



Rezepte für eine besondere Beziehung

ST. GALLEN. Was macht Kundenbeziehungen besonders? In der diesjährigen Umfrage des KMU-Instituts bei Teilnehmenden des Schweizer KMU-Tages fielen auf diese Frage die Begriffe Verlässlichkeit, Offenheit, Fairness, Qualität, Kompetenz und Ehrlichkeit. Das leuchtet ein. Es sind dies Begriffe, die in diesem Zusammenhang immer wieder fallen – was die Thematik aber nicht minder interessant macht.

Denn Kundenbeziehungen sind das A und O des Geschäftens. Und pflegt man sie richtig, ist das eine «Riesenchance für Unternehmen», wie Urs Fueglistaller, Präsident des Patronats des KMU-Tages und Direktor des KMU-Instituts an der HSG, sagt.

Die besondere Kundenbeziehung stehe auf «fünf Eckpfeilern», sagte Fueglistaller. Der erste betreffe die Haltung gegenüber dem Kunden. Man solle sich auf ihn freuen. Die Bereitschaft, den Kunden die Wünsche von den Lippen zu lesen, sei dann viel einfacher.

Wer diese Haltung lebe, der stecke auch die Mitarbeitenden

an. Der zweite Pfeiler: Versprechen einhalten. «Wer Versprechen einhält, der baut ein Vertrauensverhältnis auf», so Fueglistaller. Gestärkt werden Kundenbeziehungen laut Fueglistaller, wenn man es schafft, das Sahnehäubchen obendrauf zu liefern, bereit ist, «die Extrameile zu gehen». Wer dann noch einen persönlichen Touch einbringe, könne viel gewinnen. Und schliesslich Pfeiler Nummer fünf: Reklamationen ernst nehmen und sofort reagieren. «Das stärkt die Loyalität.»

Thomas Bieger, Rektor der Universität St. Gallen und Professor für Betriebswirtschaftslehre, teilte die Kundenbeziehung in verschiedene Geschäftsmodelle ein. Sein Rat lautete: «Orientieren Sie sich konsequent am Kundenvorteil.» Auch die Suche nach dem einen Megatrend, sei es in der Gesellschaft oder der Wirtschaft, erübrigt sich je länger, je mehr. Laut Bieger existieren heute mehrere Trends nebeneinander. Die Kunst als KMU sei es nun, die für sich passende Nische zu finden. (red.)