

HOCH LEBE DIE REKLAMATION

DEN KRITIKFREUDIGEN GEHÖRT DER STAMMGAST!
WARUM SIE **UNZUFRIEDENE GÄSTE** NICHT
FÜRCHTEN, SONDERN ALS ABSOLUTEN
GLÜCKSFALL SEHEN SOLLTEN.

Text: Stephanie Fuchs

Die Szene ist ein komödiantischer Klassiker: Ein grobschlächtiger, miesepetriges Koch stürmt mit Fleischermesser und einer gehörigen Portion Uneinsichtigkeit bewaffnet in den Gastraum und stellt den unzufriedenen Esser mit den Worten „Was, Ihnen schmeckt's nicht?!“ zur Rede. Im Film sind der reklamierende Gast und der revoltierende Mitarbeiter jedenfalls für einen herzhaften Lacher gut.

Weniger erheitend hingegen ist, dass der souveräne

Umgang mit Reklamationen nach wie vor ein Stiefkind des Qualitätsmanagements in Hotellerie und Gastronomie ist. „Der unzufriedene Gast wird immer noch gerne als Querulant abgestempelt, seine Anliegen nicht ernst genommen – und zwar nicht nur von den Mitarbeitern, sondern auch von den Vorgesetzten“, meint etwa Michael Bayer, der als selbstständiger Trai-

ner für Perfect Service Mitarbeitern aus Gastronomie und Hotellerie in Seminaren die Eckpunkte guten Beschwerdemanagements näherbringt.

Dabei ist jene Gästegruppe, die ihrer Unzufriedenheit überhaupt Ausdruck verleiht, ohnehin recht überschaubar. Lediglich fünf Prozent der Unzufriedenen rekla-

**EIN GAST MIT EINEM PROBLEM, DAS
PERFEKT GELÖST WURDE, IST LOYALER
ALS EINER, DER NIE EINES HATTE.**

Walter Junger über Reklamation als Kundenbindungstool

mieren vor Ort. Die restlichen 95 Prozent ziehen, zumeist für immer, von dannen. Teilen ihre negativen Erfahrungen jedoch mit durchschnittlich zehn Personen. Dank Facebook & Co. potenziert sich diese Zahl rasch um ein Vielfaches.

Um diese und andere Katastrophen zu vermeiden und aus einem unzufriedenen Gast im besten Fall sogar einen ▶

▶ Stammgast zu machen, braucht es natürlich mehr als das freundliche Lächeln jenes Mitarbeiters, an den die Beschwerde herangetragen wurde.

An erster Stelle gilt es, die positiven Effekte einer Reklamation zu sehen und zu verinnerlichen. Ein Gast, der unzufrieden ist und das auch äußert, räumt die Möglichkeit zur Korrektur ein und signalisiert damit, dass ihm an einer guten Zusammenarbeit liegt. Darüber hinaus ist jede Reklamation ein überaus wertvolles Feedback-Tool, denn nur wer seine Schwächen kennt, kann diese auch ausmerzen. Wird eine Reklamation zur Zufriedenheit des Gastes gelöst, fühlt er sich ernst genommen und wertgeschätzt. Gradmesser für diese Wertschätzung ist laut Bayer übrigens vor allem das Ausmaß an Verständnis, das dem Gast entgegengebracht wird. „Viele Mitarbeiter konzentrieren sich nur darauf, möglichst sofort eine Lösung oder Kompensation anzubieten. Dabei ist es enorm wichtig, mit dem Gast zu sprechen, zuerst Verständnis zu zeigen, ▶

sich zu entschuldigen und dann eine Lösung zu finden.“ Wer die Anliegen und Beschwerden seiner Gäste wirklich ernst nimmt, zuhört und sich zuerst dem Mensch und erst dann dem Problem zuwendet, hat Bayers Meinung nach sehr gute Chancen, den ehemals unzufriedenen Gast bald wieder zu sehen.

Aber auch der aufmerksamste Mitarbeiter braucht ein System, das ihm Orientierung im Falle einer Beschwerde bietet. Der systematische Ablauf des Reklamationsprozesses ist für eine positive Abwicklung von besonderer Bedeutung. System bedeutet dabei allerdings keineswegs, ein steifes Korsett an Regeln aufzustellen, sondern ein positives Wechselspiel aus Eigenverantwortung der Mitarbeiter und klar definierten Abläufen zu ermöglichen.

Bleibt noch die Frage, wie man mit jenen wenigen Gästen umgeht, die tatsächlich eine ausgeprägte Vorliebe für Diskussionen haben. „Ob der Kunde grundsätzlich immer recht hat, ist ein Thema, das in meinen Trainings leidenschaftlich diskutiert wird. Ich denke, man sollte sich vielmehr fragen, ob man mit dem Gast Geschäfte machen will oder nicht. Wenn ja, dann hat er immer recht und dann tue ich alles, um ihm entgegenzukommen. Es gibt, selten, aber doch, bestimmte Situationen, in denen man Grenzen setzen und dem Gast auch sagen sollte, dass man offensichtlich nicht zusammenpasst. Eine Lösung muss aber immer her“, ist Michael Bayer überzeugt. ■