

AUF DAS PERSÖNLICHE ERSCHEINUNGSBILD KOMMT'S AN

Ordentlich macht's Leben leichter



Wer sich so auf zum Kunden macht, füttert das, was böse Zungen unserem Handwerk oft nachsagen

Jeder kennt das Sprichwort „Wie man kommt gegangen, so wird man auch empfangen“. In der Tat neigen viele dazu, andere Menschen zunächst einmal nach dem äußeren Eindruck zu beurteilen. Wenn der Kunde den Monteur „von oben herab“ behandelt, kann das manchmal an seinem ungünstigen Outfit liegen.

Wer Fachkompetenz auch optisch verkörpern möchte, der sollte nicht wie Nachbars Lumpi gekleidet sein. Damit steht man sich tatsächlich selber ein wenig im Weg. Der Kunde kann sich dann nämlich erst einmal nicht so richtig vorstellen, dass man Ahnung von seinem Fach hat. Man muss ihm das dann erst mal durch Taten beweisen. Oder anders ausgedrückt: Hier gilt es zunächst eine Hemmschwelle abzubauen, die mit ordentlicher Kleidung gar nicht erst entstanden wäre.

WIR SIND AUCH NICHT ANDERS

„Na typisch, wieder der Kunde, die Mimose...“, mag jetzt der eine oder andere gedacht haben. Aber Hand aufs Herz: Wir selbst sind auch nicht anders gestrickt. Wie würde man wohl

reagieren, wenn einen sein Arzt mit einem blutverschmierten Kittel begrüßen würde? Oder wenn man als Passagier eines Flugzeuges miterleben muss, wie ein unrasierter Herr in Jeans und zerknittertem Oberhemd in Richtung Cockpit strebt und die Fluggäste dahingehend informiert, dass er der Pilot der Maschine sei? Der Mann mag ein noch so begnadeter Flieger sein – glauben wird es ihm in diesem Augenblick wahrscheinlich keiner. Wäre er mit standesgemäßer Uniform angetreten, hätte man seine Kompetenz vermutlich gar nicht erst hinterfragt. Es stimmt also in allen Bereichen: Kleider machen Leute. Apropos Uniform. Auch die SHK-Fachbetriebe tun gut daran, sich einer solchen zu bedienen. Treten alle Kollegen im gleichen Outfit auf, kann der Kunde auf einen Blick zuordnen, zu welcher Zunft man gehört. Kleidet sich jeder wie er

will oder mit dem, was er bereit war für die Arbeit abzustellen, ist dieser Wiedererkennungseffekt natürlich futsch und das Risiko optisch danebenzuliegen steigt.

OUTFIT SCHAFFT IMAGE

Deshalb hat einheitliche Berufskleidung in vielen Betrieben wieder einen hohen Stellenwert. So wird beispielsweise die Bedeutung der Berufskleidung von 17 % der befragten Unternehmen mit sehr hoch bzw. von 75 % mit hoch beurteilt. Bekleidung kann sogar noch werbewirksam sein, wenn sie in den Hausfarben des Unternehmens gehalten und mit dem Firmenlogo versehen ist. Natürlich wirkt diese Kleidung nur dann, wenn sie von allen getragen wird. Es sollten auch genügend Garnituren zum Wechseln vorhanden sein. Denn wenn jemand sein Arbeitszeug nur einmal monatlich in die Wäsche geben kann, der demontiert ganz schnell das positive Erscheinungsbild. Das gilt auch, wenn man nicht in der Lage ist, nach schmutzigen Arbeiten auch mal mitten in der Woche die Latzhose zu wechseln. In welche Art von Latzhose, Jacke oder



Bild: ZVSHK

Es geht auch anders: Ordentliche Imagekleidung vermittelt schon über das Erscheinungsbild Fachkompetenz

takt. Oder noch deutlicher formuliert: Geselle und Lehrling haben für gewöhnlich sehr viel häufiger persönlichen Kontakt mit den Kunden als der Meister selbst. Sie vertreten also ihr Unternehmen nach außen. Und genau das ist eine sehr verantwortungsvolle Aufgabe, die man sich gar nicht oft genug verdeutlichen kann. Der optische Eindruck zählt dabei sehr. Von der Kleidung schließt der Kunde auf die Person. Wer einwandfrei gekleidet ist, der flößt dem Kunden Vertrauen ein und vermittelt ihm auch, dass man ihn schätzt. Gibt der Betrieb mit einem Dress-Code – wie zum Beispiel eine einheitliche Arbeitskleidung – vor, wie man für den Kundenkontakt aussehen sollte, wird die Gefahr optisch daneben zu liegen, kleiner.

Das bedeutet natürlich nicht, dass der Betrieb auch Dinge bestimmen darf, die die Persönlichkeit des Einzelnen einschränken. So wäre zum Beispiel ein „Bart-Verbot“ oder die Forderung nach einem Kurzhaarschnitt nicht durchzusetzen. Allerdings sollte man als wichtiger Mitarbeiter im Kundenkontakt selbst darauf achten, dass das ganz persönliche Erscheinungsbild ordentlich ist. Denn auch dieses trägt dazu bei, dass man gut und stressfrei mit dem Kunden klar kommt.

Die Highlights des No-Go im Kundenkontakt

Was Kunden stört:

- T-Shirts mit Aufdruck eines Fußballvereins oder einer Brauerei
- Schweißränder an der Kleidung
- Barfüßig in Sandalen an heißen Tagen
- Unterhemd-Mitarbeiter
- Schmutzige Kleidung
- Schweißgeruch
- Ausgebesserte Kittel
- Kurze Hosen



Kittel man einsteigt, sollte auf alle Fälle eine Teamentscheidung sein. Nichts ist ätzender, als wenn der Boss Kleidung angeschafft hat, in der man sich unwohl fühlt. Etwa Stoffe, die so atmungsaktiv wie eine Plastiktüte sind und in denen man schon bei nur frühlinghaftem Wetter heftig schwitzt. Oder solche, die Taschen besitzen, die sich bei jeder zweiten Bewegung entleeren. Von Zuschnitten, die kaum Bewegungsspiel bieten mal ganz zu schweigen. Bevor also die Entscheidung zur Mannschaftskleidung fällt, sollte man als Mitarbeiter die Chance haben, das eine oder andere Angebot zu testen. Denn nur wer sich in der Berufskleidung wohl fühlt, wird sie gerne tragen und sich mit ihr identifizieren können.

HALLO HERR AUSSENMINISTER!

Und genau das ist sehr wichtig. Denn der Anlagenmechaniker ist ein Service-Dienstleister mit häufigem Kundenkon-



AUTOR



Unser Autor Dipl.-Betriebsw. Rolf Leicher ist Kommunikationstrainer und Autor. Er bietet Tagesseminare über Vertrieb und Marketing an.
Telefon (0 62 21) 80 48 82
Telefax (0 62 21) 80 93 41
E-Mail rolf.leicher@t-online.de