

## CRM-Studie im Mittelstand

Verschärfte Marktsituation zwingt kmU zur Intensivierung der Bestandskundenpflege

Karlsruhe, 15. Mai 2003. Eine im Februar 2003 durchgeführte Studie der Unternehmensberatung schwetz consulting zeigt, dass der Mittelstand sich in der aktuellen Wirtschaftssituation verstärkt auf die Pflege seiner Bestandskunden konzentriert. Die Unternehmen der neun befragten Branchen gaben an, dass insbesondere die verschärfte Marktsituation und gestiegenen Kundenanforderungen dazu führen würden, ein Projekt zum besseren Kundenbeziehungsmanagement (Customer Relationship Management) aufzusetzen. Die Unternehmensberater haben sich bei ihrer Befragung speziell auf die Branchen Verlagsgewerbe, Energieversorger, Kreditgewerbe, Prozessindustrie, Investitionsgüterindustrie I mit Maschinenbau, Gebrauchsgüterindustrie, Einzelhandel und Großhandel konzentriert. Von den 573 befragten Unternehmen nutzen 38,2% bereits Software zum Kundenbeziehungsmanagement 40% setzen keine Software ein und 21,8% der CRM-Entscheider planen den Einsatz einer solchen Lösung. Neben einer besseren Bestandskundenpflege soll das CRM-System in erster Linie besseren Zugriff auf die Kundendaten ermöglichen. Entsprechend der wirtschaftlichen Lage wird als drittwichtigstes Ziel die Realisierung von ungenutzten Verkaufspotentialen genannt. Die Durchführung von CRM-Implementierungen wird demnach immer häufiger unter Wirtschaftlichkeitsaspekten gesehen.

Verbesserungspotentiale bei der Umsetzung des Kundenbeziehungsmanagements sieht Wolfgang Schwetz, Geschäftsführer von schwetz consulting, im Bereich der Effizienz des Kundenmanagements: „Die befragten Unternehmen geben an, die Bestandskundenpflege mit CRM-Maßnahmen ausbauen zu wollen. Eine verstärkte Kundenrückgewinnung oder die gezielte Neukundenakquise zählen jedoch nicht zu den vorrangigen CRM-Zielen der Anwender. Hier müssen die Unternehmen nachbessern, wenn sie ihren Kundenstamm auf wirtschaftliche Weise halten, erweitern und verbessern wollen.“

Zu den Erfolgen, die Unternehmen nach der Einführung eines gezielten Kundenbeziehungsmanagements wahrnehmen, zählen in erster Linie ein qualifizierterer Adressbestand, ein effizienterer Vertrieb sowie die Optimierung von Standardabläufen. „Es fällt jedoch auf, dass Unternehmen nur selten ein Projektcontrolling durchführen. Das erklärt auch, warum 40% der Unternehmen keine nachweisbaren Erfolge nennen und die übrigen 60% ihre Erfolge nicht exakt quantifizieren können. Werden CRM-Projekte unter Wirtschaftlichkeitsaspekten durchgeführt, sollte auch ein entsprechender Nachweis über die Erfolge erbracht werden können“, so Yves Jonczyk, Berater bei schwetz consulting.

Die gesamte Studie wird am 03.06.2003 im Rahmen einer Pressekonferenz in München vorgestellt. Interessenten können das Werk ab sofort bei schwetz consulting

## PRESSEMITTEILUNG

vorbestellen. Eine erste Zusammenfassung der Ergebnisse der Studie steht für Interessierte als Acrobat Reader Dokument unter [http://www.schwetz.de/Marktstudie\\_Mittelstand\\_2003\\_Summary.pdf](http://www.schwetz.de/Marktstudie_Mittelstand_2003_Summary.pdf) zum Download bereit. Auf Vorbestellungen bis zum 20.05.2003 wird ein Rabatt von 25% auf den Nettoverkaufspreis von 87,- EUR pro Branche bzw. 487,- EUR für die Gesamtstudie gewährt.

### **schwetz consulting**

Seit 14 Jahren beraten die Karlsruher CRM-Spezialisten ausschließlich herstellernerneutral bei Konzeption, Einsatzplanung, Systemauswahl und Einführung von Systemen für ein integriertes Kundenbeziehungsmanagement in Marketing, Vertrieb und Service (Customer Relationship Management – CRM). Zu den Zielgruppen gehören insbesondere mittelständische bis große Unternehmen des B2B-Markts. Einen besonderen Schwerpunkt bilden Marktübersichten und Marktstudien über den deutschsprachigen CRM-Softwaremarkt sowie das crmforum als Internetplattform mit über 200 Anbietern in der größten deutschen virtuellen CRM-Messe ([www.crmforum.de](http://www.crmforum.de)).

schwetz consulting ist seit 1990 Mitglied im Bundesverband Deutscher Unternehmensberater (BDU) e.V.

### **Ansprechpartner für die Presse**

Wolfgang Schwetz

### ***schwetz consulting*** ***customer relationship management***

D-76185 Karlsruhe, Kaiserallee 62  
Tel. 0721 / 940 420 Fax. 0721 / 44010  
email [info@schwetz.de](mailto:info@schwetz.de)  
[www.schwetz.de](http://www.schwetz.de)