



© 2019 Regina Kmenta

**Autorin: Regina Kmenta**

**Umschlaggestaltung, Illustration: Lisa Keskin**

**Lektorat, Korrektorat: Peter Gura**

**weitere Mitwirkende: Monika Lexa**

**Druck und Vertrieb im Auftrag der Autorin/des Autors: Buchschmiede  
von Dataform Media GmbH, Wien**

**ISBN: 978-3-99084-441-0**

**Printed in Austria**

**Das Werk, einschließlich seiner Teile, ist urheberrechtlich geschützt.  
Jede Verwertung ist ohne Zustimmung des Verlages und  
des Autors unzulässig. Dies gilt insbesondere für die  
elektronische oder sonstige Vervielfältigung, Übersetzung,  
Verbreitung und öffentliche Zugänglichmachung.**

WER NICHT  
LÄCHELN  
KANN, DER  
SOLLTE KEIN  
GESCHÄFT  
AUFMACHEN.

ALTE CHINESISCHE WEISHEIT



*Regina Kmenta*

# **SERVICE SECRETS**

**WAS SIE VON DOMINAS UND BESTATTERN ÜBER  
KUNDENBEGEISTERUNG LERNEN KÖNNEN**

## LESERSTIMMEN

*Wo fängt Kundenbegeisterung an? Wo hört sie auf? Wir alle lieben es, wenn wir begeistert werden. Schon Kleinigkeiten – ein Lächeln im richtigen Moment, eine kleine Geste – hinterlassen einen bleibenden Eindruck, und schon ist die Begeisterung da, kommen wir immer wieder gerne dorthin zurück. Doch leider spürt man dies nicht mehr oft. Es wird nur der Job gemacht, fast mechanisch, keine Zeit für eine nette Geste. Regina Kmenta zeigt in ihrem Buch, dass es auch anders geht. Egal ob im Hotel, beim Shopping oder gar bei einer Domina: In mehreren Interviews blickt die Autorin hinter die Kulissen und beweist, dass überall Begeisterung möglich ist. Wenn wir uns Zeit nehmen und wirklich wollen, ist Kundenbegeisterung überall möglich. Auch in Ihrem Business. Lassen Sie sich von Regina Kmenta inspirieren, um neue Ideen zu gewinnen. Es lohnt sich auch für Sie.*

**Andreas Wisler, Security Expert und Speaker**

*Das Buch von Regina Kmenta trifft den Nerv unserer Zeit. Und sie schafft es, dem Leser mit neuen Ideen die Augen zu öffnen. Inspiration und neues Denken sind die Kernelemente, wenn es darum geht, Servicequalität neu zu definieren. Und genau das schafft gelingt Regina Kmenta mit ihrem Buch!  
Prädikat: Lesenswert!*

**Boris Thomas, CEO Lattoflex**

*Sehr empfehlenswertes Brainfood mit Begeisterungsenzymen. Wirkung: steigert die Sehnsucht nach echter Kundenbegeisterung. Nebenwirkungen: während des Lesens hoch inspirierend.*

**Dr. Georg Grimschitz, Marketingleiter Baunit**

*Ungewöhnlich! Schon allein mit dem Titel hat sich Regina Kmenta ein WOW verdient. Statt wie viele andere Bücher zum Thema im Mainstream zu schwimmen, denkt und geht sie bewusst den Schritt ‚out of the box‘. Was hat eine Domina zum Thema ‚Service‘ zu sagen? Und was ein Bestatter? Und wie kann man das auf andere Branchen übertragen? Wenn Sie die Antworten auf diese Fragen genauso brennend interessieren wie mich, dann sollten Sie dieses Buch lesen. Unbedingt!*

**Hermann Scherer**  
**Redner, Autor, Wissenschaftler**

*Aus Geschichten lernt man einfach mehr. Regina Kmentas wunderbar abwechslungsreiche Praxisbeispiele der Kundenbegeisterung bringen Tausende Ideen für kleine Maßnahmen und große Veränderungen. Und sie machen Lust, gleich umzusetzen und das WOW-Erlebnis im eigenen Unternehmen neu zu gestalten.*

**Maria Husch, die Raumexpertin**

*Service Secrets ist eine inspirierende, bunte Reise in die Welt der Kundenbegeisterung. In kurzweiligen Interviews schenkt Regina Kmenta Einblicke in verruchte Branchen, wo außergewöhnliche Unternehmerpersönlichkeiten mit Herz und Ideen das schaffen, was eigentlich überall selbstverständlich sein sollte.*

**Matthias Barth, Markenentwickler und Designer**

# INHALTSVERZEICHNIS

<b>Was Sie in diesem Buch erwartet</b>	<b>10</b>
<b>Vorwort</b>	<b>14</b>
Der Tod und das Leben	21
<b>Trauercoach Thomas Sommerer – Das Licht im Dunklen</b>	<b>23</b>
Thomas Sommerers Zugang zur Kundenbegeisterung	38
<b>Service Secrets</b> – Und was kann man nun von einem Bestatter über Kundenbegeisterung lernen?	40
<b>Thomas Wollner – Multitalent und „gelernter Gast“</b>	<b>45</b>
Thomas Wollners Tipps zur Kundenbegeisterung	58
<b>Unternehmer Walter Stuber – Mission Herzlichkeit</b>	<b>61</b>
Walter Stubers Weg zur Kundenbegeisterung	74
<b>Jürgen Forstinger – Messerscharfes Kundenservice inklusive</b>	<b>77</b>
Jürgen Forstingers Service Secrets	87
<b>Contessa Juliette – Zwischen Business &amp; Peitsche</b>	<b>89</b>
Contessa Juliettes Sicht von Kundenbegeisterung	102
<b>Service Secrets</b> – Ein Interview mit einer Domina?	104



<b>Hotel Retter – Eine Oase für Natur, Gäste und Mitarbeiter</b>	<b>110</b>
Wie das Hotel Retter seine Kunden begeistert	121
<b>Jon Christoph Berndt – Markante Kundenbegeisterung</b>	<b>122</b>
Jon Christoph Berndts Rezept für Kundenbegeisterung	137
<b>Katja Hoyer, Mystery Shopperin – Mrs. Undercover</b>	<b>138</b>
Kundenbegeisterung aus der Sicht einer Mystery Shopperin	148
<b>Service Secrets – Die Quintessenz aus dem Mystery Shopping</b>	<b>150</b>
<b>Wo geht in Österreich richtig die Post ab?</b>	
Ein Interview mit DI Peter Umundum, Vorstand Paket&Logistik	<b>155</b>
Der Weg der Österreichischen Post AG zur Kundenbegeisterung	170
<b>Epilog</b>	<b>173</b>
<b>Danksagung</b>	<b>175</b>
<b>Einschaltungen</b>	<b>177</b>

## ÜBER DIE AUTORIN

Wenn Regina Kmenta heute als Keynote Speaker auf der Bühne steht und über Kundenbegeisterung spricht, dann ist dies für sie nur die logische Fortsetzung des Themas, das sie bereits ein Berufsleben lang begleitet: Kundenbegeisterung und Menschen im persönlichen Kontakt zu inspirieren.

Und genau das war es auch, was sie angetrieben hat, als sie für Unternehmen wie Apple Computer, Nixdorf Computer, ORF (österreichischer Rundfunk) oder SAP im Bereich Service tätig war bzw. Serviceorganisationen aufgebaut und geführt hat. Später dann, in ihrer Zeit als Führungskraft im Einzelhandel, war es wieder die Kundenbegeisterung, die dazu führte, dass die Verkaufszahlen beständig stiegen.

Damals schon war es ihr ein Anliegen, jedem Kunden ein Lächeln ins Gesicht zu zaubern. Und heute motiviert es sie, als Keynote Speaker und Unternehmensberaterin ihren Zuhörern und Kunden zu helfen und Inspiration zu verbreiten.

**Im Netz finden Sie Regina Kmenta unter:  
[www.reginakmenta.com](http://www.reginakmenta.com)**

## **WIDMUNG**

Dieses Buch widme ich all jenen, denen  
Kundenbegeisterung ebenso am Herzen liegt wie mir.

# WAS SIE IN DIESEM BUCH ERWARTET

Kundenbegeisterung – was ist das und wieso ist es das Geheimnis eines nachhaltig erfolgreichen Business?

Dieser Frage gehen wir in diesem Buch gemeinsam auf den Grund. Ich habe für dieses Buch Menschen interviewt, die sich das Thema „Kundenbegeisterung“ auf ihre Fahnen geschrieben haben. Sie verraten uns ihre persönlichen Geheimnisse zur Erlangung begeisterter Kunden.

Darauf aufbauend, teile ich meine persönlichen Service Secrets aus vielen Jahrzehnten im Verkauf und Service mit Ihnen.

Um es für Sie einfacher zu machen, sich im Buch zurechtzufinden, habe ich je nach Art der Lektüre das Layout verändert. Bei manchen Interviews stehen meine Service Secrets, die sich auf die jeweiligen Interviews beziehen. Diese erkennen Sie am roten Rand mit der weißen Schrift.

Außerdem finden Sie in der breiten Seitenleiste immer einen Hinweis darauf, wer mein jeweiliger Gesprächspartner ist. Informationen zu meinen Interviewpartnern können Sie auf den jeweiligen Webseiten nachlesen, die Sie bei jedem Kapitel finden.

Hin und wieder werden Sie Sprechblasen entdecken, die ein Glossar ersetzen.

Das ist meine Art, Sie als meine Leser zu begeistern! Ich hoffe, Sie erfreuen sich daran!

Und am Ende des Buches habe ich meinen Gesprächspartnern die Gelegenheit gegeben, sich selbst und ihr Business zu präsentieren.

In diesem Buch werden Sie, liebe Leserin, lieber Leser, manchmal direkt angesprochen. Ich hoffe, das ist für Sie in Ordnung.

Ich habe mich außerdem dafür entschieden, aus Gründen der besseren Lesbarkeit auf Genderformalitäten zu verzichten. Wann immer von mir oder einem meiner Gesprächspartner die männliche Form gewählt wird – z. B. der Mitarbeiter, der Geschäftspartner –, sind gleichzeitig natürlich auch in aller Wertschätzung die Mitarbeiterin, die Geschäftspartnerin etc. gemeint.

Vielleicht bekommen Sie während der Lektüre Lust, mich direkt anzuschreiben. Wenn Sie Fragen an mich haben, Ihre Gedanken teilen oder über Ihre eigenen Erfahrungen berichten möchten, kontaktieren Sie mich bitte direkt unter **rk@reginakmenta.com**.

*Viel Spaß beim Lesen!  
Ihre Regina Kimenta*



100 %

KUNDEN-  
ZUFRIEDENHEIT?  
ZIEL VERFEHLT!

# VORWORT

Vor Kurzem habe ich in einem Vortrag von einem Neurowissenschaftler gehört, dass Zufriedenheit allein das Belohnungszentrum im Gehirn kaltlässt. Wenn wir mit etwas „ganz zufrieden“ sind, dann passt es zwar schon, aber von den Socken reißt es uns keineswegs. Der Vortragende hat daraus den Schluss gezogen, dass Kundenzufriedenheit allein zu wenig ist, um Kunden an sich zu binden. Dafür braucht es echte Kundenbegeisterung.

## WIE REAGIEREN SIE?

Sie kennen das sicher: Sie gehen in ein Geschäft und es läuft im Großen und Ganzen ganz okay. Das, was Sie möchten, bekommen Sie, der Verkäufer ist freundlich, aber nicht übertrieben um Sie bemüht. Wie reagieren Sie, wenn Sie danach gefragt werden, wie es war? Sie werden wahrscheinlich irgendetwas sagen wie: „Ja, es war eh ganz okay!“

## „GANZ OKAY“ IST NICHT GENUG!

Ist das genug? Würden Sie dieses Geschäft mit dem Brustton der Überzeugung einem Freund weiterempfehlen? Würden Sie total begeistert davon berichten, wie toll es war? Ich bezweifle es!

Und genau das ist der springende Punkt: Sie haben das Gefühl, dass Sie nichts versäumen, wenn Sie nächstes Mal woanders hingehen.



## **WIESO IST KUNDENZUFRIEDENHEIT ZU WENIG?**

Jeder von uns hat mehr oder weniger bewusst eine Erwartungshaltung, wenn er ein Geschäft betritt oder mit einem Unternehmen Kontakt aufnimmt. Wenn diese Erwartung nicht erfüllt wird, dann sind wir enttäuscht, und darüber reden wir dann auch oft und gerne. So sind wir Menschen eben. Über negative Erlebnisse sprechen wir meist sehr ausführlich und wir lassen keine Gelegenheit dazu aus.

## **WENN KUNDENERWARTUNGEN „NUR“ ERFÜLLT WERDEN**

Wenn unsere Erwartungshaltung erfüllt wurde, dann nehmen wir das einfach so hin. Das passt dann schon. Es hat uns weder negativ noch positiv überrascht. Wenn Ihnen also ein Kunde sagt, dass es schon passt, dann ist dies ein Alarmsignal.

Ein Kunde, der „nur“ zufrieden ist, wird nicht sehr viele Worte darüber verlieren. Er nimmt es zur Kenntnis, und damit hat es sich auch schon. Das bringt uns leider weder Stammkunden noch Neukunden. Aber genau das ist es, was wir erreichen wollen und was uns auch letztendlich vieles an Marketingkosten ersparen würde. Wenn wir möchten, dass unsere Kunden über unseren Service sprechen und damit für uns kostenlos Werbung machen und noch dazu immer wieder gerne kommen, dann müssen wir sie wirklich begeistern.

## KUNDENBEGEISTERUNG ÜBER DEN WOLKEN

Ich möchte Ihnen eine Geschichte von einer echten Kundenbegeisterung erzählen, die mir vor Kurzem zu Ohren gekommen ist.

Ein Bekannter von mir muss beruflich regelmäßig nach Singapur fliegen. Seine Firma buchte immer den Flug über die gleiche Fluglinie. Er war damit ganz zufrieden, auch wenn der Service nicht überragend war. Es „passte“ eben schon.

Eines Tages buchte seine Firma den Flug bei Singapore Airlines. Er erwartete den üblichen Service, und als ihn die charmante Flugbegleiterin fragte, was er trinken möchte, antwortete er: „A Heineken, please.“ Er wollte einfach nur ein Bier, aber es fiel ihm im ersten Moment nur Heineken ein.

Die Flugbegleiterin war untröstlich, weil sie zwar unterschiedliche Biersorten an Bord hatte, aber kein Heineken. Sie entschuldigte sich etliche Male bei ihm dafür. Für meinen Bekannten war das kein Malheur – er war auch mit einem anderen Bier durchaus zufrieden.

Das Wow-Erlebnis kam jedoch beim Rückflug. Als er ins Flugzeug stieg, kam die Stewardess auf ihn zu, begrüßte ihn mit seinem Namen, stellte sich bei ihm vor und sagte ihm, dass sie sich freut, ihm heute ein Heineken servieren zu können. Man habe extra für ihn fünf Dosen Heineken Bier besorgt.

Was denken Sie, wie begeistert mein Bekannter war? Er war so hin und weg, dass er seitdem nur noch mit Singapore Airlines fliegt, wann immer es ihm möglich ist.

So geht Kundenbegeisterung! Ein ordentlicher Service, mit dem man irgendwie zufrieden ist, ist leider schon lange nicht mehr genug.

## **KUNDEN WOLLEN AUSSERGEWÖHNLICHES ERLEBEN**

Das gilt nicht nur für Fluglinien, sondern zieht sich durch alle Branchen. Kunden wollen begeistert werden. Sie möchten etwas Außergewöhnliches erleben und nicht nur das Übliche. „Dienst nach Vorschrift“ ist heutzutage zu wenig!

Dabei ist das, was Singapore Airlines getan hat, gar nicht so schwer umzusetzen. Mit den heutigen technischen Hilfsmitteln ist das durchaus leicht hinzubekommen. Allerdings müssen dann die Menschen, die den Service an den Kunden bringen sollen, den Servicegedanken auch leben.

Bei der Geschichte, die einem anderen Bekannten von mir passiert ist, wird der Servicegedanke allerdings rasch ad absurdum geführt.

## EINE ERNÜCHTERNDE ANTWORT

Auch diese Geschichte hat sich in einem Flugzeug abgespielt. Mein Bekannter bestieg das Flugzeug, die Stewardess kam auf ihn zu, begrüßte ihn mit Namen und sagte ihm, dass sie sich freute, dass er wieder mit ihrer Airline flog. Mein Bekannter war sehr erfreut darüber und gab seiner Freude auch Ausdruck. Die Antwort der Stewardess war allerdings sehr ernüchternd. „Ja,“ sagte sie, „das müssen wir jetzt so machen.“ Damit war die Kundenbegeisterung auch gleich wieder dahin.

Schade, denn die Idee an sich wäre sehr gut gewesen, wenn die Stewardess es auch wirklich ehrlich gemeint hätte. Denn echter Service und echte Kundenbegeisterung müssen von ganzem Herzen kommen. Sie funktionieren nur so – von Mensch zu Mensch! Nur dann kommen sie auch wirklich an und begeistern Kunden vollends.

Wenn Sie es schaffen, dass Sie die Erwartungen Ihrer Kunden übertreffen, dann brauchen Sie sich über Stamm- und Neukunden keine Gedanken mehr zu machen. Denn begeisterte Kunden werdensehrgerneüberihrenaußergewöhnlichen Service berichten und Ihnen damit neue Kunden bringen.