



Foto: BernardasV/iStock/Getty Images Plus via Getty Images

Auf Beschwerden professionell reagieren

Ob im Hofladen, in der Bauernhofgastronomie oder bei einer landwirtschaftsnahen Dienstleistung: Der Erfolg hängt nicht nur vom Fachwissen ab. Auch das Zwischenmenschliche muss möglichst professionell gestaltet werden – vor allem wenn es um den Umgang mit Kritik und Reklamationen geht. Hier helfen kommunikative Fähigkeiten und ein systematisches Beschwerdemanagement im Betrieb.

Kunden und Gäste kommen mit bestimmten Erwartungen auf die Höfe: Sie wollen Qualitätsprodukte, freundliche Bedienung, ein umfangreiches Angebot, kompetente Beratung oder eine zuverlässige Dienstleistung. Werden diese Erwartungen enttäuscht, stellt sich ein negatives Gefühl ein. Die meisten Kunden wandern (zumindest vorläufig) stillschweigend ab und – was viel schwerer wiegt – erzählen es weiter. Unzufriedenheit ist häufig ein beliebteres Gesprächsthema als Zufriedenheit.

Direkten Dialog suchen

Den Weg der direkten Beschwerde wählt nur ein geringer Teil der unzufriedenen Kunden/Gäste.

Kundenbindungsexperten gehen davon aus, dass sich nur etwa vier Prozent unzufriedener Kunden direkt beim Geschäftspartner beschweren. Wenn es gelingt, diesen Umstand zu ändern und die Kunden im Falle der Unzufriedenheit zu einer aktiven Beschwerde zu bewegen, besteht nicht nur die

Die Autorin



Sandra Raupers-Greune
Beraterin Garten, Hof- und Dorfgrün, Direktvermarktung, Landfrauenverband Landwirtschaftskammer Niedersachsen, Bezirksstelle Braunschweig
sandra.raupers-greune@lwk-niedersachsen.de

Chance auf Nachbesserung, sondern es erhöht sich auch die Chance, dass ein Kunde/eine Kundin wiederkommt. Es ist also zunächst wichtig, den Kunden/Gästen mitzuteilen, dass ihre Kritik willkommen ist. Sie müssen erfahren, wo sie diese gezielt loswerden können, und einfache Möglichkeiten erhalten, ihre Unzufriedenheit anonym oder persönlich zu äußern (beispielsweise über Umfragebögen oder die Homepage).

Im persönlichen Gespräch können Kundinnen und Kunden durch Fragen nach Zufrie-

Foto: Sandra Raupers-Greune, LWK Niedersachsen



Kunden kommen mit bestimmten Erwartungen auf Höfe. Werden diese enttäuscht, ist es wichtig, sie zu einer aktiven Beschwerde zu bewegen. Nur so kann nachgebessert und die Kundenzufriedenheit gestärkt werden.

denheit oder Verbesserungsvorschlägen zu Meinungsäußerungen bewegt werden. Rationale und emotionale Aspekte spielen gerade in der Einwand- und Reklamationsbehandlung eine große Rolle. Die Herausforderung liegt deshalb darin, eine negative Kundenreaktion entgegenzunehmen und trotzdem freundlich zu bleiben. Wie kann das gelingen? Dazu ein kleiner Handlungsleitfaden:

- Beschwerdegespräche nicht in Gegenwart anderer führen: den unzufriedenen Kunden „isolieren“ (zum Beispiel in das Büro führen, in eine andere Ecke des Ladens bitten – an einen Ort, wo ein ruhiges Gespräch möglich ist). Ein weiterer Tipp: dem schimpfenden Kunden einen Sitzplatz anbieten, denn im Sitzen schimpft es sich schwerer als im Stehen.
- den Einwand/die Reklamation des Kunden – auch wenn es schwer fällt – positiv aufgreifen: „Sie haben recht, die Kohlköpfe sind etwas klein, das liegt an der Witterung in diesem Jahr ...“
- eine Beschwerde nie persönlich nehmen, sich nicht provozieren lassen: stattdessen Verständnis für die Verärgerung zeigen und dem Kunden/der Kundin das Gefühl vermitteln, auch bei vermeintlichen Bagateltschäden ernst genommen zu werden; den Eindruck der Gleichgültigkeit vermeiden.
- nicht sofort mit Gegenargumenten oder -maßnahmen kontern („ja aber...“): Dadurch erhält der Kunde das Gefühl, dass es nur um die Sache und nicht um ihn als Person geht. Kundenorientiert zu

handeln heißt auch, zu überlegen, wie man angemessen reagieren kann, indem man zum Beispiel nur zusagt, was man auch halten kann, Termine einhält und letztendlich den Kunden berät und nicht belehrt.

- die Reklamationen oder Einwände zeitnah (innerhalb von fünf Tagen) bearbeiten, denn eine schnelle und korrekte Bearbeitung führt normalerweise zur Wiederherstellung und Stabilisierung des Kundenvertrauens und der Kundenbeziehung.

Kundenzufriedenheit

Die Art und Weise, wie ein Betrieb mit Beschwerden und Reklamationen umgeht, zeigt, was das Unternehmen allgemein unter „Qualität“ versteht. Im Betrieb müssen darum Rahmenbedingungen geschaffen werden, die eine systematische und organisierte Bearbeitung von Reklamationen und Beschwerden möglich machen. Ziel ist die sogenannte „Beschwerdezufriedenheit“, dahinter steckt die Zufriedenheit des Kunden.

Beschwerde oder Reklamation

Die Begriffe Beschwerde und Reklamation sind erstmal negativ besetzt. Im Alltag werden sie meist synonym verwendet, jedoch gibt es in Bezug auf die Rechtswirkung feine Unterschiede. Eine Reklamation zieht einen Rechtsanspruch (Nachbesserung, Minderung, Rücktritt, Schadensersatz) nach sich, beschweren kann man sich auch über das Wetter. Eine Beschwerde ist also streng genommen nur eine negative Äußerung des Kunden, allerdings schon mit dem Ziel einer Wiedergutmachung oder Änderung des kritisierten Mangels.

den/der Kundin mit der Antwort/dem Umgang des Unternehmens auf/mit seine/r Beschwerde.

Wer ein Beschwerdemanagement einrichten will, sollte Schritt für Schritt vorgehen und die Rahmenfaktoren ausreichend berücksichtigen: Wer gehört zum Kundenkreis? In welcher Höhe sind Beschwerden zu erwarten? Wie gut können Beschwerden unter Berücksichtigung der betriebsinternen Abläufe bearbeitet werden? Stehen Räumlichkeiten und Mitarbeiterressourcen zur Verfügung?

Grundsätzlich gilt es, alle Beschwerden strukturiert zu erfassen beziehungsweise zu dokumentieren. Die Entwicklung eines Formulars dazu ist hilfreich und effizient. Damit sollte der Inhalt der Kritik differenziert werden nach

- Gegenstand (Beschwerde über Produkt, Dienstleistung, Mitarbeitende, Service),
- Problem (Art, Ort, Zeitpunkt, Fall, Gewährleistung) und
- Angaben zu demjenigen, der die Beschwerde vorbringt (Kunde, Verärgerungsgrad, Handlungsabsicht, Erst- oder Folgebeschwerde).

Außerdem sollten Daten zur Annahme erfasst werden wie Zeitpunkt des Eingangs, Eingangsweg, entgegennehmende/r Mitarbeiterin/Mitarbeiter sowie zur angestrebten oder zugesagten Lösung. Hilfreich – zumindest für größere Betriebe – kann eine Softwarelösung zur systematischen Beschwerdeerfassung und -bearbeitung sein.

Mitarbeitende einbeziehen

Alle Mitarbeitenden, die in Kontakt mit Kunden oder Gästen kommen, sollten Strategien und Verhaltensregeln kennenlernen, den ersten Ärger im Beschwerdefall abzufangen. In der Praxis hat sich beispielsweise die EVA3-Methode (s. Tabelle) bewährt.

Das Verkaufs- oder Servicepersonal muss wissen, welche Probleme es selbst lösen kann, welche Befugnisse es zum Beispiel im Bereich der Reklamation hat und welche Beschwerden es zur Entscheidung dem/der Chef/-in weiterleiten muss. Eine schnelle und verbindliche Reaktion sowie vollständige und großzügige Lösungen sind im Sinne der Kunden.

Tabelle: Beschwerdebearbeitung nach der EVA3-Methode

Entschuldigung	<ul style="list-style-type: none"> ■ Denken Sie nicht nur, sagen Sie auch „Entschuldigung“. ■ Lassen Sie die Kunden ihr Anliegen erst einmal vollständig vortragen, bevor Sie auf ihre Beschwerde eingehen. ■ Lassen Sie sich anmerken, dass Sie aufmerksam zuhören.
Verständnis zeigen	<ul style="list-style-type: none"> ■ Greifen Sie Formulierungen der Kunden in Ihren Ausführungen mit auf. ■ Beziehen Sie den zum Ausdruck gebrachten Ärger und die vorgetragenen Vorwürfe keinesfalls auf sich. Das hilft, sachlich, objektiv und sicher zu bleiben.
Analyse der Beschwerdeursache	<ul style="list-style-type: none"> ■ Fragen Sie nach, um den wirklichen Grund der Verärgerung zu erfahren. ■ Suchen Sie nicht nach versteckten Vorwänden und hintergründigen Absichten, die hinter der Beschwerde stecken könnten. ■ Bei negativen Behauptungen, Pauschalurteilen und schweren Angriffen: Bringen Sie den Kunden dazu, konkret zu werden. Spielen Sie den Ball mit ruhigen, offenen Fragen zurück.
Auflösung der Beschwerde	<ul style="list-style-type: none"> ■ Konzentrieren Sie sich auf die Lösung, nicht auf die Ursachen der Probleme. ■ Argumentieren Sie behutsam. Vermeiden Sie Vorwürfe und Drohungen, gehen Sie auf solche nicht ein. ■ Lassen Sie sich Zeit, die Wirkung Ihrer Vorschläge zu prüfen, binden Sie die Kunden nach Möglichkeit in die Lösungssuche mit ein.
Abschluss	<ul style="list-style-type: none"> ■ Bringen Sie Ihre Freude darüber zum Ausdruck, dass Sie weiterhelfen konnten (aber nur, wenn dies wirklich der Fall ist). ■ Sagen Sie es klar und deutlich, wenn Ihnen bei der Lösungsfindung die Hände gebunden sind. ■ Vermeiden Sie Schuldzuweisungen, betonen Sie vielmehr, alles in Ihrer Macht Stehende zu tun, um eine Lösung zu finden. ■ Wenn Sie gerne mehr tun würden, aber an bestimmte Vorgaben gebunden sind, dann sagen Sie das den Kunden.

Quelle: Sandra Raupers-Greune, LWK Niedersachsen

Fazit

Beschwerdemanagement ist zum größten Teil kommunikative Kompetenz. Ein gutes Beschwerdemanagement, also die von (agrarischen) Unternehmen aktiv betriebene

Einwand- und Reklamationsbearbeitung, schließt nicht aus, in Zukunft keine Reklamationen oder Beschwerden mehr zu haben. Vielmehr legt es fest, wie man unzufriedenen Kundinnen und Kunden professionell

begegnet. Wer negative Kritik und Beschwerden ernst nimmt und offen dafür bleibt, erhält Verbesserungspotenzial für die eigenen Produkte und/oder Dienstleistungen und verstärkt die Kundenbindung. ■



Beim Beschwerdemanagement geht es darum, der Unzufriedenheit und Kritik von Kunden, Geschäftspartnern oder Gästen mit professionellen Strategien zu begegnen.