

# +3

WAS IST IHRE MEINUNG?

n° 89  
WIR STELLEN FRAGEN  
UND DRUCKEN IHRE  
ANTWORTEN!



## WO

### INVESTIERT MAN RICHTIG?

*U.a. mit: Mark Mobius, Carola Ferstl, Natascha Wegelin, Max Deml, Marc Tüngler, Volker Weber, Carolin Urban*

## WAS

### MACHT GUTEN SERVICE AUS?

*U.a. mit: Kemal Üres, Ingrid Hartges, Sabine Hübner, Thomas Munko, Carsten Neugrodda, Sven Engelmann, Holger Krause*

## WIE

### KANN DER FACHKRÄFTEMANGEL GELÖST WERDEN?

*U.a. mit: Nancy Faeser, Hubertus Heil, Stefan Scheller, Anja Piel, Karlheinz Schwuchow, Rainer Dulger, Stefan Kaisers*

WIR FRAGEN:

# WAS MACHT GUTEN SERVICE AUS?



Beim Pro-Kopf-Konsum von Wein belegt der Vatikan den ersten Platz.

Quelle: weinlaube.de

© iStock/aluxum



Sabine Hübner,  
Unternehmerin und  
Managementberaterin

## Verschobener Fokus

Wir sehen die Welt nie so, wie sie ist, sondern durch selektive Fenster. Und die verschieben sich permanent. Die Metapher der Shifting Windows macht drei Umbrüche im Service sichtbar: 1) Ethos wird wichtiger als Lifestyle. Laut GfK beläuft sich die Markenloyalität nur noch auf 40 Prozent. Der Shift geht nicht nur zu anderen Marken, sondern insgesamt weg von der Markenliebe. Dagegen hilft größer denken, weg vom Produkt, hin zu den großen Fragen – allem voran: Nachhaltigkeit. Recycling und Reparatur verlängern die Wertschöpfungskette in Bereiche, die bisher brach

lagen. 2) Das Vertrauen in die Plattformökonomie sinkt. Bestellplattformen shiften Gewohnheiten: weg vom Besuch im Restaurant oder Supermarkt, hin zu Lieferservices. Doch vieles läuft nicht rund: Bestellungen kommen zu spät oder gar nicht an, Kundendaten sind unsicher. Wer fliegende Einkaufswagen verspricht, kann sich Bruchlandungen nicht leisten. Hier muss Service regionaler, fairer, sicherer werden. 3) Was analog nicht funktioniert, kann digital nicht begeistern. Dass der erste „Touchpoint“ oft digital ist statt persönlich – das ist Normalität. Doch was bringt der digitale Zwilling der Kundenreise, wenn schon der analoge ins Leere lief? Und wenn die Service-Haltung noch nie kundenorientiert war, was bringt dann ein digitales Mindset? Wer langfristig erfolgreich sein will, braucht beides: eine exzellente digitale Service Performance und einen empathischen Kundenfokus.



Kemal Üres,  
Gastronom,  
Social-Media-Influencer  
und Sachbuchautor

## Jeder will ihn

Ich bin seit 25 Jahren Gastronom und habe das Glück, mit sehr vielen unterschiedlichen Menschen zu arbeiten und auf meiner Mission als Gastroflüsterer kennenzulernen. Alle ticken unterschiedlich, aber eines haben sie gemeinsam: Sie wünschen sich klare Strukturen auf der einen und ein inspirierendes Warum auf der anderen Seite. Dann können sie ihre volle Stärke entfalten. Mein Team liebt, was es tut. Jede und jeder Mitarbeitende ist den persönlichen Stärken entsprechend eingesetzt und ein wertgeschätzter Part unserer Unternehmensfamilie. Dadurch machen sie

ihre Arbeit mit Leichtigkeit und Begeisterung, und das fühlt der Gast. Wenn ich selbst als Gast unterwegs bin, achte ich auf die Kleinigkeiten. Sie zeigen, ob das System stimmig ist, die Mitarbeitenden gefördert und gefordert werden und ob sie ihre Rolle als Gastgeberin und Gastgeber mit Stolz und Professionalität ausfüllen. Es sind solche Details: Ein guter Service holt dich bereits an der Tür ab und begleitet an den Tisch, fragt nach einem Getränkewunsch. Wenige Momente später kommt die Karte, für Wünsche brauchst du nur den Blick zu heben. Du fühlst dich einfach rundum gut aufgehoben. Servicewüste? Finde ich einen grauenvollen Begriff. Wenn man als Gast Stress und Missachtung spürt, dann ist das für alle Beteiligten unangenehm und ein klares Zeichen, dass sich der oder die Mitarbeitende nicht wohl fühlt, falsch eingesetzt ist, keine Strukturen existieren und der Rückhalt fehlt.



Norbert Fiebig,  
Präsident Deutscher  
Reiseverband (DRV)

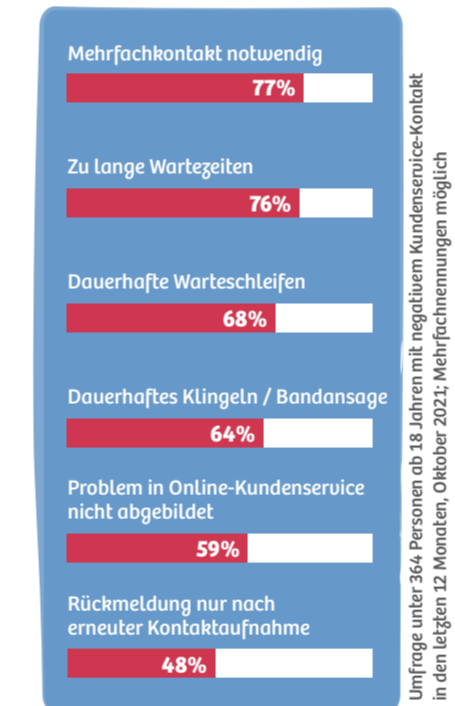
## Sorgenfrei reisen

Umfassender Service bei der Urlaubsbuchung und der Organisation von Geschäftsreisen – das ist schon immer das Kerngeschäft von Reiseveranstaltern, Reisebüros und Travel Management Companies, den auf Business Travel spezialisierten Geschäftsreisebüros. Gerade die persönliche Beratung schätzen viele Reisende und buchen ihre Reisen bei den Expertinnen und Experten im Reisebüro, setzen auf die Pauschalreise der Reiseveranstalter und lassen ihre Dienstreisen von professionellen Anbietern organisieren. Als Service Point zwischen Kunden und

Veranstalter, Hotel oder Airline-Partner fungiert das Reisebüro – egal ob bei Urlaubs- oder Geschäftsreise. Gerade in der Pandemie-Zeit haben Reisebüros mit ihren Stärken gepunktet. Sie geben individuelle Beratung mit ausführlichen Informationen rund um Einreisebestimmungen und Urlaubsmöglichkeiten. Der Trumpf des Reisebüros: Expertise und individuelle Beratung plus Erreichbarkeit vor, während und nach der Reise sowie bei unerwarteten Zwischenfällen. Das macht guten Service aus. Bei der Urlaubsreise bieten die Reiseveranstalter mit der Pauschalreise das Rund-um-sorglos-Paket. Pauschalreisende profitieren in vielerlei Hinsicht: attraktives Preis-Leistungs-Verhältnis, verlässliches Krisenmanagement mit Hilfe 24/7 plus finanzielle Absicherung. Gerade wenn etwas nicht glatt läuft, etwa bei Flugverspätungen oder -stornierungen, macht sich der Service der Reiseveranstalter bezahlt: Es ist jemand da, der sich kümmert.

## SCHLECHTER SERVICE

Die Probleme mit Kundendiensten



Bettina Richter, Leserin

## Mit Respekt

Das Wort Service stammt vom lateinischen „servitium“, was Sklavendienst heißt. Jetzt haben wir zum Glück andere Zeiten und sind angeblich zivilisierter. Wenn man aber sieht, wie manche Menschen mit Leuten, die im Service arbeiten, umgehen, kann man denken, dass für sie die ursprüngliche Bedeutung immer noch gültig ist. Ein menschliches Miteinander sollte gerade denen gegenüber geboten sein, die sich ihre Kunden nicht aussuchen können, und Verantwortungsbewusstsein und Pflichterfüllung vor Sympathie setzen. Ein respektvoller Umgang sollte eine Selbstverständlichkeit sein und wird einem auch mit gutem Service vergolten.



Dr. Sebastian Hecker,  
Geschäftsführer  
we-do.ai GmbH

## Der 24/7-Mitarbeiter

Der Fachkräftemangel bereitet vor allem der Gastronomie große Sorgen. Eine digitale Lösung bietet der Anfang 2022 gestartete Sprach-Chatbot foodcall. Durch das KI-Software-Produkt wird erstmals Künstliche Intelligenz mit Spracherkennungsfunktion für die Gastronomie genutzt. Dabei ist foodcall in der Lage, alle eingehenden Telefonate von Restaurants automatisiert zu übernehmen, Bestellungen und Reservierungen aufzunehmen sowie Kundenanfragen und Anliegen weiterzuleiten. Rufen Kunden auf herkömmliche Weise

an, sitzt am anderen Ende kein Service-Mitarbeiter, sondern der intelligente Sprach-Chatbot. Die Künstliche Intelligenz erkennt sofort, ob es sich zum Beispiel um eine Bestellung handelt und leitet diese direkt an einen Bildschirm oder das Kassensystem des Restaurants weiter, sodass das Küchenteam direkt mit der Zubereitung beginnen kann. Der Sprach-Chatbot ist 24 Stunden pro Tag einsatzbereit und merkt sich zum Beispiel die letzten getätigten Bestellungen inklusive der Vorlieben sowie die Lieferadressen der Kunden. Zum einen werden hierdurch bestehende Servicekräfte enorm entlastet und können effizienter eingesetzt werden. Und da der Chatbot durchgehend mehrere Telefonate oder Reservierungsanfragen gleichzeitig bedienen kann, können auch Engpässe beim Service-Personal einfach und kostengünstig ausgeglichen werden. >

# NOCH NIE WAR BADSANIERUNG SO EINFACH

Ein Badezimmer zu sanieren, ist ein komplexes Projekt. Doch die Zeiten, in denen man monatelang auf Angebote und Handwerksleistungen warten musste, sind mit dem neuartigen Ansatz von BANOVO ebenso vorbei wie endlose Odysseen durch Fliesen- und SanitärAusstellungen.

Mit BANOVO plant man sein Badezimmer ganz einfach bequem von zu Hause aus. Ein paar Klicks genügen, bis man mithilfe eines erfahrenen Expertenteams sein neues Badezimmer in fotorealistic 3D-Ansicht betrachten und virtuell betreten kann. Die kostenlose digitale Planung und ein individuelles Angebot erhält man in der Regel schon drei Tage nach einem professionellen Aufmaß vor Ort – mit sämtlichen Details, von der ersten Fliese bis zum letzten Lichtschalter. Mit dem Online-Kostenrechner lässt sich der Preis für das neue Bad auch schon im Vorfeld kalkulieren. Ein Baustart kann bei entsprechender Warenverfügbarkeit bereits nach fünf Wochen erfolgen. Dafür sorgt das weitreichende Netzwerk an Handwerkern, über das BANOVO in fünf Metropolregionen in Deutschland verfügt. Das Thema Handwerkerangel, das oft die Planbarkeit von Bauvorhaben torpediert, wird so effektiv umgangen.



## Umsetzung aus einer Hand

Wovon es vielen zusätzlich graut, die mit dem Gedanken einer Badsanierung spielen, ist die Umsetzung vor Ort. Die Koordination aller Gewerke und Handwerksleistungen ist oft wesentlich aufwendiger als gedacht. „Uns ist es wichtig, unseren Kund:innen ein Rundum-sorglos-Paket zu liefern“, sagt Mareike Wächter, Mitgründerin und Geschäftsführerin von BANOVO. „Daher steuern wir mit festen Ansprechpartnern vor Ort alle Gewerke aus einer Hand – von der Demontage des Bestands bis hin zur Abnahme und Endreinigung. Wenn wir die Baustelle verlassen, sollen unsere Kund:innen ihr Bad sofort nutzen können.“

Das erfolgreiche Münchner Unternehmen, das seit 2015 den Handwerksmarkt revolutioniert, setzt jährlich mehr als 500 Projekte erfolgreich um. Dank ineinandergreifender Prozesse macht BANOVO das komplexe Thema Badsanierung durch einen digitalen Full-Service-Prozess zu einem positiven Erlebnis. Darauf vertrauen mittlerweile über 2.500 zufriedene Kund:innen in den Metropolregionen München, Berlin, Hamburg, Frankfurt am Main und Düsseldorf/Köln.

Mehr Informationen unter: [banovo.de](https://banovo.de)

**BANOVO**  
Das neue Bad.