



Vorwort

Franz J. Brunner

Qualität im Service

Wege zur besseren Dienstleistung

Herausgegeben von Franz J. Brunner

ISBN: 978-3-446-42241-4

Weitere Informationen oder Bestellungen unter

<http://www.hanser.de/978-3-446-42241-4>

sowie im Buchhandel.

Vorwort

„Ergebendster Diener“ lautete im 19.Jh. und noch eine Weile danach eine sehr verbreitete Grußformel. Diener, Dienstmädchen, Köchin, Kindermädchen gab es in vielen Familien und wurden teilweise wie Familienmitglieder behandelt. Die Schneiderin, der Friseur, der Lehrer, das Wäschermädl und viele Handwerker kamen ins Haus und der Postbote kam zweimal am Tag, klopfte an die Tür und rief „Post für Sie!“

Der Dienstmann am Bahnhof und der Milchmann, der die Milchflasche und das Semmelsackerl vor die Türe stellte, waren noch etwas längere Zeit üblich. Auch der Tante Emmaladen um die Ecke, wo mit „Küss’ die Hand Gnädige Frau“ begrüßt und fachmännisch beraten wurde.

Selbst nach dem 2. Weltkrieg konnte man noch einige Jahre die Schuhe vor die Hotelzimmertür stellen und den Frühstücks- und Zeitungswunschzettel dazulegen.

Inzwischen hat sich Vieles geändert. Dienen gilt wenig und ist schlecht bezahlt. Der überlieferte Erzeugelausspruch: „Ich will nicht dienen“ scheint in Mode.

In großen Lagerhallen, Supermärkte genannt, soll sich jeder holen, was er braucht. Keine Beratung, keine Bedienung oder persönliche Ansprache, Warenmengen stapeln sich in den Gängen und der Kunde steht beim Einräumen im Weg. An der Strichcodekassa bekommt man vielleicht als persönliche Frage zu hören: „Vorteilskartekarte?... Rechnung?“ Das war’s dann auch an Kundendialog.

Und für Beschwerden gibt es teure Servicehotlines mit Musikberieselung und permanenter automatischer Ansage.

„Da kann ich nichts machen“ und „Das geht nicht“ bekommt man häufig als Antwort zu hören. Leben wir wirklich in einer Dienstleistungswüste?

Auf der anderen Seite ist der Dienstleistungssektor der Wachstumsmarkt schlechthin und erreicht fast 70% der volkswirtschaftlichen Leistung. „Der Kunde ist König“ heißt es vielfach. Ein König ohne Königreich und Gefolgschaft und daher wenig Durchsetzungskraft aber dafür mit Kaufkraft.

Der Kunde als Partner und Freund hat da schon etwas mehr erstrebenswerte Realitätsnähe.

Deshalb müssen sich die Dienstleistungsanbieter wieder zunehmend auf die alten Tugenden des Dienens und Wünscherfüllens besinnen, um Kunden zu gewinnen, zu begeistern und zu Stammkunden, also Partnern und Freunden zu machen.

Aber ganz so einfach geht das in unserer komplexen Wirtschaftswelt nicht. Der Kunde stellt immer höhere Ansprüche an die Dienstleistungen und will darüber hinaus auch persönlich wahrgenommen werden. Die Servicequalität muss stimmen, aber die Atmosphäre und Beziehungsqualität ebenso! Da ist Professionalität gefragt und es gibt Vieles zu beachten, sorgfältig zu planen, zu schulen und ständig zu verbessern.

In diesem Buch wird eine breite Palette an Verhaltensweisen, Methoden und Servicestrategien vorgestellt, die auf dem Weg zu besseren Dienstleistungen von Nutzen sein können.

Das Wissen allein genügt aber noch nicht – es muss auch praktisch angewandt und gelebt werden. Ihre Kunden warten darauf! Also legen Sie einfach los und bemühen Sie sich um Service Excellence, damit die Servicewüste zur blühenden Oase wird!

Ihre Anregungen und positive Kritik sind willkommen!

<brunner@imw.tuwien.ac.at>

Franz J. Brunner

Ulm/Wien, Januar 2010