

Wenn der Azubi klingelt... (Teil 2)

„Na Puppe, wo klemmts denn?“

Jeder Mitarbeiter – vom Auszubildenden bis zum Meister – prägt das Image des Unternehmens. Deshalb sollten auch Auszubildende beim Besuch eines Kunden nie vergessen, dass sie ihre Firma repräsentieren. Lässige Sprüche, derbe Witze und Firmeninterna sind absolut tabu.

Der Kunde achtet neben der Leistung vor allem auf Vertrauen, Freundlichkeit und Zuverlässigkeit. Auch der Umgang der Mitarbeiter untereinander wird wahrgenommen. „Sie sollten nie über Kollegen oder andere im Beisein des Kunden lästern“, rät die Tübinger Knigge-Expertin Angelika Resch-Ebinger. Das ist innerbetrieblich und hat Außenstehende nicht zu interessieren. Vor allem in Gegenwart von Kunden kommt es gut an, wenn die Kollegen fair und freundschaftlich behandelt werden und man höflich miteinander umgeht. Das schafft ein entspanntes und stressfreies Arbeitsklima.

Auszubildende sollten auch darauf verzichten, andere, die noch nicht so lange im Betrieb sind, von oben herab zu behandeln. Streitigkeiten dürfen keinesfalls vor den Kunden ausgebracht werden.

Falls die Arbeit des Kollegen doch einmal Anlass zu Kritik gibt: besser auf später verschieben. Ein Tabu ist es, über Firmenprobleme zu reden. Kunden schätzen diskretes Verhalten. Sie wollen sicher sein, dass auch keine Bemerkungen über ihr „privates Reich“ nach außen dringen. Private Handy-Gespräche und SMS sollte man besser auf den Feierabend verschieben.

Derbe und abgedroschene Witze lieber nicht in der Gegenwart des Kunden erzählen. „Auch Schimpfwörter und Flüchen gehen gar nicht“, sagt Resch-Ebinger. Damit sich das erst gar nicht einschleift, rät sie, auch privat auf einen allzu lässigen Umgangston und derbe Sprache zu verzichten. „Die Gefahr ist groß, dass das auch in den Alltag einfließt. Irgendwann fällt es einem gar nicht mehr auf, dass man sprachlich daneben liegt. Wer sich im privaten Bereich gehen

lässt, neigt auch im Geschäftsleben dazu, in das eine oder andere Fettnäpfchen zu treten.“ Egal, wie groß der Altersunterschied ist, Kunden zu duzen, das ist völlig unpassend. Unhöfliche Bemerkungen und freches Verhalten werden ebenso wenig geschätzt wie ein vorlautes und besserwisserisches Auftreten.

Keine sexuellen Belästigungen

Ein absolutes No-Go beim Kunden und auf der Baustelle sind sexuelle Belästigungen, sei es durch anzügliche Sprüche oder durch zweideutige Gesten. Resch-Ebinger rät eindringlich davon ab, in jugendlichem Überschwang mit der reizenden Tochter oder der Frau des Kunden zu flirten oder eindeutige Signale in diese Richtung auszusenden. „Das wird ganz schnell zu einem Problem für Sie“, sagt sie in ihren Knigge-Kursen. Das kann mit einer Beschwerde des Kunden über das Verhalten des Auszubildenden beim Chef beginnen und mit einer Abmahnung enden. Auch das Radio auf volle Lautstärke zu stellen, belästigt nicht nur den Kunden, sondern auch die Nachbarn.

Während der Arbeit beim Kunden und auf der Baustelle sollte man die Finger von Alkohol und Drogen lassen. Auch die Kippe im Mund macht einen schlechten Eindruck. Miefiger Geruch der Kleidung wirkt ungepflegt und sendet ein schlechtes Signal aus, was schon beim ersten Eindruck negativ wirkt. „Aber wenn man bei 30 Grad den ganzen Tag auf der Baustelle arbeitet, ist es doch normal, dass man schwitzt“, wenden einige Teilnehmer des Benimm-Kurses ein. Dafür kann Resch-Ebinger Verständnis aufbringen. „Arbeitsschweiß riecht anders als Schweiß, der schon

eine Woche im T-Shirt hängt. Der Kunde kann das sehr wohl unterscheiden.“ In seiner Wirkung auch nicht zu unterschätzen: Man sollte sein Werkzeug in Ordnung halten und es sollte vollständig sein.

Abnahme im Beisein des Kunden

Wie will ich beim Kunden wirken? Wie will ich von ihm wahrgenommen werden? David, ein Teilnehmer des Knigge-Kurses, fasst das so zusammen: „Als kompetenter junger Mann, als guter Schaffer, als jemand, der die Interessen des Kunden vertritt und nett und sympathisch ist.“ Genau diese Punkte sollten Auszubildende immer vor Augen haben, wenn sie von ihrer Firma zu Kunden oder auf eine Baustelle geschickt werden. „Der Kunde möchte, dass Sie ihr Handwerk

Kunden schätzen es, wenn man sich mit ihnen unterhält. Man kann die Abnahme zum Beispiel mit der Frage an den Kunden einleiten, ob er zufrieden mit der Arbeit war. An dieser Stelle können dann auch Fehler und Versäumnisse entdeckt werden, die noch während des Aufenthalts beim Kunden beseitigt werden können.

„Präsentieren Sie Ihr Werk, teilen Sie die Freude des Kunden und loben Sie ihn für seine Wahl. Lassen Sie dem Kunden Zeit für Fragen und Erklärungen“, rät Resch-Ebinger den Auszubildenden. Wichtig ist es dabei, den richtigen Ton zu treffen. Keinesfalls sollte man sich überheblich oder überlegen geben, auch wenn man sich vielleicht besser auskennt als der Kunde. Schließlich hat sich der Kunde ja den Handwerker ins Haus geholt, weil er selbst nicht über das nötige

„Schimpfwörter und
FLÜCHEN gehen gar
nicht“

Angelika Resch-Ebinger

Fachwissen

verfügt. Man

verstehen“, betont Resch-Ebinger. Das signalisiert übrigens auch ein gepflegtes und ordentliches Aussehen der jungen Handwerker. Das saubere Erscheinungsbild vermittelt ordentliche Arbeit. Resch-Ebinger hat dazu noch einen Tipp: „Man sollte immer die Arbeitskleidung und die private Kleidung trennen.“

Den Arbeitsplatz immer aufräumen

Neben der Begrüßung ist die Abnahme nach getaner Arbeit eine weitere wichtige Schlüsselsituation beim Kunden. Dieser entscheidet für sich, ob er mit der Handwerkerleistung zufrieden ist und ob er diesen Betrieb auch in Zukunft wieder beauftragen wird. Für eine ordentliche Abnahme sollte man den Arbeitsplatz präsentationsfähig machen und ihn aufräumen. Die meisten

kann den Kunden auch bitten, die Arbeit zu kontrollieren, das vermittelt ein Gefühl der Sicherheit.

Übrigens: Konkurrenz unter den Auszubildenden in einem Betrieb kommt nicht gut an. Von Vorteil ist es, als Team, das an einem Strang zieht, beim Kunden aufzutreten. „Dadurch gewinnen Sie an Sicherheit und Selbstvertrauen und werden fit im anspruchsvollen Umgang mit den Kunden“, erklärt Resch-Ebinger. Irritationen zwischen den jungen Handwerkern und den Kunden lassen sich so von vornherein schon vermeiden. Auch die erbrachte Dienstleistung gewinnt an Wert und der Kunde bezahlt die Rechnung schneller. „Vergessen Sie nie, dass Sie die Visitenkarte Ihres Betriebes sind und Sie besser sein müssen als die Mitbewerber“, fordert die Expertin die Teilnehmer des Kurses zum Abschluss auf. **Raphaela Weber**