

A photograph of a man and a woman in a heated argument. The man on the left has a shocked and angry expression, with wide eyes and a grimace. The woman on the right is shouting with her mouth wide open. The background is split into light blue and light pink vertical panels.

- haben

wir

nicht?!“

„Beschwerden





externer

interner

liefernder

K

U

N

D

E

Zuordnung von Beschwerden:

- Hinweise & Tipps
- Vermeintliche Zufriedenheit
- Beinahe sachlich vorgetragener „Bericht“
- Emotional und laut vorgetragene Äußerung ohne einen persönlichen Angriff
- Persönlicher verbaler Angriff
- Tätlicher körperlicher Angriff
- Eskalation
- „Hobbynörgler“ und „Stratege“



Wie reagiere ich auf
persönliche Angriffe?

Verbaler Angriff:

- Langsam und betont leise aus der Ich-Sicht sprechen
- Verwarnung (max. 1 Mal): „Lassen Sie uns auf ein vernünftiges Niveau herunterkommen, sonst kann ich mit Ihnen nicht weiter reden.“
- Best case: Mein Gegenüber bekommt die „Kurve“!
- Worst case: Ich beende das Gespräch verbal und auch körperlich und ziehe mich zurück. So biete ich keine Angriffsfläche mehr!

Reaktionen auf verbale Angriffe:

- „Ich fühle mich von Ihnen angegriffen!“
- „Bitte beruhigen Sie sich, dann kann ich mit Ihnen weiter sprechen!“
- „Jetzt ist es aber genug, ich muss mir das nicht weiter anhören!“
- „Wie würden Sie sich denn nun an meiner Stelle fühlen, wenn ich Sie so angegangen wäre?!“



Körperlicher Angriff:

- Laut und akzentuiert aus der Ich-Sicht sprechen
- Direktes Beenden des Dialogs: „Sie haben mich gerade körperlich angegriffen. Das mache ich nicht mit! Schämen Sie sich!“
- Best case: Einsicht und sofortige Entschuldigung
- Worst case: Sie erteilen dem Gast ein Hausverbot!
- Juristische Konsequenzen erwägen



Reaktionen auf körperliche Angriffe:

- „Ich hole jetzt meinen Vorgesetzten hinzu, diese Situation ist einfach zu viel für mich!“
- „Bis hierhin und nicht weiter. Ihr Verhalten ist das Letzte! Wo sind Ihre Manieren geblieben?!“
- „Ich werde jetzt die Polizei rufen!“
- „Das hat ein juristisches Nachspiel, denn Ihr Verhalten ist unter aller Würde!“



Eskalation:

- Nicht sprechen! Nur nicken und schnell handeln.
- Gegebenenfalls „Anweisungen“ geben.
- Best case: Menschenleben werden gerettet
- Worst case: Darf man sich nicht vorstellen!



„Hobbynörgler“ und „Stratege“:

- Möglichst nicht zum Kunden werden lassen
- Direktes Unterbrechen des Dialogs: „Das werde ich nicht machen! Ich bin mir sicher, dass ich Sie nicht zufriedenstellen kann.“
- Best case: Rückzug des Kunden
- Worst case: Herauskomplimentieren oder sogar Hausverbot erteilen



Reklamation: Rechtsanspruch!

Beschwerde: Keine rechtliche Grundlage, jedoch „berechtigt“ das subjektive Empfindung zum Anlass!

Beschwerde?

„Die öffentlich geäußerte
Feststellung einer
enttäuschten
Erwartung!“



„Eine tolle
Gelegenheit, die sich
uns bietet, einen
unzufriedenen
Kunden zufrieden zu
stellen!“



Warum?

4%



Warum sich Kunden nicht beschweren:

- Alles ist in Ordnung ;-)
- Es gibt keine Möglichkeit sich zu beschweren
- Nur „Entschuldigung!“ sagen
- Zurückweisung
- Nicht eingehaltene Versprechen
- Keine Reaktion
- Grobheiten
- Kundenverhör

• 2
...

1

3

100 Beschwerden bedeuten, ...



... dass es eigentlich 2.500 Anlässe gab, sich über uns zu beschweren. Nur 4% der verärgerten Kunden beschweren sich.

... dass sich 2.400 verärgerte Kunden nicht bei uns gemeldet haben. Diese erzählten es aber jeweils 10 Bekannten weiter.

... dass somit 24.000 Menschen, die vielleicht Kunden geworden wären, von unserer Nichtqualität erfahren haben; wir aber noch nicht.

... dass uns die Verbesserungsvorschläge von 2.400 verärgerten Kunden fehlen. Ganz sicher sind uns diese Kunden auch verloren gegangen.

Hauptursache für Beschwerden:

Erwartung

erhaltener Leistung



Differenz

Kundenreaktionen:

- Falscher Ton
- Aggressiv
- Äußerst emotional
- Aufbauschend
- Unangemessen
- Misstrauisch
- Erinnern an Fehler
- Hassen Widerspruch
- Beharren auf ihrem Standpunkt



Sachebene

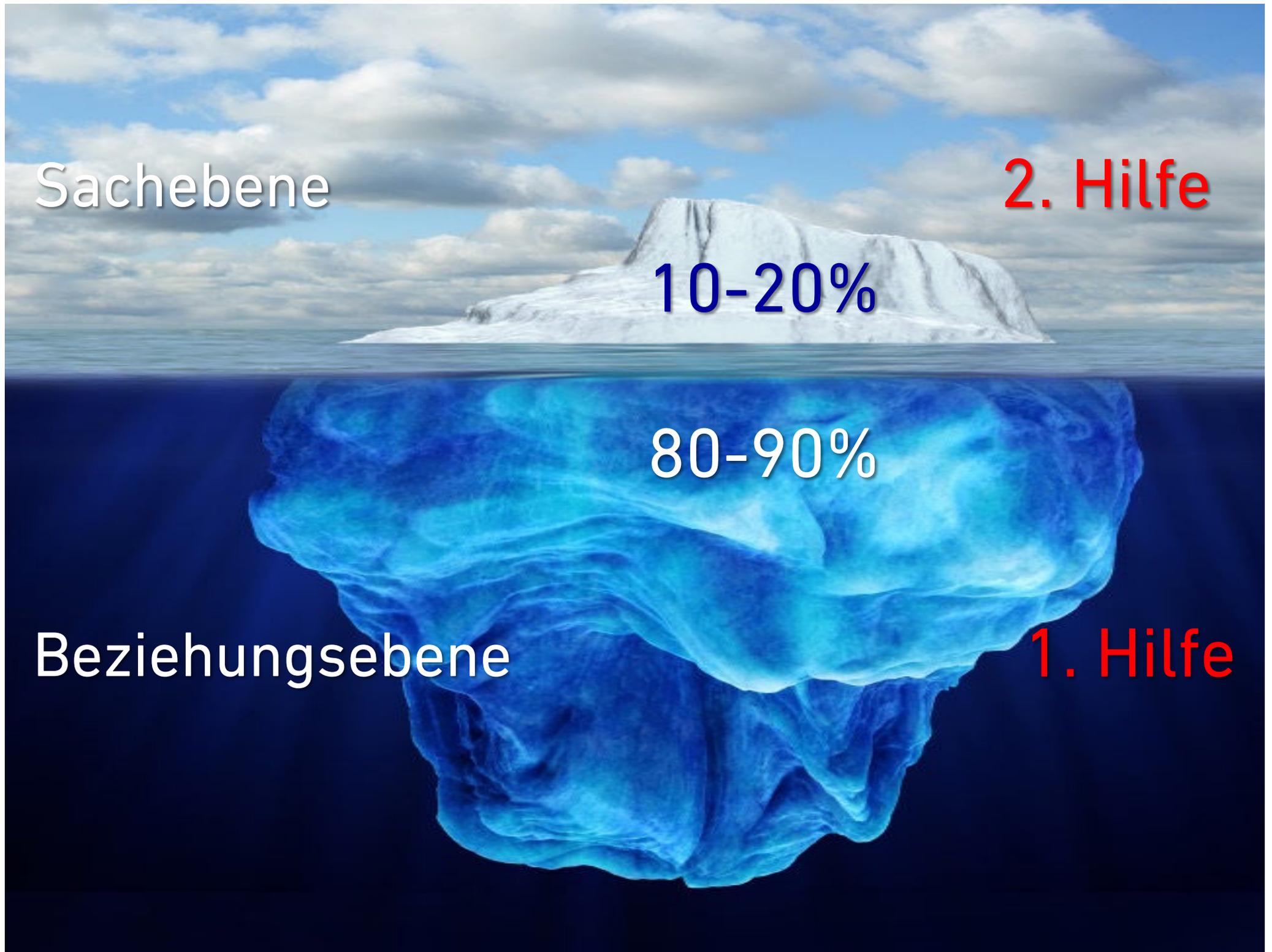
2. Hilfe

10-20%

80-90%

Beziehungsebene

1. Hilfe



„80% aller Probleme sind
Kommunikationsprobleme!“

Paul Watzlawick



Das Kommunikationsquadrat

nach Friedemann Schulz von Thun



„Das Wetter ist schlecht.“:

- Sachebene: faktischer Inhalt einer Aussage, d.h. es ist nur die Aussage gemeint, dass das Wetter schlecht ist (Feststellung) und nichts weiter.
- Apell: z.B. unterstützt durch eine Geste an sein Gegenüber, d.h. es soll sich aufgefordert fühlen, das zu „ändern“ bzw. zu kommentieren.
- Selbstoffenbarung: die eigene Befindlichkeit wird im Kontext des Gesprochenen bekanntgegeben, d.h. der Gast zeigt auf seine nasse Kleidung, während er das sagt.
- Beziehungsebene: nutzen eines anklagenden Tonfalls; d.h. Vermittlung, dass es den Gast nervt, dass sein Gegenüber keine Alternative parat hat.

Wahrnehmung des Gesprochenen

- Grad der Wahrnehmung hängt stark von unserem Wertesystem ab, wie wir gelernt haben Beziehungen und Ereignisse in unserem Leben zu beurteilen.
- Es wird permanent und fortlaufend bewertet.
- Sind Sie mit Ihrem Selbst eher auf Kriegsfuß stehend, hören Sie in jedem Satz des Gegenübers eine Selbstoffenbarung.
- Wenn Sie mit Ihren Beziehungen nicht im Reinen sind, dann hören Sie überall Beziehungsbotschaften.
- Und wenn Ihre Welt aus Anweisungen besteht, so dass Sie permanent denken, alle wollen etwas von Ihnen, dann hören Sie auch nur Appelle!

Beschwerden richtig „verstehen“:

- Botschaft hinter der Beschwerde
- Keine Schuldzuweisung
- Hilferuf



„Sind Sie zufrieden,
sagen Sie es Anderen –
sind Sie es nicht,
sagen Sie es mir.“



Grundregeln:

- Beschwerdeführende Kunden sind immer noch Kunden.
- Versetzen Sie sich in die Position des Kunden.
- Beschwerden definieren Kundenwünsche.
- Geben Sie Gelegenheit sich zu beschweren.
- Gehen Sie Beschwerden unmittelbar nach.



„Eine **Beschwerde** ist ein **Geschenk!**“



„Das Leben ist
wie eine
Schachtel
Pralinen.
Man weiß nie,
was man
kriegt.“

Forrest Gump



Kundenloyalität

Zufriedene Kunden

95% Treue

Zufrieden
gestellte
Kunden

98% Treue



Stammkunden

„Werber“

„Verteidiger“



Und was bringen sie mir persönlich?

- Zufriedenheit
- Stolz
- Lebenserfahrung
- Selbstsicherheit
- Menschenkenntnis
- Selbstwert



Für **Sie** sind es immer die
gleichen Beschwerden,
die genannt werden.

Für **den Kunden**
vermutlich
das erste Mal!



Bearbeiten von Beschwerden:

- großzügig
- unbürokratisch
- schnell
- angemessen
- „Was nicht geht, geht nicht!“



Keine Lösung in Sicht:

- „Entschuldigung!“
- Versprechen, die Beschwerde zu erfassen
- Empathisches Handeln
- Neutrale Erklärung
- Verständnis durch freundlichen Apell erreichen
- „Wetterbeschwerden“ mit Humor umschreiben

Nach der Lösung der Beschwerde:

- Maßnahmen ergreifen, um Fehler zukünftig zu vermeiden
- Kontrolle, ob diese Maßnahmen ausreichend sind
- Fallbesprechung beim nächsten Teammeeting
- Rückmeldung an die Person, die die Beschwerde entgegengenommen hat
- Umsetzung strategischer Konsequenzen im Unternehmen

Voraussetzungen:

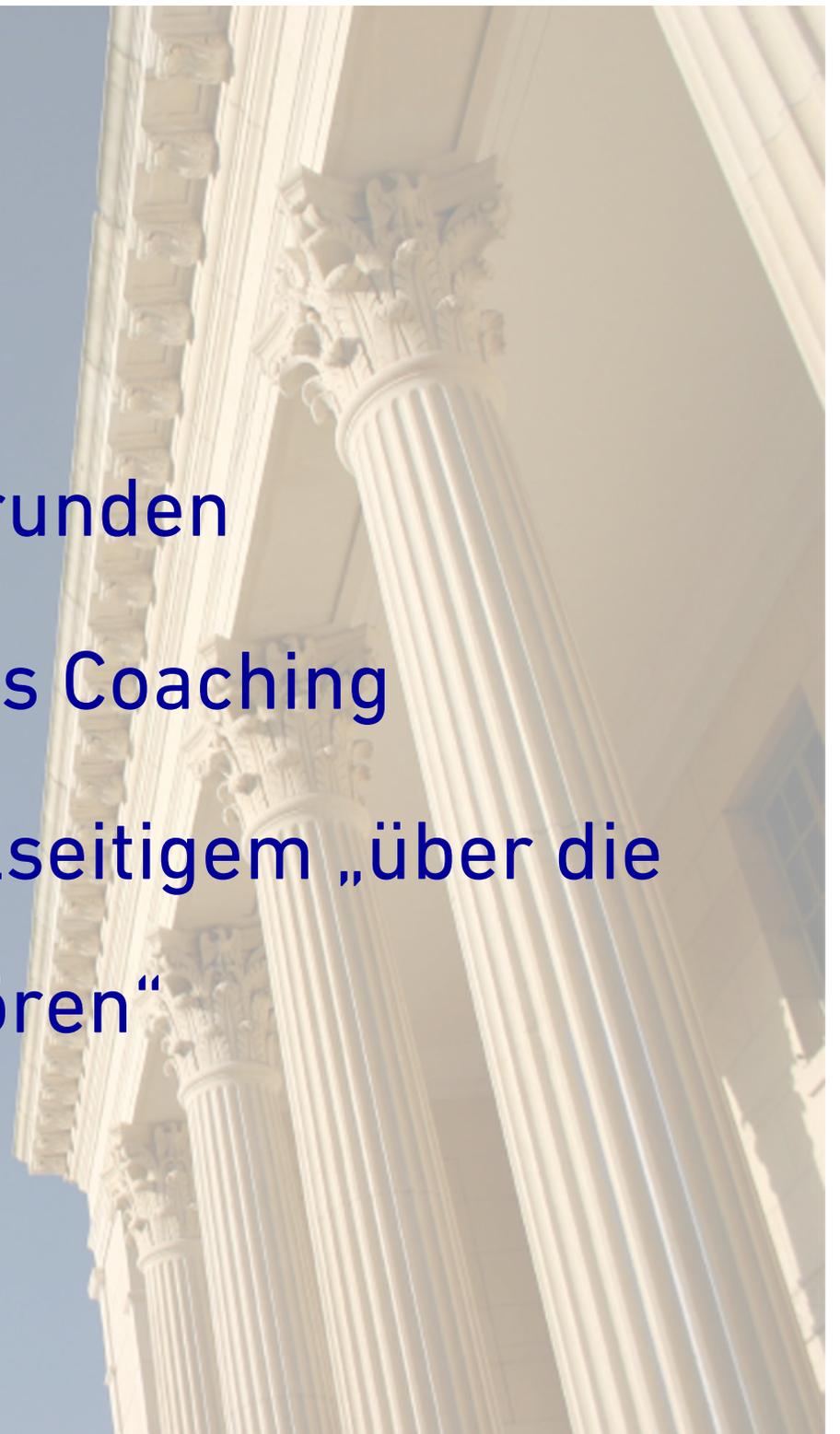
- Geschulte & trainierte Mitarbeiter
- Kompetenzrahmen (Zuständigkeiten der Mitarbeiter)
- Kompensationsrahmen
- Leitfaden für Beschwerdemanagement im Unternehmen
- Formulare zur systematischen Erfassung

Schulungsniveau (Fragebogen):

- Warum sind Beschwerden Chancen für Alle?
- Gibt es Beschwerden, die eigentlich gar keine sind?
- Welche Beschwerden treiben Sie zur Verzweiflung und warum scheint das so?
- Wann wird aus einer Beschwerde ein persönlicher Angriff und wie sollten Sie sich dabei verhalten?
- Was passiert, wenn Sie einen Kunden nach einer Beschwerde zufriedengestellt haben als nächstes?

Training im Alltag:

- kleine Rollenspiele
- Diskussion bei Mitarbeiterunden
- gegenseitiges und ehrliches Coaching
- Patenschaften mit wechselseitigem „über die Schulter schauen und zuhören“



Gründe für einen Kompetenzrahmen:

- Soll jedem aus dem Team Sicherheit für die richtigen Entscheidungen bieten
- Soll aufzeigen bis wohin man frei entscheiden kann und ab wann man sich an die vorgesezte Stelle wendet
- Soll mittels Praxisbeispielen den Bezug zum Alltag herstellen

Inhalt eines Kompetenzrahmens:

- Festlegung des Niveaus der selbst zu treffenden Entscheidungen
- Festlegen der Verhaltensweisen bei „aufwendigeren Fällen“
- Maßnahmenvorschläge zur Lösung der „Fälle“
- Benennung der „Unterstützer“ bzw. „Entscheider“

Kompensationsrahmen festlegen:

- Typische Beschwerdefälle nach leicht, mittelschwer und schwer einteilen
- Wertgrenzen des Beschwerdeverlustes festlegen
- Taxierung der Verluste in Euro
- Zuordnen von passenden Kompensationsartikeln

Leitfaden für Beschwerdemanagement:

- Erläuterung der Handhabung des Leitfadens
- Inhaltlicher Aufbau des Leitfadens
- Detaillierte Darstellung des Ablaufs einer „Beschwerdebearbeitung“
- Beschreibung des weiteren Weges der „Beschwerde“ im Unternehmen und der daraus entstehenden Konsequenzen
- Erläuterung der Fehlerkultur und Beschwerdemanagements als einer zentrale Erfolgssäule des Unternehmens.

Formulare für komplexe Fälle:

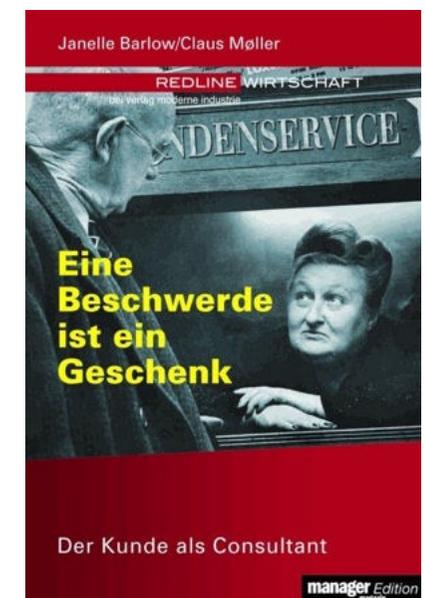
- Rahmendaten des Kunden und des Erfassers
- Inhalte des Gespräches
- Einschätzung erstmals geschilderte Fall oder sogar ein Wiederholungsfall
- Beschreibung und Einschätzung der vom Kunden gewünschten Lösung
- Einschätzung der Reaktionsdringlichkeit
- Kompensationsform
- Beschreibung der Lösung des „Falls“
- Weitere Bearbeitung innerhalb des Unternehmens

Beschwerde = Geschenk:

- Betrachten Sie den Kunden als Freund.
- Er überreicht Ihnen ein Geschenk.
- Sie bedanken sich selbstverständlich dafür, ohne zu wissen, ob Sie das Geschenk schön finden - er ist ja Ihr Freund!

Das 8-Schritte-Geschenk-Konzept:

1. Sagen Sie „Danke!“.
2. Erklären Sie, warum Sie die Beschwerde als wertvoll erachten.
3. Entschuldigen Sie sich für den Fehler.
4. Versprechen Sie, sofort etwas zur Lösung des Problems zu unternehmen.
5. Fragen Sie nach nötigen Informationen.
6. Korrigieren Sie den Fehler - aber sofort!
7. Prüfen Sie, ob der Kunde zufrieden ist.
8. Beugen Sie zukünftigen Fehlerquellen vor.



Viel Freude mit Ihren
Geschenken!



**Sie sind ein
GESCHENK!**



OB@Ihr-Tourismusberater.de