



# Zwischenruf zur Kundenorientierung

*von unserem Leser Michael Kremin*

Mein Jazzfreund Bernhard ist vor kurzem mit Sack und Pack in eine kleine Provinzstadt umgezogen und hat dort in einem liebevoll, mit allen Schikanen eingerichteten Hörraum seine komplette Anlage installiert. Als das gehörte Ergebnis der doch bis dato rundum gut klingenden Anlage am neuen Ort nicht einmal dem gewohnten Hörstandard entsprach, geschweige denn dem Aufwand für einen "besseren" Klang, kam ihm der lokale HiFi-Händler zu Hilfe. Gerade zugezogen und kaum miteinander bekannt haben beide in mehreren, stundenlangen Sessions so lange gewerkelt, bis das Klangergebnis für beide wirklich zufrieden stellend war. Eine lange gemeinsame nächtliche Hörsession schloss die Aktion ab. Wie Bernhard berichtet, zählt ein solcher, übrigens kostenloser Service zur Geschäftsphilosophie seines neuen Vor-Ort-Händlers, der an bis zu vier Abenden in der Woche bei seinen Kunden daheim Einzelgeräte und/oder komplette Anlagen aufbaut und vorführt.

Ähnliches wird aus dem Süden der

Republik berichtet. Da wird beim Kunden zu Hause nach Geschäftsschluss bis in den späten Abend der Stromfluss optimiert, werden neue Sicherungen und Steckdosen montiert, Geräte ausgephast und getestet, bis der Klang stimmt. Hier wie dort steht die Musik und ihre möglichst optimale Wiedergabe im Vordergrund. Und dafür ausdrücklich ein großes Kompliment! Was in beiden Beispielen besonders zählt, ist die individuelle Beratung für die im Einzelfall passenden Schritte hin zum natürlichen Klang vor Ort. Es ist insbesondere das geschulte Ohr der Fachleute, welches Kunden hilft, ihren individuellen Musikvorstellungen möglichst nahe zu kommen. Um es klar und deutlich zu sagen: Das geschulte Ohr des Beraters stellt sich in den Dienst des Kunden und nicht umgekehrt. All das als zusätzliche und kostenlose Serviceleistung bis der Klang stimmt.

## **Das individuelle Hören erkennen**

Es ist inzwischen anerkanntes Allgemeinut, dass in der HiFi-Welt andere Gesetze gelten, als in der "normalen" Welt der Technik. Ein Testbericht in einer

HiFi-Zeitschrift sagt leider noch nichts darüber aus, wie ein Gerät daheim in Kombination mit anderen Geräten wirklich klingt. Ebenso anerkanntes Wissen ist es, dass die aktuelle kulturelle Situation in unseren Ländern durch eine Vielzahl nebeneinander existierender musikalischer Lebenswelten charakterisiert ist. Es gibt keinen einheitlichen Musikbegriff mehr - vielleicht gab es ihn auch nie wirklich. Er ist zugunsten einer Vielzahl von Musikgenres aufgegeben worden. Stilbarrieren lösen sich auf. Jazz, Pop, Rock, Wiener Klassik und Moderne existieren nebeneinander. Vereinfacht und mit anderen Worten: Was dem Einen der geschätzte musikalische Hochgenuss, ist dem anderen nur störende Geräuschquelle. Und es ist kein Geheimnis, Hören ist ein zutiefst individuelles und komplexes Geschehen in unseren Gehirnen. Aktuell Gehörtes wird mit schon im Gehirn gespeicherten Hörerfahrungen in Beziehung gesetzt, woraus sich manche unserer musikalischen Vorlieben und Abneigungen erklären mögen. Es sei schließlich noch erwähnt, musikalische Präferenzen ändern sich in der Form von allgemeinen Trends und ganz persönlich im Laufe der eigenen Biografie. Und nicht zuletzt spielt der heimische Raum vor Ort eine nicht unerhebliche Rolle.

### **Was folgt daraus?**

Für uns Musikfreunde, dass wir erst einmal wissen müssen, was wir hören wollen, und vor allem wie wir es hören wollen. Dass wir unsere Ohren trainieren, nicht zuletzt immer wieder durch

den Besuch von Live-Konzerten. Wir müssen wissen, weil life gehört, wie ein Klavier, ein Saxophon, eine Klarinette oder nicht zuletzt eine menschliche Stimme wirklich klingen. Für die guten HiFi-Fachleute, mir fällt kein passenderes Wort ein, folgt also nach meinem Verständnis daraus, dass sie ihre Fähigkeiten weiterentwickeln, die individuellen Hörwünsche der Kunden im Kundengespräch in Erfahrung bringen und diese als Basis ihrer Beratung akzeptieren. Und wenn der Kunde/ die Kundin es wünschen, mit ihm beziehungsweise mit ihr darauf aufbauen. Das wäre Service. Mit anderen Worten: Es ist nicht allein das technische Know-how, was in der HiFi-Beratung zählt. Dieses ist unabdingbare Voraussetzung. Vielmehr ist es die Fähigkeit der Kundenberater, auf der Grundlage des eigenen trainierten Verständnisses für Musik, auf ihre Kunden einzugehen. Das würde auch bedeuten, dass die Berater ihre eigenen Vorlieben für Geräte, für Gerätekombinationen und ihre eigenen musikalischen Stilrichtungen im Kundengespräch zurückstellen. Denn es geht nicht um sie selbst, sondern um den Kunden. Auch das ist Service im ureigensten Sinn. Ein ganz anderes Verhalten im Kundengespräch also, als das jenes HiFi-Händlers, von dem mir ein anderer Bekannter vor kurzem berichtete. Bei der Suche nach einer weiteren Komponente für seine, wie er sagt, sorgfältig und mit fachkundiger Beratung zusammengestellte Kette, fand er sich urplötzlich in eine Verteidigungsecke gedrängt. Die Lautsprecher seien doch nur zickig und schwach auf der

Brust. In Kombination mit dem gewählten Verstärker könne das schlicht nicht funktionieren. Ein wirklicher Musikgenuss sei damit einfach nicht möglich. "Wissen Sie auf Grund meiner Erfahrung usw. usw. usw." Bestimmt eine negative Ausnahme. Es gibt sicher nicht nur die drei hier erwähnten Beispiele, sondern ganz sicher viele fachkompetente und kundenorientierte HiFi-Fachleute im obigen Sinne, und es ist an der Zeit, ihnen allen ein dickes Denkmal zu setzen (im Kreis von Freunden und Bekannten empfehle ich sie selbstverständlich namentlich).

### **Nachsatz**

Damit sich kundenorientiertes Verhalten auch wirtschaftlich trägt, zumal in turbulenten Zeiten, sind mindestens zwei Schlussfolgerungen möglich. Die skizzierten Zusatzleistungen werden künftig als besondere Dienstleistungen berechnet oder aber, Kunden belohnen kostenlose Dienstleistungen durch eine Händlerbindung. Denn nur, wenn beide Seiten davon profitieren, werden beide auf Dauer letztendlich glücklich- liegt doch auf der Hand, oder?

Und noch etwas für alle Fälle. Angemerkt sei, dass ich weder ein eigenes HiFi-Geschäft führe, noch mit jemandem verwandt oder verschwägert bin, der ein solches führt. Ich mag schlicht lebendige Musik und ihre möglichst gute Wiedergabe in den heimischen vier Wänden.