

Geht doch!

Lenin spricht sich auch bei uns allmählich herum: „Vertrauen ist gut, Kontrolle ist besser!“ Schon seit längerem bin ich sehr zufrieden mit den Arbeiten meiner vertrauten Duisburger Kfz-Vertragswerkstatt, auch mit der überaus höflichen Ansprache durch alle Mitarbeiter. Nach jedem Werkstattbesuch erkundigt sich der bayerische Urheber der Fahrfreude nach meiner Zufriedenheit mit dem Werkstatt-Service. (Vorsorglich hat man dort schon um ein Urteil „ausgezeichnet“ gebeten, klar, bei dieser Noteninflation, wo „sehr gut“ nichts mehr besagt!) Und jetzt warte ich sogar beim Entstörungsdienst der Telekom, anders als früher, keine Minute in der Warteschleife, bis ein höflicher Mitarbeiter zielführend die nötigen Tipps zur Selbstinstallation des neuen Routers durchgibt. Am nächsten Tag eine Telekom-SMS, ob ich mit dem Kundenservice zufrieden gewesen sei. Am übernächsten Tage ein Telekom-Anruf mit gleicher Anfrage, noch detailreicher zu beantworten. Mir wird klar, dass die Marketing-Leute allmählich verstehen, wie Kundenzufriedenheit und -bindung hergestellt werden können: mit etwas mehr Kontrolle. Na bitte! Geht doch! **HOS**