

ALTERNATIVEN AUFZEIGEN

Entscheiden muss der Kunde selber

Als Fachmann hat man klare Vorstellungen davon, wie eine einwandfreie Installation auszusehen hat. In den Häusern findet man diese aber nicht immer so vor. Folglich ist man geneigt, dem abzuhelfen. Hierzu dem Kunden nun radikale Eingriffe vorzuschlagen, ist nicht immer wirklich ratsam.

Klar – am liebsten würde man hier alles rausreißen und neu machen. Beim Kunden kann eine solche Ambition aber ganz falsch ankommen



Kennen Sie den Kabarettisten Wilfried Schmickler? Der Mann war es, der einst feststellte, dass der deutsche Handwerker während seiner Berufsausbildung nur drei Sätze erlernt: „Oh, oh, oh, dat wird teuer!“, „An Ihrer Stelle würde ich das alles neu machen lassen!“ und „Brauchen Sie unbedingt eine Rechnung?“. O.k. – das mit der Rechnung fällt in den Bereich der kabarettistischen Freiheiten. Kein Profi würde diese Frage tatsächlich stellen. Aber Satz Nummer zwei, das mit dem „neu machen lassen“, kommt schon häufiger vor.

UND NICHTS ALS DIE WAHRHEIT

Rohrbruch im Keller. Der hinzugerufene Fachmann stellt mit geübtem Auge fest, dass die restlichen Wasserleitungen aus verzinktem Stahlrohr auch schon bessere Tage gesehen haben. Und dann ist es meist so weit, dass er gesagt wird, der Satz: „An Ihrer Stelle würde ich das alles neu machen lassen!“ Aus fachlicher Sicht ist diese Aussage gleich doppelt richtig: Zum einen nützt es nichts, wenn man den einen Rohrbruch repariert und ein neuer bereits unmittelbar bevorsteht. Zum anderen soll der Betrieb ja auch Arbeit haben und Geld verdienen. Aber wie wirkt diese Diagnose auf den Kunden? Er sieht sich vor eine ausweglose Entscheidung gestellt: Raus und neu, ohne Alternative. Was fachlich wie gesagt durchaus Sinn macht, erweckt beim Laien möglicherweise den Eindruck, dass hier ein Hau-Ruck-Monteur vor ihm steht: „Na, die Handwerker von der SHK GmbH können wohl nicht reparieren“ oder auch „der will das wohl so richtig teuer machen...“. Schnell

lösen so Monteur und Unternehmen beim Kunden einen bitteren Beigeschmack aus.

BEI BEDARF BITTE SENSIBEL

Sicher sollte in diesem Fall die Empfehlung, die Leitungen zu erneuern, gegeben werden. Merkt man aber, dass das dem Kunden nun so gar nicht schmeckt („...ja, meinen Sie das ist wirklich nötig?“), muss einem auch eine Minimal-Problemlösung einfallen. Am besten ist es immer, wenn man mit dem Kunden zusammen eine laienverständliche

Problemanalyse macht. Im Falle des beschriebenen Rohrbruchs könnte sich das zum Beispiel so anhören: „Die Leitung ist durchgerostet, deshalb der Rohrbruch. Ich habe mir die Leitungen im Keller angesehen. Da sind einige Stellen, die möglicherweise schon bald ebenfalls zum Rohrbruch führen. Am besten wäre es, die Leitung komplett zu erneuern. Die Alternative dazu besteht darin, nur den Rohrbruch zu reparieren. Dann müssen Sie damit rechnen, dass bald eine weitere Stelle durchbricht.“ Nun kennt der Kunde die Problematik und kann selbst entscheiden, was passieren soll.

Mit dem Signal „raus und neu oder flick – ich mache was Sie wünschen“, hat der Kunde auch keinen Grund, ein weiteres Fachunternehmen zu befragen. Lautet die Botschaft „ich mach’ nur neu, ich flicke nix“, könnte der Kunde auf der Suche nach einer anderen Lösung Rat bei einem weiteren Handwerksbetrieb suchen. Macht der Betrieb dann die Arbeit, die den Kunden zufriedenstellt, kann man ihn von seiner Stammkundenliste streichen. Einen ähnlichen Effekt kann übrigens auch der erste von Herrn Schmickler zitierte Satz haben: „Oh, oh, oh, dat wird teuer!“