

Landschaftsgärtner beim Kunden vor Ort (1)

Die tiefsten Fettnäpfe

Ein schlechter Eindruck haftet besonders lange und ausdauernd. Das sollte man beherzigen, wenn man als Landschaftsgärtner beim Kunden anrückt. Wir bieten Ihnen einen Crash-Navigationskurs über die peinlichsten Situationen beim Kunden und wie man sie vermeidet.

Der Kundengarten als Freilufttoilette? Wir sind im Terrain des Privatkunden, mitten in einer mehrtägigen Gartenumgestaltung. Um Kosten zu sparen, hat die Firma keine Miettoilette geordert. Der Hausherr ist nach Einweisung der Landschaftsgärtner ganztägig außer Haus und hat die Wohnräume abgesperrt. Für viele Landschaftsgärtner tut sich hier kein größeres Problem auf, hat man doch seine Erfahrungen im Nutzen von Freilufttoiletten oder Kundengärten. Im Sinne des Kunden ist:

- Um Erlaubnis fragen, ob man die Kundentoilette benutzen kann.
- Bei langfristigen Aufträgen oder wenn der Kunde nicht zu Hause ist, eine Miettoilette besorgen.

Zur Pause aufs Sofa? Die Mittagspause naht, und was wäre da entspannender, als die Teaksitzgruppe auf der Veranda des Kunden zur ausgiebigen Brotzeit zu nutzen. Dass man die Möbel mit seiner Kleidung verschmutzt – na und? Das kann die Kundin doch wieder sauber machen ... Im Sinne des Kunden ist:

- Pause außerhalb des Kundenterains machen oder fragen, wo man Pause machen darf.
- Sich nie ungefragt beim Kunden irgendwohin setzen.



Nicht ungefragt Platz nehmen.

Der Kundengarten als Aschenbecher? Während der Arbeit wird manch eine Zigarette geraucht, und die Kippen landen im Kundengarten – Gratsdünger, ein Service des Hauses! Im Sinne des Kunden ist: Rauchen nur in Pausenzeiten im Außenbereich, Kippen in mitgebrachtem verschließbaren Aschenbecher entsorgen.



Bitte etwas anziehen!

FKK beim Kunden? „Ein schöner Rücken kann auch entzücken“, denkt der Landschaftsgärtner und erleichtert sich die Arbeit bei sommerlichen Temperaturen. Er entledigt sich der Berufskleidung oder kommt gleich in knappen Shorts und oben ohne. Im Sinne des Kunden ist:

- Für hochsommerlichen Temperaturen leichte Berufskleidung besorgen, T-Shirts zum Wechseln mitnehmen.



Werkzeuge nie ungesichert herumliegen lassen, Achtung Kinder!



Anstand zählt beim Kunden viel. Diese Kollegin riskiert den nächsten Auftrag.

Kommentare über persönliche Gegenstände? Beim Gang durchs Haus des Kunden kommt der Landschaftsgärtner an persönlichen Gegenständen des Kunden vorbei (Bilder, Souvenirs, Einrichtung). Er tut seine abfällige Meinung dazu laut kund oder amüsiert sich mit den Kollegen in Hörweite des Kunden darüber. Im Sinne des Kunden:

- Persönliche Dinge des Kunden ignorieren, freundlich-neutral bleiben, wenn man vom Kunden aktiv um Meinung gebeten wird.

Der Arbeitsort als Abenteuerspielplatz? Scharfes Werkzeug und gefährliche Geräte werden großzügig überall verstreut. Die kleinen Kinder aus dem Haus finden das sicher spannend und sollen auch mal neue Erfahrungen machen. Im Sinne des Kunden ist:

- Werkzeuge, Maschinen und Geräte sichern.
- Eltern auf mögliche Gefahren während der Auftragsphase hinweisen.
- Eltern bitten, Kinder vom Auftragsbereich fernzuhalten.
- Kinder freundlich behandeln, auf Gefahren hinweisen.

Text und Bilder:
Umberta Andrea Simonis



Das Buch zum Thema

Der erste Bildratgeber „Als Landschaftsgärtner erfolgreich beim Kunden auftreten“ ist ein Auftragswerk des Verbands Garten-, Landschafts- und Sportplatzbau Baden-Württemberg (VGL). Erhältlich ist er dort (Telefon 0711/97566-0, www.galabau-bw.de) oder bei der GaLaBauService GmbH in Bad Honnef (02224/7707-0, www.galabau.de). 64 Seiten wasserfest laminiert, 15 x 21 cm, Spiralbindung, 66 Fotos, praktische Empfehlungen und Beispiele. 15,80 Euro + MwSt.



Die Autorin

Die Diplom-Kommunikationsdesignerin Umberta Andrea Simonis zeigt seit 1996 Handwerksunternehmen, wie sie mit besserem Service und engagierteren Mitarbeitern Kunden begeistern und halten können. Mit ihrem Trainerteam vermittelte die Autorin („Der erste Knigge für Handwerker“) schon mehr als 10 000 Handwerkern das erfolgssteigernde Rüstzeug. Info: www.simonis-service-agentur.com.

Landschaftsgärtner beim Kunden vor Ort (2)

So klingt's besser

Kunden und Landschaftsgärtner reden oft aneinander vorbei. Und manches kommt beim Kunden einfach nicht gut an. Dabei kann der Umgangston über den nächsten Auftrag entscheiden.

Landschaftsgärtner und Kunden sprechen oft unterschiedliche Sprachen. So ist für den Landschaftsgärtner der Auftragsort die „Baustelle“, für den Kunden sein sorgsam gehogener Garten. Im Ohr des Kunden klingt „Baustelle“ immer nach Dreck, Chaos und Unannehmlichkeiten. Die Alternativen sind „Auftragsort, Arbeitsplatz, Auftragsstelle, Kundengarten“. Weitere Spitzenreiter von Wörtern, die man beim Kunden vermeiden sollte, sind „Problem, schwierig, Dreck, Lärm, kaputt, unmöglich, müssen“.

ich mich wohl missverständlich ausgedrückt!“

■ „Da bin ich nicht zuständig!“ wird besser zu: „Ich bemühe ich mich gerne um eine Lösung für Sie, ich rufe gleich im Büro an.“

Gerade in kniffligen Situationen wird der Ton zum entscheidenden Kriterium. Aussagen des Landschaftsgärtners wie: „Da irren Sie sich!“ rufen zum Krieg auf und klingen im Ohr des Kunden wie: „Sie sind irre, nicht ganz in Ordnung!“ Weitere Beispiele:

■ „Jeder vernünftige Mensch weiß doch ...“ klingt nach „Sie sind jenseits von Vernunft!“ und machen Kunden richtig sauer.

■ „Nun passen Sie mal auf ...!“ hört sich an wie „Also jetzt mal Ohren aufsperrn!“

■ „Das machen wir immer so!“ klingt nach „Für Sie gibt's keine Extrawürste, wir sind hier die Profis! Sie haben keine Ahnung!“.

Im Detail offenbaren sich die wahren Kommunikationskünstler. Hier zwei unterschiedliche Begrüßungen: „Morgen, Firma Grünbeck, wir sind wegen ihres Gartens da!“ oder „Guten Morgen, Frau Müller. Ich bin Martin Meier von der Firma Grünbeck. Hier meine Kollegen Markus Huber und Achim Gruber. Wir freuen uns, für Sie heute Ihre Terrasse neu zu gestalten!“

Ebenso gibt es bei der Abnahmesituation feine Unterschiede. Variante 1: „He Sie, wir bräuchten da noch eine Unterschrift!“ oder doch besser Variante 2: „Frau Müller, wir sind nun mit unserer Arbeit fertig. Wir möchten Ihnen gerne unser Werk vorstellen. Darf ich Sie bitten, mit mir zu kommen?“

Untermalt wird die akustische Sprache immer durch die Körpersprache. Was man damit falsch und richtig macht, erfahren Sie in der nächsten Folge.

Text und Bild:

Umberta Andrea Simonis

Diese Haltung signalisiert Kampfbereitschaft. Doch allein mit Worten kann man sich beim Kunden unbeliebt machen.

Unser Gehirn kann sich negativ ausgedrückte Dinge nicht vorstellen. Deshalb entsteht bei einem Satz wie „Wir machen keinen Dreck!“ im Kopf der Kundin genau das, was nicht gewollt war, nämlich „Dreck“! Weitaus hilfreicher sind positive Formulierungen wie: „Wir hinterlassen alles sauber.“ Weitere Beispiele sind:

■ „Das ist kein Problem!“ wird besser zu: „Das ist gut zu schaffen!“

■ „Das machen wir gerne!“

■ „Da haben Sie mich falsch verstanden!“ wird besser zu: „Da habe



Das Buch zum Thema



Der 64-seitige Bildratgeber „Als Landschaftsgärtner erfolgreich beim Kunden auftreten“ ist ein Auftragswerk des Verbands Garten-, Landschafts- und Sportplatzbau Baden-Württemberg (VGL). Erhältlich ist dort (Telefon 0711/ 97566-0, www.galabau-bw.de) oder bei der GaL BauService GmbH in Bad Honnef (02224/ 7707-0, www.galabau.de) 64 Seiten wasserfest laminiert, 14 x 21 cm, Spiralbindung, 66 Fotos, praktische Empfehlungen und Beispiele. 15,80 Euro + MwSt.

Landschaftsgärtner beim Kunden vor Ort (3)

Was Körpersprache beim Kunden auslöst

Unser Körper sendet pausenlos und oft unbewusst Signale und verwendet seine eigene Sprache. So spricht der Landschaftsgärtner mit dem Kunden, ohne den Mund überhaupt aufgemacht zu haben. Wie wirkt das aber auf den Kunden? Ein Sprachkurs der besonderen Art.

Nach wissenschaftlichen Untersuchungen wirken wir – beim Erstkontakt am stärksten – mit 55 % über Körpersprache, Mimik und Gestik. Weitere 38 % der Wirkung entfallen auf die Stimme, den Tonfall, die Sprechgeschwindigkeit und die Lautstärke. Nur zu 7 % wirkt der Inhalt unserer Worte! Somit ist es mehr als sinnvoll, die Körpersprache bewusst im Kundenumgang einzusetzen. Das Gegenüber entschlüsselt Körpersprache automatisch und unbewusst. Dies sind Relikte aus der Urzeit, als Sekundenbruchteile über das Überleben entschieden.

Das Vertrackte dabei ist nur, dass eine dem Gärtner bequeme Haltung (vor der Brust verschränkte Arme, aufgestützte Hände in den Hüften oder Hände in den Hosentaschen) beim Gegenüber unbewusst oft als dominante „Wild-West-Kampfhaltung“ gedeutet wird. „High noon“ im Kundengarten also! Verstärkt wird das Empfinden des Kunden von Aggression und Bedrohung, wenn die Situation angespannt ist.

Bequem, aber unhöflich

Diese „dominanten“ Gesten sind also – entgegen der eigenen Gewohnheit und Bequemlichkeit – im Umgang mit Kunden hinderlich. Die wichtigsten auf einen Blick:

→ In die Hüfte gestützte Hände mit Ellenbogen nach außen, dominanter dem Kunden entgegenge streckter Zeigefinger, vor der Brust

Diese dominante Geste kann Zurückhaltende einschüchtern.

verschränkte Arme; die Arme über dem Kopf verschränkt. Diese Gesten werden meist verwendet, weil sie bequem sind. Alle Gesten, die den eigenen Körper scheinbar vergrößern, stammen aus dem Impo- nieren- und Kampfverhalten der Urzeit und sind beim Kundenbesuch deplatziert. Dazu gehören auch Verhaltensweisen, mit denen man unbewusst ins Kundenrevier eindringt, vom Eigentum des Kunden Besitz nimmt und so bei ihm Aggressionen schüren kann:

→ sich lässig in den Türrahmen lehnen,
→ einfach ohne zu warten oder anzuklopfen, ein Zimmer im Kundenhaushalt betreten,
→ sich auf den Schreibtisch des Kunden setzen oder im Gespräch mit den Armen auf seine Tischplatte stützen,
→ es sich in der Pause breitbeinig im Gartenstuhl auf der Kundenterasse gemütlich machen,
→ Gegenstände, Möbeloberflächen, die Motorhaube des Kundenwagens als Unterlage zum Ausfüllen von Papieren verwenden.



Das kann Abwehr heißen.

Händedruck als Distanzübung

Außerdem ist die Wahl der körperlichen Distanz zum Kunden entscheidend. Richtigerweise hält der Landschaftsgärtner einen Abstand von 50 cm bis 100 cm zum Kunden. Die Distanz unter 50 cm wird vom Kunden meist als unangenehm und unpassend empfunden, weil diese Nähe nur sehr vertrauten Menschen zusteht. Der Kunde legt von sich aus



Diese Haltung ist bequem, kommt aber nicht gut an.

→ Der Kunde wird nicht mit der Hand hergezogen.

→ Das Fassen an den Kunden-Oberarm oder das Händeschütteln mit beiden Händen sind unpassende Vertrauensgesten.

Im Revier des Kunden – in seinem Haus und seinem Garten – gelten seine Regeln, der Gärtner ist Gast. Wie er mit Körpersprache Sympathiepunkte sammelt, erfahren Sie in der nächsten Ausgabe.

seine ihm angenehme Distanz selbst fest, indem er näher kommt oder auch zurückweicht. Sein Distanzempfinden ist ausschlaggebend und zu respektieren.

Das Händeschütteln ist schon an sich eine gute Distanzübung:

→ Der Kunde gibt das Zeichen zum Händeschütteln, nicht der Landschaftsgärtner.

→ Der ideale Händedruck ist fest, aber nicht zerquetschend.

Text und Bilder:

Umberta Andrea Simonis

Das Buch zum Thema

Der erste Bildratgeber „Als Landschaftsgärtner erfolgreich beim Kunden auftreten“ ist ein Auftragswerk des Verbands Garten-, Landschafts- und Sportplatzbau Baden-Württemberg (VGL). Erhältlich ist er dort (Telefon 0711/97566-0, www.galabau-bw.de) oder bei der GaLaBauService GmbH in Bad Honnef (Telefon 02224/7707-0, www.galabau.de). 64 Seiten wasserfest laminiert, 15 x 21 cm, Spiralbindung, 66 Fotos, praktische Empfehlungen und Beispiele. 15,80 + MwSt.

Info + Kontakte

Simonis Service Agentur
Augsburg
Telefon 0821/573117
www.simonis-serviceagentur.com

Landschaftsgärtner beim Kunden vor Ort (4)

Sympathiepunkte sammeln

Wenn wir die Handinnenfläche zum Gruß heben, offen zeigen oder winken, signalisieren wir wie schon zu Zeiten der Neanderthaler „Ich trage keine Waffen – ich bin Dir gut gesinnt!“ Im Auftragsfall beim Kunden ist es besonders vorteilhaft, eine bewusst offene, freundliche Körpersprache zu pflegen.

Während Handflächen nach unten oder ausgestreckte Zeigefinger dominant und unsympathisch wirken, kann man mit offen gezeigten Handflächen, locker und offen gehaltenen Armen Sympathiepunkte sammeln. Schon beim ersten Kontakt ist dies wichtig: Der Landschaftsgärtner klingelt, der Kunde öffnet. Im besten Fall zeigt der Landschaftsgärtner folgende Signale:

→ Locker dastehen, beide Arme locker hängen lassen, Handflächen leicht geöffnet und nach vorne schauend.

→ Direkter Blickkontakt zum Kunden, freundliche, offene Mimik, vor der Türe stehen bleiben, bis der Kunde ins Haus bittet. Nichts in der Hand haltend, oder auf jeden Fall die rechte Hand frei, damit man die Hand schütteln kann, wenn der Kunde dieselbe zum Gruß reicht. In angenehmer Distanz stehen



bleiben (50 bis 100 cm), auf das Signal zum Eintreten warten. Das wirkt angenehm und vermittelt gleich einen guten ersten Eindruck. An ein Überfallkommando fühlt sich der Kunde erinnert, wenn der Landschaftsgärtner alle Hände voll bepackt vor der Türe steht, so schnell wie möglich reingehen und anfangen möchte. Das vermittelt sinngemäß „aus dem Weg!“ Noch drastischer ist es, wenn er am Kunden vorbeischaudert, sich an ihm vorbei ins Haus drängt, im Haus des Kunden in Richtung Terrasse oder Garten vorausseilt.

→ Auch bei der Abnahme ist Körpersprache wichtig. Mit einer einladenden Geste bittet der Landschaftsgärtner zur Abnahme.

Er lässt dem Kunden Zeit, alles zu begutachten. Beim Unterschreiben des Abnahmeprotokolls benutzt er ein Clipboard, auf dem der Kunde die Leistungen nachvollziehen und bequem auf Augenhöhe unterzeichnen kann.

Die negative Variante: „Also, wir sind fertig, ich bräuch‘ jetzt noch schnell ‘ne Unterschrift!“ Den Kunden unter Zeitdruck setzen, schlammige, verknitterte Unterlagen aus der Hosentasche ziehen, den Kunden nötigen, selbst eine Unterlage zu suchen, oder sich, ohne um Erlaubnis zu fragen, an einen Tisch setzen, damit der Kunde dort unterzeichnen kann – das kommt oft vor, aber nicht gut an. Versetzen Sie sich einmal an die Stelle des Kunden.

Lassen Sie sich beobachten

Viele Teilnehmer in unseren Seminaren sind sich bei den Rollenspielen nicht bewusst, welche Signale sie mit Körpersprache, Mimik und Gestik setzen. Es sind gewohnte Haltungen, die der Landschaftsgärtner schon seit Jahren oder Jahrzehnten praktiziert.

Wie kommt er nun zu einem bewussten Einsatz seiner Körpersprache? Ich empfehle, sich einen „Beobachter“ im Kreis der Kollegen zu suchen. Er hat die Aufgabe, genau

Freundliche Gesten öffnen bei Kunden jede Tür und sind die Basis für guten Kontakt

hinzuschauen und zu äußern, welche Körperhaltungen man in welchen Situationen einnimmt. In einem weiteren Schritt kann der Beobachter möglichst zeitnah Feedback geben, sodass der Landschaftsgärtner jeden Kundeneinsatz als „Übungsfeld“ nutzen und an sich arbeiten kann.

Genauso spannend und hilfreich ist es natürlich auch, die Körpersprache des Kunden lesen zu können. Vorsicht ist sicher immer geboten, wenn der Kunde selbst dominante Gesten einsetzt (Hände in die Hüften gestützt, verschränkte Arme vor der Brust, siehe vorige campos-Ausgabe). Leider neigen wir dazu, die Körpersprache des anderen zu spiegeln, ohne es zu merken. Wenn also zwei dominante Körpersprachler aufeinander treffen, wird offene, konstruktive Kommunikation schwierig. Gerade wenn der Kunde körpersprachlich „mauert“, hat der Landschaftsgärtner die Aufgabe, diese Mauer mit seiner offenen Körperhaltung wieder aufzulösen oder zu lockern.

Umberta Andrea Simonis

Das Buch zum Thema

Der erste Bildratgeber „Als Landschaftsgärtner erfolgreich beim Kunden auftreten“ ist ein Auftragswerk des Verbands Garten-, Landschafts- und Sportplatzbau Baden-Württemberg. Erhältlich ist er dort unter Telefon 0711/97566-0, www.galabau-bw.de oder bei der GaLaBauService GmbH, Telefon 02224/7707-0, www.galabau.de. 64 Seiten wasserfest laminiert, 15 × 21 cm, Spiralbindung, 66 Fotos, praktische Empfehlungen und Beispiele. 15,80 + MwSt.

Info + Kontakte

Simonis Service Agentur
Augsburg
Telefon 0821/573117
www.simonis-serviceagentur.com



Bei der Erstbegehung am Auftragsort ist es zweckmäßig, alle wichtigen Details zum Thema „Eigentum des Kunden sichern“ schriftlich festzuhalten. Im Sinne des Kunden ist es, gemeinsam empfindliche Stellen und Zonen in Haus und Garten aufzuspüren, in der Auftragsakte zu notieren und den Kunden aktiv danach zu fragen. „Wir beginnen am Dienstag mit der Umgestaltung Ihres Gartens. Worauf müssen wir besonders Acht geben? Zeigen Sie mir bitte die Zugangswege, wo wir laufen können ...“ Einige wichtige Themen, die mit dem Kunden zu klären sind, bevor es mit den Bauarbeiten losgeht:

→ Wo können wir unsere Autos und Gerätschaften abstellen und für die Dauer des Auftrags stehen lassen, ohne den Kunden oder Nachbarn zu stören?

→ Auf welchem Weg kommen wir in den Garten – durch das Haus, die Wohnung, das Kundengrundstück, ein Nachbargrundstück ...?)

→ Wenn wir durch die Wohnung/das Haus des Kunden gehen müssen, verwenden wir eigene Vliese zum Auslegen von Laufstraßen.

→ Was müssen wir tun, um unseren Arbeitsplatz einrichten zu können, ohne jemanden zu stören oder Kundeneigentum zu gefährden?

→ Wie können wir den Auftragsort absichern, sodass weder Kinder noch Haustiere aus dem Umfeld des Kunden gefährdet sind?

→ Wie sichern wir empfindliche und wertvolle Gegenstände, Böden, Pflanzen aus dem Besitz des Kunden bei der Auftragsbearbeitung ab?

→ Wie steht es mit Anschlüssen, Elektrik, Wasser, Leitungen?

→ Haben wir sichergestellt, dass die Miet-Toilette von Anfang an da ist?

→ Welche Informationen haben wir vom Kunden eingeholt, welche Zusagen haben wir ihm gemacht?

→ Welche Besonderheiten sind am Auftragsort zu bedenken, welche möglichen Komplikationen kann es geben und wie sorgen wir vor?

Eine gemeinsame Begehung mit dem Kunden, das aktive Einholen seiner Aussagen und Wünsche und schriftliches Festhalten dieser Details und geleisteten Zusagen sind ein klares Qualitätskriterium. Das zeichnet den kundenorientierten Gärtner gegenüber dem „grünen Vandalen“ aus. Umsichtiges und bewusstes Umgehen mit seinem Eigentum bewertet der Kunde als besonders respektvolle Geste und diese

Landschaftsgärtner beim Kunden vor Ort (5)

Pannen vermeiden, Schäden regulieren

Die Art und Weise, in der der Gärtner mit Kundeneigentum umgeht, signalisiert Respekt oder auch gedankenlose Gleichgültigkeit. Bei aller Umsicht und Vorsicht ist es dennoch möglich, dass etwas beschädigt wird. Aber auch mit solchen Situationen kann man positiv umgehen – wenn man weiß wie!



bringt dem Gärtner einen großen Vertrauensvorschuss ein. Der Auftragsverlauf ist damit leichter, reibungsloser und wesentlich stressfreier – für alle Beteiligte!

Die Details sind in der Kundenakte verzeichnet, jetzt werden sie an die betreffenden Teamkollegen mitgeteilt. Bei Auftragsstart nach der Begrüßung werden alle Schutzmaßnahmen noch einmal kurz dem Kunden mitgeteilt. Dann kann er sich beruhigt zurückziehen!

Schäden sofort melden

Was, wenn nun der Gärtner trotz aller Vorsicht Schäden verursacht? Dabei gibt es klare Spielregeln, die jeder, vom Azubi bis zum Chef, einhalten sollte, um trotz allem beim Kunden zu punkten:

→ Dem Kunden den Schaden ohne Verzögerung melden, sich zuerst einmal herzlich und aufrichtig entschuldigen.

→ Die Gefühle des Kunden respektieren. „Ich kann verstehen, wenn Sie sauer sind, es tut mir wirklich sehr leid!“

→ Dem Kunden zusichern, dass der Schaden vom Unternehmens reguliert wird. „Selbstverständlich stehen wir dafür gerade. Es wird alles wieder in Ordnung gebracht, das verspreche ich Ihnen!“

→ Die Details zur Regulierung vereinbaren (Was wird bis wann geregelt?).

Besonders wichtig ist es nun, dass der Gärtner engagiert dabei bleibt, bis der Schaden wieder gut gemacht ist. Besonders schön ist es, wenn der Gärtner nach der Schadensbehebung mit einer Extra-Aufmerksamkeit beim Kunden aufwartet (Blumen, Hausbäumchen, Einkaufsgutschein, Kinokarten ...).

Ganz peinlich ist es, wenn der Kunde bei schleppender Regulierung in der Firma nachhaken und sein Recht auch noch einfordern muss. Ebenso sind alle Aussagen wie „Wegen der Kleinigkeit brauchen Sie sich nicht so künstlich aufzuregen. Ich habe im Moment Wichtigeres zu tun, als mich um so was zu kümmern ...!“ unverzeihlich.

Weil sich unser Gehirn negative Erlebnisse zehnmal besser merkt als



Wenn es zum Kundengarten nur übers Nebengrundstück geht, ist mit dem Nachbarn vor den Bauarbeiten über eine verträgliche Lösung und Schadenersatz zu sprechen.

Bild: Daifß

Sind Materialien durch die Wohnung zu transportieren, sollte der Laufweg ausgelegt werden.

Bild: Simonis

positive, ist es also mehr als gewinnbringend, aus peinlichen Pannensituationen zu versuchen, das Beste für den Kunden zu gestalten.

Umberta Andrea Simonis

Das Buch zum Thema

Der erste Bildratgeber „Als Landschaftsgärtner erfolgreich beim Kunden auftreten“ ist ein Auftragswerk des Verbands Garten-, Landschafts- und Sportplatzbau Baden-Württemberg. Erhältlich ist er dort unter Telefon 0711/97566-0, www.galabau-bw.de oder bei der GaLaBau-Service GmbH, Telefon 02224/7707-0, www.galabau.de. 64 Seiten wasserfest laminiert, 15 × 21 cm, Spiralbindung, 66 Fotos, praktische Empfehlungen und Beispiele. 15,80 Euro + MwSt.

Info + Kontakte

Simonis Service Agentur
Augsburg
Telefon 0821/573117
www.simonis-serviceagentur.com

Grundsätzlich geht es darum, nicht blindlings in die „Verhaltensfälle“ des Kunden zu tappen und somit die eigene Position als Auftragnehmer zu gefährden. Nach dem Prinzip der Spiegelung neigen wir besonders in Stress-Situationen dazu, auf der Ebene des Gegenübers zu reagieren. Beispiel: Ein dominanter Kunde reißt die Haustür auf und blafft Sie an: „Na toll, kommen Sie heute auch noch!“, obwohl Sie Ihre Verspätung mitgeteilt und sich entschuldigt hatten. Ohne nachzudenken und ganz unbewusst sieht die Reaktion des Landschaftsgärtner so aus: „Na hören Sie mal, wir haben doch vor zehn Minuten angerufen und uns entschuldigt. Seien Sie froh, dass wir überhaupt kommen!“

Das ist natürlich eine Kriegserklärung. Der Landschaftsgärtner bekommt bei ihm keinem Fuß mehr auf den Boden, wenn überhaupt Monate später erst sein Geld und nie mehr einen Auftrag! Der Kunde ist als Auftraggeber in der stärkeren Position – beim Landschaftsgärtner sind also Taktik, Strategie und bewusstes Verhalten angesagt. Die besonnene Antwort in oben genanntem Beispiel wäre: „Ja, die neue Baustelle hier auf der B17 hält auf, wir hätten längst bei Ihnen sein können. Darf ich Ihnen meinen neuen Kollegen, Herrn Braun, vorstellen?“

Immer schön locker bleiben

Gemütslagen und Verhaltensformen von Kunden wie Aggressivität, Überheblichkeit, Ironie, Wut, Unfairness, Pingeligkeit, Ängstlichkeit, Besserwissertum, Kontrollwahn zu spiegeln, also auf gleicher Ebene zu reagieren, erweisen sich für den Dienstleister immer als nachteilig. Er zieht den Kürzeren und sägt sich selbst den Auftragsast ab. Die Gefühle und Verhaltensweisen des Kunden dort zu belassen und nicht auf sich zu beziehen, ist eine anspruchsvolle Übung, aber der einzig wahre Weg – will man den Kunden behalten.

Beispiel: Ein sehr misstrauischer Kunde schaut dem Landschaftsgärtner genau auf die Finger und weicht ihm während der Auftragsbearbeitung nicht von der Seite. Was steckt dahinter? Das Bedürfnis nach Kon-

Landschaftsgärtner beim Kunden vor Ort (6)

Achtung bissiger Kunde!

Kunden sind auch nur Menschen – mit unterschiedlichen Charakteren und Naturellen. Der Kunde ist wie er ist. Man kann ihn nicht ändern oder umtherapieren. Die Kunst ist es, jeden Auftraggeber so zu behandeln, dass der eigene souveräne Auftritt und die Wertigkeit der Arbeit nicht beeinträchtigt werden.



So entspannt verlaufen nicht alle Kundenkontakte. Bleiben Sie trotzdem gelassen – alles andere ist nicht sinnvoll.

Bild: Simonis

trolle und Überblick, die Angst vor Fehlern oder Schäden. Das Bedürfnis, die eigene Position darzustellen, das Bedürfnis nach Geltung ... Warum macht er das? Vielleicht, weil er zu wenig Informationen und Wertschätzung vom Landschaftsgärtner in der Phase vor Arbeitsbeginn bekommen hat. Vielleicht, weil er schlechte Erfahrungen gemacht hat. Vielleicht, weil er bei seiner Frau unter dem Pantoffel steht?

Die schlechteste Reaktion des Landschaftsgärtners wäre: „Also Herr Meier, das ist ja schön, dass Sie so gerne bei mir sind, aber ich kann meine Arbeit schon alleine machen!“ Glauben Sie, der Kunde weicht dann von der Seite und wird entspannter? Wohl nicht! Die charmante und entspannende Reaktion sieht so aus: „Ah, Herr Meier, ich sehe, Sie schauen mir sehr interessiert zu. Was möchten Sie denn noch von mir

wissen?“ Meistens löst sich die Situation hier auf, der Kunde hat wirklich noch ein Anliegen, das bisher nicht zur Sprache kam, will etwas loswerden, möchte einfach wahr und ernst genommen werden. Wenn er trotz allem hinter Ihnen kleben bleibt, können Sie auch höflich Grenzen ziehen, wenn Sie merken, dass Sie so nicht arbeiten können: „Herr Meier, Sie sind wirklich ein sehr interessierter Kunde. Wir haben jetzt einen kniffligen Teil vor uns und ich merke, dass es mich nervös macht, wenn Sie hinter mir stehen. Wir schließen diese Arbeit ab und später erkläre ich Ihnen die Details, passt das für Sie?“ Heißt: Ich nehme den Kunden wahr, bin ehrlich und sage, wie es mir geht, ich biete ihm eine Lösung an. Der Trick besteht darin, die Aussage oder das Verhalten des Kunden nicht auf sich zu beziehen, sondern als Tatsache, die ihren Eigenwert hat und mit der man bewusst umgehen muss.

Umberta Andrea Simonis

Das Buch zum Thema

Der erste Bildratgeber „Als Landschaftsgärtner erfolgreich beim Kunden auftreten“ ist ein Auftragswerk des Verbands Garten-, Landschafts- und Sportplatzbau Baden-Württemberg. Erhältlich ist er unter Telefon 0711/97566-0, www.galabau-bw.de oder bei der GaLaBauService GmbH, Telefon 02224/7707-0, www.galabau.de. 64 S., laminiert, Spiralbindung, 66 Fotos, 15,80 Euro zzgl. MwSt.

Info + Kontakte

Simonis Service Agentur
Augsburg
Telefon 0821/573117
www.simonis-serviceagentur.com



Belohnen Sie Ihre Kunden fürs Weiterempfehlen, dann tun sie es doppelt so gern.

Bild: Simonis

Es gibt eine wissenschaftliche Untersuchung, die belegt, wie man als Bedienung in der Gastronomie das Trinkgeld aufs Doppelte erhöhen kann. Der Trick besteht darin, die Bestellung des Gastes jeweils mündlich zu wiederholen, gleich nachdem er sie abgegeben hat. Gast: „Ich hätte gerne das Rumpsteak, aber englisch und mit einer extra Portion Kräuterbutter. Dazu Gemüse vom Grill – aber bitte ohne Knoblauch. Und ein Pils vom Fass.“ Antwort der Bedienung, Version 1: „Gerne!“. Version 2 („doppeltes Trinkgeld“): „Hmm. Eine sehr gute Wahl. Das Steak ist von unserem Biometzger, für Sie gerne englisch gebraten, eine schöne große Portion Kräuterbutter dazu. Das Gemüse ohne Knoblauch, nur mit reinem Olivenöl gegrillt. Und ein leckeres Warsteiner vom Fass! Habe ich alles so richtig?“ Gast: „Genau!“ Bedienung: „Danke für Ihre Bestellung!“

Das funktioniert deshalb so gut, weil der Gast mit dieser Wiederholung gleich mehrere aufwertende Zusatzaspekte unterschwellig wahrnimmt:

→ Bestätigung der guten Wahl, das Gefühl, einen guten Geschmack zu haben.

→ Zusatzinformation und Aufwertung „Biometzger“, das Gefühl, gesund und hochwertig zu essen.

Landschaftsgärtner beim Kunden vor Ort (7)

Die Firma dankt

Das Trinkgeld ist oft Gradmesser für Kundenbegeisterung und Dankbarkeit. Wohlhabende Kunden gelten als sparsam, die arme Rentnerin ist oft am großzügigsten. Kleine Geschenke an den Kunden wiederum erhalten die Zuneigung des Kunden. Schenken und Trinkgeld empfangen kann gelernt werden!

→ Das Gefühl, dass seine (Sonder-)Wünsche willkommen und verstanden sind.

→ Das Gefühl, als Gast ernst genommen und geschätzt zu werden.

→ Den Dank für die Bestellung.

Von der Gastronomie lernen

Der Gast speichert so den Auftritt der Bedienung im Unterbewusstsein positiv ab. Beim Bezahlen fühlt er sich dann animiert, ihr seinerseits ein Zeichen der Wertschätzung zu geben – eben das großzügige Trinkgeld! Darüber hinaus behält er den ganzen Laden in guter Erinnerung – vorausgesetzt, das Essen hat auch gut geschmeckt – und kommt gerne wieder.

In allen Phasen der Auftragsbearbeitung, von der Beratung bis zur Ausführung, kann auch der Landschaftsgärtner dem Kunden entsprechende Impulse geben. „Die Farben der Rosen hier haben Sie toll ausgewählt – es gefällt mir auch sehr gut!“ „Die Fliesen, die Sie gewählt haben, sind aus einem besonderen Naturstein, der ...“; „Sie haben mit Herrn Meier vereinbart, dass ..., ist das richtig?“; „Natürlich, das machen wir gerne“; „Der Garten ist

wirklich toll geworden. Es hat uns Spaß gemacht, bei Ihnen zu arbeiten! Vielen Dank für Ihren Auftrag und die leckere Erdbeertorte heute Nachmittag!“

Empfehlungen belohnen

Untersuchungen haben auch ergeben, dass es zwischen Handwerkern und Kunden ein Belohnungssystem gibt, das auch für Landschaftsgärtner durchaus interessant ist.

→ **Belohnung für den Auftrag:** Die Aufgabe ist gelaufen, der Kunde ist zufrieden, die Rechnung unterwegs. War's das? Das wäre schade, denn gut platzierte Geschenke als „Danke schön“ für den Auftrag und das gewonnene Vertrauen des Kunden unterstützen die Bindung wirkungsvoll. Am charmantesten sind dabei sicher Geschenke, die

- individuell,
- persönlich auf den Kunden/Auftrag bezogen sind und
- spontan und für den Kunden unerwartet übergeben werden.

So kann der Landschaftsgärtner nach der Abnahme einen geschmückten Hausbaum im Topf überreichen, vielleicht den Lieblingsbaum der Kundin, oder eine

Pflanze, die ihr bei der Begehung in der Baumschule besonders gut gefallen hat. Es kann auch eine Gartenlampe sein, eine Skulptur aus Stein oder, oder ...

Besonders gut kommen Geschenke an, die zeigen, dass der Landschaftsgärtner die Wünsche des Kunden und seinen Geschmack besonders gut und aufmerksam aufgenommen hat. Auch ein Sponsoring der Gartenparty des Kunden kann sehr effektiv sein.

→ **Belohnung für erfolgreiche Empfehlungen:** Wenn der Garten gestaltet wurde und die Kunden als Gastgeber dann stolz Bekannten, Freunden und Verwandten ihre grünen vier Wände zeigen, schlägt die Stunde der Begeisterung, und dies ist die beste Gelegenheit für Empfehlungen. Untersuchungen haben gezeigt, dass zufriedene Kunden, die vom Unternehmen zum Empfehlen aktiviert werden und eine „Belohnung“ in Aussicht gestellt bekommen, doppelt soviel empfehlen.

Also: Aktivieren Sie Ihre Kunden zum Empfehlen und belohnen Sie sie dafür! Als Landschaftsgärtner können Sie dies beispielsweise sehr elegant machen, indem Sie Einkaufsgutscheine für's eigene Gartencenter (Wert 50, 100 oder 150 Euro) ausloben – je nach Wert des Auftrags, der durch die Empfehlung entsteht. So weiß der Kunde von Anfang an, dass sein Engagement für die Empfehlung, seine Loyalität wirklich geschätzt wird. Dazu ist natürlich auch eine lückenlose Beweisführung nötig. Das heißt, der Landschaftsgärtner muss bei jedem Kundenkontakt abfragen, auf welchem Weg der Kunde zu ihm kam (Anzeige, Messe, Branchenbuch, Weiterempfehlung). Ganz fitte Unternehmen fragen ihre Kunden regelmäßig nach Empfehlungsadressen ab, winken mit der Belohnung und werben mit seitenlangen begeisterten Kundenbriefen und Aussagen auf der Homepage.

Umberta Andrea Simonis

Das Buch zum Thema

Der erste Bildratgeber „Als Landschaftsgärtner erfolgreich beim Kunden auftreten“ ist ein Auftragswerk des Verbands Garten-, Landschafts- und Sportplatzbau Baden-Württemberg. Erhältlich ist er unter Telefon 0711/97566-0, www.galabau-bw.de oder bei der GaLaBauService GmbH, Telefon 02224/7707-0, www.galabau.de. 64 S., laminiert, Spiralbindung, 66 Fotos, 15,80 Euro zzgl. MwSt.

Info + Kontakte

Simonis Service Agentur
Augsburg
Telefon 0821/573117
www.simonis-serviceagentur.com