



REKLAMATIONEN

# WIE KUNDEN TICKEN

Bei Unternehmen und Fachgeschäften ist sie nicht sonderlich beliebt: die Reklamation. Doch wer sie offen, freundlich und fachkundig entgegennimmt, merkt schnell: Sie birgt die Chance, mit einem Kunden positiv in Kontakt zu treten – gerade wenn man auf die jeweilige Persönlichkeit des Reklamierenden gezielt eingeht.

**E**ine Reklamation ist zunächst für beide Seiten ein notwendiges Übel und eine unschöne Situation. Das Wissen, dass jeder Kunde anders mit einer Reklamation umgeht, hilft dem Verkäufer, die Situation analytisch zu lösen und nicht ungefiltert auf etwaige Vorwürfe oder gar Aggressionen zu reagieren. Ordnet der Verkäufer den Kunden einem bestimmten Reklamationstypen zu, findet er die Kommunikationsmittel, um empathisch auf den Beschwerdeführer eingehen zu

können. Er bewegt sich dann auf einer Wellenlänge mit dem Kunden.

## Analysieren Sie den Kunden

Die Einteilung in diverse Kundentypen ist ein wichtiges Instrument in der Kommunikationsschulung für Verkäufer. Grundlage dieser Zuordnung ist das Wissen, dass es „den“ Kunden eben nicht gibt, und dass jeder Kunde anders ist. Um diese Vielfaltigkeit zu ordnen und dem Verkäufer diesbezüglich einige

allgemeingültige Verhaltensmarsch routen mit auf den Weg geben zu können, arbeitet die moderne Verkaufsschulung gern mit Klassifikationen. Nicht jede Verkaufsschule kommt dabei auf dieselbe Anzahl von Kundentypen, und auch die Einteilungskriterien sind unterschiedlich. Doch: Jedwede Typologie hat den Vorteil, dass der Verkäufer so zunächst gezwungen ist, eine Kundenanalyse durchzuführen. Er konzentriert sich dafür auf das Wesen des Kunden und bemüht sich anschließend, auf die erkannten Besonderheiten einzugehen.

Genau darin liegt das eigentliche Geheimnis der Kundeneinteilung. Und eben diese Klassifizierung hilft dem Verkäufer im Umgang mit der spannenden Herausforderung Reklamation. Die nämlich gar nicht so schlimm ist.

### Aus Fehlern lernen

Liegt ein Produktfehler vor, so ist es nicht der Verkäufer, sondern der Hersteller, der haftet. Sie können als Verkäufer die Situation nutzen, noch mehr über die Stärken oder Schwächen dieses Produktes zu lernen und über Ihre Zusammenarbeit mit dem Hersteller. Liegt ein subjektiver Reklamationswunsch vor, können Sie hinterfragen, ob Ihre Beratung noch verbesserungsfähig ist. Hat der Kunde womöglich ohne Beratung gekauft, weil er zu ungeduldig war oder meinte, schon genügend Vorabinfos aus dem Internet zu haben, so können Sie ihm jetzt klarmachen, wie wichtig die kompetente Beratung durch einen Verkäufer doch ist. Das können Sie ihm dann auch gleich beweisen. Wenn Sie gerade eben ein neues Trend-T-Shirt reinbekommen haben, so bieten Sie ihm das doch einfach an: „Ich sehe gerade, dieses schicke Shirt passt ja optimal zu Ihrer Reithose. Sie bekommen es zu einem Freundschaftsrabatt und können sich schon jetzt darauf freuen, wenn Ihre Reithose aus der Reparatur kommt...“

### Recht oder Kulanz

Verkaufstrainerin Ursula Böhm rät: „Führen Sie sich immer wieder vor Augen, dass eine Reklamationspflicht nur bei tatsächlichen Produktmängeln vorliegt.“ Ein Gesinnungswechsel des Kunden in Bezug auf ein Produkt ist aber durchaus üblich und nachvollziehbar. Der eine mag sich im heimischen Spiegel in der körperbetonten Reithose einfach nicht sehen oder die kritischen Blicke der Tochter haben ihn verunsichert. Ein anderer findet, dass die Farbe eigentlich gar nicht mit seiner übrigen Garderobe übereinstimmt. Wieder ein anderer möchte nun doch ein günstigeres Hosenmodell, um sich den bitter benötigten Reithelm dazu leisten zu können.

Solch ein Gesinnungswechsel stellt keinen rechtlichen Grund für eine Reklamation dar. Es kann jedoch kurzfristig sein, deshalb nun nicht auf die Kunden einzugehen und ihren Wunsch nach Umtausch oder gar Rückerstattung des Kaufpreises von vornherein abzulehnen. Hier müssen Sie langfristig denken und die so wichtige Kundenzufriedenheit, die Kundenbindung und die positive Mund-zu-Mund-Propaganda unbedingt im Hinterkopf behalten.

### Aus eigener Erfahrung

Böhm erinnert sich an ein Paar sündhaft teure Wildlederstiefel. „Ich habe den einen Stiefel beim Zuziehen des Reißverschlusses irgendwie ungeschickt angepackt und so riss das Leder plötzlich ein. Ich wusste nicht, ob das ein Reklamationsgrund war, oder ob nicht meine Ungeschicklichkeit daran schuld war. Etwas unsicher ging ich am nächsten Tag in das Schuhgeschäft. Noch bevor ich den Bon aus der Tasche gezogen und den Schadenshergang erläutert hatte, entschuldigte sich der Verkäufer schon für meine Unannehmlichkeiten und gab mir mein Geld zurück. Was glauben Sie – ich habe das sofort für ein Paar neue Stiefel in eben dem Geschäft angelegt und bin dort seitdem begeisterter Stammkunde.“



www.spogahorse.de  
Internationale Fachmesse  
für Pferdesport

# spoga horse

Köln, 31.08.–02.09.2014



## Perfekte Performance für den Pferdesport!

Alles, was Ihr Geschäft braucht: Entdecken Sie auf der spoga horse schon heute die Trends von morgen! Vielfältige Innovationen, Neuheiten sowie Ideen rund um Ross und Reiter – präsentiert von über 400 Anbietern.

Hier trifft sich die Branche: Knüpfen Sie auf der weltweit führenden Ordermesse für Pferdesport neue Business-Kontakte und erweitern Sie so Ihr Netzwerk. Tauschen Sie sich intensiv mit internationalen Experten aus.

spoga horse Herbst 2014 – Impulse, die Sie nach vorn bringen!

Weitere Informationen:



Koelnmesse GmbH  
Messeplatz 1 · 50679 Köln  
Deutschland  
Telefon +49 1806 408 645\*  
Telefax +49 221 821 99 1305  
spogahorse@visitor.koelnmesse.de  
www.spogahorse.de

\*0,20 Euro/Anruf aus dem dt. Festnetz, max.  
0,60 Euro/Anruf aus dem Mobilfunknetz

 koelnmesse

# DER KNOPF IST AB – SO REAGIEREN IHRE KUNDEN



hansi2/fotolia.com

Dort, wo eben noch ein schmucker Knopf die Reithose auf Taille hielt, gähnt jetzt ein ausgefranstes Loch. Mit Stumpf und Stiel hat es den Knopf aus dem Textil gerissen. Und das gleich beim zweiten Gebrauch...

## DER DOMINANTE

Dieser Typus ist eine echte Herausforderung für den Verkäufer: Der Dominante tritt äußerst forsch auf, ja, bisweilen sogar aggressiv. Er sucht den Kampf und will ihn gewinnen. Dabei ist er gedanklich und sprachlich sehr schnell und überfällt den Verkäufer womöglich mit seinen Anschuldigungen und Forderungen. Für ihn ist wichtig, dass er die Reklamationsituation kontrolliert und letztlich das Gefühl bekommt, sich durchgesetzt zu haben. Der Dominante hat richtig Lust, sich in einer Reklamationsituation zu beweisen!

### Die Situation

Er hat ein paar Kilo mehr auf den Rippen als noch vor zwei Wochen beim Kauf der Reithose. Die Hose ist deswegen jetzt definitiv zu klein. Dass es den Knopf aus dem Stoff gesprengt hat, ist nur verständlich, aber höchstwahrscheinlich kein echter Reklamationsfall. Egal: Der Dominante, der zwar ahnt, dass sein „Sixpack“ etwas mit dem ausgerissenen Knopf zu tun haben könnte, argumentiert um sein Leben. Er bleibt so lange stehen, bis der Verkäufer auch einsieht: Ja – hier liegt eine Reklamation vor.

### Die Lösung

Bleiben Sie ruhig. Hören Sie zu. Zeigen Sie, dass Sie den Ärger des Dominanten verstehen und ihn sehr ernst nehmen. Aber: Lassen Sie sich nicht unterbuttern. Wenn der Dominante seinem Ärger Luft gemacht hat, reden Sie Tacheles: „Also, Herr Mächtig, wir wissen doch beide, dass wohl der stärkste Knopf hier nicht gehalten hätte. Aber ärgerlich ist das natürlich schon. Wie können wir denn jetzt gemeinsam eine Lösung finden, mit der wir uns beide wohlfühlen?“ Mit einer Win-win-Situation ist der Dominante durchaus zufrieden.

Wenn Sie nun so kulant sind und anbieten, den Schaden auf Ihre Kosten zu reparieren, besprechen Sie den Ablauf dieser

Reklamationsleistung Schritt für Schritt mit dem Kunden. Weil der Dominante oft nicht ganz genau zuhört, müssen Sie sich immer wieder rückversichern, ob er die vereinbarten Lösungen auch nachvollzogen hat und dahintersteht. Fragen Sie also nach! Zeigen Sie dem Dominanten Ihre Präsenz, Ihre Kompetenz und Ihr Standing.

Seien Sie ruhig ein wenig forsch, jetzt da Sie die Situation beruhigt und im Griff haben. Einen Satz wie: „So, Herr Mächtig, wenn der Knopf dann beim nächsten Mal wieder abreißt, dann machen wir beide mal eine kleine Diät“ könnten Sie mit einem Augenzwinkern durchaus anbringen. Das schmilzt das Eis, und der Kunde merkt, dass er Sie trotz Ihres freundlichen Auftretens dennoch ernst nehmen und respektieren muss. Er darf sich nicht alles erlauben.

### Fazit

Wenn Sie sich nicht einschüchtern lassen, freundlich aber bestimmt auftreten und eine Win-win-Lösung herbeiführen, ist der Dominante ein durchaus gut zu handhabender Reklamationsstyp. Eigentlich ist er ein Poltergeist, der erst einmal in die Luft geht, sich aber mit entsprechender Menschenkenntnis und der passenden Kommunikationsstrategie auch leicht wieder beruhigen lässt.

## DER INITIATIVE

Er liebt die Anerkennung und will gelobt werden – egal, was er macht. Offene Konflikte mag der Initiative gar nicht, denn eigentlich ist er ein kleines Sensibelchen und in seiner Persönlichkeit sehr emotional. Dabei ist er durchaus kontaktfreudig, hat viele Ideen und liebt es zu erzählen. Allerdings ist er sprunghaft. Gedanklich und



ArtFamily/fotolia.com

Nürnberg, Germany:  
29.5. – 1.6.2014



# Interzoo 2014

33. Internationale Fachmesse für den Heimtier-Bedarf

## Neue Ideen für Ihr Heimtier-Sortiment

Die aktuellen Trends der Heimtierbranche finden Sie auf der Interzoo 2014! Auf der Weltleitmesse für Heimtierbedarf präsentieren Ihnen über 1.500 internationale Aussteller die neuesten Produkte und Dienstleistungen rund ums Heimtier – und natürlich wertvolle Anregungen für Ihr Geschäft.

**Wir sehen uns in Nürnberg!**



Mehr Informationen erhalten Sie  
unter Tel +49 (0) 9 11.86 06-49 69  
oder [www.interzoo.com](http://www.interzoo.com)



**WZF**

Wirtschaftsgemeinschaft  
Zoologischer Fachbetriebe  
GmbH

**NÜRNBERG MESSE**



ArtFamilyFotolia.com

sprachlich ist er fix und hält so das Kommunikationstempo hoch. Mit ein bisschen Geschick lässt er sich ganz gut beeinflussen.

### Die Situation

Der Initiative erzählt Ihnen haarklein, in welchen Phasen sich der Knopf aus dem Stoff der Hose löste, durch die Luft schwebte und schließlich zu Boden sank. Dann hat der Initiative den Knopf aufgehoben und ist SOFORT zu Ihnen ins Geschäft gekommen. Schließlich will er ja alles richtig machen bei der Reklamation.

### Die Lösung

Nehmen Sie sich Zeit für den Initiativen. Viel Zeit. Loben Sie ihn. Dafür, dass er so gut aufgepasst hat, wie der Fehler passiert ist – denn so ist es jetzt für Sie viel einfacher, den Hersteller dafür in Haftung zu nehmen. Loben Sie ihn dafür, dass er sofort nach dem Malheur gekommen ist, denn eine zeitnahe Reklamation ist immer leichter nachzuvollziehen als ein lange zurückliegender Mangel. Übertreiben dabei dürfen Sie freilich nicht, denn das spürt der Initiative. Er fühlt sich dann nicht ernst genommen. Hüten Sie sich vor Überheblichkeit und Unterstellungen. Hofieren Sie den Initiativen ruhig ein bisschen und bemitleiden Sie ihn. Denn das mag er. „Das ist ja ärgerlich für Sie, jetzt extra deswegen noch einmal herkommen zu müssen.“ Und dann nutzen Sie Ihre Chance, um aus der Reklamation eine Verkaufssituation zu machen. Schließlich ist der Initiative sprunghaft und neuen Ideen gegenüber aufgeschlossen. Er hat also gar nichts dagegen, wenn Sie die Hose nicht gleich einschicken und ihm repariert zurückgeben, sondern ihm nun eine viel bessere Hose gegen einen nur kleinen Aufpreis in Aussicht stellen.

### Fazit

Hier haben Sie es mit einem äußerst angenehmen Reklamationspartner zu tun. Wenn Sie ihm ein bisschen Aufmerksamkeit und Zeit schenken, dann ist er schon zufrieden und lässt sich gerne auch von einem Produktwechsel überzeugen. Aus dieser Reklamationsituation können Sie problemlos eine neue Verkaufssituation kreieren.



## DER STETIGE

Er mag keine Konflikte und überlegt sich zehnmal, ob er den ausgesprengten Knopf als Reklamation melden soll oder nicht. Denn ins Geschäft zu gehen und sich womöglich mit dem Verkäufer anlegen zu müssen, ist ihm ein echtes Gräuel. Irgendwie peinlich. Denn vielleicht lag es ja an ihm, dass der Knopf ausgerissen ist. Vielleicht hat er so zugenommen? Oder er hat sich beim Schließen der Hose irgendwie ungeschickt angestellt? Weil er so introvertiert ist, fällt es ihm schwer, seine Reklamation offen zu formulieren und zu sagen, wie er sich das weitere Vorgehen wünscht.

### Die Situation

Der Stetige druckst herum. Er kommt vielleicht auch nicht gleich, sondern erst nach ein paar Tagen. Denn er hat zunächst mit sich gerungen, ob er sich wirklich traut, seinen Reklamationsanspruch geltend

zu machen. Er zeigt Ihnen die kaputte Hose und bemerkt gleichzeitig, dass er gar nicht sicher ist, ob es sich wirklich um einen Reklamationsfall handelt. Er sagt, er möchte keinen Ärger machen und es täte ihm alles schrecklich leid.

### Die Lösung

Laden Sie den Stetigen durch Ihr offenes und freundliches Wesen ein, sein Anliegen zu formulieren, und haben Sie Geduld. Es braucht Zeit, bis der Stetige mit seinem Wunsch nach Reklamation herausrückt. Helfen Sie ihm. Werden Sie zu seinem Anwalt. Er hat nämlich wirklich recht, der Stoff um den Knopf herum war nachlässig gewebt. Da wäre jedem der Knopf aus der Hose gerissen. Bestätigen Sie den Kunden in seinem Reklamationswunsch und machen Sie ihm Mut! „Das kriegen wir schon hin, da bin ich ganz sicher.“ Um ihm Sicherheit zu vermitteln, erläutern Sie ihm die einzelnen Möglichkeiten (Warenreparatur, neue Ware, Preisnachlass), die Ihnen als

Lösung vorschweben. Zeigen Sie ihm die einzelnen Schritte im Reklamationsprozedere dezidiert auf. Fatal wäre, wenn Sie die Unsicherheit des Stetigen ausnutzen. Keine Frage, wenn Sie ihm einmal gehörig über den Mund fahren, dann wird er seine Reklamation schleunigst wieder zurückziehen und nicht auf seinem Recht beharren. Wahrscheinlich ist: Der Stetige flieht aus der Situation und verlässt unverrichteter Dinge Ihr Geschäft. Und zwar für immer. Er ist nachtragend. Sie haben durch unfreundliches und herrisches Verhalten nicht nur einen Kunden verloren. Mindestens zehn der Freunde des Stetigen werden Ihr Geschäft in Zukunft ebenfalls meiden.

### Fazit

Mit ein wenig freundlicher Menschlichkeit ist diese Reklamationsituation ganz leicht und harmonisch zu lösen. Streit oder Eskalation drohen in keiner Weise. Wenn Sie offen, freundlich und bestärkend agieren, schaffen Sie eine ganz nachhaltige Kundenbindung. Der Stetige hat Vertrauen zu Ihnen gefasst und kommt immer wieder. Er weiß jetzt, selbst in solch einer schwierigen Situation wie der Reklamation lassen Sie ihn nicht im Stich.

### Literatur-Tipp

Georg Dauth

**Führen mit dem DISG Persönlichkeitsprofil: DISG Wissen für die Mitarbeiterführung**  
(ISBN 978-3-86936-438-4,  
Gabal Verlag)

EDWINA TOPS-ALEXANDER



Photo by Katja Stuppia



Elegante Dynamik:  
Unser DJ Pinerolo  
Springsattel

# Winning Technology!

# Amerigo

## Fazit

Diese sehr sachliche Reklamationsituation ist von Fakten geprägt und sollte insofern ganz rational abgewickelt werden. Hier muss sich niemand aufregen, es reicht, alles Schritt für Schritt korrekt abzuwickeln. Wenn das gelingt, haben Sie einen Kunden fürs Leben gewonnen. Er kommt immer wieder gerne in Ihr Geschäft, denn Sie schenken ihm Gehör und Aufmerksamkeit. 🐾

JESSICA KAUP ///

## Die Situation

Er weiß, wie dicht der Stoff rund um den Hosenknopf gewebt sein muss und in welche Richtung die Fäden verlaufen müssen, um maximale Haltbarkeit zu garantieren. Der Gewissenhafte hat die defekte Hose unter die Lupe genommen und: Genau dort verläuft der Faden nicht korrekt. Außerdem hat er nachgemessen, der Faden ist in diesem Bereich um 0,01 Millimeter zu dünn. Das konnte ja gar nicht halten.

## Die Lösung

Seien Sie wissbegierig. Lassen Sie sich belehren. Fordern Sie den Gewissenhaften auf, Ihnen die defekte Hose zu zeigen, und die Stelle, an welcher der Faden schlicht im falschen Muster gewebt war. Seien Sie sich bewusst: Dieser akribische Kunde hat sicherlich recht, denn er ist alles, nur kein Spinner. Insofern können Sie sich auf ihn verlassen und seine Reklamation samt Begründung mit gutem Gewissen an den Hersteller weiterleiten. Was Sie vermeiden sollten, ist Desinteresse. Auch sollten Sie im Angesicht der „Besserwiserei“ nicht unfreundlich oder gar harsch werden. Im Gegenteil, zeigen Sie ruhig, wie beeindruckt Sie von dem Fachwissen des Gewissenhaften sind und fragen Sie gegebenenfalls noch weitere Infos über diese besondere Reithose und moderne Funktionstextilien als solche ab. Auch für diesen Kunden ist es wichtig, eine Win-win-Situation zu erleben, er sollte keinesfalls mit einer „Niederlage“ aus dem Reklamationsgespräch gehen. Wenn Sie überzeugt sind, der Kunde hat irgendwo einen Denkfehler, oder Sie können seine Reklamation stichhaltig entkräften, argumentieren Sie sachlich und begegnen dem Gewissenhaften auf Augenhöhe.

## Unsere Expertin

Diese typischen Verhaltensweisen finden Sie bei den vier Grundtypen nach DISG®. Ursula Böhm ist zertifizierte Trainerin für das Management Tool Everything DISG (GEDAM Management Tools, Georg Dauth), Verkaufstrainerin, systemischer Coach und systemische Beraterin in Köln. Bundesweit bietet Sie Schulungen in den Bereichen Führung, Verkauf und Vertrieb an. Als autorisierte Fachberaterin bei der Offensive Mittelstand und dem EU Förderprojekt „UnternehmensWert-Mensch“ unterstützt sie Unternehmen zusätzlich in den Bereichen Personalqualifizierung im Sinne von „Zielerreichung durch Effizienz“.



Kai Schwarz

[www.boehm-training.de](http://www.boehm-training.de)



ArtFamilyFoto.com (2)

## DER GEWISSENHAFTE

Vielleicht ist er Buchhalter oder Steuerprüfer. Auf jeden Fall ist der Gewissenhafte eines: äußerst gewissenhaft. Bis hin zur Erbsenzählerei... Außerdem ist er absolut informiert. Denn Wissen ist Macht, und die verschafft er sich mit Recherchen zu allem, was für ihn wichtig ist. Der Gewissenhafte liebt Logik, sammelt Fakten, zitiert wissenschaftliche Erkenntnisse. Er weiß, er hat ein Recht auf Qualität und fordert dieses auch ein. Denn nach Paragraf Soundso steht ihm die Reklamation im Schadensfall zu. Da hat er sich ganz genau erkundigt!



**Vertrieb:**  
**Deutschland**  
**Österreich**  
**Schweiz**



**M**  
**Myler Bits**  
 The Level Base for Your Horse

**Bessere Kommunikation und  
 mehr Entspannung durch  
 bessere Gebisse !**

[www.pfima.de](http://www.pfima.de)

+49 (0) 6126-95729 00

**indēon**  
 riding wear

**MATRIX**  
 SADDLE PADS

**BLOCKER**