

Presseinformation

Datum: 12.05.2017

Deutschlands Kundenchampions 2017 in Mainz gekürt

Die Zertifikatsträger kennen und erfüllen die Bedürfnisse ihrer Kunden besser als die Konkurrenz

Mainz. Zum zehnjährigen Jubiläum des Wettbewerbs verliehen das Marktforschungs- und Beratungsunternehmen forum!, das F.A.Z.-Institut sowie die Deutsche Gesellschaft für Qualität e.V. (DGQ) in Mainz den Titel „Deutschlands Kundenchampions 2017“. Mit dem Zertifikat wurden in diesem Jahr insgesamt 168 Unternehmen ausgezeichnet, denen es in besonderem Maße gelungen ist, Kunden sowohl leistungsmäßig als auch emotional anzusprechen, an sich zu binden und somit zu Fans zu machen. Und genau diese Kunden, die sich verhalten wie Fans aus Sport, Unterhaltung und Kultur, kann sich jedes Unternehmen nur wünschen, da sie einen enormen Kundenwert darstellen.

Pflegeheim, Bank, Industriehersteller oder Händler – Kundenchampions gibt es überall

Bei den Großunternehmen mit mehr als 5.000 Mitarbeitern sicherte sich Emirates vor Fielmann und der HUK-Coburg den ersten Platz. Bei den B2C-Unternehmen der nächstkleineren Betriebsgrößenklasse ließ das Versandhandelsunternehmen HSE24, bereits das fünfte Jahr erfolgreich auf dem Siegereppchen vertreten, Diakonie Güstrow und die Heiligenfeld Kliniken hinter sich. Im B2B-Bereich ging der erste Platz an den Händler für Bürobedarf office discount, gefolgt vom Bauteilezulieferer Schöck und Industriekleber-Spezialist Delo. Bei den mittelständischen B2C-Unternehmen war die Caritas Wohn- und Pflegegemeinschaft Seniorenheim St. Josef für die Konkurrenz uneinholbar und sicherte sich den ersten Platz vor der Volkshochschule Reckenberg Ems und der Privatbank Bankhaus August Lenz. Im B2B-Bereich wählten die Kunden Hans Soldan, einen Anbieter für Kanzleibedarf, Fachmedien und Bürodienstleistungen für Anwälte, Notare, Steuerberater

und Wirtschaftsprüfer, auf den ersten Platz – noch vor dem Bauunternehmen Jökel und dem Softwaresystemanbieter Agenda Informationssysteme. Bei den Kleinbetrieben mit weniger als 50 Mitarbeitern triumphierte die Evenord-Bank aus Nürnberg vor der Fachbuchhandlung beck-shop.de und dem Schleifwerkzeughersteller Kopp-Schleiftechnik. Gleich doppelt wurde an diesem Abend Überflieger Caritas Wohn- und Pflegegemeinschaft Seniorenheim St. Josef ausgezeichnet, die auch den Sonderpreis für die besten Mitarbeiterbeziehungen erhielt.

Kundenurteile öffnen Unternehmen die Augen für ihren Beziehungsstatus

Die Grundlage von Deutschlands Kundenchampions bildet eine repräsentative Kundenbefragung. 262 Unternehmen haben sich in der Wettbewerbsrunde 2017 dem Urteil ihrer Kunden gestellt, 168 erfüllten die strengen Kriterien hinsichtlich emotionaler Kundenbindung, Kundenzufriedenheit, Image und Kundenorientierung. „Das Leistungsniveau der Unternehmen steigt von Jahr zu Jahr und die Konkurrenz sieht nicht tatenlos zu“, kommentierte Professor Gregor Daschmann, wissenschaftlicher Leiter des Wettbewerbs. „Wollen Unternehmen nicht in eine Preisspirale gezogen werden, müssen sie sich immer passgenauer positionieren, um sich in der Wahrnehmung der Kunden von der Konkurrenz abzuheben. Die Evaluation nach dem Fan-Prinzip, das dem Wettbewerb zu Grunde liegt, ermöglicht genau das: Die zentralen Bedürfnisse der Kunden erkennen, eigene Stärken entsprechend ausbauen und somit fokussierte Leistung erbringen, die den Kunden zum Fan und das Unternehmen erfolgreich macht.“ So zeigen die Ergebnisse von Deutschlands Kundenchampions den teilnehmenden Unternehmen, wo sie stehen, bieten aber auch Orientierungshilfe für Kunden, auf welchen Anbieter sie vertrauensvoll setzen können. „Deutschlands Kundenchampions haben verstanden, wie wichtig stabile Kundenbeziehungen, also Fan-Beziehungen für den Erfolg sind. Viele glauben allerdings, dass diese Fan-Beziehungen nur wenigen Unternehmen im Endkundensegment vorbehalten seien. Mit der gesonderten Auszeichnung der B2B-Unternehmen in den mittleren beiden Betriebsgrößenklassen zeigen wir, dass emotionale Bindung auch in diesem Markt ein entscheidender Erfolgsfaktor ist“, so Daschmann weiter.

Ein Unternehmen, dem die Kunden vertrauen: Überflieger Emirates

Die Fluggesellschaft Emirates landete unter den Großunternehmen mit einer Fan-Quote von 45 Prozent und insgesamt 81 Prozent überdurchschnittlich zufriedenen und emotional gebundenen Kunden sicher auf dem ersten Platz. Die Kunden schätzen vor allem die Qualität der Leistungen und bescheinigen der staatlichen Fluggesellschaft des Emirats Dubai hohe Markenbekanntheit sowie Erfolg, den sie durchaus mitverantworten: „Die erfolgrei-

che Positionierung für Komfort und Service lohnt sich für die Fluggesellschaft, denn Fans weisen eine geringere Preissensibilität auf, sind loyaler und empfehlen signifikant häufiger weiter. Sie tun es aus ihrer eigenen Überzeugung heraus und wirken somit als kostenlose Unternehmensbotschafter. Und genau das tun die Kunden von Emirates, weil ihre Bedürfnisse von diesem Anbieter erfüllt werden“, erklärt Roman Becker, geschäftsführender Gesellschafter von forum!. Auch Fielmann und HUK Coburg überzeugen ihre Kunden nicht nur auf der Leistungs-, sondern auch auf der emotionalen Ebene und binden sie so ans Unternehmen. Bei Fielmann äußert sich die emotionale Bindung insbesondere in der Bereitschaft zur Weiterempfehlung sowie der Absicht zu einer dauerhaften Kundenbeziehung. Mit einer Fan-Quote von 42 Prozent steht der Optiker Emirates nahezu in nichts nach. Mit gut einem Drittel Kunden, die sich wie Fans verhalten, zählt auch die HUK-Coburg mit dem Geschäftsbereich Hausratversicherungen zu den Top 3 der Großunternehmen.

HSE24 zum dritten Mal in Folge auf dem ersten Platz

Bei den B2C-Unternehmen mit 500 bis 4.999 Mitarbeitern räumt HSE24 zusätzlich zum 1. Platz einen Sonderpreis ab: „Seit 2013 zählt HSE24 zu Deutschlands Kundenchampions, arbeitete sich von Platz 3 zunächst auf Platz 2 hoch und besiegelte nun mit der neuesten Platzierung in der Betriebsgrößenklasse das Triple: Dreimal 1. Platz in Folge ist insbesondere vor dem Hintergrund der zunehmenden Konkurrenz eine herausragende Leistung, die wir mit einem Sonderpreis honorieren“, beglückwünschte Dr. Gero Kalt, Geschäftsführer des Zertifikat-Herausgebers F.A.Z.-Institut, den Versandhändler zu dem Spitzenergebnis. 71 Prozent Fan-Kunden sind Belohnung und Konsequenz herausragend freundlicher, motivierter und kompetenter Mitarbeiter. Und so überrascht es nicht, dass HSE24 von seinen Kunden als besonders seriös, kundenorientiert und sympathisch wahrgenommen wird. Trotz der überdurchschnittlichen Bewertungen der Konkurrenten Diakonie Güstrow und Klinikverband Heiligenfeld in der gleichen Betriebsgrößenklasse, hielt sich HSE24 so hartnäckig ganz oben auf dem Siebertreppchen.

B2B-Gewinner office discount überzeugt mit seiner Logistik

Es läuft, der Rubel rollt – bei office discount ist jedenfalls Bewegung der Schlüssel: Mit schnellen und zuverlässig pünktlichen Lieferungen erstürmt der Online-Discounter für gewerblichen Bürobedarf die Herzen seiner Kunden und den ersten Platz in der Kategorie B2B-Unternehmen mit 500 bis 4.999 Mitarbeitern. Sollte einmal etwas nicht so rund laufen wie gewohnt, brilliert der Online-Discounter im Beschwerdemanagement: 94 Prozent der Kunden, die innerhalb der vergangenen zwölf Monate einen Beschwerdegrund hatten, bewerteten die Abwicklung mit der vollen Punktzahl. Christoph Pienkoß, geschäftsführen-

des Vorstandsmitglied der Deutschen Gesellschaft für Qualität, betont die Bedeutung nachhaltiger Kundenbindung: „Kundenorientierung und Kundenzufriedenheit gewinnen als wichtige Kriterien für Qualität immer mehr an Bedeutung. Nur wer diese Aspekte auch in seinem Qualitätsmanagement ausreichend berücksichtigt, kann sich im zunehmenden Wettbewerb noch differenzieren“. Ebenfalls unter den Top 3 dieser Betriebsgrößenklasse und damit bewiesenermaßen gut aufgestellt sind Schöck Bauteile und Delo Industrie Klebstoffe.

Seniorenheim St. Josef: Bestwerte wohin man schaut

Zur Caritas Wohn- und Pflegegemeinschaft Seniorenheim St. Josef gehören sechs Seniorenheime, deren Bewohner von ihrer innovativen und erfolgreichen Wohn- und Pflegeeinrichtung schlichtweg schwärmen: Mit besonders freundlichen, kompetenten und motivierten Mitarbeitern, einer herausragenden Kundenorientierung und höchster Zufriedenheit mit Angebot und Qualität der Leistungen schafft es das Unternehmen, überragende emotionale Bindung zu seinen Kunden aufzubauen. Damit führt der Verbund der Seniorenheime die Rangfolge der mittelständischen B2C-Unternehmen mit Abstand an. Ebenfalls überdurchschnittliche Kundenurteile erzielten die Volkshochschule Reckenberg-Ems und das Bankhaus August Lenz: Für sehr gute emotionale Kundenbindung, hohe Kundenzufriedenheit, gutes Image und starke Kundenorientierung kommen sie in die Top 3.

Hans Soldan lebt Kundenorientierung erfolgreich vor

Bei den mittelständischen B2B-Unternehmen sichert sich mit Hans Soldan ein Unternehmen den ersten Platz, das sich seit seiner Gründung 1908 auf die Bedürfnisse seiner Kunden konzentriert und seine Kundenbeziehung seit 2009 auch durch Deutschlands Kundenchampions zertifizieren lässt. Die Kunden des Büroausstatters für Anwälte, Steuerberater oder Notare schätzen das Unternehmen als sehr zuverlässig und seriös und sind äußerst zufrieden mit den Mitarbeitern – insbesondere hinsichtlich Freundlichkeit und Fachkompetenz. Die Kundenbeziehung ist von dauerhafter Natur und großem Vertrauen geprägt. Auch die beiden anderen Top-3-Sieger der mittelständischen B2B-Unternehmen, Jökel Bau und Agenda Informationssysteme, können sich mit ihrer fokussierten Leistung auf stabile Kundenbeziehungen verlassen.

Mitarbeiter machen den Unterschied: Evenord-Bank bindet Kunden emotional

Die Universalbank für Gewerbe- und Privatkunden in der Metropolregion Nürnberg lehnt quantitative Zielvorgaben sowie monetäre Anreize für den Absatz von Finanzprodukten ab. Diese Haltung lohnt sich für die Bank: die Kunden vertrauen der Bank, die sie als be-

sonders glaubwürdig und seriös wahrnehmen, und empfehlen sie gerne weiter. Auch an diesem Beispiel zeigt sich wieder die besondere Rolle der Mitarbeiter für das Kundenfeedback: Die Zufriedenheit mit den Mitarbeitern liegt bei der Evenord-Bank deutlich über dem Durchschnitt. Ähnlich gute Gesamtbewertungen können beck-shop.de, ein Fachbücherversand für Recht, Steuern und Wirtschaft, und die Werkzeugschleiferei Kopp Schleiftechnik vorweisen. Während die beck-shop.de-Kunden Produktqualität und Lieferfähigkeit ihres Anbieters hervorheben, betonen die Kunden von Kopp Schleiftechnik ebenfalls ihre Zufriedenheit mit den Mitarbeitern.

Sonderpreis für beste Mitarbeiterbeziehungen geht an Seniorenheim St. Josef

Um eine ganzheitliche Unternehmenssicht zu bekommen, stellte sich die Caritas Wohn- und Pflegegemeinschaft Seniorenheim St. Josef nicht nur dem Urteil ihrer Kunden, sondern auch dem ihrer Mitarbeiter. „Mitarbeiter sind ein entscheidender Faktor im Kundenkontakt, wir sprechen hier gerne vom Herzblutfaktor: Nur ein Mitarbeiter, der selbst hinter dem Angebot seines Arbeitgebers steht, kann dies auch dem Kunden glaubhaft vermitteln“, erläutert Anita Saathoff, Bereichsleiterin Mitarbeitermotivation bei forum!. Weiter führt sie aus: „Mit der Motivation der Mitarbeiter steht und fällt daher die Güte der Kundenbeziehungsqualität. Dass die Caritas Wohn- und Pflegegemeinschaft Seniorenheim St. Josef in beiden Disziplinen mit Bestwerten ausgezeichnet wird, zeigt, wie erfolgreiches Mitarbeiter- und Kundenbeziehungsmanagement Hand in Hand gehen.“ Für den Sonderpreis qualifizierte sich ebenfalls mit hervorragender Mitarbeiterbeziehungsqualität die Tempton Personaldienstleistungen GmbH.

Die offizielle Auszeichnung aller Preisträger fand am 11. Mai 2017 ab 18:30h im Atrium Hotel Mainz statt. Auf der Siegerkonferenz am Tag der Preisverleihung gaben Kundenchampions Einblick in ihr erfolgreiches Kundenbeziehungsmanagement, von dem andere Unternehmen zum eigenen Vorteil und dem ihrer Kunden lernen können. Workshops und Diskussionsrunden regten die Auseinandersetzung mit dem Erfolgsfaktor emotionale Kundenbindung in B2C und B2B an. Gut 150 Vertreter aus Wirtschaft, Politik und Wissenschaft waren der Einladung der Initiatoren zur Siegerkonferenz und zur Preisverleihung am Abend gefolgt.

Zertifikat und Wettbewerb

Das F.A.Z.-Institut, die Deutsche Gesellschaft für Qualität und forum! suchen jährlich die Unternehmen mit den besten Kundenbeziehungen in Deutschland. Die Grundlage des Wettbewerbs Deutschlands Kundenchampions ist eine Rundum-Kundenbeziehungs-Analyse auf Basis einer repräsentativen Kundenbefragung mit mindestens 100 Kundeninterviews.

In die Gesamtbewertung für die Zertifikatsvergabe fließt das Feedback der Kunden in den Bereichen emotionale Bindung (Fan-Indikator), Zufriedenheit, Image und Kundenorientierung ein.

Am Wettbewerb teilnehmen kann jedes rechtlich selbstständige Unternehmen ab zehn Mitarbeitern mit Geschäftstätigkeit in Deutschland. In besonderer Form ausgezeichnet werden die drei Erstplatzierten innerhalb der Branche und innerhalb der Betriebsgrößenklasse. 2017 werden zum ersten Mal B2B- und B2C-Unternehmen in den Betriebsgrößenklassen 50-499 Mitarbeiter und 500-4.999 Mitarbeiter gesondert prämiert.

Für die Zertifikatsvergabe im Rahmen des Wettbewerbs Deutschlands Kundenchampions 2017 wurden die Kunden von 262 Unternehmen befragt. 168 Unternehmen haben sich mit ausgezeichneten Kundenbeziehungen das Zertifikat „Deutschlands Kundenchampion 2017“ verdient.

Eine alphabetische Liste der Kundenchampions 2017 sowie weitere Informationen unter:

www.deutschlands-kundenchampions.de

Die Initiatoren

Die Initiatoren von Deutschlands Kundenchampions sind die Deutsche Gesellschaft für Qualität e.V. (DGQ), Frankfurt am Main, das F.A.Z.-Institut, Frankfurt am Main, und die forum! GmbH, Mainz.



Das Marktforschungs- und Beratungsunternehmen forum! unterstützt nationale und internationale Unternehmen dabei, die Beziehungen zu ihren externen und internen Zielgruppen zu analysieren und zu optimieren und so wirtschaftlich erfolgreicher zu werden.

www.forum-mainz.de



Das F.A.Z.-Institut gehört zur renommierten Verlagsgruppe Frankfurter Allgemeine Zeitung. Als Dienstleister für Kommunikations- und Marketingentscheider bietet das Institut relevante, glaubwürdige und hochwertige Konzeption, Analyse und Beratung für zielgruppenorientierte Kommunikation.

www.faz-institut.de



Die Deutsche Gesellschaft für Qualität e.V. prägt und moderiert die praxisnahe Plattform engagierter Fachleute zum Thema Qualität. Sie gestaltet Netzwerke, befähigt Menschen, entwickelt Organisationen, generiert Wissen und verbessert die Leistungs- und Innovationsfähigkeit in Deutschland.

www.dgq.de

Ihr Pressekontakt:

Anke Beck

Leiterin Kommunikation & Marketing

forum! Für beste Beziehungen

Tel.: 06131/32809 158

E-Mail: beck@forum-mainz

Weitere Informationen unter:

www.deutschlands-kundenchampions.de

www.forum-mainz.de