

## Die Tussi aus dem Büro ...

Es war nach einem Seminar abends im Hotel. Ein Kollege, der an einem 24-monatigen Unternehmenstraining teilgenommen hatte, lobte vollmundig an der Theke, welche tolle Wirkung die Bezeichnung „Techniker“ hat. Wir, die wir die Referenten der Trainings waren, traten hinzu und konnten hören, wie er seinen Kollegen den Mehrwert dieser Bezeichnung im Vergleich zu der vormals verwendeten Bezeichnung „Monteur“ schilderte. „Die Bezeichnung ‚Techniker‘ drückt viel besser aus, was wirklich in unseren Männern steckt, denn die sind besser als ihr Ruf“, tönte er. Überhaupt lobte er die im Training verwendeten Begriffe wie „Team“ statt „Kolonne“, oder „Mitwirkende“ statt „Beteiligte“. Dann kam der Satz, der uns als Trainern zeigte, dass die Sprache unbestechlich die Denkweise eines Menschen verrät. Er fuhr nämlich fort: „Das haben inzwischen sogar die dümmsten Monteure kapiert, nur unsere Tussi im Büro, die rafft das nicht.“

Liebe Kolleginnen und Kollegen, diese kleine wahre Begebenheit macht uns deutlich, dass eine oberflächliche Annahme von gut klingenden Begriffen oder das Hochlebenlassen von besonderen Leistungen in Hochglanzprospekten noch lange nicht zu einer Verinnerlichung derselben führt.

Und trotzdem müssen wir zuerst unsere Ansprüche definieren, gleich wie groß der Grand Canyon zwischen Anspruch und Wirklichkeit ist. Je mehr Leistungen wir in unserem Unternehmen auf hohem Niveau definiert haben, desto höher ist die Wahrscheinlichkeit, dass diese Leistungen erreicht werden.

Aber es ist schlicht ein Unding, wenn wir uns bemühen, die Leistung unsere Techniker auch in der Bezeichnung zum Ausdruck zu bringen und dann aus einer emotionalen Bewegung heraus mit abwertenden Bezeichnungen wie „die Tussi im Büro“ alles zerstören, was zuvor mühsam aufgebaut wurde.

Unsere Sprache verrät uns: „Wenn die Sprache nicht stimmt, dann ist das, was gesagt wird, nicht das, was gemeint ist. So kommen keine guten Werke zustande. Also dulde man keine Willkür in den Worten.“ – Wie wahr, wie wahr, dieses Zitat von Konfuzius, chinesischer Philosoph, 551 - 479 v. Chr.

Oder: „Der Unterschied zwischen dem richtigen Wort und dem beinahe richtigen ist der gleiche wie zwischen einem Blitz und einem Glühwürmchen“, sagte dazu Mark Twain, US-amerikanischer Erzähler und Satiriker, 1835 – 1910.

In allen Trainings für Kundendiensttechniker beschäftigen wir uns intensiv mit dem, was so bewusst oder unbewusst gegenüber oder im Beisein von Kunden gesprochen wird.

Ein Beispiel aus der Praxis, das Ihnen sicherlich nicht unbekannt vorkommt.

Für einen Kunden wurde ein Bauteil bestellt, sagen wir ein Heizkörper, eine Lampe oder was auch immer. Der Auszubildende des Technikers, der den Auftrag erhält, packt den Heizkörper ins Auto und macht sich auf den Weg. Beim Kunden angekommen, wird zügig die Anlage entleert und der alte Heizkörper (oder die Lampe) demontiert. Dann wird das neue Bauteil ausgepackt und siehe da, es passt nicht. Falsche Größe, falsche Farbe oder was auch immer. Kommt Ihnen das bekannt vor? Auch wenn solche Fehler durch einen durchdachten Prozess fast vermeidbar sind, kann dennoch nicht gänzlich ausgeschlossen werden, dass es zu einer solchen Zielabweichung kommt. Das ist auch nicht das wirkliche Problem. Es ist zwar ärgerlich, denn für den Kunden und uns als Unternehmen entsteht mehr Aufwand. Vielleicht geht sogar der errechnete Deckungsbeitrag völlig verloren.

Doch ob der Auftrag letztlich insgesamt noch gerettet werden kann, entscheidet sich meist in den 5 Minuten nachdem dem Techniker das Problem bekannt wird. Denn leider klingt es dann für den Kunden oft so: „Ach du große Sch... Nein, nein, die haben doch keine Ahnung. Die – gemeint sind wieder die Tussis im Büro – müsste man ...“ Welche Botschaft ist das für unseren Kunden, der uns sein Vertrauen geschenkt hat?

Die Wirkung dieser Worte ist viel stärker als der wirkliche Fehler. Denn der Fehler muss sowieso korrigiert werden. Allerdings ändern sich durch solche negativen Auslassungen die Vorzeichen. Das will heißen, hatte der Kunde bisher eine positive Erwartung bezüglich unsere Qualität, dann wird diese jetzt negativ. Denn es scheint ja an der schlechten Qualität der Mitarbeiter zu liegen. Und solche Fehler scheinen ja auch die Regel zu sein, und nicht die Ausnahme.

Man kann es nicht oft genug sagen: Wenige unbedachte Worte sind schädlicher als der offensichtlichste Fehler. Daher müssen wir uns alle bestimmten Regeln unterwerfen. Gerade im Kundendienst ist der Anspruch an das Zuhören und nützliche Reden sehr hoch. Erfahrene Techniker wissen, wie groß die Gefahr ist, sich negativ über Kollegen oder auch Wettbewerber zu äußern, wenn wirklich Murks gemacht wurde. Doch sie wissen auch, dass solche negativen Äußerungen immer zum eigenen Schaden werden. Zu groß ist die Gefahr an jemanden zu geraten, der solche negativen Äußerungen provoziert nach dem Motto „Ich liebe den Verrat und hasse den Verräter“. Es muss die Regel gelten, egal was geschehen ist, dass wir uns in keiner Weise negativ oder geringschätzig zu Personen oder deren Leistungen gegenüber unseren Kunden oder Geschäftspartnern äußern.

Die UPTODATE-Trainingskarten sind ein ideales Mittel, wichtige Themen präsent zu halten. Die Trainingskarten dienen Chefs als Leitfaden für kurze und inhaltsreiche 10-Minuten-Trainings. Gleichzeitig dienen sie auch als Regelwerk für die Kundendiensttechniker für zielführendes Verhalten im Kundenauftrag. Fordern Sie drei der UPTODATE-Trainingskarten kostenfrei an: Nutzen Sie die Möglichkeiten, sich selbst und Ihre Mitarbeiter im Hinblick auf die steigenden Anforderungen im Service zu trainieren.

#### Ihre Ansprechpartnerin bei weiteren Fragen:



Astrid Cremer  
Telefon: 0 24 04 / 55 15 18  
E-Mail: [astrid.cremer@steffen.de](mailto:astrid.cremer@steffen.de)



Team Steffen AG  
Schaufenberger Str. 61  
52477 Alsdorf