

KPIs und ihre Auswirkungen auf das Kundenerlebnis

Zur Steuerung einer Bank oder Sparkasse werden zahlreiche Kennzahlen erhoben. Die sogenannten Key Performance Indicators (KPIs) sind aus Organisationen nicht mehr wegzudenken. Doch welche Art und Anzahl an Zahlen ist dabei sinnvoll und welche Auswirkungen haben die KPIs auf Mitarbeitende und Kunden?

Haben Sie sich schon einmal gefragt, welche Auswirkungen Ihre Kennzahlen auf Menschen haben?

Letzte Woche war ich in einem Hotel zu Gast; wie immer wollte ich meine Rechnung bereits bei Anreise bezahlen. Dadurch erspare ich mir das morgendliche Stehen in der Schlange, wenn viele Reisende auschecken möchten. In diesem Fall wurde ich freundlich darauf hingewiesen, dass dies leider nicht möglich ist, da ich zwei Tage übernachtete. Der freundliche Mensch am Counter erklärte mir, sonst würde seine Auslastungsstatistik nicht stimmen, da sie heute einen Umsatz ausweisen würde, morgen jedoch nicht. Er bat mich daher, dass ich frühestens am Abend des zweiten Tages bezahlen möge.

Ein schönes Beispiel für unsinnige Kennzahlen. Sicherlich ist die Auslastungsquote essentiell zur Steuerung eines Hotels. Dass mangelnde smarte IT jedoch dazu führt, dass Hotelgäste ein schlechteres Erlebnis haben, ist sicherlich nicht im Sinne des Unternehmens.

An diesem Beispiel erkennt man: KPIs haben zwei Seiten. Natürlich sind sie essentiell zur Steuerung eines Unternehmens und somit aus dem Banking ebenso wenig wegzudenken wie aus der Wirtschaft. Gleichzeitig steuern Kennzahlen aber auch Verhalten und die spannende Frage hierbei ist: Lösen Kennzahlen das Verhalten aus, dass Sie sich wünschen?

Ein anderes Beispiel, das ich auch immer wieder erlebe, sind Budgets. Nicht selten werden Ausgaben noch schnell am Jahresende gemacht, da das individuelle Budget ausgeschöpft werden muss. Andernfalls besteht die Sorge, im nächsten Jahr erhalte man weniger Budget.

Als zahlenverliebter Mensch möchte ich an der Stelle nicht falsch verstanden werden: KPIs sind sinnvoll und wichtig. Gleichzeitig darf man sich jedoch immer wieder bewusst machen, welche Auswirkungen Kennzahlen oder Reports haben können.

In vielen meiner Artikel habe ich bereits über Zielsysteme im Vertrieb geschrieben. Auch hier können KPIs ein Verhalten auslösen, das man nicht wirklich haben möchte. Das prägnanteste ist sicherlich, dass Kunden verwiesen werden, da der gewählte Kontaktpunkt oder Mensch nicht der ist, der dem Kunden vom System zugeordnet wurde.

Stellen Sie sich daher regelmäßig folgende Fragen:

- Welche KPIs benötigen wir im Minimalfall, um die Umsetzung unserer Gesamthausstrategie zu evaluieren?
- Welche Kennzahlen/Reports, die wir aktuell verwenden sind „nice to have“?
- Welche Interessensgruppen bekommen welche Auswertungen?
- Welche Handlungen werden aus den einzelnen Kennzahlen/Reports abgeleitet?

Es ergibt schlicht keinen Sinn, Zahlen zu erheben und zu reporten, die keine Handlungen auslösen, oder Reports zu erstellen, die nur wenige interessieren bzw. zur Verwirrung beitragen, weil zum Beispiel Zeiträume unterschiedlich sind.

Es gilt das Motto: Weniger ist mehr.