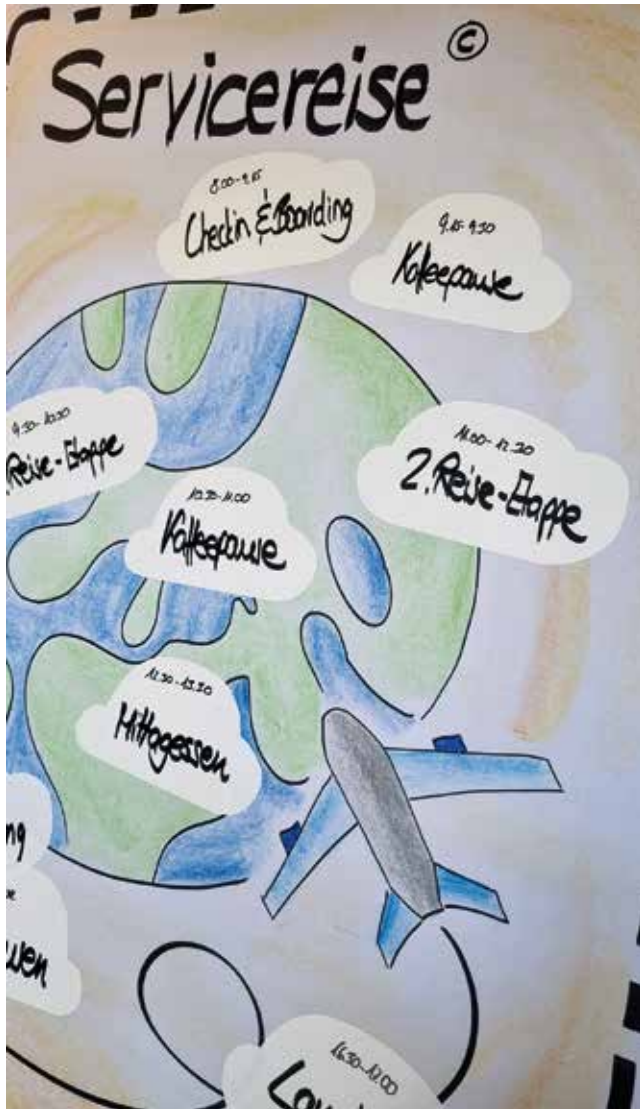


Kundenerlebnisse verbessern

Reifen Simmel geht auf **Service**reise[®]



Team-Event der besonderen Art: Das Team von Reifen Simmel im oberpfälzischen Cham ging gemeinsam auf „Servicereise“. Das gleichnamige, preisgekrönte Tool steigert die Awareness für exzellenten Kundenservice und stärkt das „Wir-Gefühl“.

Michael Simmel, Inhaber von Reifen Simmel GmbH, BRV-Mitglied und Point S-Betrieb, las letztes Jahr in *Trends & Facts* von dem Tool **Service**reise[®], das mit dem Europäischen Trainingspreis ausgezeichnet wurde. Sein Interesse war sofort entfacht. Kurzerhand plante er gemeinsam mit Tanja Herzig, Mitentwicklerin der **Service**reise[®], das Tool im Rahmen eines Team-Events einzusetzen.

Das Team für exzellenten Service begeistern

Unternehmen, die ihre Kunden nachhaltig begeistern wollen, haben häufig ein Problem: Es gibt kein einheitliches

Verständnis, was für Kundenbegeisterung sorgt, es mangelt an Zeit und Raum für regelmäßigen internen Austausch und den Mitarbeitenden helfen keine theoretischen Konzepte.

Diese Herausforderungen geht die **Service**reise[®] spielerisch an. Ursprünglich als haptisches Brettspiel geplant, wurde das Tool dank der Pandemie virtuell. Mit dem Fallen der corona-bedingten Beschränkungen kommt das Spielbrett in einzigartigem neuem Glanz ganz haptisch auf den Tisch von Reifen Simmel und überzeugt auf ganzer Linie mit Details:

- Das Spiel beginnt schon vor dem Spiel, mit charmanten Boardingkarten und kleinen Süßigkeiten.
- Es spielen unterschiedliche Teams miteinander.
- Teamspirit wird sofort am Anfang erzeugt, indem Spielfiguren samt Polaroid und Teamnamen gebaut werden.
- Es werden Fragen beantwortet, die individualisierbar sind und unterschiedliche Unternehmensbereiche in punkto Serviceorientierung beleuchten.
- Jedes Team brainstormt in knackigen drei Minuten die besten Serviceideen.
- Die Servicepilotin entscheidet, ob die Antwort einen strahlenden Servicestern verdient.
- Gespielt wird mit 10-25 Personen zwischen einer und drei Stunden.

Ernst und Spaß Hand in Hand

Die **Service**reise[®] sorgt für einen offenen Austausch am Kern der Sache, gepaart mit Spieldynamik. Vom Einsatz bei Reifen Simmel berichtet Tanja Herzig: „Als ich am Morgen die **Service**reise[®] in Cham eröffnete, wurde ich erstmal kritisch beäugt. Dennoch wagten alle den Schritt in den Serviceflie-



Spielbrett zur **Service**reise[®]: Das Tool ist wie bei Reifen Simmel haptisch mit persönlich präsenten Mitspielern einsetzbar, es gibt aber wahlweise auch eine virtuelle Version, bei der die Teilnehmer online vernetzt werden.

ger und ließen sich auf eine erste Testrunde ein, die ein wenig verhalten war. Dann platzte der Knoten. Alle sprühten vor Ideen und Leidenschaft, brachten sich voll ein und vergaßen alles um sich herum. In jeder Runde kamen mehr Serviceideen zusammen, die Teams sprinteten sogar zur Klingel, um das Antwortvorrrecht zu ergattern und damit die Chance für einen Servicestern zu erhöhen! Neben hochklassigen fachlichen Inhalten war der Raum voll von Freude und Wir-Gefühl.“

Helga Simmel, die Mutter von Michael Simmel, ist ebenfalls voller Inbrunst und Interesse dabei. Zum Schluss sagt sie: „Ich finde es unglaublich, dass trotz dem Ernst der hier besprochenen Themen so viel Spaß dabei ist.“

Mit an Bord des Servicefliegers waren außerdem Anja Kuhn und Helmut Polster von Reifenservice Polster aus Kastl bei Amberg, ebenfalls ein Point S-Betrieb und BRV-Mitglied. Das befreundete Reifenhändler-Pärchen wurde kurzerhand eingeladen und brachte inniges Engagement mit ein. Sie fassen den Tag mit einem Zitat von Professor Philip Rosenthal zusammen: „Wer aufhört, besser zu werden, hat aufgehört, gut zu sein.“

Wozu der ganze Spielspaß?

Die Servicereise® als virtuelles oder haptisches Brettspiel sorgt spielerisch hierarchie- und abteilungsübergreifend an konkreten Beispielen für Awareness zu exzellentem Service. Durch die Spielart trägt die Servicereise® außerdem dazu bei, das Wir-Gefühl der Teilnehmer zu pushen. Erfolge werden in der eigenen Gruppe und als Ergebnis der Gemeinschaft erzielt und gefeiert.

Das Tool wurde von Tanja Herzig und ihren Kolleginnen der Initiative Service Excellence entwickelt. Tanja Herzig begleitet mit ihrem Unternehmen KORU Training, Coaching & Consulting Werkstätten, Autohäuser und Autohersteller bei der kontinuu-

Michael Simmel zum Team-Event

„Jede Reise beginnt mit einem ersten Schritt“



Erwartungen übertroffen: Michael Simmel ist rundum begeistert von der „Servicereise“ mit seinem Team.

Herr Simmel, wie kam es, dass Sie sich für die Servicereise® entschieden haben?

M. Simmel: Ich habe in *Trends & Facts* einen Bericht über die Servicereise® von Tanja Herzig gelesen und habe mir gedacht, das wäre eine interessante Geschichte, die ich mit meinem Team machen möchte.

Das Tool verspricht unter anderem eine abteilungsübergreifende Auseinandersetzung mit der Serviceorientierung, neue Serviceideen und einen schwerelosen Spielspaß. Inwiefern wurden Ihre Erwartungen diesbezüglich erfüllt?

M. Simmel: Die Servicereise® hat meine Erwartungen mehr als erfüllt, sogar übertroffen. Denn genau darum sollte es gehen, dass sich abteilungs- und arbeitsbereichsübergreifend mit dem Thema Kundenorientierung und Serviceverbesserung auseinandergesetzt wird. Es wurde bei dem Spiel viel und sachlich diskutiert und viele gute Ideen wurden entwickelt.

Sie sind mit Ihrem Betrieb bereits bestens aufgestellt. Das sehen auch Ihre Kunden so, was sich an Ihren 4,8 Sternen bei Google ablesen lässt. Wieso investieren Sie noch in ein Tool zur Verbesserung der Kundenorientierung?

M. Simmel: Stehen bleiben ist Rückschritt. Ja, wir sind gut aufgestellt und bieten für unsere Kunden schon viel und guten Service. Das ist aber auch ein Prozess, der davon lebt, dass man immer wieder daran arbeitet – wie an einer guten Beziehung. Denn die Beziehung zum Kunden ist nichts anderes.

Ihr ganzes Team war auf Servicereise®, dazu haben Sie Ihren kompletten Betrieb einen ganzen Tag lang geschlossen. Rentiert sich dieser Aufwand?

M. Simmel: Dieser Aufwand rentiert sich auf jeden Fall, denn so sind alle gleichbehandelt und keiner hat das Gefühl, dass er auf der Auswechsellbank ist. Es ging ja darum, ein gemeinsames Erfolgserlebnis zu haben und da gehört das ganze Team dazu. Außerdem ist im Februar die Kundenfrequenz niedriger. Da hat jeder Verständnis dafür, wenn man einmal nicht sofort erreichbar ist.

Worüber waren Sie an dem Tag am meisten überrascht?

M. Simmel: Überrascht war ich, wie schnell bei der Servicereise® das Eis gebrochen war. Vor Beginn war bei einigen Mitarbeitern große Skepsis aus den Augen zu lesen, was da heute auf sie zukommt. Aber schon nach der ersten Spielrunde waren alle voll bei der Sache und es wurde diskutiert und konzentriert mitgemacht. Das war prima.

Was ist Ihr Fazit des Tages, das Sie mit Ihren Kollegen und Kolleginnen teilen möchten?

M. Simmel: Mein Fazit: Auf jeden Fall auf Servicereise® gehen mit dem ausgezeichneten Tool von Tanja Herzig. Das bringt die ganze Mannschaft zusammen, schafft gemeinsame Ideen, die dann auch von allen verstanden und umgesetzt werden. Auch wenn es manchmal nur ganz kleine und banale Ergebnisse sind, auf die sich das Team einigt. Aber wie sagt man so schön: Jede Reise beginnt mit einem ersten Schritt. Ich kann es nur jedem Kollegen empfehlen.

ierlichen Verbesserung ihrer Kundenorientierung und der internen Zusammenarbeit.

Die Servicereise® lässt sich vielfältig in der Praxis einsetzen. Sie kann beispielsweise als dauerhaftes Tool im Unternehmen implementiert werden, um regelmäßig in ganz kurzen Spielrunden kontinuierlich das Thema Kundenorientierung präsent zu halten. Dafür reicht zum Beispiel schon eine Stunde pro Woche. Oder es wird, wie bei Reifen Simmel, innerhalb eines Team-Events gespielt. Gefundene Ideen können anschließend weiterbearbeitet werden und Konfliktthemen werden auf einmal greifbar und damit anpackbar.

Hier ein paar Beispiele für möglichen Einsatz des Tools in der Praxis:

- **Standortbestimmung (einmalig, als Kick-off oder mehrmalig im Turnus)**

Als initiale Maßnahme zur Standortbestimmung, Potenzialerhebung, zum regelmäßigen Austausch und Check-up von weiteren Chancen.

- **Theorie-Elemente der Service Excellence als Managementsystem etablieren**

Einsatz auf Managementebene mit besonderen Fragen und Dimensionen, um Inhalte für Vorgehensweise auf strategischer Ebene zu bekommen.



Alle Abb.: KORU

Voller Einsatz der Teilnehmer: Ähnlich wie bei richtigen Reisen ging es auch bei der „Servicereise“ von Reifen Simmel schonmal hektisch zu, um das Ziel – möglichst mit einer Nasenlänge Vorsprung vor den „Mitreisenden“ – zu erreichen.

- **Transfertool als Teil einer Maßnahme (Training oder Workshop)**

Im Rahmen einer Maßnahme als Auflockerung, um Themengebiete zu festigen oder Beispiele für praktische Umsetzung zu finden.

- **Anlassbezogen (Teambuilding, Firmenevent)**

In spezieller Umgebung als Themengeber, auch als großes haptisches Brettspiel mit eingegrenzten Fragekarten. ■

Info

Interessierte Unternehmen können sich über das Tool Servicereise® informieren auf www.koru.one/mindset/servicereise.

Zitat

„Ausländische Arbeitskräfte leisten derzeit den größten Beitrag zum Beschäftigungsaufbau in Deutschland.“

(Dr. Fritz Köhler-Geib, Chefvolkswirtin der Förderbank KfW, fordert angesichts des zunehmenden Fachkräftemangels eine stärkere Förderung der qualifizierten Einwanderung und der Integration von zugewanderten Fachkräften)