

Headline:

„Alexa, sattel das Pferd!“

Text:

So viele Leute beklagen sich über die Dienstleistungswüste in Deutschland. Heute starte ich eine lösungsorientierte Gegenkampagne.

Im Schuhgeschäft:

Wenn Sie heute in ein Schuhgeschäft gehen, stellt der Verkäufer in der Regel immer die gleichen drei Fragen: Wie kann ich helfen? Welche Schuhgröße haben sie? Zahlen sie bar oder mit Karte? Was für ein Shopperlebnis!

Klingt unrealistisch, aber stellen Sie sich mal folgende Situation vor. Der Verkäufer würde Sie fragen: „Wie viel gehen sie pro Tag? Sitzen sie viel? Fahren sie viel Auto? Wofür benutzen sie die Schuhe? Haben sie Rückenschmerzen? Welche Farbe haben ihre Anzüge?“ ...und am Ende überreicht Ihnen der Verkäufer einen Gutschein über 5,- € für die erste Absatzreparatur mit folgenden Worten: „Damit sie lange Freude an ihren Schuhen haben werden.“

Beim Friseur:

Ich gehe zum Friseur: Prompt kommt die Frage, ob ich eine Tasse Kaffee haben möchte – großartig! Reflexartig stimme ich jedes Mal zu. Kaum steht die Tasse vor mir, werde ich zum Haare waschen gebeten. Kaum sitze ich auf meinem Stuhl zum Haare schneiden, verschwinden meine Hände, ja mein ganzer Körper unter einem Kittel. Da ich den Friseur bei seiner Arbeit nicht unterbrechen will und er auch keine bewusste Pause macht, bleibt mir nichts anderes übrig, als auf meinen Kaffee zu starren. Nach dem Föhnen kommt dann meist die Aussage: „Nun trinken sie doch endlich mal was!“ Jetzt ist jedoch der Kaffee kalt und mittlerweile schwimmen auch schon Haare drin.

Wie wäre es, statt Kaffee, zukünftig mit einer zelebrierten Kopfhaut- und Nackenmassage? Die Mitarbeiterinnen lernen so etwas an einem Tag und es hat den Hauch von Wellness und Erholung.

Im Supermarkt:

Vorsicht Ladendiebe! Die Dame an der Kasse schaut verstohlen in den Spiegel über meinem Einkaufswagen oder gleich direkt und misstrauisch hinein. Ich bin ja schon so konditioniert, dass ich der Verkäuferin meine Einkaufstasche ohne Aufforderung öffne und hinhalte. Das ist ungefähr so, als wenn ich jedes Mal die Arme hochreiße, wenn mir gerade ein Polizist entgegen kommt. Und wofür? Dafür, dass nur ca. jeder 1.000 Kunde etwas mitgehen lässt? Und ich fühle mich jedes Mal unter Generalverdacht, wenn ich den Wagen an der Verkäuferin vorbei schiebe.

Beim Media Markt:

Letztens habe ich im Media-Markt aus Versehen einen Verkäufer angerempelt. Der wollte mich dann plötzlich beraten. Jetzt wird mir klar, wie man die einschaltet.

Einen hab ich noch:

Warum bekommen heutzutage Neukunden bei einer Bank höhere Habenzinsen zur Eröffnung von Tagesgeldkonten als die Stammkunden? Ähnlich macht es SKY: Neukunden werden dort mit attraktiven Billigangeboten gelockt und gleichzeitig erhöht man bei den treuesten Kunden jährlich die Preise. Das Schlimme ist: es merkt keiner mehr – es spürt keiner mehr.

Starbucks:

...will jetzt auch Bier und Schnaps anbieten. Offensichtlich wird es immer schwerer, nüchternen Leuten Kaffee für 10 Euro zu verkaufen.

Aber, es gibt sie noch:

Nicht allen fehlt die Dienstleistungsorientierung - hier ein klasse Gegenbeispiel: Ein junger, gutaussehender Mann kommt in die Apotheke und sagt zur Verkäuferin mit leidender Miene: "Ich habe eine Dauererektion. Was können sie mir da geben?" Die Dame am Schalter überlegt kurz und antwortet spontan: "Freies Wohnen und drei Mahlzeiten am Tag!"

Na siehste – es geht doch!

Euer Wolfgang Bötsch