

## Gesund und sicher starten!

### Aktuelle Informationen für Existenzgründer zu Gesund- heit und Sicherheit bei der Arbeit

## „Professionelles Nein“

### „Meine Güte, was die Kunden alles von einem haben wollen!“

Für jeden Existenzgründer und Unternehmer stehen die Wünsche der Kunden im Vordergrund. Neue Kunden zu gewinnen und zu ihnen eine langfristige Bindung aufzubauen ist eine Herausforderung. Ist ein Kunde an Ihrem Unternehmen interessiert, werden im nächsten Schritt die Leistungen vereinbart. In dieser Situation gilt es nun, Aufträge für „beide Seiten“ günstig auszuhandeln.

Bei diesem Verhandlungsprozess, muss der Unternehmer seine eigenen geschäftlichen Interessen (Rentabilität des Auftrages) im Blick behalten. Viele scheuen sich Kundenwünsche abzulehnen – also ein „professionelles Nein“ zu äußern – weil sie fürchten den Kunden zu verlieren.

Hinzu kommt, dass viele Kundenkontakte durch mündliche Weiterempfehlung entstehen. Die Unzufriedenheit oder Verärgerung eines Kunden spricht sich hingegen schnell herum und kann das Firmenimage beeinträchtigen. Aus diesem Wissen heraus entsteht für einen Unternehmer „Dienstleistungsdruck“: um den Kunden zu halten, werden Zusagen gemacht, die die Kapazität des Betriebes übersteigen.

Andererseits belastet ein „unprofessionelles Ja“ auf Dauer das Unternehmen, überfordert die Leistungsfähigkeit Ihres Betriebes und damit die Gesundheit von Ihnen und Ihren Mitarbeitern.

### Auswirkungen auf Ihre Gesundheit

⚠ Wird längere Zeit über die eigene Leistungsfähigkeit gearbeitet, kann das zur Überforderung führen. Diese wirkt sich auch auf andere Lebensbereiche (Familie, Freunde) aus.

Die Lebensqualität sinkt, es stellt sich das Gefühl ein, wichtige Aufgaben nicht gut zu erledigen.

- Ständiger Zeitdruck
- Fehlende Pausen
- Stress
- Arbeiten müssen eventuell nachts erledigt werden
- Ungesundes Essverhalten
- Mehr Alkohol, Nikotin
- Mehr Erkrankungen

### Tipp:

Überprüfen Sie selbst, wann und warum Sie in einer Verhandlungssituation mit einem Kunden manchmal „Ja“ sagen, obwohl ein „Nein“ angebracht wäre.



„Ich bringe es einfach nicht über die Lippen...“

### Warum sagt man manchmal „Ja“ obwohl ein „Nein“ angebracht ist.

- Schlechte wirtschaftliche Lage. Jeder Kunde zählt und soll um jeden Preis gewonnen und gehalten werden.

# F a k t e n

- Die benötigte Zeit für einen Auftrag wird nicht richtig kalkuliert.
- „Störquellen“ und notwendige Zeitpuffer werden nicht eingeplant.
- Das Bedürfnis „es allen Recht zu machen“, nicht „Nein“ sagen können.

Zusagen, die Sie dem Kunden gegenüber nicht einhalten, haben nachhaltige Folgen. Sich in Widersprüchen und Ausreden zu „verzetteln“ ist für jede Kundenbeziehung „Gift“. Kunden nehmen solches Verhalten sehr aufmerksam wahr und bleiben in der Zukunft aus.

## Welche Vorteile haben Sie durch ein „Professionelles Nein“?

Ein professionelles Nein bedeutet, dass Sie einen speziellen oder zeitlich dringenden Kundenwunsch so abwandeln, dass die Kundenbeziehung nicht leidet. Ihre Vorteile sind:

- Termine werden eingehalten. Eine langfristige Kundenbindung wird aufgebaut.
- Es werden weniger Fehler gemacht, weil die Arbeitsaufgaben optimal ausgeführt werden können. Die Qualität der Produkte bzw. Dienstleistung steigt.
- Das Arbeitsvolumen ist kalkulierbar. Überstunden fallen seltener an. Dies wirkt sich positiv auf ihr Gesundheitsverhalten aus.
- Maßnahmen zur Arbeitssicherheit werden eingehalten, das Risiko von arbeitsbedingten Erkrankungen wird reduziert.
- Ihre Mitarbeiter und Sie bleiben zufrieden. Dies wirkt sich auf die Produkt- und Dienstleistungsqualität aus.

## Wie können Sie ein „professionelles Nein“ vorbereiten?

Eine direkte und offene Kommunikation mit dem Kunden über Ihre Geschäftsbedingungen hilft Ihnen, eine langfristige Kundenbeziehung aufzubauen. Kunden haben oftmals mehr Verständnis, als man ihnen „zutraut“. Im Folgenden sind einige Anregungen für ein Kundengespräch aufgeführt:

### Gesprächsvorbereitung

- Überlegen Sie sich, welche Wünsche Ihr Kunde haben könnte und welche Leistungen Sie erbringen können.
- Sammeln Sie im voraus eigene Argumente. Wie begründen Sie wirkungsvoll ihren

Standpunkt? Ein Argument ist die sinnvolle Verknüpfung von Tatsachen.

- Gegenargumente bedenken. Was könnte der Kunde ins Feld führen und wie können Sie darauf reagieren?
- Zugeständnisse dem Kunden gegenüber überlegen: Wo kann ich nachgeben, auf den anderen zugehen?

### Im Kundengespräch

- Erläutern Sie Ihre geschäftlichen Bedingungen. Erklären Sie Ihre Arbeitsabläufe, damit der Kunde Verständnis für ihren Arbeitsaufwand erhält. Im Gespräch finden Sie möglicherweise auch einen Weg, den Auftrag doch erfüllen zu können.
- Suchen Sie nach einem Konsens. Wo können Sie sich mit ihrem Kunden treffen? Welche Alternative können Sie dem Kunden anbieten?
- Beziehen Sie ihren Kunden in eine gemeinsame Problemlösung ein.
- Vereinbaren Sie mit Ihrem Kunden eine Bedenkzeit und halten diese auch ein. Spontane Entscheidungen können unwirtschaftlich sein und ein „unprofessionelles Ja“ darstellen.

### Langfristige Vorbereitung

- Scheuen Sie sich nicht, an einem Kommunikationsseminar teilzunehmen, das speziell Kundengespräche im Mittelpunkt hat.
- Machen Sie sich nicht zum „Sklaven“ der Kundenwünsche, dadurch verzetteln Sie sich. Es gibt Grenzen, denn Sonderwünsche sind zeit- und kostenaufwändig.
- Tauschen Sie sich über ihre Erfahrungen mit Kollegen oder Beratern aus.

Die aufgeführten Anregungen sollen Sie unterstützen, Kundengespräche zur beiderseitigen Zufriedenheit unter Wahrung auch ihrer Interessen zu führen, ohne den Kunden zu verlieren.

### Impressum:

RKW – Rationalisierungs- und Innovationszentrum der Deutschen Wirtschaft e.V. – Bundesgeschäftsstelle –  
Düsseldorfer Straße 40 | D-65760 Eschborn  
Fon: +49(0)6196/495-278 | www.guss-net.de

Cartoon  
Kai Felmy

Das Projekt Guss wird im Rahmen des Modellprogramms zur Bekämpfung arbeitsbedingter Erkrankungen vom Bundesministerium für Wirtschaft und Arbeit gefördert.

