

„Servicekultur für Echt-Menschen“

Den zweiten Tag der Herbstakademie eröffnete Jan-Nikolas Sonntag mit einer Zusammenfassung des Vortages. Der Geschäftsführer des Landesverbandes Schleswig-Holstein bedankte sich zudem für die vielen positiven und anerkennenden Rückmeldungen aus dem Kreis der virtuellen Gäste. Über 200 Personen verfolgten die Veranstaltung am ersten Tag. Am Samstagmorgen loggten sich noch einige mehr ein, um Sabine Hübner bei ihrem Vortrag mit dem Titel „Servicekultur für Echt-Menschen“ zu erleben.

Als Beraterin, Autorin, Bloggerin und Hochschuldozentin unterstützt sie seit mehr als 20 Jahren Unternehmen, Führungskräfte und Mitarbeitende darin, den richtigen Weg zum Serviceglück zu finden.

Wie wichtig Servicequalität und gelebte Gastfreundschaft für den Erfolg sind, erfuhr Sabine Hübner schon als Kind im kleinen Familienhotel ihrer Großmutter. Aufmerksam beobachtete sie, wie ihre Oma im 30-Sekunden-Takt die Frühstückseier aus dem Wasser fischte, um „jedem Gast sein Wunschei“ zu ermöglichen.

„Meine Großmutter war das erste Customer-Relationship-Management-System, das ich meinem Leben kennenlernen durfte“, sagte die Referentin mit einem Augenzwinkern. Für sie ist Service kein Projekt, sondern eine Haltung, die gegenüber jedem

einzelnen Kunden gelebt werden muss. Ferner differenziert sie zwischen Einstellung und Haltung: „Fast alle Menschen haben eine Einstellung, aber bei Weitem nicht alle Menschen leben mit einer Haltung.“ Die Herausforderung für alle Mitarbeiter im Service sei es, ihr Tun regelmäßig zu reflektieren, meint Sabine Hübner. Also: „Wenn Menschen eine echte Servicehaltung haben, dann fragen sie sich immer wieder, wie sieht für diesen Kunden der richtige Service in diesem Moment aus.“

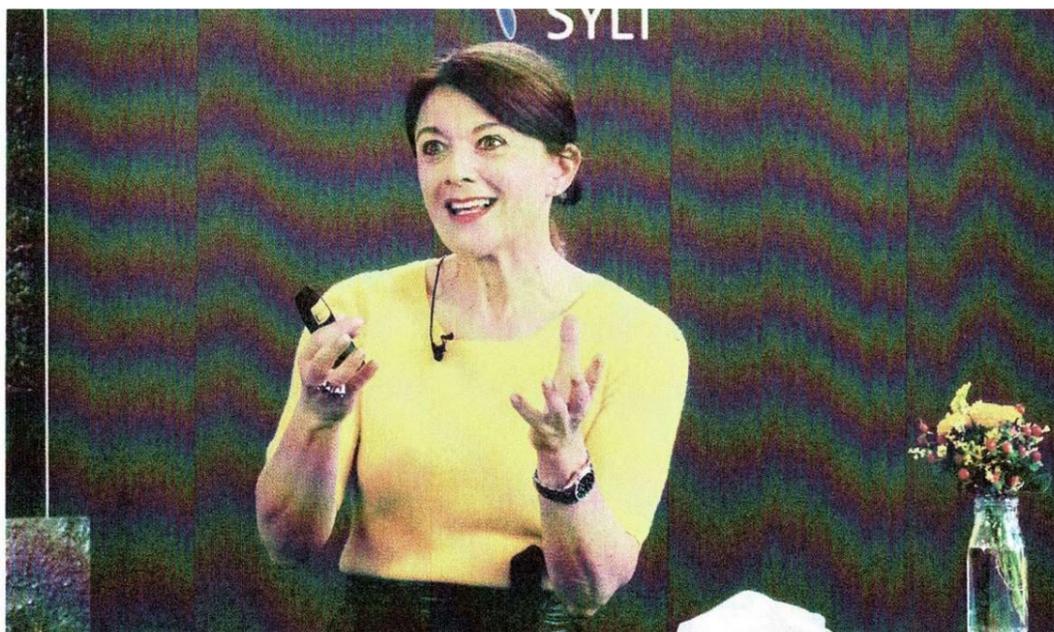
Kunden möchten gesehen, gehört und verstanden werden. Sie wollen nicht in Warteschleifen zappeln oder wie Massware behandelt werden. Vielmehr sehnen sie sich nach Service, der ihnen das Leben erleichtert. Ferner möchten Menschen ein Unternehmen immer wieder neu erleben. Das passiert aber nur dann, wenn sie sich verstanden und willkommen fühlen und „Menschen-Momente“ erleben.

Aber weil der Service menschlich ist, passiert immer wieder auch Fehler. Diesbezüglich sendete Sabine Hübner eine wichtige Botschaft an die Zuschauer/Zuhörer: „Wenn ein Fehler ein freundliches Gesicht hat, dann gehen die Kunden ganz anders mit einem Fehler um. Ich unterscheide drastisch zwischen Fehler und Fehlverhalten. Fehlverhalten ist mangelnde Hilfsbereitschaft. Kunden verzeihen Fehler, aber kein Fehlverhalten. Kunden wechseln ein Unternehmen nicht wegen Fehlern, sondern wegen Fehlverhalten.“

Führungskräfte dürften Fehlverhalten keinesfalls tolerieren, findet die Beraterin. Fehlverhalten bedeute für ein Unternehmen, dass sich der Kunde innerlich verabschiedet habe. Deshalb benötige man für guten Service vor allem Mitarbeitende mit Einfühlungsvermögen. Hübner stellte diesbezüglich folgende Frage in die Runde: „Kann man Einfühlungsvermögen, kann man Empa-

SPEZIAL

Über 200 Personen verfolgten die virtuelle Herbstakademie am ersten Tag. Am Samstagmorgen loggten sich noch einige mehr ein, um Sabine Hübner bei ihrem Vortrag mit dem Titel „Servicekultur für Echt-Menschen“ zu erleben.



thie erlernen?“ Ihre Antwort: „Mit Ausnahme von wenigen Menschen ist Empathie grundsätzlich erlern- und förderbar.“

Im Kundenkontakt braucht es empathische Menschen

In Sachen Empathie hat Sabine Hübner hat folgende vier Stufen entwickelt:

- Die erste und wichtigste Stufe heißt Konzentration. Denn wenn wir uns aufgrund der digitalen Arbeitswelt nicht mehr auf unser Gegenüber konzentrieren können, dann haben wir keine Empathie mehr. Deshalb müssen Mitarbeiter ihre digitalen Systeme im Schlaf beherrschen. Nur dann werden sie den Kontakt zum Kunden nicht verlieren, sondern die so wichtigen „Magic Moments“ erzielen.
- Die zweite Stufe der Empathie ist die Wahrnehmung. Auch diese lässt sich trainieren. „Aber wann sprechen Führungskräfte im operativen Alltag über Wahrnehmung? Meistens erst dann, wenn etwas schiefgelaufen ist“, muss die Serviceexpertin immer wieder beobachten. Ihr Tipp: „Sprechen sie mit ihrem Team 15 Minuten in der Woche konstruktiv über verschie-

dene Kundensituationen.“ Der Austausch untereinander über solche Situationen ist für alle Mitarbeiter sehr viel lehrreicher, als jährlich ein zweitägiges Meeting außerhalb des Unternehmens abzuhalten.

- Die dritte Stufe der Empathie ist die Kreativität. Sie beginnt mit dem Spirit eines Unternehmens. Sabine Hübner bringt diesen Aspekt auf den Punkt: „Kreativität braucht den richtigen Nährboden. Kreativität entsteht nicht in Prozessen, sondern in Freiräumen für die Mitarbeiter. Wir brauchen eine perfekte Kombination von intelligenten Prozessen und Freiräumen. Denn ein noch so guter Prozess sorgt noch lange nicht für exzellente Leistungen.“
- Die vierte Stufe heißt, Mut zu haben: „Menschen, die konzentriert arbeiten, Dinge wahrnehmen und kreativ sind, müssen auch den Mut haben, die Servicewelt im Unternehmen verändern zu wollen.“

„Wenn ein Fehler ein freundliches Gesicht hat, dann gehen wir ganz anders mit einem Fehler um.“

Sabine Hübner

Führungskräfte wiederum müssen den Mut haben, ihre Mitarbeiter mit Freiräumen zu führen. Denn nur weil eine Kennzahl erreicht wird, ist der Kunde noch lange nicht glücklich. „Selbst wenn wir heutzutage fast alles kopieren können, gilt das keinesfalls für die Servicehaltung in den Teams eines Unternehmens“, unterstreicht die Expertin.

Nur wenn man alle vier Stufen aneinanderreihet, komme „im Idealfall ein empathischer Service heraus“, ist sich Sabine Hübner sicher. Für Unternehmen bedeute das, sämtliche Prozesse „radikal aus Kundensicht umzusetzen“

und alle nicht werthaltigen Kontakte mit den Kunden zu eliminieren. „In der Folge hätten die Mitarbeiter wieder mehr Freiräume für die wirklich wichtigen persönlichen Gespräche mit ihren Kunden“, sagte Hübner. Die Menschen wünschten sich nichts mehr, als dass wir ihnen zugewandt seien. Menschen möchten Menschen-Momente erleben. Gelebte Servicekultur eines Unternehmens sei die Summe der Geschichten über Erlebnisse und Begegnungen. „Das Wichtigste ist und bleibt die Begegnungsqualität. Die Menschen wollen auf keinen Fall das Gefühl haben, dass sie nur eine Auftrags- oder Fahrgestellnummer sind“, mahnte Sabine Hübner abschließend.