

- **Kundenverluste sind unvermeidbar!**
Es ist quasi ein Naturgesetz: Je länger man einen Kunden hat, desto höher ist die Wahrscheinlichkeit, dass man ihn verliert. Das dürft Ihr nicht persönlich nehmen, denn Kunden sind „laufende Figuren“. Sie sind Geschäftspartner und keine Freunde. Wenn der Markt ihnen etwas Besseres bietet, sind sie in den meisten Fällen weg. Wer dann die Schuld bei sich sucht, verfällt in Selbstzweifel. Also abhaken und nach vorn schauen!
- **Kümmert Euch laufend um Neugeschäft!**
Vorbeugend solltet Ihr Euch ständig um neue Kunden bemühen, auch und gerade dann wenn die Geschäfte gut laufen. Das fällt oft schwer, weil man ja genug zu tun hat. Also, die Zeit für die Akquisition einplanen und im Terminkalender reservieren. Wichtig ist auch Eure Arbeitsteilung dabei. Schaut mal, wer das größere Verkaufstalent hat. Startet damit in guten Zeiten. Wenn es eng wird, ist es meistens zu spät!
- **Befragt Eure Kunden hin und wieder!**
Jeder Unternehmer braucht einen Zugang zum Denken und Fühlen seiner Kunden. Wie ist es um die Qualität Eurer Kundenbeziehungen bestellt? Wisst Ihr was Euren Kunden wichtig ist? Wie denken sie über Euch? Das alles könnt Ihr erfahren, wenn Ihr eine Kundenbefragung durchführt oder durchführen lasst. Und dann entsprechende Maßnahmen trifft, um Kundenverluste möglichst klein zu halten. Wie eine solche Befragung durchgeführt wird, verrät Euch gern Helmut, unser gelernter Sozialwissenschaftler.
- **Analysiert Eure Kunden regelmäßig!**
Man schaut im ersten Moment immer auf den Umsatz, den ein Kunde bringt. Das ist aber nicht die ausschlaggebende Größenordnung. Wichtiger ist das Ergebnis, also zunächst der Rohertrag und schließlich der Gewinn. Kundenrentabilität lautet das Stichwort. Zumindest die größeren Kunden gehören regelmäßig auf den Prüfstand, damit Ihr nicht nur arbeitet, sondern wirklich Geld verdient. Und der Verlust eines unrentablen Kunden ist zum Schluss ein Gewinn.
- **Engagiert Euch nicht über das Geschäftliche hinaus! Sonst droht Enttäuschung.**
Die Gefahr von Enttäuschungen ist groß, wenn man sich über das Geschäftliche hinaus persönlich einbringt. Marianne hat das hin und wieder getan und sich auch persönlich um Kunden gekümmert, zum Beispiel im Krankheitsfall. Sie war sehr enttäuscht als dieser Kunde eines Tages ging. Daraus hat sie gelernt und ihre Haltung verändert: professionelles Engagement ja, persönliches Engagement mit Einschränkung!
- **Vermeidet die Abhängigkeit von einzelnen Kunden!**
Achtet auf eine gute Durchmischung Eurer Kunden und macht Euch nicht von ein oder zwei großen Kunden abhängig. Darauf solltet Ihr Energie verwenden. Es bedeutet zunächst Akquisition und dann in den meisten Fällen Wachstum, mit allen Konsequenzen, räumlich, personalmäßig usw. Jedenfalls sollte zum Schluss kein Kunde mehr als 10 oder 15 % Eures Umsatzes repräsentieren. Die genaue Größenordnung ist branchenabhängig.

- **Sorgt für klare Verträge und im Notfall für kompetenten juristischen Beistand!**
Eure Werkverträge oder Dienstverträge, Eure AGBs und alles was dazu gehört, sollten wasserdicht sein und keinen Raum für Interpretationen lassen. Leistungsumfang, Liefertermin, Qualitätsniveau, spätere Kundenwünsche, Vergütung usw. sollten zumindest schriftlich bestätigt werden. Im Insolvenzfall und auch bei Rechtsstreitigkeiten mit Kunden, zum Beispiel wegen Gewährleistungsfragen, hat es sich für uns sehr auszahlt, über Jahre mit Anwälten zu arbeiten, die unser und ihr Geschäft verstanden.
- **Seid in schwierigen Situationen ehrlich zu Euren Mitarbeitern!**
Gibt es ein ernstes Problem, informiert Eure Mitarbeiter ehrlich, aber undramatisch. Sie wollen nicht jedes Detail wissen, aber sie brauchen die Gewissheit, dass der Kapitän das Schiff auf Kurs hält und eine klare Ansage, was sie als Matrosen dafür tun können. Das ist Helmut immer trefflich gelungen. Wenn es ganz schlimm wird, und Ihr merkt, dass Ihr um Entlassungen nicht herumkommt, fällt die nötigen Entscheidungen zügig und schiebt das Problem nicht auf die lange Bank. Zieht bei betriebsbedingten Kündigungen unbedingt einen Arbeitsrechtler hinzu!
- **Steht gerade bei Misserfolgen als Paar zueinander!**
Das sagt sich leicht und meistens gelingt es ja auch. Wenn Vorwürfe und Enttäuschungen im Raum stehen, die Ihr alleine nicht ausräumen könnt, ist Coaching ein guter Weg. Wir haben davon vor 25 Jahren auch einmal Gebrauch gemacht. Es war eine spannende Sitzung und zum Schluss bat uns der Coach, alles das aufzuzählen, was wir in unserer gemeinsamen „Schatz-kiste“ hatten (Liebe, Gemeinsamkeiten, Familie, Erfolgserlebnisse). Uns das bewusst zu machen, war wichtig und machte uns klar, dass wir das niemals aufgeben würden. Es war damals keine leichte Erfahrung, aber sie hat uns gestärkt. Als Ehe- und als Unternehmerpaar.
- **Macht Euch einen Plan B!**
Habt Ihr einen Notfallplan in der Schublade für den Fall, dass sich ein bedeutender Kunden-verlust ereignet? Setzt das Thema auf die Tagesordnung Eurer wöchentlichen Rücksprache (die habt Ihr doch oder?! Ihr braucht ein Rezept für den Notfall, wie wir ihn hatten als wir uns 1989 ohne einen einzigen Kunden selbstständig gemacht haben. Da sagte Marianne zu Helmut: „Schatz notfalls gehe ich mit Dir Hand in Hand zum Sozialamt!“ Das war nicht ganz ernst gemeint, aber es war irgendwie beruhigend.