

„Service-Coaches“ machen Kunden glücklich

MEHRWERT Wer Gäste überzeugen will, muss selbst auf Kleinigkeiten achten. Wie man eine Auge darauf hat, erfuhren Kelheimer in einem Seminar.

VON BETTINA DENNERLOHR, MZ

KELHEIM. Ein Schirmständer im Eingangsbereich oder eine Ablagefläche für das Handgepäck der Gäste, die gerade ins Hotel einchecken – solche einfachen Gesten erhöhen die Kundentreue und die Kundenzufriedenheit eines Unternehmens beträchtlich. Das sagt Maria Schisa, Dozentin bei der Initiative „Service-Qualität Deutschland in Bayern“. Ihre Erkenntnisse gibt sie in einseinhalbtägigen Seminaren weiter. Wer die besucht hat, darf sich „Service-Coach“ nennen. Seit gestern gehören 26 Kelheimer zu diesem Kreis.

„Es sind oft Kleinigkeiten, die aus der Sicht des Kunden aber große Bedeutung haben, zum Beispiel genau den richtigen Ton zu treffen“, erklärt Schisa die Grundsätze von „Service-Qualität“. Getragen wird diese Initiative vom Bayerischen Hotel- und Gaststättenverband und von der „Koordinierungsstelle ServiceQualität Deutschland in Bayern“.

Von der viel gescholtenen Service-wüste Deutschland wollte Schisa zwar nicht sprechen: „Es gibt aber in einigen Bereichen Nachholbedarf.“ Wenn ein Unternehmen diesen nicht selbst

decken könne, könne es an seiner Perspektive liegen: „Oft wird vergessen, den Betrieb nicht nur durch die eigenen Augen, sondern auch durch die des Kunden zu sehen.“ Dass sich so eine gewisse Betriebsblindheit einschleiche, liege in der Natur der Sache.

Dass das in der Praxis tatsächlich immer wieder der Fall ist, bestätigen Hotelfachfrau Sabine Graz, Kapitänin Renate Schweiger und Brigitte Wildenauer, Geschäftsführerin der Personenschiffahrt Stadler. „Der Service ist ein Bereich, in dem man sich immer verbessern kann“, sagte Schweiger.

Und wenn es trotzdem eine Beschwerde gebe, müsse man wissen, wie man auf den Kunden richtig reagiere, ergänzte Graz. Bisher hat sie sich in solchen Situationen auf ihre Intuition verlassen. „Meistens liegt man richtig“, sagte sie. Trotzdem fühle man sich sicherer, wenn man sich zuvor mit den verschiedenen Kundentypen auseinandergesetzt habe. „Jeder Kunde möchte das Gefühl haben, dass man sich Zeit für ihn nimmt und optimal auf ihn eingeht“, sagte Wildenauer.

Alle drei wollen die Denkanstöße, die ihnen das Seminar gegeben hat, umsetzen, auch in kleinen Dingen, etwa mit einer Halterung an der Toilettenwand, an der sich eine Krücke anlehnen lässt, ohne dass sie umfällt.

„Den Service-Gedanken verfolgen wir auf jeden Fall weiter“, sagte Bürgermeister Fritz Mathes. Er übergab gemeinsam mit Schisa und Barbara Wieben, Leiterin der Abteilung Tourismus, Wirtschaft, Marketing, Kultur, den „Service-Coaches“ ihre Zertifikate.



Neben gutem Essen schätzen Gäste in einem Restaurant besonders zuvorkommendes Personal. Fotos: bt/Archiv



Die neuen „Service-Coaches“ mit Dozentin Maria Schisa, Bürgermeister Fritz Mathes und Barbara Wieben