



Mitglied im Knigge-Rat

Carolin Lüdemann aus Stuttgart ist Juristin und ausgebildeter Businesscoach, berät Unternehmen, Verbände und Personen, auch Schüler und Berufseinsteiger, in Sachen gutes Auftreten, Umgangsformen, Bewerbung und mehr. Ihre Vorträge und Seminare unterstützen den Einzelnen dabei, die Wirkung auf seine Mitmenschen signifikant zu erhöhen. Lüdemann ist Mitglied des Deutschen Knigge-Rats. Sie ist in namhaften Medien wie Süddeutsche Zeitung und Welt sowie im Fernsehen (SWR, N24, Sat.1) als Karriereexpertin präsent. Kontakt: Perspektive GmbH, Telefon 07 11/65 83 57-00, www.carolin-luedemann.de *CaL*

Wie auf der Titelseite und auf S. 5 beschrieben, werden für den Kunden von heute Vertrauen und Sicherheit immer wichtiger. Das persönliche Auftreten des Dienstleisters ihm gegenüber ist dafür entscheidend. Wir fragten Fachfrau Carolin Lüdemann, worauf es in erster Linie ankommt.

? campos: Welche Erfahrungen haben Sie bisher mit der grünen Branche gemacht?

! Lüdemann: Immer gute, oder meine Erwartungen wurden übertroffen. Ich habe ein Faible für alles Grüne und Dekorative. Das sind Dinge, die das Leben schöner machen. Und das passt ja auch zum Thema Umgangsformen und der zugehörigen Frage: In welchem Rahmen bewegen wir uns? Ich versuche, in allen Bereichen, auch wenn es um Pflanzen und Beratung geht, auf eine Beziehung zurückzugreifen. Ich bin eine sehr treue Kundin.

? campos: Welche Rolle spielen Umgangsformen bei Kunden im Verhältnis zur fachlichen Arbeit?

! Lüdemann: Zuerst muss die soziale Komponente stimmen, bevor man die Chance hat, das fachliche Können zu zeigen. Der erste Eindruck entsteht in den ersten drei Sekunden. Für die zweite Chance auf einen Eindruck benötigt man 30 Minuten, und die muss man erstmal bekommen. Fachwissen ist wichtig, aber Freundlichkeit ist das A und O. Unfreundlichkeit kann auch Unsicherheit bedeuten, aber der Kunde wird es so nicht interpretieren.

? campos: Landschaftsgärtner haben kein Ladengeschäft, können also in der Regel zunächst kein Lächeln sichtbar machen. Wie verhält man sich am Telefon?

! Lüdemann: Viele denken: Der erste Eindruck entsteht dann, wenn ich mich melde. Aber das stimmt nicht. Das erste, was man wahrnimmt, ist: Wie lange klingelt es? Beim zweiten oder dritten Klingeln abzunehmen ist okay, länger sollte es nicht dauern. Dann kommt es darauf an, wie man sich meldet: Zuerst mit Namen des Unternehmens, danach mit dem eigenen Vor- und Zunamen, dann „Guten Morgen“. Die Floskel „Was kann ich für Sie tun?“ ist überflüssig. Natürlich spielen Stimmlage, Wortwahl und das Lächeln in der Stimme eine große Rolle.

Ob im persönlichen Gespräch oder am Telefon

Kunden stehen auf gute Umgangsformen

Häufig wird eine günstige Gelegenheit verpasst. Auf die Frage des Kunden „Wie geht’s?“ antworten die meisten: „Danke, gut. Und Ihnen?“ Besser wäre es zu erzählen, warum es einem gut geht (meine Mitarbeiter haben ihren Auftrag toll erledigt, ich habe Glück mit einem neuen Lieferanten gehabt o. ä.). So lädt man den Kunden ein, auch mehr von sich zu erzählen. Das schafft eine gute Beziehung, und vielleicht entstehen aus dem Erzählten wieder neue Ideen.

? campos: Was gehört alles zu den wichtigen Umgangsformen?

! Lüdemann: Wir unterscheiden den beruflichen und privaten Bereich. Im privaten gilt: Erlaubt ist, was gefällt (mit Einschränkungen). Im Beruf muss ich schauen: Was ist

üblich in der Branche, bei Geschäftspartnern und Kunden? Wichtig ist alles, was den ersten Eindruck ausmacht, also Körpersprache, Kleidung, Abstand, Händedruck, Begrüßungs- und Vorstellungsrituale, gekonnter Smalltalk, Dinge wie Tür aufhalten, Vortritt lassen, Tischmanieren usw. Verhaltensregeln sind nicht für andere da, sondern immer für einen selbst! Es ist dadurch leichter, mit Kunden zusammenzukommen, weiterzukommen. Im Wettbewerb haben wir nichts zu verschenken. Wie wenig wirklich gefehlt hat, um einen Auftrag zu erhalten, wissen wir nicht. Außerdem: Sieht ein Chef, dass ein Mitarbeiter diese Dinge gut beherrscht, wird er ihn vielleicht für anspruchsvollere Kunden oder Aufgaben auswählen.

? campos: Kann man das lernen oder erbt man das nur in der „guten Kinderstube“?

! Lüdemann: Wer es von Haus aus weiß, ist deutlich entspannter. Die anderen müssen sich konzentrieren. Das kann bei einem Geschäftsessen schon mal anstrengend sein. Es ist

aber leichter, Neues zu lernen als eine Gewohnheit durch eine andere zu ersetzen. Wenn man jeden Monat nur um zwei bis drei Prozent besser wird, ist schon viel geschafft!

? campos: Viele sind unsicher bezüglich der Kleidung.

! Lüdemann: Zuverlässigkeit und Qualität werden über das Äußere zuerst vermittelt – gepflegte Kleidung und Erscheinung. Wer Seriosität ausstrahlt, dem vertrauen die Kunden mehr als anderen, das haben Tests, auch mit jungen Kunden, bewiesen. Es hilft, sich zu fragen: Was wird erwartet? Was repräsentiere ich? Fühle ich mich selbst wohl? Die Kleidung soll dem Anlass entsprechen. Für ein Bankgespräch muss man nicht im Anzug kommen. Banker werden auch geschult und wis-

Wer über sein Äußeres Seriosität ausstrahlt, dem vertrauen die Kunden eher

sen, dass Kleidung auch Distanz schaffen kann. Für Abendveranstaltungen und wichtige Gespräche empfehle ich dunkle, gedeckte Farben, jedoch nicht Schwarz (zu ernst) oder Braun (wirkt tendenziell freizeitorientiert).

? campos: Bitte nennen Sie uns noch Ihre drei Top-Empfehlungen für die eigene Wirkung sowie drei Dinge, die zu vermeiden sind.

! Lüdemann: Die Top-Empfehlungen: Ein Lächeln ist die halbe Miete! Wir müssen uns nicht nur Mühe geben, Kunden zu gewinnen, sondern vor allem, sie zu halten! Kommt keine Beschwerde, heißt das nicht, dass Kunden zufrieden sind. Achten Sie auf Ihre Körpersprache.

Negativ ist, sich Gesprächspartnern nicht vorzustellen (egal ob am Telefon oder persönlich). Wir reflektieren uns selbst viel zu wenig. Es ist auch nicht richtig, sich immer am Gegenüber zu orientieren. Dies kann nämlich auch ein schlechtes „Vorbild“ sein.

Die Fragen stellte Claudia von Freyberg