

DEUTSCHLANDS KUNDENCHAMPIONS 2011

Der Kunde kommt, welch Herrlichkeit!

Zum vierten Mal wurde am 10. Mai 2011 der Preis für herausragende Kundenbeziehungen verliehen – erstmals an kleine, mittlere und große Unternehmen in eigenen Kategorien. Ins Visier der Champion-Fahnder wurde genommen, wer Zielssysteme, schlanke Prozesse und eine kundenfreundliche Unternehmenskultur nachweisen konnte. In Mainz wurden die erfolgreichsten Unternehmen von der DGQ und forum! Marktforschung ausgezeichnet.

Jeder kennt das kurfürstliche Schloss zu Mainz und darin die „Gut Stubb“, den Festsaal. Die Berühmtheit dieses Ortes ist einer in Eurovision ausgestrahlten Sendung zu verdanken: Mainz, wie es singt und lacht! Wo alljährlich die närrische Gesellschaft tagt, wurden zu Zeiten der französischen Revolution radikal-demokratische Pläne von den Jakobinern geschmie-

det. Und weit davor war der Kurfürst zu Mainz eine Art Stellvertreter des Papstes in Deutschland. Angesichts der höchst unterschiedlichen Besetzung und Nutzung dieser exklusiven Lokalität ist es nur konsequent, wenn einer der bemerkenswertesten Wettbewerbe hier prämiert wird: „Deutschlands Kundenchampions“.

Warum eine Auszeichnung für Kundenorientierung? Der vielbeschworene Dienstleistungssektor steht in Deutschland noch immer im Schatten der Produktion. Maschinenbau, Luft- und Raumfahrt, Medizintechnik und allen voran die Automobilindustrie werden hierzulande stets als wesentliche Wirtschaftsfaktoren dargestellt. Guter Service dagegen gerät in der öffentlichen Wahrnehmung zur Nebensache, obwohl dieser in seinen vielfältigen Erscheinungsformen massiv zur Kundenbindung und damit zum wirtschaftlichen Erfolg beiträgt. Dr. Nikolaus

Jackob, Moderator der Preisverleihung, formulierte sein Ideal von gutem Service in bester Mainzer Fassnacht-Manier: „Macht hoch die Tür, das Tor macht weit, der Kunde kommt, welch Herrlichkeit!“ So viel Kundenorientierung aber kann man nur von wenigen deutschen Unternehmen erwarten.

Erklärtes Ziel der Preisinitiatoren Deutsche Gesellschaft für Qualität (DGQ) und forum! Marktforschung ist es, die Leistungsfähigkeit deutscher Unternehmen zu verbessern. Der Wettbewerb richtet sich an alle Branchen ohne Fokus auf Dienstleistung. Wichtig ist die emotionale Kundenbindung, die sich aus Leistungsbereichen und Image speist. Die Kundenchampions-Anwärter müssen sich einem dreistufigen Bewertungsverfahren unterziehen. Am Beginn steht die Bewertung durch die eigenen Kunden, es folgt eine Selbstbewertung und schließlich ein ▶



Fotos: forum! Marktforschung GmbH © Klaus Schilling

Carglass konnte in der Kategorie großer Unternehmen auf Anhieb den ersten Platz belegen.

Unternehmen	Platz in der Größenklasse	Branche	B2C	B2B	Betriebsgröße (Mitarbeiter)		
					unter 50	50-499	ab 500
Carglass GmbH, Köln	1	Autoglas-After-Service	x				x
Heiligenfeld GmbH, Bad Kissingen	2	Gesundheitswesen	x				x
AOK Nordwest - Die Gesundheitskasse, Dortmund	2	Gesundheitswesen	x				x
Mörk Bau GmbH & Co. KG, Leonberg	1	Bauwirtschaft	x	x		x	
Bauunternehmung Jökel, Schlüchtern	2	Bauwirtschaft	x	x		x	
I.K. Hofmann GmbH, Nürnberg	2	Personaldienstleistungen		x		x	
Bahnhof-Apotheke Eberbach, Eberbach	1	Apotheke	x		x		
Evenord-Bank eG-KG, Nürnberg	2	Bank	x	x	x		
Müller + Partner, Kassel	3	Unternehmensberatung		x	x		
ABB Automation GmbH - Unternehmensbereich Robotics, Friedberg		Automatisierungstechnik		x		x	
Adler Modemärkte AG, Haibach		Einzelhandel	x				x
Agenda Informationssysteme GmbH & Co. KG, Rosenheim		Software / Datenverarbeitung		x		x	
Alfred Kärcher Vertriebs-GmbH, Winnenden		Reinigungstechnik		x		x	
Ascop Bürosysteme GmbH, Hannover		Bürokommunikation		x	x		
Bera Personaldienstleistungen GmbH, Heilbronn		Personaldienstleistung		x			x
Braun Büroorganisation, Brilon		Büroorganisation		x	x		
Conrad Electronic SE, Hirschau		Versandhandel	x				x
Das Rote Kreuz in Rheinland-Pfalz, Mainz		Sozial-/Gesundheitswesen	x				x
Datron AG, Mühlthal		Maschinenbau		x		x	
Delo Industrie Klebstoffe GmbH & Co. KGaA, Windach		Chemieindustrie		x		x	
Diakonieverein Güstrow e.V., Güstrow		Pflege	x				x
Die Sparkasse Bremen AG, Bremen		Finanzdienstleistung	x				x
Dienstleistungszentrale für Heil- und Hilfsmittelanbieter GmbH, Hamburg		Abrechnungsdienstleistung		x		x	
Dirk Weitmeyer GmbH, Göttingen		IT und Office-Systeme		x	x		
Evenord eG, Nürnberg		Großhandel		x		x	
goDentis - Gesellschaft für Innovation in der Zahnheilkunde mbH, Köln		Gesundheitswesen		x	x		
Gutmann Aluminium Draht GmbH, Weißenburg		Halbzeughersteller		x		x	
Hannoversche Direktversicherung AG, Hannover		Versicherung	x		x		
Hausbank München eG - Leistungsbereich Wohnungswirtschaft		Bank		x		x	
Huber+Suhrer GmbH, Taufkirchen		Elektrotechnik		x		x	
iloxx AG, Nürnberg		Logistik	x			x	
ING DiBa AG - Kundendialog, Frankfurt		Bank	x				x
klarmobil GmbH, Büdelsdorf		Telekommunikation	x			x	
Kreissparkasse Ludwigsburg, Ludwigsburg		Bank	x				x
Lush GmbH, Meßstetten		Kosmetik	x			x	
Medica - Messe Düsseldorf GmbH		Veranstaltungsorganisation		x			x
Medizinischer Dienst der Krankenversicherung Rheinland-Pfalz, Alzey		Beratung		x		x	
opta data Gruppe, Essen		Finanzdienstleistung		x			x
perspektive-Personalentwicklung Schmid, Laschet, Simon, Spies & Otto GbR, München		Weiterbildung, Beratung		x	x		
printvision GmbH, Freising		Drucktechnik		x	x		
Ricoh Deutschland GmbH, Hannover		Bürokommunikation		x			x
Rind'sches Bürgerstift, Bad Homburg		Seniorenpflege	x			x	
Schmidt+Berner Vertriebs-GmbH, Oldenburg		Einzelhandel, Handwerk		x	x		
Stiebel Eltron GmbH & Co. KG, Holzminden		Elektroindustrie		x			x
Technikakademie Northeim, Northeim		Weiterbildung	x	x	x		
TNT Express GmbH, Troisdorf		Logistik		x			x
Töns-Rügemeier-Dieffenbacher GmbH & Co. KG, Pirmasens		Bürobedarf		x		x	

Tabelle 1. Best Cases des Kundenbeziehungsmanagements aller Größen und Branchen: Deutschlands Kundenchampions 2011



Bauunternehmer Mörk besetzte Platz eins unter den mittelständischen Unternehmen.



Die Bahnhof Apotheke in Eberbach am Neckar errang den ersten Platz unter den kleinen Unternehmen.

Besuch von Assessoren. Letztere nehmen tiefe Einblicke in die Strukturen und Prozesse der Unternehmen, führen aber auch intensive Gespräche mit Management und Mitarbeitern. Am Ende dieses Benchmarkingprozesses steht ein Ergebnis, das den Bewerbern einen Platz innerhalb von drei Unternehmensgrößen-Kategorien zuweist.

And the winner is ...

Gewinner in der Kategorie große Unternehmen war in diesem Jahr die Carglass GmbH mit Hauptsitz in Köln. Der Dienstleister nahm zum ersten Mal am

Wettbewerb teil und konnte auf Anhieb überzeugen. Das Geschäftsmodell und der Service sind unmittelbar auf den Kunden zugeschnitten. Durch den Einsatz des mobilen Kundendienstes können Schadensfälle sofort behandelt werden. Die Servicemitarbeiter pflegen den direkten Kundenkontakt und tragen so zu einer hohen Identifikation der Kunden mit dem Glaspezialisten bei. 267 Filialen werden deutschlandweit betrieben, etwa 2 500 Mitarbeiter kümmern sich um die steinschlaggeschädigte Klientel. Durchschnittlich 1 000 Steinschlagfälle ereignen sich täglich auf deutschen Straßen, berichtete Carglass-Manager Maurer. In einem sol-

Die Erfolgsrezepte

Wie gelingt es „Deutschlands Kundenchampions 2011“, Kunden zu Fans zu machen? Wir zeigen es Ihnen: Unsere Reportageserie beginnt in der nächsten QZ!

Teilnehmer gesucht!

Der Wettbewerb um „Deutschlands Kundenchampions 2012“ ist angelaufen, für Frühbucher bis zum 31.7.2011 gibt es Rabatt. Anmeldung und Infos unter: www.deutschlands-kundenchampions.de

Kontakt

Britta Schindler
forum! Marktforschung
T 06131 32809-190
schindler@forum-mainz.de

www.qm-infocenter.de

Diesen Beitrag finden Sie online unter der Dokumentennummer: **QZ210019**

chen Fall erwartet der Autofahrer nicht nur perfekte Qualität bei der Montage oder Reparatur, sondern vor allem rasche Hilfe und freundlichen Service. Hier entscheidet die Kombination aus handwerklichem Geschick und Freundlichkeit über die Wahrnehmung beim Kunden. Und deshalb feilt das Management an der Haltung der Mitarbeiter gegenüber den Kunden und an der Einstellung zum Job. Außerdem gibt es einen jährlichen Wettbewerb der Monteure, die in Paris ihr Können unter Beweis stellen.

Herzblutfaktor entscheidet

Die erfolgreichen Unternehmen setzen auf den Herzblutfaktor Mensch. „Egal ob Kunde oder Mitarbeiter – ein Unternehmer, der den Menschen in den Mittelpunkt stellt, kann nachhaltig stabile Kundenbeziehungen aufbauen, Akquisitionskosten einsparen und letztendlich seine Erträge stabil halten“, sagte Roman Becker, Geschäftsführer von forum! Marktforschung. Und Dr. Wolfgang Kaerkes, Geschäftsführer der DGQ, ergänzte: „Gemeinsam ist allen ausgezeichneten Unternehmen, dass sie Kundenorientierung als ganzheitliches strategisches Unternehmensziel definieren und erfolgreich in ihrer Organisation verankert haben.“ □

Thomas Funck, QZ