

Porsche Consulting 20.08.2019

## Weber sorgt für gute Laune nach dem Kauf

Kleine Teile – große Wirkung: Mit einem Premiumservice begeistert der Grillhersteller seine Kunden.



Fürs Foto nimmt uns Hans-Jürgen Herr mit zur unternehmenseigenen „Grilloase“. Man könnte auch sagen, es ist das Testlabor seiner Firma. Die Terrasse im Berliner Stadtteil Mitte liegt auf der siebten Etage und ist mit rauchenden Holzkohlegrills gespickt. Die Freifläche bietet Hauptstadtblick, direkt auf den Fernsehturm am Alexanderplatz. Sicher gibt es Labore mit schlechterer Lage. Und mit einfacherer Betriebsverpflegung. Mit einer Zange hebt Herr ein Tomahawk-Steak an. Das Stück Fleisch wiegt samt Knochen gut 1500 Gramm und macht locker drei Leute satt. Den Namen hat es seinem imposanten Knochen zu verdanken – es ist der Rippenbogen eines Rindes – und erinnert an die Streitaxt der indigenen Völker Nordamerikas.

Dem Grillhersteller geht es darum, die Abläufe zwischen Kunden, Handelspartnern und Unternehmen effektiver zu gestalten. Und das beginnt lange bevor die Kundentelefone heiß laufen. Denn Grillen ist zwar schon lange kein Saisonphänomen mehr, aber von März bis September heizen doch mehr als sechs Millionen Deutsche den Edelstahlrost auf Betriebstemperatur. Mit oftmals langen Kundenwartezeiten, wenn dem Grill doch mal etwas fehlt. Das kann vorkommen. Auch in der nachfragestarken Hochsaison, wenn die kleinen silbernen Kreuzschrauben und eckigen Muttern eventuell nur mit langen Kundenwartezeiten verfügbar sind. Nicht, weil die Zustellung per Paketdienst so lange dauert, sondern weil die Antwortzeiten bei Kundenanfragen fast während der gesamten Grillsaison stark steigen. „Wir arbeiten mit einer anspruchsvollen Klientel, die bereit ist, bis zu 4.000 Euro für einen Gasgrill zu bezahlen. Ein Höchstmaß an Flexibilität und Zuverlässigkeit im Kundenservice ist dabei unerlässlich,“ sagt Herr. Um diese Anforderungen umzusetzen, zog Weber die Porsche-Berater hinzu.

Die Spezialisten von Porsche Consulting erhielten den Auftrag, weil die Berater neben den klassischen Methoden ein maßgeschneidertes Handbuch für einen besseren Kundenservice entwickeln konnten. Speziell für Weber und allen Anwendungsfällen des europäischen Marktes. Und die können ganz unterschiedlich sein: Vom Wintergriller in Dänemark, der bei Wind und Wetter seinen Grill an der Schärenküste hochheizt, bis zum Gelegenheitsnutzer in Süditalien, der seinen Smoker nur beim sonnigen Familienfest auf die Terrasse schiebt. Zum Ende der Hochsaison lieferte David Blecher, Partner bei Porsche Consulting, die Projektskizze. Drei Wochen später ging es los: Die Porsche-Berater arbeiteten sich ins Thema ein, analysierten, wie Weber die Antwortzeiten im Kundenservice verkleinern kann, und leiteten aus den vielen Daten ein neues Konzept für den Kundenservice ab – eine neue Strategie inklusive. Mit der

Grilliebhaber bei Problemen am Rost auch noch im Sommer das Gartenfest fortsetzen können. „Wir haben in der Vergangenheit gemeinsam mit den Beratern von Porsche Consulting sehr viel dafür getan, bessere Servicequalitäten und kürzere Kundenwartezeiten anstelle von unkoordiniertem „Feuerlöschen“ zu realisieren. Als Grillentwickler mit langer Tradition legen wir Wert darauf, in puncto Kundenzufriedenheit immer wieder Flagge zu zeigen. Denn Marktführer wird man nicht über Nacht“, sagt Herr.

Um das neue Servicekonzept umzusetzen und an die gestiegenen Erwartungen des Grillens anzupassen, schlossen sich Porsche-Berater mit einem Team von Weber-Mitarbeitern zusammen. Die nahende Grillsaison im Nacken. Am Ende hielten Herr und seine Kollegen in weniger als zwei Monaten ein neues System zur schnelleren Beantwortung von Kundenanfragen in den Händen. Einheitlich. Und umsetzbar in ganz Europa. Dass gute Planung die Resultate messbar verbessert, kann Herr mit Zahlen belegen: „Mit unserem neuen Konzept haben wir es geschafft, die Reaktions- und Antwortzeit bei Kundenanfragen um 90 Prozent zu reduzieren. Wo Kunden früher zum Start der Grillsaison über zwei Wochen auf eine Antwort und ihre Ersatzteile warten mussten, wird heute jede Kundenanfrage innerhalb von maximal zwei Tagen gelöst. Und das bei gleichbleibender Qualität.“ Dafür sorgt das neue Konzept und IT-System, das Weber-Mitarbeiter intelligent an den verschiedenen Standorten vernetzt und im Kundenservice zusammenarbeiten lässt. Digital und kundenfreundlich.

Perspektivenwechsel. 13 Uhr am frühen Nachmittag auf einer Dachterrasse in Berlin. Der schwarze Grilldeckel wird behutsam nach oben geklappt. Ganz langsam und mit viel Gefühl. Keine Millimeterarbeit, aber Anspannung pur. Wegen des Steaks. Herr schneidet es in feine, zartrosa Streifen und serviert. Der Service stimmt hier schon mal. Und der Garpunkt sowieso.

Info

Foto: Porsche Consulting GmbH

## Linksammlung

### Link zu diesem Artikel

<https://newsroom.porsche.com/de/2019/unternehmen/porsche-consulting-weber-grill-hersteller-hans-juergen-herr-service-18408.html>

### Media Package

<https://newsroom.porsche.com/media-package/02c5ba30-7913-4789-bed6-c0907bc41048>

### Externe Links

<https://www.porsche-consulting.com/en/home/>