



Pressemeldung

## Kunden auf der Flucht

Studie bringt zutage: Kundentreue sinkt auf breiter Front

München, den 12. Oktober 2007. Die Kundentreue sinkt auf breiter Front – Unternehmen müssen sich auf zunehmende Wechselbereitschaft ihrer Kunden einstellen. Dies ist ein zentrales Ergebnis des Kundenmonitors Deutschland 2007. Nachlassende Kundenloyalität trifft insbesondere den Einzelhandel, aber auch Stromversorger, Reisebüros, Bausparkassen und Banken. So würden nur noch 51 Prozent (im Vorjahr 57 Prozent) der Befragten ihre Bank bestimmt wieder wählen. Bei Mobilfunkkunden betrug diese Rate 41 Prozent, bei Internetanbietern 37 Prozent und bei Fondsgesellschaften nur 25 Prozent.

„Das ist nicht weiter verwunderlich“, so Anne M. Schüller, Expertin für Loyalitätsmarketing, und weiter: „Die größten Loyalitätskiller heißen: Austauschbarkeit, Preis-Aktionismus, emotionale Kälte und ständig wechselnde Ansprechpartner. Und alle genannten Branchen haben bei mindestens einem dieser Punkte erhebliche Defizite. Loyalität ist freiwillige Treue. Am ehesten bekommt sie der geschenkt, der seine Kunden fasziniert, integriert, involviert und zu aktiven Mitgestaltern seines Marketing macht. Das nenne ich Kundenloyalität 2.0.“

Jedes Einbinden der Kunden schafft Verbundenheit. Marktforscher kennen diesen Effekt seit langem: Wenn man Menschen zeigt, dass man sich für ihre Meinung interessiert, verändert sich deren Haltung zum Unternehmen und seinen Angeboten und Services positiv. Das partnerschaftliche Einbinden der Kunden ist in jedem Fall erfolgversprechender als der mühsame Aufbau von Wechselbarrieren. Wechselbarrieren richten sich gegen den Kunden, sie sind aggressiv und damit letztlich kontraproduktiv.

Abgewanderte Kunden sind nicht für immer verloren. Eine Ende 2006 vom Marktforschungsinstitut Ciao GmbH online durchgeführte Studie zum Kundenservice in Deutschland ergab, dass nur 12 Prozent der Befragten unter keinen Umständen zu ihrem ehemaligen Anbieter zurückkehren wollten. Neun von zehn Kunden sind also rückkehrbereit. In ihrem neuen Buch ‚Come back!‘, erschienen bei Orell Füssli, erläutert Managementberaterin Schüller, wie sich abgängige Kunden zurückgewinnen lassen und vor allem, wie Unternehmen präventiv tätig werden können, um in Zukunft erst gar keine Kunden zu verlieren.



## Das Buch zum Thema



Anne M. Schüller

**Come back! Wie Sie verlorene Kunden zurückgewinnen**

Orell Füssli, Zürich 2007, 226 S., 26,50 Euro / 44.00 CHF  
ISBN 978-3-280-05242-6

**Weitere Infos: [www.kundenrueckgewinnung.com](http://www.kundenrueckgewinnung.com)**

## Zum Inhalt des Buchs

In ‚Come back! Wie Sie verlorene Kunden zurückgewinnen‘ zeigt die achtfache Buchautorin Anne M. Schüller, Managementconsultant und Expertin für Loyaltätsmarketing, wie kleine und große Unternehmen verlorene profitable Kunden zurückgewinnen können. Systematisch legt sie dar, wie aus einer Vielzahl von Vorgehensweisen, Techniken, Werkzeugen und Maßnahmen ein auf das jeweilige Unternehmen individuell zugeschnittene Kundenrückgewinnungsmanagement gestaltet werden kann. Dabei geht sie auch auf verkaufpsychologische Aspekte ein und berücksichtigt die neuesten Erkenntnisse der Hirnforschung. Schritt für Schritt - von der Identifizierung der verlorenen Kunden über die Analyse der Verlustursachen, die Planung und Umsetzung von Maßnahmen bis hin zur Erfolgskontrolle und Prävention - schlüsselt sie das adäquate Vorgehen auf. Sowohl die Mitarbeiter mit direktem Kundenkontakt als auch das Management, das Kundenfokussierung vorleben sollte, bezieht sie mit ein. Für die meisten Firmen ist das gezielte Reaktivieren ihrer abgewanderten Kunden noch unentdecktes Neuland. Ihnen steht mit diesem Buch eine Fülle von Tipps, praktischen Beispielen und nützlichen Checklisten zur sofortigen Umsetzung bereit.

**Weitere Details: [www.kundenrueckgewinnung.com](http://www.kundenrueckgewinnung.com)**



## Die Autorin



**Anne M. Schüller** ist Management-Consultant und gilt als führende Expertin für Loyaltätsmarketing. Über 20 Jahre hat sie in leitenden Vertriebs- und Marketingpositionen verschiedener Dienstleistungsbranchen gearbeitet und dabei mehrere Auszeichnungen erhalten. Die Diplom-Betriebswirtin und achtfache Buchautorin gehört zu den besten Wirtschafts-Speakern im deutschsprachigen Raum. Sie arbeitet als Referentin und Trainerin und lehrt an mehreren Hochschulen. Zu ihrem Kundenkreis zählt die Elite der Wirtschaft.

**Kontakt: [www.anneschueller.de](http://www.anneschueller.de)**

## Pressekontakt

Anne M. Schüller  
Anne Schüller Marketing Consulting  
Office: 0049 89 6423 208  
Mobil: 0049 172 8319612  
[info@anneschueller.de](mailto:info@anneschueller.de)  
[www.anneschueller.de](http://www.anneschueller.de)