



»Yeah!« - mit dem Verkaufssender QVC landet Ulrich Flatten auf dem ersten Platz im Kundenranking.

Die Könige der Kunden

impulse präsentiert »Deutschlands Kundenchampions 2008«. 50 Top-Unternehmen, die mit einem vorbildlichen Beziehungsmanagement ihre Kunden zu Fans machen.

Stets auf die Kunden zu hören ist für Ulrich Flatten mehr als nur eine plakative Verkaufsformel. Sie ist tägliche Realität für den Vorstandschef des Düsseldorfer TV-Verkaufssenders QVC. Denn seine Moderatoren werden nicht nur während der Live-Sendungen permanent per Ohrmikrofon von der Regie über die aktuellen Verkaufszahlen der präsentierten Produkte informiert. Sie sind außerdem für die anrufenden Kunden erreichbar und greifen deren Anregungen sofort auf.

Während QVC in den Medien zum Teil mit einem negativen Image belegt wird, lieben die Kunden den Verkaufskanal. Die Düsseldorfer Erfolgsgeschichte überzeugt nicht nur eingefleischte Fans: Im Wettbewerb »Deutschlands Kundenchampions 2008« landet QVC zur Überraschung der Experten ganz oben auf dem Siegerpodest (siehe »Deutschlands Kundenchampions 2008«). Den bundesweiten Contest richtet impulse mit der Deutschen Gesellschaft für Qualität (DGQ) und dem Mainzer Markt-

forschungsunternehmen Forum aus. Firmen werden auf diese Weise für exzellentes Beziehungsmanagement geehrt (siehe »Der Wettbewerb«).

Mit QVC stellten sich gleich in der ersten Ausschreibungsrunde 50 Unternehmen aller Größen und Branchen dem anspruchsvollen Check der Experten. Dieser umfasste eine ausführliche Befragung von 100 Kunden, eine Selbstbewertung und eine detaillierte Analyse der Top Ten durch DGQ-Spezialisten. Die Teilnehmerfirmen belegen eindrucksvoll, wie ernst viele Anbieter das Thema Kundenorientierung nehmen. So erreicht die große Mehrheit der Firmen im Ranking mindestens zwei Drittel der möglichen 1000 Punkte.

Die Gewinner-Strategien

»Die Sieger zeichnen sich dadurch aus, dass sie aus Sicht der Kunden sowohl eine überragende Leistung erbringen als auch ein erstklassiges Image haben«, so Roman Becker, Geschäftsführer des Marktforschungsunternehmens Forum und wissenschaftlicher Leiter des Wettbewerbs. »365 Tage, 24 Stunden live auf Sendung wie bei QVC, einen direkteren Draht zu den Kunden gibt es nicht«, erklärt Benedikt Sommerhoff, Leiter Qualitätsmanagement der DGQ.

Die anderen Firmen im Top-50-Ranking haben ebenfalls Grund, stolz zu sein. Bestes Unternehmen bis 500 Mitarbeiter und zweiter der Gesamtwertung ist der Berliner Pflegedienstleister Domino e.V. Das beste Geschäftskundenkonzept kann der Drittplatzierte, die Jäger Direkt GmbH & Co KG aus dem Odenwald – Anbieter von elektrotechnischen Produkten –, vorweisen. Als beste kleine Firma mit weniger als 50 Mitarbeitern belegt die Nürnberger Optiker-Kette Schlemmer den achten Platz.

»Bei den Top Ten fällt auf, dass Kundenorientierung nicht auf Marketing und Vertrieb beschränkt ist«, erklärt Becker. Vielmehr entwickeln die Unternehmen ihr gesamtes Geschäftskonzept von der Kundenseite aus – angefangen bei den Produkten über die täglichen Abläufe bis zur Unternehmensführung. Praktisch ►

Foto: Frank Reinhold für impulse

bedeutet das: Die Firma konzentriert sich auf ihre Kernaufgaben und bietet hier einen umfassenden Service, geht absolut offen mit Beschwerden um und bekennt sich klar zum Standort Deutschland.

»Wir wollen jederzeit eine hohe Qualität bieten«, erklärt etwa Vorstandschef Flatten das Erfolgsrezept von QVC. Die deutsche Tochter des US-Unternehmens ist seit 1996 in Düsseldorf am Start. Rund 18000 Produkte verkaufen die Teleshopper heute. Vor allem Schmuck, Kosmetik, Elektronik, Mode, Küchenwaren. Um die Ansprüche des durchschnittlich 50-jährigen, weiblichen QVC-Konsumenten zu erfüllen, legt Flatten neben direktem Kontakt größten Wert auf eines der modernsten Distributionssysteme.

Zusätzlich garantiert er eine sorgfältige Produktauswahl, die die intensive Beziehung zu den Lieferanten sowie die ständige Prüfung von Gütesiegeln wie etwa dem Ökotexlabel bei Bekleidung umfasst. »Wir verzichten eher auf Umsatz, wenn unsere Zulieferer die vereinbarten Kriterien nicht einhalten«, so Flatten. Zur Kundenorientierung zählt auch eine kompetente Beratung – etwa durch die Produktpräsentationen in den Live-Sendungen, eine kostenlose Hotline und die einmonatige Umtauschfrist.

Ungewöhnliche Methoden

Um sich von Wettbewerbern zu unterscheiden, ist vor allem Kreativität gefragt. Dazu werden in jedem Jahr auf Vorschlag der Belegschaft die Mitarbeiter ausgezeichnet, die sich vorbildlich verhalten haben, wie etwa das Produktionsteam, das nach einem Ausfall der Computergrafiken den Zuschauern die Produktinformationen auf selbst gebastelten Plakaten mit viel Witz präsentierte.

Die Mitarbeiter sind der Schlüssel zur Kundenzufriedenheit, so sieht es auch Petra Thees. »Wenn unsere Grundhaltung nicht stimmt, können wir unseren Patienten keine Wert-

schätzung entgegenbringen«, sagt die Geschäftsführerin von Domino-World. Nur durch intensive Ausbildung der rund 500 Beschäftigten stieg das vor 26 Jahren gegründete Unternehmen zu einem der innovativsten deutschen Anbieter im Pflegebereich auf. »Wir wollten keine Satt-und-sauber-Pflege, sondern den Bedürftigen einen wirklichen Rehabilitationspro-

zess bieten«, erläutert Thees den Domino-Ansatz. Anders als in der herkömmlichen Pflege arbeitet das Unternehmen mit seinen rund 1200 Patienten therapeutisch. Das Ziel ist, dass die Patienten wieder selbständiger werden. Kern des Konzepts ist ein monatliches Gespräch zwischen dem Patienten und dem Domino-Coach. Gemeinsam vereinbaren sie

Deutschlands Kundenchampions 2008

Die Sieger-Liste und der hohe Anteil an B2B-Firmen zeigen, dass auch im Umgang mit

Platz	Unternehmen	Punkte	Branche	B2B/B2C	Mitarbeiter
1	QVC Deutschland	949	Handel	B2C	500 oder mehr
2	Domino Gesundheits- und soziale Dienste	906	Gesundheit	B2C	50 bis 499
3	Jäger Direkt	864	Elektrotechnik	B2B	50 bis 499
4	Fachklinik Heiligenfeld	861	Gesundheit	B2C	50 bis 499
5	Obi Bau- und Heimwerkermärkte	860	Handel/Baumarkt	B2C	500 oder mehr
6	E+S Rückversicherung	836	Versicherungen	B2B	500 oder mehr
7	Webasto	830	Maschinen- und Anlagenbau	B2B	500 oder mehr
8	Optik Schlemmer	823	Handel/Optiker	B2C	unter 50
9	TNT Express	818	Logistik	B2B	500 oder mehr
10	Festool	816	Maschinen- und Anlagenbau	B2B	500 oder mehr
11	Sanha Kaimer	813	Teile/ Komponenten	B2B	50 bis 499
12	Hapag-Lloyd Kreuzfahrten	812	Dienstleistungen/Reise	B2C	50 bis 499
12	Praxis für Zahn-, Mund- und Kieferheilkunde Dirk Schöttelndreier & Dr. Holger Rapsch	812	Gesundheit	B2C	unter 50
14	Krieger + Schramm	805	Bau	B2B/B2C	50 bis 499
15	KMS Kafitz Medienservice	802	Medien	B2B	unter 50
16	Oki Systems Deutschland	800	IT/TK	B2B	50 bis 499
17	Robin Akademie	799	Beratung	B2B	unter 50
18	Bücherinsel	792	Handel	B2C	unter 50
19	Impuls Finanzmanagement	788	Finanzdienstleister	B2C	500 oder mehr
20	Arburg	786	Maschinen- und Anlagenbau	B2B	500 oder mehr
21	Barmenia Versicherungen	785	Versicherungen	B2C	500 oder mehr
22	J. Eberspächer	782	Maschinen- und Anlagenbau	B2B	500 oder mehr
23	Enders & Sigeti	774	Großhandel	B2B	unter 50
24	SEW-Eurodrive	772	Maschinen- und Anlagenbau	B2B	500 oder mehr
25	Mörk Bau	769	Bau	B2B/B2C	unter 50

Geschäftskunden das Beziehungsmanagement enorme Bedeutung erlangt hat.

Platz	Unternehmen	Punkte	Branche	B2B/B2C	Mitarbeiter
26	Gebhardt Transport- und Lagersysteme	743	Maschinen- und Anlagenbau	B2B	50 bis 499
27	RUAG Ammotec	740	Munition	B2C	500 oder mehr
28	Cognis	739	Rohstoffe	B2B	500 oder mehr
28	Knorr-Bremse SFN	739	Teile/ Komponenten	B2B	500 oder mehr
30	Harms & Wende	719	Teile/ Komponenten	B2B	50 bis 499
31	Ratioform Verpackungsmittel	718	Verpackung	B2B	50 bis 499
32	Adler Modemärkte	706	Handel	B2C	500 oder mehr
33	Dolzer Maßkonfektionäre	703	Handel	B2C	50 bis 499
34	Technikerschule Northeim	696	Hochschule/ Seminare	B2C	unter 50
35	Adecco Personaldienstleistungen	685	Personalberatung/Zeitarbeit	B2B	500 oder mehr
36	Eurofactor	674	Dienstleistungen/Factoring	B2B	50 bis 499
37	Matrix 42	669	IT/TK	B2B	50 bis 499
38	Gravis	666	Handel	B2B/B2C	500 oder mehr
39	Hausbank München	662	Finanzdienstleister	B2B	50 bis 499
40	Proxomed Medizintechnik	652	Gesundheit	B2B	unter 50
41	Roto Frank	649	Bau	B2B	500 oder mehr
42	TKW Gebäudeservice	647	Dienstleistungen	B2B	500 oder mehr
43	HSI Personaldienste Hart & Schenk	632	Personalberatung/Zeitarbeit	B2B	500 oder mehr
44	TMP Communication & Services	593	Unternehmensberatung	B2B	50 bis 499
45	All Service Sicherheitsdienste	586	Dienstleistungen	B2B	500 oder mehr
46	Enders	581	Großhandel	B2B	500 oder mehr
47	Xylon International X-Ray	578	Teile/ Komponenten	B2B	50 bis 499
48	TA Triumph-Adler	574	Unternehmensberatung	B2B	50 bis 499
49	Schmalenberger	562	Teile/ Komponenten	B2B	50 bis 499
50	All Service Gebäudedienste	546	Dienstleistungen	B2B	500 oder mehr

Maximal erreichbare Punktzahl: 1000. Rankings nach den einzelnen Größenklassen gibt es unter www.impulse.de/kundenchampions.
Quelle: Forum Marktforschung, ©impulse 6/2008

Unternehmen hier Großes leisten können, beweist Frank Schlemmer, Chef der gleichnamigen Optiker-Kette aus Nürnberg. Der Familienunternehmer in dritter Generation bittet regelmäßig seine Kunden per Postkarte oder im Rahmen von Anrufaktionen um Kritik und Bewertung der Verkäufer in den neun Filialen. Die Daten werden per Computer analysiert. »Bei Defiziten reagieren wir sofort. So erhalten unsere Mitarbeiter zum Beispiel einen Coach an ihre Seite, um die Mängel zu beheben«, sagt der promovierte Betriebswirt. So fühlen sich die Kunden ernst genommen – und kommen wieder. ●

Erik Prochnow ressort.management@impulse.de

Der Wettbewerb

Bewerben Sie sich jetzt für die nächste Runde 2009.

Ablauf

Grundlage des Rankings ist ein mehrstufiger Prozess: eine Selbstbewertung anhand eines ausführlichen Fragenkatalogs, eine Erhebung unter 100 Kunden der Firma und eine Fremdbewertung der in diesen beiden Stufen ermittelten Top Ten durch die DGQ-Experten. Je nach Leistungspaket kostet die Teilnahme ab 2950 Euro. Darin enthalten ist ein Benchmark-Bericht über alle Teilnehmer.

Auszeichnung

Die 50 besten Firmen werden in impulse veröffentlicht und erhalten das Gütesiegel »Deutschlands Kundenchampions«. Die Preisverleihung erfolgt im Sommer 2009.

Anmeldung

Bewerben können sich alle in Deutschland ansässigen Firmen unter www.impulse.de/kundenchampions. Anmeldeschluss ist der 19. Dezember 2008.

www.impulse.de

/kundenchampions Zeigen Sie allen, wie begeistert Ihre Kunden sind. Hier gibt es die Infos zur Teilnahme.

Maßnahmen, die der Mitarbeiter dann mit Therapeuten umsetzt.

»Rund 500000 Euro kostet uns diese Extraleistung jährlich«, sagt Thees. Die Patienten müssen für die Pflege dennoch keinen Cent mehr aufwenden. »Da wir im ganzen Unternehmen ständig überall unsere Effizienz verbessern, kommen wir mit den gleichen Mitteln aus, die anderen

Pflegeeinrichtungen durch die Kasernen zur Verfügung stehen«, erläutert die Geschäftsführerin. Und den Patienten geht es tatsächlich besser als bei anderen Pflegemethoden, wie das Fraunhofer-Institut bereits 2002 in einer Studie belegte.

Ein solches Kundenfeedback ist das A und O eines guten Beziehungsmanagements. Dass auch kleinere