

campus

Marco von Münchhausen | Sabine Hübner

SERVICE
MIT DEM INNEREN
SCHWEINEHUND



Service mit dem inneren Schweinehund

Marco von Münchhausen ist promovierter Jurist, Trainer, Berater und Autor mehrerer Bestseller. Mit den psychologischen Hindernissen auf dem Weg zu privatem und beruflichem Erfolg beschäftigt er sich seit vielen Jahren; in seinen Vorträgen und Auftritten hat er bereits mehr als 500 000 Menschen zeigen können, wie sie ihren inneren Schweinehund zum besten Freund machen.

Sabine Hübner gilt als »Serviceexpertin Nummer eins in Deutschland« (Pro 7). Mit ihrem Erfolgskonzept »surpriservice«[®] unterstützt sie Tag für Tag Unternehmen dabei, sich mit kundenorientierter Servicequalität in heiß umkämpften Märkten zu profilieren.

Marco von Münchhausen
Sabine Hübner

Service mit dem inneren Schweinehund

mit Illustrationen von Gisela Aulfes

Campus Verlag
Frankfurt/New York

© Campus Verlag GmbH

»surpriservice«[®] ist eine eingetragene Marke
von Sabine Hübner Unternehmensberatung, Düsseldorf.

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:
Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation
in der Deutschen Nationalbibliografie. Detaillierte bibliografische
Daten sind im Internet unter <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

ISBN 978-3-593-38282-1

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich
geschützt. Jede Verwertung ist ohne Zustimmung des Verlags
unzulässig. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen,
Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung
und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Copyright © 2007 Campus Verlag GmbH, Frankfurt/Main

Umschlaggestaltung: R. M. E, Roland Eschlbeck
und Rosemarie Kreuzer, München

Umschlagmotiv: Gisela Aulfes, München

Satz: Leingärtner, Nabburg

Druck und Bindung: Druck Partner Rübelmann, Hemsbach

Gedruckt auf säurefreiem und chlorfrei gebleichtem Papier.

Printed in Germany

Besuchen Sie uns im Internet: www.campus.de



Inhalt

Einführung 7

Teil I

Der Schweinehund im Service 13

Die Servicewüste lebt 13

Guter Service ist »surpriservice« 30

Ohne Service läuft nichts mehr 38

Check: Wie serviceorientiert ist

Ihr Unternehmen? 45

Teil II

Warum guter Service so schwer fällt 51

Treffen sich zwei Schweinehunde 52

Kleine Schweinehund-Typologie 56

Tricks und Taktiken der Schweinehunde . 72



Die beliebtesten Tummelplätze der
Schweinehunde 86

Teil III

Strategien im Umgang mit dem
inneren Schweinehund 97

Strategisches Rüstzeug in
drei Schritten 99

Sieben Sabotage-Fallen und wie Sie sich
davor schützen 134

Die zwölf besten Tipps im Umgang mit
dem inneren Service-Schweinehund . . . 150

Literatur für Ihren Schweinehund 154



Einführung



»Deutschlands dickster Service-Schweinehund« – so heißt der große Wettbewerb, zu dem sich die Schweinehunde alljährlich versammeln. Sie treffen sich in einem besonders unübersichtlichen Lager, in dem jedes Stück garantiert lange gesucht werden muss. Tausende der borstigen Doppelwesen tummeln sich zwischen Kisten und Kästen; Grunzen und Gelächter hallen durch den Lagerraum. Alle Schweinsäuglein sind auf das improvisierte Podium gerichtet: Dort geben die Schweinehunde, die sich in den Vorrunden qualifiziert haben, die unverschämtesten Service-Tricks des vergangenen Jahres zum Besten.

»Wenn ein Gast an die Rezeption kommt, mime ich sofort ein wichtiges Telefonat. Spätestens nach zehn Minuten schleicht er sich frus-



triert davon«, schwärmt ein mürrisch dreinblickender Schweinehund. Sein Frauchen arbeitet in einem großen Hotel an der Mittelmeerküste und findet die vielen Fragen der Gäste einfach nur nervend.

»Wir haben ein unschlagbares Team gebildet«, tut sich ein ungewöhnlich borstiger Schweinehund hervor, dessen Herrchen an der Hotline eines Telekommunikationsanbieters sitzt. Eigentlich sollte er Kunden helfen, die technischen Probleme mit ihrem Telefonanschluss zu beheben – aber das ist ihm viel zu lästig. »Wir verbinden die Anrufer so lange zwischen unseren Plätzen hin und her, bis sie auflegen«, lacht das Borstentier.

Endlich tritt der größte und berüchtigtste Schweinehund ans Mikrofon. Gebannt erwartet die Meute seine Geschichte. »Ihr Lieben«, beginnt das mächtige Tier. »Ich habe mir im vergangenen Jahr viele Gedanken gemacht.« Was ist denn jetzt los? Diese Begrüßung passt überhaupt nicht zu dem, was man von diesem Schweinehund gewohnt ist. »Ist euch eigentlich klar, dass eure Frauchen und Herrchen jahrein, jahraus nur deshalb so viele nervende und griesgrämige Kunden ertragen müssen,



weil sie ihnen selbst die Laune verderben? Und habt ihr schon einmal daran gedacht, dass euren Menschen die Arbeit sogar Spaß machen könnte, wenn sie die Kunden regelmäßig mit ausgefallenen Service-Ideen überraschen?»

Ungläubig schauen sich die Schweinehunde an. Sollte ausgerechnet ihr bester Kandidat vom rechten Weg abgekommen sein?

»Ich habe es ausprobiert«, fährt der große Schweinehund fort. »Ich habe mein Herrchen eine Weile in Ruhe gelassen. Und siehe da: Er ist auf die Kunden zugegangen, hat ihr Anliegen in Ruhe angehört, war freundlich und zuvorkommend und hat sich außerdem das eine oder andere Extra für sie ausgedacht. Jetzt nerven die Kunden nicht mehr, sie reklamieren weniger, sie kommen gerne wieder und bescheren uns höhere Umsätze. Mein Herrchen hat bessere Laune und weniger Magenschmerzen. Und von seiner Gehaltserhöhung haben wir uns ein gemütliches Sofa gekauft.«

Die Schweinehunde auf den Regalen grunzen skeptisch: Sollten sie etwa aufhören, ihre Frauchen und Herrchen von ihren guten Service-Vorsätzen abzubringen? Sollten sie ihnen nie wieder unverschämte Bemerkungen über



die Kundschaft ins Ohr raunen? Sollten sie ihre wahre Natur verleugnen? »Natürlich sind und bleiben wir Schweinehunde«, beschwichtigt das Oberborstentier am Podium die raunende Meute. »Wir sorgen dafür, dass unsere Menschen sich wohl fühlen. Pudelwohl. Sauwohl.«

Dagegen haben die versammelten Borstentiere nichts einzuwenden. Sie spitzen die Schweinsohren: Schließlich wollen sie genau wissen, wie der große Schweinehund und sein Mensch es geschafft haben, Service nicht mehr als Last, sondern als Lust zu erleben.

In diesem Buch möchten wir Ihnen die wichtigsten Erkenntnisse des geläuterten Service-Schweinehundes vorstellen. Davon profitieren Sie dreifach: Sie erfahren, wo sich Service-Schweinehunde tummeln (Teil I), mit welchen Tricks und Tücken sie Ihren Service sabotieren (Teil II), und schließlich, mit welchen Strategien Sie die Service-Schweinehunde bändigen können (Teil III).

Um Ihnen einen konkreten Einblick zu geben, was Unternehmen unter exzellentem Service verstehen und wie sie ihre Service-Ideen



umsetzen, haben wir in verschiedenen Branchen nachgefragt. Aus den Beispielen eines Optiker-Verbandes, eines Autohauses und eines Hotels können Sie und Ihr Schweinehund sicher etwas lernen!

Frisch ausgerüstet mit den neuen Erkenntnissen und Strategien aus diesem Buch wird es Ihnen gelingen, die Service-Saboteure in Ihrem Unternehmen zu zähmen. Mehr noch: Sie werden die kleinen Unholde in motivierte Mitarbeiter verwandeln, die Ihre Kunden immer wieder mit neuen Service-Ideen zu überraschen verstehen. Und nach der Begegnung mit den unterschiedlichsten Typen von Service-Schweinehunden werden Sie auch Ihren eigenen so gut kennen, dass Sie ihn als Ihren Service-Partner gewinnen können.

Hier spricht der Schweinehund

Darf ich mich vorstellen? Ich bin Ihr innerer Schweinehund. Ich bin es, der Sie regelmäßig dazu verführt, Ihre Kunden griesgrämig abzufertigen und deren Anfragen einfach liegen zu lassen. Manchmal wollen Sie mich am liebsten loswerden. Aber so einfach ist das nicht!



Ich bin genauso treu wie gerissen. Sobald Sie mich austricksen oder gar »überwinden« wollen, werde ich bissig und kassiere jeden Ihrer guten Vorsätze. Machen Sie sich das Leben leichter: Stellen Sie sich vor, ich sei Ihr



Freund. Tatsächlich will ich ja nichts anderes als ein gutes Leben für Sie: Ruhe, Entspannung und Genuss statt Mühe, Anstrengung und Stress. Ob Sie als Servicemitarbeiter in direktem Kundenkontakt stehen, oder ob Sie der Geschäftsführer

eines Dienstleistungsunternehmens sind: Im Grunde habe ich gar nichts dagegen, wenn Sie exzellenten Service leisten. Unter einer Voraussetzung: Service soll Spaß machen.





Teil I

Der Schweinehund im Service

Der Kellner kommt nach einer Viertelstunde. Die Bibliotheksangestellte behandelt Besucher wie Störenfriede. Der Turnschuhverkäufer versteckt sich im Lager. Die Hotline-Mitarbeiterin lässt den Anrufer in der Warteschleife versauern. Der Zugchef verrät nicht, warum die Bahn plötzlich stehen bleibt. Der Kinderarzt verlässt das Behandlungszimmer grußlos. Die Servicewüste lebt – und die Liste mit Beispielen ließe sich endlos verlängern.

Die Servicewüste lebt

Warum ist Service so schwierig? Wir haben den inneren Schweinehund in Verdacht, für diese Missstände verantwortlich zu sein.



Schlecht bezahlt und unter Druck

Er scheint hierzulande ein besonders leichtes Spiel zu haben. Nicht, weil die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im Service besonders träge oder gar unfähig wären – obwohl wir das im Affekt des ersten Ärgers gern glauben –, sondern weil die Rahmenbedingungen ihm ein ideales Spielfeld bieten.

Stellen Sie sich einen Kellner vor, eine Kassiererin oder einen Call-Center-Telefonisten: Sie arbeiten unter harten Bedingungen, sind

oft schlecht auf ihre Aufgaben vorbereitet und verdienen zu-
meist miserabel. Gleichzeitig steigen die Anforderungen:
Immer weniger Mitarbeiter



müssen in immer kürzerer Zeit immer komplexere Aufgaben bewältigen. Es gilt, immer mehr elektronische Geräte zu bedienen – und bei einer der häufig auftretenden Störungen wieder in Gang zu setzen. Wen wundert es da, wenn der innere Schweinehund zum Generalstreik bläst?



Mangelnde Wertschätzung

Wer hierzulande bedient, hilft oder Auskunft erteilt, steht häufig ganz unten auf der sozialen Leiter. Entsprechend gering ist die soziale Wertschätzung seitens mancher Kunden und leider auch manchmal die der eigenen Vorgesetzten.

Gerade diejenigen, die sich selbst mühsam »hochgearbeitet« haben, schauen allzu oft abschätzig auf Service-Personal herab und neigen zu demütigenden Bemerkungen. Kein Wunder, dass der innere Schweinehund der Mitarbeiter dann auf die Barrikaden geht. Sollen die Kunden doch auf ihren Kaffee warten! Sollen sie sich doch an der Kasse die Beine in den Bauch stehen! Und sollen sie eben in der Warteschleife der Telefonanlage hängen! Der innere Schweinehund wird nicht müde, seinem Frauchen oder Herrchen immer neue Sabotage-Ideen einzuflüstern. Das kann bis zur völligen Ignoranz gehen. Dazu ein Beispiel:

Eine Gruppe von Hostessen ist zwei Wochen lang in einem Hotel untergebracht. Jede Hostess verfügt über zwei schicke Kostüme,

