



## Pressemeldung

# Kunden spielen in deutschen Unternehmen nur eine Nebenrolle

Kundenorientierung ist in vielen Unternehmen nur ein Lippenbekenntnis. So kommt der Kunde in 85 Prozent aller Unternehmensorganigramme nicht einmal vor. Dies ergab im Auftrag der Anne Schüller Marketing Consulting eine repräsentative Befragung von 300 deutschen Unternehmen im Rahmen der Studieninitiative Excellence Barometer (ExBa) 2008. In 29 Prozent aller Organigramme, so die Untersuchung, sind noch nicht einmal die Mitarbeiter präsent. Die Vertriebschefs und Marketingleiter, die als ‚Advokaten der Kunden‘ fungieren und deren Interessen vertreten könnten, sind lediglich bei 49 respektive 42 Prozent aller Studienteilnehmer in der obersten Hierarchieebene angesiedelt.

66 Prozent der Befragten haben ein schriftlich formuliertes Unternehmensleitbild. Nur in einem Drittel aller Fälle steht dabei etwas zum Thema Kunde im ersten Satz. Das bedeutet: Für zwei Drittel aller deutschen Unternehmen steht der Kunde nicht an erster Stelle. Dabei zeigt sich, dass erfolgreiche Unternehmen mit 71 Prozent signifikant häufiger ein schriftlich formuliertes Unternehmensleitbild haben als weniger erfolgreiche Unternehmen (58 Prozent). Bei ersteren steht das Thema Kunde auch stärker im Vordergrund, denn bei immerhin 43 Prozent erscheinen Aussagen hierzu im ersten Satz. Dabei wird vor allem die Kundenzufriedenheit angesprochen. Um eine langfristige Ausrichtung auf Kundenloyalität geht es in nur sechs der 126 näher untersuchten Leitbilder. Das immer stärker in den Vordergrund rückende Potenzial des Kunden als Empfehler wurde von keinem einzigen Interviewpartner erwähnt.

In Zeiten hoher Wechselbereitschaft und nachlassenden Kundenvertrauens sind solche Ergebnisse alarmierend. „Der Kunde gehört an die erste Stelle, und zwar nicht nur in schillernden Sonntagsreden, sondern belegbar im täglichen Tun“, sagt Anne M. Schüller, führende Expertin für Loyalitätsmarketing im deutschsprachigen Raum. „Das heißt beispielsweise: Der Kunde erhält die



oberste Stelle im Organigramm und einen vorderen Platz im Leitbild. Er ist Tagesordnungspunkt Nummer eins in jedem Meeting. Sein Interessenvertreter heißt CCO (Chief Customer Officer) und der sitzt zwingend in der Geschäftsleitung“, empfiehlt die Managementberaterin und Autorin des gerade erschienenen Buchs ‚Kundennähe in der Chefetage‘. Darin propagiert sie eine kundenfokussierte Unternehmens- und Mitarbeiterführung. Das damit verbundene Ziel heißt: Loyalitätsführerschaft. Nur treue Kunden und aktive Empfehler, ergänzt Roman Becker, Initiator der jährlich erscheinenden ExBa-Studie und Geschäftsführer der Forum Marktforschung, sicherten dauerhaft die Zukunft eines Unternehmens.

In ‚Kundennähe in der Chefetage‘ rückt die achtfache Fachbuch-Autorin Anne M. Schüller den Kunden kompromisslos in den Fokus aller unternehmerischen Aktivitäten. Wie der ‚neue‘ paradoxe Kunde tickt, wie Manager zu Menschenverstehern werden, welche Rahmenbedingungen eine unternehmensweite Kundenfokussierung ermöglichen und wie schließlich eine hohe Mitarbeiter- und Kundenloyalität erreicht werden können: Das Buch gibt die passenden Antworten. Locker zu lesen und praxisorientiert zeigt es Schritt für Schritt, wie ein kundennahes Management und eine kundenfokussierte Mitarbeiterführung konkret umgesetzt werden können. Dazu stellt die Autorin den Führungskräften einen reichhaltigen Werkzeugkasten mit sofort umsetzbaren Maßnahmen bereit. Zahlreiche Checklisten und praktische Beispiele vervollständigen die Publikation. Ein ‚Muss‘ auf dem Schreibtisch all derer, die ihr Unternehmen zukunftstauglich machen wollen.

Weitere Infos: [www.kundenfokussierte-unternehmensfuehrung.com](http://www.kundenfokussierte-unternehmensfuehrung.com)

ca. 3670 Zeichen. Abdruck frei / Bitte um Belegexemplar an Kontakt / Bildmaterial auf Anfrage

## Studienergebnisse und Kontakt

Anne M. Schüller  
Marketing Consulting  
Harthausen Str. 54  
81545 München  
Office 0049 (0)89 6423208  
Mobil 0049 (0)172 8319612  
[info@anneschueller.de](mailto:info@anneschueller.de)  
[www.anneschueller.de](http://www.anneschueller.de)



## Das Buch zum Thema



Anne M. Schüller

### **Kundennähe in der Chefetage**

Wie Sie Mitarbeiter kundenfokussiert führen

Orell Füssli, Zürich 2008, 26,50 Euro / 44.00 CHF

255 Seiten, ISBN: 978-3-280-05282-2

**ausgezeichnet mit dem Wirtschaftsbuchpreis 2008**

[www.kundenfokussierte-unternehmensfuehrung.com](http://www.kundenfokussierte-unternehmensfuehrung.com)

## Die Autorin



**Anne M. Schüller** ist Management-Consultant und gilt als führende Expertin für Loyalitätsmarketing. Über 20 Jahre hat sie in leitenden Vertriebs- und Marketingpositionen verschiedener internationaler Dienstleistungsunternehmen gearbeitet und dabei mehrere Auszeichnungen erhalten. Die Diplom-Betriebswirtin und achtfache Buchautorin gehört zu den besten Business-Speakern im deutschsprachigen Raum. Sie arbeitet als Referentin und

Trainerin und lehrt an mehreren Hochschulen. Zu ihrem Kundenkreis zählt die Elite der Wirtschaft.

[www.anneschueller.de](http://www.anneschueller.de)

## Die forum! Marktforschung GmbH

Das Mainzer Marktforschungsunternehmen forum! ist spezialisiert auf die Analyse und Optimierung des unternehmerischen Beziehungsmanagements. Typische Studien, die forum! branchenübergreifend durchführt, sind Analysen der Emotionalen Kundenbindung und der Mitarbeitermotivation, Zufriedenheits- und Imageanalysen, Wettbewerbsanalysen, Zielgruppenanalysen, Kunden-, Mitglieder- und Mitarbeiterbefragungen. forum! initiiert die jährlich neu aufgelegte Benchmarkstudie Excellence Barometer® und den deutschlandweiten Wettbewerb „Deutschlands Kundenchampions“.

[www.forum-mainz.de](http://www.forum-mainz.de)

[www.deutschlands-kundenchampions.de](http://www.deutschlands-kundenchampions.de)

[www.exba.de](http://www.exba.de)