

"WIE VIEL
KOSTET EINE
70-CENT-
BRIEFMARKE?"

70



Eine Postangestellte
berichtet Kurioses aus
ihrem Arbeitsalltag



riva

Melanie Habersetzer

Melanie Habersetzer

"WIE VIEL KOSTET EINE
70-CENT-BRIEFMARKE?"

"WIE VIEL
KOSTET EINE
70-CENT-
BRIEFMARKE?"

70



Eine Postangestellte
berichtet Kurioses aus
ihrem Arbeitsalltag



riva

Melanie Habersetzer

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://d-nb.de> abrufbar.

Für Fragen und Anregungen:

info@rivaverlag.de

1. Auflage 2016

© 2016 by riva Verlag, ein Imprint der Münchner Verlagsgruppe GmbH,
Nymphenburger Straße 86
D-80636 München
Tel.: 089 651285-0
Fax: 089 652096

Alle Rechte, insbesondere das Recht der Vervielfältigung und Verbreitung sowie der Übersetzung, vorbehalten. Kein Teil des Werkes darf in irgendeiner Form (durch Fotokopie, Mikrofilm oder ein anderes Verfahren) ohne schriftliche Genehmigung des Verlages reproduziert oder unter Verwendung elektronischer Systeme gespeichert, verarbeitet, vervielfältigt oder verbreitet werden.

Redaktion: Dunja Reulein

Umschlaggestaltung: Isabella Dorsch

Umschlagabbildung: Lorelyn Medina/Shutterstock; creatarka/ Shutterstock;

Ladislav Krajca/ Shutterstock

Satz: Daniel Förster

Druck: Graspco CZ, Tschechische Republik

Printed in the EU

ISBN Print 978-3-86883-926-5

ISBN E-Book (PDF) 978-3-95971-273-6

ISBN E-Book (EPUB, Mobi) 978-3-95971-274-3

Weitere Infos zum Thema:

www.rivaverlag.de

Beachten Sie auch unsere weiteren Verlage unter:
www.muenchner-verlagsgruppe.de

INHALT

Statt eines Vorworts	7
Wo bin ich hier gelandet?	9
Gibt es wirklich keine dummen Fragen?.	15
Der ganz normale Wahnsinn – ein typischer Tag in der Post	27
Beschwerdestunde – einer muss ja Schuld haben . . .	39
Auch wir machen Fehler	53
Die Konkurrenz schläft nicht	63
Sicher ist sicher	67
Der Posthund	76
Online ist alles besser	83
So ein schöner Tag	90
Weihnachtswahnsinn	96

Ein postalischer Adventskalender	102
Weihnachtsrückblick	124
Speed Laughing	129
Nicht nachgefragt?	136
Briefmarken verkaufen kann doch jeder	141
Verhaltensregeln am Postschalter	144
Darüber könntest du ein Buch schreiben	146
Nachwort	149
Danke	152

STATT EINES VORWORTS

Vorab ein kleines Quiz:

- Haben Sie schon einmal genau eine Minute nach Ladenschluss vor geschlossener Tür gestanden und selbst nach hartnäckigem Klopfen schüttelte die Kassiererin nur entnervt den Kopf?
- Bekommen Sie schon Blutdruckprobleme, wenn Sie auch nur an den Andrang bei der Post denken?
- Könnten Sie sich noch Tage später darüber aufregen, dass Sie nur wegen eines zwei Zentimeter zu großen Kartons einen höheren Preis zahlen mussten?
- Sind Sie der Meinung, dass 24-Stunden-Öffnungszeiten die Idee des Jahrhunderts wären?
- Sind Sie wütend, dass der Postbote immer genau dann klingelt, wenn Sie gerade unter der Dusche stehen?
- Sind Sie der festen Überzeugung, dass Ihr Paket aus purer Boshaftigkeit beschädigt wurde?
- Sind Sie der Meinung, dass auch der günstigste Laden den besten Service anbieten muss?

- Finden Sie, Angestellte im Einzelhandel sind doch sowieso nur überbezahlte Laien, die Ihnen etwas andrehen wollen?
- Sind Sie der festen Überzeugung, der Kunde ist König, völlig egal, wie er sich aufführt?

Wenn Sie mindestens zwei der Fragen mit Ja beantwortet haben, legen Sie dieses Buch weg. Es kann zu schweren Blutdruckproblemen, Herzrasen bis hin zum Herzinfarkt führen.

Sind Sie sich nicht sicher, ob Sie zu dieser Kategorie Kunden gehören, befragen Sie vorher bitte Ihren Arzt oder Apotheker. Sollten diese Ihnen nicht weiterhelfen können, fragen Sie Ihren qualifizierten Buchhändler oder einen Postboten Ihres Vertrauens.

WO BIN ICH HIER GELANDET?

Bereits meine Urgroßeltern waren bei der Post, genauso wie meine Großeltern und meine Mutter. Und inzwischen bin es auch ich. Ich weiß nicht, wie es dazu kommen konnte, vielleicht liegt es an den Genen.

Eigentlich wollte ich immer etwas Kreatives machen, doch bei genauerer Betrachtung tue ich das auch. Man braucht manchmal durchaus eine gehörige Portion Humor und Fantasie, um an den Beschwerden mancher Kunden nicht zu verzweifeln.

Im Vergleich damit war das Schreiben dieses Buchs eine eher sachliche Angelegenheit. Ich brauchte ja nur mit gespitztem Bleistift darauf zu warten, bis mir die Geschichten tatsächlich passierten, um sie dann niederzuschreiben.

Nun möchte ich aber mit diesem Buch auf keinen Fall irgendjemanden verurteilen. Eine Kassiererin schüttelt über mich wahrscheinlich genauso den Kopf wie ich manchmal über die Kunden bei der Post. Nein, ich möchte lediglich die Kluft, die beide Parteien auf der je-

weiligen Seite des Schalters voneinander trennt, etwas schmälern.

Manchmal ist es schwierig, sich auf eine Beschwerde einzulassen, da man ja alle Hintergründe kennt. Der Kunde jedoch kennt sie nicht, weshalb er nicht versteht, warum ich nicht genauso empört bin wie er. Ich denke, dieses Problem gibt es in jeder Branche.

Wer hat sich etwa nicht schon mal über einen dieser lästigen Werbeanrufe geärgert? Ich jedenfalls schon. Ich habe aber auch Verständnis für denjenigen am anderen Ende der Leitung. Ich habe selbst schon einmal Telefonwerbung gemacht, und glauben Sie mir, es ist kein leichter Job. Wenn man pausenlos Ablehnung erfährt, fühlt man sich am Abend wie der unbeliebteste Mensch der Welt.

Deshalb gehöre ich auch nicht zu den Leuten, die in den Hörer brüllen oder einfach auflegen. Ein freundliches »Nein, danke, aber einen schönen Tag noch« ist zwar auch nicht die Antwort, die die Person am anderen Ende der Leitung hören will, aber es ist zumindest höflich.

Wenn man nur ein wenig versucht, sich in den anderen hineinzuversetzen, eskalieren Beschwerden gar nicht erst, sondern man kann ganz einfach eine passende Lösung für beide Parteien finden.

Manchmal ist für einen selbst ein Problem so offensichtlich, dass man vergisst, es seinem Gegenüber auch verständlich zu schildern. Oder vielleicht steigert man

sich einfach so sehr in etwas hinein, dass man gar nicht mehr richtig zuhört.

Hier ein kleines Beispiel, das vielleicht verdeutlicht: Vieles ist eine Frage der Perspektive.

Ich erhalte täglich Beschwerden über die Postboten in unserer Gemeinde. Nicht etwa, weil sie schlecht arbeiten würden. Meist geht es um die Art und Weise der Zustellung, so auch diesmal. Ein Kunde regte sich furchtbar darüber auf, dass sein Paket einfach vor die Tür gelegt und nun gestohlen worden war.

»Man kann doch ein Handy nicht einfach vor die Tür legen. Das ist doch klar, dass es dann weg ist! Unverschämt ist das. Nur weil der Zusteller wahrscheinlich zu faul war, den Zettel auszufüllen. Und wie komme ich nun an mein Geld?«

Ein zweiter Kunde kam in dem Moment zur Tür herein, in dem ich den ersten Herrn darüber aufklärte, wie er nun weiter verfahren solle.

Der zweite Mann mischte sich nun ein:

»Wollen Sie sich auch über den Postboten beschweren? Unmöglich sind die. Jedes Mal muss ich extra hierherfahren, um mein Paket abzuholen. Statt dass er es einfach vor die Tür stellt!«

Sie sehen, ein Problem liegt oft nur im Auge des Betrachters. Man kann es nun mal nicht jedem recht machen.

An dieser Stelle ein dickes Lob an unsere fleißigen »Kollegen im Außendienst«. Ich weiß nicht, wie es in anderen Orten zugeht, aber in unserer Gemeinde arbeiten viele Briefträger und Paketfahrer, die ihre Arbeit mit einer solchen Leidenschaft ausüben, dass sich viele eine Scheibe davon abschneiden könnten. Sie wissen von jedem Kunden, wann er am wahrscheinlichsten zu Hause ist, berücksichtigen Sonderwünsche und haben immer ein Lächeln auf den Lippen! Vielen Dank!

Denn das oben genannte Beispiel ist nicht das einzige, das oft Beschwerden nach sich zieht. Auch die Abgabe von Paketen beim Nachbarn wird häufig zum Drahtseilakt. War es vorher jahrelang erwünscht, dass Herr M. die Sendungen von Frau S. entgegennimmt, wird das über Nacht zum großen Problem. Beide Parteien sind auf einmal bis aufs Blut zerstritten. Wie kann es da der inkompetente Paketbote wagen, die Sendung trotzdem nebenan abzugeben? Da hätte er sich doch vorher informieren müssen. Unfassbar!

Mit diesen Beschwerden sehe ich mich jeden Tag konfrontiert. Und stehe zwischen den Fronten. Natürlich versuche ich, dem Kunden zu erklären, dass er vielleicht etwas überreagiert. Dass der arme Zusteller vielleicht gar nichts dafür kann oder eventuell auch einfach nur ein Mensch ist, der ab und zu Fehler macht. Doch auf der anderen Seite möchte ich natürlich auch den Kun-

den zufriedenstellen, ihm zuhören und seine Probleme ernst nehmen.

Dies gestaltet sich aber zudem sehr schwierig, weil wir oft überhaupt nichts machen können. Wir haben einen Geschenkartikelladen mit Poststelle. Beschwerden kann ich mir zwar anhören, aber nicht weiterleiten. Ich kann auch keine verloren gegangenen Sendungen erstatten oder den Zustellern einen Rüffel erteilen. Dafür bin ich schlicht und einfach nicht zuständig. Dafür gibt es eine Hotline. Allein dieser Satz sorgt aber in den meisten Fällen für einen erneuten Beschwerdeschwall. Wer möchte seine Beschwerde schon einem anonymen Menschen am Telefon mitteilen, den das Ganze eigentlich überhaupt nicht interessiert? Ich kann die Leute schon verstehen, das heißt aber nicht, dass ich etwas daran ändern könnte.

Ich habe einmal ein sehr passendes Poster im Internet gefunden, welches wir uns vielleicht über den Schalter hängen sollten:

»Ich habe zwar keine Lösung, aber ich bewundere Ihr Problem.«

Ich glaube, genau das ist es, was man erwartet, wenn man wutschraubend am Schalter steht. Zuspruch, Interesse und einfach jemanden, an dem man seine angestaute Wut auslassen kann. Das kann ich verstehen.

Aber versetzen Sie sich mal in meine Lage: Wie würden Sie reagieren, wenn Sie den ganzen Tag unverschuldet zur Schnecke gemacht würden? Würden Sie nach dem zehnten Mal immer noch lächeln oder würde Ihnen nicht auch vielleicht mal der Kragen platzen?

GIBT ES WIRKLICH KEINE DUMMEN FRAGEN?

Ich bin ein sehr geduldiger Mensch. Gerne höre ich mir zum 2364528-sten Mal Sätze wie »Hätten die da nicht gleich 60 Cent machen können?« oder »Haben Sie ein Telefonbuch von Berlin?« an.

Aber bei manchen Fragen fällt es mir doch sehr schwer, sachlich zu bleiben. Aber urteilen Sie selbst.

Hier mein Favorit

Eine ältere Dame tritt an den Schalter: »Wie viel kostet denn eine 70-Cent-Briefmarke?«

Stirnrunzeln meinerseits, doch man wundert sich ja über nichts mehr: »Na ja, 70 Cent eben.«

Bei meinem Gegenüber bricht das Entsetzen aus: »Waas?! Ist die schon wieder teurer geworden?!«

Kein Kommentar.

Auch sehr schön

Eine Kundin tritt, mit einer Benachrichtigungskarte bewaffnet, an den Schalter: »Ich habe diese Karte im Briefkasten gefunden. Da steht, ich soll hier mein Paket abholen.«

Ich sehe auf die Karte. Das Datum liegt fast vier Wochen zurück. Mir schwant bereits nichts Gutes, als ich ihr zu erklären versuche, dass die Pakete nur sieben Werktagen gelagert werden und dann an den Absender zurückgehen. Innerlich stelle ich mich bereits auf eine Diskussion ein. Doch manche Antworten erwischen einen trotzdem noch eiskalt:

»Wissen Sie, ich sehe meine Post nur alle paar Wochen durch. Da ist es sehr leichtsinnig, so eine Karte einfach in den Briefkasten zu stecken. Die sollte man ausschließlich persönlich übergeben dürfen!«

Es gab noch eine längere Debatte, dass die Karte ja eben nur zum Einsatz käme, wenn der Paketfahrer niemanden persönlich anträfe, doch ich kam nicht weiter, auch wenn ich die Logik auf meiner Seite hatte.

Technik ist unfehlbar

Technische Errungenschaften mögen der Post den Alltag erleichtern. Bei uns sorgen sie für allerhand Training