

Killersätze im Kundengespräch

## Diese 6 Sätze sollten Sie (und Ihre Mitarbeiter) nie zu Kunden sagen



Gift für die Kundenbeziehung: Manche Sätze sollten im Kundengespräch tabu sein.  
© flyparade / iStock/Getty Images Plus / Getty Images

Manche Aussagen können Kunden regelrecht auf die Palme bringen. Die folgenden Killersätze sollten sich Unternehmer und ihre Mitarbeiter im Kundengespräch unbedingt verkneifen.

### Killersatz 1: „Ich weiß nicht, da bin ich überfragt“

Klar, niemand kann alles wissen. Sätze wie dieser vermitteln Kunden aber den Eindruck, dass sie an einen inkompetenten Gesprächspartner geraten sind.

#### So sagen Sie es besser

Stattdessen sollte man lieber sagen: „Geben Sie mir etwas Zeit, ich finde das für Sie heraus. Ich melde mich um XY Uhr wieder bei Ihnen“, rät Jürgen Frey, der seit vielen Jahren Unternehmen in Vertriebsfragen berät. Das komme beim Kunden ganz anders an. „Je genauer man dem Kunden sagen kann, wann er eine Antwort erhält, desto besser.“

Frey empfiehlt: „Diese **Deadline** sollte man akribisch einhalten.“ Würden solche Versprechen gebrochen, werde der Kunde sauer. Zu Recht. „Im Zweifelsfall sollte man dem Kunden lieber einen späteren Zeitpunkt nennen.“

### Killersatz 2: „Dafür bin ich nicht zuständig.“

Auch einen Satz wie diesen sollte man sich im Kundengespräch verkneifen. Damit stößt man den Kunden vor den Kopf, selbst wenn man ihm tatsächlich nicht weiterhelfen kann. Womöglich entsteht bei ihm sogar das Gefühl, dass sein Gegenüber ihm eigentlich gar nicht helfen *will*.

#### So sagen Sie es besser

Wer für ein Thema nicht zuständig ist, sollte lieber sagen: „Bei Ihrer Fragestellung ist meine Kollegin viel versierter. Die kann Ihnen da noch besser und noch schneller weiterhelfen. Ich verbinde Sie mal kurz.“ Das signalisiere dem Kunden: Ich möchte, dass dir bestmöglich geholfen wird, sagt Frey. „Und es fühlt sich für den Kunden sogar wie ein kleines Upgrade an.“

### Killersatz 3: „Das ist nicht meine Schuld.“

Klar, auch Kunden machen Fehler. Oder lesen das Kleingedruckte nicht richtig. Doch selbst wenn ein Kunde möglicherweise im Unrecht ist: Einen Satz wie diesen sollte er im Kundengespräch niemals hören müssen. „Damit wirft man seinem Gesprächspartner indirekt vor: Du hast Schuld! Du hast einen Fehler gemacht. Du hättest den Vertrag mal genauer lesen müssen!“, sagt Frey.

„Das mag vielleicht auf der rechtlichen Ebene stimmen“, sagt der Vertriebsprofi. „Emotional empfindet der Kunde das aber ganz anders. Das wird ihn verärgern, wenn nicht sogar aggressiv machen. Und er wird versuchen zu beweisen, dass er eben nicht schuld ist“, sagt Frey. „Damit ist man auf einer Gesprächsebene, die eine Problemlösung sehr schwierig macht.“

#### So sagen Sie es besser

Stattdessen sollte man ohne Schuldzuweisung versuchen, das Problem zu beheben, rät der Vertriebsexperte. Viel schlauer sei es, in solch einer Situation beispielsweise zu sagen: „Moment, ich schaue gerne nochmal nach.“ Anschließend könne man einen Lösungsvorschlag präsentieren.

Bei **Reklamationen** könne es auch hilfreich sein, den Kunden in die Lösungsfindung einzubinden, sagt Frey. Beispielsweis mit folgendem Satz: „Lassen Sie uns gemeinsam mal überlegen, was wir tun können und wie wir eine Lösung für Sie schaffen.“ Dadurch signalisiere man dem Kunden: Wir sitzen in einem Boot! Außerdem laufe das Gespräch damit auf einer sachlichen Ebene.

### **Killersatz 4: „Da müssen Sie sich an meinen Chef wenden.“**

Mit einem Satz wie diesem machen sich Service-Mitarbeiter klein, sagt Frey. „Der Kunde lernt dadurch: An diesen Mitarbeiter brauche ich mich nicht mehr zu wenden, der kann eh nichts entscheiden. Auch in Zukunft nicht.“

#### **So sagen Sie es besser**

Hat ein Mitarbeiter in bestimmten Fällen nicht die Befugnis, eine Entscheidung allein zu treffen, sollte er besser sagen: „Geben Sie mir etwas Zeit. Ich würde gerne Rücksprache halten. Ich will schauen, was ich da bei meinem Chef für Sie rausholen kann.“ Oder: „Geben Sie mir etwas Zeit, ich kläre das für Sie ab. Ich schaue mal, was wir in diesem Fall für Sie machen können.“

Noch positiver würden beim Kunden folgende Sätze ankommen: „Ich habe mit meinem Chef lange gesprochen. Das war eine ganz schön zähe Geschichte. Ich habe da für Sie gerungen. Und ich kann Ihnen anbieten, dass wir ...“ Damit zeige der Mitarbeiter dem Kunden: „Ich bin auf deiner Seite! Ich bin bei meinem Chef für Sie eingetreten und es ist mir gelungen, ihm etwas aus dem Rippen zu leiern. Ist das nicht toll?!“

### **Killersatz 5: „Warten Sie, ich bin gerade beschäftigt.“**

Selbst wenn der Unternehmer oder seine Mitarbeiter gerade beschäftigt sind: Ein Satz wie dieser sollte ihnen auf keinen Fall rausrutschen. Denn er signalisiert dem Gesprächspartner indirekt: „Es gibt Dinge, die wichtiger sind als du.“

#### **So sagen Sie es besser**

Stattdessen empfiehlt Frey beispielsweise Folgendes: „Ich bin sofort bei Ihnen, einen kleinen Moment bitte.“ Oder wenn man noch etwas mehr Zeit braucht, bis man sich darum kümmern kann: „Darf ich Sie zurückrufen? Ich würde mich gerne mit voller Aufmerksamkeit Ihnen zuwenden. Das ist mir gerade nicht möglich. Sind Sie auch in einer Stunde noch erreichbar?“ Das wirke einfach ganz anders, als wenn man dem Kunden ganz unverblümt zu verstehen gebe: Ich habe gerade noch andere wichtigere Dinge, denen ich zuerst nachgehen muss.

### **Killersatz 6: „Ich kann das besser beurteilen als Sie.“**

Ändern sich Vorgehensweisen oder Entscheidungsgrundsätze in Unternehmen, kann das für Irritationen bei Kunden sorgen. Beispielsweise wenn das Frühstück im Hotel für Gäste mit Stammkunden-Karte bisher umsonst war, es jetzt aber extra kostet. Oder wenn Kunden früher mit Kreditkarte per Unterschrift zahlen konnten, inzwischen aber eine Pin-Eingabe notwendig ist. Viele Kunden protestieren dann erst einmal und sagen: „Aber beim letzten Mal ...“

Tabu ist laut Frey in solchen Situationen ein Satz wie dieser: „Also Moment mal, das stimmt so nicht. Ich arbeite hier schon seit drei Jahren, ich kann das besser beurteilen als Sie!“ Denn damit zeige man dem Kunden: „Ich glaube dir nicht! Ich weiß es besser als du!“ Der Kunde werde geradezu genötigt, das Gegenteil zu beweisen – und müsse zwangsläufig auf einen Konfrontationskurs gehen, sagt Frey. „Dadurch entsteht ein Prozess, der nicht zielführend ist und Nerven kostet. Die Fronten verhärten sich. Und man kommt aus dieser Geschichte nicht mehr so leicht raus.“

#### **So sagen Sie es besser**

Stattdessen empfiehlt Frey – etwa beim Hotelbeispiel – zu sagen: „Geben Sie mir etwas Zeit. Ich tue mein Bestes, um das zu klären, und melde mich wieder.“ Oder: „Geben Sie mir etwas Zeit. Ich werde noch einmal nachrecherchieren, ob da noch eine Möglichkeit besteht.“

Das zeige dem Kunden, dass einem sein Anliegen wichtig sei und man ihm gerne entgegenkommen wolle. Dass man aber etwas Zeit brauche, um nachzuforschen. „Damit kann man sich gut aus dieser Drucksituation befreien. Und dem Kunden später eine – hoffentlich für beide Seiten – akzeptable Lösung bieten.“