

Herrlich! Eine Finanzierung ohne jede Rückzahlungsverpflichtung!

von Thomas Thier

Das Ärgerlichste an Kreditfinanzierungen – abgesehen von der damit verbundenen Bürokratie – ist die Tatsache, daß man dem Kreditgeber das Geld irgendwann zurückzahlen muß. Wie schön, daß es außer Banken, Private Equity-Fonds, Lieferanten und Verwandten eine Geldquelle gibt, die auf die Rückzahlung ihres Finanzierungsbeitrags komplett verzichtet! Diese Finanzierungsquelle sind die Kunden. Was sie für unsere Produkte und Leistungen bezahlen, verlangen sie nicht zurück. Wir können diese Mittel beliebig investieren, laufende Betriebsausgaben damit bestreiten oder sie für den eigenen Konsum entnehmen.

Ein Unternehmen, das genügend Kunden hat, die die Rechnungen bezahlen, kennt keine Engpässe. Geld ist nur knapp, wenn die Kunden fehlen, die es bringen. Jeder einzelne Kunde ist soviel wert, wie die Summe aller seiner zukünftigen (!) Zahlungen, abzüglich der Aufwendungen für die Leistungen, die wir für ihn erbringen. Wer's mag, kann diese zukünftigen Einzahlungsüberschüsse aller Kunden aufsummieren: Heraus kommt der Unternehmenswert.

Apropos Unternehmenswert: Die Debatten in Großunternehmen, die sich um *shareholder value* drehen, gehen an der Aufgabenstellung vorbei. Es sind eben nicht die *shareholder*, die die Rechnungen bezahlen, sondern die Kunden. Wer seine *shareholder* pflegt, hat noch lange keine Kunden, wer aber seine Kunden pflegt, dem laufen die *shareholder* zu. Die wirklich knappe Ressource ist nicht Kapital, sondern Kunden. *Shareholder value* spielt im Mittelstand überhaupt nur zu einem einzigen Zeitpunkt eine Rolle, nämlich dann, wenn das Unternehmen verkauft werden soll.

Wenn Ihnen am Wert Ihres Unternehmens liegt, dann sorgen Sie dafür, daß Ihre Kunden mehr von Ihnen kaufen, daß mehr Kunden von Ihnen kaufen und daß alle Kunden öfter bei Ihnen kaufen und auch noch zu höheren Preisen. Daß das funktioniert, beweisen täglich die vielen Unternehmen, denen es gut geht.

Damit es auch Ihrem Unternehmen gut geht: Gehen Sie pfleglich mit Ihrer liebsten Finanzierungsquelle, Ihren Kunden, um. Menschen kaufen von Menschen. Es geht also darum, die Beziehungen zu den Kunden angenehm zu gestalten. Kunden wollen individuelle Behandlung. Sie wollen eine Lösung für ihren Wunsch und sie wollen keinen Ärger und keine Unannehmlichkeiten, sondern Spaß beim Einkaufen. Das gilt für Verbraucher wie für industrielle Kunden: Auch der Profi-Einkäufer möchte mit Freude und ohne Ärgernisse arbeiten.

Der vielleicht wichtigste Aspekt in der Pflege von Kundenbeziehungen ist der Umgang mit Beschwerden und Reklamationen. Wer hat es nicht schon erlebt, daß sich ein Anbieter wegen ein paar Euro stur gezeigt und damit eine ganze Kundenbeziehung verloren hat. Wie hoch wären die Erträge aus einer fortdauernden Kundenbeziehung gewesen und in welchem Verhältnis stehen diese entgangenen Erträge zu dem reklamierten Betrag? Eine überraschend großzügige Geste hätte die Kundenbeziehung gerettet und auch noch für positive Mundpropaganda und neue Kunden gesorgt.

P.S. Erzählen Sie das bitte auch Ihren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern!