



Online-Ausgabe

Gossauer Nachrichten
9014 St. Gallen
071/ 242 67 70
gossauer-nachrichten.ch/

Medienart: Internet
Medientyp: Tages- und Wochenpresse

[Online lesen](#)

Themen-Nr.: 377.009
Abo-Nr.: 377009

+



Foto: z.V.g.
Mitorganisator Professor Urs Füglistaller in Hochform.

«Lassen Sie sich ganz auf Ihr Gegenüber ein»

27.10.2014 15:38

DIE KUNDEN im Fokus der über tausend Teilnehmenden am Schweizer KMU-TAG

Am zwölften Schweizer KMU-Tag standen die Kunden im Fokus. Die hochkarätigen Referentinnen und Referenten aus Praxis und Forschung beleuchteten verschiedenste Aspekte der Kundenbeziehungen. Die über tausend teilnehmenden KMU-Führungskräfte nahmen Denkanstösse, Tipps und eine gute Portion Motivation mit in den Alltag.

Als alljährlicher Treffpunkt der Schweizer «KMU-Szene» fokussiert der Schweizer KMU-Tag im Olma-Areal in St.Gallen jeweils konsequent auf ein praxisbezogenes Thema, zu dem die KMU-Führungskräfte «handfeste» Tipps in den Alltag mitnehmen können. Der entscheidende «Player» für den Erfolg von KMU stand im Fokus der zwölften Ausgabe, die wiederum über 1000 Besucherinnen und Besucher in ihren Bann zog: die Kundinnen und Kunden. Von SRF-Moderatorin Cornelia Boesch kompetent durch das Programm geführt, bot die bedeutende Schweizer Wirtschaftstagung auch dieses Jahr Denkanstösse, Tipps und Erfolgsgeschichten, aber auch Spass, Humor und gute Gespräche – und damit eine gute Portion Motivation für die Herausforderungen im KMU-Alltag.

«Haben Sie den Mut, Nein zu sagen»

Die kompetenten Referentinnen und Referenten gingen den besonderen Beziehungen von KMU zu ihren



Online-Ausgabe

 Gossauer Nachrichten
 9014 St. Gallen
 071/ 242 67 70
 gossauer-nachrichten.ch/

 Medienart: Internet
 Medientyp: Tages- und Wochenpresse


 Online lesen

 Themen-Nr.: 377.009
 Abo-Nr.: 377009

Kunden von verschiedensten Seiten her auf den Grund. Zu Beginn bettete Thomas Bieger, Rektor der Universität St. Gallen, Professor für Betriebswirtschaftslehre und Direktor des HSG-Institutes für systemisches Management und Governance (IMP-HSG), die Kundenbeziehung ein in verschiedene Geschäftsmodelle. Sein Rat: «Orientieren Sie sich konsequent am Kundenvorteil. Definieren Sie Ihre Marktsegmente und haben Sie den Mut, ‚Nein‘ zu sagen. Und vor allem: Denken Sie nicht nur in Produkten und Kunden, sondern in integrierten Geschäftsmodellen.» Zum Geschäftsmodell gehört für Daniela Merz, CEO der St. Galler Dock Gruppe AG, auch der direkte Kontakt zwischen Kunden und Mitarbeitenden: «Wir bieten langzeitarbeitslosen Menschen eine unbefristete Anstellung in den Bereichen Industrie und Recycling. Das Wichtigste ist für diese Menschen, dass sie eine reale Arbeit haben, mit der sie Wirkung erzielen und Nutzen stiften können. Wenn unsere Kunden sehen, mit wie viel Stolz unsere Mitarbeitenden für sie arbeiten, ist das die beste Kundenbindung.»

«Hören Sie Ihren Kunden zu»

Als «Advokatin der Kunden» beleuchtete Anne M. Schüller, eine der führenden Expertinnen Europas für Loyalitätsmarketing, die Frage, wie KMU für ihre Kunden Mehrwerte schaffen können: «Die entscheidenden Mehrwerte sind Zeit, Ruhe, Sicherheit und Freiraum. Und vor allem: Wecken Sie gute Gefühle!» Nicht nur Schüller, sondern auch Notker Wolf, der Abtprimas des Benediktinerordens, und Norbert Bolz, Professor und Spezialist für Medienwissenschaften an der Technischen Universität Berlin, betonten, wie wichtig es ist, sich auf die Kundinnen und Kunden einzulassen. «Hören Sie Ihren Kunden zu, brechen Sie Ihre eigene Selbstbezogenheit auf», appellierte Wolf unter Bezugnahme auf die Benediktinische Regel. Bolz betonte, dass die Kundenbeziehung heute nicht mehr wirklich zwischen den Unternehmen und den Kunden entsteht, sondern vielmehr unter den Kunden untereinander – in ihrer Selbstorganisation. «Das ist das Wesentliche: Wie können sich Unternehmen in diesen Dialog der Selbstorganisation einklinken und daraus Innovationen und neue Lösungen entwickeln?» Dass dies funktioniert, zeigte Adrian Steiner, CEO der Thermoplan AG, die mit 200 Mitarbeitenden Kaffeefullautomaten entwickelt und produziert. Sie vertreibt diese heute weltweit in über 60 Länder vertreibt und betreut unter anderen Starbucks mit Trainings, Verkaufsunterstützung und Kundenberatung vor Ort.

Treffpunkt der «KMU-Szene»

Am Schweizer KMU-Tag finden Unternehmerinnen und Unternehmer und Führungskräfte aus KMU eine Plattform zum Austausch mit Kolleginnen und Kollegen. Die Tagung gehört zu den bekanntesten und gefragtesten Treffen dieser Art in der Schweiz. Angeboten und durchgeführt wird der Anlass in bewährter Co-Organisation vom Schweizerischen Institut für Klein- und Mittelunternehmen an der Universität St. Gallen (KMU-HSG) und von der Agentur alea iacta ag. Der Schweizer KMU-Tag steht unter dem Patronat des Schweizerischen Gewerbeverbands (SGV), von economiesuisse, der Industrie- und Handelskammer St. Gallen-Appenzell und des Kantonalen Gewerbeverbands St. Gallen. Unterstützt wird der Anlass durch langjährige Hauptsponsoren, denen KMU-Anliegen sehr wichtig sind: Helvetia, Raiffeisen, OBT, ABACUS und Swisscom. Der nächste Schweizer KMU-Tag findet statt am Freitag, 23. Oktober 2015.

pd