

Pressemitteilung

Marketing-Club Bergisch Land bei der Stadtwerke Solingen GmbH:

Web- und App-Nutzer sind zufriedener Kunden!

Wuppertal, 27.02.2020: Wegen des starken Schneefalls trauten sich nur knapp 30 Mitglieder und Gäste des Marketing-Clubs Bergisch Land zum zweiten Treffen des Jahres am 27. Februar nach Solingen bei den dortigen Stadtwerken. Die aber hörten einen interessanten Vortrag zum Thema, wie E-Services der Unternehmen die Kundenzufriedenheit beeinflussen und Wettbewerbsvorteile sichern.

Kerstin Griese, Marketingleiterin der Stadtwerke Solingen GmbH, begrüßte die Besucher im Verwaltungsgebäude an der Beethovenstraße. Von hier aus, so Griese, sichern die 450 Mitarbeiter der Sparte Versorgung nicht nur die Lieferung von Strom und Gas, sondern entwickeln ständig neue Produkte in den Bereichen Energiedienstleistungen, Photovoltaik und Elektromobilität.

Ihr Kollege Nils von der Crone, in seiner Funktion als Vorstandsmitglied des Marketing-Clubs sowohl Veranstalter wie auch Gastgeber des Abends, ging etwas näher auf die Geschichte des Unternehmens ein, die mit der Errichtung eines Gaskraftwerks 1859 begann. 1897 wurde der Verkehrsbetrieb geründet, 1903 die Solinger Talsperre eingeweiht. Seit 1935 heißen die Stadtwerke Solingen auch so, 1995 wurde aus ihnen die heutige GmbH. Schon 2012 installierten die Stadtwerke die erste öffentliche Ladesäule, aktuell sind es 20. Gesellschafter sind die Stadt Solingen sowie die Stadtparkasse Solingen, mit über 700 Mitarbeitern werden pro Jahr rund 230 Mio. Euro umgesetzt.

Als Referenten des Abends stellte von der Crone den diplomierten Sozialwissenschaftler Dr. Matthias Metje vor. Metje ist Leiter des Bereichs Forschung bei der Münchener ServiceBarometer AG. Das unabhängige Beratungsunternehmen führt die anerkannte Studie Deutscher Kundenmonitor durch.

Digitale Nutzer bevorzugen Beratung vor Ort

Für den Kundenmonitor 2019 wurden über 20 Branchen untersucht und mehr als 24.000 Meinungen der Verbraucher eingeholt. Die Studie zeigt, dass immer mehr Kunden die digitalen Plattformen und Apps der Unternehmen nutzen, sowohl zur Vorbereitung zum Einkauf als auch beim ständigen Austausch. Defizite bei den digitalen Angeboten können also zu großer Unzufriedenheit beim Kunden führen und die Chancen eines Unternehmens im Wettbewerb mindern. Denn, so das erstaunliche Ergebnis: Nutzer digitaler Angebote sind zufriedener, die damit verbundenen Wettbewerbsvorteile und das damit gewonnene Vertrauen sorgen für eine größere Kundenbindung und eine höhere Weiterempfehlungsrate. Was man so auch nicht vermutet hätte: Das Beispiel der Baumärkte zeigt, dass den Onlineshoppern die Beratung und die Services in den Filialen wichtiger sind als denen, die sich nicht vorab digital informiert hatten.

Wichtig seien personalisierte digitale Angebote. In Richtung der Stadtwerke mahnte Metje, dass bei den Stromversorgern die Konzentration im Netz auf das Neukundengeschäft statt individualisierter Zugänge bei den Kunden einen gewissen Frust aufbauen könnte. Bei der anschließenden Fragerunde sah Metje den stationären Handel nicht im Verschwinden begriffen. Schon heute erweiterten die Händler, beispielsweise die Drogeriemarktkette dm, ihre digitalen Angebote. Überweisungen, Paketabholungen, Retouren, ja selbst die Auszahlung öffentlicher Gelder gehörten bald zum selbstverständlichen Serviceangebot.

Umfang: 3.340 Zeichen

Foto:

Kontakt: MARKETING-CLUB BERGISCH LAND e.V.
Geschäftsstelle/Clubsekretariat
Julia Greef
Am Freudenberg 73d
42119 Wuppertal
Tel.: 0202-2988156
Fax: 0202-2988157
geschaeftsstelle@mc-bl.de
www.mc-bl.de