

Kundenbefragungen

Wer die Wünsche seiner Kunden kennt, ist im Vorteil

Marktforschung ist mit Aufwand und Kosten verbunden. Deswegen halten sich Kleinbetriebe hier eher zurück. Das kann ein Fehler sein – denn wer seine Kunden kennt, kann sich besser auf ihre Wünsche ausrichten und sich neue Chancen sichern.

Von Holger Schindler

ESSLINGEN. „Wenn Unternehmen ihre Kunden befragen und dabei auf eine anständige Rücklaufquote und qualitativ gute Antworten Wert legen, sollten sie den Fragebogen kompakt halten“, empfiehlt Uwe Matzner, Chef des Marktforschungsunternehmens Research Tool in Esslingen. Dies gelte umso mehr für Geschäftsbeziehungen zwischen Unternehmen, den B2B-Bereich. Matzner erstellt jährlich bis zu 50 Marketingstudien für unterschiedlichste Auftraggeber – und weiß, wo die Fallstricke liegen, wenn es darum geht, herauszufinden, was die Kunden wollen.

Dienstleister nehmen zwischen 5000 und 10 000 Euro pro Befragung

Je kleiner Unternehmen sind und je weiter sie vom Konsumgütergeschäft mit Endverbrauchern entfernt sind, desto eher scheuen sie die Analyse der Kundenzufriedenheit und Kundenwünsche. Vorgehen sie entsprechende Aufträge extern, entstehen Kosten – im Regelfall zwischen 5000 und 10000 Euro pro Befragung. Es kann sich lohnen, dafür mehrere Angebote einzuholen. Entsprechende Dienstleister tummeln sich heute zahlreich auf dem Markt.

Selbst durchgeführte Kundenbefragungen sind eine Alternative, bringen aber Arbeitsaufwand mit sich. Allerdings können preiswerte Softwaretools, etwa zur Gestaltung von Onlinefragebögen, die Sache wesentlich erleichtern.

„Kundenbefragungen sind eine große Hilfe dabei, das eigene Marketing wirksamer zu machen“, sagt Michael Bernecker vom Deutschen Institut für Marketing in Köln. Sie



Eine Analyse der Kundenzufriedenheit und deren Wünsche kann bereits im Beratungsgespräch beginnen. FOTO: DPA

Fünf Schritte für eine Kundenbefragung

Der Ablauf einer Kundenbefragung lässt sich laut dem Deutschen Institut für Marketing in fünf Schritte gliedern:

- Definition der Befragungsziele: Was will ich erfahren?
- Design der Befragung: Wie bringe ich es in Erfahrung? Wozu etwa die Entscheidung zwischen einer Telefon-

und einer Onlinebefragung gehört.

- Datenerhebung: Was sagen die einzelnen Kunden?
- Datenanalyse: Wie sehen die aggregierten Ergebnisse aus?
- Dokumentation: Welches sind die relevanten Resultate und welche Schlüsse sind daraus zu ziehen?

ermöglichten eine direkte Rückkopplung, denn nicht selten seien diverse Vertriebsstufen zwischen Anbieter und Kunde zwischengeschaltet, die eigene Interessen hätten. Die Ergebnisse von Kundenbefragungen könnten nicht nur dem Marketing dienen. Sie seien auch der Schlüssel zur erfolgreichen Weiterentwicklung der eigenen Produkte und Dienstleistungen.

„Wenn wir den Kunden und seine Einstellungen nicht kennen, dann treffen wir unsere Entscheidungen

eben auf der Basis der Vorstellungen, die wir uns davon machen“, ergänzt Florian Bauer vom Münchner Marktforschungsunternehmen Vocatus – und diese könnten ganz schön danebenliegen, gerade, wenn es um die Preisgestaltung von Produkten und Dienstleistungen gehe.

Bauer schätzt, dass viele Betriebe gerade bei der Preisstrategie erhebliche Potenziale für höhere Erlöse ungenutzt lassen, weil sie die Entscheidungsprozesse ihrer Kunden nicht kennen. „Im B2B-Bereich

muss man bei Kundenbefragungen fast immer mit geringen Fallzahlen auskommen“, sagt Marktforschungsexperte Matzner. „Bei der Befragung muss man den Spagat zwischen der Verlässlichkeit der Erkenntnisse und einer Überfragung der Geschäftspartner schaffen.“ Unternehmen sollten darauf achten, nicht zu viele und vor allem relevante Befragungen bei ihren Kunden durchzuführen.

Kundenbefragungen sind Teil der Unternehmenskommunikation

„Die Themen müssen wichtig für das befragende Unternehmen sein, aber auch von Bedeutung für die befragten Kunden – nur dann beteiligen sie sich ausreichend daran“, sagt Matzner. Eine zusätzliche Hürde sei, dass bei Geschäftskunden oft mehrere Personen an Beschaffungs- und Kaufentscheidungen beteiligt seien. „Daher sollte man vorab genau überlegen, wer der richtige Interviewpartner ist.“

Matzner rät, die Befragten zu Vermutungen und Schätzungen zu ermuntern, wo präzise Antworten nicht möglich seien. „Nicht zu beantwortende Fragen werden meist als sehr unangenehm erlebt“, sagt er. Und Kundenbefragungen seien immer auch ein Teil der Unternehmenskommunikation.

Daher sei es wichtig, den Befragten zu vermitteln, um was es dabei geht und was die Motive dahinter sind. Hier spiele auch die Rückmeldung von Befragungsergebnissen durchaus eine Rolle. „Wer sich die Mühe macht, einem Lieferanten wertvolle Hinweise für die Unternehmens- und Produktentwicklung zu geben, verdient auch ein Feedback“, sagt Matzner.

MEHR ZUM THEMA

Einen Leitfaden zur Konzeption, Vorbereitung und Abwicklung von Kundenbefragungen gibt es unter: www.grieger-cie.de/Marktforschung/Kundenbefragung.pdf

Videokonferenzen werden häufiger genutzt

Vier von zehn Unternehmen haben Erfahrungen

BERLIN. Der Kunde sitzt in Tokio, die Zweigstelle befindet sich in Brüssel und das internationale Projektteam verteilt sich über die ganze Welt – für viele Unternehmen wird eine standortunabhängige Kommunikation immer wichtiger. Laut einer repräsentativen Befragung im Auftrag des IT-Branchenverbands Bitkom setzen bereits 40 Prozent der deutschen Unternehmen ab 20 Mitarbeitern Videokonferenzen und Onlinemeetings ein, um sich mit Geschäftspartnern und Mitarbeitern auszutauschen.

„Während die Teilnahme an Präsenzkonferenzen mit hohen Reise- und Übernachtungskosten verbunden ist, erfordern Web-, Telefon- oder Videokonferenzen neben der technischen Ausstattung lediglich eine stabile Internetverbindung und eine entsprechende Software“, sagt der Bitkom-Experte Jürgen Biffar. „Die Anwendungen ermöglichen den Zugriff auf Dokumente wie Präsentationen, Word-Dokumente oder Excel-Tabellen.“

In der internen Kommunikation setzen viele Unternehmen auf sogenannte Collaboration Tools, also Softwareanwendungen, die die Zusammenarbeit innerhalb einer Projekt- oder Arbeitsgruppe erleichtern sollen. „Für das Gelingen von Projekten und eine produktive Zusammenarbeit im Team ist eine schnelle und unkomplizierte Kommunikation der Mitarbeiter untereinander ein wichtiger Faktor“, erläutert Biffar.

„Dezentrale Anwendungen, zum Beispiel für die gemeinsame Bearbeitung von Dokumenten, Mindmapping-Tools, Filesharing- oder Kurznachrichten-Dienste, können den firmeninternen Informationsaustausch vereinfachen und dabei helfen, Arbeitsprozesse effizienter zu gestalten.“ Rund jedes achte Unternehmen (13 Prozent) verwendet bereits Büro-Software wie Google Docs, Zoho oder Etherpad, um online gemeinsam Dokumente zu erstellen und in Echtzeit zu bearbeiten. In jedem zehnten Unternehmen nutzen Mitarbeiter außerdem Wikis, um internes Wissen zentral zu organisieren und gemeinschaftlich zu verwalten. (hos)

MEHR ZUM THEMA:

Tipps zur Vorbereitung und Durchführung von Telefon-, Video- und Webkonferenzen finden Sie unter: www.telefonkonferenz.info

Verspätete Gehaltszahlungen werden für Arbeitgeber teurer

Seit Juli können Beschäftigte eine Verzugszuschale von 40 Euro einfordern

DÜSSELDORF. Es kommt durchaus vor, dass die Zahlungen der Gehälter verspätet erfolgt. Das kann mit Unachtsamkeit zu tun haben, oft aber auch mit einer angespannten Kassenlage beim Arbeitgeber. Seit dem 1. Juli haben Arbeitnehmer nun ein neues Druckmittel in der Hand, um sich dagegen zu wehren – eine Verzugszuschale in Höhe von 40 Euro. Der Deutsche Gewerkschaftsbund ruft abhängig Beschäftigte mit Nachdruck dazu

auf, diese neue Möglichkeit auch zu nutzen.

Bisher konnten Arbeitnehmer lediglich Verzugszinsen in Höhe von fünf Prozent einfordern, wenn ihr Lohn verspätet oder gar nicht auf dem Konto einging. Mahngebühren oder die Erstattung von Anwaltskosten konnten hingegen nicht geltend gemacht werden. Der Arbeitnehmer hatte nur Anspruch auf den Ersatz des Verzugs Schadens, wenn er einen solchen Scha-

den ganz konkret nachweisen konnte, zum Beispiel in Form von Kosten für Rückbuchungen, Mahngebühren oder Ähnliches.

Mit der neuen Regelung kann der Gläubiger einer Entgeltforderung bei Verzug des Schuldners einen Anspruch auf Zahlung einer Pauschale in Höhe von 40 Euro geltend machen – ohne weitere Nachweise und zusätzlich zu den Verzugszinsen. Dies gilt auch, wenn nur Teile des Gehalts überwiesen werden. Die Regelung soll die Arbeitgeber zu pünktlicher Zahlung anhalten und außerdem dem Umstand Rechnung tragen, dass für Arbeitnehmer allein schon die Verspätung Unannehmlichkeiten bedeutet, die aber nicht immer in Geld berechnet werden können.

„Da die Vergütung in der Regel monatlich abgerechnet wird, entsteht der Anspruch auf die Schadenspauschale auch jeden Monat für den Abrechnungsbetrag neu“, warnt der Wuppertaler Fachanwalt für Arbeitsrecht Frank Hartmann. „Arbeitgeber sollten künftig umso genauer darauf achten, dass die berechtigten Entgelte vollumfänglich zum vereinbarten Fälligkeitszeitpunkt an die Arbeitnehmer gezahlt werden“, so Hartmann. (hos)



Arbeitnehmer können ab sofort gegenüber ihrem Arbeitgeber eine Verzugszuschale geltend machen, sollte der das Gehalt nicht rechtzeitig überweisen. FOTO: DPA

Kurz notiert

Mitarbeiter im Südwesten nur mittelmäßig zufrieden

STUTTGART. Beschäftigte in Hamburg sind im Bundesländervergleich am zufriedensten. Im Südwesten indes herrscht nur durchschnittliche Zufriedenheit. Das hat das Arbeitgeberbewertungsportal Kununu ermittelt. Nach dem „Glücks-Score“, in den Kollegenzusammenhalt, Vorgesetztenverhalten, Arbeitsatmosphäre und Aufgabenqualität eingegangen, liegt Berlin auf Platz zwei und Baden-Württemberg auf Platz sieben. (hos)

Jungunternehmer fordern, Soli-Zuschlag abzuschaffen

BERLIN. Vor 25 Jahren wurde der Solidaritätszuschlag erstmals erhoben. Heute zahlen die Deutschen noch immer 5,5 Prozent des Steuerbetrags aus Einkommen-, Kapitalertrag- und Körperschaftsteuer. Anlass für den Verband „Die Jungen Unternehmer“, dessen Abschaffung zu fordern. Der ursprüngliche Gedanke, damit die ostdeutschen Bundesländer zu unterstützen, sei längst hinfällig. Die Einnahmen aus dem Soli-Zuschlag fließen ohne Zweckbindung in den Bundeshaushalt. (sta)

Arbeitgeber sehen Risiken für Arbeitsmarkt durch Brexit

STUTTGART. „Ein Austritt Großbritanniens aus der EU könnte eine konjunkturendämpfende Wirkung haben und unseren Arbeitsmarkt perspektivisch belasten“, warnt der Hauptgeschäftsführer der Arbeitgeber Baden-Württemberg, Peer-Michael Dick. Immerhin sei Großbritannien innerhalb der EU der drittgrößte Exportmarkt für baden-württembergische Unternehmen. Umso wichtiger sei es nun, Handelsabkommen wie TTIP oder Ceta zügig zum Abschluss zu bringen. (sta)



Großbritannien ist der drittgrößte Exportmarkt für hiesige Betriebe. FOTO: DPA

Buchtipps

Wenn in der Firma gemauert wird

Nicht immer setzen Mitarbeiter das um, was ihre Führungskraft will – oft auch, weil sie es einfach nicht wollen. Stattdessen erheben sie Gegenforderungen, zetteln Intrigen an oder entfachen offenen Aufruhr.

Widerstand ist in Unternehmen ganz normal, erklärt Erick Nagel, Dozent an der Hochschule Luzern und Experte für Organisationskultur und Management, in seinem neuen Buch. Umso mehr sollten Chefs wissen, wie sie konstruktiv und wirksam mit Widerstand in ihren Reihen umgehen können. Nagel lässt in seinem Werk mehr als fünfzig Führungskräfte zu diesem Thema zu Wort kommen und erläutert mögliche Reaktionen auf Konflikte. (hos)



Erick Nagel:

Glücksfall Widerstand, Versus-Verlag, ISBN 978-3-03909-173-7, 192 Seiten, 31,40 Euro