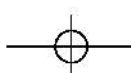
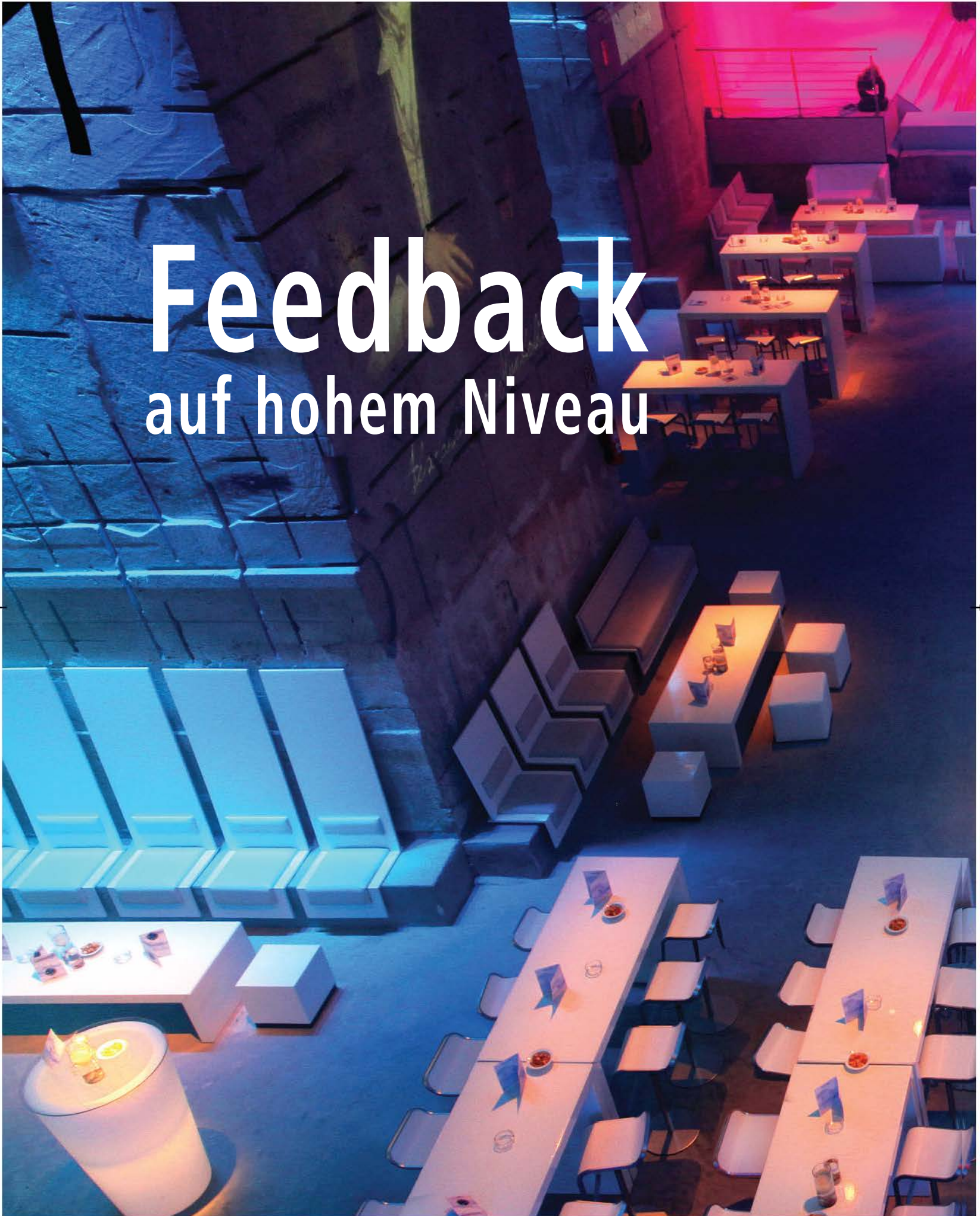
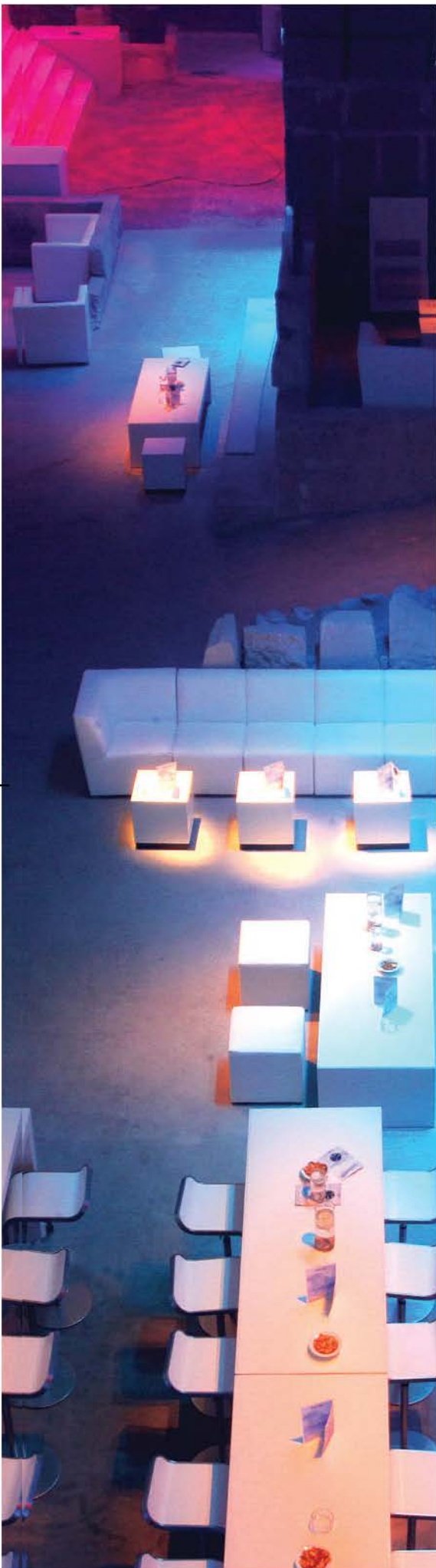


Feedback auf hohem Niveau





Um die Kundenzufriedenheit in seinen Dienstleistungs-Angeboten herauszufinden, führte der Event-Ausrüster Party Rent in diesem Sommer eine Kundenbefragung durch. Das Resultat: Hohe Zufriedenheit und klare Hinweise, wie das Beschwerde-Management noch weiter perfektioniert werden kann.



Als die Party Rent Group im Herbst für einen Kunden eine Veranstaltung auf Mallorca organisiert, tut sich ein unerwartetes Problem auf. Zwar ist die Party Rent Group Europas größter Verleiher von Event-Ausstattung, das Sortiment, auf das der Dienstleister binnen Stunden zurückgreifen kann, riesig. Dennoch: Der Kunde verlangt nach einem Info-Counter für den Empfang der Gäste, der in dieser speziellen Machart im Fundus der Party Rent Group nicht verfügbar ist. Was tun? „Wenn was nicht da ist, wird es eben gemacht“, schmunzelt Marina Möllmann, die in der Vertriebsleitung des Unternehmens arbeitet und die Arbeiten auf der Ferieninsel koordiniert. Gesagt, getan – der Kunde bekommt seinen Counter: pünktlich, ohne Reibungsverluste und in erstklassiger Qualität. Zum normalen Mietpreis selbstverständlich. So, als sei der Counter ein Bestandsprodukt gewesen. Die Veranstaltung wird ein großer Erfolg, der Kunde ist glücklich.

Erlebnisse wie diese sind das Salz in der Suppe einer zufriedenstellenden Kundenbeziehung. Das gilt erst recht bei einer so sensiblen Dienstleistung wie der Ausstattung hochklassiger Events: Bei ihnen muss in kurzer Zeit und auf den Punkt genau störungsfreie Kommunikation genauso lautlos gewährleistet werden wie Fröhlichkeit und Kompetenz. Am Erfolg oder Misslingen einer Präsentation oder einer Tagung kann, wie an einem seidenen Faden, Wohl oder Wehe eines Gastgebers hängen; auf die stillen Helfer im Hintergrund kommt es da entscheidend an.

Sind wir gut genug? Vertrauen uns unsere Kunden? Stimmt unsere Strategie? Der Event-Dienstleister Party

Rent wollte es im Sommer genauer wissen: Wie zum Beispiel die Kunden die Kompetenz und die Produkte der Party Rent Group bewerten. Woran Kunden Qualität einer Dienstleistung festmachen. Und ob sie sich bei der Angebots- wie Auftragsabwicklung rundum und immer gut aufgehoben fühlen. Genau so wenig dilettantisch wie das Stammgeschäft von Party Rent sollte diese Kundenzufriedenheitsanalyse erarbeitet werden. Das Unternehmens-Management von Party Rent tat sich deshalb mit der Saxion Hogeschool im niederländischen Enschede zusammen; zwei Studentinnen, Katharina Jakob und Elena Jungmann, begleiteten dann die Umfrage wissenschaftlich vor Ort in der Firmenzentrale.

Ganz ohne Vorwissen gingen die Party Rentler nicht in diesen Zufriedenheits-Test. Analysen der Arbeit in den vergangenen Jahren hatten gezeigt: Es gab einen Nachholbedarf bei der Reklamationsabwicklung, und auch bei der Pflege der Kundenkontakte war längst noch nicht alles auf erstrebt hohem Niveau. Ziel der ganzen Aktion sollte es sein, die strategische Marktposition des Dienstleisters für das kommende oder die kommenden Jahre zu verbessern.

In zwei Erhebungen wurden deshalb im Juli und September dieses Jahres 9.650 Kunden mit ausführlichen Fragebögen versorgt. Mit einem hohen Anteil an Neukunden am Feedback kamen schließlich 724 Fragebögen zurück. 7,5 Prozent Rückläufe – Laien kommt das wenig vor, Statistiker dagegen wissen: Alles über vier Prozent ist ein fabelhaftes Ergebnis. „Das ist sehr, sehr gut“, freut sich auch Geschäftsführer

Joris Bomers. Gut ist aber nicht nur die Menge der zurück gekommenen Fragebögen, ausgezeichnet ist auch die Resonanz, die aus den Antworten der Kunden spricht.

„Einfach spitze“ findet zum Beispiel Björn Schindler von der Wallberg Gastronomie & Catering GmbH in Essen den Party Rent-Service. Über ein „tolles neues Sortiment“ freut sich Tanja Simon von der Frankfurter Agentur für Eventmanagement IdeenReich. Und einen „bemerkenswerten Qualitätssprung in den letzten zwei Jahren“ hat Sabine Schönhoff von der gleichnamigen PR- und Eventmanagement-Agentur in Hannover ausgemacht: „Weiter so“, heißt ihr zustimmendes Fazit.

Positiv sind aber nicht nur die summarischen Urteile. Ebenso nützlich sind die Erkenntnisse aus den Einzelantworten der Kunden. So ergab die Umfrage zunächst, dass in der Wertigkeit bei den Wünschen der Kunden ganz vorne liegen:

- die Qualität der Produkte
- das Preis-Leistungs-Verhältnis
- die Lieferzeiten sowie
- Kommunikation und Kundenservice



Zwar ist der Anteil an Zustimmung zur Leistung der Party Rent Group – jeweils rund 80 Prozent der Kunden sind mit der Qualität der Produktgruppen bzw. mit dem Dienstleistungsmanagement „zufrieden“ oder sogar „sehr zufrieden“ – überwältigend hoch. Dennoch zeigen die Einzelergebnisse deutlich, wo noch Verbesserungspotenzial liegt. Nachholbedarf gibt es bei den Produkten etwa in den Bereichen Dekoration und Infrastruktur.

Eine Delle zeigte die Kundenzufriedenheits-Analyse erwartungsgemäß bei der Bewertung des Preis-

Leistungs-Verhältnisses. Hier waren lediglich 50 Prozent der Kunden, die ein Feedback abgaben, „zufrieden“ oder sogar „sehr zufrieden“. Wie kommt das? „Tatsächlich ist die Party Rent Group nicht der preiswerteste Anbieter am Markt“, sagt Geschäftsführer Joris Bomers. „Dafür ist unsere Leistung aber auch überdurchschnittlich gut.“ So bekommen Kunden bei der Unternehmensgruppe nicht nur Produkte – ob Mobiliar, Gläser oder Porzellan – von überdurchschnittlicher Qualität. Deutlich höher als bei scheinbar günstigeren Mitbewerbern ist auch die Sorgfalt, mit der die Produkte zum Kunden und wieder zurück gebracht werden. Wo die Ausstattungsstücke bei Billigheimern oft noch auf Paletten transportiert werden, kommen bei der Party Rent Group speziell angefertigte Transportsysteme zum Einsatz, die einen optimalen Schutz bieten und gewährleisten, dass die bestellte Ware auch in erstklassigem Zustand beim Kunden ankommt. „Manche Kunden bemängeln, so denken wir, eher den höheren Preis gegenüber anderen Anbietern und übersehen dabei die höhere Wertigkeit unseres Angebots“, sagt Joris Bomers.

Sehr ernst nimmt die Unternehmensgruppe das Feedback in Sachen Kundenbetreuung. Eine Verbesserung des Beschwerde-Managements steht ganz oben auf der Prioritätenliste der Party Rent Group. Viele Kunden empfanden die Zeit für Gespräche mit den Event-Logistikern bisher als zu kurz. Das soll sich schnell ändern: War bisher nach einer Reklamationsbearbeitung Schluss mit dem Kundenkontakt, soll demnächst mit aufgestocktem Mitarbeiter-Stamm eine kontinuierliche Kundenbetreuung garantiert werden. Und damit die Kommunikation dann auch stimmt, absolvieren alle dafür zuständigen Mitarbeiter ausführliche Schulungen. Ein Leitfaden für den Umgang mit telefonischen Beschwerden soll zusätzlich sicherstellen, dass die Probleme der Kunden ernst genommen und zügig und zufriedenstellend bearbeitet werden. „Unsere zufriedenen Kunden“, sagt Marina Möllmann, „sind schließlich unsere besten Werbeträger.“

Ganz neu ist, dass die Kunden mittlerweile visualisierte Animationen ihrer Projekte erhalten, auf denen sie sehen können, wie eine geplante Veranstaltung in der Realität aussehen könnte. Seit Anfang des Jahres ist eine eigens dafür eingestellte Innenarchitektin mit dieser Aufgabe betraut.

Mit den Ergebnissen ihrer Kundenumfrage in der Hand kann die Party Rent Group jetzt bestens gerüstet ins neue Jahr durchstarten. Die Kunden werden's zu schätzen wissen.