

<b>Zeitschrift:</b>	Technische Mitteilungen / Schweizerische Post-, Telefon- und Telegrafenbetriebe = Bulletin technique / Entreprise des postes, téléphones et télégraphes suisses = Bollettino tecnico / Azienda delle poste, dei telefoni e dei telegrafi svizzeri
<b>Herausgeber:</b>	Schweizerische Post-, Telefon- und Telegrafenbetriebe
<b>Band:</b>	67 (1989)
<b>Heft:</b>	11
<b>Artikel:</b>	Werden Telefoninstallateure bald auch noch Dolmetscher?
<b>Autor:</b>	Burkhard, Roland
<b>DOI:</b>	<a href="https://doi.org/10.5169/seals-874959">https://doi.org/10.5169/seals-874959</a>

### Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

### Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

### Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

**Download PDF:** 15.01.2026

**ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>**

# Werden Telefoninstallateure bald auch noch Dolmetscher?

Roland BURKHARD, Solothurn

Zusammenfassung. Wir Fernmeldetechniker (Installateure, Entwicklungingenieure, aber auch viele Kundenberater usw.) denken und sprechen in Produkt- und Leistungsmerkmalen. Die Kunden orientieren sich aber am Nutzen ihrer Telefonanlage. Und so haben viele von uns Mühe, das immer leistungsfähigere Material in der Sprache des Anwenders darzustellen. Produkt- oder Leistungsmerkmale in möglichen Kundennutzen umsetzen können ist eine nützliche Disziplin. Die Problematik und einige Lösungsansätze werden dargestellt. Ein einfaches Beispiel, wie es in der Praxis vorkommt, wird zur Verdeutlichung verwendet.

## Les installateurs du téléphone seront-ils bientôt des interprètes?

Résumé. Les techniciens des télécommunications (installateurs, ingénieurs de développement, mais aussi les conseillers à la clientèle, etc.) pensent et parlent en termes de produits et de prestations. Les clients se déterminent selon les possibilités de leurs installations de téléphone. De nombreux techniciens ont de la peine à présenter le matériel toujours plus performant dans la langue de l'utilisateur. Transposer les caractéristiques des produits et des prestations en facilités pour le client est une discipline qu'il est nécessaire d'appliquer. Les problèmes rencontrés et quelques propositions de solution sont abordés. Un exemple, tel qu'il se présente en pratique, illustre l'ensemble.

## L'installatore del telefono dovrà diventare anche interprete?

Riassunto. Le caratteristiche tecniche dei prodotti e dei servizi condizionano e plasmano il linguaggio e il pensiero dei tecnici delle telecomunicazioni (installatori, ingegneri, consulenti ecc.). Ai clienti interessa invece sapere cosa offre loro concretamente l'apparecchio telefonico. Spesso i tecnici non sono capaci di presentare il materiale, sempre più sofisticato, in un linguaggio alla portata dell'utilizzatore. Riuscire a trasformare le caratteristiche tecniche dei prodotti e dei servizi nei possibili vantaggi per il cliente è un'arte molto utile. L'autore illustra la problematica e presenta alcune soluzioni, ricorrendo a un esempio semplice, tratto dalla prassi.

## 1 Eine nicht erfundene Projektierung einer Telefonanlage in fünf Szenen . . .

### Prolog

Ein Lieferant von modernem Fernmeldematerial bildet, unter der Leitung der Generaldirektion PTT, verantwortliche Mitarbeiter der Fernmeldeabteilung (FD) über neue Telefonapparate aus. Diese Mitarbeiter (Dienstleiter) haben die Aufgabe, anschliessend die erworbenen Materialkenntnisse in ihrer FD weiterzugeben.

### 1. Szene

Drei Monate später: In einer Tageszeitung erscheinen ganzseitige Inserate über die (in der Zwischenzeit sehr erfolgreichen) neuen Apparate. Der Kunde F, Leiter eines internationalen Maklerbüros mit sehr viel Auslandstelefondienstverkehr, entschliesst sich, diese Apparate bei sich einzusetzen. Er meldet sich bei seiner Fernmeldeabteilung für Beratung. Der angesprochene Vertreter der PTT ist leider über das neue Material noch nicht gut orientiert worden. Der Kunde insistiert, sendet das Tageszeitungsinserat und verlangt sofortige Bedienung.

### 2. Szene

Der örtliche Telefonkonzessionär (ein guter Bekannter des Kunden F) installiert die Anlage.

### 3. Szene

Einige Zeit später: Der Kunde strukturiert seinen Betrieb stark um. Einer seiner Mitarbeiter verlässt praktisch fristlos den Betrieb. Die Telefonleitungen des Betriebs F werden zum Teil umgestellt.

### 4. Szene

Die Generaldirektion PTT erhält vom Kunden F einen gehänselten Reklamationsbrief: «Die neuen Apparate bieten nicht den versprochenen Komfort, enthalten gewisse erwartete Leistungsmerkmale nicht, die Werbung ist irreführend usw. Wir haben uns entschlossen, die neu installierte Anlage wieder herauszureißen.»

### 5. Szene

Je ein Vertreter der Generaldirektion PTT und des Lieferanten besuchen umgehend den unzufriedenen Kunden. Das Gespräch ergibt bemerkenswerten Aufschluss:

1. Der Kunde nahm sich anlässlich des Kaufentscheids kaum Zeit für Beratung über die Systemmerkmale der Telefonanlage. Zum Brief äussert er sich: «Ich musste einfach Dampf ablassen.»
2. Bei der Umstrukturierung des Betriebs wurde die Telefonanlage nicht umprogrammiert, und die Leitungstasten der Telefonapparate sind nicht mehr richtig beschriftet.
3. Auf die Frage, wo sich denn die Apparate-Bedienungsanleitungen befänden, meint der Kunde, er habe sie versteckt. Seine Mitarbeiter würden zum Arbeiten bezahlt und nicht, um Bedienungsanleitungen zu studieren!

### Epilog

Die Telefonanlage wurde nachher zur Zufriedenheit des Kunden richtig gestellt. Einige Monate später stellt sich zufälligerweise heraus, dass der Konzessionär nicht A-Konzessionsträger ist. Diese Installation hätte allerdings nur durch einen Konzessionär A ausgeführt werden dürfen . . .

Da ist einiges nicht rund gelaufen. Übertreibungen? Immerhin werden an dieser Geschichte einige Zusammenhänge deutlich (*Tab. I*). Einer der wesentlichen Gründe für Schwierigkeiten bei der Fernmeldeberatung liegt in der Verschiedenheit der Sprache. Die Sprache des technischen Personals und jene des Kunden (Anwender) ist nicht dieselbe (*Tab. II*). Die erforderliche hohe Spezialisierung der Techniker verändert zunehmend ihre Sprache. Es wird schwierig, mit den Anwendern über den Einsatz ihres Materials zu sprechen. Welche Gefahren birgt diese Situation in sich?

**Tabelle I. Einige Feststellungen zur Szene der Telefonberatung und -projektierung**

- Lange Informationswege vom Hersteller (vom Entwicklungsingenieur über mehrere Stufen bis zum Anwender) prägen zunehmend die Szene.
- Viele Kunden und Anwender nehmen sich für die Beratung kaum richtig Zeit.
- Es bestehen zunehmend Wissenslücken. Das gilt gleichermaßen für Lieferanten, die PTT und den Installateur. Kurse besuchen? Keine Zeit! Sparen bei der Ausbildung ist weitverbreitet. Das Weitergeben des erworbenen Wissens bereitet Mühe. Man pflegt das zu empfehlen, was man kennt.
- Dokumentationen der Hersteller über neue Telekommunikationsanlagen werden praktisch nur als Gerätbeschreibung, nicht aber lösungsorientiert ausgeführt.
- Telefonprojekte werden allzuoft rein technisch verstanden. Die Aspekte des zufriedenen Kunden sind meistens schwach gewichtet.
- Die «organisatorischen Schnittstellen» geben besonders oft zu Problemen Anlass (Schnittstellen sind z. B. das Zusammenarbeiten zwischen Kundenvertretern und Installateur, aber auch die Übergabe der fertiggestellten Anlage in die Verantwortung der FD).
- Wenn Betriebe umstrukturiert werden, gehen notwendige Änderungen der Telefonanlagen oft vergessen. Anwender unterschätzen allgemein die Notwendigkeit von gelegentlichen Überprüfungen ihrer Telefonanlagen.
- Für viele Beteiligte sind Bedienungsanleitungen (in der richtigen Sprache) eine Nebensache.
- Arbeiten über die Konzessionsklassen hinweg kommen vor. Meistens ohne entsprechende (Fach-)ausbildung und auch mit entsprechenden Resultaten.
- Reklamationsbehandlungen wird ausgewichen. Damit auch den meist noch gebotenen Chancen.
- Die Zufriedenheit eines Kunden wird selten oder nie festgestellt. Eine Kontrolle, einige Zeit nach Inbetriebnahme, ist im Interesse aller Beteiligten. Wer es tut, hebt sich von denjenigen ab, die es nicht tun!

- Die Hersteller «entwickeln am Bedarf der Anwender vorbei».
- Die Installateure und PTT-Berater erfassen die Kundenbedürfnisse nicht (oder nicht auf Anhieb). Das Ergebnis sind unzufriedene Kunden.

**Tabelle II. Ein Auszug aus dem «Dictionnaire» eines Installateurs. Die «Übersetzungsarbeit» liegt beim Installateur und nicht beim Kunden.**

Die Technikersprache orientiert sich an Produkt- und Leistungsmerkmalen	Die Kundensprache hebt den Anwendernutzen des Materials hervor
«Diese TVA besitzt einen Ringsignalanschluss.»	«Es geht kein Anruf verloren. Ihre Mitarbeiter im Magazin hören nämlich die Amtsanrufe auch dann, wenn sie gerade im Nebenraum arbeiten.»
«Der Apparat ist programmierbar für Impuls- oder Frequenzwahl mit oder ohne Begleitzeichen.»	«Der Apparat kann überall, im Geschäft oder zu Hause, eingesetzt werden.»
«Wo möchten Sie die Notapparate plazieren?»	«Nehmen wir einen Stromausfall an: Auf welchen beiden Apparaten möchten Sie noch Anrufe entgegennehmen und nach aussen telefonieren können?»
«Portatel Multi besitzt einen sechsstelligen Sicherheitscode.»	«Bei diesem Funktelefon kann kein fremder Benutzer auf Ihre Kosten telefonieren.»
«Der Apparat TRITEL Brig besitzt 8 Speichertasten.»	«Sie drücken diese Taste. Der Apparat wählt die einmal eingespeicherte Nummer 065 24 24 24.»

Der beratende Fachmann muss als Übersetzer wirken

- Die Leistungen des Materials werden nicht voll ausgeschöpft, d. h. der Kunde erhält zuwenig Leistung für sein Geld.

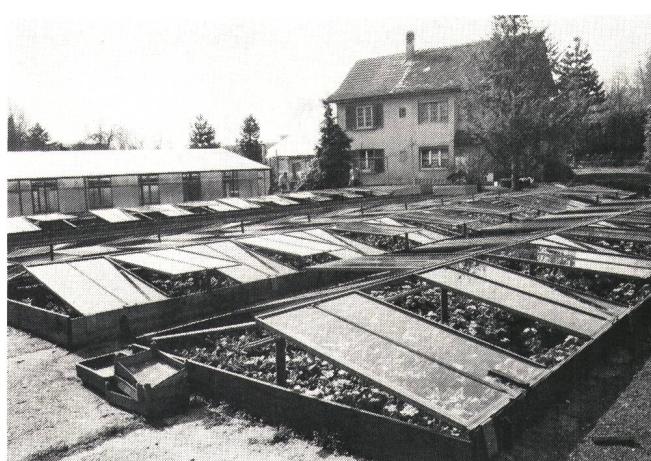
Die Lage ist nicht aussichtslos. Mit etwas Anstrengung und Übung gelingt es jedem, seine «Dolmetscherfähigkeiten» zu verbessern. Es ist eine Chance, sein Spezialgebiet nicht nur in Produktmerkmalen, sondern auch mit Kundennutzen zu vertreten. Beobachten wir nun einen Installateur, wie er für den Gärtner Meier eine kleine, aber recht anspruchsvolle Telefonanlage erstellt.

## 2 Ein Projekt in der Sprache des Kunden (Fig. 1 und 2)

Der Gärtner Meier schildert dem Installateur seine Probleme: Nach allmählicher Erweiterung seiner Geschäftsbeziehungen reklamieren viele seiner Kunden, er sei telefonisch kaum erreichbar. Hängt es damit zusammen, dass er viel in den Treibhäusern ist und somit das Telefon nicht hört? Es ist zwar eine Aussenglocke montiert, aber oft hat der Anrufer schon eingehängt, wenn die Person in den Treibhäusern beim Apparat ankommt... Man habe sich schon überlegt, eine Telefonleitung zwischen Geschäfts- und Wohngebäuden und den gegenüberliegenden Treibhäusern zu schalten, die PTT hat jedoch keine Leitungen zur Verfügung. Ein Bekannter des Gärtners Meier ist Funkamateuer, könnte man etwa eine Lösung mit Funk finden? Oft wäre es auch praktisch, Gespräche von der Wohnung ins Geschäft (und umgekehrt) umzulegen.

## 3 Muss der Installateur bei der ersten Kundenanfrage bereits die ganze Lösung bringen?

Nein. Er sollte aber fragen und zuhören, zuhören und nochmals zuhören. Die Problemstellung Gärtnerei Meier ist weder einfach noch vollständig. In einem ersten Gespräch wird für den Installateur also am besten sein, die Probleme des Kunden bzw. seine Ziele und Wünsche genau und vollständig zu erfassen, d. h. nicht schon Lösungen vorzuschlagen oder sogar schon in der techni-



**Fig. 1**  
Kann der Gärtner Meier als Besitzer dieser Liegenschaften auch im Treibhausbeet telefonieren?

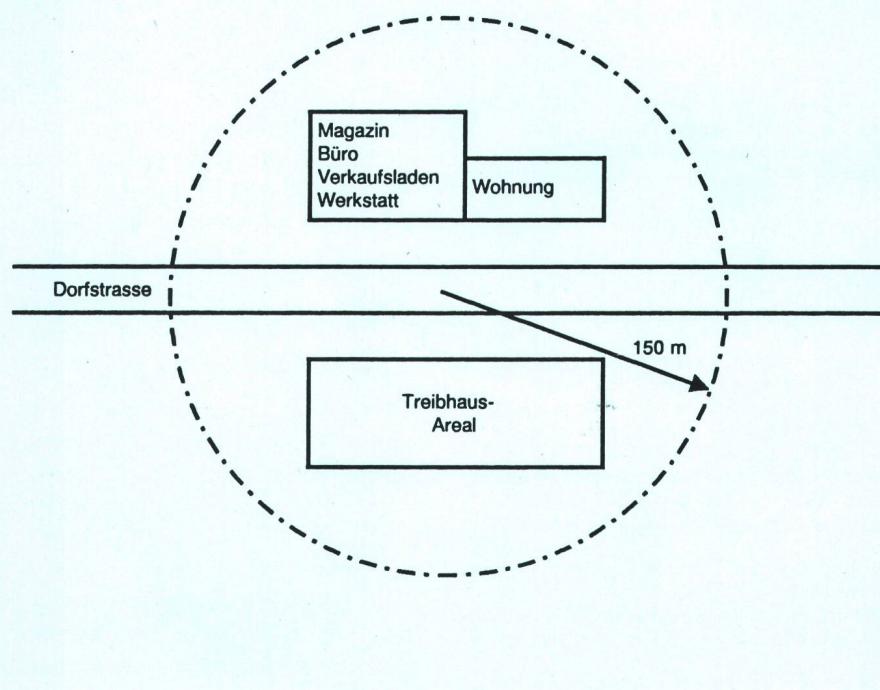


Fig. 2

Kann der Konzessionär dem Gärtner Meier diese Liegenschaften, inklusive Treibhäuser, telefonisch «erschliessen»?

schen Sprache zu verkehren. Besser ist es, mit dem Gärtner Meier Fragen zu klären wie:

- Wie gross ist Ihr Betrieb?
- Worauf kommt es beim Telefon in Ihrem Betrieb besonders an?
- Wie telefonieren Sie heute? In der Wohnung? Im Geschäft? Was bewährt sich? Welche Probleme bestehen?
- Wer beantwortet im Geschäft die Telefonanrufe? Haben Sie eine Telefonistin, oder müssen ankommende Anrufe überall beantwortet werden?
- Haben Sie sich bereits einen Kostenrahmen überlegt?
- Bis wann müsste eine Lösung vorhanden sein?
- usw.

Haben Sie es bemerkt? Das sind Fragen in der Kundensprache. Gerade jetzt werden viele Kundenbedürfnisse geklärt: Der Boden für spätere Vorschläge des Installateurs (oft mehrere für den Kunden akzeptierbare Varianten) wird vorbereitet. Zwischen den Partnern entsteht zudem eine auf das Ziel orientierte Beziehung. Es wird Vertrauen aufgebaut. Oft können kleinere, während der Ausführung auftretende Probleme dann einfacher geklärt und bereinigt werden. Der nächste Schritt im Projekt Meier wird nun in der technischen Sprache bearbeitet werden können.

#### 4 Rein technische Abklärungen nicht beim Kunden durchführen

Nach den Abklärungen beim Kunden hat der Installateur das Problem und die Zielsetzungen erfasst. Was er nun abklärt und festlegt, interessiert den Kunden nicht, sondern belastet ihn (Tab. III). Am besten arbeitet der Fach-

mann in dieser Projektphase im Büro (in Abwesenheit des Kunden). Das Ergebnis dieser Arbeit (Fig. 3) erklärt sich von selbst.

#### 5 Besprechung mit Vorschlägen beim Kunden

Der Installateur kann nun dem Anwender Lösungen vorschlagen. Deshalb spricht er jetzt wieder in der Kundensprache, wobei er sich trotzdem an die Figur 3 halten kann (das hilft ihm, sich konsequent in der Kundensprache auszudrücken). Er könnte etwa folgendermassen vorgehen:

Die Eigenschaften und die Leistung der Anlage erläutern

- Es sind zwei Anschlüsse (Wohnung und Geschäft) mit separaten Eintragungen im Telefonverzeichnis vorgesehen.
- Von jedem Apparat kann auf beiden Telefonleitungen gesprochen werden.

Tabelle III. Die Telefonorganisation für den Gärtner Meier wird in der Fachsprache erarbeitet

- |   |
|---|
| <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="radio"/> Spezifikationen und Merkmale der Geräte zusammentragen (z. B. Reichweite Portatels Multi)</li> <li><input type="radio"/> Techn. Randbedingungen klären (z. B. Wahlart der Telefonzentrale, Leitungen ins Treibhaus usw.)</li> <li><input type="radio"/> Systemgrenzen ermitteln (z. B. keine Verbindmöglichkeit Handapparat – Handapparat, wenn nur 1 Portatels Multi)</li> <li><input type="radio"/> Abonnementsgebühr bzw. Richtwerte für Investition und Installation zusammenstellen</li> <li><input type="radio"/> Alternativen für den Kunden vorbereiten</li> <li><input type="radio"/> Bei anspruchsvollen Projekten Abklärungen mit dem Ingenieurbüro, dem Lieferanten, dem Schaltdienst der FD usw.</li> <li><input type="radio"/> Vorschläge an den Kunden für Telefonbuch-Einträge, Formularänderungen (Telefonnummern) usw. erarbeiten</li> </ul> |
|---|

- Anrufe in die Wohnung können auch im Geschäft beantwortet (oder dorthin umgeleitet) werden (und umgekehrt).
- Von jedem Apparat kann mit jedem andern gesprochen werden (Ausnahme siehe unten).
- Von jedem Apparat (Draht und Funk) kann zur Türsprechstelle gesprochen werden. Durch Wahl einer Ziffer kann die Tür geöffnet werden.
- Die Apparate, die in den einzelnen Räumen vorgesehen sind, werden erläutert.
- Die Handapparate des drahtlosen Anlageteils ermöglichen, während des Telefonierens in den Gestellen des Sämereilagers etwas zu suchen. Die gleiche Bewegungsfreiheit besteht im Treibhaus.

Die Standorte der Zentralen und der Apparate vorschlagen

- Der Montageort der Zentrale ist vorzuschlagen.
- Möglichst hochliegend und an der strassenseitigen

Aussenwand des Magazins ist die Zentrale des drahtlosen Anlageteils zu montieren.

- Die beiden Lademulden zu den Handapparaten werden im Treibhaus und im Magazin stationiert.

Die Systemeinschränkungen der Telefonanlage aufzählen (es ist von Vorteil, jetzt auch zu sagen, was die Anlage nicht kann)

- Das Läuten der Türglocke wird nicht übers Telefon übertragen.
- Es sind keine Reserven (Amtsleitungen und Teilnehmerapparate) für künftige Erweiterungen der Anlage vorhanden.
- Gespräche zwischen den zwei Handapparaten des drahtlosen Anlageteils sind unmöglich (nur eine Funk-Fixstation ist vorhanden).
- Wird mit einem Handapparat gesprochen, ist der Apparat im Magazin (Nr. 15) blockiert (und umgekehrt).
- Die Funkreichweite ist auf das Areal beschränkt.

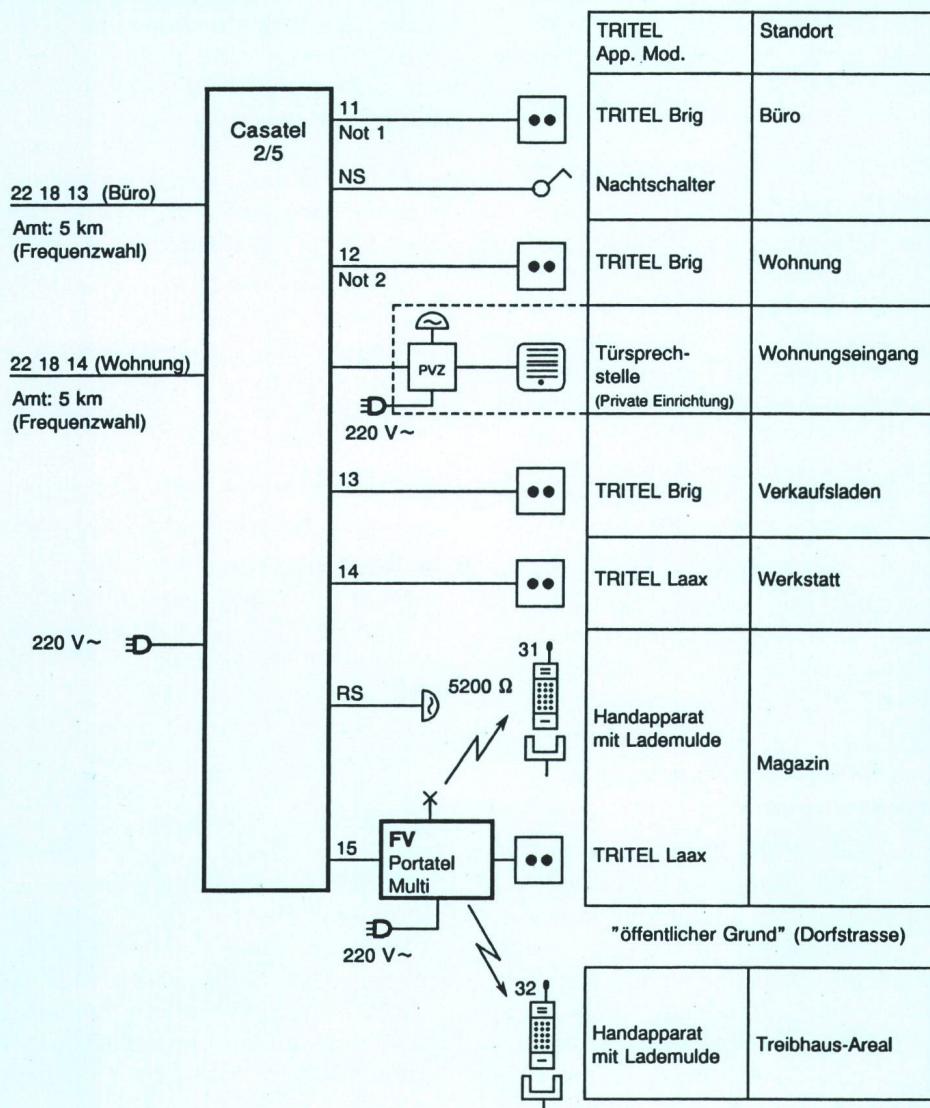


Fig. 3

So sieht das Telefonprojekt Gärtnerei Meier in der technischen Sprache aus. Eine Teilnehmervermittlungsanlage Casatel 2/5, eine Funktelefonzentrale Portatel Multi und die Türsprechstelle in der Wohnung werden zu einem System kombiniert

- Mit Spezialgeräten können die Funktelefone abgehört werden (nicht jedoch mit anderen Handapparaten).

Die Kosten für den Kunden darlegen

- zu erwartende Kosten für die Installation und Programmierung durch den Installateur
- einmalige Investitionen für den drahtlosen Anlageteil und die Türsprechstelle
- monatliche Aufwendungen für Miete und Unterhalt der PTT-Apparate

Haben Sie es bemerkt? Der Installateur hat nicht von Leistungsmerkmalen, sondern von Kundennutzen (und -einschränkungen) gesprochen. Er hat also übersetzt.

Wieso hat die konsequente Darstellung in der Anwendersprache bessere Aussicht auf Erfolg?

- Der Kunde und künftige Anwender/Betreiber fühlt sich verstanden. Der Vorschlag geht auf seine Wünsche ein.
- Der Kunde trägt bereits eine Mitverantwortung. Wenn der ungünstigste Fall (Ablehnung des Angebots) eintritt, ist der Installateur nicht allein verantwortlich.
- Eine tragfähige Basis für eine Offerte ist geschaffen worden.
- Es macht Spass, mit gutem Material anspruchsvolle Kunden zufriedenzustellen.

## 6 Welches sind die Merkmale der technischen Projektsprache?

Die Fachsprache geht eher auf die technische Lösung ein und weniger auf die Kundennutzen. Sie ist sachlich und oft wertfrei. Im Gegensatz zur Anwendersprache ist sie vollständig (vgl. Abschnitt 2 mit Abschnitt 5). In der Kundenanfrage (Abschnitt 2) ist die Türsprechstelle gar nicht angesprochen, also völlig der Initiative des Installateurs überlassen. Die technische Sprache ist nicht selbsterklärend. Schematische Darstellungen werden verwendet, die man lesen (oder dolmetschen) muss. Für den Techniker eine praktische Sache, für den Kunden ein Nachteil.

Techniker verwenden mit Vorteil Zeichnungen, Muster, Modelle, Vorführungen, was zu einer grossen Informationsdichte führt und das Gespräch mit den Kunden erleichtert.

## 7 Welche Vorteile haben Installateure, die (auch) dolmetschen können?

Sie haben die Möglichkeit, mehr Geld zu verdienen: Dank eines guten Beraterverhaltens (der Anwender und dessen Bedürfnisse befinden sich im Zentrum ihrer Anstrengungen) laufen die Projekte einfacher, «geradliniger» ab (weniger Rückfragen, weniger spätere Änderungen usw.), die Kunden sind zufriedener. Schliesslich werden ihre Vorstellungen, nicht jene des Installateurs verwirklicht. Die Arbeit macht mehr Spass. Ist nicht die Selbstmotivation besser, wenn Partner zufriedengestellt werden und nicht lediglich trockene Fachprojekte ausgeführt werden können? Kennen Sie weitere Vorteile der Installateure, die dolmetschen können? Wann beginnen Sie ihr persönliches Wörterbuch zusammenzustellen und auszuprobieren (*Tab. IV*)?

Tabelle IV. Solche Formulierungen bei der Beratung zwingen den Installateur automatisch in die Sprache des Benutzers und Kunden. Allerdings müssen vorgängig die Kundenbedürfnisse, wie in Kap. 3 beschrieben, abgeklärt sein. Sonst laufen seine Vorschläge ins Leere . . .

... das bedeutet für Sie . . .	... das erlaubt Ihnen . . .
... das bringt Ihnen . . .	... dadurch gewinnen Sie . . .
... das senkt . . .	... damit sparen Sie . . .
... das erhöht . . .	... das verbessert Ihnen . . .

Ein Wort zur Warnung: Fachkompetenz und besonders sorgfältige Vorbereitung sind nicht durch Beherrschung der Kundensprache ersetzbar. Keine Methode ersetzt Fachkenntnisse. Wie könnte jemand ohne sehr gute Produktkenntnisse nur mit Formulierungen einen Kunden überzeugen? Dolmetschen braucht auch Zeit. Meistens ist zum vermehrten erforderlichen geduldigen Zuhören Überwindung und Kraft nötig.

## 8 Was sollte ein guter Lieferant bieten und ein guter Installateur leisten?

Der Kontakt zwischen dem Installateur und den Lieferanten sollte eng sein. Der Installateur sollte auch den Lieferanten heute schon vermehrt anfragen und seine Kundendiensttelefonnummer kennen. Auch sollte seine Auskunftsorganisation besser genutzt und der Produktmanager oder der Projektleiter mit einbezogen werden. Sie können bei Beratungen helfen. Wichtig ist zu wissen, ob der Lieferant Ausbildungsmöglichkeiten (Tagungen, Fachreferate und Kurse) bietet. Oft sind Zusammenstellungen von Verkaufsargumenten als Unterstützung für die Instalalteure verfügbar.

Die Instalalteure sollten Vorführanlagen sowie Leihapparate für die Kundenberatung oder für Ausstellungen verlangen. Alles, was Sie zeigen und möglichst auch vorführen können, hilft Ihnen beim Übersetzen in die Kundensprache.

## 9 Wie kann man das Dolmetschen lernen?

Hiernach sind einige Organisationen oder Möglichkeiten für den deutschsprachigen Raum erwähnt, die den interessierten Instalalteuren helfen könnten, das «Dolmetschen» zu lernen. Es geht um Beispiele ohne Anspruch auf Vollständigkeit und ohne vergleichenden Stellenwert.

- An Gordon-Training-Seminaren (*Infoteam AG, Kloten*) werden die Verhaltensweisen für wirksame Bedarfsabklärungen, das Erstellen von Katalogen mit Produktmerkmalen, Funktionen und Kundennutzen trainiert.
- Im Werk «Gesprächspartner aktiv für sich gewinnen» [1] sind Methoden für partnerschaftliche Gesprächsführung beschrieben.
- Im Buch «Erfolgreich beraten» [2] sind Vorschläge für Beratergespräche, Fragetechniken, die bei der Problemanalyse mit dem Kunden wertvoll sind, sowie Anregungen zur Umsetzung von Produkteigenschaften in Kundennutzen behandelt.

## Bibliographie

- [1] Holzheu H. Gesprächspartner aktiv für sich gewinnen. Econ-Praxis, Düsseldorf, Nr. 21003 880, 1984.
- [2] Dommann D. Erfolgreich beraten. VDE-Verlag, Berlin, 1987.