

Ganze, verständliche Sätze.

Am 17. Dezember 2004 trat in Mannheim der "Rat für deutsche Rechtschreibung" zusammen, um den "Sprachfrieden" in Deutschland wieder herzustellen. Nach zehn Jahren zieht der Vorsitzende des Rates, der ehemalige bayrische Kultusminister Hans Zehetmair, Bilanz. Heute ist die Reform der Rechtschreibung kein Thema mehr. Heute werden andere Herausforderungen gesehen. Zehetmair stellt in einem aktuellen Interview fest: "Sprache ist verkommen. Sprache ist zu sehr dem Konsum gewichen, der Passivität und ist zu wenig schöpferisch." Hinzu komme die zunehmende Verfremdung durch Anglizismen. Gesprochen wir heute in "Denglisch", also einer Mischung aus deutscher und englischer Sprache. Als dritter, kritischer Punkt wird das Sprechen und Kommunizieren mit Wortfetzen genannt. Das ist der Preis der der Schnellebigkeit und dem Aktionismus gezollt wird, der vor allem durch die "social media" wie facebook, twitter u.a. forciert wird. Die Auswirkungen der Verflachung der deutschen Sprache und des Vormarschs der Kommunikation mit Wortfetzen haben längst die Wirtschaft erreicht. Wenn in Anzeigen Mitarbeiter(innen) für Positionen gesucht werden die gutes Deutsch in Wort und Schrift beherrschen ist das Thema in der realen Wirtschaft angekommen. Auch im Friseurhandwerk!

Die verkommene Sprache.

Bereits bei angehenden Erstklässlern wird über die Jahre eine stetige Verschlechterung der sprachlichen Ausdrucksfähigkeit festgestellt. Die Ursachen sind vielfältig. Immer kleinere Familien, weniger Kommunikation in den Familien, Kommunikation mittels sms, facebook, twitter & Co. Wer sich schon im Kindesalter mehr mit dem Smartphone befasst als sich mit Gleichaltrigen beim Spielen und Herumtoben mit

Worten auszutauschen, ein Buch zu lesen und sich beim gemeinsamen Essen in der Familie über "Gott und die Welt" zu unterhalten, der wird später Probleme mit der Kommunikation in Wort und Schrift haben.

Im Friseurhandwerk ist der Schlüssel zu gutem und stabilem Umsatz nicht vorrangig die fachliche Leistung. Es ist die gute Beratung, also das gute Kundengespräch. Erst die Kombination von exzellentem Wissen und exzellenter Ausdrucksfähigkeit mit Worten bringt den wirtschaftlichen Erfolg. Die Erkenntnis, dass nicht der fachliche beste Mitarbeiter den besten Umsatz macht sondern der, der am besten mit seinen Kunden "kann", am besten mit ihnen kommuniziert, bleibt unwidersprochen. Wir sind im Thema!

Was geschieht, um die Ausdrucksfähigkeit der Mitarbeiter(innen) in den Salons zu verbessern? So gut wie nichts. Wer in der Ausbildungs(ver)ordnung nach Lehrinhalten und Maßnahmen sucht die Defizite bei der Ausdrucksfähigkeit lindern könnten, wird nicht fündig. Die Ausbilder und Pädagogen in den Berufsschulen haben in diesem Punkt wenig zu bieten. Vor allem dann wird es schwierig, wenn die immer jünger werdenden Meister(innen) selbst von dem beschriebenen Phänomen betroffen sind. Das Problem wird in diesem Fall gar nicht richtig wahrgenommen.

Die sprachliche Verfremdung.

Die Deutsche Bahn AG nennt ihre Beratungszentren nicht mehr "Service Points". Kunden- und Beratungszentrum wird von jedem Menschen der der deutschen Sprache mächtig ist verstanden. Ein Um- und Nachdenken bei der Verwendung sogenannter Anglizismen ist der beste Beweis dafür, dass hier ein

Ganze, verständliche Sätze.

(Verständnis)problem besteht.

Gefördert wird die Verwendung von **Anglizismen** durch **Computer, Smartphones, Tablets u.a.**, also im weitesten Sinne durch "**social media**" (deutsch: soziale Medien). Mögen englische Wörter noch gut passen, wenn es um Computer und den Umgang mit ihnen geht, sind sie in der Breite eingesetzt ein **Zeichen für sprachliche Ideenlosigkeit** oder/und falsches Elitedenken, für vordergründige Trendsetzerei o.ä. Ein Zeichen für **sprachliche Verarmung** sind Anglizismen allemal.

Welchen **Informationsgehalt** hat die Aussage einer Friseurin die ihrer Kundin die erstellte Frisur als "echt cool" und "krass" verkauft? **Worthülsen** in der **Kundenberatung** sind an sich schon **völlig deplatziert**. Wenn dann noch **Anglizismen und sprachlich fehlende** oder unzulängliche **Ausdrucksfähigkeit** hinzu kommen, wird die **Beratungsleistung unterirdisch schlecht**.

Kommunikation mit Wortfetzen.

Einem anderen Menschen seine **Liebe und Zuneigung** zu zeigen löste in der Vergangenheit bisweilen **poetische und lyrischen Anwendungen** aus. Heute, es muss ja schnell gehen, verkümmern Gedicht und Liebesbrief zu **drei Buchstaben: HDL**. Soll heißen: "Hab' dich lieb!" Klasse. Emotion - wichtig beim Friseur - sieht anders aus.

Die früher in den Anfängen der **Wortfetzenzeit** verwendete Abkürzung "MfG" für: Mit freundlichen Grüßen, mutet bei heute gebräuchlichen Abkürzungen, gefördert durch **heftiges, zeichenreduziertes sms-Schreiben**, Twittern usw., geradezu steinzeitlich an. "Funzt" bedeutet "funktioniert". Aha!

Wortfetzen bei der Kundenkommunikation, der Beratung von Friseurkunden **geht schon mal garnicht**. Dies auch deshalb, weil sich damit jeder Mitarbeiter unter Wert

verkauft. Nur **die Leistung die richtig und ausführlich** als solche "**verkauft**" **und** gut gemacht wird, hat einen Wert!

Ständige, geistige Abwesenheit.

Ein Mitarbeiter der bei der **Haarwäsche lustlos in den Haaren des Kunden herumhantiert** und sich **lautstark mit Kollegen** im Salon **unterhält**, hat schon mal an sich schlechte Startbedingungen, wenn es darum geht eine exzellente Leistung - und guten Umsatz - abzuliefern.

Kommt dann noch **geistige Abwesenheit** hinzu, weil facebook & Co. mit **unheimlich wichtigen Botschaften** aufwarten und unheimlich wichtige Informationen mit unheimlich wichtigen Mitmenschen ausgetauscht werden müssen, gerät die **Kundenbedienung mental** komplett zum **Desaster**. Selbst eine gute fachliche Leistung dient in diesem Fall gerade noch zur Schadensbegrenzung. **Kunden zu begeistern**, von diesem **Ziel** kann man sich **getrost verabschieden**.

Verbot der Nutzung von Smartphones, Tablets u.a. im Salon löst heftige **Debatten und Reaktionen** aus. Vor allem dann, wenn **Chefin und Chef** selbst mit "gutem" Beispiel voran gehen und **für Alle und Alles während der Arbeit erreichbar** sind. Gar nicht so selten dieser Fall! Warum eigentlich? **Service** heißt, dass einem Menschen die **volle und ungeteilte Aufmerksamkeit** geschenkt wird, wenn er (s)eine Leistung in Anspruch nimmt. Was ist daran so schlimm? Nichts. Warum die Aufregung?

Verlag/Vertrieb Osinski

Inhaber Diplom-Ökonom Ralf Osinski
Auf der Schützenhöhe 27
D-56170 Bendorf
V.i.S.d.P. Ralf Osinski
ralf-osinski@t-online.de
www.osinskiconsulting.de

