

Wertschätzung – wie geht das denn?

**Der praktische Weg zu mehr Anerkennung,
Freude bei der Arbeit und lukrativen Aufträgen**

*„Leistung allein genügt nicht. Man muss auch jemanden finden, der sie anerkennt.“
(Lothar Schmidt, deutscher Politologe und Hochschullehrer, Jahrgang 1922)*

Es gibt mittlerweile eine hohe gesellschaftliche Übereinstimmung, dass ein gutes Betriebsklima, gelebte Wertschätzung und Anerkennung die Motivation und Leistungsergebnisse von Mitarbeitern und Führungskräften deutlich positiv beeinflussen können. Soweit die Theorie!

In der Realität herrscht leider immer noch das bekannte Sprichwort „Nicht geschimpft ist gelobt genug“. Mitarbeiter werden vom Chef zur Besprechung gerufen und es geht zu 98 Prozent um Beschwerden, Ärger, Kritik, Stress, Schwierigkeiten. Kunden rufen beim Chef persönlich an und ihm ist sofort klar – es kann nur um etwas „Unangenehmes“ und „Schwieriges“ gehen. Denn: Wenn's gut läuft, gibt's kaum Resonanz.

Nachfolgender Artikel zeigt ganz praktisch auf, wie man sein Unternehmen auf „Wertschätzungs-Frequenz“ einstellt und so spürbar mehr Anerkennung, Lust an der Arbeit und eine stabile Auftragslage dazu gewinnt.



„Nicht geschimpft ist genug gelobt!“ oder „Wenn ich nichts sage, war's o.k.“

Spirale der De-Motivation für Mitarbeiter

- Ungeliebte Chef-Gespräche
„Wenn der Chef ruft, ist was schief gelaufen!“
- Kommunikation mit dem Chef wird als Auseinandersetzung, Kritik, Abwertung abgespeichert.
- Mitarbeiter geht kommunikativ auf „Tauchstation“, meidet diese Gespräche.
- Weniger Motivation, keine Lust, sich mit Kunden und deren Themen auseinanderzusetzen;
- Schlechterer Umgang mit Kunden, keine Energie für anspruchsvolle und „schwierige“ Kunden, mehr Ärger mit Kunden.
- Mehr Ärger mit dem Chef.
- Stress, Krankheit, innere Kündigung, Abmahnungen.
- Ggf. Kündigung, Arbeitslosigkeit.

„Chef, da will ein Kunde was, ich stelle durch!“

Spirale der De-Motivation für Chefs

- Wenn's glatt läuft, erfährt der Chef nichts, deshalb ist ihm klar: „Wenn mich eine Kunde sprechen will (nach oder während dem Auftrag) kann's nur eine Beschwerde sein!“
- Beschwerdeanrufe von Kunden sind in der Überzahl, sind kräfte-raubend, machen keinen Spaß.
- Der Chef versucht, diesen Gesprächen aus dem Weg zu gehen.
- Kunden-Kommunikation wird eher gemieden (heute wird gerne auf die E-Mail umgeleitet!).
- Aktive Kundenbefragungen werden lieber nicht gemacht: „Ich bin froh, wenn ich von dem Kunden nichts mehr höre!“
- Kundenbeziehungen werden nicht positiv genutzt, wichtige Informationen fehlen.
- Chef zieht sich zurück, Ärger, Depression, Burnout, Krankheiten.
- Gefahr für das Unternehmen, existenzielle Bedrohung.

Was tun also um diese Negativ-Spirale umzudrehen und durch Kundenkontakt täglich mehr Energie und Freude zu erfahren und außerdem noch kräftig an der Umsatz- und Gewinnschraube zu drehen?

Energiequelle Nummer 1: Ihr Kunde

Eine wesentliche Energie- und Wertschätzungsquelle ist der Kunde selbst. Es ist erwiesen, dass Kunden sehr gerne loben und Anerkennung zollen, wenn sie sehr oder mehr als zufrieden waren, oder aber auch mit fairer Kritik und Anregungen bereit sind, dem Unternehmen zu helfen, besser zu werden. Dazu muss man aber seine Kunden aktiv fragen und darum bitten.

Kunden loben um ein Vielfaches mehr, erkennen an, geben Ratschläge, wertvolle Anregungen und Verbesserungswünsche, wenn sie darum nachdrücklich und aktiv gebeten werden.

Wenn ein Kunde mehr als zufrieden ist mit dem handwerklichen Dienstleister, erlebt er Freude, Erleichterung, Dankbarkeit und Stolz. Er möchte dieses gute Gefühl (mit)teilen und sich auch erkenntlich zeigen: Lob aussprechen, Trinkgeld geben, und er hat oft das Bedürfnis, in seinem Umfeld davon zu schwärmen und diesen Handwerker zu empfehlen.

Kunden empfehlen um ein Vielfaches mehr, wenn sie darum gebeten werden.

Wenn ein Kunde sehr zufrieden ist mit seinem Handwerker, besteht auch die Möglichkeit, dass er in einem weiteren Bedarfsfall einen Auftrag erteilt und langjähriger Stammkunde wird. Dabei gilt:

Kunden erteilen um ein Vielfaches wahrscheinlicher zum wiederholten Mal einen Auftrag, wenn sie dazu ermutigt und gebeten werden.

So aktivieren Sie Ihren Kunden am ergebnisreichsten

Der handwerkliche Mitarbeiter holt sich aktiv Anerkennung und Rückmeldung von seinem Kunden, noch wenn er bei ihm ist (im Rahmen der Abnahme und im Abschlussgespräch) und fragt zum Beispiel:

„Wie sind Sie mit uns/mir heute zufrieden gewesen?“

„Wie hat Ihnen unsere Leistung/Arbeit und unsere Arbeitsweise heute gefallen?“

„Welche Anregungen und Ideen haben Sie noch für uns/mich, damit wir noch besser werden können?“

„Es hat Freude gemacht bei Ihnen zu arbeiten. Es ist wirklich toll geworden! Werden Sie uns weiterempfehlen? Haben Sie schon eine konkrete Person im Auge?“

„Wir haben sehr gerne bei Ihnen gearbeitet. Natürlich möchten wir auch langfristig für Sie tätig sein. Wir freuen uns, Sie als Stammkunden zu gewinnen. Haben Sie noch weitere Aufträge und Wünsche an uns?“



Fotos: Simonis

Diese Fragen sollten Sie zusätzlich auch noch in einer schriftlichen Kundenbefragung in Erfahrung bringen. Die effektivste Art ist ein Fragebogen mit Platz für den Kunden zum Schreiben, den der Mitarbeiter am Ende seines Auftrags überreicht (mit Gratis-Rücksendekуверт). Manche Kunden regt dieser Bogen zum Schreiben an, viele schreiben sogar seitenweise von ihren tollen Erfahrungen während des Auftragsablaufs. Für den Kunden ist eine Beauftragung ja eine Sonder-situation, eine Art „Abenteuer“, für Sie als Dienstleister Routine und be-kannter Alltag!

Ebenso können Sie dem Kunden *Empfehlungskarten* ausgeben, auf denen er seinen Namen und den Namen des Empfohlenen aufschreiben kann und Ihnen (gratis) zusenden kann.

Auch wenn der Emailverkehr immer mehr zunimmt und als normal gilt, er entzieht Ihnen die Lebendigkeit eines Dialogs und macht Ihre Kundenkommunikation ärmer und wirkungsloser! Gönnen Sie sich *als Chef ein abschließendes Gespräch (persönlich Aug in Aug oder telefonisch)* mit Ihrem Kunden, und holen Sie sich Ihre verbalen „Streicheleinheiten“ von ihm. Zum Beispiel: „Mein Mitarbeiter Herr Müller hat mir schon berichtet, wie schön Ihr Haus nun geworden ist – das freut mich wirklich sehr! ...“ Plaudern Sie, lassen Sie den Kunden noch mal von seinem Erlebnis schwärmen. Sonnen Sie sich in seiner Zufriedenheit. Nehmen Sie das Lob an. „Das freut mich zu hören!“

„Das freut mich sehr, dass Sie mit meinem Unternehmen und meinen Mitarbeitern so zufrieden sind und wir Sie begeistern konnten!“ ...

„Welche Anregungen haben Sie noch für mich ...?“

Selbst wenn nun im Gespräch mit Ihnen als Chef dem Kunden noch ein paar kleine Kritikpunkte oder Verbesserungsideen einfallen, nehmen Sie diese einfach dankbar an. Sie brauchen sie nicht zu bewerten oder sich zu verteidigen. Es tut dem Kunden gut, dass er etwas loswerden darf und in vielen Kundenanregungen steckt ein wahrer Kern, der Ihnen sehr wertvoll sein kann. „Gut, Herr Meier, vielen Dank für Ihre Anregungen, und dass Sie sich Gedanken gemacht haben!“ „Sie haben uns den Kundenfragebogen zurückgesandt, vielen Dank. Dürfen wir Ihre tolle Referenzaussage auf unserer Homepage veröffentlichen ...?“

„Mehr Anerkennung und dazu noch lukrative Kunden!“

Unter diesem Motto präsentiert Umberta Andrea Simonis ihren Bestseller „Mehr Erfolg im Umgang mit Kunden – der erste Knigge für Handwerker“ nun in der 9. Auflage, komplett überarbeitet und auf 264 Seiten erweitert. Holzmann Buchverlag, 2010, teilw. farbig, 24,80 Euro inkl. MwSt., 17 x 24 cm, Hardcover, ISBN 3-7783-0735-9.

Mit 81 alphabetisch sortierten Stichworten, Musterdialogen, Tipps für Mitarbeiter und Chefs, über 200 Abbildungen, Praxisbeispielen, Gewerkspecials und dem Erfolgs-Thema Körpersprache und Mimik.



Wenn der Kunde einen Ihrer Mitarbeiter besonders lobt: „Ich gebe Ihr Lob gerne an meinen Mitarbeiter, Herrn Müller, weiter. Er wird sich sehr freuen!“

Wenn Sie Kundenbefragungsbögen vom Kunden ausgefüllt zurückbekommen und/oder Kundenbriefe, so kopieren Sie diese und geben sie dem/den entsprechenden Mitarbeitern, der/die beim Kunden war/en, in eigener Kopie weiter – absolut alle und unzensiert! So hat der Mitarbeiter die Chance noch einmal eine direkte und zeitnahe Rückmeldung vom Kunden zu bekommen, und erlebt eine direkte Motivation. Als Chef können Sie auf so eine Kopie natürlich auch noch einen verstärkenden Zusatz schreiben wie: „*Ein tolles Lob an Sie, Herr Müller, da haben Sie unseren Kunden wirklich überzeugt und begeistert! Vielen Dank dafür!*“

Legen Sie eigene Ordner für die Kopien der Kundenfragebögen und Briefe an. Auch die Kundenrück-

meldungen mit Kritik und Reklamation geben Sie in Kopie an die Mitarbeiter weiter und verwenden Sie diese für Ihr Gespräch darüber, wie man es in Zukunft besser machen kann. Die Mitarbeiter, welche in Mehrzahl positives Feedback vom Kunden erhalten, sind offener für Kritik und können damit besser umgehen. Genauso wird es Ihnen als Chef leichter fallen, ein „schwieriges“ Kundengespräch zu führen, wenn die positiven Gespräche in Ihrer Erfahrung überwiegen.

Überhaupt eignet sich *Ihr Internetauftritt* sehr gut, Ihnen und Ihren Mitarbeitern Anerkennung zukommen zu lassen. Seien Sie stolz auf sich und Ihr Team und zeigen Sie sich als Personen mit Foto und Namen – alle! Dies führt zu einer starken Identifikation Ihrer Leute mit ihrem Unternehmen. Und baut auch Schwellen ab vom Interessenten oder Kunden zu Ihnen! Sie stehen hinter Ihrem Team und zeigen es – Sie brauchen niemanden zu verstecken. Viele Kunden schauen auch gerne nach, welche Mitarbeiter zu ihnen kommen, welche neuen es gibt etc. Ebenso haben Sie auf Ihrer Homepage die unerschöpfliche Möglichkeit, Kundenlob und begeisterten „O-Ton“ des Kunden darzustellen – natürlich immer aktuell. (Ein beispielhafter Auftritt: www.reich-fenster.de).

Gewinnaktion

Zusammen mit Umberta Andrea Simonis verlost DER MALER und Lackierermeister drei Exemplare der aktuellen Auflage des Titels „Mehr Erfolg im Umgang mit Kunden – der erste KNIGGE für Handwerker“!

Bitte senden Sie dazu bis spätestens 21. März 2011 mit dem Stichwort „Knigge“ eine E-Mail an:

p.schmid@sachon.de, ein Fax an 082 61/99 93 95 oder eine Postkarte an: DER MALER, Redaktion, Schloss Mindelburg, 87719 Mindelheim. Viel Glück!

Energiequelle Nummer 2: Ihre Mitarbeiter

Der Chef bekommt am wenigsten Lob – das ist ein altes Lied. Die wenigsten holen es sich aber auch

aktiv – und schon gar nicht vom eigenen Mitarbeiter. *Dennoch sind Mitarbeiter, die gerne bei Ihnen arbeiten und loyal sind, auch durchaus bereit, Ihnen Lob und Anerkennung zu geben, Sie zu unterstützen.* Es gilt zwar bei manchen noch ein alte Vorstellung, dass man nicht von „unten“ nach „oben“ lobt, aber wenn Sie Ihre Mitarbeiter darum fragen, freuen sich diese und fühlen sich aufgewertet. Hierzu können Sie in einer Mitarbeiterrunde – einer kleinen Besprechung – zwei Flipcharts aufhängen: Darauf steht einmal „*Was wünsche ich mir von ... (meinem Chef)*“ und auf dem zweiten Blatt noch „*Was ich meinem Chef gerne Lobendes sagen möchte ...!*“

Lassen Sie diese Blätter im Besprechungsraum hängen und bitten Sie Ihre Mitarbeiter dort um ihre schriftlichen Antworten. Die Mitarbeiter können ohne Zeitdruck und *ohne Ihr Beisein* etwas darauf schreiben und Sie lesen das Ganze ein paar Tage später mal nur für sich. Dann können Sie die Antworten und Aussagen in der Mitarbeitergruppe besprechen, sich zu den Wünschen äußern und über das Lob öffentlich freuen und sich bedanken.

Fest steht: Eine Wertschätzungskultur entsteht nur, wenn man sie aktiv pflegt und alle verfügbaren Quellen anzapft und nutzt. Es ist etwas ganz Praktisches, das alltäglich geübt werden muss, und dann nach einiger Zeit in „Fleisch und Blut“ übergeht und zu einem ganz speziellen sehr guten Betriebsklima, einer Firmenatmosphäre führt, die Kunden anzieht.



Umberta Andrea Simonis

Mehr als 500 Firmenkunden aus dem Handwerk hat Umberta Andrea Simonis den Weg zu begeisterten Kunden, lukrativen Aufträgen und mehr Anerkennung praktisch gezeigt. Ihr Seminar „Der Handwerker als Visitenkarte des Unternehmens“ wurde prämiert, über 17 000 Teilnehmer haben es besucht. Ihre Ratgeber sind Bestseller und der „erste Knigge für Handwerker“ wurde über 70 000 Mal verkauft.



www.simonis-serviceagentur.com