



Presse-Information

19/ 09/ 06/ K-Focus

Kundenfocus Deutschland

Das Kundenverhalten verlässlich vorhersagen

Benchmarkstudie gibt Auskunft, wie gebunden und zufrieden Kunden sind

Frankfurt, 5. September 2006 - Mit dem neuen „Kundenfocus Deutschland“ können Unternehmen jetzt das Verhalten ihrer Kunden verlässlich vorhersagen. Die Benchmarkstudie identifiziert sowohl die emotionale Kundenbindung als auch die Kundenzufriedenheit sowie die Markenpositionierung von Unternehmen in Deutschland. Unternehmen nutzen sie auch zur Erhebung und zum Nachweis von kundenbezogenen Daten im Rahmen von Zertifizierungen, ganzheitlichen Qualitätsmanagement-Systemen und Bankenratings. Initiatoren sind die Deutsche Gesellschaft für Qualität (DGQ), Frankfurt, und forum! Marktforschung, Mainz.

Der Verdrängungswettbewerb auf nahezu allen Märkten treibt die Kosten für die Neukundengewinnung immer weiter in die Höhe. Viele Unternehmen investieren daher vermehrt in die Steigerung der Kundenzufriedenheit, doch mit sinkendem Erfolg. Trotz bester Kundenzufriedenheitswerte können Unternehmen ihre Kunden nicht halten. Der Zusammenhang zwischen Kundenzufriedenheit und Kundenbindung wird immer schwächer.

Die DGQ und forum! haben anhand eines mehrdimensionalen Modells die Ursachen für echte Kundenbindung ermittelt. Sie erklärt sich im branchenübergreifenden Durchschnitt etwa zur Hälfte aus der Zufriedenheit mit den Leistungen eines Anbieters. Die andere Hälfte steuert die Markenpositionierung bei, die sich im Image eines Anbieters niederschlägt. In diesem Modell werden die beiden Zielgrößen Kundenzufriedenheit und Image im Hinblick auf ihre Wirkung auf die emotionale Kundenbindung betrachtet.

Leiter Öffentlichkeitsarbeit, Rolf Henning
August-Schanz-Str. 21 A, 60433 Frankfurt
Tel. 069/ 9 54 24-170, Fax: 069/ 9 54 24-296
E-Mail: rh@dgq.de, www.dgq.de



**Deutsche Gesellschaft
für Qualität e.V.**

So werden sowohl die Aktivitäten zur Leistungssteigerung als auch zur Markenführung auf die zentrale Kenngröße Kundenbindung ausgerichtet.

Teilnehmende Unternehmen erhalten Auskunft, wie gebunden und zufrieden ihre Kunden sind und wie ihre Kunden das Unternehmen wahrnehmen. Sie erfahren, welchen Einfluss Zufriedenheit und Image auf die Kundenbindung haben.

Darüber hinaus werden sie mit dem jeweils besten Unternehmen sowie dem Branchendurchschnitt verglichen. Insgesamt erhalten sie auf der Grundlage der individuellen Ergebnisse Handlungsempfehlungen für eine erfolgreiche Kundenbindungsstrategie.

Bis zum 31. Dezember 2006 können sich Interessenten zum Kundenfocus Deutschland 2007 anmelden. Von Januar bis März 2007 folgt dann die Befragung, im April und Mai 2007 die Auswertung der Ergebnisse und im Juni 2007 erhalten alle teilnehmenden Unternehmen ihre individuellen Ergebnisse inklusive Benchmarkdaten.

Infoabende über die Vorteile des Kundenfocus Deutschland 2007 finden statt am 7. September 2006 in Hamburg, am 21. September in Frankfurt am Main, am 5. Oktober in Berlin, am 19. Oktober in Stuttgart und am 7. November in München. Informationen dazu gibt das Service-Center der DGQ unter 069/ 954240.