

# Resilient durch stürmische Zeiten segeln? Alles eine Frage der richtigen Service-Haltung!

**Service ist nicht das Sahnehäubchen, das es in guten Zeiten obendrauf gibt. Nein. Service macht den Unterschied zwischen Erfolg und Misserfolg eines Unternehmens, gerade auch im Konsumgüterbereich. Meist ist es nämlich der Service, der eine langfristige und belastbare Kundenbeziehung herstellt. Die folgenden Tipps von Sabine Hübner helfen dabei, Service zum unternehmerischen Resilienzfaktor zu machen.**



Foto: Martin Steiger

Sabine Hübner ist Gründerin und geschäftsführende Gesellschafterin von forwardservice, der Beratungsagentur für Customer WOW! Experience. Auch als Keynote-Speakerin und Buchautorin gibt sie seit Jahren wegweisende Impulse, um die Service-Welt ein Stückchen besser zu machen.

## Service als Haltung

Aus Sabine Hübners Sicht ist Service kein Projekt, sondern eine Haltung. Mit Haltung meint sie Teams, die nicht jammern, sondern anpacken. Die schnell und pragmatisch Lösungen finden, auch wenn es gerade nicht rund läuft. Oder auch mal mutig improvisieren. Und das auf Basis exzellenter Serviceprozesse. Das kann natürlich nur funktionieren, wenn als Reaktion auf steigende Kosten nicht daran gespart wird. Wer Service nur als Kostenfaktor versteht, versteht ihn falsch. Denn anders als viele andere Unternehmensbereiche ist Service schnell beim Kunden, reagiert Service sofort auf Zwischenfälle, fängt Service auf Kundenseite Ärger, Frust und Chaos umgehend auf. Das macht Unternehmen resilient, auch wenn sie nicht immer gleich das große WOW aus dem Servicekoffer zaubern. Es macht sie resilient, weil es jemanden gibt, der zuhört. Der sich kümmert. Der einfach da ist.

## „Wer Service nur als Kostenfaktor versteht, versteht Service falsch.“

### Fokus auf die Kunden

Langfristig ist nicht immer mehr Service die richtige Antwort, sondern besserer Service. Wobei besser meint: aus Kundenperspektive besser. Der Wert Ihres Unternehmens hängt an der Loyalität Ihrer Kunden. Was nützt ein gutes Quartalsergebnis in schlechten Zeiten, wenn sich Kundinnen und Kunden so über Ihre Low-Budget-Servicestrategie ärgern, dass sie, erstens, zur Konkurrenz wechseln. Und, zweitens, ihrem Ärger über Social Media Luft machen? Eine ruinierte Reputation ist sehr viel teurer als die Investition in ein gut durchdachtes Kundenerlebnis und ein Team, das Ihre Klientel wertschätzt und begeistert. Tag für Tag. Dabei wirken optimale Kundenprozesse mehrfach positiv: Sie reduzieren Ihre Kosten, weil Arbeitsschritte wegfallen. Sie begeistern Ihre Kunden, weil sich Wartezeiten verkürzen und Angebote persönlicher werden. Und sie begeistern Ihre Mitarbeitenden, weil sie sich auf intensive Kundenkommunikation fokussieren können, während Routine-tätigkeiten automatisiert ablaufen.

## „Es braucht Mitarbeitende, die aus dem Stand neue Lösungen entwickeln.“

### Mitarbeitende empowern

Weil heute permanent Dinge passieren, die wir gestern noch für undenkbar hielten, braucht es Mitarbeitende, die aus dem Stand neue Lösungen entwickeln und die auch in unübersichtlichen Situationen durch und durch professionell bleiben – pragmatisch und empathisch. Und das mit Lust, Laune und Leichtigkeit. Daher ist es eine gute Idee, ein gemeinsames Serviceverständnis fest zu verankern. Das Team zusammenschweißen, Blickwinkel zu teilen, Mitarbeitende zu empowern, sie mit Trainings stark zu machen und zu professionalisieren – gerade auch Quereinsteiger, gerade auch Menschen mit ausbaufähigen Sprachkenntnissen. Damit jeder die Traute hat, seine Freiräume zu nutzen und zu handeln.

### 5 Anti-Krisen-Hacks für mehr Service-Haltung und Resilienz

- 1. Service doppelt denken:** Wenn es drunter und drüber geht, müssen Mitarbeitende sofort handeln können und dürfen. Und nicht erst dann, wenn sich irgendwer ein kluges Konzept ausgedacht und es durch endlose Korrekturschleifen gebracht hat. Deshalb brauchen Sie eine Zweifach-Strategie: pragmatische, kurzfristige Lösungen überall dort, wo es brennt – im Kundenkontakt, in der IT, in der Logistik – und parallel dazu langfristige strategische Prozesse. Das torpediert sich nicht, das ergänzt sich perfekt.
- 2. Service als Entlastung verstehen:** Stärken Sie Service aus Ihrem Unternehmen heraus, also von innen. Machen Sie Lust auf Service, bringen Sie Schwung und Leichtigkeit ins Team. „Yes, we can!“ ist das Mindset, das Ihr Team mit Energie versorgt und aufblühen lässt. Es transportiert eine ganz andere Stimmung als „Jetzt sollen wir auch noch Service machen“ -Mimimi.
- 3. Schwarmintelligenz nutzen:** Das funktioniert dann am besten, wenn sich alle Teammitglieder hundertprozentig für die gemeinsame Sache einsetzen, und wenn Sie die Ideen, Erfahrungen und Belastungsgrenzen jedes Einzelnen klug in die Prozesse zurückfließen lassen. Dazu braucht es Offenheit, Vertrauen und Kommunikation im Dialog.
- 4. Teambesundheit fördern:** Je gesünder das Team, desto stabiler läuft alles auf lange Sicht. Deshalb ist es so wichtig, dass Hygienestandards eingehalten werden und dass jedes Teammitglied genügend Pausenzeit bekommt. Auch gute Laune hält gesund: Kleine Rituale wie ein gemeinsamer Kaffee am Morgen schaffen ein Gegengewicht zum täglichen Workload. Dazu gehört auch, sich gegenseitig „Danke!“ zu sagen, mit Lob nicht zu sparen und sich gemeinsam immer wieder bewusst zu machen, wofür es sich zu kämpfen lohnt.
- 5. Simplify!** Resiliente Unternehmen zeichnen sich durch resiliente Prozesse aus. Sie brechen nicht sofort zusammen, wenn irgendwas mal nicht gleich rund läuft. Weil nichts Überflüssiges passiert und Missverständnisse von vornherein vermieden werden, weil die Wege kurz, Abstimmungsprozesse transparent und Entscheidungen schnell sind. Weil angepackt wird statt sich im Kleinklein zu verlieren.

Noch mehr Inspirationen für Service-Haltung als Resilienzfaktor gibt es auf [www.forwardservice.de](http://www.forwardservice.de).