

## Neues Service-Niveau im Handwerk

*Ja bitte, aber flott*

**D**ank offensichtlicher Inlands-Konjunkturaufschwünge, die vor allem von Innovations- und Marketing-Offensiven der Industrie ausgelöst wurden, sagt der Verbraucher im Bau- und Wohnhandwerksbereich wieder häufiger „ja bitte“ und gleichzeitig „aber flott“. Leider zeigt die Praxis, daß der größte Teil der Handwerksbetriebe auf diese Art der Nachfrage nicht vorbereitet ist. Dabei ist es für den Kunden nicht einzusehen, warum eine individuell geplante Komfortheizzentrale oder ein neues Wohlfühlbad zwischen Planungsphase und endgültiger Inbetriebnahme länger dauern soll, als die Produktion eines BMW.



So arbeiten die Münchner an einer Logistik-Offensive, mit der sie es schaffen wollen, den Zeitraum zwischen Autobestellung und Auslieferung auf zehn Tage zu verkürzen. Davon unberührt bleibt die Vielfalt der Individualitätsmöglichkeiten. So gibt es beispielsweise bei einem BMW der 7er Reihe derzeit theoretisch 1017 verschiedene Gestaltungsmöglichkeiten. Was bedeutet dies fürs Handwerk? Da das Auto im Kampf ums begrenzte Kundenbudget bekanntlich ein ernstzunehmender Wettbewerber ist, definiert die kurzfristige Lieferbereitschaft und die mögliche Individualität das neue Service-Niveau, das auch fürs Handwerk gilt: „Ja bitte, aber flott.“

Übersetzt in das neue Servicezeitalter heißt dies für die Praxis der Handwerksbetriebe z. B.:

- Sicherstellung der Erreichbarkeit 24 Stunden am Tag, 7 Tage die Woche über ISDN-Rufweiterleitung, rollierende Mitarbeiter-Verantwortungssysteme, Call Center mit Freecall-Funktion etc.
- Start einer Freundlichkeitsoffensive auf allen Kanälen wie persönliche Gespräche, Telefonate, Brieftexte, Anzeigen etc. Dazu gehören auch akzeptable Benimmformen der Mitarbeiter durch einen „Knigge-Kurs“ bzw. besser durch die Entwicklung und Umsetzung einer speziellen Unternehmenskultur.
- Schnellere Angebote mit verbindlichem Termin am besten gleich bei Anfrage bestätigen: „Wir haben Ihre freundliche Anfrage heute erhalten

\* Dr. Bernd W. Dornach ist Leiter des Uni Marketing Institutes für Handwerks-Marketing in Augsburg, Fax (08 21) 9 20 10

und werden morgen mit Ihnen ein konkretes Angebot durchsprechen“. Profis haben standardisierte Sofort-Lösungen im Computer und am Lager.

- Verbindliche Ausführungsbestätigung mit Termin-Garantie-Zusage für Beginn und Abschluß der Arbeiten.
- Beschleunigung aller Durchlaufzeiten und Null-Fehlerquoten im betriebswirtschaftlichen Ablauf, wobei hierzu z. B. auch die Auswahl der Lieferanten nach diesem Perfektions-Prinzip und nicht nur nach dem billigsten Preis gehört.
- Professionelles Baustellenmanagement mit Terminbeauftragtem und Tagescontrolling-Instanz.
- Engagiertes Nachfaßtelefonat mit aktiver Unzufriedenheitssuche
- Einrichtung eines Notdienstes, besser ist die Bezeichnung „Sofort-Service“, am besten im Rahmen einer Kooperationsvereinbarung, falls die Handwerker über den Futterneid-Schatten springen können.
- Kurzfristige Reklamationsbearbeitung und Ankündigung weiterer periodischer Kontrollen. Prinzip: Ein Leben lang am Kunden dranbleiben. Wartungs- und Serviceverträge sind selbstverständlich, besser ist permanenter, aktiver Nachverkauf.
- Aufbau von Weiterempfehlungskonzepten mit großzügigen Prämien.

Die uralte Handwerkerweisheit ist demnach heute wieder aktueller denn je: „Wer zuerst kommt, malt zuerst“. Also auf geht's!

Dr. Bernd W. Dornach\*