

# ServiceNews

Ausgabe 2 | 12



ServiceQualität  
DEUTSCHLAND

## Q-RZ NOTIERT

### Welcome Hotels haben weitere 22 Q-Coaches ausgebildet

Bereits 2010 hatten die Welcome Hotels erstmals QualitätsCoaches zur Optimierung der Servicequalität in 17 Häusern ausgebildet. Gut ein Jahr später verstärken nun 22 weitere QualitätsCoaches das Qualitätsmanagement der Hotelkette. „Unsere frisch gebackenen Q-Coaches haben nun den Auftrag, unsere rund 1.100 Mitarbeiter kontinuierlich für die Themen Servicequalität und Gästezufriedenheit zu sensibilisieren“, sagt Elke Stahlmecke. Die Prokuristin initiierte die Zertifizierung.



### Programmierung des neuen Online-Tools gestartet

Die Kooperationsgemeinschaft ServiceQualität Deutschland entwickelt gemeinsam mit der Agentur pantanet aus Berlin ein neues Online-Tool. Mit der Einführung der neuen Stufe III und der Überarbeitung der Stufe II sollen ab Herbst 2012 Q-Betriebe darin zukünftig alle drei Stufen bearbeiten können.

### ServiceQualität Deutschland jetzt in Berlin

Zum 1. April 2012 ist die Kooperationsgemeinschaft ServiceQualität Deutschland gemeinsam mit dem Deutschen Tourismusverband nach Berlin gezogen.

## Kundendatenbanken in der Praxis: Wie sammelt man richtig?

Kundendatenbanken können für Dienstleister Gold wert sein: zur langfristigen Kontaktpflege, um sich auf persönliche Vorlieben einzustellen oder um mit speziellen Angeboten zu werben. Die Frage nach den rechtlichen Rahmenbedingungen beantwortet Prof. Dr. Klaus Lammich, Experte für Zivil- und Wirtschaftsrecht an der Hochschule Harz. Wie man eine Kundendatenbank praktisch angehen kann erklärt Steffen Sonntag vom Dorint Hotel in Halle (Saale).

Herr Prof. Dr. Lammich, darf ich als Dienstleister Informationen über meine Kunden sammeln und speichern? Das Bundesdatenschutzgesetz geht vom Grundsatz der Datenvermeidung und Datensparsamkeit aus. Die Erhebung, Verarbeitung und Nutzung personenbezogener Daten ist nur zulässig, wenn dies gesetzlich erlaubt ist oder der Betroffene eingewilligt hat.

Muss ich jeden meiner Kunden fragen, bevor ich Informationen über ihn in einer Datenbank speichere? Grundsätzlich ist sogar die schriftliche Einwilligung für die Erhebung personenbezogener Daten erforderlich. Die Einwilligung muss auf der freien Entscheidung des Betroffenen beruhen und kann jederzeit widerrufen werden. Es muss auch auf den Zweck der vorgesehenen Erhebung, Verarbeitung oder Nutzung hingewiesen werden.

Kann ich die Informationen nutzen, um individuelle Serviceleistungen anzubieten? Oder auch für mein Marketing? Für die Erfüllung eigener Geschäftszwecke ist das

Erheben, Speichern, Verändern oder Übermitteln personenbezogener Daten zulässig, wenn es für die Begründung, Durchführung oder Beendigung eines rechtsgeschäftlichen Schuldverhältnisses erforderlich ist. Sollen die Daten für Werbezwecke genutzt werden, sind zusätzlich die Vorschriften des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) und beim Einsatz elektronischer Kommunikation des Telemediengesetzes (TMG) zu beachten.

Würden Sie einem Gastronom oder Hotelier abraten, eine Kundendatenbank einzurichten? Oder anders gefragt: Was würden Sie einem Dienstleister raten, der die Daten seiner Kunden sammeln möchte? Nein, abraten würde ich davon nicht. Die Gefahr, dass dies in diesem Sinn verstanden wird, besteht immer, wenn man komplizierte juristische Rahmenbedingungen erläutert. Offenbar gibt es aber in der Pra-



Prof. Dr. Lammich



Dorint Hotel in Halle (Saale)

xis durchaus ein Bedürfnis nach individualisiertem Marketing. Mein Rat ist, in jedem Fall vor der Datenerhebung die Einwilligung der Betroffenen einzuholen.

Herr Sonntag, welche Kundendatenbanken führt das Dorint Hotel in Halle (Saale)? Unser Buchungssystem speichert, wer, wann wie viele Nächte bei uns geschlafen hat und welchen Umsatz er macht. Zusätzlich führen wir eine Datenbank im Restaurant- und Tagungsbereich.

## -LITERATURTIPPS

### **Service Kamasutra**

*Bernd Reutemann*

Auch Kundenbeziehungen sind Liebesbeziehungen. Wenn Sie die Leidenschaft in der Beziehung zu Ihrem Kunden nicht mehr spüren, dann wird Ihnen dieses Buch helfen, das Feuer wieder lodern zu lassen.

### **Scheiterst du schon oder schraubst du noch?**

*Sigrid Faltin*

Outsourcing von Dienstleistungen direkt an den Kunden spart Unternehmen und Behörden Geld. Doch bis alles aufgebaut, eingchecked oder downgeloaded ist, vergeht viel Zeit, nicht selten ist Frust die Folge. Das Buch zum Kundenfrust macht dies auf kritische und unterhaltsame Weise deutlich.

Weitere Infos unter

[www.q-deutschland.de/literatur.html](http://www.q-deutschland.de/literatur.html)

Was kann man darin nachlesen? Neben den Kontakt- und Buchungsdaten alles, was wir als Gastgeber wissen sollten: hat unser Gast bestimmte Vorlieben, wie zum Beispiel ein zusätzliches Kissen. Was isst er gern, hat er Allergien? Wenn er sich über etwas beschwert hat, dann ist klar, dass wir ihn bei der nächsten Ankunft darauf ansprechen.

Und Ihre Gäste mögen das? Ja, natürlich. Jeder Gast möchte als Individuum behandelt werden. Dass wir etwas über seine Vorlieben wissen, zeugt von Interesse. Wir zeigen damit einfach: „Sie sind uns wichtig.“ Für Stammgäste haben diese Informationen zusätzlich einen praktischen Nutzen. Sie sind froh, sich nicht immer wieder erklären zu müssen.

Wofür setzen Sie die Informationen noch ein? Wir besprechen im Morgenmeeting, welche Gäste anreisen und versorgen die zuständigen Mitarbeiter mit den wichtigsten Informationen. Zum Frühstück liegt dann zum Beispiel eine Liste mit den Gästen, und wenn wir es wissen, mit den Gewohnheiten, aus. Dann kann der Service gleich auf den Gast zugehen und sagen: „Guten Morgen, Herr XY. Hier habe ich schon Ihren frisch gepressten Orangensaft. Gleich bringe ich Ihnen Ihr Rührei und Tee wie immer.“

Hat schon einmal ein Gast nachgefragt, woher Sie das alles wissen oder sich darüber beschwert, dass Sie das wissen? Nein, noch nie. Im Gegenteil: Das erwarten unsere Gäste.

Experten empfehlen aufgrund der Datenschutzbestimmungen, den Gast immer zu fragen, wenn man Informationen über ihn speichern will. Genau das machen wir auch. Wir weisen ihn schon bei der Anmeldung darauf hin und notieren nur Daten, die er uns gibt. Ein gutes Beispiel ist die Telefonnummer, die man heute vielen Telefonen mit Display sehen kann. Trotzdem fragen wir den Gast noch einmal, ob wir uns seine Telefonnummer für einen Rückruf aufschreiben dürfen. Dafür gibt es bei uns Standardtexte, die jeder langjähriger Mitarbeiter und auch Azubi kennt.

Nutzen Sie die Kontaktdaten Ihrer Gäste für Werbeaktionen? Nur wenn es uns der Gast ausdrücklich erlaubt. Meistens sind es dann Stammgäste, die wir zu besonderen Aktionen einladen. Aber auch in diesem Fall gehen wir sehr feinfühlig vor. Es muss ein gegenseitiges Interesse bestehen. Nur so baut man ein gutes und langfristiges Verhältnis auf.

*Quelle: ServiceNews der Initiative ServiceQualität Deutschland in Sachsen-Anhalt. Die Fragen stellte Claudia Kusebauch.*

## Q-SERVICETIPPS

Von Q-Betrieben und Q-Dozenten für Q-Betriebe

### „Der Schatz am Reisebüro“

Das HOLIDAY LAND Reisebüro Wolter in Holzminden versteckt einen Schatz (oder auch engl.: Cache, bspw. eine Filmdose mit überraschendem Inhalt) bei seinen Räumlichkeiten. Ziel ist es, Schatzsucher (oder auch engl.: Geocacher) mit Hilfe von Koordinaten und einem GPS-Gerät zum Büro zu führen. So werden Neukunden aufmerksam. Anmeldung auf [www.geocaching.com](http://www.geocaching.com). Tipp: Bevor ein Cache versteckt wird, sollte man selbst Erfahrungen im Geocachen sammeln.



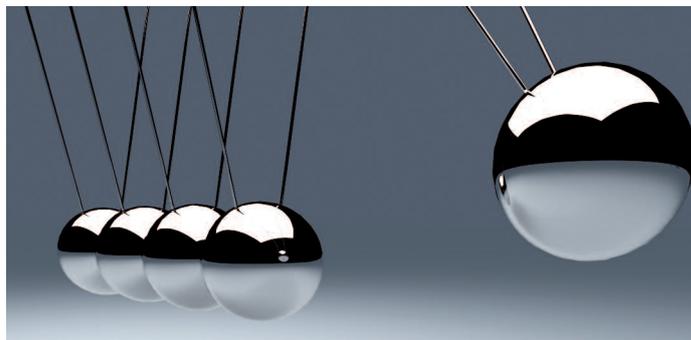
HOLIDAY LAND Reisebüro Wolter in Holzminden

### Kostenfreier Brillenreinigungsservice

„Wir verschaffen Ihnen Durchblick“ verspricht ein kleiner A5-Aufsteller in der Touristinformation der Residenzort Rastede GmbH. Bei Unterkunfts- oder Veranstaltungsbuchungen wird den Gästen mit einer kostenfreien Brillenreinigung die Wartezeit verkürzt. Zur fachgerechten Reinigung wurde sogar ein Ultraschall-Reinigungsgerät angeschafft.



Touristinfo Rastede



## Q-ERSCHLÄGER

### Servicetipps rund um Servicequalität Deutschland

#### Nie wieder enttäuschende Geschenke

Menschen, die nicht wissen, was sie Ihren Lieben zum Geburtstag schenken soll, bietet das israelische Kaufhaus Hamashbir Lazarchan eine Hilfe. Der Kunde gibt auf einer Webseite die Kontaktdaten des Bekannten an. Ein Callcenter erfragt telefonisch die Wünsche des zu Beschenkenden. Der Schenker erhält die Informationen samt Rabattcoupon für das jeweilige Produkt.

#### Zutaten fürs Abendessen einkaufen – fertig geschnibbelt

Im „Begehbaren Kochbuch“ in Berlin-Schöneberg sind Lebensmittel nicht nach Warengruppen sortiert, sondern auf Rezept-Tischen arrangiert. Wer eines der Gerichte kochen will, nimmt sich eine kleine Rezept-Karte und alle Zutaten einfach vom Tisch. Auf Wunsch werden die Zutaten auch nach Hause geliefert. Noch weiter geht der französische Anbieter Kitabienmanger.com: Hier erhalten die Essensliebhaber die Zutaten für ein 3-Gänge-Menü schon fertig geschnitten. Preis: 20 Euro pro Mahlzeit.

#### Tageszimmer boomen

Zimmer stundenweise mieten. Das Barcelona Hilton bietet schon länger Zimmer an, die nur für einen mediterranen Mittagsschlaf gemietet werden können. Dieser Service verbreitet sich zunehmend. Die französische Internetseite Day Use Hotels listet schon 200 Häuser europaweit auf, die Tageszimmer anbieten. Die Preise liegen zwischen 30 und 70 Prozent der normalen Übernachtungsrate. Kunden sind meist Geschäftsleute, die kurzfristig einen Raum zum Arbeiten benötigen. Buchen lassen sich die Räume auch über eine spezielle App.



## Wie, das war's schon?!?

Ich möchte doch gern noch mehr über ServiceQualität Deutschland in den einzelnen Bundesländern erfahren!

Dann klicken Sie auf diese interaktive Landkarte. Denn hier finden Sie all das, was der Servicequalität neue Nahrung gibt und sie wachsen und gedeihen lässt: Länderspezifische Informationen, Seminartermine sowie Neuerungen und Entwicklungen rund um das Qualitätsmanagementsystem. Klicken Sie auf eines der Länder und Sie werden automatisch zu den jeweiligen Länderkoordinierungsstellen sowie Ihren zuständigen Ansprechpartnern weitergeleitet.

Haben Ihnen die ServiceNews gefallen? Was fehlt? Was wünschen Sie sich für die nächsten Ausgaben? Wenn sie Ihrem Geschmack entsprechen, empfehlen Sie die ServiceNews weiter, wenn nicht – freuen wir uns auf Ihre Kritik. Denn auch wir möchten einfach immer besser werden!

**Redaktionsschluss für die ServiceNews 3 | 2012 ist der 10. August 2012.**

Ihr ServiceQualität Deutschland-Team!



### Impressum

Kontaktadresse:  
DTV Service GmbH  
Geschäftsbesorger der Kooperations-  
gemeinschaft ServiceQualität Deutschland  
Ansprechpartner: Sven Wolf  
Schillstraße 9, 10785 Berlin  
[info@q-deutschland.de](mailto:info@q-deutschland.de)  
[www.q-deutschland.de](http://www.q-deutschland.de)

### Bildnachweis

Fotos: fotolia, Prof. Dr. Lammich,  
Dorint Hotel in Halle, Welcome  
Hotels, Reisebüro Wolter,  
Ingrid Hayen  
Layout: [www.pantamedia.com](http://www.pantamedia.com)

### Abmeldung ServiceNews

Sollten Sie nicht länger an den Service-  
News interessiert sein, so senden Sie bitte  
eine E-Mail an den Absender, der Ihnen die  
ServiceNews zugeschickt hat. Vielen Dank!