

Sehr geehrte Herren Regierungsräte, Herr Stadtpräsident, werthe Universitätsräte und Ehrensensoren, sehr geehrte Herren Rektoren, meine sehr geehrte Damen und Herren, liebe Freunde des KMU-Tages¹

Im Namen der Universität St. Gallen, unseres KMU-Institutes und *alea iacta* heisse ich Sie alle herzlich willkommen und wir freuen uns sehr, dass Sie hier sind.

Fassen wir zusammen, was wir aus dem kurzen Film entnehmen konnten.

Dabei danke ich unserem Sohn Peer für die Videoproduktion: Auf die Frage hin, was denn die besonderen Aspekte der Kundenbeziehung sind, haben die befragten Unternehmerinnen und Unternehmer folgendes geantwortet:

Verlässlichkeit, Offenheit, Fairness, Qualität, Kompetenz, Ehrlichkeit – das sind die Aspekte einer besonderen Beziehung.

¹ Das Kleingeschriebene wird aus Zeitgründen eher weggelassen; Titel bisher: 2014: KMU und ihre Kunden – Aspekte einer besonderen Beziehung; 2013: KMU und ihr Potenzial – Wie Kleine auch ganz Grosses erreichen können; 2012: KMU in einer paradoxen Welt – vom Umgang mit Widersprüchen, 2011: KMU und Kreativität – vom Wert des Querdenkens, 2010: KMU zwischen Anspruch und Wirklichkeit – Die Besinnung auf das Wesentliche, 2009: KMU in fragilen Zeiten - vom Reagieren zum Agieren / 2008: KMU und Geschwindigkeit – auf der Suche nach dem richtigen Tempo, 2007: KMU im Vorteil: Was Unternehmer von Managern (manchmal) unterscheidet; 2006: KMU und Werte: Erfolg durch Vertrauen, 2005: KMU im Wandel: Wege – Grenzen – Horizonte, 2004: KMU im Aufbruch – Kunden – Märkte – Werte, 2003: KMU vor einer ungewissen Zukunft – Realitäten – Perspektiven – Impulse.

Als Forscher darf und muss man sich immer die Frage stellen, was eben „nicht“ gesagt wurde. Was vielleicht für die Befragten derart selbstverständlich ist, das sie es nicht erwähnt haben.

Das können wir uns das an einem Beispiel verdeutlichen:

Denken Sie bitte über Ihren letzten mehrtätigen Aufenthalt in einem Hotel nach, in dem es Ihnen wirklich gut gefallen hat. Was war denn das Besondere daran?, Das Besondere – so meine Behauptung – war das „-er“. Die Besonderheit der Beziehung zwischen Kunden und KMU drückt sich eben im „-er“ aus. Was meine ich nun mit „-er“?

Das heisst die Beziehung zur Besitzerfamilie des Hotels wurde von Tag zu Tag persönlichER, kompetentER, verlässlichER, offenER, die Begrüssung beim Frühstück wurde vertrautER, man fühlte sich von Tag zu Tag mehr daheim, daheimER kann man ja nicht sagen.

Und ich glaube darum geht es, dass das Besondere in der Beziehung zwischen KMU und ihren Kunden spürbar lebendig oder lebendigER ist und wird. Wie die Hände in unserem kurzen Intro-Film zeigen wollten! Es ist doch die Bewegung der Hände, also die Bewegung mit dem Kunden hin zu einer besseren Beziehung. Denn wer sich bewegt, muss wissen wohin, und wer sich eben nicht bewegt, muss wissen warum.

Zurück zum Hotel – denn genau jetzt passiert:

Am Tag Ihrer Abreise freuen sie sich schon auf eine herzliche Verabschiedung doch es wird recht unpersönlich abgewickelt, ein schaler Eindruck entsteht.

Was ich damit sagen will sind zwei Dinge:

1. Die Besonderheit der Beziehung muss immer wieder genährt werden: Offenheit, Kompetenz, Verlässlichkeit sind keine absoluten Grössen, sondern können laufend verbessert werden. Fügen Sie bitte ab jetzt in Gedanken immer ein „-er“ hinzu: Verlässlicher, kompetenter, kundenorientierter – das ist unser Ziel in der Besonderheit der Kundenbeziehung.
2. Bei einer hohen Kundeninteraktion können Verletzungen passieren, die von aussen her betrachtet nicht schlimm sind, in der erlebten Innenwelt jedoch gewaltig enttäuschen können: Jetzt waren wir eine Woche im Hotel, und am Schluss sagt man uns kaum adieu. Unsere Haltung. Meine Werte sind bestimmend für die Besonderheit in der Kundenorientierung.

Der letzte Eindruck zählt eben auch. Und wenn Ihr Kunde noch einen weiten Weg vor sich hat, geben Sie ihm ein Faustbrot und ein Wasserli mit. Das sind feine Gesten, die zur klaren Kultur Ihres Hauses passen: Das Konkrete bedingt das Filigrane – auch in der Art, wie wir mit unseren Kunden umgehen.

[Fue nimmt aus seinem Tagungskoffer beide Schläuche hervor] Erlauben Sie mir, eine Metapher dazu vorzustellen: Stellen Sie sich zwei Firmen vor, die in der gleichen Branche tätig sind, etwas gleich gross, gleiche Marktmacht, ähnliche Produkte haben. Nur; und hier kommt die Metapher – das eine Unternehmen ohne Mäschchen ist erfolgreich, das andere mit den hübschen Mäschchen eben nicht. Warum das?

Die Mäschchen symbolisieren die Abgrenzungen zwischen den einzelnen Abteilungen. Industriebeispiel: Einkauf – Verkauf / dann Design & Konstruktion / Produktion / Inbetriebnahme: Originalton des Verkäufers: Die da hinten sind komplett auf uns angewiesen, wir holen doch die Aufträge rein, sind an der Front, die haben gar keine Ahnung, wie sehr wir für die schufteten, Chef über die Design- und Konstruktionsabteilung: Die vor ihren Riesen-Bildschirmen taugen nicht viel, und müssen am Abend immer an der Stirne rubbeln, damit die Tastatureindrücke vom Tagesschlaf rausgehen, Produktionschef: wir sind das Herzstück in der Firma, ohne uns läuft aber gar nix, und ich kriege ständig

einen Augentinitus, wenn ich in die anderen Abteilungen schaue: Augentinitus: ja, Lauter Pfeifen um mich herum, und dann die Helden in der Inbetriebnahme: Ohne uns würde die ganzen gelieferten Maschinen vor Ort gar nicht laufen, wir baden alle Fehler der Gspänli da vorne aus.

Soviel zum Thema „Umgang mit internen Kunden“ und wenn ich nun als externer Kunde in eben dieses Unternehmen einen Auftrag reingebe, sozusagen reinpuste, schauen Sie bitte, was mit meiner Gesichtsfarbe passiert: ich krieg so einen dicken Hals, es geht schon, jedoch brauche ich so viel Energie... und am Schluss kommt warme Luft raus.

Sie habens längst bemerkt, die Analogie ist offensichtlich. Beim zweiten Unternehmen muss ich nur leicht reinpusten und alles klappt. es funktioniert.

Mir ist dabei wichtig, dass die Aspekte einer besonderen Beziehung zwischen KMU und Kunden alle mittragen, jeder einzelne in diesem Unternehmen muss viel für das Gelingen leisten, und nur so funktioniert, wenn wir interne und externe Kunden ernst nehmen.

Was sind die wichtigsten Pfeiler einer besonderen Kundenbeziehung – es sind deren 5:

1. Der erste Pfeiler ist meine Haltung gegenüber meinem Kunden, das gilt auch selbstverständlich gegenüber meinen Mitarbeitenden und Lieferanten. Für mich ist der wichtigste Wert in meiner Haltung: „Ich freue mich auf meine Kunden“ – das merkt der Kunde. Es geht um Haltung – es geht um Bereitschaft, auf den Kunden zuzugehen und – es geht um Handlung. Und dabei freue ich mich auch auf meine internen Kunden, nämlich meine Mitarbeitenden..

Haltung – Bereitschaft – Handlung: Mit meiner Haltung: „Ich freue mich auf meinen Kunden“ stecke ich meine Mitarbeitenden an „Wir freuen und auf unsere Kunden“ so muss es lauten. Und die Bereitschaft, dem Kunden die Wünsche von den Lippen zu lesen, ist dann viel einfacher. 2. Versprechen einhalten: Wenn ich was verspreche, dann mache ich es auch. Der Kunde freut

sich über Ihr Versprechen. Gestern Abend hätten Sie hier sein sollen, das sah aus wie das nackte Chaos hier, alle Sponsoren waren wie die Wilden am Stand aufbauen, die Techniker, die Hallenmeister usw. und alles sagten mir, hey Fügli, das kommt gut, wir versprechen Dir, morgen ist alles pikobello. Versprechen einhalten - dadurch bauen sie Vertrauensverhältnis auf – Verlässlichkeit, wie wir in der Studie ermittelt haben. Lustiges Bild, ohne jemanden nahe treten zu wollen, einfach lässig: 2 Tage war die Panzertür zu – und hinter dieser Panzertüre befindet sich der einzige Bankomat auf dem Universitätsgelände - immer offen.

3. Extrameile: Bild von Tür, hey, die Universität gibt es seit 1899

4. pers. Touch

5. Reklamationen ernst nehmen, sofort reagieren und es als Chefsache deklarieren, wenn es sich um eine Reklamation handelt, die der Verantwortliche im Unternehmen nicht mehr selbst erledigen kann, denn wir wissen: Wenn es uns gelingt, eine gute Erledigung der Reklamation

gegenüber dem Kunden zu bieten haben wir eine Riesenchance, dass der Kunde noch loyaler zu uns ist. .

Das sind Besonderheiten der Beziehung also 1. Sich auf den Kunden freuen, 2. Versprechen einhalten, 3. Extrameile – das Sahnehäubchen obendrauf – liefern, 4. persönlicher Touch einbringen und 5. Reklamationen ernst nehmen und sofort reagieren.

Und genauso wie Sie zu Ihren Kunden sind, verstehen wir uns - wir als Universität St. Gallen und *alea iacta* - als Gastgeber und sind uns sehr bewusst, dass ohne das filigrane Gewebe, das in diesem Saal existiert, der KMU-Tag niemals möglich wäre, dafür möchte ich Ihnen von Herzen danken.

und auch den vielen Helfern rund um die Olma Messen AG, von der Parkplatzeinweisung bis zum Koch – das sind Leute die ihr Bestes geben, Auch möchte ich jenen ganz speziell verdanken, die an der KMU-Tag-Studie mitgemacht haben. (Mitte der Tagungsunterlage und unsere Mitglieder vom

FörderVerein KMU wird dann noch die gesamte Studie verschickt) – zwei Gewinner aus der Verlosung, die ein schickes iphone 6 erhalten

Heinz Schönholzer, TS Tor&Service AG, Muolen
Wolfgang Brunner, Wdata AG, Abtwil
Beim KMU-Tag-Stand (Universität und alea iacta)

Es gebührt sich, dass einige besondere Unternehmen erwähnt werden, die einfach schon IMMER mit uns dabei waren, nämlich unsere Sponsoren und unser Patronatskomitee: Gerne möchte ich alle Sponsoren und unser Patronatskomitee erwähnen und ihnen unseren grossen Dank aussprechen. ich schlage vor, dass ich alle Namen nenne und dass wir anschliessend mit einem grossen Applaus das tolle Engagement verdanken. Dennder KMU-Tag könnte Ihnen, meine Damen und Herren, niemals das bieten ohne unsere Sponsoren.

Die Hauptsponsoren:

✓ Raiffeisen

✓ Helvetia

✓ Abacus

✓ OBT

und die

✓ Swisscom (als Kommunikationspartnerin). Übrigens offeriert heute die Swisscom ✓ gratis WLAN auf dem ganzen KMU-Tag-Gelände und eine ✓ App für Ihr Smartphone oder Tablet und für unsere Twitterer gibt es ein „häschtag“ #kmutag.

Unseren wichtigen Medienpartner:

✓ der Leader

✓ das St. Galler Tagblatt

✓ die Unternehmerzeitung

✓ der Organisator und

uns unseren Dienstleistungspartnern/ Co-Sponsoren:

Sitag

Schützengarten

Switzerland Global Entreprise

Hirn Automobile

Stagelight

Ostschweiz Druck

Schumacher printSolutions

Goba Mineralquelle und Manufaktur

Swiss TS

ModeWeber

Typico swiss

OstJob.ch

PMS – Schönenberger AG

ELO Digital Office

Helsana

Career Service Center der Universität St. Gallen

und für das Patronatskomitee

Schweizerischer Gewerbeverband

economiesuisse

IHK St. Gallen-Appenzell

Kantonaler Gewerbeverband St. Gallen

Nun bitten wir, unsere Moderatorin, Frau Cornelia Boesch mit Applaus auf die Bühne –
wir wünschen Ihnen von Herzen einen guten KMU-Tag!