Bild: Rina H. / photocase.com

Es liegt in Ihrer Hand

Service-Expertin Sabine Hübner weiß: Oft bedarf es nur kleiner Gesten, um den Weg ins Kundenherz zu finden.

Kurz vor seiner Hochzeit wollte sich ein Bekannter etwas richtig Gutes tun: Er vereinbarte einen Termin beim Friseur. In heller Vorfreude darauf, nach vielen Jahren Selbstrasur wieder einmal im Friseurstuhl Platz zu nehmen und sich richtig verwöhnen zu lassen, ließ er sich seine Haare extra sieben Wochen lang wachsen. Als er schließlich zur vereinbarten Uhrzeit den Salon betrat, traute die Friseurin kaum ihren Augen: Dieser Mann hatte schlicht und ergreifend kaum Haare auf dem Kopf! Und wo nichts ist, kann man auch nichts schneiden, oder? Es sind Augenblicke wie diese, in denen sich die Spreu vom Weizen trennt. Lebt der Salon echte Service-Haltung? Oder tut er nur so? Wo Service ein reines Lippenbekenntnis bleibt, passiert jetzt Folgendes: Der Kunde wird zwei Minuten unter den Rasierapparat gesetzt, abkassiert und nach Hause geschickt. Die gewonnene Zeit nutzt die Friseurin im extremen Fall für Service in eigener Sache: Kaffeepause.

Mein vor Hochzeitsvorfreude ganz quirliger Bekannter hatte Glück: Seine Friseurin nahm sich Zeit und schnitt seine 1,5-Millimeter-Frisur ganz präzise mit Kamm und Schere. Sie erklärte die Finesse und Vorteile dieser Vorgehensweise, ließ sich im Detail die Hochzeitspläne erzählen und verabschiedete eine Stunde später einen glücklichen Mann, der sich ein persönliches Ritual gegönnt und auch so etwas wie einen kleinen Traum verwirklicht hatte: Ein Friseurtermin! In einem Friseursalon ist perfekter Service eben nicht die 100. Kaffeevariante, es ist nicht die noch exotischere Kompresse und auch nicht die 1.000. Frage nach dem nächsten Urlaubsziel – es ist **Serviceglück in Form von echter Begegnungsqualität**.

Magische Momente schaffen

Begegnungsqualität passiert immer dann, wenn sich Empathie mit aufrichtiger Freundlichkeit verbindet und hat eine umwerfende Wirkung. Sie schafft magische Momente und ist der beste Weg, um Vertrauen zu schaffen. Mit Freundlichkeit drücken wir Zuwendung, Verbindlichkeit und Wohlwollen aus. Wir erreichen Menschen und eröffnen uns die Mög-

Sabine Hübner
Sie gilt als „Serviceexpertin Nummer 1" (Pro7), ist gefragte Keynote-Speakerin, Hochschuldozentin und Buchautorin: www.sabinehuebner.de

lichkeit, selbst auf die schwierigste Situation positiven Einfluss zu nehmen. Und nur mit Empathie sind wir in der Lage, die Sichtweise des anderen zu verstehen und den genau richtigen Service aus dem Köcher zu ziehen: für die maximale Begegnungsqualität in diesem Moment und die beste Lösung.

Ob Kunden einen Service in bester Erinnerung behalten, hängt eben nicht allein davon ab, welchen Kaffee sie bekommen. Kunden schauen primär auf die Qualität der Leistung – also darauf, WIE eine Service- oder Dienstleistung umgesetzt wird. Die amerikanische Bürgerrechtlerin Maha Angelou sagte einmal: **„Menschen vergessen, was du sagst. Menschen vergessen, was du tust. Aber Menschen vergessen niemals, wie du sie hast fühlen lassen."** Ich sage, es geht selten um das „WAS", aber es geht immer um das „WIE". Das „WIE" entscheidet. Dafür brauchen Mitarbeiter Freiraum und kein enges Korsett, das ihnen die Luft zum Atmen raubt. „Acting is reacting" – so lautet eine Weisheit aus der Welt des Theaters und des Films. Das Gleiche gilt für Service. Es darf für exzellenten Service kein starres Skript geben, das Mitarbeiter dem Kunden vorzubeten haben. So etwas erstickt jede Herzlichkeit unter dem Gewicht aufgesetzter Förmlichkeit. Gelingender Service ist immer von Empathie getragen.

Glückliche Mitarbeiter

Ja, Service geht unter die Haut, wenn er das Gefühl anspricht. Glückliche Mitarbeiter schaffen glückliche Kunden. Und glückliche Kunden motivieren wiederum die Mitarbeiter. Eine wunderbare Selbstverstärkung. Beides wirkt in einem hohen Maß auf den Arbeitgeberruf. Und der ist in Zeiten, in denen Unternehmen darauf angewiesen sind, die besten Mitarbeiter zu gewinnen, überlebenswichtig. Tatsächlich hängen Unternehmen nicht nur existenziell von der Loyalität ihrer Kunden ab, sondern auch von der Expertise, dem Talent und der Persönlichkeit ihrer Mitarbeiter. Vor allem aber von ihrer Service-Haltung. Und diese ist kein Gottesgeschenk, sondern lässt sich lernen.

BUCHTIPP
„Serviceglück – Mit magischen Momenten mitten ins Kundenherz", Campus-Verlag, Hardcover gebunden, € 34,95

Anzeige