

7 Tipps: So bearbeiten Sie Reklamationen richtig

Kunden haben immer mal was zu meckern. Auch wenn es nur um Kleinigkeiten geht: Handwerker sollten Reklamationen ernst nehmen und ihren Kunden genau zuhören. 7 Tipps, wie Sie mit Reklamationen richtig umgehen.

Von **Martina Jahn**

Auf einen Blick:

- Wenn Kunden wegen einer Reklamation auf Sie zukommen, sehen Sie das zunächst als positives Signal: Denn Sie erhalten eine Chance, es besser zu machen.
- Suchen Sie immer nach Lösungen für das Problem und nicht nach Schuldigen. Manchmal beruhen Reklamationen nur auf Missverständnissen zwischen Kunde und Handwerker.
- Machen Sie Reklamationen zur Chefsache: Auch wenn Sie nicht der Verursacher sind, Sie haben beim Kunden eine andere Position als Ihre Mitarbeiter. Und Sie signalisieren dem Kunden gegenüber Wertschätzung.
- Trägt ein Kunde eine Reklamation vor, sammeln Sie schriftliche Beweise, falls es doch mal hart auf hart kommen sollte. Und: Schalten Sie nur im Notfall einen Anwalt ein.

Von **Martina Jahn**

„Reklamationen sind Chancen für Betriebe“, sagt **Jürgen W. Goldfuß**, der sich als Berater und Trainer auf das Thema Marketing spezialisiert hat. Betriebe können diese Rückmeldungen von Kunden als „kostenlose Marktforschung“ nutzen, sagt er. Denn als Gründe für Reklamationen sieht Goldfuß nicht nur **Mängel** oder Fehler an Produkten oder Dienstleistungen. Kunden reklamieren auch:

- wenn sie nicht erhalten haben, was Ihnen versprochen wurde,
- wenn sie etwas anderes erhalten, als sie erwartet haben,
- wenn sie sich nicht ernst genommen fühlen.

Sein Tipp: „Wann immer sich Kunden beschweren, nehmen Sie es nicht persönlich.“ Wahren Sie stattdessen Haltung, bleiben Sie ruhig und lassen Sie sich nicht provozieren.

1. Erst zuhören, dann reagieren

Wenn jemand eine Ihrer Leistungen reklamiert, nehmen Sie die Rückmeldung des Kunden ernst und hören Sie ihm einfühlsam zu. Zwischen den Zeilen können Sie hören, was er Ihnen wirklich sagen will. Hat er ein Problem mit der Farbe an der Wand oder mit der Art und Weise, wie die Mitarbeiter bei ihm aufgetreten sind?

Wichtig: Kommt die **Reklamation** per E-Mail oder durch Umwege bei Ihnen an, greifen Sie zum Telefon und besprechen Sie das zeitnah. Auf diesem Wege kann der Kunde erst einmal Dampf ablassen und Sie können sich ein Bild von der Lage machen.

Erst nach dem Gespräch vereinbaren Sie einen Ortstermin oder leiten weitere Schritte ein.

2. Suchen Sie nach Lösungen, nicht nach Schuldigen

„Oft sind Reklamationen auch ein Ergebnis von **Missverständnissen** oder ein Kommunikationsproblem“, sagt Jürgen W. Goldfuß. Der Kunde hat etwas im Angebot anders verstanden und erwartet ein anderes Produkt, als er am Ende bekommen hat. Suchen Sie keine Ausreden und beschuldigen Sie niemanden. Fassen Sie mit Ihren eigenen Worten zusammen, was Ihr Gesprächspartner gesagt hat. Und fragen Sie ihn, ob Sie das richtig verstanden haben. Entschuldigen Sie sich dann für eventuelle Fehler, die Ihnen oder Mitarbeiter Ihres Betriebs passiert sind.

Sie werden im Laufe des Gesprächs erfahren, ob Sie selbst **Fehler** gemacht haben oder ob der Kunden einfach nur verärgert über etwas Anderes ist. Dann können Sie eine Lösung des Problems vorschlagen. Oder nach Alternativlösungen fragen, wenn der Kunde mit Ihren Vorschlägen nicht einverstanden ist oder zögert.

Wichtig ist, dass am Ende beide Seiten zufrieden sind. Im Idealfall führt Ihre Reaktion zu Folgegeschäften mit dem Kunden

3. Machen Sie Ihre Kunden zufrieden

Wenn jeder Kunde trotz einer Reklamation gern von Ihnen spricht, haben Sie das Ziel erreicht. Geben Sie ihm das Gefühl, dass er verstanden wird. Dann kommen Kunden wieder und empfehlen Sie weiter. Das erreichen Sie durch:

- **Freundlichkeit:** Lächeln Sie Ihre Kunden an, auch wenn Sie verärgert sind über die Reklamation. Das trägt zur besseren Stimmung bei und hinterlässt einen guten Eindruck – auch wenn der Fall nicht zu Ihrer Zufriedenheit endet.
- **Flexibilität:** Wenn Sie eine Lösung vorgeschlagen haben und der Kunde möchte lieber doch etwas anderes, versuchen Sie, auch das umzusetzen. Ob es für Sie machbar ist, müssen Sie von Fall zu Fall entscheiden. Das hängt auch vom Gesamtvolumen des Auftrags ab.
- **Überraschen Sie Ihren Kunden:** Wenn wirklich etwas schiefgelaufen ist, können Sie auch eine Kleinigkeit verschenken. Wer einen guten Draht zu seinen Kunden hat, weiß, womit er punkten kann. Es zählt nicht der materielle Wert, sondern die Geste. Oder Sie bieten einen Rabatt-Gutschein für den nächsten Auftrag an. Vielleicht fällt dem Kunden ja dann ein, was er noch erledigt haben möchte.
- **Fragen Sie nach:** Rufen Sie Kunden, die reklamiert haben, nach einem Vierteljahr wieder an und fragen Sie, ob noch alles zu Ihrer Zufriedenheit ist. Oder ob Sie noch etwas für den Kunden tun können. Wenn der Kunde dann noch unzufrieden ist, haben Sie den ersten Schritt getan.

4. Reklamationen sind Chefsache

Auch wenn der **Chef** den Fehler für eine Reklamation nicht verursacht hat: Betriebe sind immer gut beraten, wenn der Chef Reklamationen bearbeitet und abwickelt, sagt Goldfuß. Vorteil: Er ist bei dem Kunden nicht vorbelastet und er kann anders auftreten als ein Mitarbeiter, der einen Fehler gemacht hat. Und er hat im Ernstfall eine andere Verhandlungsposition, kann Dinge schneller entscheiden als Mitarbeiter. Zudem ist der Mitarbeiter in der Angelegenheit außen vor und kann sich voll auf seine Arbeit konzentrieren.

Nimmt sich der Chef der Sache an, signalisiert er dem Kunden, dass er es ernst meint. Das macht einen guten Eindruck und signalisiert **Wertschätzung**.

Auf keinen Fall sollten Mitarbeiter und Chef in einer Reklamationsangelegenheit parallel mit dem Kunden in Kontakt treten. Das birgt die Gefahr, dass der Kunde die Beiden gegeneinander ausspielt. Und es verstärkt die Unannehmlichkeiten, wenn der Kunde sich „an zwei Fronten“ mit dem Thema beschäftigen muss.

5. Nutzen Sie Reklamationen als Chance

Reklamationen sind ärgerlich, sie bedeuten Aufwand. Aber sie sind eine Chance für jeden Betrieb. Jeder Kunde, der sich zurückmeldet, teilt Ihnen mit, dass etwas nicht zu seiner **Zufriedenheit** war.

Abgesehen von dem eigentlichen Anlass der Beschwerde, können Sie das nutzen, um:

- Prozesse und Abläufe in Ihrem Betriebe auf den Prüfstand zu stellen,
- die Kommunikation zu Kunden zu intensivieren / zu verändern,
- nach Ursachen für Fehler zu suchen,
- und die Kundenbindung voranzutreiben.

6. Sammeln Sie schriftliche Beweise

Für den Fall, dass Sie sich mit dem Kunden nicht einigen können, sollten Sie sich absichern: Das beginnt mit der schriftlichen Fixierung des Angebots: Schreiben Sie dort unmissverständlich herein, was der Auftrag genau umfasst und was der Kunde am Ende bekommt. Das reicht auch in stichpunktartiger Form. So können Sie Diskussionen im Nachhinein vermeiden.

Nehmen Sie beispielsweise auch die zeitliche Verzögerungen von **Bauvorhaben** mit auf: „Sollten unerwartet Verzögerungen auftreten, stimmen beide Parteien überein, dass der Vertrag dementsprechend angepasst wird.“ Wichtig ist auch, dass Kunden sich rechtzeitig melden, wenn bei Ihnen etwas dazwischen kommt und beispielsweise mit den Malerarbeiten erst später begonnen werden kann. Auch das sollten Sie mit aufnehmen.

Lassen Sie sich auch Bilder von den reklamierten Gegenständen / Produkten / Dienstleistungen schicken oder dokumentieren Sie selbst den Fortschritt auf der Baustelle oder weisen Sie Ihr Team an, das zu tun. Dann haben Sie im Zweifelsfall Belege.

7. Nur im Notfall den Anwalt einschalten

Sollte es durch eine Reklamation einmal zu einem Rechtsstreit kommen, sollten Sie gut vorbereitet sein. Bevor Sie vor Gericht ziehen, sollten Sie prüfen, welche Beweise Sie tatsächlich haben und wie Sie diese nutzen können. Schauen Sie, ob Sie das Angebot mit zu Rate ziehen können und damit Vorwürfe des Kunden entkräften. Entscheiden Sie dann, ob ein Gerichtsprozess mit seinem Umfang und Aufwand das richtige Mittel ist, den Streit zu beenden. Und ob Sie bereit sind, die Kraft und die Kosten auf sich zu nehmen.