



Unternehmensführung / Management

▷ Management

Markus Junger

Reklamations- und Beschwerdemanagement - Die Chancen einer Beschwerde

Ratgeber mit praktischen Hinweisen
für Kunden und Lieferanten

Probeseiten

Weitere Informationen zur Fachbroschüre
und eine Bestellmöglichkeit finden Sie [hier](#).



Verlag Dashöfer

Markus Junger

Reklamations- und Beschwerdemanagement – Die Chancen einer Beschwerde

Ratgeber mit praktischen Hinweisen für Kunden und Lieferanten

© 2007 Dashöfer Holding Ltd., Zypern & Verlag Dashöfer GmbH, Hamburg.

Alle Rechte, insbesondere Titelrecht, Lizenzrecht und gewerbliche Schutzrechte sind im alleinigen Eigentum der Dashöfer Holding Ltd. Zypern. Alle Rechte sind vorbehalten, insbesondere das Recht auf Vervielfältigung und Verbreitung sowie Übersetzung. Kein Teil des Werkes darf in irgendeiner Form (durch Druck, Fotokopie, elektronische oder andere Verfahren) ohne schriftliche Genehmigung des Verlages reproduziert werden. Die in diesem Werk enthaltenen Informationen wurden nach bestem Wissen zum Zeitpunkt der Veröffentlichung erarbeitet, erfolgen aber wegen der einheitlichen Ergebnisse in Forschung, Rechtsprechung und Verwaltung ohne Gewähr. Der Verlag haftet insbesondere nicht für den Inhalt der vorgestellten Internet-Seiten. Die Verantwortung für Inhalt und Funktion der Links liegt bei den jeweiligen Betreibern.

Inhalt

1	Einleitung.....	1
2	Was Sie als Kunde vor Ihrer Beschwerde wissen sollten.....	2
2.1	Ziel und Chancen von Beschwerden.....	2
2.2	Die häufigsten Fehler bei Beschwerden und wie Sie diese vermeiden.....	4
2.3	Wie Sie sich als Kunde gekonnt beschweren	7
2.3.1	Fünf Regeln für ein gekonntes Beschwerdegespräch.....	8
2.4	Gesprächsleitfaden für die mündliche Beschwerde	8
2.5	Checkliste: Beschwerden optimal vorbereiten.....	9
3	Wie Sie als Lieferant mit Reklamationen umgehen sollten	11
3.1	Nutzen Sie die Reklamation als Chance	11
3.2	Die häufigsten Fehler des Reklamationsmanagements und wie Sie diese vermeiden	14
3.3	Machen Sie verärgerte Kunden zu zufriedenen Kunden.....	17
3.3.1	Fünf Regeln für ein gekonntes Reklamationsgespräch	19
3.4	Gesprächsleitfaden für das Reklamationsgespräch	19
3.5	Checkliste: Reklamationen optimal bearbeiten.....	21
4	Schriftliche Reklamationen.....	23
4.1	Auf schriftliche Reklamationen professionell reagieren.....	23
4.2	Wirkungsvolle Formulierungen	24
4.2.1	Der ideale Brief	26
4.3	Checkliste: Reklamationen schriftlich beantworten	27
5	Umgang mit schwierigen Kunden	28
5.1	Pseudo-Reklamierer	28
5.2	Unverschämte Kunden stoppen	29
6	Weiterführende Literatur	32

1 Einleitung

Wer reklamiert und sich beschwert, fühlt sich meist im Recht. Nur zu leicht entsteht aus diesem Gefühl eine Haltung, die dem Gesprächspartner von vornherein den schwarzen Peter zuschiebt. Diese negative Einstimmung zieht häufig eine auf Standpunkten beharrende Sturheit nach sich. Das Denken ist im emotional aufgewühlten Zustand beeinträchtigt. Kreativität und Überlegtheit im Umgang mit Problemen bleiben auf der Strecke. Davon ist der Beginn eines Reklamationsgesprächs überschattet. Aus Sorge, mit seinem Anliegen nicht ernst genommen zu werden, wählen viele Menschen zu Gesprächsbeginn den falschen Ton: Sie treten fordernd, sehr laut oder rechthaberisch auf. Darüber hinaus fallen Kunden häufig mit der Tür ins Haus, wenn sie sich beschweren und erwarten ein sofortiges Eingehen auf ihr Anliegen, eine bevorzugte Behandlung und schnelle Erledigung. Gleichzeitig können Kunden aufgrund schlechter Erfahrungen eine gehörige Portion Misstrauen ausstrahlen und damit die Gesprächsatmosphäre von Beginn an negativ bestimmen.

Wer etwas reklamiert, neigt dazu, seine Erwartungen in Form von Forderungen zu formulieren, mit dem Ziel, den Gesprächspartner in die Pflicht zu nehmen. Nur zu leicht bleibt aber im Eifer des Gefechts die notwendige Wertschätzung dem anderen gegenüber auf der Strecke. Der die Reklamation behandelnde Gesprächspartner fühlt sich angegriffen, wird ihm doch häufig unterstellt, für den Fehler nicht nur verantwortlich zu sein, sondern diesen auch absichtlich verursacht zu haben. Sehr oft ist dies die ideale Ausgangsbasis für ein Streitgespräch, bei dem langfristig niemand gewinnt. Darüber hinaus ist eine Reklamation immer mit Zeitverlust, manchmal zudem mit Geldverlust verbunden.

Wer sich in der Kunst des gekonnten Reklamations- und Beschwerdemanagements üben will, wird dann erfolgreich sein, wenn er kontinuierlich sein Gesprächsverhalten auf die jeweilige Reaktion des Gesprächspartners abstimmt.

Ich wünsche Ihnen viel Erfolg beim Umsetzen.

Markus Junger

2 Was Sie als Kunde vor Ihrer Beschwerde wissen sollten

2.1 Ziel und Chancen von Beschwerden

Wie oft kommt es vor, dass etwas nicht unseren Vorstellungen entspricht. Auch ohne dass wir uns dessen jedes Mal bewusst werden: Wir sind enttäuscht. Im wahrsten Sinne des Wortes, drückt dies als Nichterfüllung einer Erwartung an eine Dienstleistung oder an ein neues Haushaltsgerät doch aus, dass wir einer Täuschung erlegen sind. Mit anderen Worten, das Bild oder die Vorstellung, welche sich bislang in unserem Kopf befand, lässt sich mit der konkreten Wirklichkeit nicht in Übereinstimmung bringen. Sie fragen sich vielleicht, was dieser sprachliche Exkurs mit Beschwerdegesprächen zu tun hat. Manche Aussagen dieses Artikels mögen für Sie leichter nachvollziehbar werden, wenn Sie Ihre ganz persönlichen Erfahrungen damit in Verbindung bringen. Da ich annehme, dass Sie sich schon wiederholt beschwert haben, sei es im Restaurant oder im Ferienhotel oder dass Sie etwas, das Sie erworben hatten, reklamieren mussten oder dass Sie die Ausführung einer Arbeit, sei es in der Autowerkstatt oder im Wohnhaus, zu beanstanden hatten, fordere ich Sie auf, sich zunächst an ein Beispiel zu erinnern, in dem Sie etwas beanstandet haben.

Sie haben jetzt ein Beispiel vor Augen.

Gehen Sie mit der spontanen Erinnerung an diese Situation folgenden Fragen nach:

- Was genau war vorgefallen und welche Gefühle wurden dadurch bei Ihnen ausgelöst?

- In welchem emotionalen Zustand befanden Sie sich zu Beginn des Gesprächs und mit welchen Worten haben Sie die Beschwerde eingeleitet?

- Wie wurden Sie behandelt und mit welchem Gefühl sind Sie aus dem Gespräch gegangen?

Wenn unsere Erwartungen in einer bestimmten Situation nicht erfüllt werden, reagieren wir spontan mit einer Abwehrhaltung, sind unzufrieden und verärgert. Je nach Intensität der persönlichen Vorstellungen stellen sich Ärger, Wut oder gar das Gefühl, betrogen zu werden, ein. Diese negative, uns beeinträchtigende emotionale Reaktion steht am Beginn jeder Enttäuschung, ganz gleich ob wir nun die Absicht haben, Kritik zu üben oder es vorziehen, die Sache auf sich beruhen zu lassen.

Unsere Befindlichkeit kann aber noch zusätzlich negativ beeinflusst werden,

- wenn die nagelneue Spülmaschine die Küche unter Wasser gesetzt hat oder wir den spannenden Film nicht aufzeichnen können, weil der gerade gelieferte DVD-Recorder streikt,
- wenn sich Hilflosigkeit einstellt, sobald wir feststellen, dass wir das Problem nicht aus eigener Kraft lösen können,
- wenn wir uns über uns selbst ärgern, beispielsweise beim Einkauf nicht genau hingesehen zu haben oder nicht daran gedacht haben, uns das Gerät vorführen bzw. anschließen zu lassen,

- wenn wir spontan an die Dinge denken, die jetzt unternommen werden müssen, um den erwarteten Zustand herzustellen, sei es, dass wir extra noch einmal in den Laden zurückgehen müssen, sei es, dass wir telefonisch oder schriftlich unsere Beschwerde vortragen oder uns nach einem anderen Lieferanten umschauchen müssen,
- wenn wir uns womöglich vorstellen, wie wir mit unserer Beschwerde behandelt werden. Für manche Menschen kann diese Vorstellung so unangenehm sein, dass sie lieber auf eine Kritik oder Beschwerde verzichten, um sich bei dem bereits vorhandenen Ärger wenigstens eine erwartete Demütigung zu ersparen.
- Manchmal stellt sich auch noch eine gewisse Kaufreue ein. Unsere Entscheidung, die uns bis dahin richtig erschien, stellen wir in Frage: War es wirklich vernünftig hier zu kaufen? War der Preis gerechtfertigt? Hätte man mit der Bezahlung nicht warten sollen? Wäre es nicht angebracht gewesen, zuvor einige Alternativangebote einzuholen?

Diese Liste ausgesprochen unangenehmer Empfindungen ließe sich sicherlich noch fortsetzen. Festhalten kann man: Wenn wir uns im Vorfeld einer Beschwerde sehr genau überlegen, was uns unzufrieden macht, können wir sehr genau die Gefühle benennen, die Einfluss auf unsere Beschwerde haben. Wenn wir uns diese Emotionen bewusst machen, können wir uns sehr konkret überlegen, welche Wiedergutmachung wir für die erlittene Beeinträchtigung oder für das defekte Gerät haben wollen. Und wenn wir uns über unsere Gefühle und über die gewünschte Reaktion des Verkäufers oder der Firma im Klaren sind, können wir überlegen, wie wir einen Anbieter auf das von uns aus als subjektiv empfundene oder tatsächlich schädigende Verhalten aufmerksam machen können. Kurz gesagt:

Eine Beschwerde hat das Ziel, als Kunde das zu bekommen, was einem versprochen wurde und die Chance, das zu bekommen, was man zu Recht erwartet.

2.2 Die häufigsten Fehler bei Beschwerden und wie Sie diese vermeiden

Stellen Sie sich vor, Sie holen Ihr Auto aus der Werkstatt. Nach zwei Kilometern bleibt der Wagen plötzlich stehen. Es gießt in Strömen. Ihr Mobiltelefon liegt noch im Büro auf dem Schreibtisch und von einer Telefonzelle ist weit und breit nichts zu sehen. Wohl oder übel machen Sie sich zu Fuß auf den Weg zurück. Bereits beim Betreten des Autohauses fangen Sie an, lautstark Ihre Beschwerde zu äußern:

„Sagen Sie mal, was bilden Sie sich eigentlich ein!“

Oder:

„Was ist das denn hier für ein Saftladen!“

Oder:

„Ich will sofort den Geschäftsführer sprechen!“

Oder:

„Ich mache Sie persönlich dafür verantwortlich, wenn Sie sich nicht sofort um mein Auto kümmern!“

Oder:

„Das war das letzte Mal, dass ich bei Ihnen ein Auto reparieren lasse.“

Wenn Sie solche Aussagen in Anwesenheit weiterer Kunden machen, haben Sie eines in jedem Fall erreicht. Sie haben für einen Moment die volle Aufmerksamkeit der anderen Kunden und der Mitarbeiter. Bitte versetzen Sie sich für einen Moment in die Lage des Kunden und des Mitarbeiters, die Ohrenzeuge Ihrer Beschwerde wurden. Notieren Sie sich bitte jetzt Ihre Reaktion auf die Beschwerde.

Vielleicht war Ihr erster Gedanke als weiterer Kunde:

„He, ich war zuerst da!“

Oder:

„Was ist das für ein Spinner!“

Oder:

„Was ist denn das für einer?“

Als Mitarbeiter war Ihr erster Gedanke vielleicht besänftigend:

„Jetzt beruhigen Sie sich doch erst mal.“

Oder zurechtweisend:

„Sie sehen doch, dass ich gerade mit einem anderen Kunden spreche.“

Oder abfertigend:

„Haben Sie ein Problem?“