

RHEINISCHE POST

Rheinische Post Nr. 106 vom 07.05.2010

L Lokales

Bosch gewinnt Marketing-Preis

Bosch gewinnt Marketing-Preis Zum vierten Mal hat die Düsseldorfer Management-Beratung Batten & Company ihren Preis für besonders kundenorientierte Unternehmen verliehen. Neben Bosch wurden Danone, Dr. Oetker und Carglass ausgezeichnet. Von Thomas Reisener Der Unternehmensslogan "Technik fürs Leben" wird bei der Stuttgarter Robert Bosch GmbH glaubwürdig umgesetzt: Trotz Wirtschaftskrise lag der Forschungsetat im vergangenen Jahr stabil bei über 3,5 Milliarden Euro. Mit hohem Aufwand beobachtet die Bosch-Gruppe jede noch so kleine Veränderung auf den Weltmärkten, entwickelt sofort entsprechende Angebote und leistet sich einen langen Atem bei der Realisierung. "Das ist das, was wir unter konsequenter Marktorientierung verstehen", sagte gestern Udo Klein-Bölting, Chef der Düsseldorfer Management-Beratung Batten & Company (vormals BBDO Consulting), als er die Stuttgarter in der Nachtresidenz mit dem "Best Marketing Company Award 2010" auszeichnete. 500 Unternehmen bewertet Damit haben die Düsseldorfer Marketing-Spezialisten nun schon zum vierten Mal ein Unternehmen mit dem Preis für besonders ausgeprägte Kundenorientierung geehrt. Mit dem zweiten Platz ausgezeichnet wurde in diesem Jahr das Unternehmen Danone Waters, das für die Wassermarken "Volvic" und "Evian" bekannt ist. Den dritten Platz teilen sich Dr. Oetker und die Carglass GmbH, die sich auf Fahrzeugglas spezialisiert hat. Der Auszeichnung liegt laut Batten & Company die "wissenschaftliche Bewertung von Angaben rund 500 deutscher Unternehmen" zugrunde, die eingehende Auskünfte "zur Marktorientierung des Managements" gemacht haben. Bei der Analyse von 74 relevanten Kriterien hat Batten & Company mit der Universität Bremen zusammengearbeitet. Das gestern prämierte Spitzenquartett habe sich "deutlich von der Konkurrenz abgesetzt", sagte Udo Klein-Bölting. "Alle Siegerunternehmen zeigen, dass Marktorientierung ein ganz wesentlicher und nachhaltiger Erfolgsfaktor ist, der gerade auch in schwierigen Zeiten hilft, ein Unternehmen auf Kurs zu halten", so der Batten & Company-Chef. Danone bekam den zweiten Preis unter anderem, weil das Unternehmen "gesellschaftliche Verantwortung weit über das eigene Produkt hinaus" trage, so Batten & Company. Zum Beispiel engagiert sich Danone bei Brunnenbauprojekten in Äthiopien und fördert gemeinsam mit der Unesco Projekte in deutschen Biosphärenreservaten. Auch bei den beiden Drittplatzierten, Dr. Oetker und Carglass, stehe die "ständige Frage nach den Bedürfnissen der Verbraucher" im Vordergrund. Bei Carglass werden die Kunden sogar wöchentlich gefragt, ob sie das Unternehmen weiterempfehlen würden. "Jede Filiale, jeder Mitarbeiter wird laufend an den Ergebnissen dieser Befragung gemessen", sagte Klein-Bölting beeindruckt.

Von Thomas Reisener

(c) Rheinische Post Verlagsgesellschaft mbH

4768318, RP, 07.05.2010, Words: 374, NO: 20100507051424000018271368

DSSD Rheinische Post Düsseldorf