

Auf Feedback und Beschwerden richtig reagieren

Barbara Haas-Schöttli

Der Umgang mit Reklamationen will gelernt sein. Nicht immer helfen uns dabei die in der Erziehung verinnerlichten Verhaltensweisen weiter. Die folgenden Tipps sollen Ihnen helfen, Beanstandungen souverän zu behandeln.

Stellen Sie sich vor, Sie essen in einem Restaurant. Nach dem Essen kommt der Kellner und fragt: «Ist es recht gewesen?» Und was antworten Sie als Gast? Wenn die Speise ungeniessbar war, reklamieren wir in aller Regel sofort. Nicht aber, wenn die grünen Bohnen etwas zäh waren oder das Essen lauwarm auf den Tisch gebracht wurde. In solchen Fällen hat der Gast zwei Möglichkeiten:

- a) Der mutige Weg. Er sagt freundlich: «Es war gut, aber die Bohnen waren ein wenig zäh.» Mit einem mitleidigen Blick kommt die prompte Antwort: «Das ist eben Nouvelle Cuisine, mein Herr!» Spätestens jetzt entscheidet sich der Gast beim nächsten Mal für die Möglichkeit b.
- b) Der bequemere Weg. Diesen schlägt man ein, wenn man entweder besonders harmoniesüchtig ist, oder – und das ist viel häufiger der Fall – man nicht unnötig Zeit und Nerven verschwenden will. Man sagt dann einfach «ja, ja», und geht nie mehr hin!

Wie Reklamation zur Reklame wird

Obwohl es im Moment unangenehm ist, hilft dem Unternehmen ein Kunde, der reklamiert und dabei vielleicht etwas laut wird, weit mehr als ein schweigender Kunde, der nie wieder kommt. Denn Kundinnen und Kunden, die sich beschweren, sind grundsätzlich an einer weiteren Zusammenarbeit

mit dem Unternehmen interessiert, sofern die Beanstandung zu ihrer Zufriedenheit gelöst wird. Dies ganz im Gegensatz zu Kundschaft, die ebenfalls verärgert ist, aber schweigt.

Im Restaurant-Fall wäre bei einer Beschwerde folgendes Verhalten ratsam gewesen: Der Kellner bedankt sich bei seinen Gästen für das Feedback und erklärt, dass er dieses sofort weiterleitet. Dann kommt der Chef an den Tisch, fragt noch einmal nach und offeriert einen Kaffee – eine Geste, die ihn nicht einmal einen Franken kostet. Der Gast fühlt sich verstanden, ernst genommen und kommt wieder.

Unzufriedenheit mit Folgen. Für die Kundinnen und Kunden ist der Umgang mit Beschwerden ein kritisches Erlebnis, das deren Bindung zum Unternehmen massgeblich beeinflusst. Im positiven wie auch im negativen Sinn. So sind die Folgen eines ungenügenden **Beschwerdemanagements** eindrücklich: 91 Prozent der enttäuschten Kundinnen und Kunden wenden sich vom Unternehmen ab. Und zudem erzählt jeder unzufriedene Kunde seine negativen Erlebnisse mindestens 11 anderen Personen weiter (siehe Abbildung 09).

Kunden wollen keine Ausreden hören. Beschwerden rufen in den Köpfen der Chefinnen und Chefs sowie der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter oft eine Abwehrhaltung hervor. Dies führt zu Reaktionen wie Flucht in Rechtfertigungen oder Schuldzuweisungen an die Arbeitskolleginnen und -kollegen. Unzufriedene Kundinnen und Kunden durchschauen diese Situation sofort und reagieren empfindlich darauf. Sie möchten keine Ausreden hören, sondern wünschen sich eine Lösung ihres Problems.

tipp

Hören Sie richtig zu

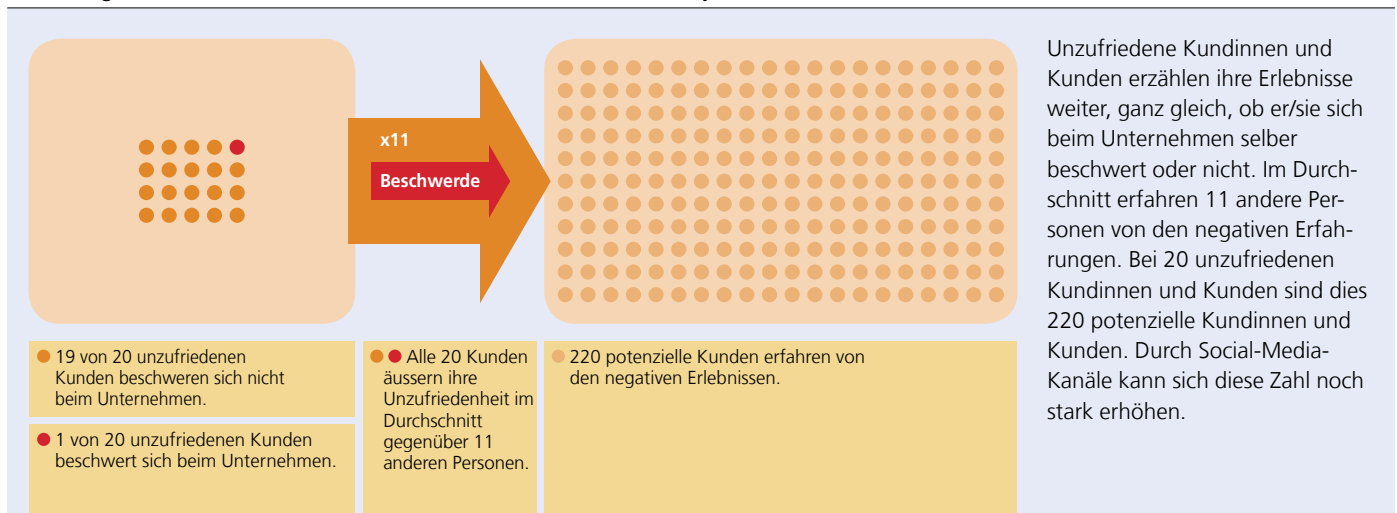


Beim Umgang mit Beschwerden ist das Zuhören ein wichtiger Erfolgsfaktor. Folgende Techniken sind hilfreich:

- Aufnehmendes Zuhören durch Bestätigungen wie «Ja». Damit signalisieren Sie, dass Sie der Kundin, dem Kunden zuhören.
- Rückfragen, anhand derer Sie prüfen, ob Sie den Kunden richtig verstanden haben: «Wenn ich Sie richtig verstanden habe, meinen Sie ...»
- Zusammenfassungen, um sicherzustellen, dass Sie keine Informationen überhört haben: «Es geht Ihnen also nicht nur um die Inspektion, sondern ...»

Die **markierten** Begriffe sind im Glossar am Ende dieser Nummer kurz erklärt.

Abbildung 09 **Unzufriedene Kundschaft: der unheimliche Multiplikator**



Unzufriedene Kundinnen und Kunden erzählen ihre Erlebnisse weiter, ganz gleich, ob er/sie sich beim Unternehmen selber beschwert oder nicht. Im Durchschnitt erfahren 11 andere Personen von den negativen Erfahrungen. Bei 20 unzufriedenen Kundinnen und Kunden sind dies 220 potenzielle Kundinnen und Kunden. Durch Social-Media-Kanäle kann sich diese Zahl noch stark erhöhen.