

Was will der Kunde?

Wirtschaft und Sozialwesen diskutieren bei 18. Beurer Managementgesprächen

Benediktbeuern – Wer kämpfte nicht auch schon häufiger mit der Hotline eines Unternehmens und wurde ständig angewiesen, irgendwelche Tasten auf dem Telefon zu drücken? Das muss nicht so sein. „Kundenorientierung als Erfolgsfaktor“ stand im Mittelpunkt der jüngsten Benediktbeurer Managementgespräche.

Die Runde bietet Entscheidungsträgern aus Unternehmen, sozialen Organisationen und Politik die Möglichkeit zum lockeren Gedankenaustausch. Organisatoren sind Prof. Egon Endres, Präsident der Katholischen Stiftungsfachhochschule, und Michael Thies von den Münchner Management Consultants.

Den wesentlichen Unterschied zwischen den beiden Welten aus Profit-orientierten Unternehmen und sozialen Einrichtungen brachte Endres auf den Punkt: „Der Non-Profit-Bereich hat keine eigentlichen Kunden. Vielmehr geht es darum, Kunden dauerhaft loszuwerden.“



Wirtschaft und Sozialwesen im Gespräch: Andreas Grathwohl, Geschäftsführer eines Berliner Unternehmens (li.), und KSFH-Präsident Prof. Dr. Egon Endres.

FOTO: MER

Kundenbindung kann hier also keine Zielsetzung sein. Stattdessen sollte man hier besser von einer „Service-Orientierung“ sprechen.

„Den Kunden“ gebe es aber auch für die Unternehmen nicht, analysierte Prof. Anton Kathrein, Geschäftsführender Gesellschafter der Kathrein-

werke in Rosenheim. Entsprechend der vielfältigen Unterschiede sei es eine wichtige Aufgabe, mit der jeweiligen Klientel richtig zu kommunizieren und deren spezifischen Bedürfnisse herauszufinden. Will ein Betrieb auf Dauer erfolgreich sein, muss er „die Kundenorientierung als Haltung verinnerlichen“. Das Ignorieren von Eigenheiten von Kundengruppen ist laut dem Rosenheimer Firmeninhaber Kathrein der Hauptgrund für die Abwanderung von Kunden.

Den Nutzen der Benediktbeurer Management-Gespräche sieht Martin Zeller, Geschäftsführer der Oberland-Werkstätten in Gaißach, in den vielfältigen Lernerfahrungen: „Der profitorientierte Teil spielt auch in Non-Profit-Unternehmen eine immer größere Rolle.“ Hier könnten soziale Einrichtungen von den Strategien der Unternehmen lernen. „Das Thema Kundenorientierung hat auch für uns eine riesige Bedeutung.“

mer