
- „Szenarien für eine neue Messe“ (DV + VA 06/2011)
- „Die Zukunft ist schon da“ (absatzwirtschaft 10/2011)
- 
-

## ▪ Internet

- „Service im Internet“ (CompetenceSite 08/2007)
- „Kommunikation die vom Kunden ausgeht“ (Frutilla.de 01/2008)
- „Online-Services: im Internet von ...“ (Perspektive Mittelstand 08/2008)
- „Kunden bestimmen das Angebot“ (Returnonbehavior Magazine (02/2009)
- „Intelligente Onlineservices“ (ECIN 6/2010)
- „Effizienter Kundenservice 2.0“ (ECIN 10/2010)
- „Service im Social Web“ (CRMManager 11/2010)
- „Service im sozialen Netz“ (Unternehmer.de 07/2011)
- „Was bedeuten sozialen Netze für Unternehmen“ (e-Commerce-Mag. 08/2011)

## ▪ Corporate Identity

- „Leitfaden mit Spielraum für Kreativität (salesManager 07/2006)
- „Erfolgreiches Telefonmanagement“ (DV + VA 02/2007)
- „Service Excellence am Telefon“ (Perspektive Mittelstand 03/2008)
- „Mehr Service am Telefon“ (DV + VA 03/2008)
- „Telefonieren Sie doch aus dem Bauch“ (4managers.de 01/2009)
- „Kommunikation, bitte nur persönlich“ (CRMManager 02/2009)
- „Herzlich Willkommen“ (Blickpunkt:KMU 6/2009)
- „Service am Telefon als Herausforderung“ (MailingTage News 02/2010)
- „Kundenveranstaltungen neu definiert“ (business-wissen.de 9/2010)
- „Service für Anspruchsvolle“ (TeleTalk 05/2011)

Weitere Informationen zu den Veröffentlichungen des X[iks] finden Sie unter der Rubrik VERÖFFENTLICHUNGEN im Internet: [www.DieServiceForscher.de](http://www.DieServiceForscher.de)