

# Kundenorientierung 2.0 – Wann wird aus Kunde König?

„Kundenorientierung“ hat vor allem die Ausrichtung des Unternehmens auf den Kundennutzen im Blick. Wie dies erfolgen kann, diskutieren am 26. November hochkarätige Vortragende an der Fachhochschule Salzburg unter dem Titel „Kundenorientierung 2.0 – Wann wird aus Kunde König?“



Bernhard Klein



Eva Koblan-Röß



Maria-Theresa Schinnerl



Anne Schüller



Robert Seeger

Es wird viel Geld verspielt. Europas Firmen schätzen gemäß der Studie „Global Insights on Succeeding in the Customer Experience Era“, dass eine schlechte, inkonsistente und markenferne Kundenorientierung durchschnittlich 18 Prozent Umsatz kostet.

Andere Ergebnisse belegen, dass ein Großteil der europäischen Kunden – in Österreich ist die Situation ähnlich – für ein besseres Einkaufserlebnis mehr bezahlen würde. 44 Prozent sind demnach sogar bereit, einen Aufschlag von über fünf Prozent hinzunehmen. Andersherum wenden sich 70 Prozent der Kunden nach einem negativen Erlebnis sofort vom Anbieter ab. Die meisten von diesen gehen dann zur Konkurrenz.

Für diese sprichwörtliche „Servicewüste“ gibt es etliche Gründe, die aus der wirtschaftlichen Praxis heraus belegbar sind. Unterneh-

men sehen oftmals keinen Mehrwert in gutem Service. Sie sehen in Service ganz im Gegenteil eine Investition mit zweifelhaftem Nutzen. Sie handeln kosten- und nicht kundenorientiert.

„Der Blick für den Kundennutzen ist oftmals nicht Gegenstand ihres Handelns und Denkens“, so eine – für den Kunden erschreckende – Feststellung von Marcus Stumpf, Professor für Marketing und Relationship Management an der Fachhochschule Salzburg und zugleich Initiator des Salzburger Marketing Symposiums.

Dass jedoch ein Nutzen für Kunden und Unternehmen gleichermaßen entstehen kann, beweisen erfolgreiche Unternehmen, die den Kunden in den Mittelpunkt stellen. Auffällig ist dabei, dass sie nicht nur gute, ausgeklügelte, zielgruppengerechte Produkte, sondern auch einen kundenfreundlichen Service dazu

anbieten. Welche Herausforderungen müssen nun Unternehmen, Politiker und auch Kunden meistern, damit faktisch eine Dienstleistungsgesellschaft entsteht?

## Herausragende Redner

Das diesjährige Salzburger Marketing Symposium steht mit dem Titel „Kundenorientierung 2.0 – wann wird aus Kunde König?“ ganz im Zeichen von Beziehungsmarketing und der Rolle der Kundenorientierung im Kaufprozess. Namhafte Experten und Praktiker beispielsweise von Wien Tourismus, Seeger Agentur für Kommunikationskunst sowie der Fachhochschule CAMPUS 02 diskutieren und informieren über Strategien, Trends, Chancen und Herausforderungen in diesem Marketinggebiet.

Zudem konnte mit Anne Schüller eine herausstechende Vortragsrednerin zum Thema „Kundenzufrieden-

heit“ sowie „Kundenloyalität“ gewonnen werden. Sie zählt zu den zehn besten Speakern im deutschsprachigen Raum und führt mit ihrem aktuellen Buch „Touchpoints: Auf Tuchfühlung mit dem Kunden von heute“ derzeit die Buch-Bestsellerlisten an.

Wie Touchpoint Management funktioniert, erläutert die bekannte Rednerin in ihrem Vortrag.

Das Salzburger Marketing Symposium jährt sich heuer zum dritten Mal und wird erneut durch Prof. Dr. Marcus Stumpf und sein Projektteam an der Fachhochschule Salzburg organisiert. Mit zuletzt über 280 Teilnehmern zählt das Salzburger Marketing Symposium in der Zwischenzeit zu den erfolgreichsten Marketing-Veranstaltungen in Österreich.

**Alle Informationen und Anmeldung finden Sie im Internet unter: [marketing-symposium.at](http://marketing-symposium.at)**

## Die Vortragenden

### 3. Marketing Symposium 26. November, FH Salzburg

- **Mag. (FH) Maria-Theresa Schinnerl** – Unternehmensberaterin, Vortragende und Wirtschaftstrainerin  
**Vortrag:** „Bewusstseinsbildung für perfekte (Kunden-)Servicequalität – von der Theorie in die Praxis“
- **Bernhard Klein** – Leiter Brandmanagement Wiener Tourismusverband  
**Vortrag:** „Kundenorientierte Markenführung – Das Destinationsmarketing der Stadt Wien“
- **Robert Seeger** – Gründer von Seeger, Agentur für Kommunikationskunst sowie FMX World  
**Vortrag:** „Mehr Mut und wilder Spaß – Hausverstand & Leidenschaft im digitalen Zeitalter“
- **Prof. (FH) Dr. Eva Koblan-Röß** – MBA, Fachbereichsleiterin und Lektorin für den Bereich Marketing an der FH Campus 02 in Graz  
**Vortrag:** „Let's go gender: Kunden kaufen anders. Kundinnen auch“
- **Anne Schüller** – Managementdenkerin, Keynote-Speaker, zehnfache Buch- und Bestsellerautorin und Businesscoach  
**Vortrag:** „Customer Touchpoint Management – Ein Navigationssystem für das Meistern von Kundenbeziehungen in neuen Businesszeiten“

