



10 Tipps: Reklamationsbearbeitung per E-Mail

Wenn es um Reklamationen geht, sind E-Mails für viele Kunden das Medium der Wahl. Woran es trotz vieler Jahre Erfahrung mit diesem Kommunikationskanal häufig noch hapert, das ist eine professionelle und qualifizierte Bearbeitung der Beschwerden.

Ob verschlüsselt oder unverschlüsselt, ob digital signiert oder nicht: E-Mails sind für die Kunden ein sehr praktischer Kommunikationskanal um den Unmut über eine Produkt oder eine Dienstleistung zu äußern. Selbst wenn einfache E-Mails vor Gericht als Beweismittel wenig taugen, so hat man doch „etwas Schriftliches“ in der Hand. Kompliziertere Sachverhalte lassen sich klarer darstellen, als dies bei einer telefonischen Reklamation möglich ist und die Hemmschwelle ist niedriger als bei einer persönlichen Beschwerde. Ganz davon abgesehen, dass es sowieso immer schwieriger wird, persönliche Ansprechpartner zu finden.

Für die Unternehmen bieten Beschwerden per E-Mail ebenfalls Vorteile: Vor einer Antwort bleibt Zeit, um einen Sachverhalt zu prüfen. Mitarbeiter müssen sich nicht von wütenden Kunden lautstark beschimpfen lassen. Die Beschwerde kann schneller zur richtigen Stelle gelangen als die berühmte postalische „Beschwerde an die Geschäftsleitung“ und damit zügiger bearbeitet werden. Eine Reklamation lässt sich diskreter abwickeln, als wenn sie zuerst auf Facebook gepostet wird. Es lassen sich auch individuelle Lösungen finden, die dann nicht gleich auf die ganze „Fan-Community“ angewendet werden müssen. Damit sind die Vorteile nicht abschließend aufgezählt, zur Einstimmung soll dies aber genügen.

Der Münchner Unternehmensberater Peter Höfl hat sich auf Themen zur Servicequalität und Kundenorientierung spezialisiert. Seit einiger Zeit beschäftigt er sich intensiv mit der Fragestellung, wie Unternehmen auf Beschwerden per E-Mail reagieren. Dass bei der Antwort auf Beschwerden nicht alles optimal läuft, werden viele Leser aus eigener Erfahrung bestätigen können. Höfl steht Unternehmen, denen auch ihre augenblicklich unzufriedenen Kunden am Herzen liegen, zur Seite. Er hat 10 grundlegende Tipps aufgestellt, wie mit Beschwerdemails umgegangen werden soll:

1. Tipp: Überprüfen Sie Ihren Posteingang!

Sie finden das klingt im Jahr 2013 banal und wenn das so weitergeht, brauchen Sie gar nicht erst weiterlesen? Täuschen Sie sich nicht, sondern probieren Sie es aus. Leider gibt es keine verlässlichen Statistiken darüber, wie hoch die Zahl der E-Mails ist, die ihre Empfänger nicht erreichen. Mit der Unternehmensgröße, Struktur oder der Prozessgestaltung hat das nicht immer zu tun. Die Gründe für das Verschwinden von Nachrichten sind vielfältig. Recht beliebt ist z. B. das „Hängenbleiben im Spamfilter“. Das sind selbstverständlich keine Ausreden und natürlich ist es nie so, dass Nachrichten schlicht ignoriert oder gelöscht werden, weil sich niemand damit beschäftigen will. Tun Sie Ihren Kunden den Gefallen und werfen Sie regelmäßig einen Blick in Ihren elektronischen Briefkasten. Bitte nicht so, wie ich es kürzlich in einer staatlichen Institution zu hören bekam: „E-Mails, da schaue ich vielleicht alle drei bis vier Tage mal rein“.



2. Tipp: Bestätigen Sie den Eingang!

Aus den oben genannten Gründen werden Sie verstehen, dass sich der Absender einer Nachricht durchaus über eine Eingangsbestätigung freut. Jedem vernünftigen Kunden wird klar sein, dass die gründliche Recherche zu einer Reklamation etwas Zeit in Anspruch nehmen kann. Es besteht also meistens keine Notwendigkeit, ein Problem innerhalb von kürzester Zeit zu lösen. Wenn es akut um Leben und Tod geht, ist die elektronische Post tatsächlich nicht das geeignete Medium. Lassen Sie den Mailschreiber zeitnah wissen, dass sein Anliegen in den richtigen Händen angekommen ist. Selbst wenn man davon ausgeht, dass im Unternehmen noch die Klärung der Zuständigkeit und eine eventuelle Weiterleitung notwendig sind, so möchte ich als Kunde nicht länger als zwei Werktage auf diese Bestätigung warten. Übrigens: Eine „out-of-office“-Nachricht ist keine Eingangsbestätigung.

3. Tipp: Bedanken Sie sich!

Zugegeben, das fällt sicher nicht in jedem Fall leicht. Reklamationen sind immer etwas Unangenehmes, manchmal vielleicht sogar unberechtigt oder unfair. In jedem Fall machen sie Arbeit und kosten Zeit. Dafür soll man sich noch bedanken? Ja, sollen Sie! Denn diese negativen Empfindungen hat der Kunde genauso. Vielleicht hat er sogar noch einen finanziellen oder anderen Schaden. Hätte er eventuell sogar Anlass, einen Anwalt zu konsultieren und das Ganze zu eskalieren? Immerhin könnte er Ihnen seine Unzufriedenheit durch die Abstimmung mit den Füßen zeigen und künftig einfach nicht mehr bei Ihnen kaufen. Sie können also ruhig dankbar sein, dass sich Ihr Kunde die Zeit nimmt, Sie auf das Problem aufmerksam zu machen und Ihnen die Chance zur Lösung gibt.

4. Tipp: Sprechen Sie den Kunden richtig an!

Noch so eine Binsenweisheit, denken Sie? Leider wieder nein, denn wenn es so wäre, dann müsste ich das hier nicht erwähnen. Aus meinem Namen ist beispielsweise das Geschlecht relativ zweifelsfrei zu erkennen. Was soll ich also von der Anrede „Sehr geehrte/r Herr/Frau Peter Höfl“ im Antwortschreiben halten? Dem/der Schreiber/in der Antwort ist die Beschwerde so etwas von egal und lästig, dass er/sie zu faul ist um die Textvorlage zu editieren und auf die Minimalanforderungen von Wertschätzung und Höflichkeit verzichtet? Diese Folgerung liegt nahe und trägt nicht gerade zur Problemlösung und Zufriedenheit bei. Zur Verwendung von akademischen Graden, Adelstiteln, klerikalen Bezeichnungen, Geheimräten und ähnlichem verweise ich auf Stil- und Sekretariatsratgeber sowie landesübliche Gepflogenheiten. Natürlich gibt es die fremdländisch klingenden Namen, bei denen sich das Geschlecht aus dem Namen nicht eindeutig ablesen lässt. Die Schrägstrich-Variante dürfte dann allerdings die bessere Wahl sein, als wenn Sie den südländischen Macho als Dame ansprechen und dadurch sein heißes Blut in Wallung bringen.

5. Tipp: Bleiben Sie sachlich und verständlich!

Dieser Tipp bezieht sich auf Sprache und Inhalt. Möglicherweise kommt es vor, dass der Reklamierende wüste Beschimpfungen absondert oder sich anderweitig im Ton vergreift. Andere gibt es vielleicht, die Sie von oben herab behandeln oder schon mal vorsorglich mit Anwalt, Presse und Fernsehen drohen. Natürlich gibt es auch den kumpelhaften Typen, der Verständnis zeigt. Tappen Sie nicht in diese Fallen! Sie machen sich bei der Reklamationsbearbeitung das Leben deutlich einfacher, wenn Sie sich auf die sachlichen Inhalte und Fakten konzentrieren. Wählen Sie eine einfache klare Sprache mit möglichst kurzen und prägnanten Sätzen. Vermeiden Sie eine Fachsprache mit der Sie dem Kunden signalisieren, dass er keine Ahnung von der Komplexität der Zusammenhänge hat.



6. Tipp: Entschuldigen Sie sich!

Keine Tipp ohne Ausnahme und deshalb dürfen Sie von der Sachlichkeit des fünften Tipps zu einem Zweck abweichen: Sie sollen dem Kunden mitteilen, dass Ihnen etwas leid tut und sich für einen Fehler entschuldigen. Mit einer Entschuldigung ist noch niemandem ein Zacken aus der Krone gebrochen. Sehr gerne dürfen Sie äußern, dass Sie Verständnis für die Verärgerung des Kunden haben. Bauen Sie dies jedoch so in Ihre Antwort ein, dass es ehrlich und nicht floskelhaft klingt. Übertriebene Unterwürfigkeit ist dennoch fehl am Platz. Fehler können immer und jedem passieren und es geht dann darum, den Schaden zu minimieren und das Beste daraus zu machen. Das ist Teil des Lebens.

7. Tipp: Vermeiden Sie Schuldzuweisungen!

Fehler passieren immer nur den Anderen, könnte man bei der Lektüre mancher Antwortmail auf eine Reklamation vermuten. Da liegt das Verschulden dann gerne mal beim Hersteller, beim Zulieferer, beim Azubi, bei der kranken Kollegin, bei der Post, beim Wetter und so weiter und so fort. Zeigen Sie Charakter und übernehmen Sie gegenüber dem Kunden Verantwortung. Erklären Sie dem Kunden ruhig, welche Ursache sein Problem hat, damit er Verständnis entwickeln kann. Die Details, wer eventuell wann und wo versagt hat, welcher Prozess schief gelaufen ist, das klären Sie bitte intern!

8. Tipp: Gehen Sie auf alle Punkte einer Reklamation ein!

Oftmals beinhalten Reklamationen mehr als einen Kritikpunkt. Um es am Beispiel eines Hotels deutlich zu machen: Die Rezeption war unfreundlich, das Bad verschimmelt, die Matratze fleckig und das Frühstücksbrotchen vom Vortag. Es fällt bestimmt nicht immer leicht, auf jeden einzelnen der Punkte angemessen zu reagieren. Nur so lässt sich aber die Beschwerdesituation vollständig lösen. Angemessene Transparenz und Offenheit verhindern, dass Dinge ungeklärt im Raum stehen bleiben und helfen das Vertrauen des Kunden wieder zu gewinnen.

9. Tipp: Halten Sie Ihre Versprechen!

Haben Sie in einer berechtigten Beschwerde die Rückzahlung eines Geldbetrages an den Kunden angekündigt, so veranlassen Sie diese bitte unverzüglich. Sie dürfen mit Sicherheit davon ausgehen, dass der Kunde jeden Tag sein Konto checkt und nach dem versprochenen Betrag sucht. Sie wollen doch nicht schon wieder eine Nachricht von dem Kunden bekommen. Ähnlich verhält es sich mit versprochenen Gutscheinen, Geschenken zur Wiedergutmachung und den sonstigen Maßnahmen „aus Kulanz und ohne Anerkennung einer Rechtspflicht“. Schieben Sie die Abwicklung nicht auf die lange Bank oder vergessen Sie es gar. Sie riskieren damit einen deutlich höheren Imageschaden, provozieren eine Eskalation und hätten den Kunden wahrscheinlich für immer verloren.

10. Tipp: Bleiben Sie nicht anonym!

Begeistert es Sie auch so, wenn Sie „beste Grüße vom Service-Team“ bekommen, das sich um Ihr Ticket #123456 gekümmert hat? Bei Support-Anfragen im technischen Bereich kann diese Art der Kommunikation durchaus mal angemessen und professionell sein. Wenn aber Ärger und Emotionen eine Rolle spielen, dann wird es schnell kritisch. Als Beschwerdeführer fragt man sich, ob die Mail überhaupt von einem Menschen bearbeitet wird. Oder wird die Beschwerde maschinell mit hochkomplizierten Algorithmen von „Big Data“ nutzenden CRM-Systemen analysiert und beantwortet? Nennen Sie als Bearbeiter einer Beschwerde gerne ihren Namen, denn das ist ein Signal der Wertschätzung gegenüber dem Kunden. Das gilt auch für die Funktionsbezeichnung. Denken Sie aber daran: Es macht in den Augen vieler



Kunden schon einen Unterschied, ob die Beschwerde von der „Assistenz der Geschäftsleitung“ oder vom „Praktikant im Kundenservice“ beantwortet wird.

11. „Bonus“-Tipp: Ironie versteht der Kunde nie

Zugegeben, viele Beschwerden haben Comedy-Potenzial und wenn man nicht direkt damit zu tun hätte, könnte man sich als Bearbeiter vor Lachen kugeln. Es müssen nicht nur Germanisten und Lehrer sein, die in der Reklamation einen ironischen oder sarkastischen Schreibstil pflegen. Die Versuchung kann schon sehr groß sein, hier auf ähnliche Art oder zumindest mit einem Anflug von Humor die Beschwerde zu beantworten. Die Gefahr, dass der Kunde Ihre sachlich korrekte, jedoch mit Augenzwinkern formulierte Antwort in den falschen Hals bekommt ist enorm. Schneller als Sie denken, verschlimmern Sie dadurch die ganze Situation und sehen sich mit der Behauptung konfrontiert, dass Sie den Kunden nicht ernst nähmen. Mein Tipp: Wenn es Sie noch so sehr in den Fingern juckt, lassen Sie es!

Wie Sie schon bemerkt haben, reichen 10 Tipps nicht aus, um sich umfassend mit dem Thema der Reklamationsbearbeitung per E-Mail auseinanderzusetzen. Selbst mit dem elften Tipp ist längst noch nicht alles gesagt, was es zu sagen gäbe:

- Wann schickt man einen Zwischenbescheid?
- Darf Werbung in einer Antwort auf eine Reklamation enthalten sein?
- Soll man nachfragen, ob das Problem endgültig gelöst ist?
- Wie geht man mit echten Querulanten um?
- Darf man auf eine Beschwerde per E-Mail telefonisch antworten?

Bestimmt fallen Ihnen noch viele weitere Fragen ein, je länger Sie darüber nachdenken. Und damit haben Sie schon einen großen Schritt getan, denn das ist mein Rat: Beschäftigen Sie sich mit dem Thema!

Kontakt: Peter Höfl, Unternehmensberater
Zündterstrasse 12
80689 München
Tel. 089 255 491 88
Email: info@peter-hoefl.de
Web: www.peter-hoefl.de



Peter Höfl ist Unternehmensberater in München und widmet sich seit 15 Jahren hauptsächlich der Qualitätsoptimierung von Dienstleistungen. Dazu gehört z.B. die Überprüfung der Beratungsqualität durch Mystery-Aktivitäten, die bereits in einer Vielzahl von Branchen und bei namhaften Unternehmen dazu beigetragen haben, den Service zu verbessern.