

## ■ **Kundenansprache** **Mit wenig Aufwand** **viel erreicht**

Als Besitzer eines Einfamilienhauses bin ich Kunde der Firma Werner Meier AG. Als ich den folgenden Brief erhielt, war ich angenehm überrascht.

### „**Sehr geehrte Kundin,** **Sehr geehrter Kunde**

*Unser Jahreswechsel stand ganz im Zeichen der Personalveränderung im Bereich Reparatur- und Servicewesen.*

*Herr Bruno Voser (1931) hat nach über 20jähriger Tätigkeit als Servicemonteur das aktive Erwerbsleben abgeschlossen und ist per Ende letzten Jahres in den wohlverdienten Ruhestand getreten.*

*Herr Giuseppe Tola (1969) hat am 1. Januar 1996 seine Tätigkeit als Servicemonteur bei uns aufgenommen. Das Paralleljahr zu Bruno Voser nutzte er, um einen Teil der reichen Erfahrung zu übernehmen und sich weiter auszubilden.*

*Einladung: Bruno Voser wie auch Giuseppe Tola möchten diese Ablösung mit ihrer Kundschaft feiern und laden zu einem Apéro bei uns am Orchideenweg 4 ein:*

*Samstag, 25. Januar 1997  
von 9.00 Uhr bis 16.00 Uhr*

*Sanitär-Poscht: Unsere Kundenzeitung Nr. 35 zeigt wieder viele Ideen rund um das Badezimmer, oder speziell für den Dachstockausbau.*

*Wir beraten Sie gerne.*

*Bis bald*

*Ihr Sanitär-Fachmann*

*Werner Meier*

*Haustechnik AG“*

Eine derartig sympathische Einladung ist mir während den vielen Jahren, in denen ich für Fachzeitschriften schreibe, noch nie zu Gesicht gekommen. Einladungen zu einer Verabschiedung erhält man sonst nur, wenn ir-

gend ein „hohes Tier“, in den Ruhestand tritt. – Der Kunde kennt meist den Servicemonteur besser als den Chef. Was der Servicemonteur dem Kunden empfiehlt wird von diesem eher geglaubt, als das was der Chef zum Ausdruck bringt. Der Erfolg dieser Einladung war über erwarten groß. Die Kunden kamen einerseits aus Dankbarkeit gegenüber dem ausscheidenden Servicemonteur, andererseits aber auch um den Nachfolger kennenzulernen. Nicht zu unterschätzen: Die Kunden konnten die Ausstellung besichtigen und sich mit dem Inhaber und seiner Gemahlin unterhalten. Fazit: Mit wenig Aufwand viel erreicht – zur Nachahmung empfohlen.

**Roland Hinden**  
**Dipl.-Installateur**  
**CH-3645 Gwatt**

## ■ **Image**

### **Das Geheimnis des** **weißen Mantels**

Seit 43 Jahren bin ich im Großhandel der Branche tätig, davon 19 Jahre bei Gienger, München. 12 Jahre jetzt in Salzburg. Diese Life-Story hab ich selbst in meiner Münchner Zeit erlebt. Vielleicht ist sie eine Anregung für die progressiven Kräfte im Handwerk:

Der neue Kunde, ein konzessionierter Installateur, hatte ein Konto in unserem Fachgroßhandelsbetrieb eröffnen lassen und kam nun des öfteren vorbei, um Ware abzuholen.

Das Auffällige an ihm bzw. seinem Gehilfen war der weiße Arbeitsmantel, den wir alle uns nicht erklären konnten. Als der Kunde wieder einmal am Tresen stand, begrüßte ich ihn und kam auf die Zweckmäßigkeit seines weißen Mantels zu sprechen.

Er lachte und sagte, dies und seine qualitativ hochwertige Arbeit sei seit seiner Firmengründung vor 3 Jahren sein Markenzeichen, denn seine Hauptaktivität mit 3 Mitarbeitern sei die Renovierung von Bädern mit Sauberkeits- und Termingarantie. „Wir beseitigen allen Bauschutt und

Schmutz stubenrein. Dies übernehmen wir auch für alle anderen Gewerke. Da alles vorher einschließlich der Termine mit dem Auftraggeber abgestimmt ist, werden diese Zusatzleistungen ohne weiteres bezahlt.

Um dem Image gerecht zu werden, wechseln wir des öfteren auch mittags schon mal den Mantel. Bei Aufträgen mit viel Beschaffungswarenteilen (Großhändler beschafft erst/Lieferzeit) wird die Ware zuerst bei uns zu Hause zusammengestellt und komplettiert. Die Arbeiten werden dann planmäßig mit zuverlässigen Kollegen der ande-

rer Auftraggeber die Bündelung der Leistungserbringung wichtig sein wird. Vielleicht sieht mancher progressive Fachinstallateur darin zusätzliche Möglichkeiten.

**Ludwig Koschier**  
**83404 Ainring**

## ■ **SBZ worldwide**

### **Badserien für** **Afrika's Bushcamps**

„Welche Badserie paßt zu unserem neuen Bushcamp?“ Diese Frage stellten sich World Plumbing Council-Präsident Ian Fra-



**Ian Fraser (l.) und Josef Rutize auf der Suche nach der richtigen Badausstattung für ihr Bushcamp**

ren Branchen durchgeführt. Die Übergabe wird nur von mir persönlich in Anwesenheit der Auftraggeber durchgeführt.“

Mich hat bei diesem Erlebnis beeindruckt, wie sicher und erfolgreich ein kleiner Unternehmer den Zusatzbedarf erkannt hat und die erwartete Nutzenstiftung erbrachte zum beiderseitigen Vorteil. So einer braucht weder Marketing lernen noch die ISO 9002 einführen. Gesunder Hausverstand reicht.

Ich gehe davon aus, daß zukünftig mehr und mehr für einen Teil

ser (l.) und der Präsident des SHK-Verbandes von Zimbabwe, Josef Rutize bei der Planung ihres neuen Bushcamps im Hwange Nationalpark, Zimbabwe. Offensichtlich greifen auch Afrika's Fachleute gern' auf die SBZ zurück.

Fraser und Rutize haben kürzlich eine Exklusivlizenz für die touristische Nutzung eines 180 000 ha großen Gebietes sowie den Aufbau einer 40-Betten-Lodge erhalten. Dabei sollen moderne wasser- und energiesparende Systeme zum Einsatz kommen und dem Camp Modellcharakter verleihen. Ab Juli '97 können sich interessierte Fachkollegen ein eigenes Bild vor Ort machen. Sofern sie sich von der Anwesenheit von Elefanten, Löwen und Büffeln nicht gestört fühlen . . .