

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit: Rolf Henning
August-Schanz-Str. 21A, 60433 Frankfurt am Main
T +49 (0)69-954 24-170, F +49 (0)69-954 24-296
rh@dgq.de, www.dgq.de

Kunden zu Fans gemacht

Erfolgreiche Unternehmen setzen auf emotionale Kundenbindung/ Das sichert die Marktposition auch in Krisen

Frankfurt am Main, 17. November 2008. „Über die Zufriedenheit allein lässt sich das Kundenverhalten nicht verlässlich steuern“, sagt Wolfgang Kaerkes, Geschäftsführer der Deutschen Gesellschaft für Qualität (DGQ). Denn nur jeder zweite der zufriedenen Kunden ist wirklich loyal und bleibt dem Unternehmen lange treu. Damit aber aus Kunden Fans mit hoher emotionaler Bindung werden, müssen sich die Unternehmen wahrnehmbar vom Wettbewerb differenzieren. Die DGQ und das Marktforschungsunternehmen forum! haben in ihrem Wettbewerb „Deutschlands Kundenchampions 2008“ ermittelt, dass nur eine hohe emotionale Kundenbindung den Unternehmen hilft, ihre Marktposition zu sichern, gerade auch in Krisen.

Zusammenbrechende Finanzmärkte, Kurseinbrüche an der Börse, sinkende Absatzzahlen in der Automobilbranche, zögerliches Konsumverhalten der Verbraucher sind derzeit als Anzeichen einer Krise unverkennbar. Die Folgen für die Unternehmen: Stabile Kundenbeziehungen rücken wieder in den Mittelpunkt des Interesses. „Nur wer seine Zielgruppen und deren Bedürfnisse genau kennt, wird sich mit seiner Marke erfolgreich positionieren“, sagt forum-Geschäftsführer Roman Becker und verweist auf Beispiele aus dem Wettbewerb.

Danach beinhaltet für Lutz Blankenfeldt das Kürzel TNT keinen Firmen-, sondern einen Markennamen. Dazu zählt der Director Sales & Marketing des Troisdorfer Express-Dienstleisters ganzheitliche Führungswerte und eine „ausgeprägte Kunden- und Mitarbeiterkultur, die positive Assoziationen freisetzt“ mit dem Ziel, die jeweiligen Kundenerwartungen zu übertreffen. Auch hohe Motivation der Mitarbeiter wirkt sich eindeutig auf die Kundenorientierung und damit auf den Geschäftserfolg aus. Das bestätigt Petra Thees, Geschäftsführerin der Berliner Pflegeeinrichtung domino-world. Das Unternehmen setzt auf die emotionale Verbundenheit seiner Mitarbeiter, die Pflege durchgängig durch Therapie zu ergänzen. „Wir fragen unsere Kunden, was sie benötigen, um ihre Situation positiv zu ändern“, so die domino-Geschäftsführerin. Das hat nachweislich zu signifikant besseren Ergebnissen geführt als die herkömmliche Pflege. „Erst wenn man den Kunden versteht, weiß man auch, was er will“, bestätigt Frank Schlemmer, Inhaber der gleichnamigen Nürnberger Optik-Kette. Unter anderem bietet das Unternehmen seinen Kunden zusätzlich zur gesetzlichen Gewährleistung im ersten Jahr nach dem Kauf für Brillen, Gläser und Fassungen eine Servicegarantie zum halben Preis im Schadensfall sowie eine Zufriedenheitsgarantie bezüglich der Produktverträglichkeit. Damit so genannte Söldnerkunden nicht zur Konkurrenz wechseln, hat die Reichelsheimer Jäger Direkt ein besonderes System zur Kundenbindung entwickelt. Das Unternehmen fertigt Produkte und Komponenten für die Elektro-Haustechnik und vertreibt diese ausschließlich über das Elektro-Fachhandwerk. „Damit schalten wir eine komplette Handelsstufe aus, zum Vorteil unserer Kunden“, betont Geschäftsführer Thomas Jäger.

Den Kunden alternative Unterscheidungsmerkmale zu liefern, gehört zum Kundenbeziehungsmanagement der Hannoverschen E+S Rückversicherung. Die Kunden bescheinigen dem Unternehmen nach Worten von Vorstandsmitglied Michael Pickel „in der

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit: Rolf Henning
August-Schanz-Str. 21A, 60433 Frankfurt am Main
T +49 (0)69-954 24-170, F +49 (0)69-954 24-296
rh@dgq.de, www.dgq.de

Markenwahrnehmung eine überdurchschnittliche Kundenorientierung“. Das resultiert auch daraus, dass der Rückversicherer teilweise in Partnerschaft mit seinen Kunden auch deren Produkte und Dienstleistungen entwickelt und erweitert. Mit einer differenzierten Marketing-Strategie wendet sich das Düsseldorfer Teleshopping-Unternehmen QVC direkt an seine Kunden. „Häufig haben wir es mit echten Fans zu tun“, freut sich Thomas Müller, Director Customer Focus, über die „hochemotionalen Kundenbeziehungen“ des Verkaufskanals. Dort bildet denn auch der Kundendialog das zentrale Thema. Regelmäßige Informationen der Kunden, Befragungen nach Angeboten, Produkten und Produkterklärungen bilden dazu ebenso die Basis wie eine intensive Beratung.

Auch in diesem Jahr sucht die Initiative aus DGQ, dem Marktforschungsunternehmen forum! und dem Wirtschaftsmagazin „impulse“ Unternehmen, die ihre Kunden begeistern und durch eine kundenorientierte Unternehmensführung die Voraussetzungen für langfristigen Erfolg ihrer Kundenbeziehungen schaffen. Bis zum 19. Dezember 2008 können sich alle Unternehmen in Deutschland ab einer Größe von zehn Mitarbeitern anmelden und ihre Kunden- und Serviceorientierung auf den Prüfstand stellen. Alle Teilnehmer erhalten ausführliche Informationen zum Stand ihres Beziehungsmanagements. Die 50 besten Firmen werden Mitte des kommenden Jahres in „impulse“ veröffentlicht und erhalten das Gütesiegel „Deutschlands Kundenchampions 2009“. Die Preisverleihung mit Prämierung der Kundenchampions findet am 19. Mai 2009 in Mainz statt.

Alle Informationen zum Wettbewerbsablauf und Anmeldeformular unter:
www.deutschlands-kundenchampions.de

Kontakt: Deutsche Gesellschaft für Qualität (DGQ), DGQ Service GmbH, Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, Rolf Henning, Tel.: 069/954 24 170, E-Mail: rh@dgq.de

Alexander Mayerhöfer
Redaktion ‚impulse‘
Ressortleitung Management
Telefon: 0221/4908 361
E-Mail: mayerhoefer.alexander@impulse.de

Sabrina Schwedes
forum! Marktforschung GmbH
Tel.: 06131/32809 158
E-Mail: schwedes@forum-mainz.de

Verstehen. Verbessern. Verantworten. Die **Deutsche Gesellschaft für Qualität** ist die leistungsfähige Plattform engagierter Fachleute aus allen Unternehmensebenen und Leistungsbereichen zum Thema Qualität. Der Verein mit mehr als 7000 Mitgliedern und 63 Regionalkreisen bundesweit gestaltet Netzwerke und vergibt Zertifikate für nachgewiesene Kompetenz in Qualitäts-, Umwelt- und Arbeitssicherheitsmanagement. Die DGQ Weiterbildung GmbH qualifiziert jährlich mehrere Tausend Teilnehmer zu Beauftragten, Managern und Auditoren im Qualitäts- und Umweltmanagement sowie in der Arbeitssicherheit. Die DGQ Beratung GmbH ist Problemlöser bei allen qualitätsorientierten Managementaufgaben rund um Managementsysteme, Prozesseffizienz und Business Excellence.