

Nach einer [Kolumne](#) von Pedro Lenz in der NZZ.

Der folgende Text „Das Spezielle am Spezialistentum“ wird zweimal langsam vorgelesen. Danach wird das Frageblatt ausgeteilt, aber nicht der Text.
Zeitbedarf für Vorlesen und Fragen: 20 Minuten

Der Dichter und Schriftsteller **Pedro Lenz** (*1965) lernte Mauer und erwarb dann auf dem 2. Bildungsweg das Abitur. Er lebt in Olten in der Schweiz und schreibt als Kolumnist für verschiedene Zeitungen.

Der Kunde wollte eines dieser digitalen Radiogeräte erwerben. Er habe gehört, es gebe jetzt ein neues [DAB-System](#), sagte er zum Verkäufer. Das sei tatsächlich so, bestätigte der Verkäufer. Ob er sich denn so ein Gerät einmal ansehen dürfe, fragte der Kunde. Selbstverständlich durfte er. Und schon sehr bald wurde einem als neutraler Beobachter dieses Verkaufsgesprächs klar, dass der Kunde einiges mehr über digitale Radiogeräte wusste als der bedauernswerte Angestellte des Fachgeschäfts. Es gab nämlich kaum eine Kundenfrage, die der Verkäufer befriedigend beantworten konnte. Erst nach minutenlangem Gestotter brachte der Verkäufer den befreienden Satz hervor: «Vielleicht ist es besser, wenn ich einen Kollegen rufe, ich selbst bin drum nicht unbedingt auf solche Geräte spezialisiert.» Rasch war ein zweiter, vermeintlich spezialisierterer Verkäufer zur Stelle. Aber auch er wusste nur so viel, wie er laufend von der Produktbeschreibung ablesen konnte. Es tue ihm leid, gab er nach einer längeren Weile zu, er sei halt eher auf Musikanlagen spezialisiert. Gerne sei er jedoch bereit, einen anderen Kollegen zu rufen, der wirklich ein Spezialist für Radios sei. Der dritte Verkäufer erwies sich schließlich als kompetent, so dass der Kunde seinen Kauf doch noch tätigen konnte.

Von außen betrachtet, könnte aufgrund der beschriebenen [Episode](#) leicht an der Kompetenz des Verkaufspersonals in jenem Fachgeschäft gezweifelt werden. Das wäre freilich ungerecht, denn die beiden ersten Verkäufer erwiesen sich in anderen Teilgebieten als äußerst [eloquente](#) Experten. Im Wirtschaftszweig der Unterhaltungselektronik gibt es vermutlich einfach viel zu viele Geräte, als dass einer allein die Übersicht behalten könnte. In dieser Hinsicht gleicht die Unterhaltungselektronik der Medizin. Es braucht immer mehr ausgewiesene Spezialisten, und die Teilbereiche, die ein einzelner Spezialist überblicken kann, werden stets kleiner.

Doch anders als in der Medizin, wo die Ärzte die Arbeit tatsächlich in Spezialgebiete aufteilen, müssen die Verkäufer im Elektronikgeschäft zumindest eine Weile lang so tun, als wüssten sie zu allem alles. Im beschriebenen Fall hat das nicht geklappt, weil der Kunde ein beachtliches Vorwissen hatte. Wäre dieser Kunde jedoch ein vollkommener Laie gewesen, hätte ihm das Gestotter des ersten oder das Basiswissen des zweiten Verkäufers wohl füglich gereicht. Deswegen muss das Verkaufspersonal in solchen Geschäften nicht nur über technisches Spezialwissen verfügen. Die Verkäuferinnen und Verkäufer müssen notfalls auch in der Lage sein, ein solches Wissen vorzutauschen. Außerdem müssen sie rechtzeitig merken, wann ihr Täuschungsmanöver zu scheitern droht und ein Kollege beigezogen werden sollte. Mit anderen Worten: Wer in einem Fachgeschäft für Unterhaltungselektronik im Verkauf tätig ist, muss in sehr vielen Dingen Spezialist sein. Wir wissen das jetzt. Dass es auch denen bewusst ist, die das Verkaufspersonal entlohnen, dürfen wir allerdings bezweifeln.

Kolumne: Journalistische Form. Sie ist meist nicht länger als eine Zeitungsspalte (=Kolumne).
Kolumnen erscheinen regelmäßig an gleicher Stelle mit gleichem Titel oder vom gleichen Autor.

DAB: Digital Audio Broadcasting; Digitalradio

Episode: eine mit der Haupthandlung verknüpfte, meist in sich abgeschlossene Nebenhandlung,
eloquent: redigewandt

DATUM:

NAME:

Von den drei Möglichkeiten ist jeweils nur eine zutreffend. Kreuze sie an.

Der Kunde

- hatte ursprünglich nicht im Sinn gehabt, das neuartige Radiosystem zu erwerben.
- interessierte sich für ein digitales Radiosystem.
- verstand nichts von digitalen Radiosystemen.

Der erste Verkäufer

- war ein Experte für neuartige Radiosysteme.
- tat zuerst so, als verstünde er etwas von den neuartigen Radios.
- wimmelte den Kunden ab und verwies ihn auf herkömmliche Radios.

Der zweite Verkäufer

- gab sogleich zu, dass er überfordert sei.
- konnte nur mit Hilfe der Produktbeschreibung Antwort geben.
- war zwar kompetent, aber nicht eloquent.

Der dritte Verkäufer

- erwies sich als Experte für neue Radiosysteme.
- hatte zwar nicht mehr Wissen als die ersten zwei Verkäufer, zog aber eine bessere Show ab.
- gab sofort zu, dass er von der Sache nichts verstand.

Der Verfasser der Kolumne

- bezweifelt, ob die ersten zwei Verkäufer ihren Lohn wert seien.
- denkt, dass alle drei Verkäufer ihren Lohn wert seien.
- findet, man sollte diese drei Verkäufer unterschiedlich entlohnen.

Verkäufer in einem Fachgeschäft für Unterhaltungselektronik

- sind generell unterbezahlt.
- sind generell überbezahlt.
- sind generell schlecht ausgebildet.

Die Funktionsweise und die Bedienung der Geräte der Unterhaltungselektronik

- werden immer einfacher und einheitlicher.
- werden immer komplizierter und uneinheitlicher.
- sollte jedem Verkäufer der Branche bestens bekannt sein.

Es ist durchaus angebracht, dass ein Verkäufer

- ein fundiertes Wissen in allen Teilen seiner Branche aufweist.
- fähig ist, jeden Kunden selbständig zu bedienen.
- wenn nötig und in einem gewissen Rahmen fundiertes Wissen vortäuschen darf.

Auch bei den Mediziner ist es unabdinglich,

- dass sie sich immer mehr Wissen aneignen müssen.
- dass sie sich immer weiter spezialisieren müssen.
- dass sie Wissen vortäuschen müssen.

Im vorliegenden Fall hat das Verkaufsgespräch

- nicht geklappt, weil der Verkäufer sein Täuschungsmanöver unbedingt durchziehen wollte.
- geklappt, weil die involvierten Verkäufer rechtzeitig Kollegen beigezogen hatten.
- nicht geklappt, weil der Kunde das Täuschungsmanöver sofort durchschaut hatte.

Wenn man ein elektronisches Gerät kaufen will, von dem man selber keine Ahnung hat,

- dann braucht man heute unbedingt einen Experten, der einem die Funktionsweise erklärt.
- dann genügt meistens ein Verkäufer, der Basiswissen hat.
- dann muss man sich selber durch die Produktbeschreibung durchkämpfen.