

FDI — Das Wort zum Print — Gedankenspiele von Nils Gustorff, FDI-Mitglied und Buchbinder

(Teil 12) Lieben Sie auch die Herausforderung?

Ich lebe in der festen Überzeugung, dass wir nur dann die Menschheit während der kurzen Zeitspanne unseres Lebens voranbringen, wenn wir unsere *Handlungsweisen wertorientiert ausrichten*. Eine meiner Lieblingstugenden ist die Ehrlichkeit. – Sie sagen »na toll, jetzt erzählt der Gustorff Banalitäten!«? Dann nenne ich Ihnen ein Beispiel, das uns eindrucksvoll zeigt, wie wenig verbreitet scheinbar banale Tugenden in Wirklichkeit sind: In Karlsruhe betreibt Herr Deck einen Malerbetrieb mit einigen Mitarbeitern, mit unglaublichem Erfolg. Seine Maler sind *pünktlich, sauber, zuverlässig, ehrlich*. Nur dies ist sein Erfolgsrezept. Und die Konkurrenz schafft das nicht. Bei gleichen Startbedingungen punktet Herr Deck mit seinem Team nur dadurch, dass Tugenden kompromisslos gelebt werden!!

Das Beispiel zeigt die Relevanz des Themas. Was folgt daraus für Print? Die Internet-Auftritte

stellen doch jede Druckerei als innovativ, zuverlässig, vollstufig dar. Verkauft wird also Technik mit ein paar positiven Zierwörtern. **Wie kann sich eine Druckerei von der Konkurrenz anheben? Dazu sollen wir einmal Kunden befragen, das würde ein buntes Meinungsbild zum Thema »zuverlässig« erbringen.** Jeder Kenner der Branche wird mir deshalb zustimmen, dass es Druckereien gibt, denen die Zuverlässigkeit besser gelingt und welche, denen es schlechter gelingt. Da die Hardware in den Betrieben meist sehr vergleichbar ist, liegen Unterschiede nicht dort begründet. Sondern **allein in der unterschiedlich praktizierten Ehrlichkeit in der Kommunikation mit dem Kunden.** Genau dort liegt ein sehr unterschätztes Potenzial, das wir alle, jeder Sachbearbeiter und jeder Außendienstler durch eigenes Tun noch weiter erschließen können.

Das funktioniert zugegebenermaßen nur dann, wenn dies von

oben her vorgelebt wird. Hierbei gibt es einen Schlüsselbegriff, der ein ziemlich **untrüglicher Indikator der Ehrlichkeit ist: Das Wort »Herausforderung«.** Dieses Wort, das so positiv klingt, verdrängt schleichend das Wort »Problem« und gleichzeitig die Ehrlichkeit im Miteinander. Es ist ein Problem, wenn ein Farbwert auf einem Bedruckstoff nicht erreichbar ist, und es ist ein Problem, wenn der Buchbinder UV-lackierte Bogen bekommt, die nicht ohne Brechen zu falzen und nicht verklebbar sind. Eine Herausforderung ist die Fahrt mit dem Fahrrad auf den Feldberg. Wenn bei der Abfahrt der Reifen platzt, ist dies keine Herausforderung, sondern ein Problem.

Machen Sie einmal folgenden Versuch: *Setzen Sie einen Tag lang jedes Mal, wenn Ihr Gegenüber »Herausforderung« spricht, gedanklich das Wort »Problem« ein.* Im Stillen ist das schon entlarvend. Wenn Sie aber dann außerdem noch di-

rekt aussprechen: »Aha, Sie meinen also ein Problem ...« schaffen Sie eine erstaunliche Klarheit und Ehrlichkeit in der Kommunikation. Funktioniert mit Chefs, Kollegen, Kunden, Lieferanten. Voraussetzung ist natürlich, dass Sie es sich selbst auch für einen Tag aus Ihrem Wortschatz streichen.

Probieren Sie es aus. Gewiss kommt es dann seltener vor, dass sich jemand überheblich mit der hingeworfenen Bemerkung »... das ist halt die Herausforderung ...« aus der Affäre zieht und sich in Wirklichkeit damit der Sachebene des Gesprächs verweigert.

Nur lesen Sie nach dem Versuch besser keine Stellenanzeigen, die etwa solche Formulierungen enthalten wie »... Sie lieben die Herausforderung, wir suchen ...« !

In einer lockeren Serie möchten wir Ihnen das Thema »Ein Wort zu Print« von den verschiedensten Seiten beleuchten

Teil 11: Die phantastische Welt der Prägung, DD Nr. 11

Teil 12: Lieben Sie auch die Herausforderung?