



## Presseunterlage

OÖ Handelskongress (18.4.2018), Palais Kaufmännisches Vereinshaus, Linz

## Vortragender

Mag. Ernst Wiesinger, Vorstandsvorsitzender Kellner & Kunz AG und CEO RECA Group

## Titel

Mitarbeiter als Unternehmens- und Markenbotschafter

Nur zufriedene Mitarbeiter führen zu zufriedenen Kunden. Loyalität der Mitarbeiter zum Unternehmen, Leidenschaft für die Marke und Eigenmotivation der Mitarbeiter bestimmen den Erfolg eines Unternehmens. Ernst Wiesinger, der sich vom Marketingleiter eines mittelständischen Unternehmens zum Konzernchef einer weltweit agierenden Unternehmensgruppe hochgearbeitet hat, erklärt in seinem Praxisbeispiel wie Unternehmensphilosophie und Firmenkultur die Unternehmensentwicklung maßgeblich beeinflussen.

---

In Wirklichkeit entscheidet nicht ein elektronisches System, der Preis oder das Sortiment – Kundenbindung passiert von Mensch zu Mensch. Der Mitarbeiter hat somit einen besonderen Stellenwert im Unternehmen, da er dieses beim Kunden repräsentiert. Um dies optimal bedienen zu können, ist es die Voraussetzung, dass der Mitarbeiter die Unternehmenskultur / -philosophie und -marke kennt, versteht und positiv präsentiert. Der Mitarbeiter agiert als Unternehmens- und Markenbotschafter.

Dazu ist es einerseits wichtig, dass man als Unternehmen die eigene Marke entwickelt und positioniert und andererseits die Mitarbeiter entwickelt. Eine große Rolle spielt dabei die Mitarbeiterbindung, die aus einer Mitarbeiterzufriedenheit resultiert. Man erreicht das durch ein positives Betriebsklima und eine Mitarbeiter-EINbindung in die Unternehmensvorhaben. Die Mitarbeiter sollen Teil des gesamten Teams sein – dadurch sind sie dem Unternehmen gegenüber loyaler und können sich mit den Produkten und Dienstleistungen besser identifizieren. Hilfreiche Instrumente sind die Mitarbeiterbefragung und eine offene Kommunikation im Unternehmen.

Damit man weiß, was die Kunden denken und kaufen wollen, sollte man diese auch ganz gezielt dazu befragen. Das Feedback der Kunden entscheidet über die Unternehmensausrichtung. Heutzutage genügt es nicht mehr, dem Kunden nur ein Produkt zu verkaufen – Einkaufen und Verkaufen ist definitiv zu wenig. Es geht um die Beantwortung der Frage, was man dem Kunden rund um die Produkte / das Sortiment noch an Dienstleistungskomponenten bieten kann. Der Kunde wünscht sich ein Einkaufserlebnis das über die reine Versorgung hinausragt.

Jedes Unternehmen muss den Mitarbeiter und den Kunden in den Mittelpunkt stellen. Zufriedene Mitarbeiter und Kunden führen zu steigenden Umsätzen.