

# Guter Service ist auch Chefsache

**Kundenbindung** Je höher die Qualität im Service ist, desto zufriedener sind die Kunden. Was so einfach klingt, erfordert viel Engagement vom Unternehmer. Gemeinsam mit der LWK Niedersachsen sagen wir Ihnen, wie Sie Ihren Service verbessern können.

**M**enschen wollen auf charmante Weise verführt werden von Personen, die von ihrer Sache begeistert sind und dafür brennen. Eine hohe Servicequalität erfordert daher begeisterte Unternehmer und Mitarbeiter. Servicequalität ist eine entscheidende Stellschraube für den wirtschaftlichen Erfolg eines Unternehmens.

Es besteht ein direkter Zusammenhang zwischen Servicequalität und Kundenzufriedenheit. Je höher die Qualität im Service, desto höher der Grad der Zufriedenheit der Kunden und desto stärker die Kundenbindung. Es besteht auch ein direkter Zusammenhang zwischen der Zufriedenheit der Mitarbeiter und der der Gäste. Wer also zufriedene und treue Kunden will, muss die Qualität seiner Dienstleistung zur Chefsache machen.

Ein guter Chef sollte seine Mitarbeiter so führen, motivieren und begleiten, dass sie ihre Arbeit und ihre Kunden „lieben“. Denn langfristig ist nicht die Produkt-, sondern die Servicequalität die entscheidende Größe für den wirtschaftlichen Erfolg.

## Warum gehen Menschen zur Konkurrenz?

Wenn Kunden zu einem Konkurrenten wechseln, tun sie dies manchmal, weil sie sich eine bessere Produktqualität versprechen. Viel häufiger wechseln sie jedoch, weil sie unzufrieden sind mit der Betreuung und der Service-

leistung des ursprünglichen Unternehmens. Wie aus Abbildung 1 hervorgeht, machen die Wechselgründe, die auf der Produktqualität (besseres Produkt, billigeres Produkt) beruhen, insgesamt 30 Prozent aus. Rund 65 Prozent beruhen jedoch auf einer mangelnden Servicequalität, die Kunden waren unzufrieden mit der Betreuung oder der Serviceleistung.

## Was bedeutet Servicequalität?

Servicequalität beinhaltet nicht nur, die Erwartungen des Kunden/Gastes zu erfüllen, sondern darüber hinaus auch

- Versprechen einzuhalten,
- das, was man macht, von Herzen zu machen,
- Gewöhnliches außergewöhnlich gut zu tun,
- Kundenerwartungen zu übertreffen.

Ein kundenorientierter Service entsteht nicht einfach zufällig. Direktvermarkter, Hofgastromomen und Anbieter von Ur-

Foto: Wohlfühl/LWK Niedersachsen



Eine hohe Servicequalität erfordert begeisterte Mitarbeiter. Und die brauchen einen begeisterten Chef.

laub auf dem Bauernhof können Kundenerwartungen nur dann erfüllen oder sogar übertreffen, wenn sie die Erwartungen ihrer Kunden kennen.

Darüber hinaus sollten sie wissen, was ihre Wettbewerber bieten. Servicequalität beginnt also mit einem Perspektivwechsel: Betrachten Sie einmal das eigene Angebot und Ihre Leistung mit den Augen des Kunden. Entwickeln Sie dann eine Betriebsphiloso-

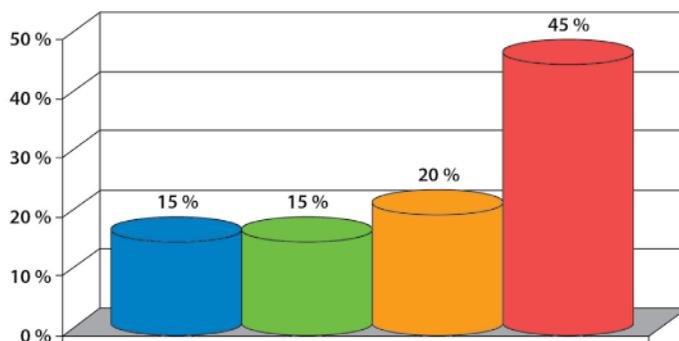
phie. Diese bildet die Basis für ein einheitliches Denken und Handeln im Unternehmen. Sie sollte allen Mitarbeitern verbindliche Antworten geben auf die Fragen:

- Wer sind wir?
- Wie wollen wir gesehen werden?
- Was wollen wir unseren Kunden in welcher Form bieten?

Danach müssen betriebliche Standards (was, wie, wann, von wem ...) festgelegt und Mitarbeiter entsprechend geschult und begleitet werden.

Damit die betrieblichen Standards auch „gelebt“ werden, sollten Sie bei deren Entwicklung möglichst alle Mitarbeiter einbeziehen. Besonders wichtig ist nicht nur hierbei das Personal, das direkten Kontakt zu den Kunden hat – denn niemand kennt die Gäste besser als sie. Um es mit Oskar Wilde zu sagen: „Das Durchschnittliche gibt der Welt ihren Bestand, das Außergewöhnliche ihren Wert“. Das lässt sich auch auf alle Bereiche der Di-

## Warum gehen Menschen zur Konkurrenz?



Quelle: Fraunhofer Institut

rektvermarktung und Bauernhofgastronomie übertragen.

### Gut geeignete Mitarbeiter werden immer wichtiger

So heißt es bei einer Untersuchung von Darryl Hartley-Leonard zur Servicequalität in Deutschland: „Spitzenleistungen werden in Zukunft nicht mehr durch Basisfähigkeiten, also das Produkt, entschieden, sondern ausschließlich durch die Menschen im Unternehmen beziehungsweise durch ihr Tun und Handeln“. Damit gewinnt die Auswahl geeigneter Mitarbeiter für ein Unternehmen immer mehr an Bedeutung.

Wenn Mitarbeiter Fachkenntnisse mitbringen, ist das natürlich vorteilhaft. Viel entscheidender, vor allem für Mitarbeiter, die im Service arbeiten, ist es aber, dass diese Menschen mögen und mit sich im Reinen sind. Denn unsere Körpersprache zeigt in allem, was wir tun, unsere Haltung zum Kunden, Gast, zu unserem Arbeitgeber und zu uns selber. Ideal wäre es, wenn die Körpersprache signalisiert: „Ich bin o.k. – Du bist o.k. – Mein Job ist o.k.“

Damit erweitert sich die Aufgabe für Chefs und Chefinnen: Das Wissen, Können und Wollen der Mitarbeiter ist die Basis der Leistung, dafür sind Sie als Chef ohnehin zuständig. Die Menschenführung kommt als betriebliche und persönliche Aufgabe noch hinzu.

Geben Sie Ihrem Mitarbeiter alle Informationen, die er zur Erledigung seiner Aufgaben benötigt. Zeigen Sie ihm, wie was zu erfolgen hat. Über-

prüfen Sie, ob der Mitarbeiter auch tatsächlich die nötigen Kenntnisse und Fertigkeiten aufweist. Begleiten Sie ihn. Beteiligen Sie ihn, lassen Sie ihn Teilaufgaben alleine bewältigen. Besprechen und analysieren Sie mit ihm, was gut gelaufen ist und was sich noch verbessern ließe. „Nachfragen“ ist eine Stärke – keine Schwäche!

### Im Gespräch bleiben mit Kunden und Mitarbeitern

Bleiben Sie auch mit Ihren Mitarbeitern im Gespräch. Hilfreich ist es, ein Mitarbeiterhandbuch als betriebliche Bedienungsanleitung anzulegen. In diesem können Sie alles, was Ihrem Mitarbeiter die Arbeit und die Selbstkontrolle seiner Arbeit erleichtert, aufführen:

- Hausordnung,
- Spielregeln für das Zusammenarbeiten,
- Checklisten,
- Hintergrundinformationen zum Betrieb, den Speisen, Lieferanten ...,
- Arbeitsanleitungen – schriftlich oder per Foto (z.B. Frühstückbüfett, Fleischtheke, Präsentkorb).

Um einen einheitlichen und aktuellen Informationsstand zu gewährleisten, sind regelmäßige Mitarbeiter- oder Teambesprechungen und insbesondere tägliche Kurzbesprechungen (drei bis fünf Minuten) ideal. Sie stärken das Zusammengehörigkeitsgefühl, lassen ein Team entstehen und erhöhen letztendlich die Qualität – auch die Servicequalität. Der letzte Schritt ist das Delegieren von Aufgaben vollverantwortlich an den Mitarbeiter. Und loben Sie

Ihr Team, wenn etwas zu Ihrer Zufriedenheit gelaufen ist, denn Lob motiviert jeden. Wissen, Können und Wollen führt zu motivierten Angestellten, die gerne mit und für Sie arbei-

ten. Diese Mitarbeiter sind die Voraussetzung für Servicequalität und langfristige Kundenbindungen.

Beate Langenhorst,  
LWK Niedersachsen

### Serie

## Wichtige Stellschraube

**Serie** Wer bei einem Direktvermarkter einkauft, auf einem Ferienhof Urlaub macht oder bei einem Hofgastronomen isst, der hat bestimmte Erwartungen. Diese zu kennen, ist für Direktvermarkter fast unbezahlbar. Denn nur, wer die Erwartungen und Wünsche seiner Kunden und Gäste erfüllen kann, dem bleiben sie treu. Dabei gerät die eigentliche Produktqualität fast zur Nebensache: Denn frische Produkte in hervorragender Qualität „direkt vom Bauern“ werden vom Kunden vorausgesetzt, sowohl in einem Hofladen als auch in der Hofgastronomie. Damit gewinnt der „Faktor Mensch“ immer mehr an Bedeutung – gerade im Service. Wer auf aufmerksame Mitarbeiter setzt und sie so schult, dass sie gut mit den Kunden zurechtkommen, kann zusätzliche Punkte sammeln. Das zeigen auch die Erfahrungen der Familie Hawighorst aus Wallenhorst. Sie übergibt den Mitarbei-



tern eigene Verantwortung und setzt überdies auf eine gute Stimmung im Team. Das merken offensichtlich auch die Gäste, denn der Kundenstamm wächst. Servicequalität mag nur eine Stellschraube für den wirtschaftlichen Erfolg eines Unternehmens sein, doch sie ist eine wichtige. Denn Hand aufs Herz: Gehen Sie gerne dort einkaufen oder essen, wo der Service nicht stimmt? Eben. Gemeinsam mit der Landwirtschaftskammer Niedersachsen werden Ihnen weiterhin Tipps zur Direktvermarktung und Urlaub auf dem Bauernhof liefern. Unsere nächsten Themen sind:

- Preisgestaltung und Wirtschaftlichkeit
- Kalkulation Bauernhofgastronomie

Katja Schukies

### Was macht Qualität aus?



**MARSCHALL**  
1924-2014

**MARSCHALL GmbH & Co. KG**  
**Etiketten + Drucksysteme**  
Hebbelstr. 2-4 · D-32457 Porta Westfalica  
fon +49(0)5731.7644-00  
wb@marschall-pw.de

Produktion | Hardware | Software | Zubehör

**DRUCKSYSTEME**  
**ETIKETTEN** Eigene Etikettenproduktion!  
[www.marschall-pw.de](http://www.marschall-pw.de)