

Beschwerdemanagement

Verfasser: Ute Flammersheim
Erstellungsdatum: Februar 2009
Umfang: 3 Seiten
Inhalt: Grundsätzliches zum Thema Beschwerdemanagement

Was ist Beschwerdemanagement?

Kritik, Ideen und Wünsche von Lesern können eine Fundgrube für Bibliotheken sein, mit deren Hilfe sich Service und Leistungen verbessern lassen. Ein souveräner, zeitnaher und nachvollziehbarer Umgang mit Beschwerden und Vorschlägen ist für die Kunden zudem angenehm und trägt zum guten Image der Bibliothek bei.

Der Begriff des Beschwerdemanagements stammt ursprünglich aus der amerikanischen Marketingliteratur (Complaint Management) und meint alle Maßnahmen zur Analyse, Planung, Durchführung und Kontrolle, die in bezug auf Beschwerden zu ergreifen sind – ein aktives Handeln mit dem generellen Ziel, Kundenzufriedenheit wieder herzustellen, die negativen Auswirkungen von Kundenunzufriedenheit auf den Betrieb (wie negative Mundpropaganda oder gar Abwanderung) zu verhindern und die in Beschwerden enthaltenen Hinweise auf betriebliche Schwächen zu identifizieren sowie natürlich zu nutzen.

Beschwerdemanagement-Prozess

Dies lässt sich aber nur erreichen, wenn für unzufriedene Kunden leicht zugängliche Beschwerdewege geschaffen werden, eine sach- und problemgerechte Beschwerdereaktion und -bearbeitung erfolgen sowie Beschwerden systematisch hinsichtlich ihres Informationsgehaltes ausgewertet werden – somit ein Beschwerdemanagement-Prozess eingerichtet wird.

Beschwerdestimulierung

Beschwerden sollten möglichst einfach und unkompliziert weitergegeben werden können, um Hemmschwellen abzubauen und es dem Kunden leicht zu machen, seine Unzufriedenheit zu äußern. Dem Kunden muss signalisiert werden, dass Beschwerden erwünscht sind. Beschwerdestimulierung ist beispielsweise denkbar durch:

- > Direkte Ansprache durch die Mitarbeiter an der Theke
- > Service- und Beschwerdehotline per Telefon
- > Auslage von „Meinungskarten“, Faltblättern oder anderen Vordrucken, auf denen um Kritik und Anregungen gebeten wird; per Beschwerdebriefkasten oder Pinnwand im Haus
- > Kontaktmöglichkeit per E-Mail auf der Homepage, Internet oder Fax

Beschwerdeannahme, -bearbeitung und -reaktion

Ein einheitliches und professionelles Niveau im Umgang mit den Kunden sollte in der Bibliothek durch „Service-Standards“ festgelegt und eingeübt werden, denn der erste Kontakt mit dem Mitarbeiter, die Art und Weise, wie die Beschwerde aufgenommen wird, ist oft entscheidend. Auch wenn nicht jeder Kundenwunsch erfüllt werden kann, muss eine Beanstandung, Kritik und Beschwerde ernst genommen, geprüft und dies dem Kunden auch vermittelt werden.

Oft sind sofortige bzw. zeitnahe Problemlösungen an der Theke gefragt, so dass derjenige Mitarbeiter, der die Beschwerde annimmt, auch für deren Bearbeitung zuständig und ihm ein entsprechender Entscheidungsspielraum eingeräumt sein sollte. Ferner sollten intern zu vereinbarende Verhaltensstandards gelten, wie z.B.:

- > Sie sollten nach Möglichkeit einen ruhigen Ort für das Beschwerde-Gespräch aufsuchen, nicht gerade an der Ausleih- und Rückgabetheke verharren,
- > sich ausreichend Zeit nehmen für das Gespräch,
- > den Kunden mit Namen ansprechen, entsprechend freundlich und offen Gesprächsbereitschaft signalisieren, ihm dabei ein freundliches Lächeln schenken, aber nicht aufgesetzt grinsen,

- > gut zuhören, den Kunden ausreden lassen und Verständnis für seine Situation zeigen, nicht aber beharrlich schweigen,
- > eine ruhige und höfliche Gesprächsart wählen, gelassen sein, nicht aber überheblich,
- > inhaltliche Fragen stellen, bis die Situation geklärt ist
- > sich Notizen machen, am besten mithilfe eines Erfassungsbogens,
- > keine verbindlichen "Sofortdiagnosen" oder gar Zusagen machen,
- > keinesfalls Kollegen oder eine andere Abteilung beschuldigen und schließlich
- > das Gespräch positiv beenden!

Gegenstand der Beschwerdebearbeitung ist die eigentliche Problemlösung aus Sicht des Kunden (für den entscheidend ist, wie fair bzw. kulant er behandelt worden ist) mit dem Ziel höchster Zufriedenheit.

Was wird wie und in welcher Form erfasst?

Unzufriedenheitsäußerungen, Kritik, Beschwerden müssen schriftlich festgehalten werden, damit sie auch sinnvoll ausgewertet werden können. Eine Beschwerde detailliert aufzunehmen, bedeutet keineswegs, den ohnehin schon verärgerten Kunden mit vielen unwichtigen Fragen zu nerven, sondern vielmehr, die oftmals in erregter Gemütsverfassung vorgetragene Beschwerde auf ihren nüchternen Kern hin zu reduzieren und damit den Weg zu ebnen für eine schnelle Bearbeitung der Angelegenheit. Ein standardisierter Aufnahme- bzw. Erfassungsbogen hilft hierbei.

Lohnt es sich eigentlich? - Möglichkeiten und Grenzen

Nutzen Sie Beschwerden um daraus für die Zukunft zu lernen und noch besser zu werden! Eine regelmäßige systematische Auswertung der Beschwerden liefert Ihnen nicht nur wichtige Hinweise auf Fehlerquellen, sondern lässt häufig auch Trends erkennen. Eine genauere Analyse hilft, bestehende Mängel zu erkennen und eventuell deren Ursachen abzustellen. Damit leistet Beschwerdemanagement einen Beitrag zur Optimierung der Kundenzufriedenheit. Beschwerden können sowohl quantitativ (Wie viele Beschwerden insgesamt? Mit welchen Problemen, zu welchen Themen? – meint also die Häufigkeit der auftretenden Probleme) als auch qualitativ ausgewertet werden (systematische Ursachenanalyse und Entwicklung von Verbesserungsvorschlägen).

Fazit

- > Aktives Beschwerdemanagement bedeutet nicht erst zu warten, bis sich jemand beschwert, sondern aktiv auf die Unzufriedenen zuzugehen, stimulierend einzuwirken und Hemmschwellen abzubauen, Kritik als Chance zur Verbesserung der eigenen Leistung und Qualität zu erkennen und zu nutzen.
- > „**Damit Sie gerne wiederkommen**“ – sollte die Strategie heißen und Ziel dabei sein, die Kritik der Kunden zu nutzen, um Bedürfnisse zu erkennen, Fehler aufzudecken und schließlich Abläufe zu optimieren.
- > Entscheidend ist, dass Ihre Kunden ausdrücklich und ständig ermuntert werden, sich zu äußern, gleich in welcher Form und dass eine möglichst zeitnahe Antwort bzw. Problemlösung erfolgt.
- > Zufriedene Kunden sind das Kapital Ihrer Einrichtung, indem sie langfristig Kunden bleiben und andere Kunden werben.

Lesetipps / Links

Barlow, Janelle / Claus Moeller (1996): Eine Beschwerde ist ein Geschenk. Der Kunde als Consultant, Ueberreuter.

Stauss, Bernd / Wolfgang Seidl (2002): Beschwerdemanagement. Kundenbeziehungen erfolgreich managen durch Customer Care, 3., völlig überarb. und erw. Aufl., München.

Bruhn, Manfred / Christian Homburg (Hrsg.) (2000): Handbuch Kundenbindungsmanagement. Grundlagen – Konzepte – Erfahrungen, 3. überarb. und erw. Aufl., Wiesbaden.

Bruhn, Manfred (1999): Kundenorientierung. Bausteine eines exzellenten Unternehmens, 1. Aufl., München.

Kerr, George (1999): Kundenbindung in Öffentlichen Bibliotheken, Gütersloh.

Klein, Armin (2003): Besucherbindung im Kulturbetrieb. Ein Handbuch, 1. Aufl., Wiesbaden.

Klein, Armin (2001): Kultur-Marketing. Das Marketing-Konzept für Kulturbetriebe, München.

...und viele andere mehr...