

Schaltstelle zum Kunden

Wenn Produkte immer vergleichbarer und damit austauschbarer werden, kommt es umso mehr auf **qualifizierte und motivierte Mitarbeiter im Verkauf** an, die Kunden begeistern können.

Wirtschaftskrise, trübe Konjunkturprognosen, Kurzarbeit und Fachkräftemangel - das sind die Zeichen der gegenwärtigen Zeit, erlebt und gelebt von einer „Bedürfnisgesellschaft“, deren Ansprüche sich innerhalb der letzten Dekade grundsätzlich gewandelt haben - mit dem Ergebnis, dass „Softfacts“ immer wichtiger werden, auch und gerade im Handel.

Das Produkt ist nicht mehr unbedingt entscheidend, oft schafft vielmehr die Art der Präsentation den (Kauf-)Anreiz. Letztendlich muss das Personal im Kundenkontakt den „Mehrwert“ für den Käufer generieren. Es gilt, die Kaufmotive des Kunden zu erkennen, aus seiner Sicht zu denken und dann das Produkt und dessen Wahrnehmung beim Kunden in Einklang zu bringen. Mit Ruhe und Zeit individuell und qualifiziert zu beraten ist eine der Schlüsselqualifikationen der Zukunft, führt beim Kunden zu einem in angenehmer Erinnerung bleibenden Käuferlebnis. Gewöhnungseffekte bleiben aus, Kunden können nachhaltig gebunden werden. Dabei sollte man wissen: Stimmung und Gefühle des Kunden können das Gesamturteil über den Kauf überpropor-

tionale beeinflussen. Unternehmen sollten daher gerade in schwierigen Zeiten ihre Mitarbeiter als Leistungsträger verstehen und sie mit „Incentives“ jenseits der klassischen Entlohnungssysteme motivieren: Dazu zählen sowohl die Möglichkeit der persönlichen Weiterentwicklung als auch die „Entführung“ in ein inspirierendes Umfeld oder die besondere Anerkennung außergewöhnlicher Leistungen.

Ziel des Unternehmens muss es dabei sein, die Motivation der Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer möglichst langfristig zu steigern und mit dem in die Zukunft gerichteten Blick Anreize für herausragende Leistungen zu schaffen. Motivierte Mitarbeiter sind ein wesentlicher Faktor für unternehmerischen Erfolg, sie zeichnen sich durch Loyalität, Teamgeist und eine hohe Anwesenheitsquote aus.

Auch für die Kunden gilt es Anreizsysteme zu schaffen. Reine Produktinformationen sind da zu wenig, vielmehr wollen die Kunden in Zeiten der Informationsgesellschaft „das Produkt erleben“. Die gelungene Inszenierung des eige-

nen Unternehmens, einzelner Sortimente bzw. bestimmter Produkte lösen oft einen Aktivierungsprozess beim Käufer aus, der wiederum den Kaufentscheidungsprozess deutlich positiv beeinflusst.

Ob Mitarbeitermotivation oder Kundenbindung - immer bedarf es ganz besonders eines: Professionalität! Greifen Sie daher auf Partner und Dienstleister mit einem entsprechenden Angebotsportfolio zurück. Damit bringt Ihr „Incentive“, die Präsentation Ihres Unternehmens den gewünschten Erfolg erzielt.

Hintergrund

Unter **Incentives** werden Anreize (Gratifikationen) für Einzelpersonen oder Gruppen verstanden, die zu einer erhöhten Leistungsbereitschaft führen sollen. Ausgelöst wird diese in der Regel durch Geld-, Sach- oder immaterielle Prämien.

Seit Jahren gewinnen Reisen und Events als Incentive-Maßnahmen jenseits der klassischen „Anreizmodule“ an Bedeutung. Etliche Agenturen und Dienstleister haben sich darauf spezialisiert, für Unternehmen individuelle Pakete zu schnüren, um bei den „Begünstigten“ (eigene Arbeitnehmer, Vertriebs- und Geschäftspartner und Kunden) des Incentives die gewünschte „Begeisterung zu entfachen“ und sie nachhaltig an den Gebenden zu binden.

USA-Studienreise: Zum Christmas-Shopping nach New York

Weihnachten in New York

Lichterglanz im und rund ums Rockefeller Center. Wer kennt nicht diese Bilder, hat nicht direkt den riesigen prächtig geschmückten und beleuchteten Weihnachtsbaum auf der Lower Plaza vor Augen?

Während der Vorweihnachtszeit ist die Metropole der USA besonders schön und festlich geschmückt. Sie begeistert, ja bezaubert alljährlich tausende Besucher aus aller Welt. Da zahlreiche Mitglieder des Einzelhandelsverbandes den Wunsch geäußert haben, sich von der Weihnachtsatmosphäre in New York inspirieren zu lassen und vor Ort Ideen für ihre eigene Weihnachtsdekoration sammeln zu wollen, hat der Einzelhandelsverband Hessen-Nord e.V. jetzt eine Kurzreise an die amerikanische Ostküste organisiert. Der Verband bietet den Mitgliedern der deut-



schen Einzelhandelsorganisation sowie deren Angehörigen und Freunden eine fünftägige Studien-/Städtereise nach New York an. Die Reise dauert vom 27. November 2009 bis zum 1. Dezember 2009, kostet pro Person ab 1.468

Euro (inkl. Flug mit Lufthansa ab/bis Frankfurt). Die Teilnehmerzahl ist begrenzt. Die Anmeldungen werden in der Reihenfolge des Eingangs berücksichtigt. Zur Einreise in die USA benötigen die Teilnehmer einen Reisepass, der nach Reiseende noch mindestens sechs Monate gültig sein muss.

Ausführliche Informationen erhalten Sie beim Einzelhandelsverband Hessen-Nord e.V., Pilgrimstein 28a, 35037 Marburg, Martina Pilz, Fon: 06421 91 00 70, Fax: 06421 9100 59, Mail: pilz@handelshaus.de oder unter www.handelshaus.com/termine.

Dem Wein auf der Spur

Eine Wein- und Genießerreise durch Deutschland oder Italien als Firmenveranstaltung? „Aber gerne!“, sagt, Thomas Köster aus



Mehr Rechtssicherheit

Auskunfteien ermitteln die **Kreditwürdigkeit von Kunden** anhand des so genannten Scorings. Die Weitergabe der auf diese Weise gewonnenen Daten ist juristisch häufig umstritten.

Es ist Usus, dass sich etwa Kreditinstitute und Versandhändler vor dem Abschluss von (Kauf-)Verträgen bei Auskunfteien wie der Schufa nach der **Bonität von Kunden** erkundigen, um möglichen Zahlungsausfällen vorzubeugen. Die Fragen, welche Daten dafür an Auskunfteien weitergegeben werden dürfen und ob die unbe-

rechtigte Weitergabe dieser Daten eine Persönlichkeitsverletzung des betroffenen Privatkunden darstellt, für die er gegebenenfalls Schadensersatzansprüche geltend machen kann, wenn die unberechtigte Weitergabe für ihn zu negativen Beeinträchtigungen führt, sind bislang nicht eindeutig geklärt.

Worms. Und führt aus: „Bleiben Sie bei einem von uns organisierten Event „Dem Wein auf der Spur“ und mehren Sie so die „Nachhaltigkeit“ Ihrer gemeinsamen Reise. Stellen Sie gemeinsam mit uns sicher, dass Sie und Ihre Veranstaltung allen Teilnehmern - ob Mitarbeiter oder Geschäftspartner - lange in guter Erinnerung bleiben.“

Das Unternehmen Köster bietet Fahrten durch Rheinhessen, die Toskana und Sizilien an, passt Termine und Touren ganz individuell an die Wünsche des Auftraggebers an. So ist es denkbar, eine Tagung mit einer Weinprobe, einem Degustationsmenü oder auch ei-



Foto: DWI

ner sachkundigen Stadtführung zu verbinden. Findet die Veranstaltung in Rheinhessen statt, bietet der Organisator darüber hinaus auch einen Transfer in einem Oldtimerbus an.

Allen UHE-Verbandsmitgliedern räumt Thomas Köster für private Wein- und Genießerreisen einen Nachlass von zehn Prozent auf die Preise des aktuellen Angebotes für 2009 ein (zzgl. fünf Prozent bei aktuellen Sonderpreisen). Noch sind einige attraktive Reiseterrmine im Herbst 2009 vakant. Möchten Sie buchen? Dann nehmen Sie Kontakt mit Thomas Köster auf (Bitte Verbands- und Mitgliedsnummer angeben!).

Kontaktadresse: Dem Wein auf der Spur - Thomas Köster, Paulusplatz 7, 67547 Worms, Tel. 06241- 92 54 56, info@weinspuren.de, www.weinspuren.de

Eine Neuregelung des Bundesdatenschutzgesetzes (BDSG) soll für mehr Rechtssicherheit sowohl auf Verkäufer- als auch auf Käuferseite sorgen. Gleichzeitig sollen die Rechte der Privatkunden gestärkt werden. Das mathematisch-statistische Scoring-Verfahren soll für sie transparenter werden.

Paragraph 28 a BDSG wird dahingehend neu geregelt, dass die Meldung von rechtskräftig festgestellten anerkannten Forderungen wie bisher ohne weiteres möglich ist, die Übermittlung anderer Forderungen aber nur unter besonderen Voraussetzungen zulässig sein soll. Etwa dann, wenn der Schuldner zum Beispiel zweimal schriftlich angemahnt worden ist oder wenn zwischen der ersten und der zweiten Mahnung mindestens vier Wochen



Rechtsanwalt Herbert Kämpfer erteilt Auskunft.

liegen und wenn die Forderungen vom Schuldner nicht bestritten worden sind. Weiterhin soll eine Meldung zulässig sein, wenn der Gläubiger den Vertrag wegen Zahlungsverzug fristlos gekündigt hat und der Betroffene über die Datenweitergabe informiert worden ist. Daten über die Begründung, Durchführung und Beendigung von Kredit-, Giro- und Garantiegeschäften dürfen von Kreditinstituten nur dann weitergegeben werden, wenn ein schutzwürdiges Interesse besteht.

Unklar ist weiterhin, ob bereits die Beantragung eines Mahnbescheides ausreicht, um Daten weitergeben zu können. Eine Übermittlung von Daten aus Kreditanfragen dürfte zukünftig nicht mehr zulässig sein; sogar dann nicht, wenn der Betroffene - freiwillig - einwilligt. Wenn sich Tatsachen, die an die Auskunftei weitergegeben worden sind, nachträglich ändern, müssen diese Umstände innerhalb eines Monats an die Auskunftei weitergegeben werden. Ansonsten droht ein Bußgeld.

Nachteilige Entscheidungen für den Kunden müssen zukünftig auf dessen Verlangen begründet, seine Scoring-Werte müssen ihm mitgeteilt werden. Dabei muss das Scoring-Verfahren transparent gemacht werden.

Weitere Auskünfte erteilt Ihnen gerne
RA Herbert Kämpfer
Fon: 069 - 13 30 91-20