

**REDLINE** | VERLAG

Tom König

# IHR ANRUF IST UNS NICHTIG!

Neue Abenteuer aus der Servicewelt



**SPIEGEL** ONLINE

Tom König

IHR ANRUF  
IST UNS  
NICHTIG!

Tom König

IHR ANRUF  
IST UNS  
NICHTIG!

Neue Abenteuer aus der Servicewelt

**REDLINE** | VERLAG

**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:**

[lektorat@redline-verlag.de](mailto:lektorat@redline-verlag.de)

1. Auflage 2016

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

In Kooperation mit SPIEGEL ONLINE GmbH, Hamburg

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.

Umschlaggestaltung: Marc-Torben Fischer, München

Umschlagabbildung: Billion Photos/shutterstock.com

Abbildungen: shutterstock.com

Seite 9 – Vector.design, Seite 41 – IhorZigor, Seite 63 – Marnikus, Seite 79 – Aha-Soft, Seite 95 – PictureStudio, Seite 119 – Nadin3d, Seite 137 – Sergey Furtaev, Seite 157 – pnDI

Satz: Daniel Förster, Belgern

Druck: Konrad Triltsch GmbH, Ochsenfurt

Printed in Germany

ISBN Print 978-3-86881-615-0

ISBN E-Book (PDF) 978-3-86414-865-1

ISBN E-Book (EPUB, Mobi) 978-3-86414-864-4

Weitere Informationen zum Verlag finden Sie unter

**[www.redline-verlag.de](http://www.redline-verlag.de)**

Beachten Sie auch unsere weiteren Verlage unter  
[www.muenchener-verlagsgruppe.de](http://www.muenchener-verlagsgruppe.de)

# INHALT

## REISEN

<b>Es fährt ein Zug nach Irgendwo</b> . . . . .	9
Kinder, Kinder . . . . .	9
Nicht komisch, Max Maulwurf . . . . .	12
Bahntickets kaufen, ein Kinderspiel . . . . .	15
Bäuche im Flugzeug . . . . .	18
Wie die Lufthansa meinen Schal groundete . . . . .	21
Ideen für die Bahn . . . . .	24
Mit wem fliege ich hier eigentlich? . . . . .	28
Keine PIN, kein Pkw . . . . .	31
Wenn Wolverine die Koffer verlädt . . . . .	34
Ist der Flug erst annulliert, lebt sich's gänzlich ungeniert . . . . .	37

## EINKAUFEN

<b>Wer hier shoppt, braucht gute Nerven</b> . . . . .	41
Der Geruch der Verzweiflung . . . . .	41
Service desaster im Autohaus . . . . .	44
Schnäppchennase an, Gehirn aus . . . . .	48
Das virtuelle Handtuch . . . . .	50
Schöner torkeln mit der Wellnessbrille . . . . .	53
Teetrinker sind schwer gebeutelt . . . . .	56
Garantie nicht garantiert . . . . .	59

## PAKETVERSAND

<b>Post &amp; Cholera</b> . . . . .	63
Zu wertvoll für die Post . . . . .	63
BWL für Postler . . . . .	66
Kafkas neues Schloss . . . . .	69
Des Kaisers Paketkontrolle. . . . .	73
Traum eines Frankierfetischisten . . . . .	75

## FINANZEN

<b>Wir wollen nur Ihr Geld.</b> . . . . .	79
Meine griechische Anleihen-Odyssee . . . . .	79
Trojanisches Pferd von der Bank . . . . .	82
Das Depot von Delphi . . . . .	85
Visa, die Freiheit nehm' ich Dir . . . . .	88
Abgebrannt im Legoland . . . . .	91

## ANTI-SERVICE

<b>Selbst schuld, wenn Sie hier Kunde sind</b> . . . . .	95
Eine Behörde namens Apple . . . . .	95
Gute Kunden sind verdächtig . . . . .	98
Wenn Unternehmen nicht rechnen können . . . . .	102
NSA-Spionage für Jedermann . . . . .	105
Wann gibt's mal wieder richtig Service? . . . . .	108
Wir haben geöffnet. Aber bitte kommen Sie nicht. . . . .	111

## KOMMUNIKATION

<b>Von Schnellschwatzern und Mundfaulen</b> . . . . .	119
Die Geister, die ich anrief . . . . .	119
Drossel simst, iPhone tot . . . . .	122
Ein Schwein ruft mich an . . . . .	124
Guten Morgen, allgemeine Menschlichkeitskontrolle! . . . . .	127
Guide Michelin des Grauens . . . . .	130
Ein Hauch von Nichts . . . . .	133

## SELBSTHILFE

<b>Handbuch für Serviceguerilleros</b> . . . . .	137
Viva el consumerismo! . . . . .	137
Kündigen, Guerilla-Style . . . . .	138
Radikal sozialmedial . . . . .	144
Mahngebühren aus Phantasialand . . . . .	151
<b>Nachwort</b> . . . . .	157
Danksagung . . . . .	157
Wer ist eigentlich dieser Tom König? . . . . .	158





## REISEN

# ES FÄHRT EIN ZUG NACH IRGENDWO

## Kinder, Kinder

Meinem Sohn Toni ist langweilig. Stinklangweilig. Wir fahren im ICE von Hamburg nach München, und so langsam ist die gute Laune perdu. Wir haben bereits fünfmal Uno gespielt. Toni hat das Bahnmagazin »Leselok« durchgearbeitet und sein einstündiges iPad-Kontingent aufgebraucht. Trotzdem ist erst die Hälfte der Fahrzeit um.

»Warum«, fragt Toni, »gibt es hier keinen Spielplatz?«

»Im Zug?«

»Ja. So wie in der Schwitz.«

»In der Schweiz meinst Du?«, erwidere ich.

Er nickt eifrig. »Ja, das war toll.«

Stimmt, das war es. Wir fahren mit einem Intercity-Doppeldeckerwagen der SBB. Hinten gab es den sogenannten Tickipark, einen Spielplatz im Zug, mit Raum zum Toben, einer Rutsche, Puzzles. In die Tische waren Brettspiele eingelassen.

Aber wir sind nicht in der Schweiz, sondern irgendwo hinter Kassel.

Als wir München erreichen, hängen meine Nerven in Fetzen. Mir graut bereits vor der nächsten langen Bahnfahrt an Weihnachten. Folglich mache ich einen kleinen Freudenhüpfer, als ich einige Tage später lese, dass es in den ICEs der Deutschen Bahn demnächst neue Familienbereiche gibt. Bisher existieren nur Kleinkindabteile, und die nutzen zumindest mir nichts mehr.

Ich klicke mich durch die Details. Danach ist meine Euphorie verflogen. Denn während die SBB Kindern Autos, Raketen und eine bunte Dschungellandschaft bietet, offeriert ihnen die Deutsche Bahn demnächst: Aufkleber.

Ja, Aufkleber. Und ich meine jetzt keine lustigen bunten, welche die Kinder in irgendein Album kleben können. Bei den Aufklebern handelt es sich um bläuliche Banderolen, die in einigen Großraumabteilen oberhalb der Sitzplätze angebracht werden. Sie markieren die neuen Familienbereiche. Man kann dort reservieren.

Fragt sich nur, wozu.

Die Bahn sagt, sie habe mächtig Marktforschung betrieben, um herauszufinden, was Familien wollen. Ein Ergebnis sei, dass Familien lieber in der Nähe anderer Familien säßen. Wichtig sei den Befragten zudem gewesen, »dass sich die Sitzbereiche in der Nähe eines Eingangs und einer Gepäckstellfläche befinden. Und bis zur Toilette sollte es auch nicht weit sein!«

Ganz offensichtlich waren diese Marktforschungsteilnehmer keine Kinder. Denn die träumen nicht von Gepäckstellflächen, sondern von Spielmöglichkeiten.

Sie kriegen aber nur die bläuliche Banderole.

Ich habe den PR-Infotext zu den Familienbereichen mehrmals gelesen, weil ich mir sicher war, irgendetwas übersehen zu haben. Vielleicht liegen Brettspiele aus? Oder es werden Trickfilme gezeigt?

Nein. Es gibt nur die bläuliche Banderole.

Nun ist die Bahn ein Unternehmen, dem ich mich aus Gründen des Selbstschutzes seit Jahren mit einer sehr niedrigen Erwartungshaltung nähere. Aber diese absolute Nullnummer fand ich dann doch niederschmetternd.

Mensch, Bahn! Dir muss man echt die allereinfachsten Dinge erklären. Also gut, meinerwegen – hier sind einige der Sachen, die man in einem Familienbereich erwarten würde:

- Spiel- oder Maltische,
- Puzzle, Memory oder Touchscreens an den Wänden,
- Kinderkino,
- Spielsets (siehe Lufthansa),
- spannende Hörspiele übers Bordradio,
- farbenfrohes Ambiente (nein, die Banderole zählt nicht).

So Bahn, das wären jetzt mal die Basics. Mit ein wenig Fantasie ginge noch viel mehr. Wie wäre es zum Beispiel mit Infotafeln in jedem Waggon, die Teil eines »So funktioniert ein ICE«-Lehrpfade-s sind, den Kinder ablaufen können? Wenn Du mutig wärst, könntest Du sogar die SBB toppen und einen ganzen Kinderwaggon anhängen, ein rollendes Småland. Wetten, dass Has-

bro, Lego oder Playmobil sich gegenseitig überbieten, um den betreiben zu dürfen?

Und bevor Du jetzt Dein Totschlagargument »zu teuer«, rausholst – es ist überhaupt keins. Denn all diese Dinge wären natürlich auch Marketing und würden Dich als familien- und kinderfreundlichsten Anbieter der Transportbranche positionieren. Sie würden einer ganzen Generation von klein auf beibringen, das Bahnfahren die tollste Sache der Welt ist.

Also, liebe Bahn, kratz' jetzt bitte diese albernen Familienbänder ab und geh noch mal in Dich. Das kannst Du doch besser, oder?

## Nicht komisch, Max Maulwurf

Irgendwo vor Solingen bleibt mein Zug auf freier Strecke stehen. Wir hatten ohnehin schon Verspätung, weswegen sich meine Laune augenblicklich verschlechtert.

»Mann, was ist denn hier wieder los?«, maule ich.

»Ich glaube«, sagt der Passagier neben mir, »es liegt an der Müngstener Brücke.« Diese führe über die Wupper und werde gerade renoviert, weswegen es zu Verspätungen komme. Als ich später in Solingen aussteige, fällt mir eine Hinweistafel der Deutschen Bahn auf. Auf ihr ist ein Maulwurf in Bauarbeiterklamotten zu sehen, der an einer Stahlbrücke herumwerkelt. Darunter steht: »Wir tun alles, damit uns die Müngstener Brücke nicht über die Wupper geht.«

Trotz meiner schlechten Laune muss ich grinsen – gegen derlei charmante Dreistigkeit ist man dann doch machtlos. Die

Masche ist natürlich nicht ganz neu: Seit 1993 setzt die Bahn Max Maulwurf ein. Er ist eine Kommunikationsfigur, wie das im PR-Sprech heißt, und soll dafür sorgen, dass die Fahrgäste angesichts der vielen Baustellen nicht den Humor verlieren. Millionenfach grinst der kleine Maulwurf uns entgegen, von Plakaten oder Handzetteln. Er besitzt sogar eine eigene Facebookseite, und es gibt ihn als Plüschtier.

Als ich mich eingehender mit Max beschäftige, ist mein erster Impuls, ihn toll zu finden. Denn mit Chuzpe an das leidige Dauerbaustellenthema heranzugehen, ist sicherlich besser als jene Art und Weise, auf die uns die alte Bundesbahn informiert hätte: »Aufgrund von Brandschutzertüchtigungen kann mit Anschluss nicht gerechnet werden.«

Hinzu kommt, dass die Maulwurf-Messages ein erfreulich ganzheitlicher Ansatz sind. Statt es jedem Bahnmanager zu überlassen, ob und wie er die klaffenden Löcher in seinem Gleisbett kommuniziert, werden Max' »Verständnisplakate« alle vom selben Team konzipiert. Sieht man den Maulwurf, weiß man sofort, dass man sich auf Verspätungen oder Umleitungen gefasst machen muss.

Also ein toller Typ, der Max? Nun ja.

Als ich von Essen nach Düsseldorf will, muss ich feststellen, dass dies schwieriger wird als gedacht. Ein Bahnplakat informiert mich über die Totalsperrung aller Stationen zwischen Essen-Hauptbahnhof und Düsseldorf-Derendorf. Auf dem Poster sind sechs durchgestrichene Haltestellen abgebildet. Daneben steht Max Maulwurf vor einer Lottoziehungsmaschine. Text: »Die ersten sechs Richtigen, bei denen alle gewinnen.«

In diesem Moment fühle ich mich von Max nicht mehr freundlich auf den Arm genommen. Ich fühlte mich verhöhnt.

Nicht nur darf ich die Totalsperrung ausbaden, ich muss mir zusätzlich auch noch von einem Cartoonmaulwurf einen blöden Spruch reindrücken lassen.

Fortan ist mir Max über. Jedes Mal, wenn mir der kleine Graber witzig zu kommen versucht, knirsche ich mit den Zähnen. Als die Münchner S-Bahn, diese Schande der Stadt, neulich wegen Bauarbeiten noch sporadischer verkehrt als sonst, kommt Max als Löwendompteur daher: »Manege frei für unseren Bauzirkus in den Tunnelbahnhöfen der Stammstrecke«. Und als ich wegen einer starken Verspätung in Frankfurt über den Bahnsteig haste, grinst er mir im Barmixer-Outfit zu: »Nicht jedermanns Geschmack, aber eine gute Mischung: unser Baustellencocktail.«

Sauf ihn selber, denke ich mir.

Wieso geht mir dieser Maulwurf plötzlich so auf den Zeiger? Ich glaube, es liegt nicht alleine daran, dass den Werbetextern nach zwanzig Jahren Dauergewitzel allmählich die lustigen Sprüche ausgehen. Vielleicht passt der alte Max auch einfach nicht mehr zur neuen Bahn. Als er 1993 seinen Dienst antrat, war die Bahn ein Transportunternehmen mit einigen Macken. Nun, in der Post-Mehdorn-Ära, ist sie ein marodes Gebilde, das oft nur mit Mühe und Not zu funktionieren scheint.

Läuft im Großen und Ganzen alles rund, kann man über Problemchen eben charmante Witze machen. Wenn es jedoch überall hakt und hapert, sollte man seine dummen Sprüche besser für sich behalten.

## Bahntickets kaufen, ein Kinderspiel

Während ich am Schalter Schlange stehe, kann ich innerbetriebliche Ausbildung bei der Deutschen Bahn aus nächster Nähe erleben. Ein grau melierter Bundesbahner erläutert zwei vielleicht siebzehnjährigen Azubis, wie man einen bestimmten Zusatztarif in das System einbucht: »Aber wenn es sich um einen BahnCard-Inhaber handelt, dann nicht. Außerdem gilt ... «

Ich verstehe nur Bahnhof, aber ich bin auch nicht vom Fach. Den beiden Mädchen in den viel zu weiten Bahneroutfits scheint es jedoch ähnlich zu gehen: Sie schauen ihren Ausbilder an wie Rehkitze, die in die aufgeblendeten Scheinwerfer eines Vierzigtonners geraten sind.

Immer wieder hört man, das Tarifsystem der Bahn sei ein klitzekleines bisschen undurchsichtig. Mir bereitete es bislang keinerlei Probleme; stets spuckte der Computer irgendeinen Preis aus, den ich dann brav zahlte.

Über die Feiertage möchten wir jedoch mit dem Nachwuchs die Verwandten besuchen. Außerdem will meine Schwägerin ihren präpubertierenden Sohn Boris für einige Tage nach Frankfurt zur Oma auslagern.

Deshalb muss ich mich mit folgender Frage beschäftigen: Was kostet eigentlich eine Kinderfahrkarte?

Dazu konsultiere ich die Webseite der Bahn. Zunächst die gute Nachricht: Die Bahn liebt Kinder!

»Nur einmal 10 Euro zahlen und ab 6 bis einschließlich 18 Jahren alle Vorteile der Jugend BahnCard 25 mitnehmen! Damit sparen junge Reisende immer 25 Prozent auf den Normalpreis.«

Ein super Angebot – kinderfreundlicher geht es kaum, oder?

Nun ja: Die Bahn könnte Kinder umsonst mitnehmen. Fairerweise muss man jedoch sagen, dass dies eine überzogene Anspruchshaltung wäre. Auch die Bahn muss ja schließlich Geld ...

»Ob mit Papa, Mama, Opa oder Oma – in Begleitung fahren Kinder unter 15 Jahren kostenlos mit!«

Ach so. Aber wozu brauchen Kinder dann diese Jugend Bahn-Card? Wenn sie doch ohnehin für umme ...

»Für Kinder, die alleine reisen, ist eine separate Buchung notwendig.«

Gut, dann machen die 25 Prozent Rabatt zumindest manchmal Sinn. Weil alleine reisende Kinder ansonsten ja den vollen Preis ...

»Und falls Ihre Kinder mal allein unterwegs sind, erhalten sie 50 Prozent Rabatt.«

Ich bemerke einen Anflug von Migräne, deshalb bitte ganz langsam jetzt: Kinder fahren alleine für die Hälfte (wenn sie nicht mit der Familie umsonst fahren), zahlen also, wenn sie zusätzlich eine Jugend Bahncard 25 besitzen, äh, wieviel?

Das Twitter-Team der Bahn muss helfen:

**@DB\_Bahn** Tarifffrage: Wieviel Prozent Ermäßigung auf den regulären Fahrpreis erhält ein Zwölfjähriger mit einer Jugendbahncard?

**@koenigstkunde** Mit der Jugend-BahnCard wird ein Rabatt i. H. v. 25 Prozent auf den Normal- bzw. Sparpreis gewährt.

Hä? Wenn meine Schwägerin ihren Boris alleine nach Frankfurt schickt, sollte sie ihm also keine Jugend Bahncard 25 kaufen –