

**Gemeinsam besser werden.**



**KUNDENZENTRIERUNG**

PROJEKTÜBERSICHT

# KUNDENZENTRIERUNG – MISSION STATEMENT



Wir werden eine **systematische und effektive Kundenbetreuung** für alle Mitglieder und Kund:innen der Wirtschaftskammer Tirol umsetzen.

Dabei arbeiten wir mit **zielgruppenspezifischen** und **bedürfnisorientierten** Ansätzen, um **größtmöglichen Nutzen und Zufriedenheit** zu **erzielen**.

Wir wollen **ein stets positives Kundenerlebnis schaffen**, welches die **Bindung an unsere Organisation** stärkt und zu vermehrten **Weiterempfehlungen** führt.



# KUNDENZENTRIERUNG – ROADMAP



## PHASE 1 **REALITY CHECK**

Umfassende Erhebung & Analyse der derzeitigen Dienstleistungsrealität sowie von Zufriedenheit, Erwartungen und Bedürfnissen der Mitglieder, Mitarbeiter:innen, Funktionär:innen und weiterer Stakeholder



## PHASE 2 **STRATEGISCHE POSITIONIERUNG**

Zielgruppenorientierte Fokussierung & Ausrichtung des Leistungsangebots im Bereich Service entlang dem Lebenszyklus der Unternehmen



## PHASE 3 **KUNDENZENTRIERTE OPERATIONALISIERUNG**

Co-kreative Entwicklung & Umsetzung praxisorientierter Leistungsangebote für die unterschiedlichen Bedürfnisse entlang des Lebenszyklus der Unternehmen



## PHASE 4 **ERFOLGSMESSUNG & QUALITÄTSSICHERUNG**

Kontinuierliche Erhebung & Auswertung von Feedback, Zufriedenheit und Nutzungserfahrungen zur Messung des Erfolgs und zur Sicherung der Servicequalität

RECHENUNGSSTÄNDE

1.1.1	MP 3.11	00	00
1.1.2	Englisch 3.11 - Kantonale 4	00	00



## KUNDENZENTRIERUNG

### REALITY CHECK INSIGHTS - SUMMARY

**NUR DER  
BEGEISTERTE  
KANN  
BEGEISTERN!**



# KUNDENZENTRIERUNG - REALITY CHECK

## REALITY CHECKS

PERSÖNLICHE BEGLEITUNG VOR ORT

**19,5 Arbeitstage**

Bezirksstellen Imst, Schwaz, Lienz; Bildungsconsulting;  
Außenwirtschaft; Arbeits- & Sozialrecht; Wirtschaftsrecht,  
Steuerrecht & Umwelt; Gründerservice & Betriebsanlagen;  
Infoservice; Förderservice; Branchenverbund Technik;  
Personalabteilung; IT-Management;  
Branchenverbund Gastronomie & Hotellerie

## WKT MITGLIEDER

ANONYME DIGITALE BEFRAGUNG

**925** vollständige Beantwortungen

## WKT MITARBEITER:INNEN

ANONYME DIGITALE BEFRAGUNG

**128** vollständige Beantwortungen

## UNTERNEHMER:INNEN

### AUS DEN 7 SPARTEN

PERSÖNLICHE TIEFENGESPRÄCHE

**22** Gesprächspartner:innen

## STAKEHOLDER & OPINION LEADER

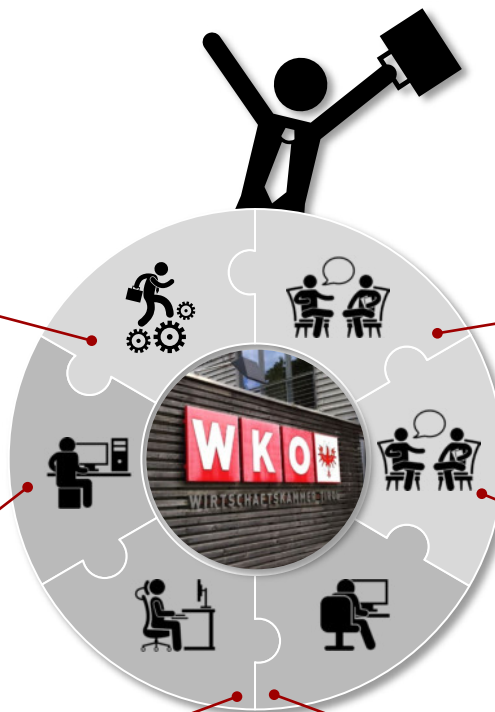
PERSÖNLICHE TIEFENGESPRÄCHE

**8** Gesprächspartner:innen

## WKT FUNKTIONÄR:INNEN

ANONYME DIGITALE BEFRAGUNG

**109** vollständige Beantwortungen



myfeedback



Sehr geehrtes Mitglied der Wirtschaftskammer Tirol,

wir haben den Anspruch, uns im Sinne unserer Kundinnen - also neuen und bestehenden Mitgliedern der Wirtschaftskammer Tirol - zu verbessern. Damit uns das gemeinsam gut gelingt, lassen Sie uns bitte Ihre persönliche Meinung zu ein paar kurzen Fragen mitteilen.

Danke für Ihr Feedback.

Weiter

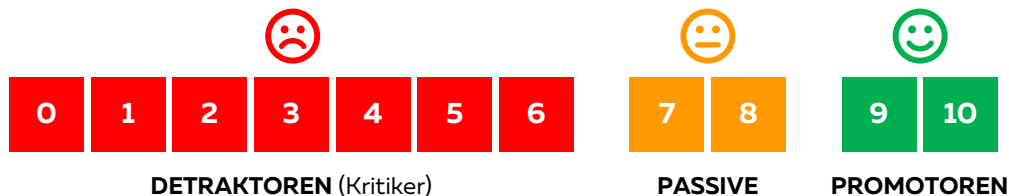
**KUNDENZENTRIERUNG**

INSIGHTS - MITGLIEDER



# INSIGHTS – NET PROMOTOR SCORE / NPS

**Der Net Promotor Score (NPS):** misst die Zufriedenheit und Loyalität der Mitglieder gegenüber der Wirtschaftskammer Tirol, indem er aufzeigt, wie stark Mitglieder die Leistungen als relevant und wertvoll empfinden.



**NPS = % Promotoren - % Detraktoren**  
NPS-Werte können zwischen + und -100 liegen



- Der **NPS fokussiert auf Promotoren und Detraktoren**, da diese Gruppen den stärksten Einfluss auf die Wahrnehmung und den Erfolg eines Unternehmens haben.
- Die Folgefrage „**Welche Gründe sind für diese Bewertung ausschlaggebend?**“ ermöglicht eine qualitative Analyse, um die Hintergründe der Bewertungen zu verstehen und gezielte Maßnahmen abzuleiten.



# INSIGHTS – NET PROMOTOR SCORE / NPS



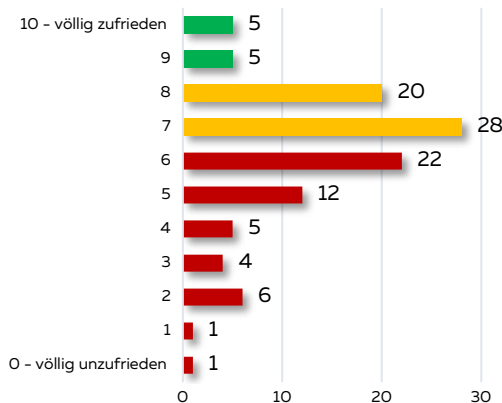
## Zufrieden, aber nicht überzeugt – das Potenzial der Passiven nutzen!

- Die „**indifferente Zufriedenheit**“ der **Passiven** zeigt, dass viele Mitglieder Leistungen als „okay“ wahrnehmen, aber keinen besonderen Mehrwert erkennen.
- Dies führt zu einer neutralen Haltung, die weder Begeisterung noch starke Kritik hervorruft – **ein Zeichen für fehlende emotionale Bindung** zur Organisation / Marke Wirtschaftskammer Tirol.
- Um Passive in Promotoren umzuwandeln, muss die Wirtschaftskammer Tirol ihre **Leistungen sichtbarer machen, praxisnaher gestalten und stärker auf die Bedürfnisse** ihrer Mitglieder **eingehen**.

# INSIGHTS MITGLIEDER - VERGLEICH

## Funktionär:innen

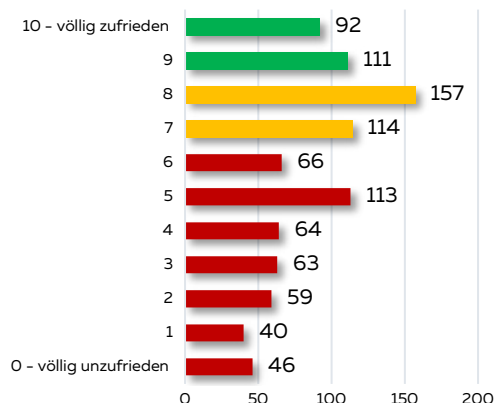
Wie schätzt Du die Zufriedenheit der Mitglieder mit den Leistungen der Wirtschaftskammer Tirol ein?



NPS Score: **-39**

## Mitglieder

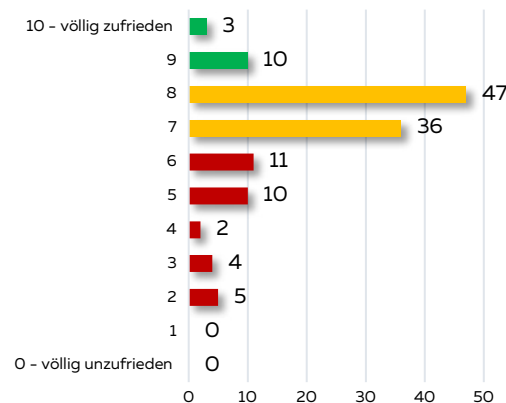
Wie zufrieden sind Sie mit den Leistungen der Wirtschaftskammer Tirol?



NPS Score: **-27**

## Mitarbeiter:innen

Wie schätzt Du die Zufriedenheit der Kund:innen mit den Leistungen der Wirtschaftskammer Tirol ein?



NPS Score: **-15**

### Richtwerte:

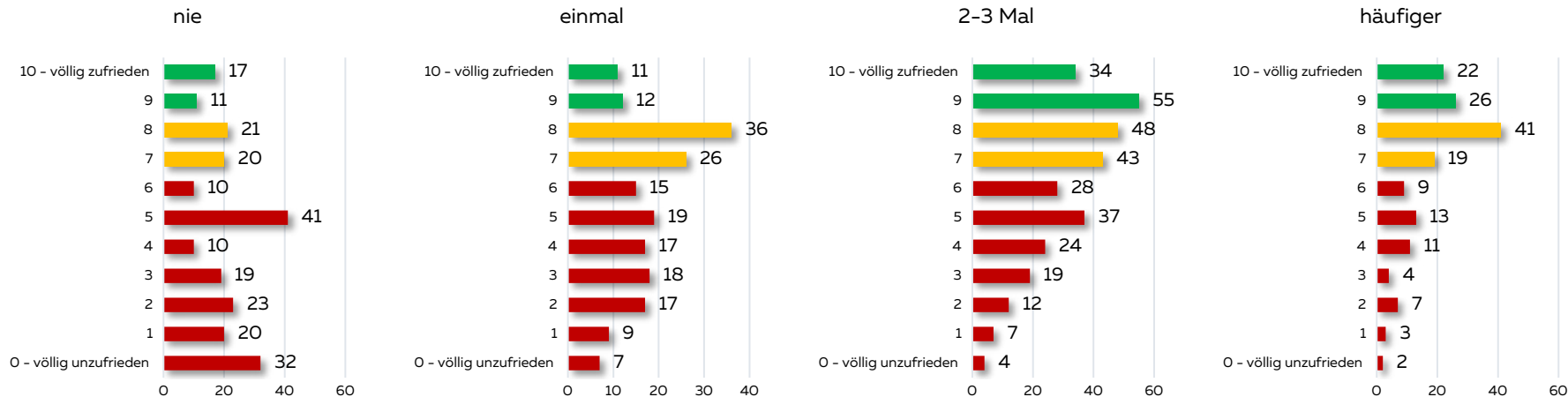
-100 bis 0 = schlecht  
0 bis 30 = ok  
30 bis 70 = gut  
70 bis 100 = sehr gut

**Ein NPS Wert für die Wirtschaftskammer Tirol von +30 bis +50 wäre ein wünschenswertes & realistisches Ziel.**

# INSIGHTS MITGLIEDER – VERGLEICH KONTAKT

## Mitglieder

Wie zufrieden sind Sie mit den Leistungen der Wirtschaftskammer Tirol?



NPS Score: **-57** / n=224

NPS Score: **-42** / n=187

NPS Score: **-14** / n=311

NPS Score: **-1** / n=157

Richtwerte:

-100 bis 0 = schlecht

0 bis 30 = ok

30 bis 70 = gut

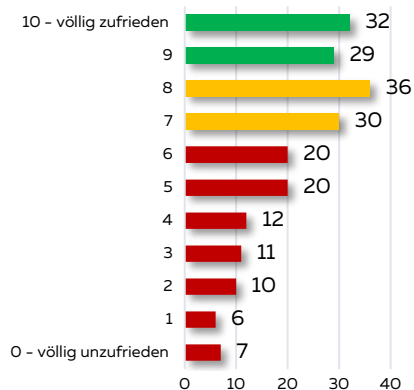
70 bis 100 = sehr gut

# INSIGHTS MITGLIEDER – VERGLEICH GRÜNDUNGSZEITPUNKT

## Mitglieder

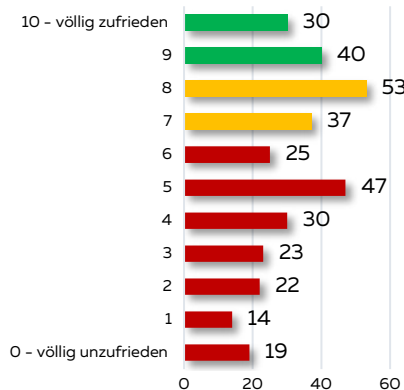
Wie zufrieden sind Sie mit den Leistungen der Wirtschaftskammer Tirol?

Innerhalb der letzten 5 Jahre



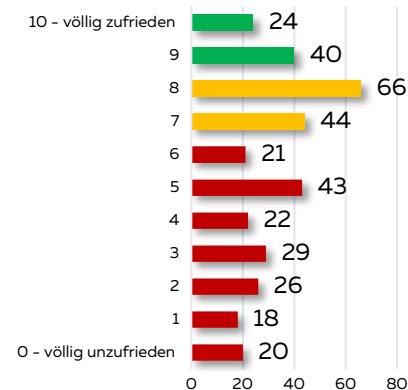
NPS Score: **-12** / n=213

6 - 20 Jahre



NPS Score: **-32** / n=224

mehr als 20 Jahre



NPS Score: **-33** / n=353

**Richtwerte:**

-100 bis 0 = schlecht

0 bis 30 = ok

30 bis 70 = gut

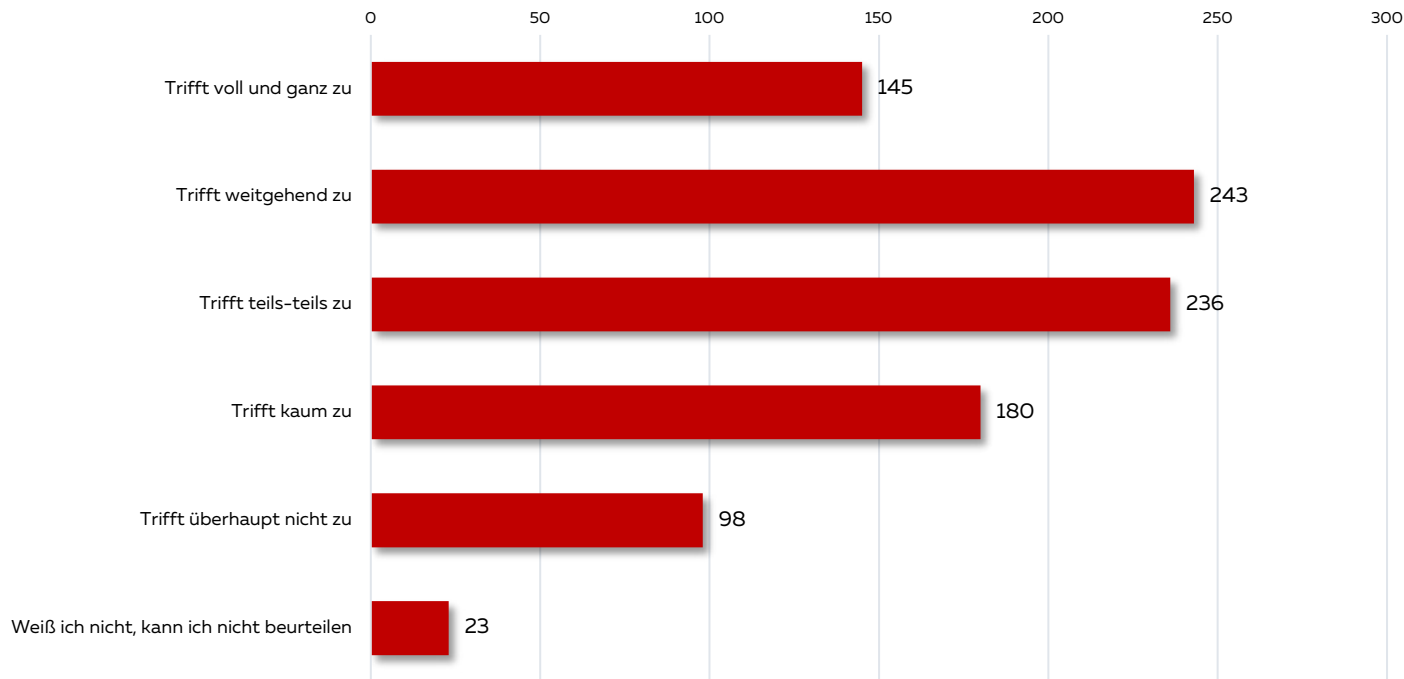
70 bis 100 = sehr gut

Anonyme Digitale Befragung von Mitarbeiter:innen (n=128), Funktionär:innen (n=109) & Mitgliedern (n=925) der Wirtschaftskammer Tirol  
vollständig ausgefüllt – Auswertungszeitraum April bis inkl. Mai 2024



# INSIGHTS MITGLIEDER

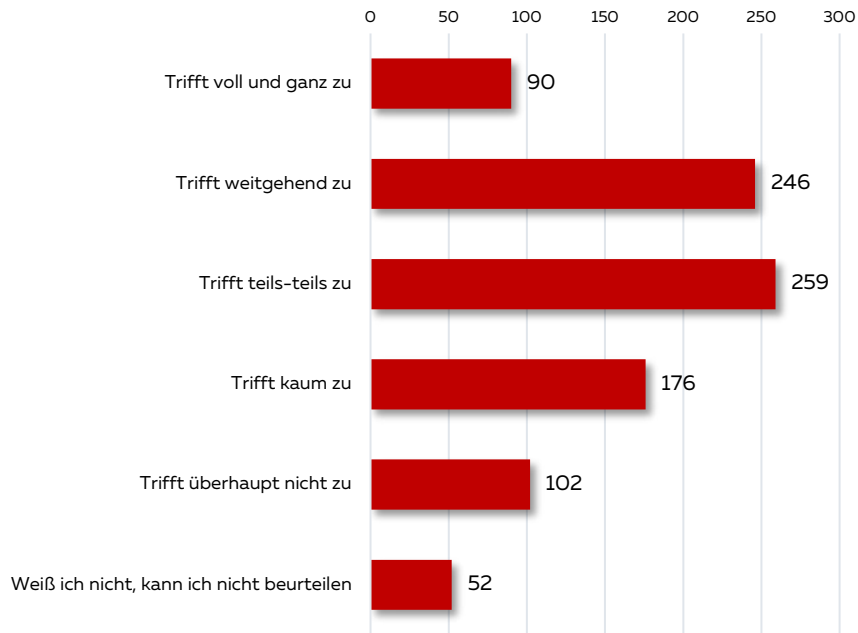
**Ich empfinde meine Mitgliedschaft in der Wirtschaftskammer Tirol als nützlich.**



# INSIGHTS MITGLIEDER - VERGLEICH

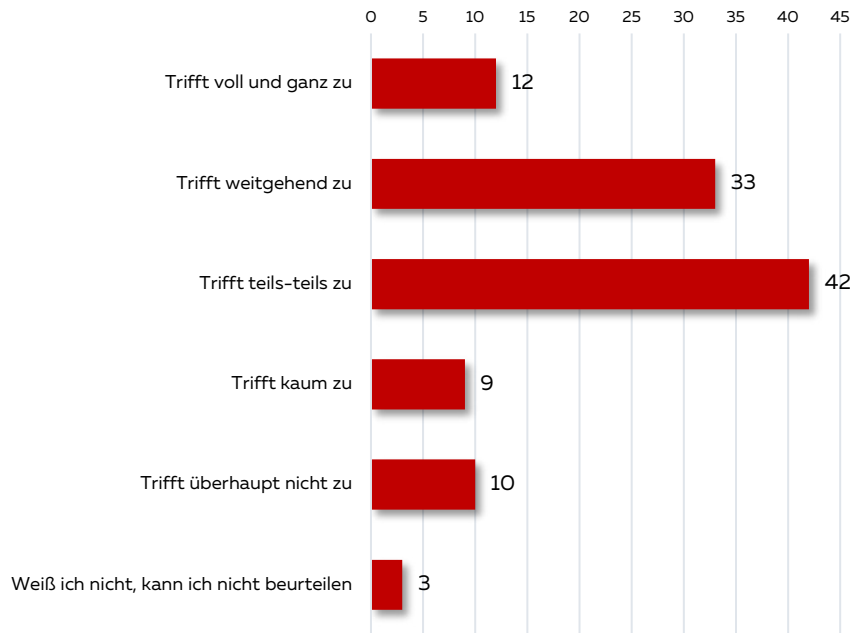
## Mitglieder

**Die Interessensvertretung  
der Wirtschaftskammer Tirol  
entspricht meinen Bedürfnissen.**



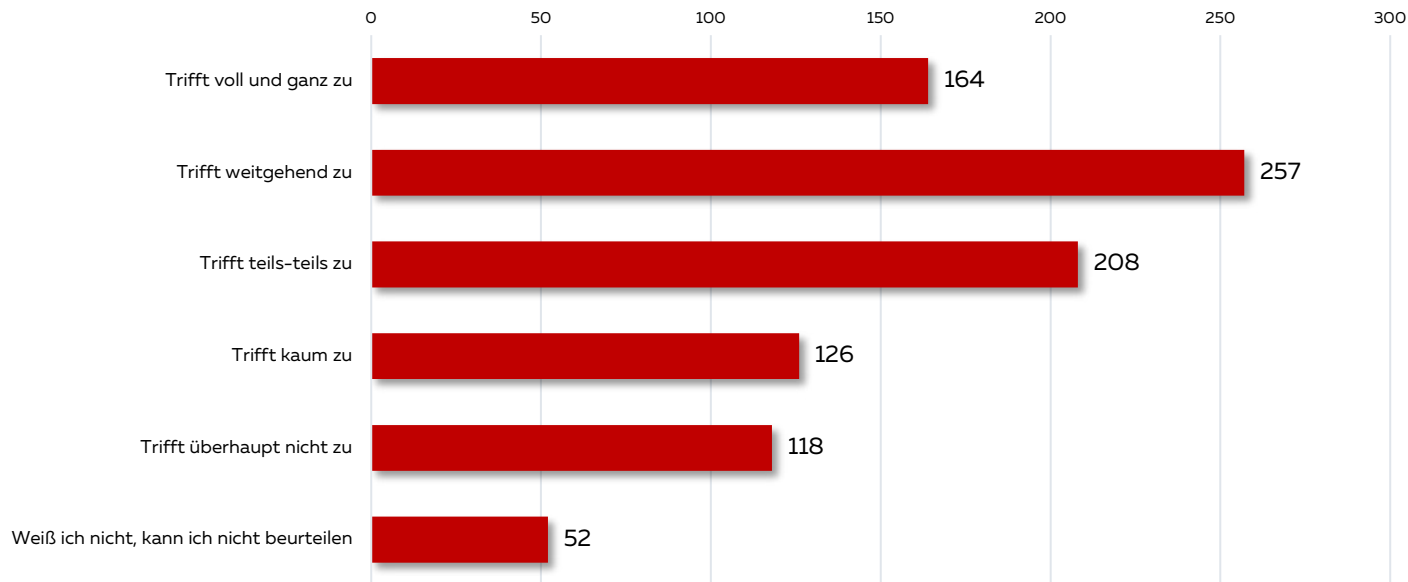
## Funktionär:innen

**Ich habe das Gefühl, dass die Wirtschaftskammer Tirol  
erfolgreich auf politische Entscheidungen einwirkt,  
um die Interessen der Mitglieder zu vertreten.**



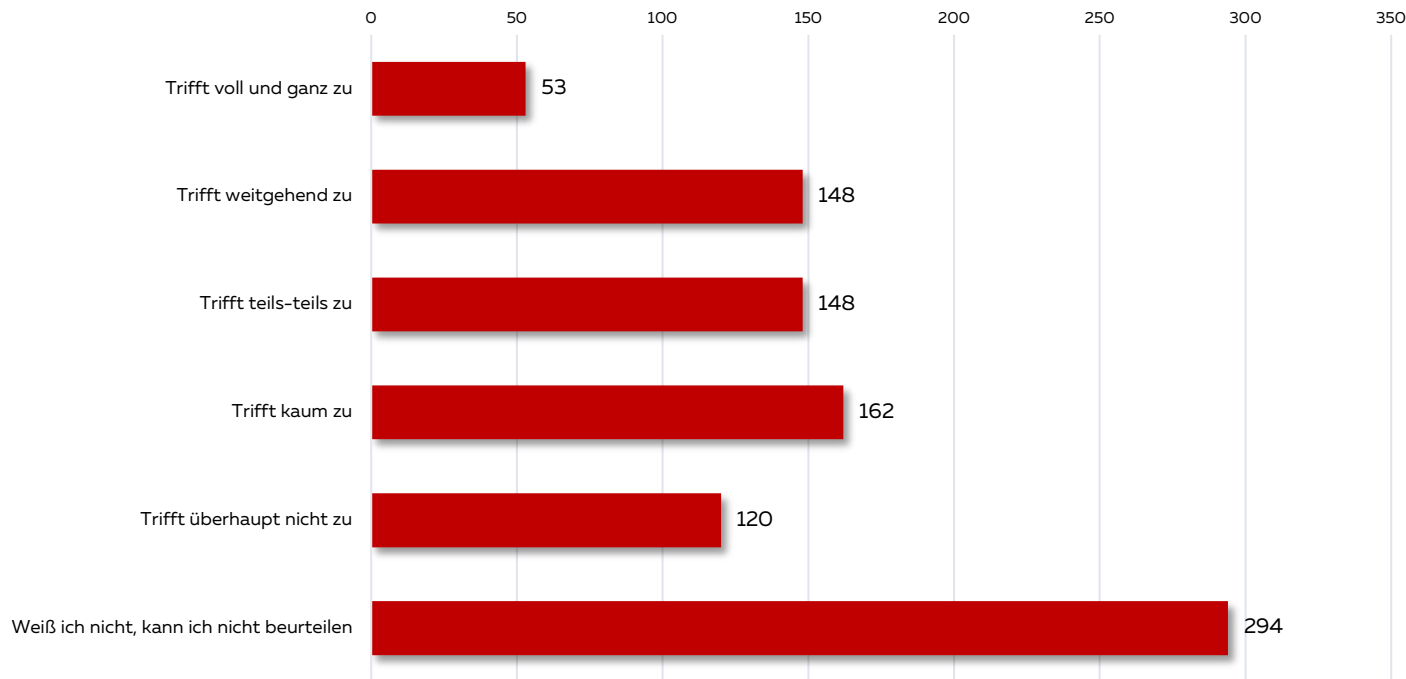
# INSIGHTS MITGLIEDER

**Ich fühle mich von der Wirtschaftskammer Tirol gut unterstützt und betreut.**



# INSIGHTS MITGLIEDER

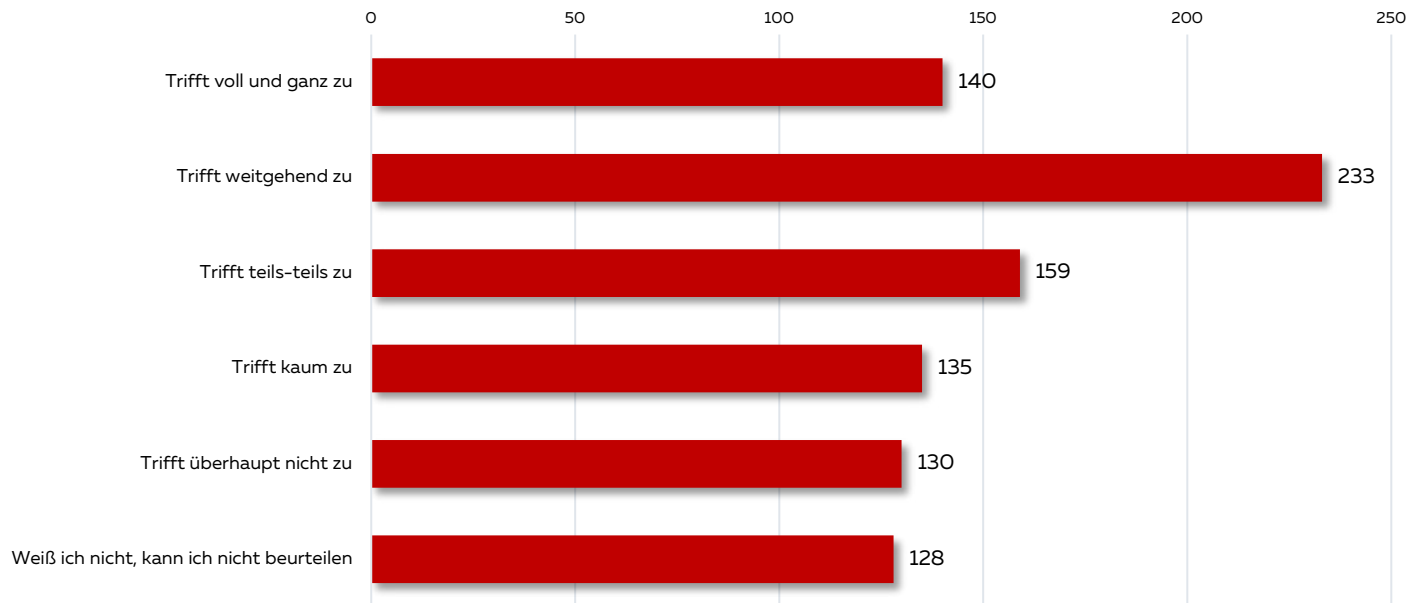
**Ich habe das Gefühl, dass meine Meinung und mein Feedback innerhalb der Wirtschaftskammer Tirol berücksichtigt wird.**





# INSIGHTS MITGLIEDER

**Die bisherigen - von mir in Anspruch genommenen -  
Beratungsleistungen der Wirtschaftskammer Tirol haben sich  
unmittelbar positiv auf die Geschäftstätigkeit meines  
Unternehmens ausgewirkt.**



# INSIGHTS MITGLIEDER – 3 WICHTIGE ERKENNTNISSE



## Kritik an Pflichtmitgliedschaft und fehlender Praxisbezug:

- Viele Mitglieder finden den **Zwang zur Pflichtmitgliedschaft** weder angemessen noch zeitgemäß und sehen keinen direkten Nutzen für ihr Unternehmen.
- Es wird kritisiert, dass die Wirtschaftskammer zu **bürokratisch, praxisfern und wenig flexibel agiert**, insbesondere in Bezug auf die Bedürfnisse von Kleinbetrieben und Ein-Personen-Unternehmen (EPU).
- Der **Fokus auf Großbetriebe** wird wahrgenommen und als unfair empfunden.

# INSIGHTS MITGLIEDER – 3 WICHTIGE ERKENNTNISSE



## Mangelhafte Kommunikation und Transparenz:

- Das **Leistungsangebot** der Wirtschaftskammer ist vielen Mitgliedern **nicht** oder nicht ausreichend **bekannt**, was auf Probleme in der Kommunikation hinweist.
- Gleichzeitig wird die **Informationsflut durch zu viele allgemeine E-Mails** bemängelt, dies bewirkt auch, dass wichtige Inhalte untergehen.
- Auch die **Transparenz über die Verwendung von Mitgliedsbeiträgen** und zu internen Entscheidungen wird stark kritisiert.

# INSIGHTS MITGLIEDER – 3 WICHTIGE ERKENNTNISSE



## Fehlende Unterstützung für Klein- und Kleinstbetriebe:

- Mitglieder fordern **mehr konkrete, praxisorientierte Unterstützung bei alltäglichen Herausforderungen** wie Bürokratieabbau, Fachkräftemangel, steuerlichen Entlastungen (vor allem Lohnnebenkosten) und digitalen Transformationen.
- Insbesondere **Kleinbetriebe fühlen sich oft nicht ausreichend vertreten oder unterstützt**, was zu Unzufriedenheit mit den Leistungen der Kammer führt.



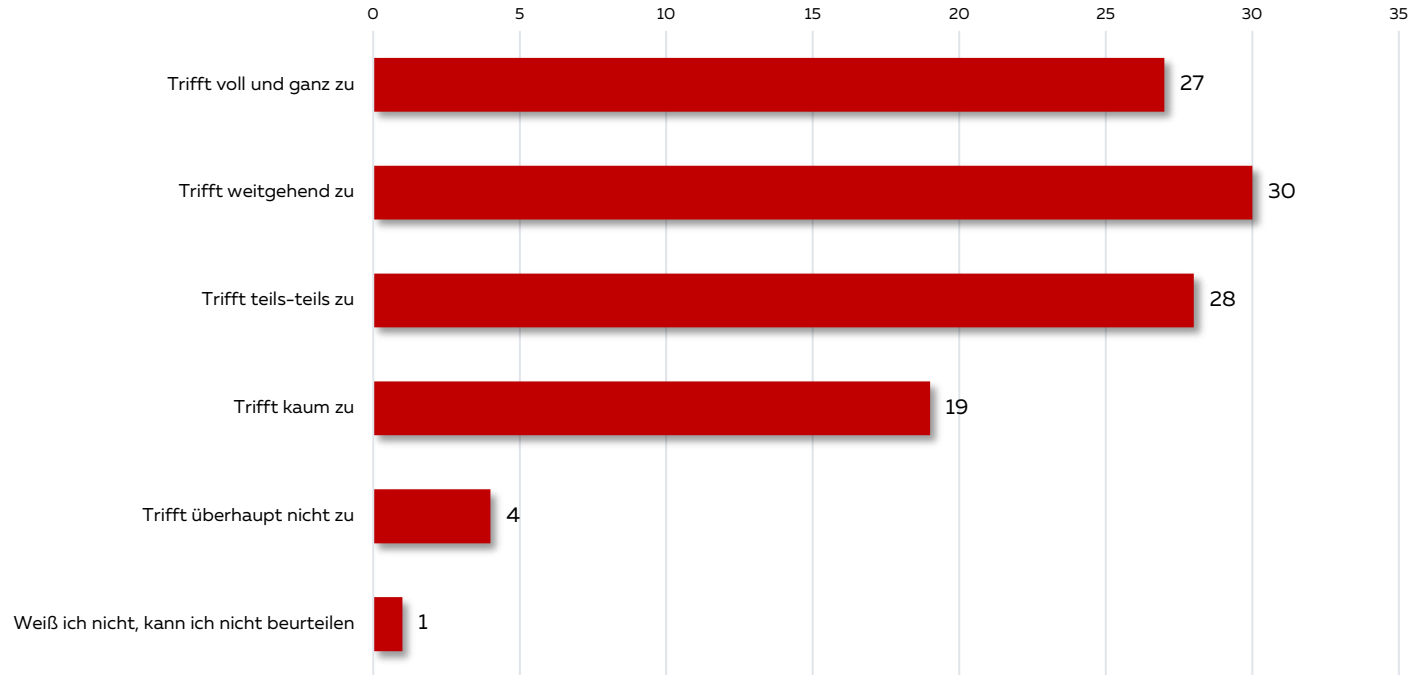


**KUNDENZENTRIERUNG**

INSIGHTS – FUNKTIONÄR:INNEN

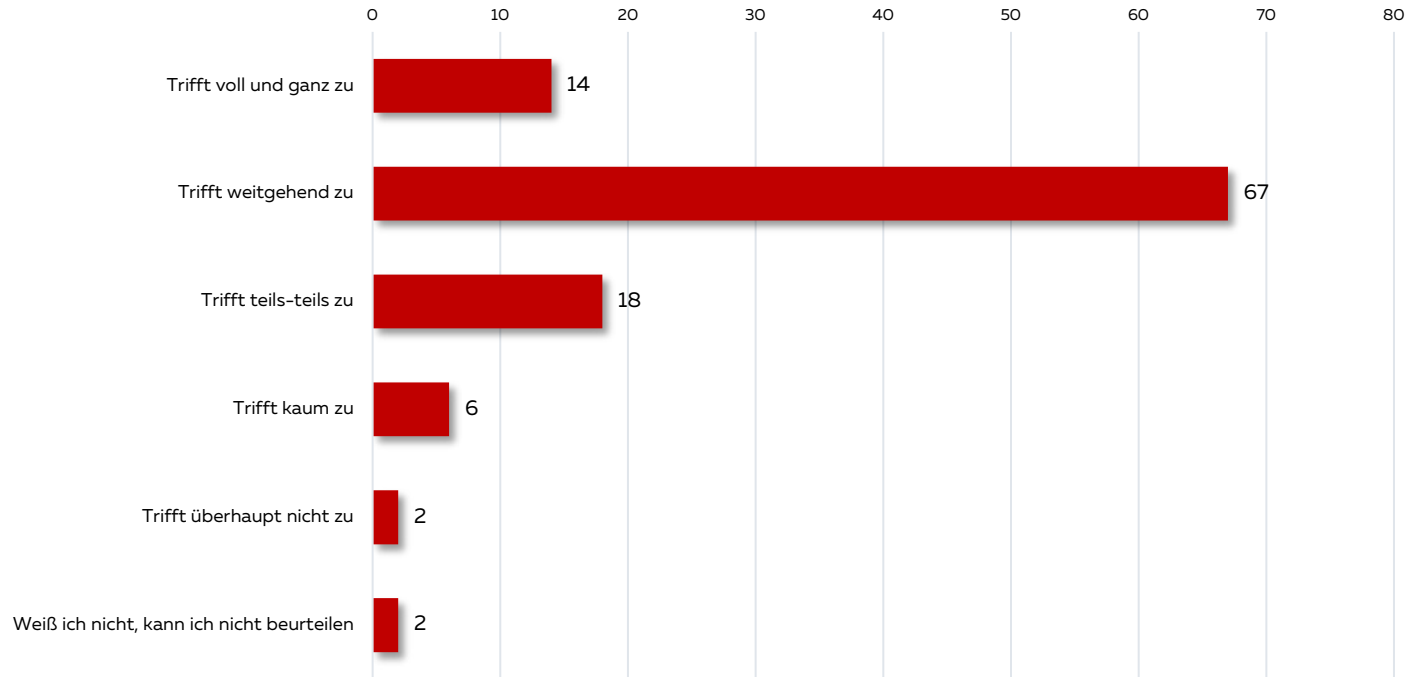
# INSIGHTS FUNKTIONÄR:INNEN

**Ich habe in meiner täglichen Arbeit - als Funktionär:in - oft Kontakt mit Mitgliedern der Wirtschaftskammer Tirol.**



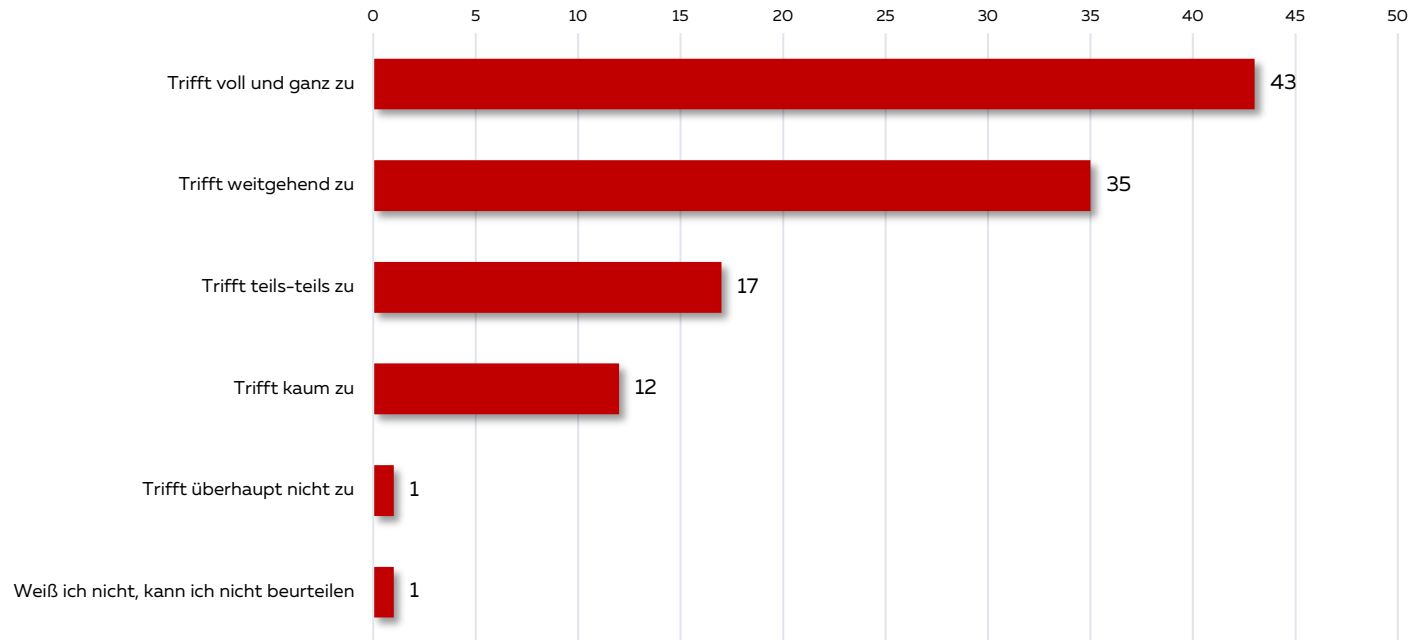
# INSIGHTS FUNKTIONÄR:INNEN

**Das Leistungsangebot der Wirtschaftskammer Tirol entspricht den Bedürfnissen der Mitglieder.**



# INSIGHTS FUNKTIONÄR:INNEN

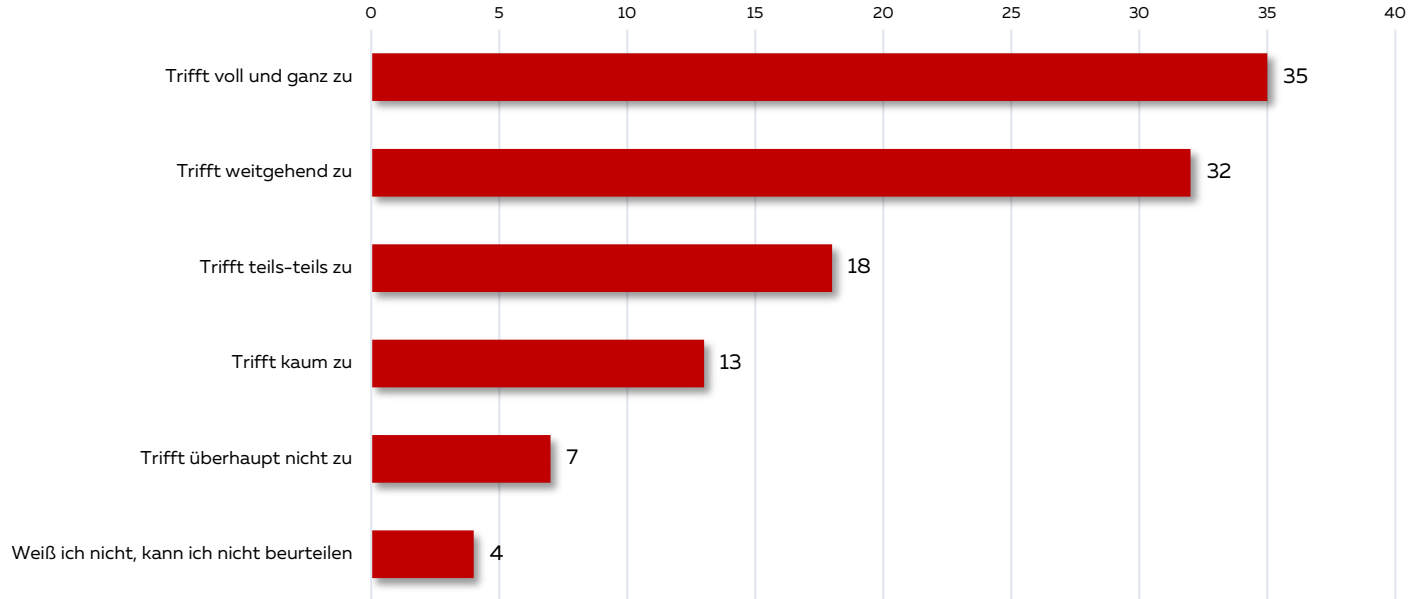
**Ich motiviere „meine“ Mitglieder die angebotenen Dienstleistungen und Programme der Wirtschaftskammer Tirol verstärkt in Anspruch zu nehmen.**





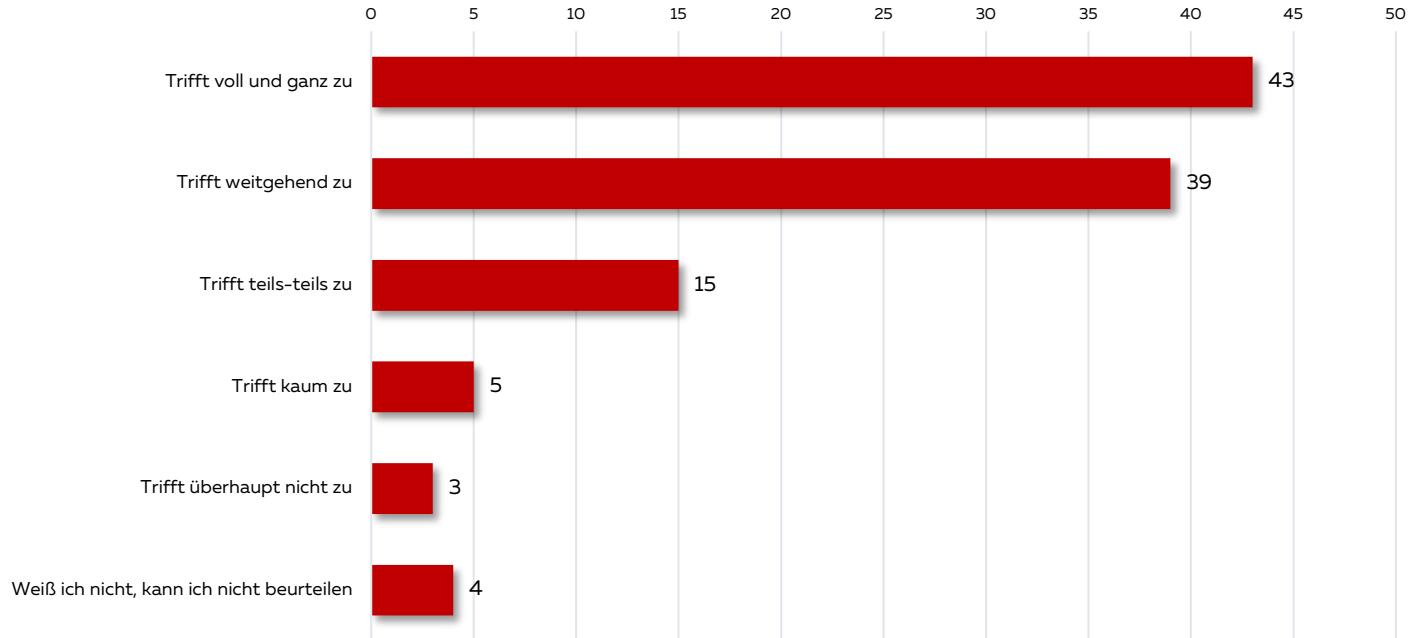
# INSIGHTS FUNKTIONÄR:INNEN

**Ich gebe Feedback „meiner“ Mitglieder zu den Leistungen der  
Wirtschaftskammer Tirol weiter, damit bestehende  
Dienstleistungen verbessert oder neue Leistungsangebote  
entwickelt werden können.**



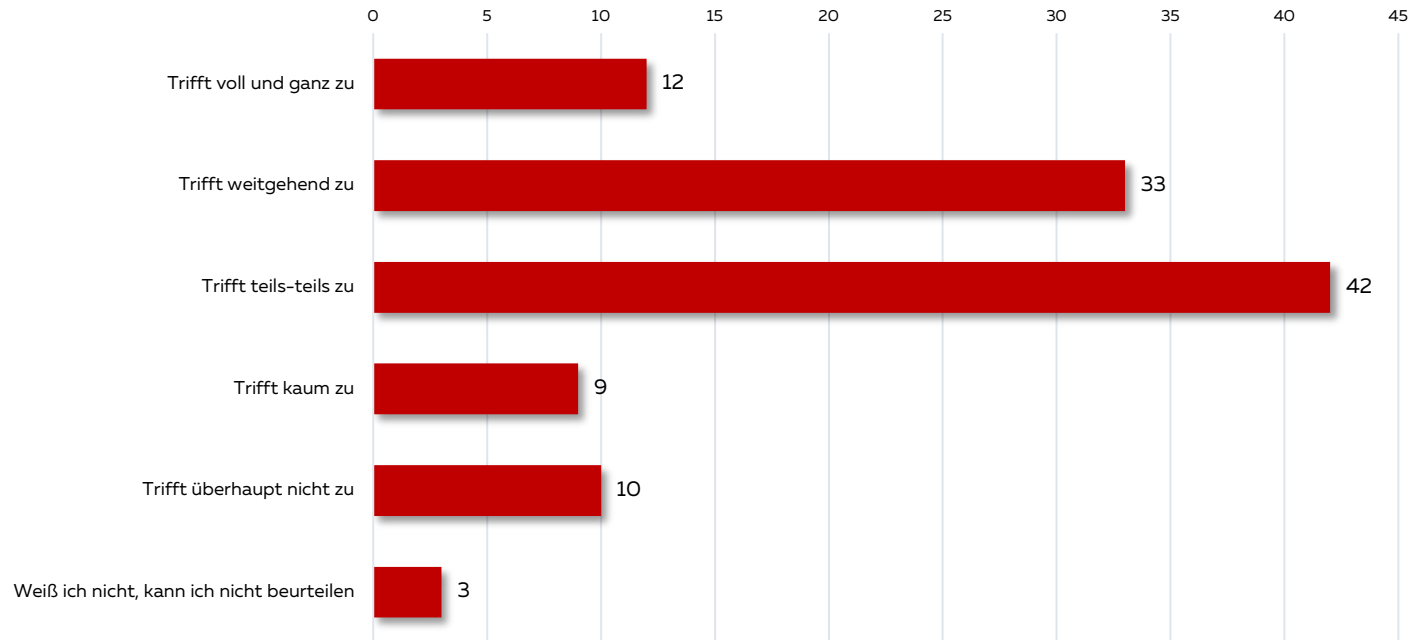
# INSIGHTS FUNKTIONÄR:INNEN

**Ich erhalte die notwendige Unterstützung durch die Mitarbeiter:innen der Wirtschaftskammer Tirol bei der Lösung individueller Anliegen und Herausforderungen von Mitgliedern.**



# INSIGHTS FUNKTIONÄR:INNEN

**Ich habe das Gefühl, dass die Wirtschaftskammer Tirol erfolgreich auf politische Entscheidungen einwirkt, um die Interessen der Mitglieder zu vertreten.**



# INSIGHTS FUNKTIONÄR:INNEN – 3 WICHTIGE ERKENNTNISSE



## Fehlende Praxisorientierung und unzureichende Unterstützung:

- Es wird kritisiert, dass die **Wirtschaftskammer oft praxisfern agiert** und nicht ausreichend auf die spezifischen Bedürfnisse kleiner Betriebe, EPU und KMU eingeht.
- Viele **Mitglieder fühlen sich** durch Bürokratie, allgemeine Angebote und mangelnde individuelle Unterstützung **überfordert**.

# INSIGHTS FUNKTIONÄR:INNEN – 3 WICHTIGE ERKENNTNISSE



## Kommunikations- und Digitalisierungsdefizite:

- Die **Kommunikation über das Leistungsportfolio** der Wirtschaftskammer ist **unzureichend**, was dazu führt, dass sie selbst, aber auch viele Mitglieder die Angebote nicht kennen oder nutzen.
- Zudem wird die **digitale Infrastruktur** (zB. Website, Terminvereinbarungen) als **veraltet und unübersichtlich** wahrgenommen.
- Gleichzeitig wird eine **Reduktion der Informationsflut** (zB. Newsletter) gefordert.

# INSIGHTS FUNKTIONÄR:INNEN – 3 WICHTIGE ERKENNTNISSE



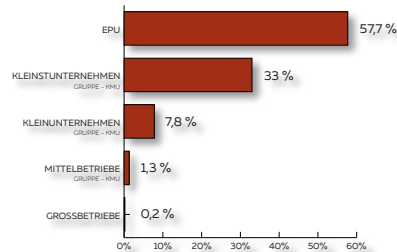
## Interne Herausforderungen und mangelnde Zusammenarbeit:

- Funktionär:innen bemängeln **fehlende Kooperation zwischen Sparten, Fachgruppen und Abteilungen** sowie eine **hohe Mitarbeiterfluktuation**, die den internen Wissensaufbau behindert.
- Es fehlt an klaren Zuständigkeiten, effizientem Austausch und einer stärkeren **Einbindung der Funktionär:innen in Entscheidungsprozesse**.
- Zudem wird ein stärkerer Fokus auf Schulungen zu praxisnahen Themen sowie eine **bessere Interessensvertretung gegenüber Politik** und Behörden gefordert.



# INSIGHTS REALITY CHECK

UNTERNEHMENSLANDSCHAFT IN TIROL



## 1. Ein-Personen-Unternehmen (EPU)

- ca. 57,7 % der Unternehmen in Tirol sind Ein-Personen-Unternehmen (EPU), das heißt, sie beschäftigen keine Mitarbeiter:innen
- ca. 56 % der Ein-Personen-Unternehmen (EPU) in Tirol sind **hauptberuflich** tätig, während 26 % **nebenberuflich** tätig sind und 18 % in **Teilzeit** arbeiten

## 2. Kleinstunternehmen (1-9 Mitarbeiter:innen / KMU)

- ca. 33 % der Unternehmen in Tirol fallen in die Kategorie der Kleinstunternehmen, die zwischen 1 und 9 Mitarbeiter:innen beschäftigen
- diese Unternehmen sind typisch für die kleinstrukturierte Wirtschaft in Tirol und bilden den größten Anteil an der Gruppe KMU (Kleine und mittlere Unternehmen)

## 3. Kleinunternehmen (10-49 Mitarbeiter:innen / KMU)

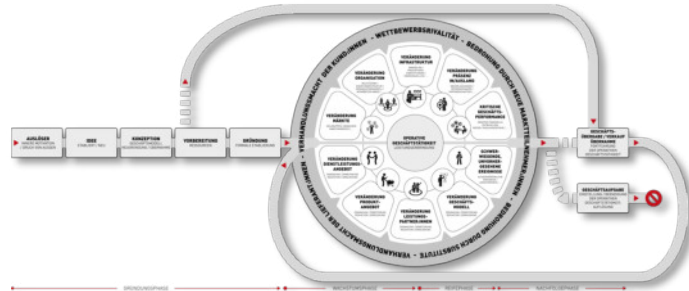
- ca. 7,8 % der Unternehmen in Tirol gehören zu den Kleinunternehmen, die zwischen 10 und 49 Mitarbeiter:innen beschäftigen
- diese Unternehmen spielen eine wichtige Rolle in spezifischen Branchen wie Handel und Tourismus

## 4. Mittelbetriebe (50-249 Mitarbeiter:innen / KMU)

- ca. 1,3 % der Unternehmen in Tirol gehören zu den mittelgroßen Betrieben mit 50 bis 249 Mitarbeiter:innen
- diese Betriebe sind oft in industriellen oder spezialisierten Dienstleistungssektoren tätig

## 5. Großbetriebe (ab 250 Mitarbeiter:innen)

- Großunternehmen machen ca. 0,2 % der Gesamtzahl der Unternehmen in Tirol aus, trotz ihres geringen Anteils stellen diese Großbetriebe einen signifikanten Anteil der Arbeitsplätze zur Verfügung. In den **rund 117 Großbetrieben** in Tirol arbeiten etwa 75.000 Personen



## Vielfalt der Betriebe – Vielfalt der Herausforderungen

### Die sehr unterschiedlichen Bedürfnisse der verschiedenen Mitglieder(gruppen)

getrieben durch die schwierigen  
wirtschaftlichen Umfeldbedingungen  
während der einzelnen Phasen  
eines Business Lifecycle

stellen die Wirtschaftskammer Tirol  
vor große Herausforderungen.

# INSIGHTS **REALITY CHECK**



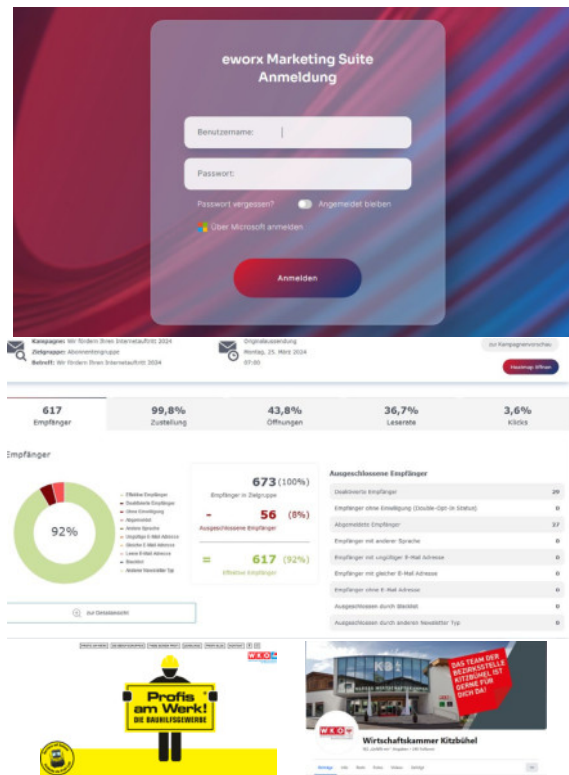
## **Fokus schafft Mehrwert – klare Prioritäten für echte Wirkung**

Aus Sicht von Kund:innen, Mitgliedern,  
Funktionär:innen & Mitarbeiter:innen ist

eine **Repositionierung der WKT in  
strategischer & operativer Hinsicht**

dringend notwendig.

# INSIGHTS REALITY CHECK



## Kommunikation verbessern – Mitglieder erreichen

Die Information von Mitgliedern & die Interaktion mit Mitgliedern

über die unterschiedlichen **Kommunikationskanäle** der WKT sowie die unterschiedlichen **Interaktionsformate** bieten noch viel Optimierungspotenzial.

# INSIGHTS REALITY CHECK

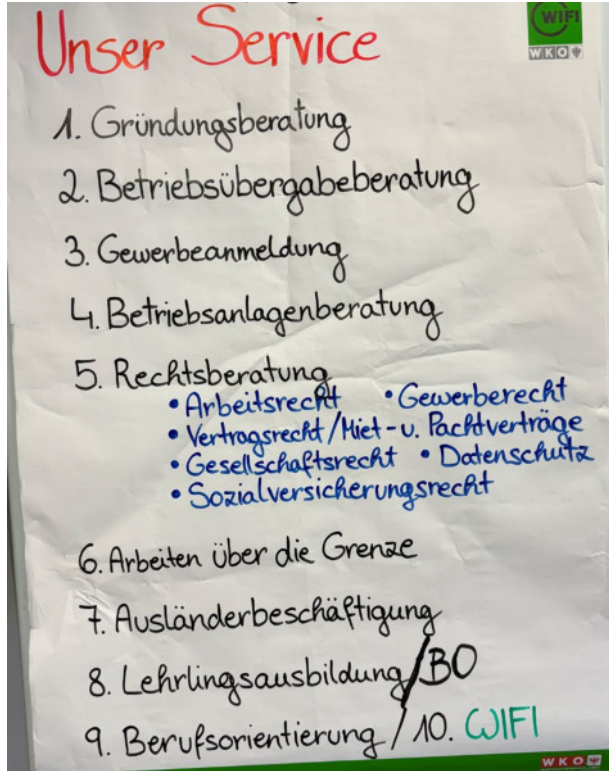


## Komplex nach innen – verwirrend nach außen

## Die **Komplexität** & „Individualität“ der einzelnen Einheiten innerhalb der Organisation

ist **für Mitglieder** in der Interaktion mit der (Marke) WKT **stark spürbar** und **vermittelt ein suboptimales Bild in der Außenwahrnehmung.**

# INSIGHTS REALITY CHECK



## Leistungen sichtbar machen – Mehrwert erlebbar gestalten

Viele **Mitglieder kennen** die umfangreichen **Angebote, Kompetenzen und Netzwerke** der WKT nicht.

Diese fehlende Sichtbarkeit **führt zu einer negativen Wahrnehmung, insbesondere bei Kleinunternehmen**, die oft keinen direkten Nutzen erkennen.

Es entsteht der Eindruck, dass Pflichtbeiträge „sinnlos“ verwendet werden.



# DIE MARKE WIRTSCHAFTSKAMMER TIROL



**...und viele mehr.**

## Jede Handlung zählt – nur gemeinsam lässt sich die Marke WKT stärken

**Alle Mitarbeiter:innen und Funktionär:innen**  
tragen durch ihr Handeln aktiv zur  
Wahrnehmung und Stärkung der Marke bei.

**Jede Interaktion** – ob Beratung,  
E-Mail oder persönliches Gespräch –  
**prägt die Wahrnehmung der Marke.**

**Konsistenz** in Qualität und Kommunikation  
**schaffen Vertrauen, Relevanz** und  
ein positives Bild nach außen.

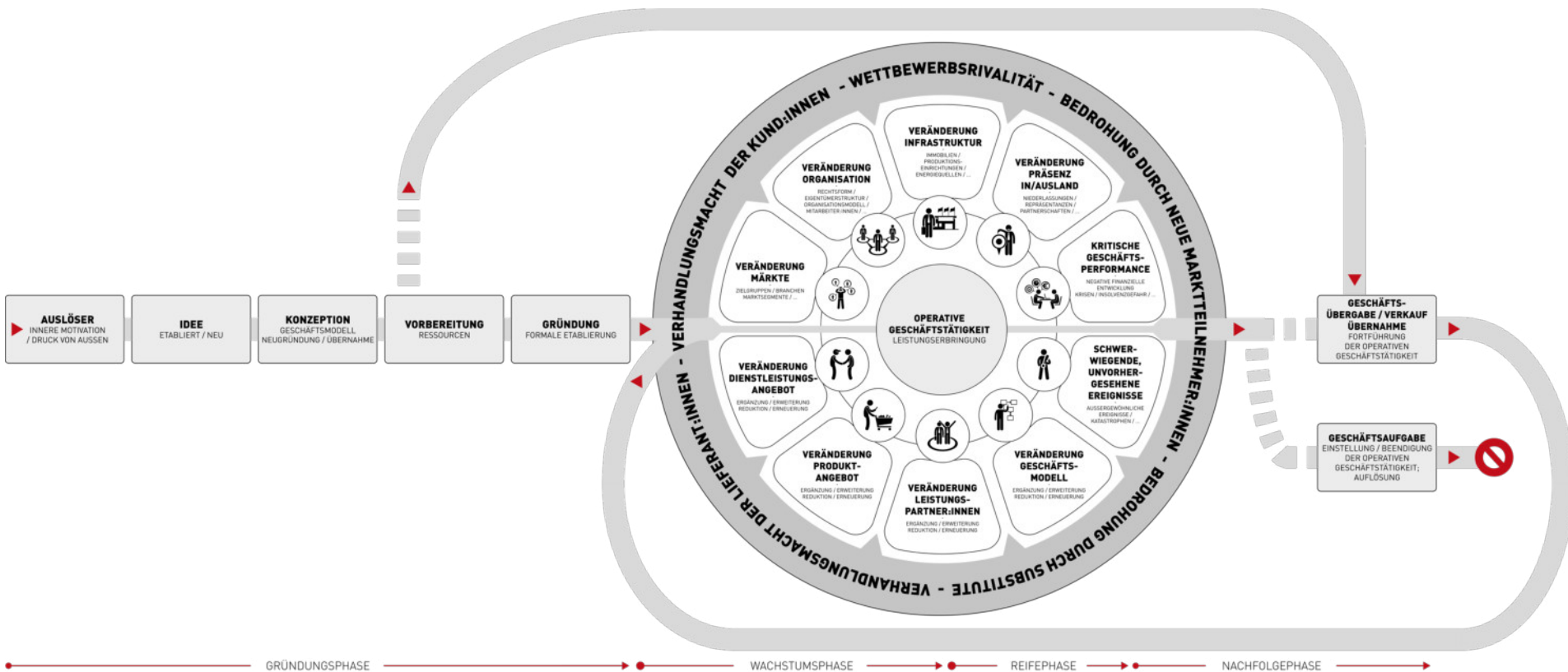




**KUNDENZENTRIERUNG**

STRATEGISCHE POSITIONIERUNG - ÜBERSICHT

# STRATEGISCHE POSITIONIERUNG – BUSINESS LIFECYCLE



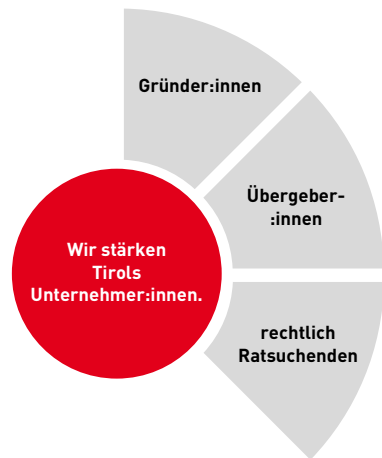




# STRATEGISCHE POSITIONIERUNG

SERVICE STRATEGIE / UPDATE

# SERVICE STRATEGIE / ZIELGRUPPEN



## Die Gründer:innen

- **Motiv:** Ich möchte Unternehmer:in in Tirol werden
- **Grund der Fokussierung:** zur Förderung des Unternehmertums und der wirtschaftlichen Dynamik in Tirol, sowie zur Stärkung der Mitgliederbindung an die WKT



## Die Übergeber:innen

- **Motiv:** Ich möchte ein Unternehmen übergeben
- **Grund der Fokussierung:** zur Sicherung des Fortbestands regionaler Unternehmen, der Erhaltung von Arbeitsplätzen, sowie zur Stärkung der Mitgliederbindung an die WKT



## Die rechtlich Ratsuchenden

- **Motiv:** Ich möchte Rechtssicherheit für mein unternehmerisches Tun
- **Grund der Fokussierung:** zur Minimierung unternehmerischer Risiken und zur Stärkung des Vertrauens in die WKT

Warum & für Wen  
Purpose & Zielgruppen

# SERVICE STRATEGIE / ZIELGRUPPEN



## Die Wissenshungrigen

- **Motiv:** Ich möchte Wissen & Kompetenz in meinem Unternehmen weiterentwickeln
- **Grund der Fokussierung:** zur Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit der Mitglieder und zur Positionierung der WKT als kompetenter Partner für unternehmerische Wissensvermittlung

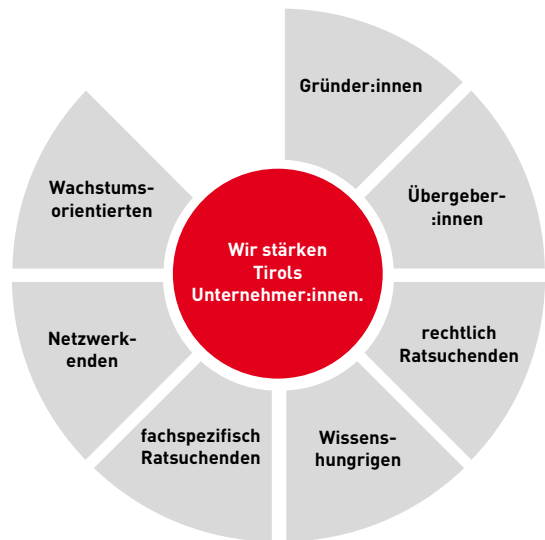


## Die fachspezifisch Ratsuchenden

- **Motiv:** Ich brauche eine schnelle Lösung für eine akute Herausforderung in meinem operativen Geschäft
- **Grund der Fokussierung:** zur Erhöhung der Zufriedenheit der Mitglieder und zur Stärkung der Relevanz der WKT

Warum & für Wen  
Purpose & Zielgruppen

# SERVICE STRATEGIE / ZIELGRUPPEN



## Die Netzwerkenden



- **Motiv:** Ich möchte mein unternehmerisches Netzwerk vergrößern
- **Grund der Fokussierung:** zur Förderung von Kooperationen und Geschäftspartnerschaften zwischen Unternehmen und zur Positionierung der WKT als attraktive Plattform für unternehmerisches Networking

## Die Wachstumsorientierten



- **Motiv:** Ich möchte wachsen / investieren / internationalisieren
- **Grund der Fokussierung:** zur Stärkung des Wirtschaftsstandorts Tirol, zur Förderung der Schaffung neuer und zur Absicherung bestehender Arbeitsplätze

Warum & für Wen  
Purpose & Zielgruppen



# SERVICE STRATEGIE / ZIELGRUPPEN



## Die Revitalisierer:innen

- **Motiv:** Ich möchte, dass mein Unternehmen wieder wirtschaftlich erfolgreich wird
- **Grund der Fokussierung:** zur Sicherung des Fortbestands regionaler Unternehmen und Arbeitsplätze, sowie zur Stärkung der Mitgliederbindung an die WKT

Warum & für Wen  
Purpose & Zielgruppen

# SERVICE STRATEGIE



**Wir begleiten Unternehmer:innen in Tirol  
in allen Unternehmensphasen – mit zielgerichteten Services.**

Wir sind verlässliche Partner:innen für Tiroler Unternehmer:innen –  
ehrlich, klar und auf Augenhöhe.

Wir begleiten Unternehmer:innen in jeder Phase ihres Weges  
mit praxisnahen Lösungen und durch gezielte Zusammenarbeit  
mit professionellen Partner:innen.

Wir verbinden Unternehmer:innen mit den passenden  
Netzwerken, Ressourcen und Partner:innen.

Wir unterstützen Unternehmen dabei, operative, strategische oder  
rechtliche Herausforderungen sowie Krisen effizient zu bewältigen.

Wir schaffen ein Ökosystem, in dem Unternehmen Ideen entwickeln,  
nachhaltig wachsen und ihre Wettbewerbsfähigkeit stärken können.

Gründungsbegleitung

Unterstützung im  
Tagesgeschäft

Unternehmensstruktur-  
veränderungen

Betriebsstandort &  
Betriebsinfrastruktur-  
beratung

Begleitung  
internationaler  
Geschäftstätigkeiten

Geschäftsmodell-  
Innovation

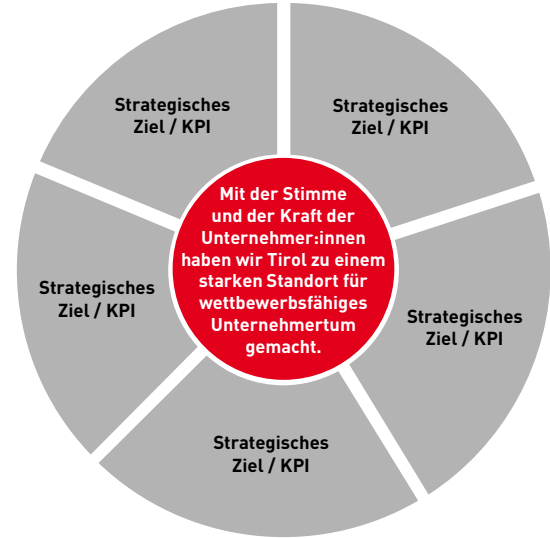
Leistungspartner:innen-  
vernetzung

Nachfolgemanagement

Krisen- &  
Insolvenzprävention

Begleitung bei  
unvorhergesehenen  
Ereignissen

Partner:innen



**Warum & für Wen**  
Purpose & Zielgruppen

**Wie, mit Wem & Wo**  
Mission, Kernauftrag, Profilierungsfelder, Partner:innen

**Wohin & Was**  
Vision & Strategische Ziele

**Gemeinsam besser werden.**