

# Wer nicht lächeln kann, soll kein Geschäft eröffnen

Die Freundlichkeit ist eine Schlüsselqualifikation im Verkauf / Darauf sollte auch bei der Einstellung geachtet werden

Von Annette Mützel

**W**er nicht lächeln kann, soll kein Geschäft eröffnen... ein chinesisches Sprichwort, das sicherlich jeder kennt. Und deshalb stellt sich die Frage: warum gibt es im Verkauf so wenig lächelnde Gesichter?

In der Autobiographie des amerikanischen Top Managers (der Autoindustrie) Lee Iacocca gibt es eine Anekdote, die besagt, dass ihm die schlechte Laune einer Kellnerin schon mal den Tag vermiesen kann und dies lässt er sie auch wissen. Zitat: „Werden Sie gezwungen diesen Job zu machen? Wenn Sie sich diesen Job ausgesucht haben, dann seien Sie verdammt noch mal auch die beste Servicekraft der Welt und verderben Sie mir durch ihre schlechte Laune nicht auch meinen Tag.“

**Die Aussage** zeigt, dass zum Erfolg in der Gastronomie nicht nur das Angebot, die Qualität des Essens und ein phantastisches Ambiente beitragen, auch das Team muss die einmal festgelegten Qualitätskriterien er-

## Die Autorin



Annette Mützel,  
GF, Foodservice  
Solutions

Annette Mützel führt als Spezialistin für System-, Handels- und Markengastronomie die Unternehmensberatung Foodservice Solutions in Wiesbaden. Nach verschiedenen Positionen im Top-Management bei Nordsee, Burgerking oder Ikea, leitet Sie heute Projekte unter anderem für Tegel, Marché, Ikea und auch interessierte Bäckereien.  
**Informationen:**  
Tel.: 0671 / 341 54 55  
[www.foodservicesolutions.de](http://www.foodservicesolutions.de)



Freundlichkeit und gute Laune gehören an der Verkaufsfond dazu, wenn man ein gutes Geschäft machen will. Foto: Zentralverband

füllen. Wer im direkten Kundenkontakt steht, für den muss ein freundlicher Service, ein Lächeln für jeden Kunden selbstverständlich sein. Das ist der Job.

Schlecht gelaunte und unfreundliche Mitarbeiter können einem als Gast das ansonsten delikateste Essen leicht versalzen. Freundlichkeit erwartet man in der urigen Kneipe, beim Bäcker, in der Eisdielen oder dem Selbstbedienungsrestaurant – einfach überall.

**„Jeder hat mal** einen schlechten Tag.“ Doch im Kundenkontakt zählt diese Ausrede einfach nicht. Denn ein verlorener Gast bedeutet weniger Umsatz. Freundlichkeit und ein sauberes, gepflegtes Äußeres gehören zu den Qualitätsstandards, genauso wie die richtige Temperatur des Kaffees!

Allerdings hat der Kunde auch Verständnis, wenn mal nicht „alles rund läuft“, wenn ein Kollege krank geworden ist oder eine Maschine nicht funktioniert, eine Lieferung verspätet ist oder... Dies muss man dem Kunden aber auch erklären.

**Man kann seine** Mitarbeiter nur schwer zur Freundlichkeit erziehen, leichter ist es, freundliche Mitarbeiter einzustellen. Schwierig oder nahezu unmöglich ist es leider, unfreundliche

und „umsatzschädliche“ Mitarbeiter zu entlassen.

Viele Unternehmen haben erkannt, dass freundliche Mitarbeiter ein Kapital sind und die neuen Mitarbeiter werden durch ein Casting (Auswahlverfahren) ausgesucht.

Ein Schauspieler spielt seine Rolle immer gleich gut und das auch, wenn er privat nicht so gut drauf ist. „Auf der Bühne“ darf dies keine Rolle spielen. Und dies gilt auch für den Mitarbeiter an der Front, der auf schauspielerische Art und Weise positive Stimmung verbreitet.

### Freundlichkeit ist Trumpf

Wie identifiziert man freundliche und kommunikative Menschen? Eine Möglichkeit ist ein Vorstellungsgespräch, in dem Verhaltenspräferenzen und Kompetenzen erkannt werden können. Dabei gilt zu bedenken, dass die fachliche Kompetenz niemals überbewertet werden darf. Legen Sie Wert auf soziale Kompetenz auf Individualität, Freundlichkeit, Aufmerksamkeit, Hilfsbereitschaft, Zuverlässigkeit, Lebensfreude und eine positive und natürliche Ausstrahlung kann man nicht erlernen. Vorrangig ist hier das Motto der Amerikaner: „Hire the smile and train the skill“ („Stellen Sie das Lächeln ein und trainieren Sie die Fähigkeiten“).

Einer meiner amerikanischen Bosse erzählte immer folgendes Beispiel, um zu erklären, warum ein freundlicher Service für eine Stammkundenbindung so wichtig ist: Ein Pizzabäcker mit Lieferservice erzählt seinen Fahrern folgende Geschichte:

**„Stellt euch** einen neuen Kunden vor, dieser hat einen Block von hundert einzelnen zehn-Euro-Scheinen auf der Stirn; der Block hat also einen Wert von 10.000 Euro. Bei Eurer ersten Pizza-Lieferung reißt ihr vom Block zehn Euro für eine Pizza ab und übrig bleiben noch 9.990 Euro. Dies ist der Restumsatz, den ihr in den nächsten Wochen, Monaten und Jahren noch mit diesem Kunden machen könnt.“ Dieser angenommene Betrag ist der Umsatz oder auch Deckungsbeitrag, den ein Kunde während seines gesamten „Kundenlebens“ realisiert.

### Der Chef als Vorbild

Die Stimmung und die gute Laune im Betrieb setzt der Chef, der Filialleiter! Jeden Tag auf's Neue gilt es, das Team zu führen, zu motivieren und zu begeistern. Ein guter Vorgesetzter ist selbst Vorbild, er unterstützt das Team und korrigiert seine Mitarbeiter immer wieder (niemals vor dem Kunden).

Dem gesamten Team muss bewusst sein, dass jeder das Restaurant, die jeweilige Marke, die Bäckerei repräsentiert.

Ein guter, schneller und freundlicher Service mit einem Lächeln ist immer ein Thema. Nach jeder Schulung, jedem Gespräch muss der Vorgesetzte die Mitarbeiter immer wieder motivieren und anhalten, das Gelernte und eigentlich Selbstverständliche umzusetzen.

**Zufriedene Mitarbeiter** = zufriedene Gäste. Selten wird der starke Zusammenhang und die Abhängigkeit von Gästezufriedenheit und Mitarbeiterzufriedenheit erkannt. Jeder Mensch bekommt gerne ein Lob,

## Praxis Tipp

### Rangfolge der Gäste- und Kundenwünsche:

- ▶ prompte Bedienung
- ▶ freundliche und zuvorkommende Bedienung
- ▶ Berücksichtigung von Sonderwünschen
- ▶ gute Beratung
- ▶ attraktives und gepflegtes Äußeres
- ▶ Begrüßung mit Namen

ABZ 12.7.08 ▶ Quelle: GfK Studie

eine Auszeichnung und Anerkennung für die erbrachten Leistungen. Ein Team, das die Erwartungen des Chefs und die der Kunden erfüllt – wie ein gepflegtes Äußeres oder die zuvorkommende und freundliche Bedienung –, muss dies auch gesamt bekommen.

Training ist ein Teil der Investition. Viele Unternehmen investieren auch heute noch ausschließlich in Technik, neue Kassensysteme, teure Designs etc. Bei der Einarbeitung von neuen Mitarbeitern und einer guten, konstanten Aus- und Weiterbildung wird jedoch gespart. Ein fataler Fehler, der sich auf lange Sicht rächt.

### Lächeln tut gut...

Ist es eigentlich bekannt, welche positive Auswirkungen eine freundliche Ausstrahlung auf unser seelisches und körperliches Befinden hat? Ein Lächeln entspannt und befreit, baut Ärger und Ängste ab und es trägt zum eigenen Wohlbefinden bei. Außerdem kostet das Lächeln weder Zeit noch Geld.

Mein Resümee: Wer seine Arbeit liebt und dabei gerne lächelt und freundlich mit dem Kunden kommuniziert, der tut etwas für sein eigenes Glück, für seine Gesundheit und für das eigene Wohlbefinden!

Anzeige



Nett, netter, Internet – [www.meylip.de](http://www.meylip.de)

**meylip**

vandemoortele-gruppe

News,  
Rezepte  
und mehr!