

Ihr Kunde möchte ein Buch verlängern? ... fragt nach, wo seine Fernleihe bleibt? ... beschwert sich über die Qualität der über subito gelieferten Seiten? ... möchte nicht länger von der Pflichtstelle über abzugebende Hefte genervt werden? ... versteht nicht, warum er Mahngebühren bezahlen soll?

Die Gründe, warum sich ein Kunde mit der Bibliothek in Verbindung setzt, können sehr vielfältig sein. Sie haben jedoch alle eines gemeinsam: sie bieten eine Chance zur Kundenbindung. In einer Zeit in der eigentlich nichts umsonst ist, sondern alles entweder Geld oder Zeit kostet, ist die Zeit, die sich ein Kunde nimmt, um ein Schreiben zu verfassen, als „Kompliment“ zu werten.



„Danke für Ihre Rückmeldung“, „danke für die neuen Informationen“ ... mit Sicherheit wird sich der Kunde mit dieser kleinen Schmeichelei am Briefanfang eher angesprochen fühlen, als wenn Sie direkt und ohne Vorwarnung zur Sache kommen. Einem Kunden, der Ihnen zuvor einen Beschwerdebrief verfasst hat, nehmen Sie auf diese Weise etwas Wind aus den Segeln. Er wird die Informationen, die Sie ihm vermitteln möchten, so sicherlich aufmerksamer lesen.

Eine Entschuldigung Ihrerseits sollte hier nur folgen, wenn Sie dies auch wirklich meinen: ... tut es Ihnen wirklich so leid, dass Sie dem Kunden die Mahngebühren aus eigener Tasche erstatten würden?

Es gibt diverse Punkte, die Sie bei Antwortschreiben beachten können. Sprechen Sie z.B. Ihren Kunden direkt und aktiv an – dies sollte auch schon im Betreff Ihres Schreibens geschehen: „Ihre Frage:...“ „Wir haben die Leihfrist Ihrer Bücher verlängert“ klingt dynamischer als „Die Leihfrist Ihrer Bücher wurde verlängert“. Durch die Einbeziehung Ihrer Institution (Wir) ins Subjekt können Sie Ihrem Kunden darlegen, dass die Dienstleistung nicht automatisch passiert, sondern, dass ein Mensch tätig werden muss. Sie arbeiten in einer Serviceeinrichtung – vermitteln Sie dies Ihrem Kunden auch.

Lesen Sie aufmerksam das Schreiben Ihres Kunden, notieren Sie sich die Themen, auf die Sie eingehen wollen und strukturieren Sie Ihre Antwort. Es ist einfacher, wenn der Kunde einen „Ablaufplan“ erhält – frei nach dem Motto: das tut die Bibliothek, das soll ich als Kunde tun. Aus eigener Erfahrung sind Sie bestimmt genug geimpft, wie unpersönlich, unverständlich und langweilig Schreiben in behördendeutsch klingen. Sie arbeiten nicht im Finanzamt, sondern in einer Dienstleistungseinrichtung; das ist eine sehr wichtige Botschaft an den Kunden. Bieten Sie ihm einen aktiven Weg an einer Kooperation mit Ihrem Hause teilzunehmen.

Gehen Sie genau auf die Kundenanfrage ein. Wenn ein Kunde nach einer bestimmten Auskunft sucht, beantworten Sie dieses Anliegen so exakt wie möglich. Schütten Sie ihn nicht mit Informationen zu, nach denen er nicht gefragt hat. Möchte ein Kunde z.B. wissen, inwiefern bestimmte Bestände bei Ihnen in der Bibliothek benutzbar sind, zeigen Sie ihm, ob und wie er diese benutzen kann. Übermitteln Sie ihm, dass Sie sich auf seinen Besuch in Ihrer Bibliothek freuen. Mit einem „Übrigens...“ können Sie ihn ggf. noch darauf hinweisen, welche Vorteile er als registrierter Kunde Ihrer Bibliothek genießt.

Ein solches „Übrigens...“ sollte zum restlichen Schreiben passen. Bei einem Mahnschreiben könnte ein „Empfehlen Sie uns weiter“ durchaus nicht den gewünschten Effekt erzielen. Ein Hinweis auf die Verlängerungsmöglichkeit über das Online-Benutzerkonto wäre angebrachter.

Im Rahmen des Seminars „Antworten schreiben – die Bibliothek erklärt sich Ihren Kunden“ haben sieben Bibliothekarinnen aus Rheinland-Pfalz dank der Referentin Gertrud Ihls gelernt, dass das Suchen nach der aktiven Kommunikation mit dem Kunden immer und in jedem Bereich lohnt. Ich bin sicher, dass alle Kursteilnehmerinnen in Ihren Arbeitsbereichen die gewonnenen Einsichten umsetzen werden.