

Kein Business ohne Beziehungen

Vortrag beim Marketingclub Offenburg/Ortenau

Prof. Dr. Henning Schulze vom Magnit Institut (Deggendorf) referierte im Marketingclub über »Beziehungen im Business«.

Offenburg (red/cw). Das vollbesetzte Burda-Konferenzzentrum sprach Bände: Über die exorbitante Bedeutung von Beziehungen im Geschäfts- und Kundenleben herrscht Informationsbedarf. Beziehung – das ist aber mehr als bloßes »Networking«, das Sammeln von Kontaktdaten. Beziehungen müssen gelebt werden, müssen ernstgemeint sein, brauchen die ständige Pflege.

Heute mehr denn je. Denn es hat sich ja einiges verändert: Früher waren es vor allem die Produkte und Leistungsangebote, die das Geschäftsleben dominierten und letztlich den Erfolg generierten, meist über den Preis. Heute haben sich Waren und Dienstleistungen derart angeglichen, dass alles darauf abzielen muss, sich als Marke von den Wettbewerbern abzugrenzen. Und das kann, so die durch viele Studien belegte These von Professor Henning Schulze bei seinem Vortrag vor dem Marketingclub Offenburg/Ortenau, letztlich am besten über den persönlichen Kontakt zwischen Kunde und Lieferant geschehen.

Die Art der Beziehung zwischen Käufer und Verkäufer ist Voraussetzung für den wirtschaftlichen Erfolg eines Unternehmens. Entscheidend ist eine vertrauensvolle, positive Beziehung. Nach wie vor gilt eben die Regel aus dem privaten Umfeld: »Wenn die Chemie stimmt, dann klappt es auch mit dem Nachbarn.« Diese Chemie kann man positiv beeinflussen, indem etwa die nüchterne Kernleistung eines Produktes mit einer Zusatzleistung versehen wird. Der Ton macht auch hier die Musik, und die Atmosphäre im Business entscheidet über den Erfolg.

Positive Gesten

Bleibt die Kernfrage: Wie kann man im Dreiecksverhältnis Unternehmen – Mitarbeiter – Konsument den Mitarbeiter zur positiven Geste anspornen? Gelinde Zweifel wurden in der Diskussion geäußert angesichts der Dominanz der Controller, bei denen alles berechnet wird, bloß nicht das Lächeln eines Mitarbeiters.

Doch Clubpräsident Lothar Nadler verwies auf seine eigenen langjährigen Erfahrungen und meinte, in einem gut geführten Unternehmen denken auch die Controller positiv mit und haben ansonsten nicht die letztlich entscheidende Macht.