

# Professioneller Umgang mit Kundenbeschwerden

Auf dem Kollegentreffen im März 2004 hielt Beraterin und Trainerin Dr. Thea Döhler auf vielfachen Wunsch einen Vortrag über das heikle Thema Kundenbeschwerden und wie man als professioneller Übersetzungsdienstleister am besten damit umgeht. Zusammenfassung von Helke Heino mithilfe der Präsentationsunterlagen von Thea Döhler.

Wer kennt sie nicht, die unzufriedenen Kunden? Wohl jeder hat schon einmal ihr Klagelied gehört. Ob berechtigt oder nicht – der Kunde ist enttäuscht, und nur das zählt. Ein falsches Wort kann seine Wut vergrößern, ein ungeschickter Schritt kann zum Verlust des Kunden führen. Begreifen Sie die Beschwerde als Chance, mit dem Kunden zu reden und gemeinsam nach einer akzeptablen Lösung zu suchen.

### Bedeutung des Beschwerdemanagements

- Nur 4 % der unzufriedenen Kunden beschwerten sich, 96 % wandern stillschweigend ab.
- Ein unzufriedener Kunde berichtet sein Negativerlebnis zehn weiteren potenziellen Kunden.
- Es ist fünf bis sechs Mal teurer, einen neuen Kunden zu gewinnen, als einen Stammkunden zu halten.
- 90 % der Beschwerde führenden Kunden bleiben uns treu, wenn wir ihr Anliegen professionell bearbeiten und ihr Problem schnell lösen.
- 70 % aller Kundenverluste resultieren aus dem Verhalten von Mitarbeitern.



Aus: Ederer, Seiwert: Der Kunde ist König.

### Kundenerwartungen

Neuere Untersuchungen haben ergeben, dass der moderne Kunde gar nicht als König hofiert werden möchte, sondern Wert auf freundliche und partnerschaftliche Behandlung legt (siehe H. Spalink). Auf der Grundlage von Befragungen stellte U. Dietze fest, dass Kunden im Beschwerdefall Folgendes von ihrem Dienstleister erwarten:

- Gute Erreichbarkeit
- Schnelle Reaktion auf Beschwerden und Zwischeninformationen

- Freundlichkeit
- Fachkompetenz
- Schnelle Hilfe und Problemlösung
- Interesse, Aufmerksamkeit und Verständnis
- Ehrlichkeit
- Kulantes Verhalten
- Sich willkommen fühlen

### Prinzipien des Beschwerdemanagements

Neben der Erfüllung obiger Erwartungen in einem vertretbaren Rahmen (niemand muss beispielsweise rund um die Uhr für seine Kunden erreichbar sein), sollten Sie folgende Grundprinzipien beim Umgang mit Beschwerden beherzigen:

- Werden Sie persönlich.
- Reagieren Sie schnell und informieren Sie ständig.
- Handeln Sie unmissverständlich und verbindlich.
- Finden Sie vollständige und großzügige Lösungen.
- Achten Sie auf das Wie der Beschwerdebearbeitung.
- Grenzen Sie die Schuldfrage aus. Vermeiden Sie Schuldzuweisungen.
- Nehmen Sie jede Beschwerde ernst.
- Erwarten Sie kein Lob.

### Das Beschwerdegespräch

Nach diesen grundsätzlichen Erwägungen nun noch ein paar Tipps für den Ernstfall: Sie haben einen wutschnaubenden Kunden am Telefon.

#### 1. Begrüßungsphase

Melden Sie sich – wie üblich – freundlich und gut verständlich am Telefon.

Wenn Sie den Namen des Kunden nicht verstehen, erfragen Sie ihn und setzen Sie ihn im Gespräch ein.

#### 2. Zuhör- und Aggressionsabbauphase I bis III

Es ist in dieser Phase unerheblich, ob die Beschwerde sich als berechtigt erweist oder nicht. Der Kunde ist so aufgebracht, dass er keinem Sachargument zugänglich ist. Es kann durchaus vorkommen, dass diese Phase sich im Laufe des Gesprächs wiederholt, weil der Kunde beim ersten Anlauf nicht alle Wut losgeworden ist.

I. Den Kunden Dampf abgeben lassen. Aktiv und interessiert zuhören, ausreden lassen, nicht unterbrechen.

Verbale Angriffe nicht persönlich nehmen, sondern die ABC-Methode anwenden:

A = Überhören und Hilfe anbieten

B = Erklären und Hilfe anbieten

C = Verständnis zeigen, erklären, Hilfe anbieten

II. Bei negativen Behauptungen, Pauschalurteilen und schweren Angriffen:

- Ruhig bleiben, auch wenn es schwer fällt.
- Bringen Sie den Kunden dazu, konkret zu werden.
- Spielen Sie den Ball mit ruhigen, offenen Fragen (so genannten W-Fragen) zurück:  
Was ist denn genau passiert?  
Wie kann ich Ihnen helfen?  
Wo kann ich Sie innerhalb der nächsten halben Stunde erreichen?

III. Persönliche Beleidigungen nicht überhören, sondern darauf reagieren:

- Nicht von schlechter Laune anstecken lassen.
- Verständnis zeigen.
- Wir-Formulierungen verwenden.
- Dem Kunden Grenzen aufzeigen.
- Konkrete Vorschläge bringen: »Herr B., ich kann wirklich gut verstehen, dass Sie wegen der fehlenden Absätze sehr verärgert sind. Dennoch kommen wir nicht weiter, wenn wir uns persönlich beleidigen. Ich schlage vor, ...«

Lassen Sie sich nicht alles gefallen! Wenn nötig, unterbrechen Sie das Gespräch und kündigen Sie Ihren Rückruf innerhalb einer halben oder einer Stunde an, um Zeit für die Überprüfung der Vorwürfe zu gewinnen und dem Kunden die Gelegenheit zu geben, sich abzukühlen.

Halten Sie den angekündigten Rückruftermin unter allen Umständen ein! Wenn bis dahin noch nicht alles geklärt ist, rufen Sie an und teilen Sie dem Kunden das mit: Sie möchten sich die Übersetzung noch einmal in Ruhe ansehen. Dazu brauchen Sie noch eine Stunde Zeit und bieten Ihren erneuten Rückruf zu einem bestimmten Zeitpunkt an.

### 3. Konfliktbereinigungsphase

Hier kommt es darauf an, den Kunden zu beruhigen und ihn von einer sehr emotionalen auf eine sachliche Gesprächsebene zu bringen. Erst dann können Sie beginnen, das eigentliche Problem zu analysieren und nach Lösungen zu suchen.

- Entschuldigen und dabei auf den konkreten Anlass und den Grad der Verärgerung Bezug nehmen.
- Ehrliches Verständnis für die Sorgen und Probleme des Kunden zeigen.

### 4. Problemlösungsphase

Analyse der Beschwerdeursache und des Beschwerdehintergrunds. Worin genau besteht das Problem? Was wurde bisher unternommen?

Lösungsmöglichkeiten präsentieren. Kunden in die Lösungssuche einbinden.

### Ganz wichtig:

*Sagen Sie nicht, was Sie nicht tun können, sondern sagen Sie dem Kunden, was Sie tun können, um ihm zu helfen! Präsentieren Sie die Lösung nicht als Trostpreis!*

### 5. Abspannphase

Wiederholen Sie noch einmal die gefundene Lösung. Stellen Sie sicher, dass der Kunde diese Lösung verstanden hat und akzeptiert.

Beziehen Sie den Kunden in die Problemlösung mit ein. Verpflichten Sie ihn!

Bedanken Sie sich für die Informationen und Anregungen, die Sie aus der Beschwerde/dem Gespräch ziehen konnten.

Und denken Sie daran: Sie dürfen weder Dank noch Anerkennung erwarten, egal, wie aufwändig die Ausarbeitung und Umsetzung der Lösung für Sie auch sein mag. In den Augen des Kunden haben Sie nur einen Mangel nachgebessert und dafür muss er Ihnen nicht dankbar sein.

### Ungerechtfertigte Beschwerden

Manchmal stellt sich während der Problemlösungsphase heraus, dass die Beschwerde ungerechtfertigt ist (erwartete Leistung war nicht Bestandteil des Auftrags, Nicht-muttersprachler »verschlimmbessern« Ihre Übersetzung etc.). Erläutern Sie dem Kunden die Situation, ohne überheblich oder besserwisserisch zu wirken! Liefern Sie beispielsweise die erwartete Leistung als kostenlosen Service nach oder erklären Sie einige der angeblichen Korrekturen in der Übersetzung. Geben Sie Ihrem Kunden immer die Chance, sein Gesicht zu wahren.

### Literaturempfehlungen

Ullrich Dietze: *Reklamationen professionell behandeln. Kunden zufrieden stellen*, Umsätze steigern. Verlag moderne Industrie, 2000.


Günter Ederer, Lothar J. Seiwert: *Der Kunde ist König. Das 1x1 der Kundenorientierung*. Gabal Verlag, 2000.

Udo Haeske: *Beschwerden und Reklamationen managen*. Beltz Verlag, 2001.

Natalie Mai: *30 Minuten für mehr Freundlichkeit im Kundenservice*. Gabal Verlag, 2000.

Lothar J. Seiwert: *30 Minuten für optimale Kundenorientierung*. Gabal Verlag, 1999.

Heiner Spalink: *Kundenparadies Deutschland*. Springer Verlag, 2003.

*Dieser Vortrag ist ein kleiner Auszug aus dem zweitägigen Seminar »Unzufriedene Kunden halten – Beschwerden als Chance nutzen« (weitere Informationen unter  [www.consulting.triacom.de](http://www.consulting.triacom.de))*