



Sabine Hübner brennt für das Thema Service. Das sieht, hört und spürt man. Wir erlebten und sprachen die Vordenkerin und Praktikerin anlässlich eines Hoteliersworkshops im Hotel Mama Thresl im österreichischen Leogang.

Im Gespräch mit Managementberaterin Sabine Hübner über Servicekultur

„Servicechampions üben Haltung!“

Serviceinnovation heißt heute nicht unbedingt Künstliche Intelligenz oder Roboterservice. Wirklich innovativ sind vor allem die Unternehmen, die sich intelligent auf das Wesentliche konzentrieren: Auf die Wünsche ihrer Gäste. Und die sind zunehmend analog, wie die Beraterin, Buchautorin und Branchenexpertin Sabine Hübner im Interview hervorhebt.

Hotel+Technik: Frau Hübner, Sie sind in einer Familienpension im Salzkammergut aufgewachsen. Wie hat das Ihren Blick auf Gastfreundschaft geprägt?

Sabine Hübner: Ganz entscheidend! Meine Oma lebte Gastfreundschaft so urtümlich und herzlich, dass ich ziemlich irritiert war, als ich erstmals den ‚ganz normalen‘ Hotelservice erlebte. In diesem Moment wusste ich: Service geht viel, viel besser, und ich will dazu beitragen, dass Service auch wirklich besser wird.

War Ihre Großmutter innovativ?

Ja! Bei ihr war Service schon in den 1960er-Jahren hochgradig personalisiert. Schon als Kind beobachtete ich mit großen Augen, wie meine Oma die Frühstückseier für unsere Gäste im 30-Sekunden-Takt aus dem Wasser fischte, um jedem sein persönliches Wunschsei zu servieren. Es war mir ein Rätsel, wie sie den Überblick behielt und sich über Jahre merkte, welcher Gast ein Fünf-Minuten- oder lieber ein Drei-Minuten-Ei wollte. Da-

mals vermutete ich magische Fähigkeiten. Heute weiß ich: Meine Oma wusste intuitiv, wie Service Gäste glücklich macht. Sie liebte Perfektion in jedem Detail. Vor allem aber liebte sie unsere Gäste.

Servicekultur und Innovation, wie passt das zusammen?

Ohne Innovation funktioniert Servicekultur heute nicht mehr. Wobei ich mit Innovation nicht unbedingt Künstliche Intelligenz oder Roboter meine. Innovation ist

oft sehr einfach und sehr analog. Sie müssen nur Ihre Mitarbeiter fragen! In einer exzellenten Servicekultur fühlen sie sich ermutigt, Kundenwünsche von den Augen abzulesen, Ideen einzubringen und neue Services zu kreieren. Diese sehen oft ganz anders aus als vom Management gedacht. Denn ohne dass sie es selbst so nennen würden, geht es heute vielen Kunden um eine umfassende Ästhetisierung und Ethik-

kultur ist eine Haltung. Die gelebte Servicekultur ist die Summe der Geschichten, die sich Menschen – Mitarbeiter genauso wie Kunden – über ein Unternehmen erzählen. Jede Begegnung, jeder Prozess schreibt am Ende immer eine Geschichte. Für die Hotellerie bedeutet das, Servicekultur ist eine besondere Lebensart, die Gäste glücklich macht und auch den Gastgeber erfüllt. Weil im Kontakt mit Besuchern im-

te Prozesse sowie engagierte und empathische Mitarbeiter.

„**Service Talente zeichnen sich durch ganz viel Empathie aus, sie können aber gleichzeitig professionelle Distanz wahren.**“

sierung des Alltags. Innovation kann deshalb durchaus ein intelligentes „Weniger“ sein: Statt noch mehr überflüssige Seifenfläschchen im Bad lieber die Konzentration auf wenige, schöne und unter guten Bedingungen hergestellte Dinge. Statt noch mehr elektronische Ablenkung lieber mehr Zeit, mehr Ruhe, mehr Raum. Innovation kann heute durchaus eine Yoga-Plattform im Wald sein. Oder ein Wäscheständer für Sportsachen. Oder wie ich es kürzlich in Thailand erlebte: WLAN nur auf dem Zimmer – sozusagen eine Art WLAN-Detox.

Was zeichnet eine überzeugende Servicekultur aus?

Servicekultur ist kein Projekt, Servicekul-

mer etwas ganz Besonderes, Neues entsteht – neue Sichtweisen auch auf das eigene Leben, neue Ideen und gemeinsame Abenteuer. Eine ausgezeichnete Servicekultur hat dabei immer drei Säulen im Fokus: Sinnvolle Dienstleistungen, intelligenten

Was meinen Sie speziell mit „Service ist Haltung“?

Wer Servicehaltung lebt, der denkt sich Wow-Ideen aus, der geht Extrameilen, der beschafft bei Nacht und Nebel Ersatzteile – weil seine Kunden ihm am Herzen liegen. Und zwar ganz echt! Nicht, weil es in irgendwelchen Leitlinien steht, sondern weil es ihm ein Anliegen ist. Das ist anspruchsvoll und deshalb ist Servicekultur ein bisschen wie Demokratie: Wir kommen nie so richtig an einem Ziel an, sondern wir stehen jeden Tag gern auf, um wild entschlossen um das Beste zu ringen.

Wie erkenne ich Servicetalente?

Service Talente lieben Menschen. Sie gehen ohne Vorbehalte auf ihr Gegenüber zu – ganz gleich, ob dieser Mensch ihnen selbst ähnlich oder ganz anders ist. Servicetalente zeichnen sich durch ganz viel Empathie aus, sie können aber gleichzeitig

ÜBER SABINE HÜBNER

Sabine Hübner gilt als „Serviceexpertin Nummer 1“ (Pro7). Sie ist gefragte Keynotespeakerin, Hochschuldozentin und geschäftsführende Gesellschafterin der Managementberatung RichtigRichtig. Die mehrfache Buchautorin verbindet ihren reichen Erfahrungsschatz als Unternehmerin praxisnah mit ihrer Expertise in der Beratung und Strategieentwicklung.

www.sabinehuebner.de



Perfekter Gastgeber

Elastische Bodenbeläge für die moderne Hotellerie

Objekt: Wellnesshotel Golfpanorama, Lipperswil; Ausführung: SchiessWohndesign, Erlen

objectflor[®]
Your Flooring Partner

EXPONA
Design Flooring

POLYFLOR
Vinyl Flooring

ARTIGO
Rubber Flooring

www.objectflor.de

BUCHTIPP

Menschen haben ein tiefes Bedürfnis, wahrgenommen zu werden. Den Wunsch, sich gesehen, gehört und verstanden zu fühlen. Das Zauberwort heißt Empathie. In ihrem aktuellen Buch „30 Minuten – Empathie“ erklärt Sabine Hübner, wie Empathie funktioniert, wie man optimale Voraussetzungen für sein eigenes empathisches Handeln schafft, wie man so auf schwierigste Situationen positiven Einfluss nehmen kann und eine maximale Begegnungsqualität erzielt. Das Buch ist im Gabal Verlag erschienen.



professionelle Distanz wahren. Beides brauchen sie, um gute Entscheidungen zu treffen. Servicetalente fällt es leicht, selbst einen Schritt zurückzutreten, um dem Kunden die Bühne zu lassen. Ihre Haltung ist dabei alles andere als devot – weil sie sehr genau wissen, dass sie eine exzellente Servicehaltung nicht klein macht, sondern groß. Dazu kommt: Servicetalente möchten nicht nur das „Was“ gut machen, sondern auch das „Wie“. Weil ein 3,5-Minuten-Ei etwas ganz anderes ist als ein Fünf-Minuten-Ei. Und die Art, wie Sie das Ei servieren, macht den nächsten Unterschied.

Welche Rolle spielt dabei Empathie?

Kann man diese lernen?

Ja! Empathie kann man lernen! Natürlich gibt es Menschen, denen Empathie in die Wiege gelegt ist, und andere, die sie erst über die Zeit entwickeln. Ganz sachlich betrachtet aber entsteht eine empathische Handlung in vier Stufen:

1. Konzentration – oft schlichtweg eine Frage der Organisation;
2. Wahrnehmung – entsteht aus dem persönlichen Lebensstil und ist Trainingssache;
3. Kreativität – erblüht aus dem Spirit eines Unternehmens; und
4. Mut zur Umsetzung – den entwickeln Mitarbeiter über Erfolgserlebnisse, Kundenfeedback oder die Zuwendung ihres Chefs.

Der ärgste Empathie-Killer ist übrigens das innovative, digitale Service-Tool zwischen Mitarbeiter und Kunde. Vor allem dann, wenn ein Mitarbeiter es nicht im Schlaf bedienen kann. Begegnungsqualität passiert, wenn sich Empathie und echte Freundlichkeit verbinden.

Was heißt dies für die Führung von Serviceteams?

Haltung vorleben und üben! Kein Mitarbeiter kommt mit einem Kundenbegeiste-

rungs-Gen zur Welt. Hinter solch einem Spirit stecken Liebe zum Detail, Beharrlichkeit und System. Servicechampions üben systematisch Haltung! Jede Woche und so selbstverständlich wie Zahnputzen. Diese Konsequenz in Verbindung mit Freude am Besserwerden verändert die innere Einstellung und die Haltung im gesamten Unternehmen. Dann suchen Mitarbeiter engagiert Wege, um ihre Kunden zu begeistern. Dann finden sie immer die richtige Tonlage und Intensität der Ansprache. Haltung vorleben und Haltung üben – das ist die Aufgabe von zeitgemäßer Führung. Wenn die Haltung stimmt, dann klappt's auch mit dem Blickkontakt. Sogar dann, wenn das System mal wieder streikt.

Wie wirkt sich die digitale Welt auf die Servicekultur im Hotel aus?

Da sehe ich Licht und Schatten: Wir leben in einer Welt, in der sich die Produkte immer mehr ähneln und die digitale Welt in

**„Ich bin ein Echte Mensch und liebe Überraschungen.
Wenn mir ein Serviceheld aus ganzem Herzen spontan
eine persönliche Freude macht oder eine Situation rettet
– dann ist das für mich Serviceglück.“**

die materielle Welt eindringt. Die Grenze zwischen Produkt und Service löst sich auf. Der Kunde von heute ist so autonom, so informiert, so kritisch und so wählerisch wie nie zuvor. Für Unternehmen wird jeder Kontaktpunkt zur Prüfung. Stimmt der Service nicht, ist der Kunde weg oder tut seinen Unmut öffentlich kund. Beides schmerzt, kostet Geld und den guten Ruf. Diese Entwicklung hat aber auch eine gute

Seite: Transparenz spornt an. Gastgeber sind heute so motiviert wie nie zuvor, sich für gute Bewertungen richtig anzustrengen.

Woraus können Hotels Serviceinnovation schöpfen?

Dem Gast gut zuhören und die Veränderungen in unserer Gesellschaft fein beobachten. Viel reisen und die Augen weit offen halten – auch in ganz anderen Branchen und Welten, zum Beispiel in der Kunst, im Sport, in der Natur oder in der Modewelt. Die Mitarbeiter einbeziehen und ermutigen, ihre Ideen einzubringen. Wichtig ist: Jede Innovation ist nur wirksam, wenn sie aus der Kundensicht relevant ist. Relevanz findet man nur mit der Kundenbrille auf der Nase heraus und wenn man eine Serviceidee im Echtleben mit einem kalkulierten Risiko testet. Von einem billigen 1:1-Kopieren halte ich wenig. Man muss schon jeder Serviceidee seinen ganz persönlichen Stempel aufsetzen und sie in ein schlüssiges Gesamtkonzept einbetten, damit sie erfolgreich wird.

Wann empfinden Sie persönlich Serviceglück?

Mein Lieblingssatz in meinem Buch „Serviceglück“ ist: „Die bewusste Begegnung mit dem Moment lässt uns das Leben spüren. Vielleicht ist das Glück.“ Ich bin ein Echte Mensch und liebe Überraschungen. Wenn ich von magischen Momenten spreche, meine ich vor allem die ganz kleinen, emotionalen Alltagsmomente, die unser Leben bereichern können: Der Flugbegleiter, der mir schon beim Einsteigen einen Kaffee anbietet, weil ich ein Küchlein in der Hand halte, obwohl es auf diesem Kurzflug gar

keinen Service gibt. Das Zimmermädchen, das mir im Urlaub ungefragt eine Birne schält, weil es spürt, dass ich zwar gern Obst esse, aber nicht gern Obst schäle. Wenn das passiert, bin ich großzügig mit anerkennenden Worten, einem Dankeschön und auch mit Trinkgeld. Ja, wenn wir diese Haltung überall verbreiten könnten ... das wäre für mich echte Innovation. |

Interview: Nina Fiolka

HOTEL-TV: DIE 5 STERNE-LÖSUNG VON PANASONIC

Mit der innovativen TV>IP-Signalverteilung sparen Hoteliere Kosten und Installationsaufwand. Sie ermöglicht eine smarte und energieeffiziente Hotel-TV-Lösung und bringt heute schon die Zukunft der Vernetzung.

Panasonic steht seit Jahrzehnten für innovative und qualitativ hochwertige Produkte. Als einziger Hersteller stattet Panasonic alle TV-Geräte mit dem innovativen Quattro Tuner aus, der neben Empfängern für Kabel, Satellit und Antenne über TV>IP als vierten Empfangsweg verfügt und auch die TV-Programme aus dem Netzwerk von mehreren Servern empfängt. So kann durch die Nutzung bestehender Infrastrukturen auf teure Installationen und spezielle TV-Empfangsboxen verzichtet werden. Dank enger Zusammenarbeit mit zahlreichen Partnern wie Triax, Kathrein, WISI, GSS, ITZ und D-Link bietet Panasonic zudem maßgeschneiderte und auf die Kundenbedürfnisse zugeschnittene Hotel-TV-/Hospitality-Lösungen aus einer Hand. Ein Netzwerk für Ihr Netzwerk sozusagen.

Die über Kabel, Satellit oder Antenne empfangenen TV-Programme werden von einem TV>IP Server (mit SAT>IP Standard) ins Netzwerk eingespeist und können mit allen Panasonic TVs über LAN, Powerline oder noch komfortabler kabellos per WLAN empfangen werden. Für Systemintegratoren bzw. Hoteliere bedeutet dies durch die Verwendung des vorhandenen Netzwerkes eine deutliche Kostenreduzierung. Eine teure Empfangsbox in jedem Zimmer sowie eine

aufwändige Verkabelung ist mit TV>IP nicht notwendig. TV>IP bietet den vollständigen TV-Komfort mit EPG, HbbTV, Videotext oder USB-Recording ohne jegliche Einschränkung.

Darüber hinaus unterstützen Panasonic TVs neben dem Unicast- auch den Multicast-Standard, um auf mehrere TV>IP-Server zuzugreifen, was bei größeren Projekten die Flexibilität erhöht. Die Panasonic Hotel-TV Modelle können die Senderliste auch von

einer externen URL-Adresse regelmäßig herunterladen. Der spezielle Hotel-TV-Modus, über den alle Panasonic TVs verfügen, erlaubt individuelle Einstellungen, die bei jedem Einschalten des TVs aktiviert werden. Mit USB Cloning ist der Systemintegrator zudem in der Lage, schnell und unkompliziert die Einstellungen auf alle Geräte zu übertragen.

Weitere Informationen unter:
www.panasonic.de/hotel-tv



HOTEL NETZWERK

Satellitenschüssel

DVB-T Antenne

Kabelanschluss

