

Auftraggeber:

ALVI ®
Alfred Viehhofer GmbH & Co. KG
Pfennigbreite 44, 37671 Hörter
www.alvi.de



Projektleitung:

Grothus van Koten
Mittelstandsmarketing KG
Stadtlanfert 7, 33106 Paderborn
www.mittelstandsmarketing.de



Ergebnisse der Kundenbefragung 2008

Kundenzufriedenheit gehört zu den wichtigsten Erfolgsfaktoren qualitäts- und serviceorientierter Unternehmen. Um sich ein Bild von der Zufriedenheit ihrer Konsumenten zu verschaffen, beauftragte das Unternehmen ALVI Alfred Viehhofer GmbH & Co. KG die Grothus van Koten Mittelstandsmarketing KG mit der Durchführung einer umfassenden Kundenbefragung. Das Ergebnis kann sich sehen lassen, denn die überaus hohe Kundenzufriedenheit von über 75% erfüllt die Ansprüche an ein Qualitätsunternehmen mit hochwertigen Markenartikeln.

Der Kern der Befragung bestand aus einer Wichtigkeits- Zufriedenheits-Beurteilung einzelner Leistungen. Jede dieser Leistungen konnte von den Kunden auf einer Skala von sehr unwichtig bzw. sehr unzufrieden bis sehr wichtig bzw. sehr zufrieden beurteilt werden. Grothus van Koten identifizierte erfreuliche Ergebnisse: Alle Leistungsbeurteilungen liegen in dem Bereich zwischen mittlerer und hoher Zufriedenheit. Die höchste Zufriedenheit bei den Kunden konnten die Leistungen: „Konstant hohe Qualität und Langlebigkeit der Produkte“ (1) und „Praktische und sicher zu handhabende Produkte“ (3) erreichen. Die genauen Resultate gibt die folgende Grafik wieder:

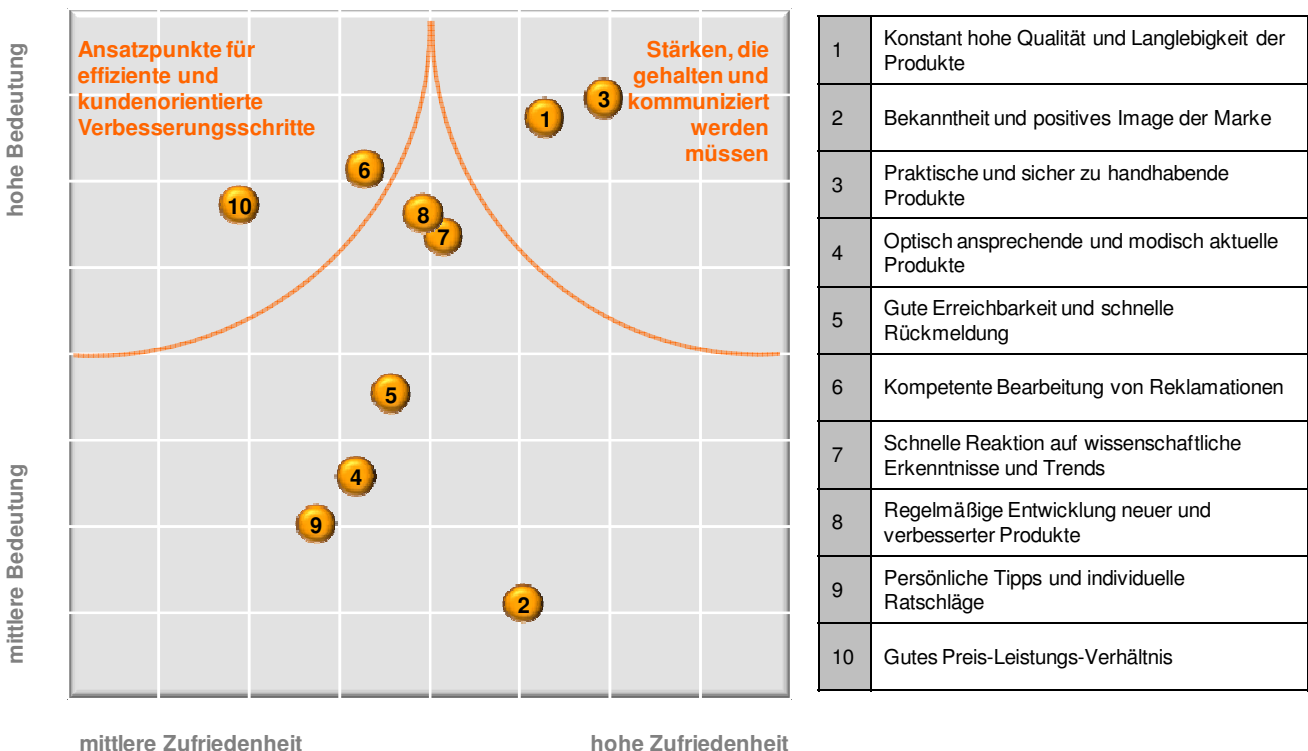


Abb. 1: Zufriedenheit aus Kundensicht bezüglich verschiedener Leistungen von ALVI

Die hohe Kundenzufriedenheit spiegelt sich auch in einer großen Weiterempfehlungsbereitschaft wider. 86% der Befragten empfehlen die Produkte von ALVI gerne und uneingeschränkt weiter. Keiner der Befragten Kunden würde von einem Kauf von ALVI-Produkten abraten.

Vor allem Weiterempfehlungsgründe wie „gute Qualität“, „praktikable Produkte“ und „Sicherheit“ sprechen aus Sicht der befragten Konsumenten für die Produkte von ALVI. Nach den Gründen gefragt, die eine Weiterempfehlung am ehesten einschränken, verwiesen einige Kunden auf ein höheres Preisniveau und gelegentlich zu lange Lieferzeiten.

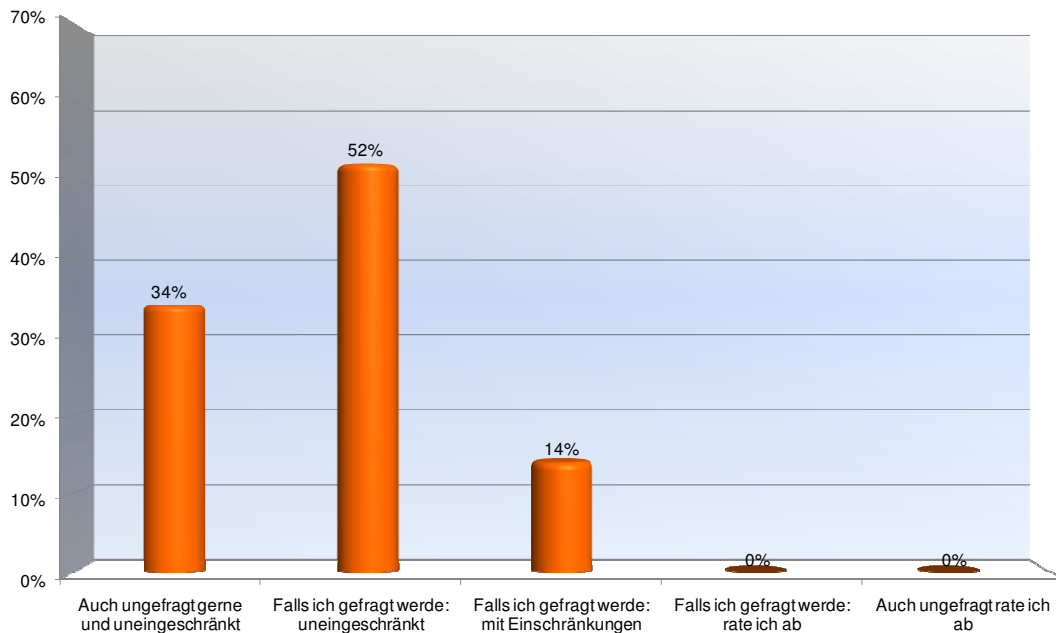


Abb. 2: Weiterempfehlungsbereitschaft der Kunden

Auf die Frage: „Wie stark verbinden Sie folgende Eigenschaften mit der Marke ALVI?“ assoziierten die Befragten auf einer Skala von „schwach“ bis „stark“ vor allem die Begriffe „hochwertig“, „überzeugend“ und „vertrauenswürdig“ mit dem Unternehmen. Einzig der Begriff „günstig“ geht schwach in die Richtung „Keine Assoziation“.

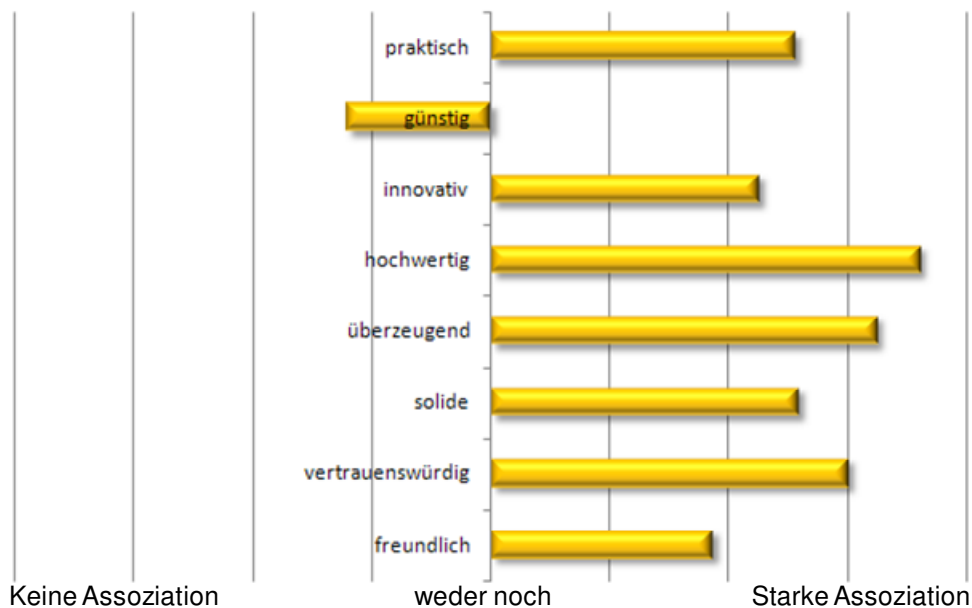


Abb. 3: Markenimage

Grothus van Koten Mittelstandsmarketing fasst die Ergebnisse der Kundenbefragung folgendermaßen zusammen: Dem Unternehmen Alfred Viehhofer GmbH & Co. KG bzw. der Marke ALVI attestieren die Kunden eine Leistung auf sehr hohem Niveau. Dazu tragen besonders die ALVI-Produkte bei, die von den Kunden als „hochwertig, haltbar und praktisch“ bezeichnet werden. Außerdem schätzen die Kunden an ALVI, dass ökologische Aspekte ebenso berücksichtigt werden wie die Gesundheit und das Wohlfühlen der Babys. Diese Einschätzung der Befragten wirkt sich auch positiv auf das Image des Unternehmens und auf die aktive Weiterempfehlungsbereitschaft der Kunden nieder.

Auf diesem erfolgreichen Ergebnis wird sich ALVI nicht ausruhen. Aus den Befragungsergebnissen und den vielen Kundenanregungen lassen sich zielgenaue Maßnahmen ableiten, die konsequent umgesetzt werden oder bereits umgesetzt worden sind. Die neue Oeko[®]-Tex-Zertifizierung der Wickelauflagen, die Möglichkeit, Innen- und Außensack für das Baby-Mädchen jeweils einzeln kaufen zu können oder auch die Erweiterung der erhältlichen Größen sind nur einige Beispiele dafür.

Ein herzlicher Dank geht an alle, die durch ihre Teilnahme an der Kundenbefragung dem Unternehmen die Gewissheit gegeben haben, dass sie auf dem richtigen Weg sind und mit Ihrer Mitarbeit die Grundlage für weitere Verbesserungen geschaffen haben.



Dipl.-Kfm. Till Grothus, Projektleiter