

d) Dienst am technischen Kunden

„Wissen Sie, warum wir Ihnen den großen Auftrag auf die Krane gegeben haben?“, fragte ein Betriebsingenieur einen englischen Kranfabrikanten.

„Nun, weil meine Krane besser und billiger sind als die der Konkurrenz“, war die Antwort.

„Nein nein“, wehrte der Betriebsingenieur lächelnd ab, „Ihre Krane sind teurer. Zudem baut die Konkurrenz auch sehr gute und brauchbare Hebezeuge. Aber ich will Ihnen den Grund sagen. Vor einigen Jahren, es war auf Karfreitag, bestellte ich bei Ihnen ein kleines Zahnrad, das ich unbedingt für das Getriebe einer Laufkatze benötigte. Sie sandten mir sofort ein Telegramm, daß ich das Ritzel am folgenden Tage an dem um zwei Uhr und soviel einlaufenden Expresßzug abholen lassen könnte. Sie gaben mehr für Telegramm, Expresßfracht aus, als das kleine Ding wert war. Sie glauben aber gar nicht, aus welcher Verlegenheit Sie mir damals durch diese schnelle und pünktliche Lieferung geholfen haben. Wenn ich Ihnen also den Auftrag auf die neuen Krane gegeben habe, dann deshalb, weil ich mir sagte: gibst du dieser Firma den Auftrag, dann wirst du gut bedient und kommst auch später bei Lieferung von Ersatzteilen nie in die Klemme.“

Was diese kleine Geschichte mit der technischen Werbung zu tun hat? Sehr viel. Es gibt nämlich Firmen, die sich die größte Mühe geben, einen Auftrag mit Hilfe einer vorzüglichen Werbung hereinzuholen, aber dann, wenn die Maschinenanlage montiert, abgenommen, in Betrieb gesetzt und die letzte vertragliche Rate bezahlt ist, sich einen Deut darum kümmern, was mit der Anlage weiter geschieht. Höchstens ist man erstaunt, daß nach einer gewissen Zeit keine Ersatzteilbestellungen hereinkommen. Man fragt dieserhalb schriftlich an, bekommt dann vom Kunden vielleicht den Bescheid, daß er die Ersatzteile anderweitig bezieht oder selbst herstellt. Nun gerät die Anlage, beispielweise ein Walzwerk, erst recht in Vergessenheit. Erst wenn das Walzwerk nach Jahren veraltet oder Schrott geworden ist, tritt der Lieferant wieder an den Kunden heran, um dann oft zu erfahren, daß die Konkurrenz bevorzugt wurde. Warum? Weil sich diese einen Namen gemacht hatte durch ihren

Reparatur- und Unterweisungsdienst

Die Konkurrenzfirma blieb nämlich auch nach der Lieferung einer Maschinenanlage dauernd mit dem Kunden in Verbindung. Ein besonders hierfür ausgebildeter und befähigter Ingenieur besucht den Kunden regelmäßig. Sind beispielsweise bei dem gelieferten Walzwerk einmal einige Maschinenteile zu Bruch gegangen, und ist davon ein Teil gerade nicht auf dem Ersatzteillager, schon weiß der „Reparaturdienst“-Ingenieur der Lieferfirma Rat. Er weiß, daß das nicht vorhandene Maschinenteil in genau derselben Abmessung in seinem Werk für eine andere Walzwerkanlage in Arbeit ist. Schnell läßt er es fertigstellen und dem Kunden zusenden, wodurch dessen Betrieb keine allzu große Stockung erleidet.

Ein Ingenieur, der durch derartige Gefälligkeiten dauernd die Verbindung zwischen Lieferant und Kunden aufrecht erhält, muß ein erfahrener Praktiker sein, der beispielsweise einem Walzwerkschef auch in der wichtigen Frage des Kalibrierens von