



Auftragsbearbeitung

Problemkunden selbstbewusst begegnen

Sie kennen die Ideenschnorrer, die Schnäppchenjäger, Reklamationskünstler und die, die ihre Rechnungen nicht bezahlen wollen. Unternehmer Stefan Leszko beschreibt aus seiner Erfahrung die richtigen Strategien, mit ihnen fertig zu werden.

Jeder kennt sie, keiner will sie und doch kann man ihnen nicht immer entrinnen: die schwarzen Schafe unter den Kunden, die den Landschaftsgärtner oder Gartenplaner nicht als Dienst leistenden Partner, sondern als gutgläubiges Opfer ansehen, das es zu übertölpeln gilt. Gegeben hat es sie schon immer, aber nie zuvor waren die Bedingungen für sie so günstig wie heute, wo ihnen schwache Konjunkturdaten und Preisdumping den Boden bereiten und bauernschlaue Knickrigkeit von der Werbung zur Tugend erhoben wird.

Es ist daher zu befürchten, dass die Zahl dieser Problemkunden zunehmen wird. Doch selbst, wenn es nur wenige sind, es sind in der Regel die, die Probleme im Betriebsablauf verursachen und damit Zeit und Nerven kosten.

Rechtlich auf sicherer Seite stehen

Jeder Unternehmer sollte eine Strategie haben, solchen Kunden routiniert und effektiv zu begegnen. Die allgemein wichtigste Voraussetzung dafür ist, dass der Unternehmer gegenüber dem Kunden aus rechtlicher Sicht einen festen Stand hat. Grundregel sollte sein, nur solche Forderungen zu stellen, die sich bei Bedarf auch einkla-

ren lassen. So direkt formuliert, mag das manchen erschrecken. Tatsächlich sind es aber gerade eindeutige Rechtssituationen, die Auseinandersetzungen und besonders Rechtsstreitigkeiten verhindern. In der Praxis bedeutet das: Vom ersten Kun-

Unternehmer kennen sollte. Sie haben immer Gültigkeit, unabhängig davon, ob der Kunde sie kennt oder nicht.

Jedes zusätzliche Regelwerk muss dagegen in rechtsgültiger Weise vereinbart werden. Das heißt, der Vertragspartner, der

wie für vom Unternehmer festgesetzte eigene Geschäftsbedingungen. Kopien davon müssen dem Kunden grundsätzlich mit dem Angebot zusammen gestellt werden.

Das Angebot sollte außerdem den ausdrücklichen Hinweis enthalten, dass die beigelegten Bedingungen Vertragsbestandteil sind. Empfehlenswert ist auch der Zusatz, dass Bedingungen des Kunden nur dann gültig sind, wenn der Unternehmer sie schriftlich anerkannt hat.

Wurden diese Dinge beachtet, so sind damit die wichtigsten Voraussetzungen geschaffen, schwarzen Schafen ihr übles Spiel zu durchkreuzen. Wie das nun konkret im Einzelnen vor sich geht, wollen wir uns anhand der häufigsten Typen des Problemkunden ansehen.

Jedes zusätzliche Regelwerk über das BGB hinaus muss in RECHTSGÜLTIGER WEISE vereinbart werden

denkontakt an muss absolute Klarheit über die von Ihnen angebotenen Konditionen herrschen.

Rechtliche Basis der landschaftsgärtnerischen Dienstleistung sind die Bestimmungen des BGB zum Werkvertrag (§631 bis §651 BGB), die jeder

dieses zusätzliche Regelwerk ins Spiel bringt, muss sicherstellen (und beweisen können), dass die Gegenseite vor Vertragsabschluss davon Kenntnis genommen hat. Das gilt für allgemeine Regelwerke wie die Vergabe- und Vertragsordnung für Bauleistung (VOB) genau so,

ANEKDOTE

Auf schlechte Kunden verzichten

Einen schlechten Kunden verliert man besser heute als morgen. Es muss nicht erst so weit kommen wie bei einem mir bekannten Ladenbesitzer. Als der einem Stammkunden gegenüber, der jahrelang keine Rechnung bezahlt hatte, endlich energisch wurde, erklärte dieser, nun werde er nichts mehr bei ihm kaufen. Der erbotene Geschäftsmann lief ihm daraufhin auf die Straße nach und rief zornbeugend: „Darum möchte ich auch gebeten haben!“ SL

DER AUTOR

STEFAN
LESZKO



ist Diplom-Biologe und Inhaber der Firma „Ihr Wunschgarten“, die sich im Raum Würzburg mit der Planung und Anlage von Privatgärten beschäftigt.

Er tritt am häufigsten auf. Da er bereits im Vorfeld eines Vertragsabschlusses sein Unwesen treibt, wird seine Schadwirkung oft unterschätzt. In Wahrheit bindet bereits ein solcher Kunde oft mehrere Stunden Arbeitszeit, die produktiver verwendet werden könnte.

Sein Betätigungsfeld sind vor allem Neuanlagen und Umgestaltungen. Unter dem Vorwand einer Erstbesichtigung bietet er den Gärtner zu sich. Er versucht dann, im Gespräch an Konzeptideen, Ausführungsbeschreibungen oder allgemeine Fachkenntnisse zu kommen. Hat er so kostenlos erfahren, was er wissen wollte, lässt er nie wieder von sich hören.

Der Ideenschnorrer ist leicht zu erkennen, da er meist eher schlichten Gemüts ist, was ihn nicht daran hindert, sich für ungemein raffiniert zu halten. Intelligentere Exemplare besitzen genug Redegewandtheit, sich mit der Masche des be-

Diese Sorte wird von Kommunikationstrainern gerne unter der Bezeichnung „schwieriger Kunde“ verharmlost, dem man angeblich durch bestimmte, in Seminaren zu erlernende Umgangsformen beikommen könnte. In Wirklichkeit handelt es sich um eine besonders unangenehme Variante des Schnäppchenjägers, dem kein Argument zu absurd ist, um Mängel zu erfinden, mit denen er dann nachträglich den Preis drücken kann. Dieser Typus ist in allen Gesellschaftsschichten zu finden und entwickelt oft beachtliche Raffinesse.

Dennoch gibt es einige Merkmale, durch die er sich verrät. Das wichtigste: Ein Kunde, der einen ehrlichen Grund zur Unzufriedenheit hat (oder zu haben glaubt), möchte in erster Linie eine Nachbesserung haben. Wird hingegen die Rechnung eigenmächtig gekürzt und dies dann erst nachträglich mit nebulösen Mängelbehauptungen begründet, so hat man es ziemlich sicher mit einem Reklamationskünstler zu tun.

Der Ideenschnorrer



sorgten Kunden, der sich von der Kompetenz des Dienstleiters überzeugen will, zu tarnen.

Allgemein gilt jedoch: Bei einer wirklichen Erstbegehung ist es der Gärtner, der die Fragen stellt. Er muss die Standortbedingungen, die Vorgesichte und die Problemfaktoren und vor allem die Wünsche des Kunden in Erfahrung bringen. Wenn hingegen der Kunde ständig Fragen stellt und der Gärtner Vorträge hält, ist etwas falsch gelaufen.

Abhilfe: Kostenlose Vorgespräche sollten stets auf die Dinge beschränkt werden, die der Gärtner wissen muss, um ein präzises Angebot zu erstellen. Will der Kunde sich hingegen über Möglichkeiten und Know-how informieren, so ist

das eine Fachberatung, die als solche auch bezeichnet und nach Zeitaufwand verrechnet werden muss.

Hat der Kunde überhaupt keine eigenen Vorstellungen zur Gestaltung seines Gartens, sondern erwartet von Ihnen, als Basis für ein Angebot zunächst ein komplettes Plankonzept zu entwickeln, so geht das über die Fachberatung hinaus und sollte unter der Bezeichnung „Planung“ festgehalten und abgerechnet werden.

Sinnvollerweise fragt man den Kunden bereits beim ersten Kontakt, ob er bereits konkretere Vorstellungen über die Anlage seines Gartens hat. Kommen dann Antworten wie „Ich wollte erst Ideen sammeln.“ oder „Ich bräuchte je-

manden, der mich erst mal berät.“, so teilen Sie ihm mit, dass Beratungs- und Planungsleistungen kostenpflichtig sind, welche Leistungen Sie im Rahmen einer Fachberatung oder Planung anbieten und welche Honorarsätze Sie dafür nehmen. Diese Kosten können ganz oder teilweise mit einem späteren Ausführungsauftrag verrechnet werden. Hat der Kunde ernste Absichten, wird er diese Regelung akzeptieren.

Bevor dann vor Ort die Fachberatung beginnt oder die für eine Planung erforderlichen Daten gesammelt werden, lassen Sie sich unbedingt einen schriftlichen Vertrag unterzeichnen, auf dem Sie präzise Art und Umfang der Leistung sowie das verlangte Honorar vermerkt haben.

Und wenn der Kunde sich weigert? Dann vergessen Sie ihn und freuen Sie sich, einen Ideenschnorrer erkannt zu haben, bevor er Ihnen die Zeit stehlen konnte.

Abhilfe: Mehr noch als bei den Problemkunden ist hier eine absolut sichere Rechtsposition erforderlich. Erster Schritt, auch wenn die Mängelbehauptung noch so absurd klingt, ist stets, sich vor Ort genauestens davon zu überzeugen, dass die Arbeit einwandfrei ist. Ist das der Fall, müssen wir die Argumentation des Kunden unter die Lupe nehmen. Allgemein gilt: Ein Mangel muss objektiv zu definieren sein. Subjektive Unzufriedenheit („Das hatte ich mir irgendwie anders vorgestellt“) ist kein Mangel.

Es ist Aufgabe des Unternehmers, sich vor der Ausführung eingehend über die Wünsche und Vorstellungen des Kunden zu informieren und auch während der Arbeit immer wieder nachzufragen, ob ihm das entstehende Werk gefällt. Der Kunde hat dabei jedoch die Mitwirkungspflicht, seine Wünsche auch in angemessen deutlicher Weise auszusprechen. Wem erst nach Auftragsabschluss einfällt, dass er es eigentlich lieber ganz anders ge-



Der Reklamationskünstler

habt hätte, der muss entweder damit leben oder eine Änderung gesondert bezahlen. Genau das müssen Sie – in höflicher Form – einem Reklamationskünstler mitteilen. Beharrt er auf seiner Argumentation, so lassen Sie sich seine Mängelbehauptung schriftlich geben und begründen Sie in einem Antwortschreiben sorgfältig, warum Sie diese nicht anerkennen.

Verfassen Sie dieses Schreiben so, dass Sie es bei einem Rechtsstreit vorlegen könnten. Behält der Kunde dann noch immer Rechnungs- oder Teilbeiträge ein, beginnen Sie mit dem

Mahnverfahren. Wichtig ist dabei, dass Sie souverän und zügig handeln. Der Reklamationskünstler ist im Allgemeinen intelligent und weiß genau, wie weit er gehen kann. Er lauert auf Zögern und Unsicherheit. Sieht er, dass sein Spiel nicht aufgeht, so gibt er überraschend schnell auf. Wer aus einer Scheinreklamation Gewinn schlagen will, möchte keine Mahngebühren zahlen.

Auch hier sind ein Angebot mit präzisen Leistungsbeschreibungen und, falls nötig, eine zeichnerische Planung unabdingbare Voraussetzung. Wenn Sie beweisen können, dass Sie die angebotene Leistung genau so auch erbracht haben, nehmen Sie dem Gegenüber die Argumentationsgrundlage.

Dieser Typus ist im Dienstleistungsbereich noch relativ selten, verzeichnet aber unter dem Einfluss schlechter Konjunkturbedingungen und verfallender Zahlungsmoral deutliche Zunahmen. Im Gegensatz zum geizigen Kunden, dem billige Preise wichtiger sind als Qualität, weiß der Schnäppchenjäger durchaus erstklassige Arbeit zu schätzen. Aber angemessen bezahlen will er sie nur, wenn es sich gar nicht vermeiden lässt. Mitunter gibt er sich noch vor der Auftragserteilung zu erkennen, indem er versucht, den im Angebot genannten Preis herunterzuhandeln.

In der Regel geht er aber raffiniert vor. Ein beliebter Trick ist es, sich an Mitarbeiter heranzumachen, wenn der Unternehmer gerade nicht anwesend ist, und diesen verschiedene „Ergänzungen“ der durchgeführten Arbeit anzutragen. Dabei erweckt er geschickt den Eindruck, es handle sich um re-



Der Schnäppchenjäger

gulär im Angebot enthaltene Leistungen, in der Hoffnung, dass diese dann bei der Auflistung von Sonderleistungen vergessen werden. Auch auf die vertrauliche Frage „Können wir das nicht unter uns abmachen?“ sollten Mitarbeiter vorsorglich vorbereitet werden.

Abhilfe: Schnäppchenjäger, die am Angebot feilschen wollen, bremst man am einfachsten mit dem Hinweis aus, dass ein Kostenvoranschlag ohnehin nur eine überschlägige Kalkulation sein kann, die bei Vertragsabschluss nach Baustellenaufmaß abgerechnet wird. Die Drohung

„Wenn Sie nicht runtergehen, hole ich weitere Angebote ein“, kann einen seriösen Unternehmer nicht erschrecken. Im Gegenteil, die Hoffnung, einen Schnäppchenjäger auf diese Weise loszuwerden, bleibt oft unerfüllt. Hat er andere Angebote gesehen, erteilt er den Auftrag trotzdem (oder gerade?). Dann heißt es aufpassen, dass er nicht doch noch zum Ziel kommt. Wichtigste Absicherung ist eine bis ins letzte Detail präzise Leistungsbeschreibung im Angebot.

Steht dort beispielsweise „Bau von 6 lfdm Trockenmauer,

Höhe 1 m, aus bauseits bereitgestellten Bruchsteinen“, so wird ein Schnäppchenjäger absolut nichts dabei finden, wenn Ihre Mitarbeiter die Steine erst aus dem hintersten Gartenwinkel über drei schmale Treppen anschleppen müssen und dafür zwei Tage brauchen. Es müsste also heißen: „Bau von 6 lfdm Trockenmauer, Höhe 1 m, aus bauseits an der Arbeitsstelle gelagerten Bruchsteinen.“

Weiterhin ist im Angebot zu vermerken, dass alle Arbeiten, die über den definierten Leistungsumfang hinausgehen, nach Stundensätzen verrechnet werden. Mitarbeiter sind zu Beginn jedes Arbeitstags genau über Art und Umfang ihres Tagesspensums einzuweisen, sodass sie Sonderleistungen selbstständig erkennen und auf den bereitgestellten Stundenzetteln eintragen können. Das sichert nicht nur eine korrekte Abrechnung, sondern vermeidet auch Preisdiskussionen auf der Baustelle.

Er liebt es schlicht. Er verzichtet auf jede Strategie, lässt seine Rechnungen einfach unbezahlt und hofft auf ein Wunder oder zumindest auf einen dummen Unternehmer, der sich sein Verhalten gefallen lässt. Obwohl seine Masche so uralt, so simpel und so jämmerlich ist, richtet er noch immer immensen Schaden an. Laut statistischen Erhebungen ist er eine Hauptursache für Betriebsinsolvenzen.

Abhilfe: Da schlechte Zahlungsmoral im Vorfeld kaum zu erkennen ist, sollte man grundsätzlich jedem neuen Kunden gegenüber ein gewisses Maß an Vorsicht walten lassen. Größere Materiallieferungen sollten sofort abgerechnet werden, oder man verlangt einen Teilbetrag als Vorkasse. Bei umfangreichen Aufträgen frühzeitig Zwischenrechnungen stellen! Kommt der Kunde mit seinen Zahlungsverpflichtungen deutlich in Verzug, kann man die Arbeiten einstellen, bis die Fehlbeträge eingegangen sind. Bei Schlussrechnungen oder

Der säumige Zahler



kleineren Aufträgen, die in einem Stück abgerechnet werden, hilft im Verzugsfall nur ein schnell und energisch durchgezogenes Mahnverfahren. Ein Kunde, der den Fälligkeitstermin um mehr als eine Woche überschreitet, zahlt erfahrungsgemäß nicht ohne Nachhilfe.

Warten Sie also nicht unnötig, sondern schicken Sie nach spätestens zehn Tagen Verzug die erste Mahnung und eine Woche später die zweite. Eine Mahngebühr ab der zweiten Mahnung und der höfliche Hinweis, dass als nächstes kostenpflichtige rechtliche Schritte folgen, reichen normalerweise

aus, um dem säumigen Zahler klar zu machen, dass seine Masche bei Ihnen keinen Erfolg hat. Sollten jedoch zwei eigene Mahnungen einmal nicht ausreichen, so zögern Sie nicht, einen gerichtlichen Mahnscheid (Zahlungsbefehl) zu erwirken oder als vorgerichtliche Alternative ein Inkassobüro einzuschalten.

Weitere Mahnschreiben von Ihnen wären in einem solchen Falle wirkungslos und würden dem Kunden nur den Eindruck vermitteln, es fehle Ihnen letztlich der Mut zu rechtlichen Schritten – und dann zahlt er mit Sicherheit nicht.

Wie man sieht, ist es gar nicht so schwer, sich gegen die schwarzen Schafe zur Wehr zu setzen. Dennoch gibt es immer noch viele, vor allem kleinere Unternehmer, die in solchen Fällen eine unangebrachte Zaghaftigkeit an den Tag legen und sich damit selbst als willkommene Beute eines Problemkunden zu erkennen geben.

Denken Sie lieber an Ihre anderen Kunden, die nichts weiter suchen als einen kompetenten Partner bei der Verwirklichung ihrer Gartenträume. Denken Sie an diejenigen, die vielleicht selbst nicht immer die besten Erfahrungen mit Handwerkern gemacht haben, denen der Entschluss, einen Fremden in ihren privaten Lebensbereich zu holen, nicht immer leicht fällt und die sich umso mehr freuen, wenn Sie Ihre Sache gut machen. Diesen Kunden sollten Sie Ihre Zeit widmen, anstatt sie an unlautere Zeitgenossen zu verschwenden.

Text und Bilder: **Stefan Leszko**, Unterleifchfeld