

Der Klügere gibt nach

Wie Sie erfolgreich mit Reklamationen umgehen

Beschwerden gehören zum Alltagsgeschäft eines jeden Handwerksbetriebes. Allerdings ist der Umgang mit Reklamationen keine leichte Angelegenheit, die mal eben nebenbei erledigt werden kann.

Wer die Beschwerde des Kunden auf die leichte Schulter nimmt, sie gar verbal abwürgt, verärgert den Kunden nicht nur, er riskiert auch eine für den Betrieb schädliche Negativwerbung. Schlechte Kundenerfahrungen, so ergab die Marktforschung, werden mindestens elf Personen im sozialen Umfeld weitererzählt, währenddessen gute gerade einmal dreien mitgeteilt werden. Mangelnder Umgang mit Beschwerden treibt aber auch viele Kunden zum Anwalt oder im günstigsten Falle zur Handwerkskammer, um ein Schlichtungsverfahren zu eröffnen. „75 Prozent aller Schlichtungsverfahren werden vom Kunden eingeleitet“, bestätigt Markus Theil, Justiziar der Handwerkskammer Wiesbaden.

Schlichtungsverfahren sind zweifelsfrei eine Alternative. Besser ist es

jedoch, wenn der Betrieb den Kunden mit seiner Beschwerde selbst zufrieden stellen kann. Schließlich sind zufriedene Kunden heute ein wichtiger Garant für die Kundenbindung. Ein wenig Umdenken bei dem gezielten Umgang mit Reklamationen ist allerdings angesagt.

Kunden nehmen ihr Recht wahr

Während früher Beschwerden einfach ignoriert wurden, kann sich diese veraltete Einstellung heute kein Betrieb mehr leisten, weil die Kunden sonst einfach zum Konkurrenten abwandern. Reklamationen sind weder eine Schikane seitens des Kunden, der einfach einmal seine schlechte Laune ablässt, noch ein Angriff gegen die eigene Person oder den Handwerksbetrieb. „Es geht ja nicht immer nur ums Geld“, so Theil, „sondern darum, dass der Kunde meint, er habe ein Recht, eine Reklamation vorzutragen“. Sicherlich will der Kunde durch seine Beschwerde etwas Bestimmtes erreichen. Meist werden konkret die so genannten Sekundärbedürfnisse ausgesprochen. Dies sind materielle Forderungen wie kostenlose Lieferung eines Ersatzgerätes, Nachbesserung bei der Dachneudeckung oder eine Entschädigung für die zerbrochene Vitrine.

Hier lässt sich im Rahmen der betrieblichen Kulanzphilosophie sicherlich eine rasche Lösung finden, außer, der Kunde stellt eine unangebrachte Forderung. „Bei der Zahlung der Rechnung hat ein Kunde einfach 2.000 Mark einbehalten“, berichtet Theil über einen Fall, „weil beim Einbau neuer Fenster ein Kratzer auf den Parkettboden kam. Obwohl der Schreinermeister ihm angeboten hat, den Schaden zu beheben, hat der Kunde nicht mit sich reden lassen. Jetzt hat der Betrieb ein Schlichtungsverfahren eingeleitet.“

Den Aufwand abwägen

Ob nun gleich ein Schlichtungsverfahren nötig ist oder eine Überprüfung der Beschwerde, ist von Fall zu Fall unterschiedlich. Es gilt jedoch im Vorfeld abzuwägen, welcher Zeit- und

auch Kostenaufwand dem Handwerksbetrieb für die Überprüfung entsteht. Lohnt sich der Aufwand bei einem Streitwert von 100, 200 oder 1.000 Mark? Oder sollte nicht lieber die Überprüfung zukünftig ein wenig eingeschränkt werden, wobei gleichzeitig der Spielraum für die eigene Kulanzgrenze erhöht werden kann?

Entscheidend für den erfolgreichen Umgang mit Beschwerden sind jedoch die Primärbedürfnisse des Kunden wie Geltung, Ansehen, Kompetenz, Sicherheitsgefühl und auch ein Miteinbezogen-werden, die in jedem Gespräch unterschwellig viel mehr ins Gewicht fallen, die unterschiedlichsten emotionalen Reaktionen auslösen und oftmals auf beiden Seiten für erhitzte Gemüter sorgen. Jetzt ist Fingerspitzengefühl angesagt, sonst wird eine Einigung erschwert. Häufig werden gerade diese Primärbedürfnisse verletzt, weil die Reklamation des Kunden nicht ernst genommen wird. Oder dem Kunden wird im schlimmsten Fall gar mit Killerphrasen wie „Aber Sie haben sich die Farbe doch selbst ausgesucht“ oder „Vermutlich sind Sie falsch mit dem Gerät umgegangen“ die Schuld zugeschoben.

Solche Aussagen setzen schnell das Kompetenz- als auch das Geltungsbedürfnis des Kunden herab. Fatal ist es auch, nach dem Motto „Gut gebrüllt Löwe“ den Ton des Kunden zu erwidern. Darüber hinaus reagieren Kunden verärgert, wenn auf eine berechnete Frage „Warum dauert die Reparatur des Heizungskessels so lange?“ der Handwerker nur barsch antwortet „Wenn Sie mir auch nicht sagen, dass ihr Gerät schon über zehn Jahre alt ist“.

Das Kommunikationsverhalten bestimmt eindeutig den Verlauf der Reklamation. „Die Hälfte der Schiedsfälle“, führt Theil aus, „hätte vermieden werden können. Sie entstanden nur durch mangelnde Kommunikation, entweder wurde aneinander vorbeigeredet oder zu wenig geredet.“ Und dies gilt nicht allein für das Beschwerdegespräch, sondern schließt das Vorfeld mit ein. Schließlich wer-

„Schlichtungsverfahren“

Die Handwerkskammern bieten gebührenfreie Schlichtungsverfahren an, die sowohl der Kunde als auch der Handwerksbetrieb auf freiwilliger Basis für sich nutzen kann. Ziel dieses Verfahrens ist es, eine außergerichtliche, gütliche Einigung für beide Seiten zu erreichen. In der Regel schildert der Antragsteller der Handwerkskammer den Beschwerdefall. Danach tritt die Handwerkskammer mit dem Betrieb oder Kunden - dem Antragsgegner - durch Zusendung der Beschwerde in Kontakt und bittet um Stellungnahme. Im gemeinsamen Gespräch - manches Mal auch als Ortstermin - zwischen Antragsteller, -gegner und dem Justiziar der Handwerkskammer wird dann meistens eine Einigung erzielt, diese protokolliert, an die Beteiligten geschickt, mit der Bitte entsprechend zu verfahren und eine Abschlussbestätigung zu schicken. Ein Schlichtungsverfahren kann in zwei Wochen erledigt sein, in komplizierteren Fällen aber auch sechs bis acht Wochen dauern.



Die typischsten Killerphrasen

„Da haben Sie mich völlig falsch verstanden“

„Ich bin mir ganz sicher,
dass ich dies berücksichtigt habe.“

„Jetzt übertreiben Sie doch nicht so schamlos.“

„Das kann überhaupt nicht sein.“

„Das gibt es doch gar nicht.“

„Sie sind der erste Kunde, der sich über so etwas beschwert.“

„Da täuschen Sie sich aber.“

„Jeder vernünftige Mensch weiß doch, dass...“

„Sie können doch nicht behaupten, dass...“

„Dies habe ich überhaupt nicht zugesichert.“

„Ich habe Ihnen die Bedienung der Anlage doch genaustens erklärt. Sicherlich haben Sie einen Fehler gemacht.“

„Ist das jetzt eindeutig klar?!“

Die erfolgreiche Erwidrung

„Ich fürchte, ich habe mich missverständlich ausgedrückt.“

„Gerne werde ich dies noch einmal überprüfen.“

„Das ist wirklich schlimm für Sie. Ich kann Sie gut verstehen.“

„Aus Ihrer Sicht müssen Sie dies so empfinden.“

„Ihre Verärgerung ist wirklich verständlich.“

„Danke, dass Sie mich auf diese Sache hingewiesen haben.“

„Ihr Einwand ist sehr aufschlussreich. Ich werde ihn berücksichtigen.“

„Es ist mir verständlich, dass...“

„Ich kann gut verstehen, dass...“

„Ihre Nachfrage ist nur zu berechtigt.“

„Gern erkläre ich Ihnen...“

„Zum Abschluss wiederhole ich jetzt gerne noch einmal unsere vereinbarten Punkte.“

den hier gerade die Samen gesät, dessen Früchte in Form einer Reklamation später zu ernten sind

Möglichst schnell reagieren

Wie oft bekommt der Kunden trotz mehrmaliger Anfragen keinen Kostenvoranschlag. Wie oft gibt der Handwerker Verzögerungen nicht weiter. Und wie oft vergisst der Unternehmer, auch Nachtragsangebote schriftlich zu fixieren, so dass später bei der Rechnung der große Streit ausbricht. „Und wenn Sie auf der Baustelle auf ein Stück Butterbrotpapier ein Nachtragsangebot schreiben“, empfiehlt Theil, „und sich vom Kunden unterzeichnen lassen“. Nicht al-

lein die Arbeit sollte Priorität erhalten, sondern auch die Kommunikation mit dem Kunden.

Das aktive Zuhören als das Einfühlungsvermögen in den Kunden (Empathie) sind hierbei Kommunikationsinstrumente, die Unterstützung bieten. Das Augenmerk gilt Fragen wie „Was erzählt der Kunde? Welche Einwände bringt er hervor? Welche Bedürfnisse, Wünsche und Erwartungen teilt er gerade mit? Wie trägt er das Gesagte vor?“ Den Kunden ausreden zu lassen und gezielt nachzufragen, bescheren dann all die Fakten, die für eine Einigung nötig sind.

Gleichzeitig lassen sich so wertvolle Informationen sammeln, die der

Betrieb bestens nutzen kann, um nicht allein den Kunden an sich zu binden, sondern auch gegenüber der Konkurrenz einen Wettbewerbsvorsprung zu erhalten. Und nicht allein in puncto Customer Service. Vielleicht ist der Einwand ein Hinweis auf ein oft geäußertes Problem, das bisher leider nur im Einzelfall behoben wurde. Deshalb sollten die Reklamationen, die auftreten, unbedingt schriftlich fixiert werden. Nur so ist eine regelmäßige Auswertung – mindestens einmal pro Monat – möglich. Der Gewinn bei einem gutem Reklamationsmanagement ist in jedem Fall für beide Seiten groß.

Brigitte Miller