

Beschwerde als Chance

Von Ortrud Tornow

Spitzenleistungen werden heute nicht mehr durch Basisfähigkeiten, also durch das Produkt entschieden, sondern ausschließlich durch die Menschen im Unternehmen.

Es müssen Spitzenleistungen erbracht werden, um in einem Markt voller Mitbewerber die nötige Aufmerksamkeit zu erhalten und das ist überall möglich: In einer einfachen Gaststätte ebenso wie im 2-Sterne Hotel oder im Luxus-Restaurant. Je weiter die Gäste gereist sind, desto anspruchsvoller werden sie. Qualität im umfassenden Sinn wird zum Erfolgsfaktor. Der Wille, den Betrieb an die Spitze zu bringen, muss im Betrieb über alle Stufen hinweg verankert werden. Der Mit-Arbeiter als Mit-Unternehmer, so wie jedes Mitglied der Mannschaft sein Bestes gibt, muss zu Standard werden. Ob ein Unternehmen diesen Anforderungen gerecht wird, zeigt sich besonders im Umgang mit Beschwerden. Eines ist klar: Die Gastronomie lebt von zufriedenen Kunden. Daher gilt im Dienstleistungsmarkt Gastronomie: Werden die Erwartungen eines Gastes nur teilweise oder gerade so erfüllt - kommt er vielleicht wieder. Werden die Erwartungen eines Gastes nicht erfüllt - kommt er bestimmt nicht wieder. Werden die Erwartungen übertroffen - kommt er garantiert wieder. Eine Studie belegt, dass 86 Prozent aller unzufriedenen Kunden sich nicht beim betroffenen Unternehmen - Restaurant oder Hotel - beschwerten sondern ihren Unmut mit nach Hause nehmen.

11 Prozent beschwerten sich massiv bei Freunden, Bekannten oder Geschäftspartnern. Nur 3 Prozent teilen ihre Unzufriedenheit sofort mit. Zugegeben, nicht alle Beschwerden haben ihre Berechtigung. Nicht jeder Gast beherrscht Stil und Etikette in gleicher Weise wie er es von Mitarbeitern im Hotel oder Gastronomie und im Restaurant erwartet. Jedoch genau hier liegt eine große Chance, aktiv Kundengewinnung und -bindung zu betreiben. Eine wichtige Voraussetzung aller Mitarbeiter mit direktem Gästekontakt ist die Fähigkeit, Zufriedenheit beim Gast zu erhalten, zu fördern und wieder herzustellen, wenn das Qualitätsversprechen aus Sicht des Gastes nicht mehr stimmt.

Die Praxis zeigt, dass der Arbeitsalltag und die damit verbundene Routine Menschen immer wieder dazu verführt, zunächst die „Schuldfrage“ zu klären. Dieser rational zunächst scheinbar richtige Schritt führt jedoch zur Verhärtung der Standpunkte und verdirbt die Kommunikation. Oberstes Ziel muss sein: „Löse das Problem, nicht die Schuldfrage“ Erfolgreiches Beschwerdemanagement hat viel mit emotionaler Stabilität und konsequenter Kundenorientierung zu tun.



Charmant, diplomatisch, souverän und ich-stabil. Diese Eigenschaften helfen, positives Beschwerdemanagement zu praktizieren und das bedeutet eine Änderung der Einstellung zu Menschen im positiven Sinne sowie Abbau von Vorurteilen und fest eingefahrenen Meinungen. Innere Stabilität, ein pro aktiver, positiver Sprachschatz, sowie die Einsicht, eine Beschwerde ist kein persönlicher Angriff, bieten die Basis für souveränes, engagiertes und gastfreundliches Verhalten in kritischen Situationen.