



Analysieren. Planen. Umsetzen.

**Beratung und Begleitung**  
von Unternehmen in den Bereichen  
**Marketing, Verkauf und Internet.**

---

## Score Letter Nr. 40 (Ausgabe 17. Juni 2009)

---

Liebe Marketinginteressierte

Der Score Letter erscheint vierteljährlich, kostet nichts und kann jederzeit abbestellt werden. Er erscheint seit August 2001, behandelt Themen rund um Marketing, Verkauf, Werbung und Internet und erreicht zur Zeit rund 1'301 marketinginteressierte Leserinnen und Leser, vorwiegend aus der Schweiz, aber auch aus Deutschland und Österreich.

---

Heute zum Thema: **Reklamationsbearbeitung**

1. [Einführung ins Thema Reklamationsbearbeitung](#)
  2. [Gründe für Beschwerden und Reklamationen](#)
  3. [Der Umgang mit Beschwerden](#)
  4. [Wie man Reklamationen nicht behandeln sollte](#)
  5. [Kostenlose Checkliste zur Reklamationsbearbeitung](#)
  - ▶ [Jubiläums-Wettbewerb: 40x Score Letter seit 2001](#)
  6. [In Eigener Sache - Score Marketing](#)
  7. [Ausblick auf den Score Letter Nr. 38](#)
  8. [Impressum](#)
- 

### 1. Einführung ins Thema - Reklamationsbehandlung

Jede Reklamation – eine Chance! Diese Einstellung gegenüber Reklamationen haben leider immer noch die wenigsten Unternehmen. Die meisten Verkäufer fühlen sich persönlich angegriffen, wenn ein Kunde sich über ein Produkt oder eine Dienstleistung beschwert. Dabei kann eine Reklamation für jedes Unternehmen durchaus positiv sein, vorausgesetzt, sie wird zuvorkommend, kulant und speditiv gemanagt.

Die Reklamation zeigt auf, in welchen Bereichen eines Unternehmens es Potenzial zur Optimierung gibt und wie die Kunden auf eine Marktleistung ansprechen. Entscheidend ist aber, dass man richtig damit umgeht.

[▲ nach oben](#)

---

## 2. Gründe für Beschwerden und Reklamationen

Im Berufsleben und im Privatleben ist man oft mit einer Situation oder einer Marktleistung (Produkt oder Dienstleistung) unzufrieden. Ein Produkt, das man gekauft hat, funktioniert nicht oder die gebuchte Reise entspricht nicht exakt den Angaben und Versprechungen im Reiseprospekt. Dies sind Gründe für Reklamationen, die schriftlich, telefonisch oder auch auf dem elektronischen Weg eingereicht werden können. Folgende Fehler können zu Beschwerden führen:

- Der Kunde ist mit der Ware oder der Leistung unzufrieden.
- Der Kunde erhält falsche Informationen.
- Eine Bestellung wird falsch aufgenommen.
- Der Kunde wird unhöflich oder unprofessionell behandelt.
- Ein Termin wird nicht eingehalten.

[▲ nach oben](#)

---

## 3. Der Umgang mit Beschwerden

Wer reklamiert, ist verärgert oder enttäuscht. Er äussert sich zuerst auf der emotionalen Ebene, was nicht selten in einer aggressiven Form geschieht.

Der Empfänger der Reklamation darf sich auch durch heftigere Vorwürfe nicht aus der Ruhe bringen lassen. Der Kunde muss seinem Ärger Luft machen, bevor er über die sachlich-inhaltlichen Aspekte seiner Beschwerde sprechen kann.

Nach einer ersten Phase des reinen Zuhörens wird der Empfänger der Beschwerde aktiv. Wie ein Stossdämpfer fangen Äusserungen des Mitgefühls wie «Darüber hätte ich mich auch geärgert» die angeführten Vorwürfe ab.

In der nächsten Phase zeigt er mit gezielten Fragen und gekonnter Fragetechnik nicht nur Interesse, sondern er schält den Kern des Problems heraus und bereitet dadurch behutsam die Diskussion auf der Sachebene vor. Danach sollte der Kunde so weit «abgekühlt» sein, dass er einer Zusammenfassung der Vorfälle durch den Verkäufer zustimmen kann. Das ist die unabdingbare Voraussetzung für die in jedem Fall anzustrebende Einigung.

[▲ nach oben](#)

---

## 4. Wie man Reklamationen nicht behandeln sollte

Es gibt noch immer Unternehmen, die nicht adäquat mit Kundenbeschwerden umgehen. Folgende Verhaltensweisen verbieten sich in jedem Fall:

- Die Angelegenheit (so klein sie auch ist) bagatellisieren
- Sich gegenüber dem Kunden ironisch über den Vorfall zu äussern
- Die Berechtigung der Beschwerde von oben herab zu überprüfen
- Die Zuständigkeit oder Verantwortung auf jemand anderen zu schieben, der im Augenblick für den Kunden nicht zu sprechen ist

**Killerphrasen** wie die im Folgenden aufgeführten sollten vermieden werden, wenn man möchte, dass der Beschwerdeführer weiterhin Kunde des Unternehmens bleibt:

- «Das kann gar nicht sein.»
- «So etwas ist bei unseren Produkten völlig ausgeschlossen.»
- «Da haben Sie wohl die Bedienungsanleitung nicht richtig gelesen.»
- «Sie sind der erste Kunde, der so etwas behauptet.»

- «Nun regen Sie sich doch nicht so auf!»
- «Sie müssen sich an den Hersteller wenden. Ich habe damit nichts zu tun.»
- «Das ist doch nicht meine Schuld!»

[▲ nach oben](#)

---

## 5. Kostenlose Checkliste zur optimalen Bearbeitung von Reklamationen

Das Ziel eines optimalen Beschwerdemanagement ist, dem Kunden gegenüber Wertschätzung zu zeigen, um die Kundenbeziehung zu stabilisieren und die Kundenloyalität zu erhöhen.

Damit Sie dieses Ziel erreichen, haben wir für Sie eine Checkliste zusammengestellt. Sie können Sie einfach und kostenlos per Mail bestellen.

► **Klicken Sie hier und [senden Sie uns ein Mail](#) - Sie erhalten die Checkliste kostenlos.**

[▲ nach oben](#)

===== WETTBEWERB =====

### 40x Score Letter - Jubiläumswettbewerb

Anlässlich unseres Jubiläums verlosen wir drei Bücher aus unserem [Bookshop](#).

**Beantworten Sie diese Frage: Wann ist der erste Score Letter erschienen?**  
1998, 2001 oder 2002?

**Senden Sie uns ein Mail mit Ihrer Antwort und Ihrem Wunschbuch aus dem Compendio-Verlag aus unserem [Bookshop](#).**

► Hier der Link für [eine einfache Teilnahme per Mail](#)

===== WETTBEWERB =====

## 6. In eigener Sache - Wissen Sie eigentlich,

- **dass die ersten 2 Beratungsstunden bei Ihnen im Hause für Sie absolut unverbindlich und kostenlos sind?**  
Interessiert - dann melden Sie sich telefonisch unter 044 926 36 00 oder [senden Sie uns ein Mail](#).
- **dass wir ein neues Buch mit dem Titel "Marketing für KMU" mit 16 Fachbeiträgen zu Marketingthemen herausgegeben haben?**  
Sie können es ganz einfach zum Preis von Fr. 25.- [per Mail bestellen](#).
- **dass wir für Sie einen erweiterten Buchladen mit Marketingliteratur bei unserem Partner Book & Mediashop in Zürich eingerichtet haben?**  
Mit diesem [Link gelangen Sie in den neuen Buchladen](#).

[▲ nach oben](#)

---

## 7. Ausblick auf den Score Letter Nr. 41

Der Score Letter Nr. 41 erscheint Mitte September 2009.

Haben Sie Interesse an einem speziellen Thema, dann senden Sie uns [ein Mail mit Ihrem Wunschthema.](#)

[▲ nach oben](#)

---

## 8. Impressum

### Score Marketing

Christoph Portmann  
Bergstrasse 96  
CH - 8712 Stäfa

Telefon +41 (0)44 926 36 00

Fax +41 (0)44 926 36 01

eMail [info@ScoreMarketing.ch](mailto:info@ScoreMarketing.ch)

Internet [www.ScoreMarketing.ch](http://www.ScoreMarketing.ch)

[▲ nach oben](#)

---

Wenn Sie zukünftig auf den Score Letter verzichten möchten, dann klicken sie auf den Abbestelllink.

---