



Fettnäpfchen gekonnt vermeiden

## Kompetenter Umgang mit Kunden

Kunden werden immer anspruchsvoller und wollen eine möglichst perfekte Leistung. Aus diesem Grund kommt dem Verhalten des Handwerkers bzw. Monteurs beim Kunden vor Ort eine Schlüsselfunktion zu. Nur wer die Bedürfnisse, Wünsche und Erwartungen des Kunden kennt und nach ihnen handelt, steht auf der Gewinnerseite. Praxistips dazu bietet dieser Artikel, der auf dem Buch „Mehr Erfolg im Umgang mit Kunden“ basiert.

Nachfolgend wird erläutert, wie der Handwerker mit einer Enttäuschung des Kunden umgeht, welche Tabuwörter und Tabusätze er vermeiden sollte, wie er seine Leistung gegenüber dem Kunden angemessen präsentieren kann und was beim Loben zu beachten ist.

### Enttäuschung des Kunden

„Enttäuscht sind wir, wenn unsere Erwartungen nicht eintreffen.“ – Kunden haben an den Handwerker konkrete Erwartungen und reagieren enttäuscht, wenn diese nicht erfüllt werden. Ein Beispiel: Trotz aller Vorbereitung stellen Sie beim Auspacken der Einzelteile fest, dass der Whirlpool nicht abgeschlossen werden kann und das fehlende Teil erst bestellt werden muß. Der Kunde hat sich auf seine neue Badewanne eingestellt und ist nun enttäuscht. Sie müssen das Gefühl des Kunden akzeptieren und ihn verstehen. Bieten Sie sofort eine Lösung an. Verzetteln Sie sich nicht in Schuldzuweisungen. Dies stellt nur Ihre Firma oder Ihre Lieferanten in ein schlechtes Licht und löst in keiner Weise das aktuelle Problem.

#### Besser nicht:

- Unverständnis zeigen, gleichgültig sein, wie z.B. „Ist doch nicht meine Schuld . . .“
- Kein Interesse an einer Lösung zeigen wie z.B. „Rufen Sie doch mal in der Firma an.“

#### Kommt gut an:

- Bringen Sie dem Kunden Verständnis für seine Enttäuschung entgegen: „Ich verstehe, dass Sie enttäuscht sind. Sie haben sich sicher gefreut, heute abend schon in Ihrem Whirlpool zu liegen.“
- Bieten Sie Lösungen an; unternehmen Sie aktiv etwas für die Eingrenzung des Schadens: „Ich rufe sofort in der Firma an und kläre ab, wann das fehlende Teil geliefert werden kann . . .“
- Lassen Sie sich für den Kunden ein „Extra-Bonbon“ einfallen (Gratis-Leistung, Zusatzleistung, vergünstigte Leistung, Sonderrabatt).

#### Was habe ich als Handwerker davon?

Ich habe die Möglichkeit, mich und meine Firma als flexibel und kreativ bei der Lösung von auftretenden Problemen darzustellen. Bei gutem Ausgang wird die Zufriedenheit des Kunden über die Auftragsabwicklung erhöht.

### Tabuwörter und Tabusätze

„He, Chefin, wo ist hier die Baustelle?“  
– Tabuwörter sind Worte und Begriffe, die Sie als Handwerker in Kundengesprächen nie benutzen sollten. Sie sind in ihrer Wirkung destruktiv und bringen Sie nicht weiter. Tabuwörter sind z. B.: „Baustelle“, „Problem“, „problematisch“, „schwierig“, „Dreck“, „Lärm“, „kaputt“, „nie“, „niemals“, „unmöglich“.

Tabusätze sind z. B.: „Weiß ich nicht!“; „Ist nicht mein Gebiet!“; „Da hab’ ich nichts damit zu tun!“; „Das ist Ihr Problem!“; „Unmöglich! Das geht nicht!“; „Das gibt es doch gar nicht!“; „Das sehe ich aber völlig anders!“; „Das dürfen Sie so nicht sehen!“

Benutzen Sie bei privaten oder gewerblichen Kunden in bewohnten Räumen nie den Begriff „Baustelle“ für einen Montageort. Ein unbedacht gerufenes „Wo ist hier die Baustelle?“ wertet die Wohnung des Kunden ab. Besser: Einsatzort, Montageplatz, Montageort.

#### Besser nicht:

- Gedankenlos Tabuwörter und Tabusätze verwenden.
- Aus Bequemlichkeit nicht umdenken und Neues hinzulernen.

– Kraftausdrücke und Vulgärsprache benutzen.

– Negativ-Formulierungen verwenden (nicht, keine . . .)

**Kommt gut an:**

Formulieren und üben Sie bewußt positive Wörter und Sätze wie z. B.:

– „Das ist einfach, leicht zu schaffen, läuft prima, mache ich gerne, ist schnell erledigt!“

– „Da bin ich zwar selbst überfragt, aber ich kümmere mich sofort darum!“

– „Lassen Sie mich nachdenken. Mir fällt sicher eine Lösung ein!“

– „Wann das Ersatzteil kommt, kann uns mein Kollege aus dem Warenlager sagen. Ich rufe ihn gleich an, dann wissen wir es.“

– „Lassen Sie uns gemeinsam überlegen, wie wir doch eine Lösung finden.“

– „Mein Lösungsvorschlag ist . . .“

**Was habe ich als Handwerker davon?**

Auch durch die Sprache und die Wortwahl zeige ich, dass ich meinem Kunde als Problemlöser zur Seite stehe und kein Problembereiter bin. Damit schaffe ich die Basis für eine gute Kundenbeziehung.

### Lob tut gut und motiviert

Wir leben in einer Welt des Meckerns und sollten wieder lernen, uns und Andere zu loben. – Lob tut gut und motiviert zu mehr Leistung. Dies gilt für



Perfektionieren Sie Ihren Auftritt beim Kunden: von der Begrüßung mit Visitenkarte bis zur Reinigung

Sie als Handwerker und gleichermaßen für Ihre Kundschaft. Auch der Kunde möchte gelobt werden, z. B. für einen gut vorbereiteten Arbeitsplatz, eine schmackhafte Brotzeit, einen frischen Kaffee, ein schönes Haus, einen blühenden Garten usw. Besonders die Entscheidung, sich etwas Neues angeschafft zu haben und die Tatsache, daß der Kunde es bei Ihrer Firma erworben hat, verdient ein besonderes Lob. In unserer Gesellschaft wird viel mehr kritisiert als gelobt. Ein ehrlich gemeintes Lob verschafft Ihnen viele Sympathien. Falsches Lob und Heuchelei werden jedoch schnell enttarnt. Deshalb sollten Sie sich lieber nicht äußern, wenn Sie es nicht ernst meinen. Sie können aber geschickt ausweichen, indem Sie z. B. sagen: „Das ist ein zeitloses Design, etwas ganz Besonderes“, wenn Sie mit dem Kundengeschmack nicht übereinstimmen.

**Besser nicht:**

– Für empfangenes Kundenlob nicht danken oder es abwerten.

– Alles für selbstverständlich hinnehmen, nichts loben.

**Kommt gut an:**

– Danken Sie dem Kunden für sein Lob. Lächeln Sie, freuen Sie sich mit ihm: „Dankeschön, es freut mich, dass Ihnen alles so gefällt.“ oder: „Vielen Dank, es freut uns, daß Sie mit uns zufrieden sind.“ „Danke, Ihr Lob freut uns sehr. Wäre schön, wenn alle Kunden so wären wie Sie!“

– Loben Sie den Kunden, es tut ihm gut. Senden Sie Ich-Botschaften aus, treffen Sie konkrete Aussagen, so wird Ihr Lob noch wirkungsvoller. Schauen Sie den Kunden dabei an.

– Loben Sie nur, wenn Sie es ehrlich meinen: „Mir gefällt Ihr neues Bad ganz besonders gut. Es ist hell und die neue Holzdecke, die Sie ausgesucht haben, paßt hervorragend zu den Fliesen. Sie wissen wirklich, was harmonisch ist.“

**Was habe ich als Handwerker davon?**

Viele Leute begehren danach, gelobt zu werden. Indem ich meinen Kunden lobe, zeige ich ihm meine Wertschätzung. Er freut sich und wird damit eher geneigt sei, auch mich zu loben und meine Arbeit in einem positiveren Licht sehen.

**Der Tip für den Chef**

– Loben Sie Ihre Mitarbeiter. Viele Unternehmer kommunizieren nur dann mit den Monteuren und Handwerkern,

### Buchtipp

#### Handwerker-Knigge

In ihrem Buch „Mehr Erfolg im Umgang mit Kunden – Der erste „Knigge“ für Handwerker“ beschreibt Umberta Andrea Simonis anschaulich, wie Handwerker ihre Kundenbeziehungen verbessern können. Simonis schärft den Blick dafür, dass die Kunden eigentlich



das wertvollste Kapital jedes Handwerksbetriebs sind. Denn letztlich entscheidet das Verhalten der Service-Mitarbeiter vor Ort über das Fortbestehen und den Erfolg einer Kundenbeziehung. Das Buch beschäftigt sich in 80 typischen Themenblöcken und Musterdialogen mit der erfolgreichen Gestaltung der Beziehung Kunde/Handwerker. Die praxistauglichen Beispiele sind aus der Sicht des Fachmanns geschrieben. Alle Tipps lassen sich einfach und sofort umsetzen und unterstützen den Handwerker bei seiner Arbeit. Die Autorin hat dazu ihre jahrelange Beratungserfahrung als Trainerin von Mitarbeitern des Handwerks einfließen lassen.

Das Buch „Mehr Erfolg im Umgang mit Kunden“ (4. Aufl. 2004, Hardcover, 192 Seiten) ist für 19,90 Euro (zzgl. Versandkosten) erhältlich bei:

Gentner Verlag  
Forststraße 131, 70193 Stuttgart  
Telefon (07 11) 63 67 28 64  
Telefax (07 11) 63 67 27 35  
E-Mail: [peters@gentnerverlag.de](mailto:peters@gentnerverlag.de)



Tabuwörter beim Kunden sind z. B. „Baustelle“, „Problem“, „Dreck“, „Lärm“

wenn es eine Reklamation oder Ärgerliches zu besprechen gibt. Der Handwerker geht in solchen Fällen auf Dauer kommunikativ auf Distanz und hat keine rechte Motivation mehr, mit dem Chef zu reden. Wertschätzen Sie die vielen Aufträge, die Ihre Mitarbeiter perfekt ausführen, auch wenn Sie oft vom Kunden kein Lob hören.

– Veranstalten Sie monatliche oder wöchentliche Monteur-Treffen im Haus, in denen Sie gute Leistungen hervorheben und loben. Besprechen Sie dabei auch Verbesserungsmöglichkeiten bei anderen Aufträgen.

### Stolz des Handwerkers

Was Handwerker können, können nur Handwerker! – Der Handwerker ist tatsächlich ein Meister in vielen Disziplinen. Der Kunde wünscht sich von ihm folgende Eigenschaften:

- Fachlich hoch qualifiziert – ein Meister seines Fachs
- Athletisch und kraftvoll – wie Schwarzenegger
- Feinsinnig und einfühlsam – wie ein Psychotherapeut
- Redegewandt und witzig – wie Thomas Gottschalk
- Sauber und porentief rein – wie Ariel
- Gut aussehend und sympathisch – wie Sascha

– Flexibel und erfinderisch – wie Daniel Düsentrüb.

Kaum ein Berufsbild ist so vielschichtig und voller unterschiedlicher Anforderungen wie das des Handwerkers. Jeder Tag ist eine Prüfung, die es zu meistern gilt. Bei diesen Tatsachen kann der Handwerker mit Recht stolz auf seine Aufgabe und sich selbst sein. Kein wirklich guter Handwerker braucht „sein Licht unter den Scheffel“ zu stellen. Machen Sie dem Kunden bewußt, daß Ihre Leistung hochwertig ist und Sie Ihren Preis wert sind. Was Sie können, können nur gute Handwerker. Seien Sie sich dessen bewußt und lassen Sie sich auch vom Kunden loben.

**Besser nicht:**

- Emotionslos und stumm „Dienst nach Vorschrift“ machen.
- Nichts erklären, Abnahme im Vorbeigehen machen: „Wir sind fertig. Ich brauch’ noch eine Unterschrift von Ihnen.“

**Kommt gut an:**

- Erklären Sie zu Anfang dem Kunden, was Sie tun werden, binden Sie ihn mit ein.

– Wenn Sie mit Ihrer Aufgabe fertig sind, machen Sie mit dem Kunden bewußt eine Präsentation und Abnahme. Präsentieren Sie Ihr Werk, teilen Sie die Freude des Kunden: „Frau Meier, es ist so weit. Wir haben Ihren neuen Whirlpool fertig montiert. Kommen Sie bitte mit, er ist wirklich toll geworden!“ Darauf kann der Kunde nur loben und sich mit Ihnen freuen.

– Nehmen Sie Lob an und genießen Sie es: „Das freut uns, wenn die neue Küche Ihnen gefällt. Das ist auch für uns schön, wenn Sie mit unserer Arbeit zufrieden sind.“

– Lassen Sie den Kunden bei einer kniffligen Problemlösung teilhaben und präsentieren Sie Ihre Lösung bewußt. So wird der Kunde noch viel mehr erleichtert und von Ihnen begeistert sein: „Also, den Heizkessel wieder in Gang zu bekommen, war ein schönes Stück Arbeit. Aber jetzt läuft er wieder ‚wie eine Eins‘. Ich freue mich für Sie.“

– Perfektionieren Sie Ihren Auftritt beim Kunden. Von der Begrüßung mit Visitenkarte bis zur Reinigung. Verblüffen Sie Ihren Kunden.

**Was habe ich als Handwerker davon?**  
Der Kunde erlebt mich als engagiert und mit vollem Herzen bei der Sache.

### Seminartipp

#### Handwerker als Visitenkarte des Unternehmens

- Seminarziel: Sympathischer und souveräner Umgang des Monteurs/Handwerkers mit dem Kunden von der Begrüßung bis zur Verabschiedung, auch in schwierigen Situationen und bei schwierigen Kunden.
- Ziel für den teilnehmenden Handwerksbetrieb: Begeisterte Kunden, mehr Empfehlungen, mehr Folgeaufträge, mehr Anerkennung für den Mitarbeiter.
- Dauer: je 1 Tag Basis- und Aufbautraining
- Termine: nach Vereinbarung
- Ort: firmenintern in ganz Deutschland

**Kontakt:** Simonis Service Agentur, Morellstrasse 16, 86159 Augsburg, Telefon (08 21) 57 31 17, Internet: [www.simonis-serviceagentur.com](http://www.simonis-serviceagentur.com)

Er kann meine Leistung nachvollziehen. Er wird mir dankbar sein und gerne Trinkgeld geben.

#### Der Tipp für den Chef

Bauen Sie Ihre Handwerks-Mitarbeiter auf. Machen Sie ihnen die vielfältigen Anforderungen und Aufgaben bewußt. Bestärken Sie Ihre Leute, daß sie „einen wichtigen Job machen“. Stärken Sie Ihre Mitarbeiter im Bewußtsein, nicht austauschbar zu sein. Lassen Sie sich bei tollen Leistungen Ihrer Mitarbeiter sinnvolle Geschenke und Prämien einfallen (Fitneßstudio-Abo, Kurzurlaub, Weiterbildung für die Persönlichkeit, Wunsch-Zeitschriften-Abo . . .).



.....  
Diplom-Kommunikationsdesignerin Umberta Andrea Simonis hat sich mit ihrer Simonis Service Agentur auf innovative Maßnahmen zur Serviceoptimierung, Kundenbindung und Neukundengewinnung spezialisiert. Schwerpunkte ihrer Arbeit sind u. a. Beratung, Trainings und Vorträge im Bereich Handwerksmarketing, die sie zusammen mit ihrem Trainerteam bundesweit ausführt.  
.....