



## I want to be in America??

Erfahrung mit Kundenorientierung auf einem anderen Kontinent

**Dieses Jahr verbrachten wir unseren Urlaub wieder einmal in Canada. Als Leute, die aus der angeblichen Service-Wüste Deutschland kommen, waren wir zuversichtlich, dass wir von unseren Geschäftspartnern in diesem Urlaub rundum gut betreut werden würden.**

Besonders spannend ist das ja immer, wenn mal etwas nicht klappt. Und das war schon am zweiten Tag der Fall: Der Truck, der unseren Camper Huckepack durchs Land tragen sollte, wollte nicht mehr anspringen. Was wir dann als telefonische Betreuung zu hören bekamen, war schon ein starkes Stück – die Frage, ob wir denn auch wirklich Diesel getankt hätten, war noch das Harmloseste. Der Hinweis, dass wir doch besser das große Versicherungspaket genommen hätten – dann bekämen wir nämlich CAD 35,00 für eine Hotelübernachtung erstattet – war höchst konstruktiv in dieser Situation.

Der Gipfel sollte aber noch kommen: Wir hatten die Panne um zehn Uhr morgens gemeldet. Der Pannendienst traf gegen 15 Uhr ein, was mit einer Schuldzuweisung uns

gegenüber begründet wurde: Wir hätten unseren Standort nicht richtig angegeben (was, wenn es denn so gewesen wäre, mit etwas Sucharbeit in einer Gemeinde von der Größe von etwa fünf Fußballfeldern durchaus zu kompensieren gewesen wäre).

Als wir dann glücklich zur nächsten Vertragswerkstatt geschleppt worden waren und den Vermieter vereinbarungsgemäß anrufen wollten – es war mittlerweile kurz vor 16 Uhr – bekamen wir vom Anrufbeantworter zu hören, dass wir außerhalb der Bürozeiten von neun Uhr bis 17 Uhr anriefen. Gleich darauf eröffnete uns die Dame an der Rezeption der Werkstatt, dass jetzt Feierabend sei, wir könnten diese Nacht ja in unserem Camper auf dem Werkstattgelände verbringen. In Folge dieser romantischen Vorstellung für die zweite Nacht unseres Traumurlaubs konnte sie dann *two really rough Germans with a very bad taste in their mouths* erleben – Service-Wüste Deutschland? Service-Paradies Amerika??

Ein Arbeiter hatte dann doch noch ein Einsehen und mit Hilfe des Diagnostik-Computers war der Schaden in zehn Minuten behoben.

**Fall 2:** Als wir den Camper abliefern, fragten wir, ob uns der Angestellte, der Gäste am Flughafen abholt, mit unserem umfangreichen Gepäck beim Hotel absetzen könne. Da trafen wir aber auf die gleichen tauben Ohren wie später im Hotel, als wir nach einem Transfer zum Flughafen fragten (für beides hatten wir übrigens Vouchers). Nehmt doch die Hochbahn (Sky-Train) oder ein Taxi! Da wir nicht in einer Höhle leben, war dieser Vorschlag für uns nicht völlig unvorstellbar, wir wollten es halt ein bisschen komfortabler haben mit all unseren Koffern, Kisten und Kasten und Taschen und Plastikbeuteln. So aber bekamen wir auf diese Weise im Klartext gesagt: Schaut selbst zu, wie ihr zurechtkommt!



### Was ist das und – vor allem – woher kommt das?

Kundenorientierung in Canada besteht aus einem genormten Paket von Leistungen und Verhaltensweisen. Situatives Eingehen auf besondere Situationen steht dazu offenbar in Widerspruch. Für den Tag Panne gibt es einen *refund* von CAD 70,00. Punkt! Ohne Worte. Das engagierte Sich-Kümmern um den Kunden, insbesondere in kritischen Situationen, was bei uns als die höchste Fertigkeit im Repertoire kundenorientierten Verhaltens gehandelt wird, ist dort nicht im Traum vorstellbar. Das Verhalten der Mitarbeiter wirkt in der Folge genormt: Wir erbringen unsere Leistung wie vorgeschrieben und wenn eine Panne auftritt, gibt es einen *refund* in einer vorgeschriebenen Höhe, und zwar kommentarlos. Der Mitarbeiter zeigt sich völlig emotionslos, auch dann, wenn er dem Kunden einen Wunsch verweigert. Das verweist auf

### die Gründe!

Mitarbeiter dieses Verhaltens werden mit den klaren Anweisungen eines *handbooks* geführt. Was darin steht, **muss** erbracht werden, mehr nicht, **darf** auch gar nicht. Selbstverantwortliches Handeln ist in einem solchen Personalführungskonzept nicht vorgesehen. Die Organisation von Kundenorientierung erweist sich darüber als tayloristisch: Brainpower ist Sache des Managements, der Mitarbeiter vor Ort / am Kunden führt nur Anweisungen aus. Das wiederum verweist auf das Verhältnis, das Führungskräfte in Amerika ihren Mitarbeitern gegenüber einnehmen:

Der Mitarbeiter ist eine Größe, auf dessen Engagement es **nicht** ankommt, als Einstellung ist nur Gehorsam gefordert. Darüber wird seine geistige Besonderheit überflüssig – er ist jederzeit austauschbar.

Was dabei herauskommt, ist jene Art hölzerner Kundenorientierung, die wir als durchaus ärgerlich erlebt haben. Wir in Europa sollten uns auf unsere Stärke besinnen:

### Mitarbeiter und Führungskräfte gemeinsam für unsere Kunden!

**Unser Literaturtipp zum Vergleich der Systeme:** MoM-Letter 8/2002: Deutschland – gesünder als man meint

Eine vorzügliche Erklärung der unterschiedlichen Mentalitäten findet sich auch in dem bereits in unseren früheren Infoflashs gelobten Buch von Haubrock und Öhlschgel-Haubrock: Der Mythos vom König Kunde.

**Unser Seminarangebot hierzu:**  
Kundenorientiertes Verhalten der Mitarbeiter als Führungsaufgabe

Übrigens, denjenigen, die ein positives Beispiel für kundenorientierte Leistungen im Westen Canadas suchen, können wir helfen: Besuchen Sie am Bella Coola-Highway die Chilcotin-Lodge von Hennie und Ria van der Klis (siehe auch [www.chilcotinlodge.com](http://www.chilcotinlodge.com))



MS Management-Service  
Dr. Rohrbach

Waldstr. 45  
91154 Roth

Tel. 0 91 71/8 82 15  
Fax. 0 91 71/8 83 17

E-Mail:  
MSRohrbach@t-online.de

*Wir möchten diesen Info-Blitz dazu nutzen, den Dialog mit Ihnen aufzunehmen, bzw. auszubauen.*

*Wir freuen uns auf Ihre Fragen und Anregungen unter [MSRohrbach@t-online.de](mailto:MSRohrbach@t-online.de) !*

Ihr  
**MS Management-Service  
Dr. Rohrbach**

Gerdt und  
Susanne  
Rohrbach



*Haben Sie Kollegen/Freunde, die sich auch für unsere Themen interessieren? Einfach auf weiterleiten klicken.*

[www.management-service-rohrbach.de](http://www.management-service-rohrbach.de)