

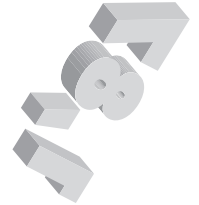
# DQS-Kudentag am 4. Juli 2006 in Magdeburg



## Kennzahlen, Emotionen, Potenziale

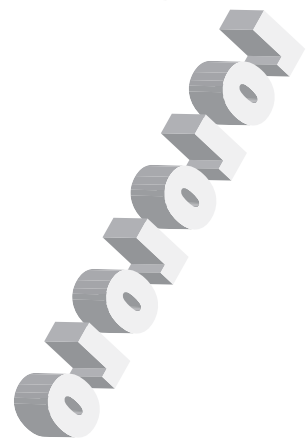
*Fähigkeiten und Kräfte für Spitzenleistung  
erkennen, messen und bewerten*

Moderation: Dagmar Blaha, Leiterin Marketing & Communication, DQS GmbH  
Co-Moderation: Elke Umbach-Heil, Geschäftsführerin, VALERE GmbH



## Das Programm

<b>9.30 Uhr</b>	<b>Begrüßung</b> <i>Dagmar Blaha, DQS GmbH</i>
	<b>Mitten in der Veränderung ... und jetzt ein Audit ?!</b> <i>Stefan Heinloth, Geschäftsführer DQS GmbH</i>
<b>10.15 Uhr</b>	<b>Kundenbindung mit Tücken:</b> Wenn zufriedene Kunden davonlaufen <i>Roman Becker, Geschäftsführer forum! Marktforschung GmbH</i>
	10-Minuten-Pause
<b>11.15 Uhr</b>	Fortsetzung in Arbeitsgruppen
<b>11.45 Uhr</b>	<b>Willkommen Zukunft?</b> Potenziale – die wirtschaftliche Kraft für Spitzenleistung <i>Dr. Walter Schmidt, Vorstand des Internationalen Controller Verein eV</i>
	Reflexion des Vormittags
<b>12.45 Uhr</b>	Kommunikationspause und gemeinsames Mittagessen
<b>13.45 Uhr</b>	Fortsetzung in Arbeitsgruppen
<b>14.30 Uhr</b>	<b>Kennzahlensysteme mit Qualität</b> Basis, Anspruch und Prozess <i>Martin Schäffner, Director Corporate Quality Operation MTU Aero Engines GmbH</i>
<b>15.15 Uhr</b>	Kommunikationspause
<b>15.45 Uhr</b>	<b>„Kraft macht keinen Lärm. Sie ist da und wirkt.“</b> <i>Albert Schweitzer</i> Podiumsdiskussion mit den Referenten und Mitgliedern des DQS-Leitungskreises
<b>16.15 Uhr</b>	Abschluss und Verlosung der Gewinner
<b>16.30 Uhr</b>	Ende der offiziellen Veranstaltung



## Die Referenten



### **Kundenbindung mit Tücken: Wenn zufriedene Kunden davonlaufen**

Zufriedenheit ist nicht mehr die Zielgröße, um Kunden an ein Unternehmen zu binden, so ein Befund aus der ExBa®-Studie 2005. forum! hat in einem Kausalmodell zur Entstehung von emotionaler Kundenbindung die eigentlichen Stellschrauben ermittelt: Das Unternehmensimage hat den gleichen Einfluss auf die Kundenbindung wie die Zufriedenheit. Top-Ergebnisse hinsichtlich der Kundenbindung werden folglich nur dort erzielt, wo eine hohe Kundenzufriedenheit mit einem guten Image korrespondiert.

*Roman Becker, Geschäftsführer  
forum! Marktforschung GmbH*



### **Willkommen Zukunft? Potenziale – die wirtschaftliche Kraft für Spitzenleistung**

Potenziale sind die Voraussetzung jeder Entwicklung. Sie entstehen aus dem Zusammenspiel von Möglichkeiten und Fähigkeiten. Zwar sind sie noch kein verdientes Geld, in ihnen zeigt sich jedoch die (messbare) Zukunftsfähigkeit. Potenziale zu entwickeln oder zu erwerben ist eine strategische Aufgabe der Verhaltenssteuerung, um das Handeln einer Gruppe von Menschen auf gemeinsame Ziele auszurichten. Dabei geht es um Verhaltensweisen, die es uns ermöglichen, auf die Ungewissheit der Zukunft besser reagieren zu können als der Wettbewerb. Wir haben Erfolg, wenn wir auf unserem Geschäftsgebiet besser sind als all jene, die dieselben Kundenbedürfnisse befriedigen wollen.

*Dr. Walter Schmidt,  
Vorstand des Internationalen Controlller Verein eV*



### **Kennzahlensystem mit Qualität Basis, Anspruch und Prozess**

Ein Kennzahlensystem zu entwickeln, aus dem die Potentiale des Unternehmens erkennbar sind, ist die Herausforderung für die Zukunft. Das Kennzahlensystem mit Qualität orientiert sich am Kunden und am Wettbewerb. Es stellt zudem mehrere Sichten dar und ermöglicht der Organisation, das Produkt und die Prozesse im Unternehmen zielgerichtet zu entwickeln. Die konsequente Umsetzung der Potentiale bzw. die daraus entstehende Innovation sichert langfristig den Erfolg.

*Martin Schäffner  
Director Corporate Quality Operation  
MTU Aero Engines GmbH*

