



Externer Kundendienst im Ketteler Hof

DER MITMACH-ERLEBNISPARK

Ein gut funktionierender Kundendienst ist für jedes Unternehmen ein wichtiges Thema, das leider immer noch unterschätzt wird. Gerade bei einem Freizeitpark, der ja letztlich Emotionen verkauft, ist die direkte Kommunikation mit dem Kunden ein durchaus zeitaufwändiges Unterfangen, das letztlich auch Personal bindet, das an anderer Stelle dringend benötigt wird. Der nordrhein-westfälische Freizeitpark Ketteler Hof hat deshalb vor fast zwei Jahren seinen Gästeservice der Essener CMS24 Connect Marketing Service GmbH anvertraut und damit sehr gute Erfahrungen gemacht.

Wir wollten wissen, welche Fragen im Tagesgeschäft bei den Gästen aufkommen und welche Vorteile die Zusammenarbeit mit einem externen Dienstleister bieten kann. Zu diesem Zweck konnten wir mit Julian Eichenhofer, Geschäftsführer des Freizeitparks Ketteler Hof, und Thomas Bergmann, Geschäftsführer der CMS24 Connect Marketing Service GmbH, über das Thema sprechen.

Interview

parkscout|plus: Wie sind Sie allgemein auf die Idee gekommen, für Ihren Kundendienst mit einem externen Dienstleister zusammenzuarbeiten? Welche Vorteile haben Sie jetzt dadurch?

Julian Eichenhofer: Wir schätzen den persönlichen Kontakt grundsätzlich sehr, denn er gehört zu unserer Philosophie. Als familiengeführter Betrieb haben wir, die Geschäftsleitung, die Telefonanrufe unserer Gäste immer selbst entgegengenommen. Früher war das auch gut machbar – die meisten wollten einfach nur wissen, ob noch Bollerwagen verfügbar sind oder wie das Wetter bei uns ist. Mit der Corona-Pandemie hat sich das jedoch grundlegend verändert. Durch ständig neue Verordnungen, Auflagen und Vorschriften stieg das Anrufaufkommen sprunghaft an. Viele Gäste möchten bis heute vor ihrem Besuch persönlich mit jemanden sprechen, selbst wenn sie die Informationen bereits über unsere Website finden könnten.

Zwischendurch haben wir versucht, das Anrufaufkommen durch eine umfangreiche Bandansage mit verschiedenen Auswahlmöglichkeiten zu strukturieren – etwa „Drücken Sie die 1 für Preise, die 2 für Öffnungszeiten“ und so weiter. Eine Auswertung hat jedoch gezeigt, dass sich über 90 % der Anrufenden trotz dieser Optionen am Ende dennoch zu einem Mitarbeitenden durchstellen ließen. Das hat uns deutlich gemacht, dass unsere Gäste den persönlichen Kontakt bevorzugen.



Unser Gesprächspartner Julian Eichenhofer

Also haben wir die Anrufe wieder selbst angenommen, allerdings hatten wir kein festes Serviceteam, sondern ein mobiles Telefon, welches in unserem Büro herumgereicht wurde. Wer gerade Zeit hatte, ging ran – manchmal waren es 50, an anderen Tagen aber auch 150 Anrufe. Wenn parallel viele Gäste im Park sind, bleibt kaum Raum, um jedes Gespräch so freundlich und ausführlich zu führen, wie man es eigentlich möchte. Deshalb haben wir entschieden, den telefonischen Gästeservice an eine externe, spezialisierte Stelle auszulagern. Uns war dabei wichtig, dass die Anrufe weiterhin persönlich, freundlich und kompetent beantwortet werden – ebenso, wie man es von uns gewohnt ist. Mit CMS24 haben wir einen Partner gefunden, der genau das erfüllt. Die Mitarbeitenden dort sind mit unseren Themen bestens vertraut und können unseren Gästen zuverlässig weiterhelfen. Für uns bedeutet das eine spürbare Entlastung im Tagesgeschäft – und für unsere Besucher die Gewissheit, dass sie jederzeit einen erreichbaren und kompetenten Ansprechpartner haben.

parkscout|plus: Und wie sind Sie damals auf CMS24 aufmerksam geworden?

Julian Eichenhofer: Genau zu dieser Zeit bekam ich damals die Parkscout auf den Tisch, in der das Interview mit Herrn Bergmann veröffentlicht wurde. Damit hatte ich die Lösung für mein Problem.

Also habe ich Herrn Bergmann kontaktiert, wir wurden uns schnell einig und seitdem übernimmt CMS24 unsere Anrufe.

parkscout|plus: Können Sie vielleicht etwas genauer erklären, wie das Ganze funktioniert?

Julian Eichenhofer: Das Grundprinzip ist schnell erklärt: Wir haben die Telefonnummer, die wir für unsere Gäste auf unserer Website veröffentlicht haben, auf eine Zielrufnummer bei CMS24 umgeleitet. Dort sitzen Mitarbeiter am Telefon, die während der Öffnungszeiten unseres Parks die Anrufe annehmen und die Anfragen unserer Gäste beantworten. Im Idealfall kann CMS24 bereits im Vorfeld alle offenen Fragen und Ungewissheiten klären, um unseren Besuchern eine entspannte Anreise zu ermöglichen.

parkscout|plus: Was haben die Anrufer denn für Fragen?

Thomas Bergmann: Die Bandbreite der Fragen ist wirklich riesig: Wo kann ich Tickets kaufen? Was kosten diese? Gibt es Rabatte? Haben Sie Parkplätze vor Ort? Haben Sie Wickelmöglichkeiten für Kleinkinder? Darf man Hunde mitbringen? Haben Sie vegane Burger? Hat jemand meine Uhr gefunden, die ich im Park verloren habe? Wir haben ein internes Nachrichten- und Informationssystem, mit dessen Hilfe wir schnell und effektiv alle Fragen beantworten können.



Unser Gesprächspartner Thomas Bergmann [Bild: CMS24]

parkscout|plus: Und was geschieht mit den Anrufen, die außerhalb der Öffnungszeiten des Ketteler Hofs eingehen?

Thomas Bergmann: Da kommt unsere neue KI-Lösung namens Sarah zum Einsatz, mit der die Gäste wie mit einem Menschen sprechen und Antworten bekommen können. Sarah ist die perfekte Ergänzung zu den menschlichen Kollegen und ermöglicht den Telefonservice rund um die Uhr. Sarah unterstützt uns auch tagsüber: Sollte ein Anrufer nicht innerhalb kurzer Zeit zu einem Mitarbeiter durchgestellt werden können, bekommt der Anrufer die Wahlmöglichkeit, sich für das Gespräch mit „Sarah“ zu entscheiden oder noch etwas zu warten. Auf diese Weise können wir eine Annahmequote nahe 99,99 % erzielen. Wir haben den Service zusammen mit Julian Eichenhofer für den Ketteler Hof im Laufe der Zusammenarbeit immer weiterentwickelt, so dass die Gäste heute einen wirklich umfassenden Telefonservice geboten bekommen.

parkscout|plus: Das klingt spannend. Wie genau muss man sich das denn vorstellen? Was passiert im Einzelnen, wenn man beim Ketteler Hof anruft?

Thomas Bergmann: Der Anrufer wird automatisch entsprechend der Tageszeit und den Öffnungszeiten des Parks begrüßt

und kann zwischen verschiedenen Optionen wählen. Man kann sich z.B. das aktuelle Wetter vor Ort ansagen lassen oder ob noch Tickets für den Tag verfügbar sind. Auch die Preise der Tickets werden auf Wunsch angesagt. Dafür haben wir eine Schnittstelle gebaut, die mit dem Online-Shop des Ketteler Hofs verbunden ist. Wir haben sogar ein automatisiertes Umfragetool entwickelt, das die Zufriedenheit des Anrufers nach einem Telefongespräch abfragen kann. Das Wichtigste ist jedoch immer der persönliche Kontakt, der nach allem, was wir an Feedback bisher bekommen haben, von den Gästen des Ketteler Hofs sehr geschätzt wird, denn wir können inzwischen fast alle Fragen direkt beantworten. Sollten wir Rückfragen haben, die nur im Park beantwortet werden können, stellen wir durch oder haken vor Ort kurz nach – das passiert aber relativ selten, da unsere Mitarbeiter fortlaufend über die Vorgänge und Aktionen im Park geschult werden.

Julian Eichenhofer: Selbst an turbulenten Tagen bekomme ich mittlerweile nur noch zwei oder drei Anrufe. Alles andere macht CMS24 allein und ich kann mich mit meinem Team voll auf das Tagesgeschäft vor Ort konzentrieren. Das ist eine unglaubliche Entlastung gegenüber der Situation, die ich vorhin beschrieben habe, in der wir uns vor der Zusammenarbeit mit CMS24 befunden haben.





parkscout|plus: Kommen wir einmal zum finanziellen Aspekt: Ein externer Dienstleister kostet ja auch etwas. Konnten Sie durch die Inanspruchnahme des Telefonservices bei CMS24 eine erhöhte Zufriedenheit bei Ihren Gästen und damit verbunden vielleicht auch eine Umsatzsteigerung feststellen?

Julian Eichenhofer: Unser Gästeservice hat sich durch die Zusammenarbeit deutlich verbessert. Früher konnten wir bei hohem Besucheraufkommen längst nicht jeden Anruf persönlich annehmen – viele Gäste mussten lange warten oder probierten es mehrfach, bis sie jemanden erreichten. War das nicht der Fall, haben wir die Anfragen per e-Mail bekommen, was den Arbeitsdruck zusätzlich erhöht hat. Heute bekommen unsere Gäste ihre Fragen schnell und zuverlässig beantwortet – entweder direkt persönlich durch das Team von CMS24 oder durch unsere KI-Agentin Sarah. Das sorgt für eine deutlich höhere Erreichbarkeit und Zufriedenheit auf Kundenseite.

Natürlich ist der Service bei CMS24 mit Kosten verbunden. Wir standen damals vor der Entscheidung, entweder eigene Mitarbeitende ausschließlich für die telefonische Gästekommunikation einzustellen oder den Service auszulagern. Da wir als Freizeitpark stark saisonalen Schwankungen unterliegen – im Sommer mit hohem Besucher- und Anrufaufkommen, im Winter dagegen mit deutlich geringerer Nachfrage – war schnell klar, dass eine feste Personalstelle wirtschaftlich kaum sinnvoll wäre. Hinzu kommt, dass wir während der Hauptsaison von Ende März bis Ende Oktober an sieben Tagen die Woche geöffnet haben. Diesen Umfang dauerhaft mit einer Person abzudecken, wäre kaum möglich. Auch hierfür bietet uns CMS24 eine ideale Lösung: Wir zahlen nur für tatsächlich geführte Gespräche, profitieren aber das ganze Jahr über von einer professionellen Erreichbarkeit. Rechnet man die monatlichen Durchschnittskosten hoch, wäre es unmöglich, dafür eine vergleichbare interne Position zu schaffen – weder finanziell noch organisatorisch.

Ich lese jede Google-Bewertung. Früher haben wir negative Bewertungen oder Beschwerden per E-Mail erhalten, wenn man uns telefonisch nicht erreichen konnte. Das hat sich nun erübrigt. Wir überlegen sogar, ob wir CMS24 nicht auch – zumindest teilweise – den schriftlichen Kundenservice anvertrauen sollen, denn wir bekommen auch viele Anfragen per Mail. Bisher machen wir das noch selbst, aber ich bin mir sicher, dass vieles auch bei CMS24 bearbeitet werden könnte.

Zu Ihrer Frage nach der Umsatzsteigerung: Da wir unsere Tickets seit einiger Zeit ausschließlich online verkaufen, ist es schwer, den



Ticketkauf direkt mit einem zuvor erfolgten Serviceerlebnis am Telefon in Verbindung bringen. Das ist aber auch gar nicht nötig, denn der umgekehrte Schluss wird jedem sofort einleuchten: Ist Dein Gästeservice schlecht, wirst Du zwangsläufig Buchungspotential verschenken. Oder positiv formuliert: ein guter Gästeservice erhöht zwangsläufig das Buchungspotenzial und somit den Umsatz. Zufriedene Gäste kommen gerne wieder und empfehlen uns weiter. Natürlich könnten sich unsere Gäste auch weitgehend auf unseren Webseiten informieren, aber das tun sie eben nicht immer, sondern sie rufen lieber an und wollen statt einer FAQ-



Liste einen Ansprechpartner haben. Insbesondere dann, wenn sie uns spontan besuchen wollen, aber vorher noch eben schnell was geklärt haben möchten.

Thomas Bergmann: Der schriftliche Kundenservice ist eine Aufgabe, die wir ebenfalls gerne übernehmen. Mit unserem Team können wir die Anfragen per E-Mail in den meisten Fällen mit einer wesentlich kürzeren Reaktionszeit bearbeiten, als es im Park möglich ist – insbesondere dann, wenn es saisonal bedingt wirklich viel wird.

Noch ein paar Worte zum Thema „mehr Umsatz durch Ticketbuchung“: Wenn wir für einen Freizeitpark Tickets buchen dürfen, würden wir dies natürlich den Gästen immer anbieten. Manche Gäste nehmen das dankbar an und dann ist unser Service der unmittelbare Auslöser für den Kauf der Eintrittskarten. Aber nicht nur das: auch die Buchung von Übernachtungen, Events und Zusatzleistungen übernehmen wir in dem Zuge gleich mit, wenn der Gast das möchte. Wir sind dabei immer beratend tätig und drängen dem Gast nichts auf.

parkscout|plus: Wenn wir mal einen Strich unter alles ziehen und zu einem Gesamtfazit kommen: Glauben Sie, dass ein externer Dienstleister einen Freizeitpark entlasten kann, und denken Sie, dass ein solches Modell in der Branche immer stärker werden wird?

Julian Eichenhofer: Dass ein Dienstleister einen Freizeitpark entlasten kann: ja, auf jeden Fall. Ich habe es vorhin schon angesprochen: Wir bekommen nur noch sehr wenige Anrufe, weil das Team bei CMS24 mittlerweile fast alles alleine erledigen kann. Die Zusammenarbeit ist unkompliziert, ich habe in Herrn Bergmann jederzeit einen Ansprechpartner und von ihm kommen auch immer wieder Vorschläge, wie man die Sache noch besser machen kann, als sie schon ist. Es läuft einfach super. Ob das Outsourcing dieser Dienstleistung an ein professionelles Contact Center in der Branche in der Zukunft häufiger erfolgen wird: ich denke ja. Wir Parkbetreiber haben alle die gleichen Herausforderungen: Wir müssen den Kunden in jeder Hinsicht etwas Besonderes bieten und dürfen gleichzeitig die Kosten nicht eskalieren lassen. Mit Blick auf den Gästeservice ist CMS24 auf jeden Fall eine gute Lösung.

Thomas Bergmann: Vor allem hat ein Parkbetreiber bei uns kein Risiko, denn wir verzichten komplett auf lange Bindungsfristen. Wir haben auch keine Mindestabnahmen und keine riesigen Monatspauschalen. Wir wissen, was wir können und wollen durch Leistung überzeugen. Wenn wir unsere Arbeit gut machen, dann läuft die Zusammenarbeit lange. Wenn man sich anders entscheidet oder unseren Service nur saisonal nutzen möchte: Kein Thema. Wir sind da, wo und solange wir gebraucht werden, um einen sehr guten Gästeservice zu bieten, den sich jeder Betreiber eines Freizeitparks leisten kann.

Ich lade alle Entscheider, in deren Verantwortungsbereich das Thema Gästeservice liegt, dazu ein, mich einfach anzusprechen, egal über welchen Kommunikationsweg, gerne auch persönlich, z.B. im Rahmen der anstehenden VDFU Connex 2026 in Berlin.

» MV

IHR FREIZEITPARK & UNSER SUPPORT



LASSEN SIE SICH PERSÖNLICH BERATEN:
0201 89089 890

GEMEINSAM BEGEISTERN WIR IHRE GÄSTE!

Freude für Ihre Gäste, Ruhe für Sie — Unser Call Center für Ihren Park

CMS24
MULTICHANNEL CONTACT CENTER