



Service-Check „Fremdenverkehrsämter“ Teil 2: Telefon

München, 31. Januar 2013 - Winterzeit ist Reiseplanungszeit und dabei taucht natürlich die eine oder andere Frage zu einem Feriengebiet auf. Was für ein Glück, dass es Fremdenverkehrsämter, Marketinggesellschaften und ähnliche Organisationen gibt, an die man sich mit seinen Anliegen wenden kann. Doch wie kompetent und kundenfreundlich ist deren Service wirklich?

Dieser Frage ist der Münchner Unternehmensberater Peter Höfl nachgegangen. Bei einer Stichprobe beliebter Zielgebiete nahm sein Team die Servicequalität anhand sogenannter Mystery-Mails und Mystery-Calls unter die Lupe. Mit diesen Methoden kontrollieren Höfl und seine Tester seit fünfzehn Jahren den Service in Unternehmen der unterschiedlichsten Branchen und tragen so zur Verbesserung der Dienstleistungen bei. Lesen Sie hier die Zusammenfassung der Ergebnisse der telefonischen Tests.

Für die Stichprobe wurden im Dezember 2012 und Januar 2013 mehrere Telefonate mit insgesamt 24 touristischen Vertretungen geführt. Darunter waren dieselben Organisationen wie bei dem Email-Test: 5 deutsche Städte, 5 Bundesländer und 14 Büros beliebter Reiseländer. Für Frankreich und die Niederlande wird leider kein telefonischer Kontakt angeboten, so dass die beiden Länder außen vor blieben. Für die Türkei und Spanien überprüften wir nur die Berliner Büros.

Um die Vertretungen auf die Probe zu stellen, erarbeiteten wir drei Szenarien:

„Einreisebestimmungen Hund“, dabei ging es gegenüber den inländischen Büros um unsere in Kanada lebende Schwester, die zu Besuch kommt und unbedingt ihren Hund mitnehmen möchte. Gegenüber den Büros der Reiseländer waren es die Tester selbst, die vorgaben mit Hund verreisen zu wollen. Die Fragestellung war sicher nicht unlösbar, doch auch nicht so trivial, dass sie aus dem Handgelenk bearbeitet werden konnte. Für den Fall, dass das Büro die Frage nicht selbst beantworten konnte, erwarteten wir zumindest den Nachweis eines kompetenten Ansprechpartners. Es zeigte sich, dass die deutschen Büros mit dieser Frage völlig überfordert waren. Bei den Reiseländern lag die Information häufiger vor, hier haperte es gelegentlich an der verständlichen Präsentation.

Das Szenario „Öffnungszeiten“ sollte den Büros die Möglichkeit geben, auf einfache Weise einen Kompetenznachweis zu erbringen: Wir suchten uns einen touristisch interessanten Ort und fragten nach den Öffnungszeiten von Museen, Sehenswürdigkeiten etc. in der Zeit zwischen Weihnachten und Neujahr. In Zielgebieten, in denen Weihnachten normalerweise keine Rolle spielt, fragten wir nach den Möglichkeiten, einen katholischen Weihnachtsgottesdienst zu besuchen. Gut aufgehoben war man bei dieser Frage in den Städten selbst. Bei den überregionalen Büros zeigten sich deutliche Unterschiede. In einer Reihe von Fällen lagen die Informationen nicht vor und die Mitarbeiter gingen damit teilweise sehr unterschiedlich um. Während manche der Büros die Recherche und einen Rückruf anboten, gaben sich andere mit dem Hinweis auf Kollegen vor Ort zufrieden.

Ähnliche Unterschiede im Engagement stellten wir auch im dritten Szenario, der „Restaurantfrage“ fest. Dabei fragten wir (je nach Zielgebiet) gerne mal nach einer Empfehlung oder einem Tipp für ein vegetarisches (veganes, etc.) Restaurant. Die sehr unterschiedlich ausfallenden Reaktionen lassen Rückschlüsse darauf zu, wie professionell die Büros organisiert sind und zeigen eine Menge über das Engagement und Selbstverständnis der Büros und ihrer Mitarbeiter.

„Damit haben wir auch das Ziel unseres kleinen Checks erreicht“ meint Höfl. Es geht darum aufzuzeigen, wie unterschiedlich mit ähnlichen Anfragen umgegangen wird. Daraus lassen sich interessante Tendenzen erkennen, z. B. ob sich ein Büro nur als Stelle für den



Broschürenversand oder als kundenorientierter Ansprechpartner für potenzielle Gäste versteht. Ist ein Büro die Visitenkarte der Stadt, der Region, des Landes und fängt die Gastfreundschaft schon vor der Reise an?

Zu diesen Fragen lieferte unsere kleine Untersuchung natürlich keine endgültigen Erkenntnisse, sondern nur Momentaufnahmen und den ein oder anderen nachdenkenswerten Hinweis. Denn das, was für diese kleine Auswahl an Fremdenverkehrsbüros gilt, finden wir in vielen anderen Branchen und Unternehmen in ähnlicher Form. „Die Lektüre dieser Untersuchungsergebnisse soll dazu anregen, mal in den Spiegel zu sehen und die Situation im eigenen Betrieb zu überprüfen“, wünscht sich Höfl.

Und so lauten die Zusammenfassungen für die untersuchten Fremdenverkehrsbüros:

Deutsche Städte

Hamburg

Bei allen Anwahlversuchen erreichten wir die Mitarbeiter, mussten aber im Durchschnitt mehr als eine Minute warten. Die Gespräche selbst dauerten ca. eine Minute und vierzig Sekunden. Das Ergebnis war dann durchwachsen.

Von der „Tier“-Frage war die freundliche Mitarbeiterin komplett überfordert und kam dynamisch und selbstbewusst zu dem Schluss, dass das nicht in ihren Zuständigkeitsbereich falle. Routiniert und zur Zufriedenheit fielen hingegen die Auskünfte zu Öffnungszeiten aus.

Bei der Restaurantfrage bekamen wir zwar Auskunft, doch beruhte dies mehr auf dem guten Willen der diensthabenden Mitarbeiterin, die die Internetsuchmaschine anwarf. Auf die Frage, ob denn solche Auskünfte nicht zum Aufgabengebiet gehörten, lautete die vielsagende Antwort „Nein, aber ich habe mal ein Auge zugeedrückt“.

Die Gespräche waren freundlich und professionell, teilweise durchaus mit einem hörbaren Lächeln versehen und dem Gefühl, dass sich die Mitarbeiter für unsere Anliegen interessierten.

Berlin

In der Bundeshauptstadt konnten wir nur einen Testfall realisieren. Bei den anderen Anwahlversuchen durften wir uns minutenlang mehrsprachige Bandansagen anhören, die uns wissen ließen, dass man sich über unseren Anruf freue. Der englisch sprechende Anrufer erfährt noch zusätzlich, dass sein Anruf für die Organisation „wichtig“ sei. Da wäre es doch schön, wenn das Telefonat zunächst einmal wenigstens von einem Mitarbeiter angenommen würde. In einem Fall, der Restaurantfrage, geschah das dann tatsächlich. Der gelangweilte Angestellte fertigte den offensichtlich störenden Kunden in einer guten halben Minute mit dem Hinweis auf die Website ab.

Dresden

Die Wartezeit lag mit einer Minute relativ hoch, wurde aber jedes Mal mit einem Gespräch gekrönt. Die Gespräche dauerten knapp drei Minuten, woraus sich bereits erkennen lässt, dass die Anrufer nicht einfach abgefertigt wurden.

Überfragt war die Mitarbeiterin mit der Frage nach den Einreisebestimmungen für den Hund. Das Rätselraten, wer helfen könnte, ging von Flughafeninformation über das Veterinäramt bis zum Reisebüro im Ausland. Am Ende blieb die Frage offen und die bemühte Mitarbeiterin mit dem ehrlichen Bedauern zurück, dass sie nicht helfen konnte. Bei den anderen Fragen nahmen sich die Mitarbeiter der Anliegen an und konnten auch mit entsprechenden Informationen dienen.



Die Mitarbeiter vermittelten den Eindruck, dass sie sich mit ihrer Arbeit identifizierten und führten die Gespräche mit einem Lächeln und Einfühlungsvermögen. Der Anrufer fühlte sich in guten Händen.

Köln

Nach einer durchschnittlichen Wartezeit von 14 Sekunden konnten wir in den etwa 1 ½ Minuten dauernden Gesprächen recht positive Erfahrungen sammeln.

Mit der Frage nach den Einreisebestimmungen für einen Hund überforderten wir die freundliche Mitarbeiterin. Ihre Lösung war, aus welchen Gründen auch immer, der Verweis an das Gesundheitsamt. Zum Thema Öffnungszeiten wurde uns der Versand der Liste per Email angeboten und als wir dies dankend ablehnten, las die Mitarbeiterin die gewünschten Informationen vor.

Kundenorientiert und kompetent waren die Auskünfte zur Restaurant-Frage. Bei diesem Testfall hatten wir ein, im Rahmen der Aktion, einmaliges Erlebnis: Die Mitarbeiterin verabschiedete sich mit den Worten „Sie können gern wieder anrufen“.

Solche Gespräche mit Mitarbeitern, die sich mit ihrer Tätigkeit identifizieren und auf den Kunden eingehen, hätten wir gerne öfter geführt.

München

Nach einer kurzen Wartezeit von ca. 11 Sekunden erreichten wir jeweils mit dem ersten Anwahlversuch einen Mitarbeiter, der sich dann ruhig, sachlich mit leichter lokaler Sprachfärbung unseres Anliegens annahm. Bei einem Versuch landeten wir jedoch zunächst bei einer etwas gestressten Mitarbeiterin in der Zentrale, die dann weiter verband.

Zu unserer Frage nach den Einreisebestimmungen für den Hund konstatierte der Mitarbeiter „das ist natürlich keine touristische Frage“ (wieso eigentlich nicht) und gab nach kurzem Überlegen die Nummer vom Tierheim heraus. Abgesehen davon, dass die Auskunft etwas hilflos wirkte, war die Nummer falsch und führte zu einem Unternehmen für Beschriftungstechnik, wo man ebenso überrascht war wie wir.

Die weiteren Anfragen zu den Öffnungszeiten und Restaurants verliefen mit dem kompetenten Mitarbeiter in einer freundlichen und kundenorientierten Atmosphäre. Das Ergebnis waren hilfreiche und umfassende Antworten.

Bundesländer

Niedersachsen

Lediglich 6 Sekunden dauerte es im Durchschnitt beim ersten Anwahlversuch, bis wir einen Mitarbeiter am Telefon hatten. Ziemlich schnell waren die Telefonate dann auch wieder vorüber: Die Mitarbeiter nahmen sich weniger als eine Minute Zeit.

Auf die Frage nach den Einreisebestimmungen erteten wir achselzuckende, verlegen lächelnde Hilflosigkeit. Die junge Dame machte sich auch keinerlei Mühe, über das Problem nachzudenken.

Das Auskunftersuchen zu den Öffnungszeiten fiel hingegen in das Zuständigkeitsschema des Büros und es gab professionelle, freundliche und kompetente Auskünfte. Auch das Gespräch zur Restaurant-Frage verlief atmosphärisch gelungen. Inhaltlich musste man jedoch passen und verwies an das Büro vor Ort.



Bayern

Nach einer durchschnittlichen Wartezeit von einer guten halben Minute erreichten wir die Mitarbeiter im ersten Anwahlversuch. Die folgenden Gespräche dauerten nicht einmal eine Minute, was schon vermuten lässt, dass man sich dort mit den Anrufern nicht lange aufhielt. Tatsächlich wurden wir mit allen Anliegen an die Touristeninfo München verwiesen, denn hier sei man ja ausschließlich für „Marketing“ zuständig. Immerhin wurden wir in zwei Fällen noch mit einer Telefonnummer versorgt.

Trotz angenehmer Stimmführung, teilweise mit einem Lächeln in der Stimme, blieb der überwiegende Eindruck haften, dass das Anliegen des Anrufers im besten Fall egal ist, er aber auch teilweise als lästig empfunden wurde.

Schleswig-Holstein

Zunächst durften wir eineinhalb Minuten die zugegebenermaßen unterhaltsame Ansage anhören und dann unser Rufziel wählen.

Die Einreisefrage traf eine unvorbereitete aber freundliche Mitarbeiterin, die kundenorientiert anbot, sich kündigt zu machen und zurückzurufen. Etwas fehlgeleitet wurden wir bei unserer Anfrage nach Museumsöffnungszeiten in Kiel. Im Auswahlmenü hatten wir uns für „Städte“ entschieden, landeten dann aber bei einem Callcenter-Mitarbeiter, der sich nur für Lübeck und Travemünde zuständig fühlte. Für Kiel erhielten wir von ihm eine andere Telefonnummer.

Ähnlich unübersichtlich war der Ablauf bei der Restaurant-Frage. Dort nahm nach der Auswahl „Städte“ zunächst eine Dame ab, die dann zur Tourist-Info Lübeck verbinden musste. Dort gab es dann weitgehend zufriedenstellende Informationen.

Baden-Württemberg

Mit unserem ersten Anwahlversuch waren wir stets erfolgreich und mussten nur wenig mehr als 10 Sekunden warten, bis wir einen Ansprechpartner erreichten. Zwar kam zumindest in einigen Gesprächen ein pflichtbewusstes Lächeln über, so richtig willkommen fühlten wir uns aber nicht. Bei unserer Frage zur Haustiereinreise erhielten wir den Tipp, doch einen Tierarzt zu fragen. Die Frage nach der vegetarischen Restaurantempfehlung wurde schon fast entrüstet abgewiesen, da man doch hier die „Werbung für Baden-Württemberg“ betreue. Wir sollten uns bitte mit derartigen Fragen direkt an das Rathaus, Stadtmarketing oder Fremdenverkehrsamt in Karlsruhe wenden. Leider gab es für diese Stellen nicht einmal eine Telefonnummer.

Eine solche erhielten wir immerhin für unser Auskunftsersuchen zur Bodenseeschiffahrt zwischen Weihnachten und Neujahr. Unmissverständlich wurde dem Anrufer von der selbstbewussten Mitarbeiterin klar gemacht „da sind Sie bei mir falsch“ und „da müssen Sie“ das Stadtmarketing in Stuttgart anrufen. Das zeugt entweder von interessanten Zuständigkeiten oder geografischen Lücken.

Die Mitarbeiterinnen sprachen übrigens fließendes Hochdeutsch, nur in einem Fall war eine leichte Sprachfärbung zu erkennen.

Mecklenburg-Vorpommern

Bei einer vorbildlichen Erreichbarkeit und praktisch nicht vorhandenen Wartezeiten dauerten die eigentlichen Gespräche weniger als eine Minute. Besonders umfassende und hilfreiche Informationen könnten in so kurzer Zeit schwer erbracht werden.

Bei der Frage nach den Einreisebestimmungen verbarg die Mitarbeiterin das Nichtwissen hinter einem selbstsicheren und professionellen Auftreten in Sprache und Stimme. Inhaltlich war die Empfehlung zur eigenen Internetrecherche ein Flop.



Frühe Kapitulation auch bei der Frage nach den Öffnungszeiten von Museen. Der Nachfrage „es gibt so viele, welche denn“, folgte dann die Empfehlung selbst durchzutelefonieren. Ein wenig hilfreicher war dann die Auskunft bei der Frage nach einem vegetarischen Restaurant in Greifswald. Hier bekamen wir immerhin die Telefonnummer der örtlichen Information.

Reiseländer

Ägypten

Wir hatten einige Schwierigkeiten, das Büro zu erreichen, denn meist schaltete sich nach einigen Freizeichen eine Bandansage ein. Die Ansage informierte, dass alle Leitungen belegt waren und wir doch zwischenzeitlich die Homepage besuchen sollten. Nach mehreren Minuten Wartezeit gaben wir dann auf.

In dem Testfall, den wir realisieren konnten, fragten wir nach einer Information bezüglich Hurghada. Die Mitarbeiterin wusste es nicht, versprach aber ihren Chef zu fragen, der gerade in einer Besprechung war und bat um erneuten Anruf in einer halben Stunde. Nach dreißig Minuten kam also unser Zweitanruf und wir hatten prompt den Chef am Apparat. Die Mitarbeiterin aus dem ersten Gespräch hatte allerdings zwischenzeitlich Feierabend gemacht und der gute Mann wusste natürlich von nichts. Er löste unsere Frage dann engagiert, mit Einfühlungsvermögen auf eine freundliche und angenehme Art.

Dänemark

Zur Belohnung für unseren Anruf bei der kostenpflichtigen 01805 Rufnummer wurden unsere Gespräche mit der ersten Anwahl angenommen. Die durchschnittliche Wartezeit betrug 31 Sekunden. Ob diese Zeit vergewährt wurde, haben wir nicht geprüft.

Zum Thema „Einreise Hund“ gab es den Verweis auf die Website und einige Erläuterungen durch den Mitarbeiter. Durch die Frage nach der Rasse wurde entweder Interesse für unser Anliegen signalisiert oder man wollte nur sichergehen, dass wir keinen verbotenen Kampfhund einführen. Die Frage nach rein vegetarischen Restaurants wurde ebenfalls mit dem Hinweis auf die Website beantwortet, auch wenn dort gar keine einschlägigen Informationen zu finden waren.

Bleibt noch die Frage nach Öffnungszeiten von Museen in Kopenhagen. Hier zog sich der Mitarbeiter mit dem Verweis auf Kollegen in Kopenhagen aus der Affäre.

In der Gesprächsatmosphäre überwog kühle Sachlichkeit.

Dominikanische Republik

Nach einer kurzen durchschnittlichen Wartezeit von weniger als 10 Sekunden waren wir immer im ersten Anwahlversuch erfolgreich. Die Gespräche dauerten dann knapp zwei Minuten.

Die Mitarbeiter nahmen die Anliegen ernst und bemühten sich um eine Lösung. Auf unsere Fragen erhielten wir nützliche Antworten, die in jedem Fall weiterhelfen konnten. Karibisches Flair kam nicht auf, da die Gespräche weitgehend sachlich emotionslos geführt wurden.

Griechenland

Nach durchschnittlich knapp 20 Sekunden hatten wir jedes Mal einen Mitarbeiter am Telefon. Die Erstgespräche dauerten dann etwa eine Minute und 45 Sekunden. Zu allen Fragen erhielten wir umfassende und hilfreiche Antworten.

Die EU-Bestimmungen für das Reisen von Tieren wurden uns vorgelesen, was durch den starken Akzent nicht ganz optimal war. Besser wäre in diesem Fall das Angebot einer Mail



gewesen. Die Info zu Öffnungszeiten stellte keine Herausforderung dar, und bei der Frage nach dem vegetarischen Restaurant wollte man sich in Athen erkundigen und zurückrufen. Das geschah nach einigen Stunden mit einer konkreten Adresse. Als Zusatzinfo hätten wir auch die Adresse für ein koscheres Restaurant bekommen können, was zeigt, dass man vielleicht mit dem Begriff vegetarisch nicht so besonders viel anfangen konnte.

Auf jeden Fall waren es sehr angenehme Gespräche in leicht südländischer Atmosphäre mit freundlichen und engagierten Mitarbeitern.

Italien

Die Mitarbeiter waren nach wenigen Sekunden erreichbar und die Gespräche dauerten um eine Minute.

Die Einreisebestimmungen für Haustiere lagen dem Mitarbeiter vor, wurden allerdings so schnell vorgetragen, dass es schwierig war zu folgen. Dass der im Verlauf des Gespräches freundlicher werdende Mitarbeiter lieber Fragen zu Italienischen Kultur beantwortet hätte, war spürbar. Der Testfall mit den Öffnungszeiten von Museen wurde dagegen routiniert und souverän abgearbeitet.

Die Frage nach einer Empfehlung für ein vegetarisches Restaurant traf nicht den Geschmack des Mitarbeiters und wir wurden kurzerhand mit der Nummer der touristischen Information in Rom versorgt.

Das „Bella Italia“-Gefühl beim Anrufer kam hier hauptsächlich durch den starken Akzent zustande.

Kroatien

Nach einer kurzen Wartezeit von 9 Sekunden konnten wir zwei Gespräche im Erstversuch realisieren. Die Mitarbeiter waren höflich, freundlich und um Lösungen bemüht.

Ein gewisses Handicap bei der „Tier“-Frage war der starke Akzent. Das verstärkte den unstrukturierten und allgemein gehaltenen Eindruck der erhaltenen Informationen. Es wurde nicht klar, ob die Auskünfte auf Wissen oder auf Vermutung basieren.

Beim Thema Öffnungszeiten lief das Gespräch deutlich strukturierter. So erkundigte sich die Mitarbeiterin zunächst nach dem geplanten Reisezeitraum. Die gewünschte Info stand ihr nicht zur Verfügung. Sie bot an, sich vor Ort zu erkundigen und zurück zu rufen. Obwohl wir es nicht annahmen, stufen wir das Angebot als engagierten und hilfsbereiten Lösungsversuch ein.

Mexico

In zwei Fälle erreichten wir nach einer Wartezeit von mehr als einer halben Minute einen Mitarbeiter. Die Anrufe werden offensichtlich in einem Call-Center bearbeitet, das mehrere Sprachen abbildet. Nach der Sprachauswahl landeten wir bei unserem Fehlversuch auf einem Band, das auf die Servicezeiten Montag bis Freitag zwischen 9 und 19 Uhr verwies. Allerdings fiel unser Anruf in diese Zeit.

Im anderen Fall landeten wir trotz deutscher Sprachauswahl bei einem englisch nuschelnden Mitarbeiter, der meinte, dass es Deutsch erst wieder am nächsten „Middach“ gäbe. Ober Mittag oder Mittwoch meinte, bleibt ein Rätsel.

Nach diesen Erfahrungen freute es, dass wir zum Restaurantthema einen Mitarbeiter sprechen konnten. Dieser zeigte sich eher gelangweilt und desinteressiert. Das Gespräch endete mit dem Versprechen, dass er die Infos per Mail schickt. Die Email kam leider nie an.



Österreich

In unserem ersten Testfall wurde nach dem Abheben gleich wieder aufgelegt. Die anderen Fälle verliefen nach einer Wartezeit von ca. 17 Sekunden erfolgreich.

Unsere Frage nach den Öffnungszeiten wurde von der freundlichen Mitarbeiterin mit dem EMail-Versand einer passenden pdf-Datei perfekt gelöst. Die Mail kam binnen kürzester Zeit. Dies war während der ganzen Aktion einer von zwei Testfällen, in denen die Tester namentlich angesprochen wurden.

Bei der Restaurantfrage verstand es die Mitarbeiterin perfekt, Lust auf einen Aufenthalt in Wien zu wecken. Sie gibt detaillierte Infos zu ihren vier Vorschlägen, garniert das Ganze mit persönlichen Erfahrungen und geht individuell auf den Anrufer ein. Obendrauf kamen noch Tipps für weiterführende Informationen. So wünscht man sich den Anruf in einem Fremdenverkehrsbüro.

Polen

Jeder Anwahlversuch führte nach einer Wartezeit von wenigen Sekunden zu einem Gespräch mit einem Mitarbeiter, das im Durchschnitt gut eineinhalb Minuten dauerte. Die Mitarbeiter waren engagiert und nahmen die Anliegen ernst.

Die Einreisebestimmungen der EU für Hunde bekamen wir wieder freundlich und bemüht, jedoch mit starkem Akzent vorgelesen. Kein Problem stellten die Fragen zu den Öffnungszeiten dar, die souverän mit einem Lächeln beantwortet wurden.

Eine Premiere verschafften wir dem Büro mit unserer Frage nach einem vegetarischen Restaurant in Warschau: „So eine Frage hatten wir hier noch nicht“. Den Hinweis, dass man ja in jedem Restaurant vegetarisch bestellen könne, werden eingefleischte Veggies nicht als Lösung akzeptieren. Wir erhielten noch die Nummer vom Warschauer Informationsdienst, was nur bedingt weiter hilft, denn dort wird kein Deutsch gesprochen.

Schweiz

Die Mitarbeiter waren nach einer durchschnittlichen Wartezeit von 17 Sekunden im ersten Anwahlversuch erreichbar. Die Gesprächsatmosphäre war stets angenehm und das Lächeln kam begleitet von der typischen Sprachfärbung zum Anrufer über.

Inhaltlich punkteten die Mitarbeiter bei der Frage nach den Einreisebestimmungen für das Tier. Zwar musste der Mitarbeiter ein wenig suchen, da er die Information zunächst noch auf der Website vermutete. Schlussendlich griff er auf die Broschüre zurück, die er dann als pdf per Mail schickte.

In den beiden anderen Fragen war von Kompetenz leider nichts zu finden. Für die Frage nach den Öffnungszeiten wurden wir kurzerhand an Bern-Tourismus verwiesen und um das Restaurant sollte sich Zürich-Tourismus kümmern.

Spanien

Bei einem unserer Testfälle für das Berliner Büro versauerten wir in der Warteschleife. Bei den restlichen Anrufen warteten wir im Schnitt 26 Sekunden.

Die kompetente und freundliche Mitarbeiterin kann uns mit hilfreichen und umfassenden Informationen zur Reise des Hundes versorgen.

Ähnlich engagiert und mit positiver Ausstrahlung ging der Mitarbeiter bei der Frage zu den Öffnungszeiten zu Werke. Mit Zusatzangeboten wie dem Versand der Infos wurde das Gespräch weiter aufgewertet.



Thailand

Für dieses Büro konnten wir nur einen Testfall realisieren, da wir ansonsten auf das Besetzzeichen stießen. Für diesen Fall warteten wir eine knappe halbe Minute und das Gespräch zog sich dann über fast fünf Minuten.

Verwertbare Tipps oder sachdienliche Hinweise zum Thema vegetarische Restaurants waren in dem langen Referat des Mitarbeiters nicht enthalten. Wir lernten jedoch, dass vegetarisch sowieso schwierig ist, weil überall die Fischsauce drin ist und man im Zweifelsfall auch falsche Aussagen bekäme und so müsste der Anrufer auch noch ein paar weitere Allgemeinplätze über sich ergehen lassen, die wenig sachdienlich waren.

Tunesien

Mit der ersten Anwahl erreichten wir nach wenigen Sekunden die Mitarbeiter. Die Gespräche selbst blieben unter der Minutengrenze.

Orientalisch wortreich war die Auskunft auf die Frage nach den Einreisebestimmungen für den Hund. Hilfreich war sie deshalb noch nicht. Auf den Kern reduzierte: „Das ganze Programm, was man halt so braucht. Die Fluggesellschaften wissen das“.

Deutlich weniger oberflächlich und mit sozialer Kompetenz ging die Mitarbeiterin zu Werke, die sich mit unserer Anfrage zu Öffnungszeiten beschäftigte. Neben einer Wegbeschreibung gab es ein individuelles Rechercheangebot.

Dass der Testfall mit der Frage nach einem vegetarischen Restaurant sehr schnell zu Ende war, liegt wohl daran, dass es dort wirklich kein solches gibt. Dennoch wäre es möglich gewesen, das Gespräch etwas bemühter zu gestalten.

Türkei

Angerufen hatten wir in Berlin und nach einer Wartezeit von ca. 11 Sekunden hatten wir jedes Mal Mitarbeiter in der Leitung. Hervorzuheben ist die ausgesuchte Höflichkeit. Es ist spürbar, dass sich die Mitarbeiter mit der Tätigkeit identifizieren. Das Lächeln kommt rüber und sie zeigen soziale Kompetenz.

Für die Einreisebestimmungen des Hundes wurden uns die Ansprechpartner der Visa-Abteilung mit Kontaktdaten benannt.

Unsere anderen Fragen konnten zwar nicht auf Anhieb beantwortet werden, doch erhielten wir stets das Angebot der Recherche und des Rückrufes. Die Mitarbeiter erweckten dabei den Eindruck, dass sie sich ernsthaft um das Anliegen kümmern wollen und das Rückrufangebot nicht dazu dient, den Anrufer loszuwerden.

Kontakt: Peter Höfl, Unternehmensberater
Zünderstrasse 12
80689 München
Tel. 089 25549188
Email: info@peter-hoefl.de
Web: www.peter-hoefl.de



Peter Höfl ist Unternehmensberater in München und widmet sich seit 15 Jahren hauptsächlich der Qualitätsoptimierung in Communication-Centern. Dazu gehört z.B. die Überprüfung der Beratungsqualität der Mitarbeiter von Hotlines durch Mystery-Calls, die bereits in einer Vielzahl von Branchen und bei namhaften Unternehmen dazu beigetragen haben, den Service zu verbessern.