

## **Kunde, du! Wir sind nicht zufrieden! (Daily Dueck 8)**

Gunter Dueck, von <http://www.omnisophie.com/>

Neulich waren wir im Restaurant. Auf der Speisekarte stand Bauernsalat. Ich murmelte vor mich hin, dass ich heute lieber kein Fleisch essen wollte. Da lachten mich die anderen aus und klärten mich auf, dass gar keine Bauern drin wären, es sei nur Salat „nach Art des Bauern“ gemeint. Aha, das habe ich wohl einige Jahrzehnte lang falsch interpretiert. Ich habe noch nie Jäger-, Zigeuner- oder Kinderschnitzel bestellt. Das fand ich ganz abartig.

Spaß beiseite! Heute las ich in der Computerzeitung einen Artikel über Kundenmanagement-Software. Davon gibt es eine ganze Menge. Es ist modern geworden, die Kundenbeziehungen über Computer zu pflegen. Auf Englisch heißt es „Customer Relation Management“. Damit ist es möglich, herauszufinden, was die Kunden lieben – was sie kaufen und was nicht. Die Computer berechnen das aus meinen Einkäufen. Da wissen sie alles über mich!

Na, ich weiß nicht, ob das überhaupt geht! Der Computer wird mich bestimmt für einen Fetischisten oder Transvestiten halten, wenn er Zusatzbestellungen meiner Tochter irgendwie falsch interpretiert, oder? Wie weiß er denn, wer das Zeug anzieht, was ich bezahle? Aber – gut – man kann es versuchen. Es geht darum, den Kunden zufrieden zu stellen. Das Zauberwort heißt Kundenzufriedenheit oder besser ausgedrückt „Customer Satisfaction“. Dieses Wort las ich heute in der Computerzeitung. Da leuchtete plötzlich in mir ein Gedanke auf!

Bauernsalat!

Stellen Sie sich vor, ich hätte wirklich immer geglaubt, Holzfüllerscheiben wären aus Holzfüllern geschnitten! So viele Holzfüller kann es nicht geben. Das hätte mich misstrauisch machen müssen. Und jetzt das Wort Kundenzufriedenheit! Dieses Wort habe ich mein ganzes Leben hindurch so verstanden, dass der Kunde zufrieden ist. Sie auch?

Aber es könnte doch sein, dass damit etwas anderes gemeint ist, nämlich dass das Unternehmen mit dem Kunden zufrieden ist, oder? Wenn die Bank zum Beispiel mit einem Kunden zufrieden ist, ist das die Kundenzufriedenheit der Bank. Banken teilen gerade ihre Kunden in gute, mittlere und schlechte ein, in A, B und C oder so ähnlich, in Platinkunden, Goldkunden oder Silberkunden und noch solche, die gar keinen Aufpreis für Schnickschnack bezahlen wollen, die bilden die unterste Stufe und heißen eventuell „Comfort-Kunden“. Die Bank sagt mir als Silberkunden dann: „Gunter, streng dich mal an. Wir sind mit dir noch nicht zufrieden. Du muss mehr tun, damit du zum Goldkunden aufsteigst, indem du mehr Geschäfte abschließt, die du dir sparen kannst.“ Bei den Fluglinien sagen sie: „Gunter, wir sind nicht mit dir zufrieden, weil deine Firma Reisen einspart, deshalb darfst du ein Jahr lang nicht in die Lounge. Das wird dir eine Lehre sein.“ Der Apotheker bestraft mich dadurch, dass ich keinen wertlosen Kunstkalender bekomme, weil ich ein ganzes Jahr gesund war. Er ist mit mir nicht zufrieden!

Kundenzufriedenheit! Mensch, ich hatte echt die ganze Zeit gedacht, es sei gemeint, ich als Kunde wäre zufrieden!

Erst heute fiel es mir wie Schuppen von den Augen.

Es geht um die Zufriedenheit mit mir!

Ach, das habe ich oft gespürt, wenn ich wieder mein neues Auto versichern musste. Der Vertreter ist immer missmutig, weil ich kein Sorglospaket will. Ich zahle dabei alles Geld an die Versicherung und verpfände mein Gehalt, dafür habe ich garantiert keine Sorgen mehr. Ich will mir aber Sorgen machen! Das ärgert den Vertreter gewaltig. Er tritt immer frustriert weg. Jetzt ahne ich, was er mit mir macht. Er trägt in die Kundendatenbank ein, dass ich mich nicht genug für die Versicherung einsetze. Morgen bekommt er sicher was von seinem Chef auf die Nase gehauen. „Sie wollen ein Verkaufs-Profi sein! Pfui über sie! Wir wollen verdammt noch mal nur Kunden, mit denen wir zufrieden sind. Rufen Sie die Kunden an! Geben Sie nicht nach! Verkaufen beginnt erst nach dem dritten Nein! Die dummen Kunden werden immer schwieriger! Sagen Sie ihnen, wir sind nicht zufrieden mit ihnen! Schauen Sie mal in der Datenbank nach. Wir haben nur wenige Absahnkunden! Viel zu wenige!“

Ach, ja, der Arzt jammert auch, dass ich gesund bin und dass meine Frau wieder arbeitet und nicht mehr privat versichert ist. Er ist nicht zufrieden mit uns. Telefongesellschaften rufen uns an, weil wir für 1,4 Cent pro Minute Call-by-Call in die USA telefonieren, ohne uns für 10 Jahre an den Provider zu binden. Unser Volvo hält sein Alter blendend aus, bald wird der Händler fluchen. Es kommen schon erste Briefe. Kundenzufriedenheit! Da haben wir von IBM eventuell immer die falsche Software bei den Unternehmen installiert, au weia. Wir wollten damit die Zufriedenheit der Kunden maximieren. Aber wenn ich zurückdenke, sortieren alle Unternehmen die Kunden niemals nach zufriedenen oder unzufriedenen Kunden, sondern immer nur nach satt profitablen und schwach profitablen Kunden. Sie schauen also doch immer nach, ob sie selbst mit dem Kunden zufrieden sind. Und das managen sie dann. Deshalb heißt es jetzt auch Kundenmanagement-Software!

Und, aha, mit mir sind sie jedenfalls nicht zufrieden.

Das ist mir alles gerade eingefallen. Bin ich denn nun ein schlechter Mensch? Muss ich nachgeben und ein Glückslos kaufen oder Schokolade mit Krachbrauseperlen? Mögen mich dann die Datenbanken? Ich fürchte, sie werden nicht Ruhe geben. Wenn ich etwas kaufe, damit sie zufrieden sind, werden sie erst recht nicht zufrieden sein. Sie werden wollen, dass ich Platin werde! So viel Geld habe ich nicht! Sie werden also nie – nie – nie mit mir zufrieden sein. Ich kenn das, manche Eltern und Lehrer sind so. Sie wollen Platin-Kinder. Nie sind sie zufrieden und das ist schlimm. Was soll ich tun?

„Ich kaufe nix mehr! Seid ihr jetzt zufrieden?“

Ja – so mach ich das. Ich streike. Bis die Unternehmen sozial werden und ab und zu auch leistungsschwache Kunden loben. Ach, wenn Deutschland doch von Servicewüste.