

## Unverschämt ...

Unverschämt! Das muss man sich gefallen lassen! Völlig überzogen! Solche Sätze höre ich immer wieder in Trainings für Kundendiensttechniker und KundenberaterInnen, wenn es um die Ansprüche von schwierigen Kunden geht.

Ja, es gibt sie, die rote Linie. Denn auch in der Kunden- und Lieferantenbeziehung muss ein Maß an Respekt und Fairness gelten, das nicht angegriffen werden darf. Doch wann wird die rote Linie überschritten? Wer entscheidet das? Und woran wird gemessen, ob die rote Linie überschritten wurde?

Die Frage zur Definition der Roten Linie beschäftigt früher oder später jeden Chef und jeden Mitarbeiter in einem Serviceunternehmen, ja vielleicht jeden, der mit Kunden zu tun hat.

Theoretisch lässt sich Service sehr leicht definieren. Meist sogar sehr werbewirksam. Beispielsweise ist „Service ohne Grenzen“ eine Formulierung, die sehr ausdrucksstark und vielversprechend ist. Doch der Alltag bringt sehr schnell die Grenzen der Servicebereitschaft ans Licht.

Eine Situation, die vielen so oder ähnlich bekannt vorkommen wird:

Freitagnachmittag, es ist schon zehn Minuten nach Feierabend an einem sonnigen, doch für die Jahreszeit etwas kühlen Tag. Kurz bevor der Meister das Büro verlassen will, klingelt das Telefon. Obwohl ein verlässlicher Notdienst eingerichtet ist, hebt er noch ab. „Och, da bin ich aber froh, dass ich Sie noch erreiche“, erklingt eine unbekannte Frauenstimme.

„Was darf ich für Sie tun?“, so beginnt das Gespräch.

„Ja, wissen Sie, seit Mittwoch macht unsere Heizung Probleme. Mein Mann und unser Nachbar glaubten den Fehler repariert zu haben, doch gestern war sie wieder aus. Unser Schwiegersohn hat das Gerät erst heute Morgen wieder repariert, denn der repariert alles. Doch seit 4 Stunden bekommen wir die Heizung nicht mehr in Gang.“

„Haben wir diese Heizung gebaut oder schon einmal gewartet?“

„Nein, die hat mein Mann mit seinem Arbeitskollegen gebaut, und die Wartung, die macht immer ein Selbstständiger aus unserer Straße, doch den Kerl, den erreichen wir nicht. Wissen Sie, wir bekommen heute Abend noch Besuch, und es wäre mir sehr peinlich, wenn wir hier mit Jacken am Tisch sitzen müssten. Sie können das doch bestimmt schnell reparieren, damit wir gleich in Ruhe unsere Gäste empfangen können?“

Was nun? Nein, das geht überhaupt nicht, die sind selbst schuld. Erst drei Tage experimentieren, dann ist die billige One-Man-Show mit 24-Stundendienst nicht erreichbar, und jetzt, jetzt rufen die uns an. Das geht nicht! Oder: Service ohne Grenzen? Also vorbehaltlos auch diesen Kunden bedienen? Ja! Sogar mit Freude! Denn ein Neukunde ist ein besonderes Geschenk.

Die Entscheidung liegt bei Ihnen. Egal, wie Sie sich entscheiden: Ihre Entscheidung hat Konsequenzen. Und zwar manches Mal sehr weitreichende. Aus eigener Erfahrung weiß ich, dass Kunden, die sich in einer besonderen Not an uns wenden, oft Dauerkunden werden. Natürlich gibt es auch solche, die tatsächlich, wenn die Not beseitigt ist, uns wieder den Rücken kehren und den 6 oder 10 Euro günstigeren Handwerker aus der Straße rufen, wenn er denn erreichbar ist. Hilfestellung für die beschriebene Situation könnte die Preisfindung geben, denn ein guter, verlässlicher Service ist nicht kostenlos, der muss auch anständig bezahlt werden. Das ist wirklich keine neue Weisheit. Deshalb kann eine angemessene Notdienst-Bereitschaftspauschale, die den Nicht-Stammkunden vorher angekündigt wird, helfen, die Ernsthaftigkeit der Notlage und die Bereitschaft für einen guten Service entsprechend zu honorieren.

Die Problematik von „Service ohne Grenzen“ oder einer „Mit uns nicht-Haltung“ ist viel umfänglicher, als viele Chefs es erkennen.

Dazu ein anderes Beispiel:

Mittwochabend. Der Techniker, der von seinem Kollegen nur sehr widerwillig den Notdienst übernommen hat, genießt das Champions League Spiel, worauf er schon zwei Wochen hin giefiebert hat. Kurz vor 22.00 Uhr klingelt das Not-

diensttelefon. „Das kann doch wohl nicht wahr sein!“ Mit den Worten: „Ja, bitte?“ nimmt er das Gespräch an. Am anderen Ende die zögerliche Stimme einer älteren Kundin mit schmalen Geldbeutel. „Ist da die Firma ...?“

„Ja, was kann ich für Sie tun?“

„Entschuldigung, aber in der Küche tropft der Wasserhahn. Ich habe Angst ins Bett zu gehen, denn ich beobachte, dass er immer mehr tropft. Und das Tropfen ins Spülbecken macht mich ganz nervös.“

Liebe Kollegen, wie wünschen wir uns, dass unser Notdiensttechniker entscheidet? Hier klaffen oft die Meinungen von Chef und Techniker sehr weit auseinander, denn Techniker reagieren auf solche Kundenwünsche oft mit völligem Unverständnis. Von Technikern sind in diesem Zusammenhang Sätze zu hören wie „Das ist kein Notfall“, „Die kann warten bis am nächsten Tag“, bis zu „Die spinnt wohl, um 22:00 Uhr wegen eines tropfenden Wasserhahnes anzurufen, das geht gar nicht“.

Jetzt, erst in der unterschiedlichen Bewertung, wird die eigentliche Problematik erkennbar. Denn wer entscheidet, was ein Notfall ist? Der Techniker oder der Kunde? Wer entscheidet, was guter Service ist? Der Kunde oder das Unternehmen? Im schlimmsten Fall wird das von jedem Mitarbeiter nach seiner Vorstellung, nach seiner Gemütslage, selbst entschieden.

Lassen Sie mich zur Verdeutlichung noch ein weiteres Beispiel darlegen, das Bände spricht. Wir haben für unser Unternehmen den Anspruch „Service ohne Grenzen“ sehr intensiv erörtert. In vielen Gesprächen sowie in betriebswirtschaftlichen Betrachtungen und Schulungen zum Thema haben wir einen Service entwickelt, den kein Wettbewerber überbieten kann. Wirklich keiner! Darauf sind wir sehr stolz, denn das entspricht genau dem Geist unserer Unternehmensphilosophie. Darin heißt es unter anderem „Wir lassen uns im Nutzen bieten von keinem unserer Wettbewerber übertreffen“. Unser unübertreffbarer Service lautet kurz und knapp „Wunschtermin“ oder in ganzen Sätzen: „Ihren Auftrag führen wir gern zu dem von Ihnen gewünschten Termin aus. Zu jeder Tages- und Nachtzeit. An sieben Tagen in der Woche.“ Okay, die zahlreichen Bedenken, die in diesem Zusammenhang immer wieder von Technikern wie auch von Chefs angeführt werden, sind uns sicherlich alle schon einmal zu Ohren gekommen. Bitte glauben Sie uns, bisher waren keine Bedenken dabei, die uns von unserer Überzeugung hätten abbringen können. Zumal wir diese schon seit Jahren praktizieren und offensiv bewerben. Letztlich war es unsere Radiowerbung, die ans Licht brachte, was den Unterschied ausmacht. Seit Jahren werben wir in den Wintermonaten in zwei unterschiedlichen regionalen Radiosendern mit einem schönen (ca. 30 Sekunden-) Spot. Zu hören im Internet unter [www.wunschtermin.de](http://www.wunschtermin.de). So kam es, dass ich zu einem Bekannten durchs Gartentor ging, und dort saß ein Kundendiensttechniker eines Kollegenbetriebes. Noch nicht ganz auf der Terrasse angekommen, wurde ich von diesem sofort aufgeregt wie folgt begrüßt: „Rolf, was machst du? Bist du eigentlich völlig verrückt? Mein Alter, der hat eure Radiowerbung gehört. Der dreht jetzt völlig am Rad, der will so einen Sch... jetzt auch machen. Der ist doch bekloppt.“

Liebe Kolleginnen und Kollegen, mein Kollege ist zu bedauern. Denn mit dieser Denke hat er schon am Start verloren. Um beim Fußball zu bleiben, für diese Mannschaft lohnt es nicht, sich umzuziehen und auf den Platz zu laufen, denn mit dieser Mentalität ist kein Spiel zu gewinnen.

Im Service ist es wie mit den Garantiebedingungen. Je länger sie sind, desto weniger ist drin. Darum machen wir es kurz. Der Kunde ist das Maß aller Dinge. Grenzen werden allein durch Missachtung von Respekt und Fairness definiert, jedoch nicht durch unsere Leistungsangebote.