



Ein Bild sagt mehr als 1000 Worte – Das Kabinentraining bei der Deutschen Lufthansa AG

Die Herausforderung: Der Markenwert „Persönliche Zuwendung“ gehört zum Selbstverständnis des Lufthansa Kabinenpersonals. Dieses Versprechen gilt auf allen Flügen und trägt maßgeblich zur Kundenzufriedenheit bei. Die Umsetzungsverantwortung liegt bei den Flugbegleitern, die die Kunden vom Check-In bis zum Aussteigen begleiten und das Flugerlebnis der Fluggäste weitgehend prägen.

Doch welche Serviceerwartungen haben die Fluggäste? Welche kritischen Momente können entstehen? Wie sieht exzellenter Kundenservice aus?

Das Ziel: Unsere Flugbegleiter sollen stets auf hohem standardisiertem Niveau mit exzellentem Service für die Passagiere agieren und reagieren können. Die Unterweisung der Flugbegleiter sollte nicht mit erhobenem Finger durchgeführt werden, sondern nachvollziehbar und prägend sein sowie nachhaltig wirken.

Die Aktion: Der Fachbereich Kabine der Deutschen Lufthansa AG nutzte im Training und in Mitarbeiterkontak-

ten mit den Crews ein großes Schaubild – ein sogenanntes Dialogbild. Ähnlich wie Wimmelbilder in Kinderbüchern werden auf Dialogbildern Prozesse, Abläufe und Situationen dargestellt, um den Betrachtern einen Überblick zu geben und Zusammenhänge besser zu vermitteln – nur viel größer.

Mit dem Dialogbild „Service Excellence“ gelingt es den Flugbegleitern, problemlos ihre Perspektive zu wechseln. Es ermöglicht, dass die Trainer über die unterschiedlichen Szenen mit den Mitarbeitern in den Dialog über ihr Tun an Bord zu treten. Auf diese Weise fällt es den Flugbegleitern leichter über richtiges und falsches Verhalten zu sprechen, ohne sich selbst oder andere beim Namen zu nennen.

Beispielsweise empfängt im Positiv-Bild beim Einsteigevorgang eine Flugbegleiterin einen abgehetzten Geschäftsmann mit einem Glas Wasser und einem sympathischen Lächeln. Auf den „Verbotsschildern“ im roten Kreis sind Flugbegleiterinnen zu sehen, die unaufmerksam ein Magazin lesen oder mit dem Handy beschäftigt sind. Diese Negativ-Szenen können über die Positiv-Szenen des Dialogbildes gelegt werden und direkt verglichen werden. Für die Verantwortlichen hat das einen klaren Nutzen: Ein Bild sagt mehr als tausend Worte. Die Crews finden sich in den Szenen wieder. Das Anschauen und Wiedererkennen von Szenen ist Grundlage für ein gemeinsames Verständnis ohne Anklage. Darüber hinaus entstehen dann fast automatisch Geschichten und Beispiele aus dem eigenen persönlichen Bordalltag. Das nachhaltige Lernen ist damit gesichert. ▶



UNTERNEHMENSSTECKBRIEF

Unternehmen:

Deutsche Lufthansa AG

Branche:

Luftfahrt

Mitarbeiter:

116.000

Ansprechpartner:

Ursula Schulze, Gruppenleiterin
Training und Entwicklung Kabine
Frankfurt

Kontakt:

ursula.schulze@dlh.de