

„. . . wenn der Kunde auch noch meckert!“

Jörg Scheele*

Kein Handwerksbetrieb kann sich von Beanstandungen freisprechen. Wie aber kann der gute Servicebetrieb durch die richtige Reaktion auf eine Reklamation Pluspunkte sammeln? Unser Beitrag gibt einige Anregungen hierzu.

Reklamiert ein Kunde eine Arbeit, so drückt er damit aus, für sein Geld nicht das bekommen zu haben, was er erwartete. Egal ob dies auf die geleistete Arbeit oder auf falsche Vorstellungen des Kunden zurückzuführen ist. Der jedenfalls möchte nun von seinem Handwerker Abhilfe. Und dieser vom Kunden gewünschte, neue Kontakt ist die Chance des Handwerksbetriebes, das scheinbar gestörte Verhältnis wieder gerade zu rücken. Schließlich ist er ja gekommen, um darüber zu sprechen. Schlimmer wäre es gewesen, er hätte den Betrieb gegenüber

anderen Leuten schlecht gemacht.

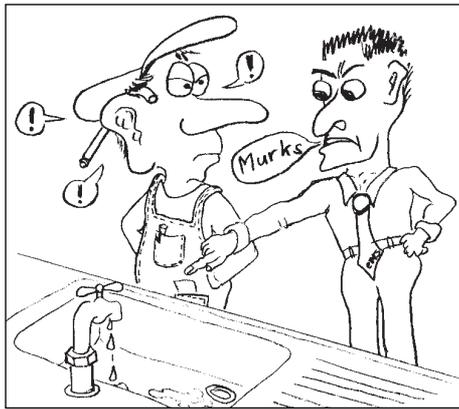
Reklamation zum Erfolg umwandeln

Natürlich lässt sich niemand gerne vorwerfen, mit seiner Arbeit sei etwas nicht in Ordnung. Und so neigt man schon bei der Annahme einer Reklamation dazu, seine Arbeit zu verteidigen. Aber genau das

demütig nicken. Der Trick ist einfach, aber wirkungsvoll: Behandeln Sie den Kunden doch einfach so, wie er von Ihnen behandelt werden möchte.

**Goldene Regel Nummer 1:
Lassen Sie den Kunden
zunächst zu Wort kommen**

. . . und das ganz ausführlich. Denn er hat ja das Gespräch gesucht, um sein Problem mitteilen zu können. Besonders, wenn der Gesprächspartner etwas lauter wird, sind Unterbrechungen wie „. . . aber regen Sie sich doch nicht so auf. . .“ das Verkehrteste. Es liegt in der Natur des Menschen, dass der Reklamierende jetzt erst richtig loslegt: „Ich mich nicht aufregen? Was glauben Sie denn . . .“ Mit „neutralem Gesicht“ zuhören ist hier zu-



Wenn ein Kunde reklamiert, lassen Sie ihn reden, aber zeigen Sie auch Verständnis für sein Problem

ist falsch. Denn dann prallen zwei Ansichten aufeinander, die des nicht selten verärgerten Kunden und die des in seiner Ehre verletzten Handwerkers. Ein sachliches und zielführendes Gespräch wäre fast ein Wunder. Aber was tun? Schließlich möchte man ja nicht zu allen Vorwürfen des Kunden nur

nächst mal das Beste. Denn irgendwann kommt der Kunde selbst zum Schluss, weil er ja schließlich Ihre Stellungnahme zu seinem Problem hören möchte.

Wohl gemerkt: Verständnis! Geben Sie dem Kunden nicht Recht, wenn Sie der Meinung sind, die Aussagen des Kunden stimmen so nicht. Denn Recht

* Jörg Scheele, Dozent bei der Handwerkskammer Dortmund

ist nicht mehr steigerungsfähig. Wer sagt „ich gebe Ihnen Recht“, der braucht keine Diskussion mehr führen. Zeigen Sie dem Kunden vielmehr, dass Sie auf seiner Seite sind, und alles tun wollen, um sein Problem zu beseitigen. Ob die Lösung des Problems unter der Rubrik „Reklamationsfall“ einzuordnen ist oder

**Goldene Regel Nummer 2:
Äußern Sie Verständnis**

nicht, spielt zum jetzigen Zeitpunkt zunächst keine Rolle. Wörter wie „gemeinsam“ oder „wir“ ziehen den Kunden in diese Problemlösung mit ein. So könnte es zum Beispiel heißen: „*Herr Meier, ich verstehe Ihren Einwand, lassen Sie uns gemeinsam schauen, wie wir das Problem lösen können.*“

Nicht „abwimmeln“ sondern analysieren

Natürlich kann sich der Chef nicht um alles kümmern. Natürlich kann der Auszubildende, der vom Kunden angesprochen wird, nichts zur Sache entscheiden. Das muss er auch nicht. Wichtig ist nur, das nach Kenntnis einer Bemänglung die Reaktion vom Handwerksbetrieb ausgeht. Daneben gegriffen wäre es z. B. zu sagen: „*Dafür bin ich nicht zuständig! Bitte wenden Sie sich in unserem Büro an*

Herrn Roth“. Der Kunde fühlt sich „weitergereicht“ oder gar „abgewimmelt“. Anders sieht es schon aus, wenn der Kunde hört:

**Goldene Regel Nummer 3:
Bleiben Sie persönlich**

„*Dafür ist in unserem Hause Herr Roth zuständig. Herr Meier, ich werde Ihre Reklamation sofort weiterleiten. Herr Roth wird sich mit Ihnen in Verbindung setzen.*“

**Goldene Regel Nummer 4:
Machen Sie mit dem Kunden eine Problemanalyse**

Gezielte Fragen helfen, das Problem technisch einzukreisen. Natürlich auch, um festzustellen, ob es tatsächlich ein Reklamationsfall ist. Hier allerdings Vorsicht: Sehr schnell kann man den Kunden durch ungeschicktes Fragen in die Enge treiben oder ihn als „Blödmann“ dastehen lassen. So reklamierte ein Kunde telefonisch den Ausfall seines neuen Ölbrenners. Und der Meister am Telefon fragte: „*Na, ham'se denn überhaupt noch Öl im Tank*“. So eine Frage stempelt den Kunden als Dummkopf ab, auch wenn der Tank tatsächlich leer ist. Zwar müsste der Kunde mit einem „nein“ seine ungerechtfertigte Reklamation zugeben und der Handwerker hätte sei-

ne Unschuld bewiesen. Möglicherweise ruft der Kunde ihn aber nie wieder an – weil er sich schämt. Stellen Sie daher Fragen, die dem Kunden immer eine Erläuterungschance lassen. Im beschriebenen Fall wäre besser gewesen zu fragen: „*Wie viel Liter Öl sind denn noch im Tank*“.

**Goldene Regel Nummer 5:
Sprechen Sie seine Sprache**

Unterdrücken Sie Ihr Fachchinesisch. Erläutern Sie dem Kunden das technische Problem allgemein verständlich. Bedenken Sie, dass Ihr Kunde auf seinem Gebiet möglicherweise auch ein Spezialist ist. Und da würden Sie sich auch nicht freuen, wenn er Sie mit seinen Fachkenntnissen überrollt. Ziel der Problemanalyse soll es sein, dem Kunden klar zu machen, in wie weit tatsächlich Grund für eine Reklamation vorliegt.

Unverzüglich und aufrichtig

Kann das Problem im Gespräch nicht ausreichend eingekreist werden oder liegt tatsächlich

**Goldene Regel Nummer 6:
Wir kommen sofort**

eine begründete Reklamation vor, wird ein sofortiger Einsatz beim Kunden nötig. Ist das Problem nicht so gra-

vierend, das sofort Hilfe vonnöten ist, kann auch schon eine Terminvereinbarung den Kunden zufrieden stellen. Denn er weiß dann: Morgen kommt jemand, der das Ärgernis behebt. Nicht selten stellt sich aber vor Ort heraus, dass der vermeintliche Mangel auf Ursachen zurückzuführen ist, die der Kunde herbeigeführt hat. So hat zum Beispiel ein Kunde den Raumthermostaten seiner Etagenheizung auf „volle Leistung“ gestellt, aber den Heizkörper-Thermostaten im gleichen Raum auf Frostschutzfunktion gedreht und bemängelt, dass die Therme erst nicht abschaltet und dann „auf Störung geht“. Der Fachmann weiß: Das kann natürlich nicht funktionieren. Und den meisten Kunden wird es nach den freundlich erläuternden Worten peinlich sein, denn Handwerker bemüht zu haben. Nehmen Sie dem Kunden dieses Gefühl und bestätigen Sie ihn in seinem Handeln: „Herr Meier, es war gut dass Sie uns angerufen haben. Auf diese Weise konnten wir das Problem

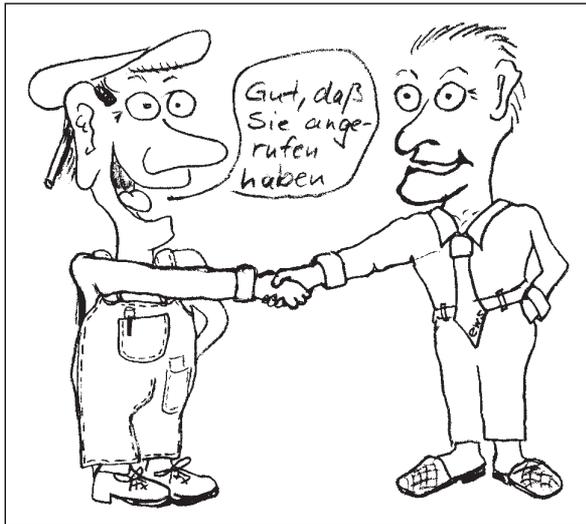
schnell aus der Welt schaffen. Vielen Dank“.

**Goldene Regel Nummer 7:
Offen und ehrlich**

Wenn sich vor Ort zeigt, dass die Reklamation des Kunden berechtigt ist, geben Sie es zu. Jeder Versuch, einen Mangel „schönzureden“ löst eine erneute Diskussion aus, in der

hier schief gegangen ist“ unterstreicht, wie wichtig Ihnen dieser Kunde Meier ist. Und wenn tatsächlich mal ein „Bock geschossen“ worden ist, sollten Sie die Reklamation zu einem positiven Ende bringen. Aber nicht nur durch das Beseitigen des Mangels. Das darf der Kunde als selbstverständlich von Ihnen erwarten. Wie wär's, wenn Frau

Meier von Ihnen am nächsten Tag einen Blumenstrauß bekommt – als kleine Wiedergutmachung für den Ärger – oder eine gute Flasche Wein? Eine unerwartete Geste, die beim Kunden ankommt und auslöst, dass er mit Ihrem guten Namen wieder ein als positiv empfundenes Ereignis verbindet.



Erklären Sie dem Kunden das Problem mit einfachen Worten und lösen Sie es schnell – egal, ob die Reklamation berechtigt war oder nicht

Sie die schlechteren Argumente haben. Und: Fehler zugeben macht Sie nicht kleiner. Im Gegenteil. Ein „Herr Meier, sie haben Recht, das ist so nicht in Ordnung“ gibt dem Kunden seine Bestätigung. Und ein „das ärgert mich aber, dass das bei Ihnen

der Kunde von jedem Fachhandwerker. Der feine, aber entscheidende Unterschied liegt heute in der Qualität der Kundenbetreuung. Und besonders im Reklamationsfall zeigt sich, wie gut ein Unternehmen die Kunst der Dienstleitung beherrscht. □

Einwandfreie handwerkliche Arbeit erwartet