

## Presse – Denkmittel

### **Vorsicht vor den zufriedenen Kunden!**

#### **Warum es nicht reicht, wenn Kunden nur zufrieden sind und wie Unternehmen ihre Kunden zu Fans machen**

München, 20.08.2014 – Kundenzufriedenheit allein reicht als Gradmesser für das Verhalten von Kunden heutzutage nicht mehr aus. Auch hochzufriedene Kunden verhalten sich zunehmend illoyal, da die Produkte und Leistungen der Unternehmen in ihrer Wahrnehmung immer austauschbarer werden, wie die aktuelle Kundenstudie „Fanfocus Deutschland“ zeigt. Der wissenschaftliche Leiter und Initiator dieser Benchmarkstudie und Geschäftsführer der *forum!* Marktforschung GmbH, Roman Becker, stellt beim 5. Deutschen Innovations- & Querdenker-Kongress in München nicht nur die Kunden, sondern auch die Teilnehmer in den Mittelpunkt.

Kunden sind vor allem dann wirtschaftlich attraktiv für Unternehmen, wenn sie nicht nur hochzufrieden, sondern auch emotional gebunden sind. Solche „Fans“ kaufen häufiger ein und geben bei jedem Einkauf durchschnittlich mehr aus als andere Kunden. Sie bleiben ihrem Anbieter außerdem länger treu – sogar dann, wenn dieser einmal Probleme mit der Qualität hat. Schließlich profitieren Unternehmen mit einer hohen Fanquote von der großen Weiterempfehlungsbereitschaft der Fans, die sich etwa dreimal häufiger positiv zu ihrem Anbieter äußern als Durchschnittskunden.

Wie emotionale Kundenbindung entsteht, wie Fans Unternehmen erfolgreich machen, wie die Fanquote gemessen und gesteigert werden kann und welche zentrale Rolle motivierte Mitarbeiter dabei spielen zeigt Roman Becker, Geschäftsführer des Mainzer Instituts *forum!* Marktforschung GmbH in seinem Vortrag auf dem diesjährigen Innovations- & Querdenker-Kongress. Der Kongress findet am 25. und 26. November unter dem Motto „ideen. innovation. wachstum. Zukunftsstrategien und Geschäftsmodelle für nachhaltigen Unternehmenserfolg“ in München statt.

Darüber hinaus zeigt Becker spannende Ergebnisse aus der großen bundesweiten Kundenstudie Fanfocus Deutschland, die das Kundenbeziehungsmanagement und die Fanquoten von über 100 deutschen Verbraucherunternehmen untersucht hat.

Weitere Referenten in diesem Jahr sind u.a. Dr. Hubert Waltl, Mitglied des Vorstandes der Audi AG, Wolfgang Müller-Pietralla, Leiter Zukunftsforschung der Volkswagen AG, und Ursula Schwarzenbart, Global Chief Diversity Officer der Daimler AG. Auch führende Innovatoren von u.a. Pixelpark, Intel, Triumph und Duravit geben Einblicke in ihre Success-Story. Mehr Infos unter [www.querdenker.de/kongress](http://www.querdenker.de/kongress)

Wer vorwärts kommen will,  
muss auch mal rückwärts denken!



## Presse – Denkmittel

### **QUERDENKER-Club**

Mit über 320.000 interdisziplinären Entscheidern und kreativen Köpfen hat sich der QUERDENKER-Club in nur fünf Jahren zu einer der führenden Open-Innovation- und Crowdsourcing-Plattformen im deutschsprachigen Raum entwickelt. On- und Offline beschäftigen sich die Mitglieder mit Innovationsthemen wie IdeaChallenges, InnovationSpaces oder Design Thinking. Oder bei Veranstaltungen wie dem Deutschen Innovations- & Querdenker-Kongress, bei dem mehr als 400 Entscheider gemeinsam die Zukunft neu denken.

---

Der Abdruck von Text und Bildern – mit dem Bildnachweis "Querdenker" – ist honorarfrei.  
Über zwei Belegexemplare freuen wir uns. Bitte senden Sie diese an:

Juliane Säger

Tel.: 089 / 12 23 89 - 480

Fax: 089 / 12 23 89 - 200

E-Mail: [j.saeger@querdenker.de](mailto:j.saeger@querdenker.de)

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

