



Foto: Tero Vesäläinen/Stock

Chance für den Handel: Aus zunächst enttäuschten Kunden können glückliche Kunden werden.

# Problemlose Reklamation fördert Kundenbindung

**Mystery Shopping** In unserer schnelllebigen und hektischen Zeit passiert es immer häufiger, dass sich der Kunde auf den Kauf schlecht vorbereitet oder in der Eile keine Beratung in Anspruch nimmt und sich letztendlich bei der Produktauswahl vergreift. Dann kommt es zu Reklamation oder Umtausch – für den Händler Chance und Risiko zugleich. Step Up

Ist ein Kunde nach dem Besuch im Baumarkt wieder zu Hause angekommen und bemerkt, dass er das falsche Produkt gekauft hat, ärgert er sich darüber und muss erneut den Baumarkt aufsuchen. Der Kunde sucht den Fehler in der Regel jedoch nicht bei sich, sondern lastet dieses negative Erlebnis seinem Händler an. Für den betroffenen Baumarkt ist diese Reklamation oder der Umtausch neben dem personellen Aufwand auch eine Chance, ein negatives in ein positives Erlebnis zu wandeln. Eine gelungene Reklamationsbearbeitung oder ein schneller Umtausch sind wie ein

gutes Kundenbindungsinstrument zu sehen. Wenn der Kunde weiß, dass er bei einem Fehlgriff sein Geld zurückbekommen oder den falschen Artikel gegen das richtige Produkt austauschen kann, so hat er ein besseres und sicheres Gefühl beim Kauf. Weiß der Kunde, dass der Reklamationsvorgang reibungslos abläuft, so fällt ihm die eigentliche Kaufentscheidung deutlich leichter. Darüber hinaus gelingt es bei einer guten Reklamationsbearbeitung auch oftmals, Cross-Selling-Artikel zu veräußern.

Doch wie sieht es in der Praxis aus? Ist der Reklamationsprozess in den Baumärkten einfach und unkompliziert? Wir haben unsere geschulten Mystery-Shopper beauftragt, Reklamationsvorgänge in verschiedenen Baumarktketten durchzuführen. Hierfür haben wir Produkte in diversen Baumärkten käuflich erworben, um diese anschließend zu reklamieren. Innerhalb des Prozesses wurden die Begrüßung, die Retourenbearbeitung, die Verabschiedung, das gesamte Auftreten des Mitarbeiters und die Bearbeitungsdauer beobachtet und anschließend bewertet.

Quelle: Step Up



Reklamation	Note 2019 (2018)	Note 2019 (2018)	Note 2019 (2018)	Note 2019 (2018)	Note 2019 (2018)	Note 2019 (2018)
<b>Erstkontakt</b> (20 %)	1,0 (1,0)	1,0 (1,0)	1,0 (1,0)	1,0 (1,0)	1,0 (3,0)	4,0 (1,0)
<b>Retouren- bearbeitung</b> (20 %)	1,0 (2,0)	2,5 (3,3)	1,0 (1,0)	1,0 (1,8)	1,0 (3,5)	2,5 (1,0)
<b>Verabschiedung</b> (20 %)	1,0 (6,0)	6,0 (1,0)	1,0 (2,5)	1,0 (2,5)	1,0 (2,5)	2,0 (1,0)
<b>Auftreten des Kassierers</b> (30 %)	1,7 (2,5)	3,0 (1,0)	1,0 (1,3)	1,0 (2,0)	1,0 (2,2)	2,3 (1,0)
<b>Gesamte Bearbeitungsdauer</b> (10 %)	1,0 (1,0)	1,5 (3,0)	2,0 (1,0)	1,0 (1,0)	1,0 (3,5)	2,0 (1,0)
<b>Gesamt</b>	<b>1,2 (2,65)</b>	<b>2,95 (1,65)</b>	<b>1,1 (1,4)</b>	<b>1,0 (1,9)</b>	<b>1,0 (2,75)</b>	<b>2,6 (1,0)</b>
<b>Platzierung</b>	<b>3. (5.)</b>	<b>5. (3.)</b>	<b>2. (2.)</b>	<b>1. (4.)</b>	<b>1. (6.)</b>	<b>4. (1.)</b>

Sowohl Toom als auch Hagebau belegen Platz 1.

### Erstkontakt

Der Erstkontakt wird durch die Begrüßung und den Blickkontakt des Mitarbeiters geprägt. In dieser Kategorie konnten nahezu alle Baumärkte punkten. Einzig und allein bei Globus hat der Mitarbeiter den Kunden zunächst nicht wahrgenommen, sodass dies zu einer Abwertung führte. Der Blickkontakt in einem Gespräch ist sehr wichtig. Bleibt dieser aus, fühlt sich der Kunde im emotionalen Vorgang einer Reklamation nicht ernst genommen und nicht persönlich betreut. Toom, Obi, Hagebaumarkt, Bauhaus und Hornbach konnten bei diesem Kriterium optimal überzeugen, die Mitarbeiter begrüßten den Kunden freundlich und behielten hierbei den Blickkontakt.

### Retourenbearbeitung

In dieser Kategorie wurde überprüft, ob der Umtausch zügig bearbeitet wurde und der Mitarbeiter lösungs- und kundenorientiert gehandelt hat. Bis auf Globus und Bauhaus, die in den Augen des Kunden nicht lösungs- oder kundenorientiert gehandelt haben, überzeugten die übrigen Baumarktketten

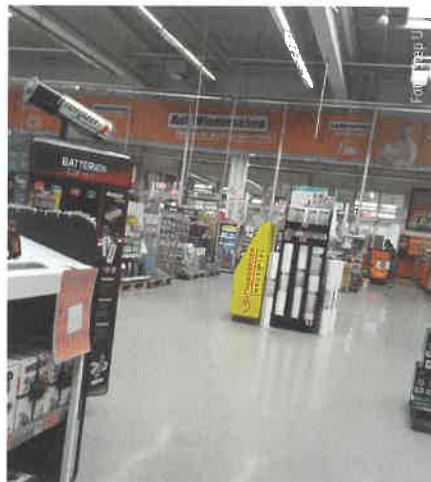
in der Retourenbearbeitung auf ganzer Linie. Der Prozess verlief kundenorientiert, reibungslos und zügig. Bei Globus wurde die Retoure zwar ebenfalls zügig abgewickelt, allerdings hat sich der Kunde wenig beachtet gefühlt, da der Mitarbeiter sich mehr mit seinem Kollegen angeregt unterhielt, als dem Kunden die Aufmerksamkeit zu schenken. Die Bearbeitung der Retoure bei Bauhaus fiel leider negativ auf. Hier wurde die Retoure an einer speziellen Umtauschkasse bearbeitet, an der der Kunde lediglich eine Guthabekarte ausgestellt bekam. Wollte der Kunde jedoch sein Geld zurück, musste er sich im Anschluss an den Umtausch an der normalen Kasse anstellen. Dort war die Kasse jedoch relativ frei, sodass sich der Zeitaufwand noch in Grenzen hielt.

### Verabschiedung

Nach der eigentlichen Retourenbearbeitung folgte die Überprüfung der Verabschiedung. Glänzen konnten in dieser Kategorie Hornbach, Hagebaumarkt, Obi und Toom. Hier wurden die Kunden sehr freundlich und authentisch verabschiedet. Der Mitarbeiter von Globus verabschiedete ebenfalls seine Kunden, jedoch eher kurz und knapp und mit wenig Freundlichkeit in der Stimmlage. Daher schnitt Globus in dieser Bewertung ebenfalls etwas schlechter ab. Das Schlusslicht bildete Bauhaus, da der Kunde hier gar nicht verabschiedet wurde. Der letzte Wortwechsel fand hier statt, als der Mitarbeiter zum Kunden meinte, dass er sich seinen Erstattungsbetrag mit dem von ihm dafür ausgestellten Bon an der Kasse auszahlen lassen kann. Danach verstummte er. Da die Verabschiedung als letzter Kontaktpunkt einen wesentlichen und prägenden Eindruck hinterlässt, wurde hier mit einer ungenügenden Note bewertet.



Eine Retourenbearbeitung sollte so einfach und lösungsorientiert wie möglich für den Kunden gestaltet werden.



Bezüglich der Wartezeit lieferten Toom, Obi und Hagebaumarkt ein sehr gutes Ergebnis.

### Auftreten des Mitarbeiters

Das Auftreten des Mitarbeiters wurde zum einen nach Hilfsbereitschaft und Freundlichkeit, aber auch nach dem äußeren Erscheinungsbild, sprich Arbeitskleidung und Namensschild, während des gesamten Retourenprozesses bewertet.

Hinsichtlich der Freundlichkeit und Hilfsbereitschaft schließen Toom, Obi, Hagebaumarkt und Hornbach mit der Bestnote 1 ab. Hier waren die Mitarbeiter sehr freundlich und zuvorkommend. Bei Globus war der Mitarbeiter nur wenig freundlich und hatte keine positive Ausstrahlung. Noch etwas negativer fiel die Filiale von Bauhaus auf. Der Mitarbeiter war etwas ungehalten, als der Kunde nachfragte, wie denn der Ablauf der Retoure erfolgt und wie die Erstattung verbucht wird. Der Mitarbeiter erwiderte unfreundlich und patzig, dass er hier kein Geld habe und man zur anderen Kasse gehen muss, um sich dies auszahlen zu lassen. Auch die Hilfsbereitschaft in den Märkten Globus und Bauhaus war nur eingeschränkt gegeben. Die Artikel wurden zwar retourniert, jedoch verhielten sich die Mitarbeiter etwas sperrig und gingen bei aufkommenden Fragen nicht auf den Kunden ein oder erläuterten den Retourenablauf, stattdessen wurde der Kunde allein stehengelassen und nicht mehr beachtet. Es fehlte grundsätzlich an Motivation, den Kunden bei der Retourenbearbeitung zu unterstützen. Positiv überzeugt haben jedoch alle Filialen mit dem äußeren Erscheinungsbild ihrer Mitarbeiter. In allen sechs Baumarktketten

machten die Mitarbeiter einen gepflegten Eindruck, trugen saubere und angemessene Arbeitskleidung und ein gut lesbares Namensschild.

### Gesamte Bearbeitungsdauer

Die Beurteilung der gesamten Bearbeitungsdauer wurde ebenfalls in zwei Bereiche unterteilt. Einerseits wurde bewertet, wie lang die gesamte Wartezeit während der Retoure betrug, andererseits wurde getestet, wie viele Kassen geöffnet waren. Bezüglich der Wartezeit lieferten Toom, Obi, und Hagebaumarkt ein sehr gutes Ergebnis. Der Kunde wurde ohne Wartezeit beziehungsweise mit einer Wartezeit von unter einer Minute bedient. Bei Bauhaus betrug die Wartezeit etwa drei Minuten, da ein Kunde vorher noch bedient wurde, und im Anschluss musste sich der Kunde noch an einer regulären Kasse anstellen. Der Zeitaufwand wurde dadurch jedoch nur minimal erhöht, da zu dem Zeitpunkt drei Kassen geöffnet waren. In der Kategorie Wartezeit schloss Globus am schlechtesten ab. Hier betrug bereits die Wartezeit an der Info-/Umtauschkasse drei Minuten, weil der zuständige Mitarbeiter mit seinem Kollegen in eine angeregte Unterhaltung vertieft war, bis er dem Kunden Aufmerksamkeit schenkte. Positiv zu erwähnen ist, dass im Anschluss vier Kassen geöffnet hatten und somit der Vorgang der Retoure zügig abgewickelt und der Geldbetrag erstattet wurde.

### Fazit

Bei diesem Test haben wir zwei erste Plätze: Toom und Hagebaumarkt. Diese beiden Märkte überzeugten durchweg mit Bestnoten. Das Schlusslicht auf Platz fünf bildete Bauhaus mit einer Gesamtnote von 2,95. Dies lag zum größten Teil an dem Auftreten des Mitarbeiters und des langwierigen Umtauschprozesses. Dicht dahinter folgt Globus mit einer Gesamtbewertung von einer 2,6 auf Platz vier, was der leicht unfreundlichen Ausstrahlung und den sehr knapp ausgefallenen Worte des Mitarbeiters geschuldet war. Wesentlich besser schlossen Hornbach und Obi ab. Beide Märkte haben sehr gute Gesamtbewertungen, und die Retourenbearbeitung erfolgte kundenorientiert und hilfsbereit.

Zusammenfassend lässt sich erneut feststellen, dass die Menschen das Image der Filialen ausmachen. Das Auftreten der Mitarbeiter hat maßgeblich zu den Bewertungen der Reklamationsbearbeitung beigetragen. Aus diesem Grund sollten die Mitarbeiter während des gesamten Prozesses stets freundlich und hilfsbereit dem Kunden gegenüber treten und eine authentische Begrüßung und Verabschiedung durchführen. Zudem sollte eine Retourenbearbeitung so einfach und lösungsorientiert wie möglich für den Kunden gestaltet werden. Dieser Test hat wieder einmal bewiesen, dass jede gute Reklamationsbearbeitung eine Chance ist, aus einem negativen Erlebnis eine höhere Kundenbindung zu erzeugen und sogar hierdurch auf das Image des Baumarktes einzuzahlen. ■

### Step Up

Im Auftrag von **BaumarktManager** testet die Marketingagentur STEP UP AG aus Hannover seit Juli 2017 regelmäßig große Baumarktketten auf ein bestimmtes Kriterium. Ziel der STEP UP AG ist der nachhaltige Erfolg sämtlicher Marketing- und Vertriebsaktivitäten ihrer Kunden. Von individuellen Strategien bis hin zur Projektrealisierung bietet STEP UP ein ganzheitliches Lösungsportfolio. Wir messen und quantifizieren Kundenzufriedenheit und Customer Experience.