



Die Wiederentdeckung des Kundenbetreuers

Warum 1&1 und TUI ein altes Konzept neu beleben

Claus Hornung, *Düsseldorf*

Marcell D'Avis kennt die Gerüchte, die über ihn kursieren. Seit mehr als einem Jahr präsentiert er sich in Werbespots als Leiter Kundenzufriedenheit beim Internetanbieter 1&1. Er verspricht: „Mein Team und ich kümmern uns um Sie.“ So viel Sorge um die Kunden macht misstrauisch: Blogger zweifelten D'Avis' Existenz im Netz an.

Und doch, es gibt ihn: Am Dienstag dieser Woche stand D'Avis auf der Bühne des CMO-Circle 2010, der Marketingkonferenz der FTD in Düsseldorf. Customer Centricity lautete das Thema, sinngemäß: Fokussierung auf den Kunden. Denn die wird für Unternehmen immer wichtiger. Im Fall von 1&1 hatte sich die Zahl der Kunden von 1999 bis 2007 mit neun Millionen fast verzehnfacht, gleichzeitig war deren Zufriedenheit stetig gesunken.

Darauf reagierte der Internetanbieter 2009, schuf den Leitungsposten für Kundenzufriedenheit und besetzte ihn mit D'Avis. Der machte Tarifwechsel für Stammkunden leichter und sorgte dafür, dass Kunden bei Fragen nur

noch mit einem Mitarbeiter in Kontakt stehen – bis das Problem gelöst ist.

Auch für Kirsten Feld-Türkis wurde ein Posten neu geschaffen. Sie ist seit 2008 Leiterin der Abteilung Luxury, beim Reisekonzern TUI. Dessen Luxuspartie Travel Air war in die roten Zahlen gerutscht. Niemand wusste, was die zahlungskräftigen Kunden wirklich interessierte. Kundenbefragungen waren verpönt – inzwischen gibt es sie wieder. Für die Teilnahme winkt als Anreiz eine Überweisung für Charity-Aktionen. Travel Air konnte mit so Kunden zurückgewinnen. In diesem Jahr erzielte die Sparte wieder Profite.

D'Avis und Feld-Türkis belegen die These einer Studie, die die Münchner Unternehmensberatung Keylens auf dem CMO-Circle vorstellte. Stephan Schusser, Managing Partner bei Keylens, rät Unternehmen dringend dazu, verantwortliche Manager für die Kundenbetreuung zu ernennen.

Dass es bei 1&1 diesen Posten gibt, wissen die Blogger spätestens, seit sie von D'Avis in die Firmenzentrale eingeladen wurden. Die Blogger zeigten sich begeistert, sagt D'Avis: „Am Schluss wollten alle ein Foto mit mir.“