

Verständlichkeit und Recht. Teil II

Korrespondenz mit dem Image?

Beschwerde-Management: Wenn sich Kundinnen oder Kunden bei Ihnen beschwerten, dann ist das einerseits eine rechtliche Angelegenheit; andererseits geht es auch ums Image. Gerade bei heiklen Briefinhalten. Kein Widerspruch: Freundlich im Ton, klar und direkt in der Sprache.

Unternehmen verstehen sich heute als Partner ihrer Kunden und ihrer Lieferanten. Das muss auch in der Korrespondenz sichtbar sein. Ein tolles Image wird mit Floskeln und schlecht verständlichen Formulierungen leicht zerstört.

Dazu der Wirtschaftspsychologe Mag. Markus Ruppig: „Sehr viele Unternehmen sind in vielen Bereichen sehr innovativ und sehr ambitioniert, gleichzeitig steht die Alltagskorrespondenz auf dem Stand von vor zwanzig bis hundert Jahren. Es ist interessant: Unternehmen investieren in Kontakt-schulungen für den Außendienst und Telefon-Trainings für das Call-Center, jedoch Wording Trainings sind oft noch unbekannt und selten.“

Ein Brief ist wie ein persönliches Gespräch

Der traditionelle Briefeinstieg wie „Bezugnehmend auf“ oder „Anbei übermitteln wir Ihnen“ kommt eigentlich aus dem Bereich der Verwaltung und hat einen Rechtsbezug, der nicht unbedingt notwendig ist. „Man begrüßt sich mit einem Händeschütteln, stellt den Kontakt von Mensch zu Mensch her, spricht klar und direkt über Wichtiges und schüttelt sich

zum Abschied nochmals die Hände“, beschreibt Markus Ruppig das Rezept für einen gut aufgebauten Brief.

Erfolgsfaktoren im Beschwerde-Management

Ob Kundinnen und Kunden nach einer Beschwerde zufrieden gestellt werden können, hängt im Wesentlichen von vier Faktoren ab:

- 1 Zugänglichkeit: Ist der Weg zu Ihnen rasch und einfach zu finden? (E-Mail, Service-Nummer etc)
- 2 Reaktionsgeschwindigkeit: 90 Prozent erwarten sich einen Rückruf oder eine Antwort per Mail am selben Tag, eine Reaktion auf einen Brief innerhalb einer Woche
- 3 Beziehungsqualität: Freundlichkeit und Verständnis, Hilfsbereitschaft, Initiative und Lösungsorientierung, Zuverlässigkeit
- 4 Qualität: Das Lösungsangebot muss angemessen sein

Beschwerdequote hat keine Aussagekraft

Laut Markus Ruppig sind Kunden, die nach einer Beschwerde zufrieden gestellt werden können, loyaler als Kunden, die sich nie beschwert haben. Statistisch betrachtet muss sich ein Drittel aller Kunden etwa drei Mal beschweren, bevor ein Unternehmen darauf reagiert. Im Übrigen beschweren sich höchstens dreißig Prozent der unzufriedenen Kunden. Der Rest geht schweigend zum Wettbewerb. Also Vorsicht: Eine niedrige Beschwerdequote sagt nichts über die Zufriedenheit Ihrer Kunden aus!

Drei Dinge ärgern Kunden besonders:

- 1 Die Reaktion kommt zu spät
- 2 Nur ein Teil der Fragen oder Beschwerden wird beantwortet
- 3 Kunden werden mit standardisierten und sachlich formulierten Textbausteinen konfrontiert: Sie fühlen sich als Nummer, nicht als Mensch.

BRIEF IN ALTER FORM

Sehr geehrte Frau Mustermann,

bezugnehmend auf Ihr Schreiben erlaube ich mir wie folgt zu antworten. Zu unserem besonderen Bedauern wurde Ihnen von den Kollegen ein falsches Ersatzteil geschickt. Wir ersuchen dafür um Ihre Nachsicht. Wie schon fernmündlich mitgeteilt, ist die Retourenware in einwandfreiem Zustand samt Begleitschreiben heute wieder bei uns eingetroffen. Anbei übermitteln wir Ihnen wunschgemäß das richtige Ersatzteil.

Wenn Sie dazu noch Fragen haben, dann kontaktieren Sie uns schriftlich oder telefonisch. Wir sind jederzeit für Sie da.

Ich hoffe gedient zu haben und verbleibe hochachtungsvoll

*Max Muster
Prok.*

BRIEF IN NEUER FORM

Schönen Tag Frau Mustermann,

ich habe soeben erfahren, dass wir Ihnen ein falsches Ersatzteil geliefert haben. Ich kann mir vorstellen, wie ärgerlich das für Sie war. Vielen Dank, dass Sie trotz allem so verständnisvoll und freundlich waren!

Bitte entschuldigen Sie unsere Panne. Wir haben das richtige Ersatzteil sofort mit dem Express-Kurier an Sie geschickt - vielleicht ist es schon eingetroffen, wenn Sie diesen Brief lesen. Sie haben Schwierigkeiten beim Einbau? Dann rufen Sie mich bitte an: Max Muster, 01-007007. Wir helfen Ihnen gerne!

Ärger kostet Energie: Deshalb schicken wir Ihnen mit dem Ersatzteil einen Energieriegel. Und wenn Sie wieder einmal ein Problem haben, rufen Sie uns bitte an: Wir setzen alles daran, dass Sie mit unseren Produkten und Services rundum zufrieden sind.

Freundliche Grüße nach Musterdorf

Max Muster

Einfache Tipps für gute Antwortbriefe bei Beschwerden

■ Reagieren Sie auf die Beschwerde so rasch wie möglich. Zumindest mit einer Empfangsbestätigung und einer Rückmeldung, dass es länger dauert und wann mit einer Antwort sicher zu rechnen ist.

■ Lassen Sie sich beim Briefschreiben vom „Sandwich-Modell“ leiten:

- 1 Beziehung aufbauen
- 2 Information geben

3 Beziehungsvoll aussteigen – virtuell die Hand schütteln.

■ Der erste Eindruck zählt. Und dafür gibt es keine zweite Chance: Ein gelungener Briefeinstieg ist wie ein Türöffner. Nur wenn sich Kundinnen und Kunden wertschätzend behandelt fühlen, dann wollen (!) sie Ihrer Argumentation folgen. Entscheidend also ist hier, einen guten Draht zu finden.

■ Schreiben Sie so persönlich wie möglich (Ich-Form). Sich zu bedanken und Verständnis zu erklären ist

das Um und Auf. Zeigen Sie außerdem Initiative und Hilfsbereitschaft: Was haben Sie getan und was werden Sie tun – um es wieder gutzumachen oder damit das nicht noch einmal passiert?

■ Dann die Sachinformationen. Sie sollen klar und direkt formuliert sein:

1 Einfach schreiben: keine Fach- und Fremdwörter, einfacher Satzbau. Wer kompliziert schreibt darf sich nicht wundern, wenn er bürokratisch empfunden wird.

2 Kurze Sätze: max. 20 Wörter je Satz.

3 Der rote Faden: Die Inhalte logisch strukturieren, zB nach Bedeutung oder nach dem Zeitverlauf.

4 Die Lösung in den Vordergrund stellen: Schreiben Sie lieber „was alles geht“ und nicht „was nicht gehen“ wird.

■ Der Briefausstieg ist der letzte Eindruck. Und der bleibt. Worauf kommt's an:

1 Kontrollfrage, zB: „Sagt Ihnen unser Vorschlag zu?“

2 In jedem Fall ein Rückfrage-Angebot mit Name, Telefonnummer und E-Mail-Adresse des Lösungspartners. Und dann eine angenehme gemeinsame Zukunftsperspektive entwerfen, zB: „Wir freuen uns, wenn Sie uns trotz allem weiterhin Ihr Vertrauen schenken!“

3 Freundliche Grußformel, zB: „Wintergrüße nach Musterdorf“ oder

„Freundliche Grüße von Ihrem XY Service Team“.

Text: Manuela Taschlmar



Mag. Markus Ruppig

Wirtschaftspsychologe
Offingerweg 3
A-5020 Salzburg
Tel.: +43-699-177 753 35
markus.ruppig@wortwelt.at
www.wortwelt.at

LITERATURTIPP

IFRS HANDBUCH

Durch die Darstellung eines vollständigen Musterabschlusses nach IFRS bietet dieses Handbuch konkrete Hilfestellung bei der Aufstellung oder Prüfung eines IFRS-Abschlusses.

Zahlreiche ergänzende Praxisbeispiele aus österreichischen Abschlüssen weisen den Weg für eine standardkonforme Anwendung. Im Anschluss werden die einzelnen Standards und Interpretationen im Einzelnen dargestellt, versehen mit Gegenüberstellungen zu den nationalen Rechnungslegungsvorschriften sowie Hinweisen auf Problemstellungen in der Praxis.

Der Herausgeber: Deloitte Österreich ist Mitglied von Deloitte Touche Tohmatsu, einem Verein schweizerischen Rechts.

LexisNexis ARD Orac
Wien 2006
396 Seiten
ISBN: 3-7007-3419-0
Best.-Nr. 88.33.01
Preis € 55,-

