



Grundlagen kaufmännischen Handelns sind Aufrichtigkeit und der Dienst an Kunden.

edhar/123RF

## Chancen für kleine und mittlere Unternehmen

# Sich abheben durch gelebte Aufrichtigkeit



**Thomas Meister, Wolfgang Sievert Steuerberatungsgesellschaft mbH**

Immer wieder schütteln wir den Kopf über Skandale oder sonstige unglückliche Außenauftitte von Unternehmen, über welche die Medien berichten. Die meisten dieser Beispiele sind bei den großen Unternehmen zu finden – und gerade deswegen liegt hier die Chance für die kleinen und mittelständischen Unternehmen, sich durch eine aufrichtige Außerdarstellung abzuheben.

### Kundenorientierung im Vordergrund

Es ist häufig zu beobachten, dass in vielen Großkonzernen die Grundlagen kaufmännischen Handelns – also der Dienst an den Kunden – immer weniger gelebt werden. Jeder Unternehmer wird seine eigenen Interessen und Ziele nur dann erreichen können, wenn er sich durch tagtägliches Bemühen um seine Kunden auszeichnet. Ein Unternehmer empfiehlt sich dadurch seinen Kunden und ist ihnen dienlich. So altmodisch und klassisch diese Formulierungen auch sein mögen, sie sind nach wie vor topaktuell und in Anbetracht der wachsenden Konkurrenz wichtiger denn je.

### Grundprinzipien leben

Aufrichtigkeit eines Unternehmens gegenüber den Kunden entsteht durch Grundprinzipien, die leider nicht immer selbstverständlich sind:

- Ankündigungen, individuelle Absprachen und Zusagen einhalten (Verkaufskultur)
- Bei Problemen Hilfestellung leisten und sich um Lösungen im Sinne des Kunden zu bemühen (Servicekultur)
- Kontinuierliche und planbare Unternehmensentwicklung, ohne das Unternehmen selbst und die Kunden zu überfordern (Organisationskultur)
- Die Mitarbeiter als Kollegen und nicht als Ressource betrachten, da diese das Unternehmen nach außen vertreten (Personalkultur)

Diese Aufzählung ließe sich noch um viele Punkte ergänzen.

### Mitarbeiter als Sprachrohr des Unternehmens

Speziell der Faktor Mitarbeiter wird hierbei sehr häufig unterschätzt. Ob ein alter Kunde gehalten, ein neuer Kunde gewonnen und der Ruf des Unternehmens positiv verstärkt und

verankert wird, dafür sorgen die Menschen, auf die der Kunde trifft – die Mitarbeiter. Nur wenn die Mitarbeiter eine hohe Identifikation mit dem Unternehmen und seinen Produkten haben, sind sie im Kundenkontakt glaubwürdig und überzeugend. Verhalten prägt Verhalten. Von der Führung zum Mitarbeiter zum Kunden.

### Intensive Kundenbeziehungen führen zum Erfolg

Kunden sind durchaus bereit, fachliche Mängel, Verzögerungen oder andere Probleme bis zu einem gewissen Grad zu tolerieren, solange sie das Gefühl haben, dass sich das Unternehmen aufrichtig für sie einsetzt.

So sagte einst Sam Walton (Gründer von Wal-Mart): *“There is only one boss. The customer. And he can fire everybody in the company from the chairman on down, simply by spending his money somewhere else.”* ■