

keit verderben von vornherein das Spiel und können nur einen Schaden einbringen, der – auf Jahre hinaus kapitalisiert – uns durch den Verlust des Kunden sehr viel Geld kostet.

2. Man höre den Kunden erst einmal an und lasse ihn seine Wünsche vorbringen. Man lasse ihn reden und falle ihm nicht gleich mit Einwänden ins Wort. Er wird dadurch nur aufgeregt und mißtrauisch. Die Schwierigkeiten werden dadurch nur noch größer und schärfer.

3. Dringend notwendig ist in jedem Falle nüchterne sachliche Betrachtung der Dinge. Man wird dann leichter klar sehen und weder sich, noch den Kunden täuschen oder irreführen wollen. Sachlichkeit, Ruhe und Freundlichkeit imponiert immer am meisten. Der Kunde ist stets angenehm berührt, wenn alles in Ruhe und Ordnung geht und mit Sachlichkeit beraten wird.

4. Man muß in jedem Falle sofort feststellen, um was es sich eigentlich handelt: Handelt es sich um eine Reklamation und sind Gründe dafür vorhanden, oder steckt hinter der Reklamation einzig und allein der Wunsch auf Umtausch, und ist die Reklamation nur ein Scheinmotiv? Man wird dies jeweils genau unterscheiden und auseinanderhalten, wenn man es sich und dem Kunden rechtmachen will. Man wird eine Reklamation natürlich auch ganz anders behandeln müssen als einen Wunsch auf Umtausch.

5. Reklamationen erfordern vom Geschäftsmann mehr Klugheit, Taktik und Selbstbeherrschung. Man wird deren Gründe und Berechtigung erst genau untersuchen müssen. Selbstverständlich wird man in diesem Falle auch immer den Verkäufer hinzuziehen. Doch muß das Personal dahin unterrichtet werden, daß Reklamationen, eben weil sie an sich schon meist eine schwierige Angelegenheit sind, mit besonderer Ruhe behandelt werden und nicht gleich zu „Streitfällen“ gemacht werden.

6. Es ist selbstverständlich, daß Reklamationen die übrige Kundschaft, die zu der Zeit vielleicht mit im Laden anwesend ist, nichts angehen und in beiderseitigem Interesse diskret behandelt werden müssen. Am besten bringt man im Laden ein besonderes Aushängeschild an, mit dem darauf hingewiesen wird, daß Reklamationen beim Chef vorgebracht und vertraulich behandelt werden. Das macht einen guten Eindruck auf die Kundschaft und ist

sehr klug. Es gibt bekanntlich Kunden, die ihre Reklamationen in Anwesenheit anderer Kunden gern breit aufstellen, sich gleich benachteiligt fühlen und das Geschäft sofort auch dafür verantwortlich machen. Jeder kennt diese schwierigen Kunden, weshalb Vorsicht stets am Platze ist, damit weiteren Schwierigkeiten und Unannehmlichkeiten vorgebeugt wird.

7. Ist die Reklamation begründet, so muß sie entsprechend erledigt werden. Man wird in seinem Urteil stets sachlich sein, doch nicht ohne weiteres gegen den Kunden selbst Stellung nehmen, vor allem dann nicht, wenn es sich um Kleinigkeiten handelt. Solche können uns ja keinen Schaden zufügen. Es hat auch keinen Zweck, eine Besprechung länger als notwendig hinzuziehen. Was Recht ist, muß Recht bleiben. Im übrigen wird man sich entsinnen, daß man bei der Regelung einer Angelegenheit auch über die strenge Rechtsgrenze hinausgehen und auch das anerkennen kann, was billig ist. Damit nämlich befriedigt man den Kunden und zeigt ihm, daß man keinerlei zweifelhafte Geschäfte machen will, sondern stets größten Wert legt auf gute Ware und Leistung und auf ehrliche Bedienung. Die Kundschaft soll bei jeder Gelegenheit empfinden, daß sie sich auf das Geschäft unbedingt verlassen kann, und der Geschäftsmann seinen guten Namen unter keinen Umständen preisgibt. Sie wird dann dem Geschäft auch nicht leicht untreu werden.

8. Bei Reklamationen und Umtauschwünschen darf kein Unterschied zwischen Lauf- und Stammkundschaft gemacht werden. An sich hat die Laufkundschaft, genau so gut wie die Stammkundschaft, Anrecht auf gute, sachliche und streng reelle Bedienung. Daß man auf die Stammkundschaft besonderen Wert legt, ist begreiflich. Doch soll man die Laufkundschaft nicht schlechter bedienen und behandeln, wenn sie mit Reklamationen und Umtauschwünschen kommt. Im übrigen sollen doch die Laufkunden zu Stammkunden werden. Zudem wird alles immer wieder weitererzählt, so daß dadurch bald neue Kunden gewonnen, bald auch andere wieder ferngehalten oder abgestoßen werden.

9. Umtauschwünsche machen an sich weniger Schwierigkeiten, vor allem, wenn sie beim Kauf gleich vorgesehen und als möglich und zulässig erklärt worden sind. Auch im anderen Falle dürften sich bei solchen Fällen keine besonderen Schwierigkeiten ergeben, sofern die Ware noch frisch und unverdorben ist, so daß man sie ohne weiteres weiter anbieten und verkaufen kann. Bei Preisunterschieden wird man sehen, wie man zusammen fertig werden kann. In besonderen Fällen und bei plötzlichen wirtschaftlichen und finanziellen Schwierigkeiten wird man auch das Geld zurückbezahlen und dem Kunden das notwendige Verständnis entgegenbringen, weil man ihn sonst sicher los ist und er anderen von unserer Engherzigkeit erzählt, so daß wir dadurch geschädigt werden. Das will nicht heißen, daß ein Geschäftsmann stets auf sein gutes Recht verzichten soll. Keineswegs, aber neben dem Recht stehen auch das Interesse des Geschäftes und die Kundschaft.

10. Im übrigen wird man in allen Fällen immer wieder auch das notwendige Entgegenkommen zeigen. Entgegenkommen, in Freundlichkeit und Sachlichkeit gehüllt, ist ein ausgezeichnetes Werbefaktor. Das macht auf den Kunden immer einen guten Eindruck und verpflichtet ihn in gewisser Hinsicht dazu, weiter unser Kunde zu bleiben. Im übrigen kann man immer wieder feststellen, daß die Kundschaft dies zu schätzen weiß und die Firma immer wieder auch anderen empfiehlt. (I/1319)

Die Foto-Studie der UHRMACHERKUNST

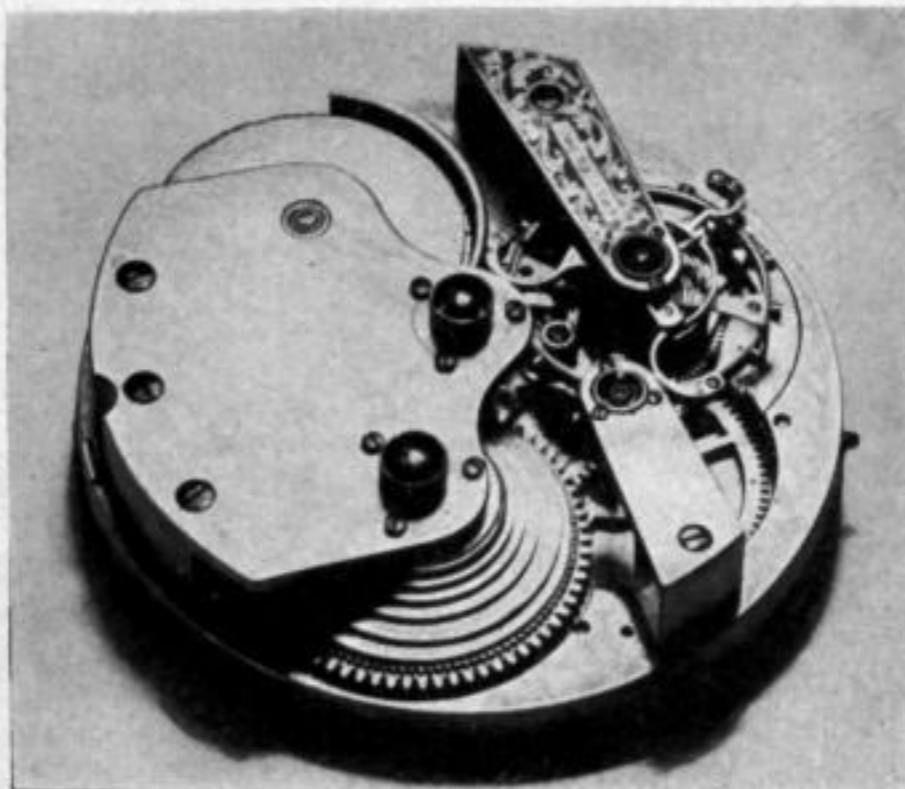


Foto: Uhrmacherkunst

Ein schönes Turbillon!