

Wirtschaft in der Praxis

Tipps für
den Unternehmer-Alltag

• Seminar „Inkasso für KMU“

In diesem WIFI-Seminar erlangen Sie das notwendige Wissen, um die Forderungseintreibung vom Geschäftsabschluss bis zur Mahnklage unter Kontrolle zu haben.

Termin & Ort: 13.11.2007,
17.30 bis 21.30 Uhr, im WIFI Wien,
18., Währinger Gürtel 97

Kosten: 130 Euro

Anmeldung und Info: Kundenservice
des WIFI Wien, T: 476 77 DW 555
E: kursinfo@wifwien.at

• Alle Infos zur E-Rechnung

Die Wirtschaftskammer Österreich hat einen Online-Ratgeber zur Verfügung gestellt, mithilfe dessen KMU per Mausklick alles Wissenswerte über und konkrete Tipps für die elektronische Rechnungsabwicklung in Erfahrung bringen können.

Interessierte erhalten mit nur wenigen Mausklicks persönlich auf sie zugeschnittene Auskünfte rund um das Thema elektronische Rechnung – und das kostenlos. Wie bisher ist auch eine telefonisch Beratung möglich.

Im Internet: wko.at/e-rechnung
Kostenlose Hotline: 0800/221 223

BUCHTIPP

• Chance Kundenbeschwerden

Die Autorin, erfahrene Beraterin in Sachen Beschwerdemanagement, analysiert in diesem Buch unterschiedliche Beschwerdesituationen und verrät, wie Sie Ihre Emotionen beherrschen, eine win-win-Situation kreieren und daraus größtmöglichen Nutzen ziehen können. Ein Fachbuch, um bei Komplikationen kundenorientiert zu agieren.

Mag. Ulrike Gmachl-Fischer
„Beschwerden annehmen – So frisst
Ihnen der Nörgler aus der Hand“
kmu-forum Verlag,
www.kmu-forum.net
e-book, 80 Seiten, 14,80 Euro

Aus Beschwerden lernen

Beschwerden haben auch ihre positiven Seiten: Sie bieten Ihnen die Chance, aus einem unzufriedenen Kunden einen zufriedenen Werbeträger zu machen.

Eine Beschwerde ist ein hässlich verpacktes Geschenk. Erst wenn man es auswickelt, erkennt man seinen Wert. „Wer Beschwerdekunden wie lästige Nörgler behandelt, der verschenkt eine wichtige Chance“, weiß Ulrike Gmachl-Fischer, Expertin für kundenorientiertes Beschwerdemanagement. Nur die wenigsten unzufriedenen Kunden beschweren sich auch: 90 bis 95 Prozent behalten ihre Kritik für sich, viele davon kaufen aber in Zukunft beim Mitbewerber ein. Noch schlimmer: Sie erzählen ihre negativen Erlebnisse weiter oder schreiben sogar darüber in sogenannten „Hate-Sites“ im Internet. „Der negative Multiplikatoreffekt kann gewaltig sein“, so Gmachl-Fischer. Wer daher die Rückmeldungen seiner Kunden systematisch aufzeichnet und auswertet, kann seine Leistungen anhand dessen gezielt verbessern. „Der Beschwerdekunde ist damit wie ein kostenloser Unternehmensberater“, vergleicht die Expertin. In Sachen Kundenorientierung habe die heimische Wirtschaft allerdings noch einiges aufzuholen.

Kostenintensive Systeme zu implementieren, garantiert noch lange kein funktionierendes Beschwerdemanagement. „Wer Mit-

arbeiter hat, muss auch diese ins Boot holen. „Denn Beschwerden bedeuten Stress“, so Gmachl-Fischer. Es geht dabei darum, auf Gefühle des Kunden richtig zu reagieren und seine eigenen unter Kontrolle zu haben oder sogar bewusst zu verändern. „Das erfordert ein sehr gutes Training“, unterstreicht die Beschwerde-Expertin, die selbst Coaching und Trainings für Beschwerdeprävention sowie den richtigen und effizienten Umgang mit Beschwerden anbietet. Auf ihrer Homepage bietet sie Unternehmern unter anderem einen kurzen anonymen Selbsttest zum Umgang mit Beschwerden. ■



BUENOS DIAS

INFO

www.kube.co.at

Siehe dazu auch unseren Buchtipp!

Werbesteuer bleibt – vorerst

Sehr enttäuscht zeigte sich die heimische Werbewirtschaft, dass bei den diesjährigen Finanzausgleichsverhandlungen für den Zeitraum 2008 bis 2014 wieder keine Einigung über die Abschaffung der Werbesteuer zustande kam. Seit Jahren von der Werbewirtschaft vehement gefordert, ist es bisher bei halbherzigen Absichtserklärungen der Politik geblieben. Peter Drössler, Obmann des Fachverbandes Werbung und Marktkommunikation, kommentiert: „Statt die seit Jahren versprochene Abschaffung durchzusetzen, schieben Bund, Länder und Gebietskörperschaften das Anliegen weiter auf die lange Bank.“ Das Thema sei einem raschen Abschluss geopfert worden, ist Drössler überzeugt. Man erwarte sich nun eine Abschaffung im Rahmen der Steuerreform, die in frühestens zwei Jahren geplant ist. Dafür müsse es konkrete Vorschläge geben, wie vor allem die Gemeinden für die Einnahmehausfälle kom-

pensiert werden. Sie erhalten den Löwenanteil der jährlich mehr als 100 Mio. Euro. Die österreichische Werbeabgabe ist ein weltweites Unikum und wird auf entgeltliche Werbeleistungen eingehoben. Eine Abschaffung würde der Branche zusätzlichen Auftrieb verschaffen und neue Jobs entstehen lassen, sind die Interessenvertreter sicher.

INFO

- Fachgruppe Werbung & Marktkommunikation Wien
T: 514 50 DW 3791, 3792
E: werbungwien@wkw.at
W: www.werbungwien.at
- Fachverband Werbung & Marktkommunikation
T: 590 900 DW 3541
E: werbung@wko.at
W: www.fachverbandwerbung.at