



## Reklamationen als Erfolgsfaktor

# Den Kunden von der Palme holen

Fehler passieren überall da, wo gearbeitet wird. Ausschließen kann man sie nie. Der Kunde aber sieht das ganz anders. Dass man aus reklamierenden Kunden begeisterte Kunden machen kann, bestätigt sich immer wieder. Und zwar in der Praxis von Handwerkern, die es verstehen, einen Auftraggeber wieder zu versöhnen. Der Kern dieser „Kunst“ liegt darin zu begreifen, dass ein verlorener Kunde oft wesentlich mehr kostet, als eine kulante und menschlich saubere Beseitigung von Feh-

lern. Wenn Sie elegant und clever mit Reklamationen umgehen, können Sie viele Pluspunkte für Ihr Unternehmen sichern.

### Kundenbegeisterung als Zukunftsfaktor

Sie selbst sind auf der Baustelle und im Kundendienstesatz oft als erster „am Ball“, wenn es um die elegante Bearbeitung von Reklamationen geht. Deshalb sollten Sie im direkten Kundenkontakt das Thema Reklama-

tionsbearbeitung als Servicefaktor beherrschen. Wenn der Kunde reklamiert, ist er oft wütend und will den Schaden oder das Problem schleunigst behoben haben. Er verlangt schnelle Hilfe, Lieferung oder Austausch. Häufig übertreibt der Kunde die Schäden und Probleme, um seinen Ärger abzureagieren oder seiner Forderung Nachdruck zu verleihen. Wie verhalten Sie sich? Jetzt zeigt sich, ob aus der Problemsituation zwei Gewinner hervorgehen, oder nicht. Reklamationen sollten im

Idealfall immer zweifach gelöst werden, nämlich menschlich-emotional (Behebung des Ärgers) und sachlich (Behebung des Problems). Damit das gelingt, sind einige Spielregeln bei der Reklamationsbearbeitung wichtig:

**1. Ruhig bleiben**

Lassen Sie sich nicht auf die Sprach- und Gefühlsebene des reklamierenden Kunden ein. Die Gefahr ist groß, eben so heftig zu reagieren, weil man sich angegriffen fühlt. Und mit Nichts können Sie dem aufgebrauchten Kunden eine größere Freude machen, als wenn Sie zurückschießen. Er wartet ja gerade darauf. Wenn Sie ruhig und gelassen bleiben, strahlt diese Ruhe auch auf Ihren Gesprächspartner aus. Konzentrieren Sie sich immer auf den Inhalt des Problems, nie auf die Art, wie der erboste Klient seinem Ärger Luft macht. Falls der Kunde seinem Ärger Luft macht, während Sie eine Arbeit ausführen, beenden Sie Ihre Tätigkeit. Legen Sie Ihr Werkzeug auf die Seite und sprechen Sie mit dem reklamierenden Kunden ganz ruhig über die Lösung seines Anliegens. So entsteht nicht der Eindruck, man



**Sind die Emotionen ausgelebt und die Aussagen des Kunden wieder sachlich, muss man die Details heraushören**

wolle das Problem nur so ganz nebenbei zur Kenntnis nehmen.

**2. Ausreden lassen**

Nichts bringt einen verärgerten Kunden so schnell wieder auf die Palme, als wenn Sie ihn in seinen Ausführungen unterbrechen. Er fühlt sich erst recht missverstanden und nicht ernst genommen. Einen verärgerten Kunden zu unterbrechen heißt, ihn eines Besseren belehren zu wollen. Das wäre das Schlimmste, was Sie ihm in dieser Situation antun könnten. Nur wenn der Kunde ausredet, kann er richtig Dampf ablassen und seine erste Wut wird dann vorbei sein. Machen Sie es sich nicht unnötig schwer, indem Sie seine Behauptungen zerstreuen wollen. Je länger der enttäuschte Kunde erzählen kann, desto schneller wird der Ärger verfliegen. Sie kennen das ganz sicher von sich selbst.

**3. Zuhören**

Nur wenn Sie dem aufgebrauchten Kunden zuhören, werden Sie seine Reklamation auch richtig behandeln können. Schließlich ist irgendetwas schiefgegangen, wofür Sie in diesem Moment gerade stehen müssen. Ho-

len Sie sich also die nötigen Informationen über das Problem, indem Sie aufmerksam zuhören.

**4. Kunden „auffangen“**

Nichts hilft einem wütenden Menschen mehr, als Zuspruch und Mitgefühl. Sie, als Ansprechpartner vor Ort (auf der Baustelle oder bei der Montage), sind dem Kunden im Moment der Reklamationsannahme sowieso grundsätzliches Entgegenkommen schuldig. Jetzt ist es wichtig, dass Sie dies mit einigen wenigen Worten zum Ausdruck bringen, z. B.:

- Ich kann gut verstehen, dass Sie sich ärgern
- Es ist mir sehr unangenehm, dass da bei der Montage etwas schief gelaufen ist
- Ich wäre an Ihrer Stelle auch verärgert

Aber Vorsicht: Es gibt auch Situationen, in denen ein Kunde etwas reklamiert, was aber tatsächlich auf seinen Fehler zurückzuführen ist. Wenn das zu dem Zeitpunkt, an dem Sie den Kunden auffangen müssen, noch nicht ausgeschlossen

Bilder: HaZweiCh / Colorierung: Mairna Scheele



**Reden ist Silber, Schweigen ist Gold: Lässt der Kunde Dampf ab, darf man ihm nicht ins Wort fallen**

sen werden kann, vermeiden Sie unbedingt die Aussage: „Sie haben Recht.“ Diese Aussage lässt sich nachträglich nicht mehr abschwächen. Mit diesem Satz haben Sie die Schlacht verloren, obwohl der ursprüngliche Fehler gar nicht auf Ihr Konto geht.

**5. Informationen herausfiltern**

Haben Sie die ersten Schritte bereits erfolgreich bewältigt und den Kunden aufgefangen, werden Sie sehen:

**Wer sich Notizen macht der zeigt, dass er sich mit der Reklamation des Kunden ernsthaft auseinandersetzt**



Er wird zunehmend ruhiger und gerät langsam wieder auf die sachliche Ebene. Nur wenn beide Seiten bereit sind, über die Klärung eines Problems vernünftig zu reden, kann das Gespräch erfolgreich verlaufen. Allerdings ist es auch hier wieder der Kunde, der zuerst reden soll. Hören Sie einfach zu. Jetzt, wo die Emotionen raus sind, erfahren Sie sachdienliche Details. Bestenfalls können Sie während des Gesprächs auch immer wieder ein „hm“, ein „ich verstehe“ oder ein „ja“ einflechten. Dies zeigt Ihrem Gesprächspart-

ner, dass Sie zwar ruhig, aber dennoch bei der Sache sind.

**6. Keine Schuldzuweisungen**

Treffen Sie auf keinen Fall Schuldzuweisungen. Es spielt in diesem Moment noch keine Rolle, wer an dem Ärger schuld ist. Das heißt auch, keine Mitarbeiter, Kollegen, oder Lieferanten „in die Pfanne zu hauen“. Dies würde in jedem Fall Ihren Betrieb treffen. Wer Kollegen disqualifiziert, disqualifiziert sich selbst. Für den Kunden zählt im Moment nur eines: dass ihm jetzt geholfen wird.

**7. Situation konkret aufnehmen**

Notieren Sie sich die wichtigsten Daten aus dem Gespräch. Es zeigt, dass man sich des Problems ernsthaft annehmen will. Wenn Sie die Reklamation konkret verstanden haben, wiederholen Sie das Problem noch mal kurz, z.B.: „Ja, Herr Müller. Ich habe mir aufgeschrieben, dass die Heizung Geräusche macht, besonders am Heizkörper im Schlafzimmer.“

**8. Lösung anbieten**

Sehen Sie eine Reklamation positiv. Ein Kunde, der eine Arbeit reklamiert, traut Ihnen ja noch zu, das Problem lösen zu können. Gelingt das, liegt hier der Ansatz, den Kunden erneut zu gewinnen. Bieten Sie eine konkrete Vorgehensweise an. Das erste sollte immer sein, dass Sie selbst sich zum „Paten“ für diese Reklamation erklären. Denn was tödlich ist, ist das Kollege-Kommt-Gleich-Prinzip. Sätze, wie „Ich werde das mal dem Meister sagen“ oder „Das muss sich mein Kollege dann mal ansehen“ lassen den Kunden im Regen stehen – denn eine konkrete Handlungszusage hat er nicht. Er hat ja nichts davon zu wissen, dass man jemandem von

seinem Problem erzählt – er will wissen, wann es gelöst ist. Jemand, der sich zum „Reklamations-Paten“ macht, stellt die nächste – für den Kunden spürbare Handlung – direkt in Aussicht: „Herr Müller, ich habe gerade schon mit dem Meister telefoniert. Er bestellt das Ersatzteil und morgen komme ich zu Ihnen, um es einzubauen“ oder „Herr Meier, ich werde das sofort klären und rufe Sie noch heute an, um die weitere Vorgehensweise mit Ihnen abzusprechen.“ Es gibt auch Sonderfälle, in denen es besser sein kann, dem Kunden die Lösung vorschlagen zu lassen: „Was haben Sie sich denn als Lösung vorgestellt?“ „An wie viel Nachlass haben Sie den gedacht?“ „Bis wann möchten Sie denn die neue Armatur montiert haben?“

**9. Erledigung kontrollieren**

Bei größeren Problemfällen oder besonders verärgerten Kunden, bei denen Sie nur die Reklamation angenommen, aber nicht selbst behoben haben, ist es sinnvoll als „Pate“ nach



**Wichtig ist es, dem Kunden eine Problemlösung aufzuzeigen**



Wer sich nach der Beseitigung eines größeren Problems mit einem Blumenstrauß entschuldigt, dem wird schnell verziehen

der Reklamationserledigung nochmals nachzufragen, ob jetzt alles in Ordnung ist und ob die Reklamation wunschgemäß behoben wurde. Selbst dann, wenn sie aus zuverlässiger Quelle ihres Unternehmens wissen, das alles perfekt über die Bühne gegangen ist, sollte man den Kunden trotzdem aufsuchen. Das zeigt, dass Ihnen sein Problem „persönlich am Herzen liegt“ und adelt Sie im Auge des Kunden.

## 10. Danke sagen

Bedanken Sie sich abschließend bei Ihrem Kunden für das Verständnis und die Bereitschaft, das Problem so einfach beheben zu lassen. Wenn es ein besonders schwerer Fall war, vielleicht sogar mit einem kleinen Geschenk, einem Blumenstrauß oder ähnlichem. Als besondere Danksagung können Sie auch eine Kleinigkeit mehr machen als vereinbart: „Frau Meier, ich habe Ihnen an der Waschtischarmatur gleich ein neues Perlator-Sieb eingesetzt. Das ist mein Geschenk an Sie für Ihr Verständnis.“

Eine Auseinandersetzung mit einem Kunden können Sie nie gewinnen. Gewinner ist immer der Kunde, wenn sein menschliches Problem behoben wird und die Reklamation erledigt ist. Erst dann können Sie als „zweiter Sieger“ gelten, weil es Ihnen wieder einmal gelungen ist, aus einer Reklamation einen begeisterten Kunden zu machen. Viel Erfolg damit!



Unsere Autoren **Ottmar Kuball** (l.) und **Werner Heimbach** von HaZweiOh sind als Trainer, Berater und Buchautoren in der SHK-Branche für clevere Service-Ideen bekannt und führen auch Service-Trainings für Mitarbeiter durch. ([www.hazweiOh.com](http://www.hazweiOh.com))

## Jetzt bestellen:

### Das clevere Service-Paket exklusiv für SBZ-Monteur-Leser:

- 1 Kursbuch Service
- 1 Paar rote Überziehschuhe für den guten Eindruck (Wichtig: Schuhgrößen mit angeben!)

Sonder-Preis: 33,-€ zuzüglich MwSt. und Versandkosten in Höhe von 8,-€ (ab einem Netto-Bestellwert von 60,-€ erfolgt die Lieferung frei Haus).

Kursbuch Service einzeln: Sonderpreis 18,-€ zuzüglich MwSt. und Versandkosten in Höhe von 4,-€. Ab Bestellwert 60,-€ netto frei Haus

Bestellen Sie jetzt online unter [www.shk-pakete.de](http://www.shk-pakete.de)

Bestell-Telefon-Hotline (0711) 63 67 28 57

Bestell-Telefax (0711) 63 67 27 57

Mail: [peters@gentnerverlag.de](mailto:peters@gentnerverlag.de)

