

WIEDER MAL EINEN TERMIN VERSCHWITZT?

Der Termin für die Lieferung der bestellten Pflanzen war fest vereinbart, doch einen Tag vorher muss er verschoben werden. Den Rückruf hatten Sie Ihrem Kunden zugesichert, doch dann wird er vergessen. Immer wenn eine feste Terminzusage nicht eingehalten wird, ist der Kunde enttäuscht. Und das Schlimmste ist, dass manche Mitarbeiter einen Terminverzug gar nicht als Reklamation definieren, obwohl Kunden das ganz anders sehen. Text: Rolf Leicher; Illustration: Shutterstock

Jeder kennt die Situation, gerade jetzt, im Frühjahr, wenn das Telefon nicht still halten mag: Unter dem Druck des Kunden nimmt der Mitarbeiter einen Termin an, der unrealistisch ist, oder bei Lieferterminen wird eine Vereinbarung getroffen, die riskant ist («Brechtangentermin»). Oft liegt es an den internen Absprachen, die nicht sorgfältig untereinander abgestimmt sind. Wenn unvorhersehbare Arbeiten mit hoher Dringlichkeit dazwischen kommen, kann die Einhaltung eines Termins wackeln. Besonders ärgerlich ist es, wenn der Mitarbeiter einen Terminverzug dem Kunden nicht mitteilt und erst zur Sprache bringt, wenn der Kunde selbst mahnt. Die meisten Kunden schliessen von der Unzuverlässigkeit bei Terminen auf die mangelnde Zuverlässigkeit des ganzen Betriebs. Bei der Argumentation über den Verzug sollten Sie keinesfalls die Schuld auf irgendeine Stelle verteilen. Auch nicht auf Vorlieferanten, denn Ihre Firma hat mit dem Kunden einen Kaufvertrag geschlossen. Sie sind es, die in der Verantwortung stehen. Da hätte man besser beim Vorlieferanten rechtzeitig Druck gemacht. Den Ursachen muss nachgegangen werden, aber eben nur intern. Kunden sind an einer Lösung interessiert und weniger an der Suche nach dem Schuldigen.

Arten der Terminverzögerung:

- Das Angebot kommt zu spät.
- Der zugesagte Rückruf erfolgt erst am nächsten Tag.
- Die Lieferung verzögert sich.
- Der Besuchstermin wird verschoben.

Warten ist immer lästig: Warten auf den Zug, im Supermarkt, im Restaurant, am Flughafen oder beim Arzt. Und es kommt immer zu Beschwerden. Warten schafft Unzufriedenheit, Pünktlichkeit hingegen Zufriedenheit.

Die Lösungen

Statt unbedacht Termine zuzusagen, muss erst mit den Stellen gesprochen werden, von denen ein Termin abhängt. Und wenn ein Termin steht, dann

darf ein anderer Kunde nicht diesen Termin bekommen, nur weil er «wichtiger» ist. Sie sollten eine Terminverschiebung bei einem kleineren Kunden nicht deswegen vornehmen, weil ein Grosskunde diesen Termin will. Wenn das einmal ans Tageslicht kommt...! Oft verschiebt sich ein Termin deshalb, weil es beim vorigen Kunden länger gedauert hat oder weil die Arbeiten witterungsbedingt unterbrochen werden mussten. Auf jeden Fall ist der Kunde, der nun warten muss, zu informieren, am besten vom Chef. Der Kunde fühlt sich dadurch aufgewertet. Kunden verzeihen eine Terminverschiebung eher, wenn sie sonst sehr zufrieden sind und schon länger zu den guten Bestandskunden zählen.

Termineinhaltung

	Ja	Nein
Ich nehme vereinbarte Termine sehr ernst.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ich informiere Kunden sofort über einen Terminverzug.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ich halte Versprechungen grundsätzlich ein.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ich nehme Anteil am Ärger des wartenden Kunden und entschuldige mich dafür.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ich suche nach Lösungen, statt nach Rechtfertigungen und Ausreden.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ich nehme möglichst keine riskanten Termine an bei denen die Einhaltung unsicher ist.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ich halte einen zweiten Termin unbedingt ein.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ich setze mich intern auch in anderen Abteilungen für Termintreue aktiv ein.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ich plane in der Saison «Pufferzeiten» ein.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ich weiss, dass Verzögerungen Reklamationen sind und nehme sie nicht auf die leichte Schulter.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Je häufiger Sie «JA» ankreuzen, desto besser





Grosse Bedeutung hat der Zwischenbescheid: Wenn ein Termin nicht gehalten werden kann, muss der Kunde nicht irgendwann, sondern so früh wie möglich informiert werden. Verzögerungen dürfen nicht erst zur Sprache kommen, wenn der Kunde sich meldet. Behalten Sie die Initiative und melden Sie sich frühzeitig, je schneller ein Verzug gemeldet wird, desto eher hat der Kunde Verständnis dafür.

Durch optimale Planung können Terminreklamationen reduziert werden. Gerade in der Saison ist exakte Planung wichtig. Wenn Personal fehlt, sollte man rechtzeitig planen, was zu tun ist: Ehemalige Mitarbeiter im Ruhestand für leichte Arbeiten ansprechen oder die eigene Mannschaft von der Leistung von Überstunden überzeugen. Auch Familienmitglieder könnten vorübergehend aushelfen, damit Termine eingehalten werden. Bei internen Terminen, zum Beispiel Abgabe eines Angebots, helfen die «Pufferzeiten». Danach wird nicht der ganze Arbeitstag verplant, sondern nur circa 80 Prozent. Eine Stunde hat nur 50 Minuten, der Rest bleibt frei für Notfälle oder Arbeiten, die länger dauern als geplant.

Wer zu einer bestimmten Zeit einen Anruf zusagt, muss ihn einhalten, Kunden akzeptieren eine Überziehung von circa 15 Minuten. Bei Zirka-Terminen kommt es nicht so leicht zur Verzögerung. Rückrufvereinbarungen «zwischen 10 und 12 Uhr» lassen einen Spielraum zu.

Unterscheiden Sie bei der Absprache von Arbeitsterminen:

- Um 8:00 Uhr heisst: der Kunde toleriert höchstens 30 Minuten Verzug
- Ab 8:00 Uhr heisst: der Kunde toleriert bis zu 60 Minuten Verzug
- Zwischen 8:00 und 9:00 beziehungsweise 10:00 Uhr heisst: dass Sie sich nicht festlegen

Der neue Termin

Es ist unverzeihlich, wenn auch der zweite Termin platzt. Da kann man absolut kein Verständnis vom Kunden erwarten, und auch eine Entschuldigung wird wohl kaum ausreichen. Wer sorgfältig mit der Terminvergabe umgeht, hat weit grössere Chancen, Kundenzufriedenheit zu erreichen.

Neben den Lieferterminen muss besonders bei der Angebotsabgabe auf Pünktlichkeit geachtet werden. Macht der Kunde hierfür keine Vorgabe, sollte das Angebot innerhalb von drei Tagen per E-Mail zugestellt sein. Wenn jemand schon die Angebotsabgabe mahnen muss, wie misstrauisch wird er dann bei der Abwicklung des Auftrages sein? Da kommen schnell Gedanken auf wie «Hat man mich etwa vergessen?».

Sehr wichtig ist es, dass auch jeder Mitarbeiter die nötige Sensibilität für eine Termineinhaltung hat. Die Meinung, dass es Wichtigeres gibt als einen zugesagten Rückruftermin pünktlich wahrzunehmen, ist nicht in Ordnung und eher ein Beweis für mangelnde Kundenorientierung. Es soll Mitarbeiter geben, die sich noch nicht einmal entschuldigen, wenn sie einen Rückruf, auf den der Kunde wartet, verspätet vornehmen.

Terminsünder: Terminverzug von Kollegen

Zugesagte Rückrufe, versprochene E-Mails, vereinbarte Terminarbeiten oder Lieferungen werden intern und extern nicht immer eingehalten. Die Folge: Ärger und Zeitverluste sowie Anmahnungen.

Die Regeln zur Vermeidung

1. Realistische Termine vereinbaren (schriftlich fixieren).
2. Bedeutung der Termineinhaltung betonen (worst case).
3. Kollegen an Termintreue gewöhnen (Vergleich mit anderen, die pünktlich sind).
4. Bei eventuellem Verzug rechtzeitige Ankündigung verlangen (neuen Termin fixieren).
5. Bei Terminüberschreitung sofort mahnen (evtl. Vorgesetzte informieren).
6. Über Konsequenzen der Verzögerung informieren (extern und intern).
7. Falsche Rücksichtnahme vermeiden (Sympathie-Bonus abschaffen).
8. Selbst mit gutem Beispiel vorangehen (100%-iges Einhalten).