

Wenn schwierige Kunden reklamieren

Zuerst mal emotional abholen ■ Tipps für den Umgang mit verärgerten Kunden geben der PV-Großhändler Michael Aigner und der Unternehmensberater Jürgen Frey.

Es mag Zeit kosten, bei jedem Fall zu prüfen, wo der Fehler oder das Missverständnis lag. Aber jede erfolgreich abgewinkelte Reklamation ist auch Werbung. „Für uns ist es selbstverständlich, dass wir jede Beschwerde ernst nehmen“, sagt Michael Aigner, Geschäftsführer des PV-Großhändlers Aton Solar. Bei aller Standardisierung von Abläufen komme es, wie der 46-jährige Händler ausführt, auch auf den Menschen an und der mache eben hin und wieder Fehler.

Diese Grundhaltung gefällt auch dem Vertriebsberater Jürgen Frey von der Unternehmensberatung Tempus-Consulting: „Es ist wichtig, Kunden emotional abzuholen.“ Ob die Beschwerde berechtigt ist oder nicht – der Kunde ist zunächst verärgert und möchte gehört werden, so der Buchautor von „Mein Freund, der Kunde“ (www.highway-to-sell.de). Denn neben dem sachlichen Problem ist auch die Beziehungsebene gestört. Im ersten Moment kann es deshalb hilfreich sein, sich psychologisch auf die Seite des Kunden zu stellen – nach dem Motto: „Wir werden das Problem lösen“ oder „Ich spreche mit dem Chef und schaue, was ich rausholen kann.“ Oft ist das Problem eben auch nur nach interner Rücksprache zu klären. Ein weiterer Vorteil ist der Zeitgewinn, denn der erste Ärger ist auf der Gegenseite dann verrauch.

Wichtig ist dem Großhändler Aigner, dass seine Mitarbeiter schnell reagieren und der Kunde zeitnah eine Rückmeldung bekommt. Im schlimmsten Fall steht ein Installateur auf

der Baustelle und es fehlen Teile des Montagesystems. In solchen Situationen helfen keine Diskussionen, sondern schnelle Problemlösungen: Ist die Baustelle in der Nähe, fahren Mitarbeiter mit dem fehlenden Teil los, sonst werden sie per Express versendet.

„Nichts ist so entwaffnend wie einen Fehler zuzugeben“, sagt denn auch Frey. Oft laufen Schuldzuweisungen ins Leere, wenn der Kunde hört: „Da ist mir ein Fehler passiert. Das geht auf mein Konto.“ Ebenso kann man viel Spannung aus dem Gespräch nehmen, wenn man fragt: „Was schlagen Sie vor?“ Auch damit signalisiert der SHK-Fachmann,

Ein standardisiertes Verfahren gibt es nicht.

dass ihm an einer gemeinsamen Lösung liegt. Wenn es schon Ärger gibt, dann sollen die Kunden zumindest weiter erzählen, dass ein guter Kompromiss gefunden wurde. Das bedeutet jedoch nicht immer nachzugeben. Ein Handwerker beschwerte sich etwa bei Aigner, dass bestimmte Stecker immer wieder verschmoren. Während des Gesprächs stellte sich heraus, dass der Belieferte kein Crimp-Werkzeug benutzt und die Steckkontakte deshalb nicht richtig verpresst waren. Da war dann für Aigner die Grenze.

Schon kleine Zugeständnisse können erboste Kunden befriedigen. Allerdings sind Prioritäten zu setzen: Der Kunde, der am lautesten schreit, muss nicht der Wichtigste sein. Es gilt stets zu prüfen, ob es sich lohnt, um den infrage stehenden Betrag zu streiten. Ein standardisiertes Verhalten gegenüber schwierigen Kunden gibt es nicht. ■



CHECKLISTE

Zielführende Kommunikation

- **Entschuldigung:** Einen Kunden um Entschuldigung bitten ist immer gut. Aber sagen Sie: Ich bitte um Entschuldigung, nicht: Ich entschuldige mich!
- **Erklärung:** Oft hilft es, verärgerten Kunden den Rahmen aufzuzeigen: Warum haben wir uns für dieses Vorgehen entschieden? Warum können wir preislich nicht entgegenkommen?
- **Fehler zugeben:** Nichts ist so entwaffnend wie einen Fehler zuzugeben und auf sich persönlich zu nehmen.
- **Entschädigung:** Die Erfahrung zeigt, dass selbst sehr erboste Kunden mit kleinen Zugeständnissen zufrieden sind.
- **Wiederholungen:** In schwierigen Gesprächen fällt Kunden das Zuhören oft schwer. Es kann sinnvoll sein, den Standpunkt mit unterschiedlichen Worten zu wiederholen.
- **Wir-Gefühl:** Manchmal hilft es, sich auf die Seite des Kunden zu schlagen: Wir lösen das Problem.
- **Zeitfaktor:** Manchmal ist es hilfreich, Zeit zu gewinnen und Dampf rauszulassen.
- **Ball zurückspielen:** Eine starke Frage ist immer: „Was schlagen Sie vor?“
- **Rücksprache:** Wenn Sie mit Ihrem Latein am Ende sind, bitten Sie um Unterbrechung: „Geben Sie mir die Chance, darüber noch nachzudenken. Ist es in Ordnung, wenn ich Sie heute Mittag anrufe?“
- **Prioritäten:** Sind die Kunden, die am lautesten schreien, auch die wichtigsten? Lohnt es sich, um diesen Betrag zu streiten?