

# Fit im Umgang mit Beschwerden

Berechtigt oder nicht – auf Beschwerden von unzufriedenen Kunden muss professionell reagiert werden. Dabei geht es weniger um die Frage, wen die Schuld an dem Ärger trifft, sondern vielmehr um Sachlichkeit im Umgang mit einer Beschwerde und darum, die Sache aus der Welt zu schaffen.



Freundlichkeit bei Beschwerden von Kunden hilft, die Situation zu entschärfen und mit Sachlichkeit eine zufriedenstellende Lösung zu suchen.

DFV

**D**ie marinierten Steaks, die ich vorgestern hier geholt habe, waren völlig überwürzt, meine Grillfeier war ein Desaster“, äußert ein Kunde lautstark, kaum, dass er die Metzgerei betreten hat. Er werde es dem Chef ausrichten, antwortet der Auszubildende im zweiten Lehrjahr, der heute für den Verkauf zuständig ist und gerade alleine im Laden steht. Als der Kunde fragt, was er als Entschädigung für den misslungenen Grillabend erhält, bekommt er die Antwort: „Sorry, aber dafür bin ich nicht zuständig.“

Sätze wie „Dafür bin ich nicht zuständig.“ oder „Das hatten Sie doch so

bestellt.“, dürfen in einem Reklamationsgespräch nicht fallen, sagt Simone Stargardt, Expertin für modernes Personalmanagement und Inhaberin der privaten Akademie *carriere & more* Südwest. „Fleischereibetriebe sollten jede Reklamation als Chance zur Kundenbindung sehen“, betont die Unternehmerin. Denn das sogenannte Beschwerde-Paradoxon zeigt: Kunden, die reklamiert haben und eine zufriedenstellende Lösung ihres Problems erfahren, sind treuer als Kunden, die noch nie unzufrieden waren. Die Trainerin, die unter anderem Auszubildende und Angestellte großer Lebensmittel-discounter schult, emp-

fiehlt Metzgern, ihren Mitarbeitern einen Leitfaden für den Umgang mit unzufriedenen Kunden an die Hand zu geben, und zum Beispiel die GEWINN-Formel zu nutzen (siehe Kasten).

Nicht immer ist es möglich, Reklamationen sofort zu klären und zufriedenstellend zu lösen. Dann sollte dem Kunden ein Zeitrahmen genannt werden, innerhalb dessen er eine Antwort erhält. Im eingangs gemachten Beispielfall hätte der Auszubildende dem Beschwerdeführer eine Klärung mit seinem Vorgesetzten und Rückmeldung bis zum nächsten Nachmittag per Telefon oder WhatsApp zusichern können.

## Im Zweifel für den Kunden

Auch wenn sich nicht genau feststellen lässt, ob eine Reklamation berechtigt ist, sollten Unternehmer und Mitarbeiter dem Kunden entgegenkommen. „Ein unzufriedener Kunde, der sich beschwert, ist unangenehm. Einer, der unzufrieden ist und sich nicht beschwert, viel schlimmer“, folgert Stargardt. Studien belegen: Unzufriedene Fleischliebhaber erzählen bis zu zehn Menschen in ihrem Umfeld von ihrem Ärger. „Im schlimmsten Fall kann ein Betrieb nicht nur einen, sondern viele weitere Kunden verlieren. Vor allem, wenn sich die Reklamierenden in Online-Bewertungen negativ über Produkte oder Dienstleistungen äußern“, ergänzt die Trainerin.

Deshalb gelte: Beschwerden bereits im Keim abfangen, bevor sie zu eskalieren drohen. Laut Forsa-Umfragen beschwerten sich 40 Prozent aller Deutschen nicht, weil sie keine Erfolgchancen sehen oder weil sie sich nicht trauen. Das zeigt umgekehrt, dass diejenigen, die sich beschwerten,



Simone Stargardt ist Inhaberin der Akademie *carriere & more* mit Standorten in der Region Stuttgart, Mannheim und Würzburg. Die Trainerin schult unter anderem Mitarbeiter großer Lebensmitteldiscounter im Beschwerdemanagement. carriere & more

aus ihrer Sicht einen berechtigten Anlass dazu haben.

### Kompensation anbieten

Stellt sich heraus, dass die Steaks, über die sich der Kunde beschwert hat, tatsächlich überwürzt gewesen sind, muss ein Ausgleich für das nicht einwandfreie Produkt angeboten werden. Das kann beispielsweise ein Preisnachlass auf den nächsten Einkauf sein oder der kostenlose Ersatz des beanstandeten Grillguts. Wer sich unsicher ist, was er einem reklamierenden Käufer als Wiedergutm-

#### **Tipp**

**Beschwerden sollten bereits im Keim abgefangen werden, bevor sie zu eskalieren drohen.**

chung anbieten kann, sollte sich nicht scheuen, zu fragen, was Reklamierende sich als Entgegenkommen vorstellen. „Selbst wenn eine überzogene Forderung kommen sollte, wie kostenlose Steaks für die nächsten drei Monate, lässt sich meist nachverhandeln und eine für beide Seiten zufriede-

denstellende Lösung finden“, weiß die Expertin.

### Kleine Geste – große Wirkung

„Nicht immer erwarten Kunden, die sich beschweren, eine Kompensation. Manchen ist es viel wichtiger, dass ihre Reklamation ernst genommen wird“, so Stargardt weiter. Bereits mit

einem ernst gemeinten „Tut mir sehr leid, dass Sie mit unseren Produkten nicht zufrieden waren; wir werden prüfen, woran das lag.“ lassen sich Verärgerte oft beruhigen, weil sie sich mit ihrem Anliegen ernst genommen fühlen.

Wenn dann – unerwartet – ein kleines Geschenk zur Wiedergutmachung oder ein Gutschein nach Hause geschickt wird, zeigen sich die meisten Kunden freudig überrascht und quittieren kleine Gesten mit besonderer Treue.

### Netiquette gilt auf beiden Seiten

Kommentare in den sozialen Medien oder auf Bewertungsportalen lassen Respekt und Freundlichkeit manchmal vermissen. Einige Kunden können auch im direkten Gegenüber ausfällig werden.

Respektlosigkeiten und Beleidigungen muss sich niemand gefallen lassen. Das heißt allerdings nicht, dass man einem schreienden Kunden entgegenbrüllen kann. Stattdessen gilt: Freundlich bleiben, bestimmt handeln.

Stargardt: „Oft lassen sich aufgebrachte Käufer beruhigen, wenn sie höflich – am besten namentlich – und mit ruhiger Stimme gebeten werden, das Problem der Reihe nach zu schildern.“

**Leila Haidar**

### Mit „GEWINN“ auf Beschwerden reagieren

Wer mit einem reklamierenden Kunden zu tun hat, kann nach der GEWINN-Formel vorgehen, die Simone Stargardt auch in ihren Seminaren vermittelt. Die einzelnen Buchstaben stehen für folgende Regeln:

**G:** Gehör schenken, aktiv und aufmerksam zuhören, den Beschwerdeführer ausreden lassen und nicht unterbrechen.

**E:** Einfühlungsvermögen zeigen und sich entschuldigen – auch wenn der Beschwerdegrund nicht in der eigenen Verantwortung liegt.

**W:** Wiederholen der Fakten, um sicherzugehen, den Anlass der Beschwerde richtig erfasst zu haben.

**I:** Initiative ergreifen und nach Lösungen suchen. Dabei möglichst offene Fragen stellen, zum Beispiel: „Wie könnten wir den Vorfall wieder gutmachen, was schlagen Sie vor?“

**N:** Notizen machen, vor allem, wenn es im Nachgang des Gespräches etwas zu erledigen gibt oder Informationen weitergegeben werden müssen.

**N:** Nachsorge, das heißt: Wenn die Reklamation gelöst ist, beim Kunden noch einmal nachfragen, ob er mit der Lösung zufrieden und alles in Ordnung ist.