

„Versprochen ist versprochen... und wird nicht gebrochen!“

Als fürsorglicher Vater versucht man, etablierte und zum Teil in Vergessenheit geratene Werte dem Nachwuchs nahe zu bringen. Sie selbst kennen vielleicht noch die Sprüche und Aussagen Ihrer Eltern, denen man mit steigendem Alter und der damit einhergehenden Weisheit, immer mehr Wahrheit und Verständnis abgewinnen kann. Mitunter fühlt man sich schon wie ein „Dinosaurier“, wenn man sich bemüht, eben diese Werte wie Glaubwürdigkeit, Ehrlichkeit, Respektvoller Umgang, Pünktlichkeit, Etikette, etc. aufrecht zu erhalten bzw. auch an jüngere Menschen weiter zu geben.

Im Rahmen meiner Qualitätsmanagementseminare thematisieren wir sehr häufig das Thema Kundenversprechen. Hier veranschauliche ich den Teilnehmern die immense Bedeutung von der Einhaltung von Versprechen, die wir als Dienstleister gegenüber unseren Kunden aber auch Mitarbeitern und Partnern tätigen. Machen Sie doch einmal die Runde und fragen Ihre Mitarbeiter, ob Ihnen alle gemachten Kundenversprechen bekannt sind und wie wichtig deren Einhaltung in der Realität sein könnte! Lassen Sie sich beispielsweise von den Auszubildenden ein Plakat malen mit allen Kundenversprechen und Garantien, die in Ihren Prospekten, auf der Internetseite und in Ihren Anschreiben zu finden sind. Ich verspreche Ihnen allerhand „Aha-Erlebnisse!“

Das konsequente Einhalten von Kundenversprechen bildet die Basis für einen vertrauensvollen Umgang, denn nur wer vertraut, ist in der Lage eine (Geschäfts-) Beziehung aufzubauen. Werden Zusagen nicht eingehalten, wird das Vertrauensverhältnis von vornherein getrübt. Wir wirken mit unseren Dienstleistungen und Angeboten unglaublich. Je nach Schwere und der damit verbundenen Enttäuschung beim Kunden/Gast, wird man uns mitunter Inkompetenz vorwerfen, eine wesentliche Basis im Rahmen der Dienstleistungsdimensionen.

„Kindermund tut Wahrheit kund“ – Ist es Ihnen mitunter nicht auch so ergangen, dass Sie Ihre Mitarbeiter und Partner an getroffene Aussagen erinnern mussten? Mitunter auch Ihre Enttäuschung denen gegenüber kundtun möchten? Es ist manchmal schon paradox, wie deutlich der Werteverfall auch in unserer doch so emotionalen Branche fest zu stellen ist. Zusagen werden mitunter nicht eingehalten bzw. zu Lasten der Vertrauenswürdigkeit eher nach dem Prinzip „Nichts ist mir näher als mein eigenes Hemd“ der Ignoranz zugeführt. Und dies bedauerlicherweise auf allen Ebenen!

Anfang des Jahres hatten wir ein renommiertes Hotel in der Beratung, wo sich die Insolvenz klar abzeichnete und auch tatsächlich eingetreten ist. Wesentlicher Bestandteil unseres Vertragsverhältnisses war eine Bankbürgschaft, die uns sogar vom Vorstand einer regionalen Bank schriftlich und

mündlich zugesichert wurde. Es bedarf lediglich der Form, dass jene Urkunde auch tatsächlich ausgestellt werden sollte. Die Bank drängte auf eine rasche Umsetzung der Beratungsleistung und einer so genannten Fortführungsprognose. Ende vom Lied: Arbeit wurde geleistet und der betreffende Vorstand konnte sich nicht mehr an die getroffene Vereinbarung erinnern, demnach wir auf einem hohen fünfstelligen Betrag sitzen gelassen wurden. Erschreckendes Beispiel dafür, wie mit langjährigen Kunden kurzfristig umgegangen werden kann. Sicherlich ein Einzelbeispiel. Zeigt jedoch deutlich, dass eine neue Generation von Führungskräften innerhalb unserer Partnerbetriebe Einzug hält. Risiken gilt es zu minimieren, Zusagen in Frage zu stellen und zu Gunsten von eigenen Vorteilen Nachteile Dritter in Kauf zu nehmen.

Szenenwechsel: In einem Tagungshotel sollte ich ein Seminar durchführen, wofür die absolute Verfügbarkeit des Internets elementar war. In den Prospekten als auch auf der Internetseite wurde damit geworben, dass eben diese Verfügbarkeit garantiert wäre und man sich modernster Tagungstechnik rühmte. Sie ahnen es schon, wie es gekommen ist. Die Verfügbarkeit war nicht gewährleistet, somit ich als Trainer und Referent in organisatorische Schwierigkeiten gekommen bin. Das Vertrauen in die Dienstleistung des betreffenden Hauses ist nunmehr verschwindend gering, somit ich mir beim nächsten Mal sicherlich eine wirkliche Garantie geben lassen werde, wenn ich überhaupt noch einmal in dieses Hotel gehen sollte. Für den Hoteller ist nunmehr das Problem jenes, dass ich in der Regel zahlreiche Teilnehmer mitbringe, die im betreffenden Hause schlafen, verzehren, etc...

Ein weiteres Beispiel. In dem mir ein Fachhändler zusagte, dass ein Set von Schlagzeug-Sticks garantiert bis zum kommenden Weinende verfügbar sein werden und ich somit meinem Sohn zum Geburtstag eine wirkliche Freude machen könne! Alle Präsente waren pünktlich da. Es fehlten lediglich die zugesagten Sticks; ich somit in sehr traurige Kinderaugen schaute, die sich doch schon so gefreut hatten....

„Versprochen ist versprochen – und wird nicht gebrochen!“ Ich werde meine Kinder weiterhin mit solchen Wertevorstellungen aufwachsen lassen und meine Umwelt auch mit diesen Ansprüchen messen. Genau so, wie sie es auch mit mir tun, sei es als Unternehmer, Führungskraft oder Familienvater. Denken Sie darüber nach, ob Sie alle in Ihrem Team sich dieser elementaren Bedeutung bewusst sind, denn dies sind die ersten Schritte für ein gutes Qualitätsmanagement und der Bergung von weiteren Umsatzpotentialen!

Ihr Björn Grimm



Von Björn Grimm
Dehoga-Betriebsberater

Der Autor ist selbständiger Unternehmensberater und Trainer aus Emden. Als Betriebswirt und Hotelmeister durchlief er Stationen unter anderem als Restaurantleiter, im Controlling sowie als Hotel- und Klinikdirektor. Mehr als 700 Betriebe – von der Eckkneipe bis zum Stermerestaurant – haben zwischenzeitlich die Leistungen seiner Mannschaft in Anspruch genommen. In seinen Seminaren waren zwischenzeitlich mehr als 15.000 Teilnehmer. Für den DE-HOGA Niedersachsen und Hamburg führen er und sein Team subventionierte und somit fast immer kostenfreie Betriebsberatungen durch. Er schreibt für das Heidelberger Handbuch und lehrt an der Verwaltungs- und Wirtschaftsakademie in Hamburg. In Niedersachsen ist er vielen als Trainer für die Initiative Service Qualität Deutschland bekannt. Weiterhin ist er Mitglied bei der FBMA, dem Verein zur Förderung der Hotelfachschule Emden, dem VKO und den Wirtschaftsjuvenoren. In 2009 wurde das Unternehmen mit dem Gastro Star Award ausgezeichnet.



www.grimm-consulting.com
od. unter 04921 – 99 75 93