

Missverständnisse kosten Geld

Pannen und Stress kann man vermeiden, indem man ein paar Regeln der Kommunikation beachtet.

■ Pannen und Stress scheinen schon zum Alltag zu gehören. Meist schaut man gar nicht mehr genau hin, weil man sie für unabwendbar hält, so wie eine Regenfront, die heranzieht und die Außenarbeiten erschwert. Kann man Stress und Pannen überhaupt vermeiden?

Wer hat das nicht schon erlebt? Da weist ein Kunde ausdrücklich darauf hin, dass er eine gute Arbeit wünscht. Vielleicht erzählt er noch nebenbei, wie oft er schon von Malern enttäuscht wurde. Der Malermeister will ihm beweisen, wie gut sein Betrieb arbeitet, legt sich voll ins Zeug, investiert möglicherweise sogar noch mehr Zeit, als er bezahlt bekommt und – der Kunde meckert; als Begründung seiner Kritik führt er irgend eine Nebensächlichkeit an. Verärgerung auf beiden Seiten. Schlimmstenfalls ist sogar ein potenzieller Kunde verloren. Was ist passiert?

Vorstellungen bestimmen unser Handeln

Offensichtlich hatte jeder, Malermeister wie Kunde, etwas Anderes vor Augen beim Begriff „gute Arbeit“. Ein Bild macht das klar: Wir alle tragen „eine Brille“. Die Brillengläser sind eingefärbt durch unsere Erfahrungen, was wir erlebt haben, für Wert erachten usw. Diese Brille wuchs im Laufe unseres Lebens heran. Dieses Bild macht klar: Jeder hat seine eigene Brille, schaut mit seiner eigenen Brille, die jeweils ganz individuell eingefärbt ist, auf seine Welt. Da andere Menschen eine andere Lebensgeschichte haben, erklärt es sich, dass sie eben auch eine andere Brille haben müssen. Wenn man sich das bewusst macht,

wird einem klar, dass man sein Gegenüber nur verstehen kann, wenn man die eigene Brille einmal ab- und die seines Gesprächspartners aufsetzt. In unserem oben erwähnten Beispiel heißt das: Man fragt den Kunden, was denn er unter einer „guten Arbeit“ versteht, also worauf er besonderen Wert legt.

Worte sind nur Worthülsen

Das vor Augen kann man besser verstehen, dass Worte eigentlich nur Worthülsen sind, die jeder mit dem füllt, was er erlebt hat, für Wert hält usw. Zielgerichtete Kommunikation bedeutet, die Worthülsen unseres Gegenübers zu knacken, an den Inhalt heranzukommen, diesen offen zu legen. Im Gespräch mit Kunden sind Fragen hilfreich, wie: „Was verstehen Sie unter ...?“ – „Wie soll das konkret aussehen?“ – „Beschreiben Sie mir doch mal bitte, wie Sie sich das am Ende vorstellen; malen Sie mir bitte mit Worten das Bild, das Sie als Endlösung vor Augen haben.“ Im Gespräch mit einem Mitarbeiter ist wichtig, überhaupt erst einmal zu erfragen, was er unter Begriffen wie z.B. „Höflichkeit dem Kunden gegenüber“, „abdecken“, „Sauberkeit“ usw. versteht. Jeder kann sich gewiss an Begebenheiten erinnern, wo Auszubildende Dinge gemacht haben, die man einfach nicht für möglich gehalten hat, weil man selber gar nicht „so blöd denken“ konnte. Man hatte etwas für selbstverständlich gehalten, und es war ja auch selbstverständlich aus der eigenen Sichtweise, doch das ist meist eine Falle. Hier hilft z.B. zurückzufragen: „Was haben Sie jetzt verstanden, was Sie tun sollen? Beschreiben Sie es mit Ihren Worten. Wie soll das kon-

kret auf dieser Baustelle aussehen?“

Wenn der Malermeister beim Kunden dann auch noch bereit ist, über seinen Tellerrand hinauszuschauen und erfragt, ob noch weitere Maßnahmen geplant, also möglicherweise noch andere Gewerke eingebunden sind, mit denen man am besten Hand in Hand arbeitet, beweist er erstens seine Kompetenz, zweitens fühlt sich der Kunde bestens betreut; das schafft Vertrauen und somit Kundenbindung. So könnte der Malermeister evtl. dabei erfahren, dass nach der Renovierung noch neue Lampen auszusuchen sind. Stopp! Man kann davon ausgehen, dass nicht allein neue Lampen, sondern eine neue Beleuchtung installiert wird. Das bedeutet, dass noch Leitungen zu verlegen sind. Und das **nach** dem Tapezieren oder/und Streichen? Doch all das erfährt man nur, wenn man mit dem Kunden spricht, klärt, was er insgesamt vor hat.

Eine gute Investition

Es hieß einmal in der Werbung, „Es war schon immer etwas teurer, einen besonderen Geschmack zu haben.“ Ändern wir es ab: „Es brachte schon immer einen Zeitgewinn, wenn man im Vorfeld etwas mehr Zeit investierte.“ Ergänzt sei: „...und das an der richtigen Stelle.“

Irene Maria Klöppel

Kontakt:
Irene Maria Klöppel
Johanniterstraße 105
51067 Köln
Tel.: (0221) 641041
kontakt@kloeppe-beratung.de
www.kloeppe-beratung.de