



Aufwand und Mut lohnen sich

ST. GALLEN. Den Kunden schlechthin gibt es nicht. Darum gibt es auch kein Patentrezept, wie Unternehmen, egal ob gross oder klein, ihren Kunden am besten begegnen. Wichtig ist aber – und das hörte man am KMU-Tag an jeder Ecke der Olma-Hallen –, dass man sich selber bleibt und Beziehungen pflegt. Doch Kundenbeziehungen pflegen sich nicht von alleine, das bedingt Aufwand. Umso schöner ist es, wenn sich dieser Aufwand auch auszahlt. Im Falle der Kunden eines Treuhänders tut es das in einer langjährigen



Sandra Kessler
formationen fliessen heute immer rascher, die Kunden sind besser und schneller informiert.» Gerade im Dienstleistungssektor sei es zentral, Kundenbeziehungen zu pflegen. «Der KMU-Tag ist eine Gelegenheit, dies zu tun.» Und nebenbei bei spannenden Referaten Inputs zu holen. Inspiriert habe sie insbesondere Daniela Merz, die Geschäftsführerin der Dock-Gruppe, mit ihren Ausführungen über Sozialfirmen. «Das regt zum Nachdenken an.»



Andreas Bauer
der Beziehung eine persönliche Note zu geben. «Hier muss man sich Mühe geben und den Mut haben, auch einmal andere Wege zu gehen.»



Bruno Baur
Geschäftsbeziehung, «über eine Generation hinweg», wie Bruno Baur, Prokurist bei Budliger Treuhand aus Zürich, sagt. «Bei wichtigen Themen und Trends müssen wir den Kunden abholen und ihn begleiten.» Es sind dies Trends wie neue Medien, welche die Kundenbeziehungen nachhaltig verändern.

Mit Veränderungen im Kommunikationsverhalten ihrer Kunden sieht sich auch Sandra Kessler von Appenzellerland Tourismus konfrontiert. «Die In-

Nachzudenken, wie bestehende Beziehungen verbessert und neue geknüpft werden können ist das eine, zur Tat zu schreiten etwas anderes. Wie Gastgeber Urs Fueglistaller in seinem Eingangsreferat sagte, braucht es da schon die eine oder andere Extrameile. Andreas Bauer, Finanzchef der Flawiler Flawa AG, stimmt ihm da zu. «Die Kundenbeziehungen zu pflegen, das ist nicht immer gleich einfach.»

Gerade wenn man es mit grossen Retailern zu tun habe, sei es manchmal auch herausfordernd,



Bilder: Sabrina Dünnenberger/Thorsten Fischer

Thomas Köber
Thomas Köberl, Geschäftsleitungsmitglied von Abacus Research in Wittenbach-St. Gallen, erklärt, wie das Zusammenspiel beim Softwareunternehmen funktioniert. «Wir sind Hersteller und operieren über Vertriebspartner, die den Direktkontakt zum Kunden pflegen.» Abacus arbeite eng mit seinen Vertriebspartnern zusammen, die auch die Wünsche und Anregungen der Kunden weiterleiten. «Diese Inputs werden dann umgesetzt.»

Sabrina Dünnenberger,
Thorsten Fischer