

## Beschwerdemanagement ist Qualitätsverbesserung – ein Vorwort

Fast alle Unternehmen bekennen sich in öffentlichen Erklärungen und in teuren Hochglanzbroschüren zur Kundenzufriedenheit als "oberstem Ziel". Wer es damit ernst meint, müsste zuerst dafür sorgen, dass Kunden keinen Grund haben, unzufrieden zu sein. Das wäre ja so etwas wie eine Minimalanforderung. Wenn es dann doch zur Unzufriedenheit von Kunden kommen sollte, müsste das Unternehmen ernsthafte und rasche Schritte unternehmen, um diese Unzufriedenheit zu beseitigen. Müsste – tut es aber häufig nicht!

Zu wenig Unternehmen setzen ihre öffentlichen Bekenntnisse zu einer konsequenten Kundenorientierung in eine Strategie um, die sowohl zu einer stärkeren Kundenbindung, als auch zu finanziellen Vorteilen führen soll und führen kann. In Wirklichkeit mangelt es in vielen Unternehmen ganz einfach an dem Verständnis dafür, dass Beschwerden erstens einen Grund haben und zweitens ein systematisches Beschwerdemanagement ein Mittel ist, eigene Fehler aufzudecken, diese in Zukunft zu vermeiden, Leistungen zu verbessern und Kunden langfristig an das Haus zu binden. Auf der einen Seite wird Kundenzufriedenheit gepredigt, auf der anderen Seite aber ist mangelnde Kundenorientierung in Deutschland zu einem allgegenwärtigen und fast permanenten Ärgernis geworden.

Es ist höchste Zeit, dass sich Unternehmen Gedanken darüber machen

- in welcher Weise auf Beschwerden reagiert werden kann und soll;
- wie ihre Mitarbeiter auf den Umgang mit sich beschwerenden Kunden vorbereitet werden müssen, um eine für alle Beteiligten befriedigende Lösung des aufgetretenen Problems nicht von Anfang an zu blockieren;
- wie Beschwerden bearbeitet werden sollen und wie die entsprechenden Prozesse zu strukturieren sind;
- wie eine systematische und gründliche Auswertung der Beschwerdeinhalte genutzt werden kann, um firmeninterne Abläufe zu optimieren, Fehler abzustellen und Kosten zu reduzieren.

Allein aus den hier aufgeführten Punkten wird schon erkennbar, dass es nicht darum gehen kann, Beschwerden zu unterdrücken, sondern vielmehr darum, daraus einen langfristigen Nutzen zu ziehen. Dies ist auch der Tenor der Fachliteratur zu diesem Thema, die – trotz der allseits bekannten und sichtbaren Missstände in Sachen Beschwerdemanagement – noch sehr überschaubar ist. Es reicht aber nicht aus, zu erkennen, dass ein institutionalisiertes Beschwerdemanagement für jedes Unternehmen sinnvoll ist. Das Unternehmen muss auch über eine Firmenkultur verfügen, die es erlaubt, konstruktiv über Fehler zu sprechen und nachzudenken – statt dieses wichtige Thema zu tabuisieren. Nur dann hat ein Beschwerdemanagement die Chance, wirksam und damit für das Unternehmen nützlich zu werden.

Denken Sie nach über die Ideen, die das Gerüst dieser Abhandlung bilden. Prüfen Sie die Zustände in Ihrem Unternehmen. Handeln Sie!

Klaus P. Beer