

Wie sind Sie auf das Thema **BESCHWERDEMANAGEMENT** gestoßen? Was war der Auslöser?

Ich habe in meinem Freundes- und Bekanntenkreis viele Leute, die es scheuen sich über eine mangelhafte Ware zu beschweren. Wenn man ihnen dann sagt, dass sie das Recht haben diese umzutauschen oder zu reklamieren, habe ich oftmals den Satz gehört: „Das machen die doch sowieso nicht“. Das war ein Anreiz für mich herauszufinden, wie man diese Situation verbessern kann.

In Ihrer Arbeit schreiben Sie: „Durch keine andere **MAßNAHME**, wie z. B. die Einrichtung eines professionellen Kundencenters, erhält man einen derartigen Nutzen“. Wie erklären Sie sich dann die Tendenz, dass die Mehrheit der Kunden eine Kundenhotline äußerst ungern nutzt?

Der Hauptgrund ist, denke ich, dass man mit einer Kundenhotline im Allgemeinen hohe Kosten verbindet. Hinzu kommt dann, dass man keinen persönlichen Ansprechpartner hat. Man wird bei jedem Anruf mit einem neuen Kundenberater verbunden und kann hierauf meist kein Einfluss nehmen.

Konnten Sie **SCHWERPUNKTE** in speziellen Branchen, in denen die Kunden-Unzufriedenheit deutlich höher ist, feststellen?

Ich konnte feststellen, dass der Kunde in bestimmten Branchen schneller abwandert als in anderen. Die Mehrheit der Kunden würde bei einem aufgetretenen Problem bei McDonald's wieder dort essen, nicht allerdings bei einem x-beliebigen Restaurant. Häufig spielt eine Rolle, ob es sich um ein etabliertes Unternehmen handelt oder eines ohne jegliche Markenwirkung. Darüber hinaus macht der Kunde auch Unterschiede zwischen Dienstleistungs- und Produktanbietern.

INTERVIEW
Pauline Fiedler

Gewinnerin des Förderstipendiums der PROMOS consult GmbH für ein Auslandspraktikum



Was charakterisiert Ihrer Meinung nach ein **KUNDENFREUNDLICHES UNTERNEHMEN**?

Der wichtigste Punkt ist hierbei ein zuvorkommendes und kompetentes Verkaufspersonal. Weitere Maßnahmen, wie ein professionelles Kundencenter oder Feedback- bzw. Beschwerdekarten spielen nur eine nachrangige Rolle. Der Kunde muss schon beim Kauf des Produkts oder der Dienstleistung das Gefühl haben, dass er mit einer Beschwerde niemandem zur Last fällt. Darüber hinaus muss dem Kunden bei einer Beschwerde suggeriert werden, dass diese eine Veränderung bewirken wird.

Warum haben Sie sich für ein Auslandspraktikum in **SCHWEDEN** entschieden?

Zunächst einmal muss ich sagen, dass es sehr schwer ist, für „nur“ 3 Monate ein Auslandspraktikum zu bekommen. Schweden ist ein sehr schönes Land und sticht, wie man ja immer wieder in den Medien hört, besonders durch sein gutes Sozialsystem hervor. Ich bin sehr gespannt was ich für Unterschiede im Gegensatz zu Deutschland kennenlernen werde.

Was erhoffen Sie sich von dem Auslandspraktikum? Welche **ERWARTUNGEN** knüpfen Sie daran?

Von dem Praktikum erhoffe ich mir vor allem einen Einblick in die praktischen Vorgänge in einem Unternehmen zu erhalten. Ich könnte dann meine neuen Erfahrungen mit dem was ich in meinen Vorlesungen an der TFH Wildau gelernt habe, abgleichen und auch meine neu gewonnenen Erkenntnisse in mein Studium einbringen.