

„Der Kunde sollte mit einem Lächeln hier rausgehen, mit einem zufriedenen Gefühl“ – Respekt im Arbeitsalltag

Lena Kaun, Klaus Kock, Edelgard Kutzner, Ninja Ulland

Respekt

Das titelgebende Zitat aus einem Interview mit einer Kassiererin zeigt, worauf es ihr ankommt bei ihrer Arbeit. Aber wie ist es umgekehrt, wie respektvoll gehen Kund*innen mit Verkäufer*innen um?

Im Mittelpunkt der wissenschaftlichen Untersuchung des Projekts „RespectWork“ steht der Arbeitsalltag von Beschäftigten im Einzelhandel. Wie empfinden sie den Umgang mit Kund*innen, wie erleben sie die Beratungssituation, wie beschreiben sie das Verkaufsgespräch? Dazu haben wir einige Passagen aus unseren Interviews mit Verkäufer*innen aus einem Baumarkt ausgewählt, in denen Fragen eines respektvollen bzw. respektlosen Umgangs miteinander angesprochen werden.

Eine klassische Situation im Arbeitsalltag von Verkäufer*innen ist das fachliche Beratungsgespräch.

Beschäftigte im Baumarkt verstehen sich nicht nur als Verkäufer*innen, sie sehen ihre Aufgabe auch darin, mit den Kund*innen zusammen Probleme zu lösen. Sie nehmen sich die Zeit, um ihre Kund*innen umfassend zu beraten – wenn diese sich darauf einlassen.

„Also die für mich liebsten Kunden [sind die], die ich dann auch berate, auch wenn sie keine Ahnung haben – aber dass man die beraten kann. Nicht die, die rechthaberisch sind, die Besserwisser sind und so weiter, sondern, dass man die Kunden beraten kann. Denn [wenn ich einen] Kunden habe, [der] will einen Hochdruckreiniger, dann berate ich den eine halbe Stunde, erkläre dem einen Hochdruckreiniger oder wie

auch immer. Das macht Spaß, das ist auch in Ordnung, das mache ich ganz gerne. Ob das eine halbe Stunde dauert oder ich einen schnellen Kunden habe, der schon weiß, was er haben will. Da brauche ich fünf Minuten für. Mache ich beide gleich gerne.“ (Verkäufer)

In manchen Situationen sind die Ansprüche der Kund*innen hoch, in anderen geht es um den schnellen Einkauf.

Kund*innen im Baumarkt haben unterschiedliche Anliegen, die mit unterschiedlichen Anforderungen an die Beschäftigten einhergehen. Manche Kund*innen wollen schnell etwas kaufen, dessen Beschaffenheit und Preis sie genau kennen. Andere Kund*innen haben zu Hause ein bauliches Problem, für das sie im Baumarkt nach einer Lösung suchen. Oft erwarten Kund*innen aber auch zu viel, sie wollen nicht nur Beratung, sondern präzise Handlungsanleitungen. Vielen fehlt es an Vorkenntnissen, manchen fällt es schon schwer, das Problem überhaupt so zu beschreiben, dass die Verkäufer*innen das Anliegen verstehen und den Beratungsbedarf erkennen können.

„Wir sind ein Baumarkt, wir sind kein Vollbedienungs-geschäft. Das ist, als ob ich jetzt sagen würde: ‚Ich baue ein Haus, ich habe keine Ah-



Lena Kaun, Klaus Kock, Edelgard Kutzner, Ninja Ulland

nung, wie sowas geht.' Und dann funktioniert es nicht. Und dann muss ich es aber dem Mitarbeiter ankreiden, dass es alles falsch ist. Also sechs oder sieben Kunden von zehn, die bei mir einen Umtausch machen, machen den mit der Begründung: ‚Der Mitarbeiter hat mich falsch beraten.' [...] Nie, selten, in den seltensten Fällen waren sie es selber. Aber wahnsinnig viele: ‚Ja, der Mitarbeiter hat mich falsch beraten.' Wir reden jetzt hier von Schrauben, also, ne? Aber das ist – alle wollen es selber machen, weil das so Trend ist, alles, ne, Do it yourself und so. Alle wollen es selber machen, haben aber im Prinzip keine Ahnung davon, was sie machen. Sagen dann: ‚Ich brauche hier ein Dingsbums! Und ich muss als Mitarbeiter wissen, was ein Dingsbums ist.' (Verkäuferin)

Beratungssituationen erfordern Verständnis.

Einige Kund*innen kommen in den Baumarkt, weil im Haus oder in der Wohnung ein Problem aufgetreten ist, das sie schnell beheben müssen. Ihren Ärger über die Störung zu Hause bringen sie mit in den Baumarkt.

„Der Kunde, der kommt ja nicht fröhlich rein hier und geht sauer raus. Umgekehrt meistens, weil wenn da die Problemkunden sind, kommen hier rein, weil sie was zu meckern haben oder weil sie unzufrieden sind oder weil sie irgendwie ein Problem zu Hause haben und so weiter. Und da ist unsere Aufgabe natürlich auch – und meistens klappt das eigentlich auch –, dass man den dann zufriedengestellt wieder raus-schicken kann.“ (Verkäufer)

Verkäufer*innen müssen sich nicht nur mit Waren und Preisen auskennen, sie müssen auch Verständnis für die Situation der Kund*innen aufbringen und entsprechend reagieren.

Ein respektvoller Umgang beinhaltet Höflichkeit und Geduld.

Die Beschäftigten bemühen sich, höflich und geduldig auf die Kundschaft zuzugehen. Das gleiche erwarten sie auch von den Kund*innen. Es sind oft eher kleine, grundsätzliche Dinge, die von den Beschäftigten als respektlos empfunden werden.

„Ein idealer Kunde? Ja, manchmal fängt das schon dabei an, dass die einfach ‚hallo' sagen. Also manchmal sagen die nicht mal guten Tag oder so was, ne, sondern ‚Ja ich brauche Farbe' oder manchmal kommt nicht mal ein ganzer Satz, sondern einfach nur ‚Farbe' oder ‚Toilette.' Ist dann schon manchmal, wo du denkst so: mal eben ‚hallo' [sagen] oder ‚Ich bräuchte das und das.' Manchmal vielleicht auch so ein bisschen mehr Geduld, obwohl es natürlich immer blöd ist, wenn man warten muss, für einen selber auch woanders, aber einfach mal – wenn ein Kunde sieht, hier stehen schon fünf Kunden – dass man da nicht irgendwo steht und Däumchen dreht, ist irgendwie [klar]. Ja, ein bisschen Geduld, Verständnis vielleicht, weil wir wollen den Kunden ja auch Verständnis entgegenbringen, ne? Wenn der vielleicht, aus welchen Gründen auch immer, nicht so gut gelaunt ist, versucht man den ja auch irgendwie ein bisschen zu besänftigen oder so, ne? Vielleicht das auch mal von den Kunden so ein bisschen entgegen zu bekommen, Respekt, ja.“ (Verkäuferin)

Eine gängige Praxis ist der Umtausch gekaufter Waren.

Nicht selten gibt es Kund*innen, die offensichtlich gebrauchte Ware umtauschen wollen. Verkäufer*innen empfinden dies als ungerecht bzw. fühlen sich betrogen und sehen darin einen Ausdruck eines Mangels an Respekt vor ihnen und ihrer Arbeit. Um solche Kund*innen aber nicht zu verlieren, sind die Beschäftigten von der Geschäftsleitung angewiesen, dennoch sehr kulant zu sein.

„Dann habe ich da auch mal [einen Kunden] gehabt, der hat uns mit Sicherheit gelinkt. Ein Fall fällt mir gerade ein: [Er] wollte einen Bohrer haben, um ein bisschen Beton zu bohren, ja. ‚Was kostet denn so was?' ‚Ja so und so.' Und ich zeige dann alles. Und er: ‚Ja, brauche ich, mal gucken.' Und ich wusste genau, dass er das Ding wahrscheinlich nur nutzt. So war das. Ein paar Tage später kam er zurück, total verstaubt das Ding. ‚Ja kann ich nicht gebrauchen.' ‚Wie, Sie können es nicht gebrauchen?' [Sie] haben da aber fertig gebohrt – habe ich jetzt gedacht, nicht gesagt natürlich. Aber ich sage: ‚Haben Sie doch gebraucht.' ‚Ja, muss man

doch mal testen, ob die funktioniert, aber ich will die zurückgeben.' Das war so ein Fall, da haben wir lange hin und her [überlegt und uns dann gesagt:] komm, nimm das Ding zurück, stell es als Muster hin.“ (Verkäufer)

Manchmal können Kund*innen nicht genau erklären, was sie haben wollen.

Oft müssen Verkäufer*innen zunächst einmal klären, was gemeint ist, wenn jemand ein bestimmtes Produkt sucht. Gerade im Bereich des Bauens und Heimwerkens haben viele Produkte spezielle Bezeichnungen.

„Es gibt aber auch lustige Sachen, weil im Endeffekt – man lacht auch darüber. [...] Wie ich eine Kundin mal hatte, die kam an – die kannte das Wort nicht. Und ich kannte das Wort nicht, was die mir sagte: ‚Ich hätte gerne eine Bummsine.' Ich sage: ‚Was wollen Sie haben?' ‚Eine Bummsine.' ‚Kenne ich nicht. Gibt keine Bummsinen.' Die wurde richtig giftig: ‚Sie müssen doch eine Bummsine – wo haben Sie denn sowas?' Ich sage: ‚Was brauchen Sie, was ist denn eine Bummsine, erklären Sie mal.' [...] ‚Ja, dann so ein Ding da, das die Tür da vor der Wand da.' ‚Ach' ich sage, ‚einen Türpuffer, ja.'“ (Verkäufer)

Die Autor*innen

Lena Kaun und Ninja Ulland sind wissenschaftliche Mitarbeiterinnen, Dr. Klaus Kock ist wissenschaftlicher Mitarbeiter der Sozialforschungsstelle, Fakultät Sozialwissenschaften der Technischen Universität Dortmund.

Dr. Edelgard Kutzner ist Projektleiterin im Forschungsbereich „Arbeit, Organisation, Geschlecht“ der Sozialforschungsstelle, Fakultät Sozialwissenschaften der Technischen Universität Dortmund.

