

# Expertenbeitrag

## «Anne M. Schüller über verlorene Kunden»



## Interview



Anne M. Schüller

[info@anneschuessler.de](mailto:info@anneschuessler.de)  
[www.anneschuessler.de](http://www.anneschuessler.de)

Anne M. Schüller ist Buchautorin, Dozentin und Inhaberin der Anne Schüller Marketing Consulting in München.

**Was sie sagt, wird gehört. Und was sie schreibt, wird gelesen. Tausendfach. Anne M. Schüller ist Expertin für Loyaltätsmarketing und eine der besten Wirtschaftsreferenten im deutschsprachigen Raum. Ihr Wissen hat sie in sieben Büchern niedergeschrieben. «Come Back! Wie Sie verlorene Kunden zurückgewinnen.» ist ihr jüngster Streich. Wir haben die Erfolgsautorin zum Thema Kundenrückgewinnung befragt.**

**Ihr neustes Buch «Come Back!» befasst sich mit der Kundenrückgewinnung. Ist es nicht sinnvoller, das Gespräch mit absprunggefährdeten statt mit bereits abgesprungenen Kunden zu suchen?**

Ja, das stimmt. Prävention ist das eigentliche Ziel des Buchs. Was die Leser aus dem Prozess des Kundenrückgewinnungsmanagements lernen können, ist nicht nur, wie man verlorene Kunden zurückgewinnt, sondern vor allem, wie man in Zukunft weniger Kunden verliert und damit seine Fluktuationsrate deutlich senkt. Denn noch besser als verlorene Kunden zu reaktivieren ist es, erst gar keine zu verlieren. Und bei den zurück gewonnenen Kunden gilt es, eine «2. Loyalität» aufzubauen. Eine dritte Chance gibt es so gut wie nie.

**Wie begegnet man in einer Zeit, in welcher Kunden immer weniger treu sind das ständige Wechseln der Anbieter normal geworden ist, verlorenen bzw. schlafenden Kunden?**

Nicht immer hatten die Absprungsgründe mit Preisen oder einer schlechten Produktqualität zu tun. Oft waren es nur Kleinigkeiten, die für Verärgerung und Missstimmung gesorgt haben. Ehemalige Kunden wären vielfach bereit, ihrem Ex-Anbieter eine zweite Chance zu geben, würde man sie nur gebührend darum bitten, etwaige Probleme aus der Welt schaffen – und ihnen das Wiederkommen ein wenig versüßen. Emotionale Aspekte spielen dabei eine grosse Rolle.

**Sie schreiben in Ihrem Buch, dass der Aufwand, einen verlorenen Kunden zurückzuholen, 20 – 30 Prozent tiefer liegt, als der Aufwand, einen neuen Kunden zu gewinnen. Warum ist das so?**

Wer mehr als einmal Geschäfte mit Kunden macht, für den lohnt es sich immer, Zeit und Geld in die Kundenreaktivierung zu investieren. In vielen Punkten ist sie der Neukunden-Akquise deutlich überlegen. Untersuchungen und Praxisberichte zeigen immer wieder,

- dass die Abschlussquote beim Reaktivieren ehemaliger Kunden oft höher ist als im Neugeschäft,
- dass vergleichsweise weniger Kosten anfallen, wenn verlorene Kunden zurück gewonnen werden, statt neue zu akquirieren,
- dass Loyalität und Rentabilität zurück gewonnener Kunden oft höher sind, als die der neuen Kunden.

**Welche Erkenntnisse kann ein Unternehmen aus dem Dialog mit abgesprungenen Kunden beispielsweise gewinnen?**

Sämtliche Erkenntnisse, die sich aus den Begleitumständen der Kundenverluste ergeben, können helfen, es in Zukunft besser zu machen. So lassen sich die Leistungen des Unternehmens derart optimieren, dass zukünftig weniger Kunden das Weite suchen. Oder das Beschwerdemanagement kann verbessert werden. Am Ende geht es darum, seine Bestandskunden länger als branchenüblich zu halten und sie gegen jegliche Abwerbeversuche der Konkurrenz zu immunisieren.

**Warum kümmern sich Ihrer Ansicht nach trotz dieser Tatsachen nur wenige Unternehmen um ihre abgesprungenen respektive absprunggefährdeten Kunden?**

Kundenverluste werden, wenn überhaupt registriert, oft tabuisiert oder als Bagatellschaden abgetan. Verlorene Kunden sind die ungeliebten Kinder des Verkaufs. Denn sie haben unangenehme Wahrheiten parat. Sie führen uns Niederlagen und persönliches Versagen vor Augen. Für Siegertypen ist das nichts.

**Herzlichen Dank für das Gespräch.**

**Weitere Informationen unter [www.post.ch/directpoint](http://www.post.ch/directpoint).**

Die Schweizerische Post  
PostMail  
Direct Marketing  
Viktoriastrasse 21  
3030 Bern

Telefon 0848 888 888  
E-Mail [directpoint@post.ch](mailto:directpoint@post.ch)  
Internet [www.post.ch/directpoint](http://www.post.ch/directpoint)