

Service-Mitarbeiter

Die Visitenkarte des Unternehmens

Trainer Martin Schweitzer über die oft unterschätzte Bedeutung von Service-Mitarbeitern

Martin Schweitzer ist Maschinenbauer von Beruf. Er leitet selbst einen Betrieb und arbeitet als Freiberuflicher Trainer im Trainingsinstitut XPERTO GmbH in Neuss, bei der er als Coach und als Mensch in die Unternehmenswelt blicken kann; und das sowohl mit der Perspektive auf Mitarbeiter als auch auf Führungskräfte. Im Gespräch beschreibt er die bedeutsame Rolle der Service-Mitarbeiter, früher auch Kundendienstler genannt.

Den alten Spruch: „Der Service verkauft die zweite Maschine“ wiederholt Martin Schweitzer regelmäßig in seinen Trainings. Bei einem guten Service sei der Kunde gerne bereit, beim Hersteller weiter einzukaufen. Umgekehrt: Vernachlässige ein Unternehmen das Thema Service und Kundenfreundlichkeit, lasse die Firma ihre Kunden warten, reagiere im Service langsam und stelle dann hohe Rechnungen, die nicht begründet seien, gehe der Umsatz zurück. „Der Verkauf hat dann keine Chance mehr zu reagieren“, sagt Schweitzer, „und wenn er reagiert, kann er nur mit Geld reagieren – und das ist nicht gut.“

Service-Techniker vor Ort sind wichtige Botschafter, weiß Schweitzer. Sie erfahren beim Kunden, wo es klemmt, was als nächstes geplant ist. „Das sind alles Informationen, aus denen man Aufträge generieren kann.“ Viele Firmen würden diese durchaus wichtigen Aspekte verdrängen und fragten stattdessen: Weshalb soll man für die Service-Mitarbeiter Geld ausgeben? Das klappe doch alles schon irgendwie.

Der ideale Service-Techniker müsse in seinem Bereich absolut kompetent sein, so Schweitzer; ein ordentliches Erscheinungsbild und eine vernünftige Ausdrucksweise seien auch wichtig. Wird ein Service-Mitarbeiter gerufen, ist immer etwas passiert: „Er ist Krisenmanager“. Deshalb müsse er Möglichkeiten besitzen, Probleme so schnell wie möglich zu lösen. Um das Umfeld der Service-Mitarbeiter erfassen zu können, legt der Coach Schweitzer zum Kennenlernen einen Analysetag ein. Er begleitet den Servicetechniker einen Tag lang, beginnt morgens im Büro bei der Tagesplanung und Organisation, erlebt die Kommunikation mit dem Lager bei der Kommissionierung und fährt mit zum ersten Kunden, der sich nicht selten zur Begrüßung gleich einmal Luft mache.

Der größte Stressfaktor für Service-Mitarbeiter ist der Zeitdruck. Leute, die die Planungen machen, wüssten häufig nicht recht, was es bedeutet, die einzelnen Service-Aufträge abzuarbeiten. Viele Disponenten haben keine rechte Vorstellung davon, da sie das Umfeld der Service-Mitarbeiter nicht berücksichtigen. Schweitzer: „Die Jungs haben richtig Zeitdruck.“ Bekamen Service-Mitarbeiter früher einen Zettel, auf dem eine Adresse steht und der Hinweis, worum es geht, verändern neue Technologien mittlerweile den Berufsalltag gehörig. Auf Tablets wird das gesamte Warenwirtschaftssystem abgebildet, wodurch der Service-Mitarbeiter seinen Auftrag selber elektronisch zu bearbeiten hat. Die Fehlerquote zwischen Service und Innendienst sinkt merklich. Unabhängig von den modernen Kommunikationsmöglichkeiten ermuntert Schweitzer dazu, immer wieder den direkten Austausch in Unternehmen zu verbessern: „Ich behaupte mal: Wenn man in 90 Prozent der Unternehmen in Deutschland das Fach „Kommunikation“ einführen würden, ginge es den Unternehmen besser.“ Dabei brauche man dafür lediglich morgens eine Tasse Kaffee, um den vergangenen Tag zu reflektieren und den kommenden Tag zu besprechen. Jeder, der an einem Arbeits-Prozess beteiligt sei, solle andere daran teilhaben zu lassen. Schweitzer: „Die meisten Firmen machen das leider nicht.“

Zur Person

Der Hesse Martin Schweitzer, Jg. 1961, ist gelernter Feinmechaniker und Maschinenbautechniker. Er arbeitete unter anderem in japanischen und schweizer Unternehmen. Der Geschäftsführer eines Vertriebsunternehmens für erneuerbare Energien und Marketingspezialist für die Einführung und den Vertriebsaufbau von neuen Produkten betreut bei der XPERTO GmbH in Neuss verschiedene Trainings- und Coachingfelder. Neben seinen Hobbys Skifahren, Fahrradfahren und Wandern, findet er bei seiner Modellbahn von Märklin die Ruhe, über die Welt der Unternehmen nachzudenken.