



WAS WEISS MARTIN VON DER NORDSEE- KÜSTE? WAS 90% ALLER SERVICE- MANAGER ÜBERSEHEN?

EIN BERICHT VON **SABINE HÜBNER**Copyright – alle Bilder: Astrid M. Obert – <https://www.astridobert.com>



WIRTSCHAFT WIRD MIT DRUCK GEMACHT - SERVICE LEIDER AUCH. DABEI GILT: NUR WER FREUDE SÄT - INTERN UND NACH AUSSEN - ERNTET CUSTOMER WOW!

EXPERIENCE. SERVICE-EXPERTIN SABINE HÜBNER ZEIGT, WIE UNTERNEHMEN DEN HEBEL UMLEGEN - VON SERVICEDRUCK ZU SERVICEFREUDE. UND DAMIT ZU DEUTLICH MEHR ERFOLG.

Ich habe mich neulich eingesperrt. Also nicht wortwörtlich, aber emotional. Es war spät, irgendwann zwischen zehn und elf Uhr abends, und ich hatte diesen inneren Entschluss gefasst: Jetzt rufe ich bei der Hotline an. Mein Fernseher machte nicht das, was ich wollte. Ich brauchte offenbar ein Zusatzgerät, und ich dachte: Die Hotline ist rund um die Uhr erreichbar, also los.

Ich rief an. Kam in die Warteschleife. Nach neun Minuten überlegte ich: „Auflegen? Aber jetzt habe ich schon so lange gewartet, das wäre ja Quatsch!“ Also blieb ich. Bei Minute sechzehn dachte ich: „Jetzt auf keinen Fall auflegen! Jetzt ziehe ich's durch.“ Ich war bereit, wenn endlich jemand ans Telefon ging, ein paar sehr klare Worte zur Wartezeit zu sagen. Mindestens. Dann, nach 21 Minuten, meldete sich eine Stimme:

„EINEN WUNDERSCHÖNEN GUTEN ABEND. HIER IST DER MARTIN VON DER NORDSEEKÜSTE. WAS KANN ICH HEUTE ABEND NOCH SCHÖNES FÜR SIE TUN?“

Ich prustete los vor Lachen. Weil ich mir so sicher war, ich würde erstmal schimpfen. Aber diese Begrüßung – so herzlich, so originell, so anders – hat mich komplett rausgeholt aus meinem Ärger. Ich hatte sofort das Bild eines Mannes auf einem Leuchtturm, der bei Windstärke sieben in ein Headset spricht. Was dann folgte, war ein richtig gutes Gespräch: professionell und lösungsorientiert.

Im Nachhinein habe ich darüber nachgedacht, wie klug dieser Einstieg war. Wahrscheinlich hat sich Martin diesen Satz nicht für mich, sondern für sich selbst zugelegt. Weil er keine Lust mehr hatte, sich zum x-ten Mal die Beschwerden über die Warteschleife anzuhören. Und weil er gemerkt hat:

WER DEN TON SETZT, BESTIMMT AUCH DEN VERLAUF DES GESPRÄCHS. FÜR MICH: EIN PARADEBEISPIEL FÜR GELEBTE SERVICEFREUDE

»In einer Welt der Automatisierung wird authentische menschliche Zuwendung zum entscheidenden Differenzierungsfaktor.«

Der Weg vom verärgerten zum begeisterten Kunden ist oft kürzer als gedacht – der menschliche Faktor machts möglich.

Servicefreude kann schlechte Laune in Luft auflösen. Dabei bringt wenig schon sehr viel. Das habe ich neulich in der Züricher Flughafenlounge erlebt: Eine einzige Mitarbeiterin, die Servicefreude verbreitet, kann die Stimmung in einer frostig-unwirtlichen Lounge so verändern, dass sich Business-Menschen aus ihren Schals wickeln und anfangen, miteinander zu sprechen.

JETZT FRAGEN SIE: WIE SCHAFFT MAN DAS?

WAS KÖNNEN UNTERNEHMEN TUN, UM MITARBEITENDE VON KUNDENSCHUEEN GRUMMELBÄREN IN SERVICEFREUNDLICHE LAUNEMACHER ZU VERWANDELN?

SCHAUEN WIR UNS DREI HEBEL AN: LEADERSHIP, CULTURE UND PEOPLE MANAGEMENT.

Leadership: Inspirieren statt dressieren

Stehen Unternehmen unter Druck, reagieren Führungskräfte oft mit mehr harter Hand. Mehr Druck. Mehr Fokus auf Zahlen. Einerseits: verständlich. Stehen sie ja selbst unter Druck. Andererseits: die genau falsche Idee, gerade in einer Zeit, in der in so vielen Branchen Fachkräftemangel herrscht, dass Mitarbeitende sich toxisch-autoritäre Führung nicht mehr gefallen lassen müssen.

Sie können sich sehr schnell weiterbewerben und tun dies im Zweifel auch. Oder: Sie wissen, dass sie nicht so schnell ersetzbar sind, und schalten um auf Dienst nach Vorschrift. Oder auf Krankschreibung. Oder auf Service-Grump. Das lassen sich wiederum Kunden nicht gefallen. Schon sind sie weg. Und das muss nicht sein!

WER KUNDEN HALTEN, NEIN: BEGEISTERN WILL, MUSS MITARBEITENDE INSPIRIEREN.

IHNEN FREIRÄUME GEBEN. SIE ÜBER SICH HINAUSWACHSEN LASSEN. SERVICE MACHT SPASS - WENN MAN IHN LEBT. AUCH ALS FÜHRUNGSKRAFT.

SERVICEFREUDE IM UNTERNEHMEN ENTSTEHT IMMER DANN

- wenn sich Menschen im Unternehmen als Menschen gesehen fühlen - nicht nur als Umsatzbringer,
- wenn man auf Augenhöhe und authentisch mit ihnen spricht - statt ihnen das immergleiche Leadership-Blabla vor die Füße zu werfen,



- wenn der Sinn der Arbeit klar ist, also: Was die eigene Arbeit für das Leben der Kunden bedeutet - und nicht nur für das Quartalsergebnis des Unternehmens.

Wenn das gegeben ist, sehen auch Mitarbeitende ihre Kundinnen und Kunden als Menschen - mit hoch angespannter Hutschnur nach 21 Minuten Wartezeit. Dann sprechen sie im Kundenkontakt auf Augenhöhe und gerne auch mit der regionalen Sprachmelodie und Mentalität. Wenn der Sinn der Arbeit klar ist, fällt auch die Empathie leichter. Und dann kann endlich das passieren, was aus einem langweiligen Das-muss-jetzt-leider-sein-Termin einen Menschmoment© macht. Wow!

Unternehmenskultur: Der Kunde ist kein Störfaktor

In vielen Unternehmen ist der Kunde der Betriebsunterbrecher. Der anruft. Der nervt. Vor dem man sich lieber im Lager oder hinter dem Bildschirm verschanzt. Nach dem Motto: Lieber eine halbe Stunde totstellen als noch mehr Ärger. Dabei ist der Kunde doch der eigentliche Grund, warum es das Unternehmen überhaupt gibt!

Ähnlich ist es in vielen Unternehmen auf Kollegenebene, vor allem in der abteilungsübergreifenden Kommunikation. Die Kollegin aus dem Labor ruft an? Lieber nicht drangehen. Der Controller schickt eine Frage? „Sorry, ist bei mir untergegangen.“ Das alles ist das Gegenteil von Servicefreude. Wie geht es besser?

Indem Unternehmen die Seite wechseln. Vom wenig erfolgreichen „High Pressure Unternehmen“ zum viel erfolgreicheren „High Energy Unternehmen“, wie es Prof. Heike Bruch von der Uni St. Gallen gezeigt hat. Also: Weg vom „Servicedruck“ und hin zur „Servicefreude“.

UND, NEIN, FREUDE IST EBEN NICHT EINE ZUSÄTZLICHE ZUMUTUNG IN SCHWIERIGEN ZEITEN.

DAS UMSCHALTEN VON DRUCK ZU ENERGIE MACHT ALLEN DAS LEBEN LEICHTER: FÜHRUNGSKRÄFTEN, MITARBEITENDEN UND AUCH KUNDINNEN UND KUNDEN.

GENAU DAS IST ES DOCH, WAS WIR IN SCHWIERIGEN ZEITEN BRAUCHEN. ALLE.

»Wer seine Mitarbeiter wie Maschinen behandelt, der darf sich nicht wundern, wenn Kunden sich wie Nummern fühlen.«

»Wer Kunden warten lässt, schuldet ihnen keine Entschuldigung, sondern ein Erlebnis, das die Wartezeit vergessen macht.«

People Management: Lasst die Menschen für sich selbst arbeiten!

Mehr Kontrolle, mehr KPI, mehr Performance-Meetings, mehr Kühlfach-Kommunikation („Sehr geehrter Herr!“) – das passiert, wenn es hart auf hart kommt. Und? Bringt's was? Geht die Produktivität hoch, wenn alle noch schlechter gelaunt hinter ihren Bildschirmen sitzen? Eben nicht.

DISZIPLIN MAG EIN PRODUKTIVITÄTSFAKTOR SEIN. ABER FREUDE AN DER ARBEIT, LUST, SPASS, DAS IST DER PRODUKTIVITÄTSBOOSTER.

Menschen, die ihre Talente leben dürfen, die sich entwickeln können, die ein Team erleben, das sich gegenseitig trägt – genau diese Menschen liefern bessere Ergebnisse. Weil sie Lust auf das haben, was sie tun. So, wie Martin von der Nordseeküste es vorgemacht hat. Am super-späten Abend.

Servicefreude beginnt nie beim Kunden. Sie beginnt immer innen. In der Haltung, in der Sprache, im Umgang miteinander. Wer Freude gibt, bekommt sie doppelt und dreifach zurück. Von Kunden. Von Kollegen. Vom Leben. Für sich selbst. Und der Controller freut sich am Ende des Jahres auch noch. —

ÜBER SABINE HÜBNER:

Wer das Kundenerlebnis verbessern will, muss Menschen bewegen. Sabine Hübner kann genau das. Sie ist DIE Service-Performance-Beraterin der Top-Player in der DACH Region, Vortragsrednerin, CEO und Gründerin der Düsseldorfer Beratungsagentur forwardservice GmbH. Mit ihrem Team unterstützt sie Unternehmen mit individuellen Programmen dabei, den Fokus auf den Kunden zu richten und ein tief ausgeprägtes Servicedenken auf allen Ebenen zu verankern – nach innen und außen. Ihre Vorträge, Bücher, Blogs und Podcasts prägen das Serviceverständnis vieler Menschen nachhaltig.
www.sabinehuebner.de | www.forwardservice.de