

## *Das neue **10 x 1***

*Sag mir Deine Positionen  
und ich sag Dir Deinen  
zukünftigen Erfolg!*

**Die Ergebnisse der 22. Trendstudie**  
bmm-Eigenmarktforschung

September 2012

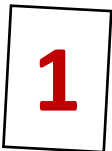
**Erfolgreich** in die Zukunft gehen / sehen!



**Erfolg** hat viele „Ursachen“ / „Antreiber“: Er beginnt aber bei vielen guten **Ideen**, die sich zu klar definierten **Zielen** entwickeln lassen. Überdurchschnittliche **Motivation** und **Durchhaltevermögen** sind weitere Erfolgsbestandteile. Auch **Mut** und **Geschwindigkeit** sind gefragt. **(Rundum-)Engagement** sowieso. Die **Unternehmensphilosophie** und eine dazu passende, **glasklare Positionierung** müssen definiert und erkennbar gelebt werden! **Know-How** (Fachhirn) wird für **erfolgsverantwortliches Denken und Handeln** vorausgesetzt. **Kontinuität** und **Innovation** müssen sich die Waage halten. **Spezialisten** mit **maximaler Kundenorientierung** gehört die Zukunft! Und: Die **Mitarbeiter** bilden das „Erfolgsherz“ eines jeden Unternehmens!

*Idee + Durchhaltevermögen + Know-How + umfassende & gelebte Positionierung = Erfolg pur!*

Eine **Marke** der Zukunft!



**Markenentwicklung** erleichtert quantitatives und qualitatives Wachstum – eine Marke zu haben und diese zu führen, führt fast automatisch zu neuen Kunden und neuen Märkten. Eine Marke lebt langfristig vom emotionalen Mehrwert. Dieser Mehrwert ist nicht nur Botschaft, sondern auch imagebestimmend (motivierend). Die Zukunft gehört - so **51,5 %** der Befragten den - „**starken Marken**“.

Kleine und große, nationale und internationale Unternehmen der Steiermark sind aufgerufen, ihre Marke aktiv zu definieren! „**Glokale**“ **Marken** müssen an dieser Stelle ebenfalls erwähnt werden: **Lokal** ist ihr Auftritt, **global** ist ihr Erfolg. Eine erlebbare Lieblingsmarke werden – so die steirische Mission!

*Marke definieren + Marke führen = glokaler Erfolg!*

**(Strategische) Führung** braucht das Land!



**Mut, Voran- / Vorauszugehen**, schnell **Entscheidungen** zu treffen und **Verantwortung** zu übernehmen – für sich und andere – sind fundamentale Verhaltensmuster eines Erfolgsunternehmers. Doch ein Unternehmer ist nicht automatisch eine Führungskraft! **Führungskraft** – also die Kraft zu führen - verbunden mit **Lösungsorientierung**, Allianzbewusstsein, Disziplin, Entschlossenheit, Durchsetzungsvermögen, Belastbarkeit, Optimismus sowie **Flexibilität** braucht der Markt! **Ehrlichkeit**, Menschlichkeit und **Fairness** sind für 55,4 % der Befragten **sehr wichtig** und stehen ganz oben auf der Anforderungs-Hitliste. Mit dabei ist auch der Lebenswert **Loyalität / moralische Integrität**, der immerhin für **57,2 % sehr wichtig** ist! Ohne eine

*Um den Lesefluss zu vereinfachen wird auf geschlechtsspezifische Verdoppelungen verzichtet, alle nachfolgenden neutralen Bezeichnungen beziehen sich selbstverständlich auf beide Geschlechter!*

### **Nachhaltigkeit** – ökologische Verantwortung übernehmen!

3

**Natur, Regionalität, Erneuerbarkeit** und **Wiederverwertbarkeit** sind Schlagworte, die mit Leben erfüllt werden müssen. **Mehr als zwei Drittel** der befragten Konsumenten glaubt, dass es Veränderungen in den Bereichen **Nachhaltigkeit** und **Regionalität** geben wird. Nur wer sich bewusst mit diesen Themen auseinandersetzt und diese sinnvoll mit dem eigenen Unternehmen verbindet, wird nach 2015 erfolgreich sein, denn 51,8 % der Kunden nennen **Nachhaltigkeit / Ökobewusstsein** als eines der Top-5-Eigenschaften, die ein Produkt bieten muss. Daneben ist für 60,3 % die **regionale Herkunft** (z.B. der verwendeten Materialien) sehr wichtig. – Zu beachten ist: Auf **Komfort** und **Luxus** will der Kunde trotz des Wunsches nach Nachhaltigkeit nicht verzichten! Für **65,1 %** ist die **Bequemlichkeit** bei der wiederholten Inanspruchnahme von Produkten und Leistungen ein wesentliches **Erfolgsmerkmal!**

*Bequemlichkeit + Nachhaltigkeit = Erfolgsgeschwister!*

### Motivierte **Mitarbeiter** – das Um und Auf und überhaupt!

4

Gelebte ehrliche **Kundennähe**, empathische **Beratungskompetenz** und maximale **Flexibilität** machen die „Persönlichkeit“ eines guten Mitarbeiters rund! Eine **gute / persönliche Beratung** wird von **29,8 %** der Kunden vorausgesetzt (KO-Kriterium). Die Flexibilität mittels **Vereinfachungen von Dienstleistungen** ist für **59,4 %** der befragten Konsumenten ein weiteres wesentliches Merkmal, damit das Unternehmen wieder beauftragt und weiterempfohlen wird. Eine **einfache Kontaktaufnahme / -möglichkeit** durch **gelebte Kundennähe** ist für **76,0 %** unverzichtbar! Natürlich werden auch **Fachkompetenz** und aktive sowie soziale **Verantwortungsübernahme** von den Kunden eingefordert!

Im Gegenzug müssen Werte, die bisher vor allem privat zur **Lebensqualität** führ(t)en, in Zukunft im Positionspapier der steirischen Arbeitgeber vorkommen: Sich wohl zu fühlen, eine **zweite Familie** am Arbeitsplatz zu finden und eine freundschaftliche Beziehung zu den Kollegen aufzubauen, sind Anforderungen / Themen, die in der Gegenwart und in der Zukunft immer mehr an Bedeutung gewinnen! Den Mitarbeitern (**heraus-)fordernde Tätigkeiten** auftragen und ihnen **Verantwortung** übertragen sind bereits bewährte Methoden, die Lust am Arbeiten so richtig zu schüren. Übrigens: **Der Unruhestand wird Realität** – bei immer mehr Mitarbeitern wird wirtschaftliches und gesellschaftliches Engagement bis ins hohe Alter stattfinden – das glauben / sehen immerhin **66,7 %** der befragten **Konsumenten**.

*Werte + Verhalten = Arbeitsplätze mit Spaßfaktor und Produktivität!*

## Qualität vs. Preis!

5

Es gilt, die **Leistung** für Kunden zu definieren und den passenden **Preis** festzulegen! Für 59,2 % der befragten Konsumenten liegt das passende **Preis- / Leistungsverhältnis** und für 58,1 % die **hohe Qualität** der Produkte / (Dienst-)Leistungen unter den ganz besonders wichtigen Kaufkriterien der Zukunft. Der moderne Käufer achtet zusätzlich auf die **Geschwindigkeit der Abwicklung** (36,1 %). Qualität bedeutet in der Kundensprache: **Design / Individualität**, beste / regionale **Rohstoffe** und **Materialien** sowie **Verlässlichkeit**. - **Leistungssicherheit schafft Preisfreiheit!**

*Höchste individuelle Qualität + maximale Kundenorientierung = erlebbare Wunschwelt der Kunden!*

## Wissen ist Macht!

6

Ein Team ist nur so stark wie das schwächste Teammitglied: In diesem Sinne sollten Mitarbeiter gut **ausgebildet** und regelmäßig **gecoach**t werden. **82,6 %** der Befragten sehen in Zukunft maßgebliche **Veränderungen** im Bereich **Qualifikationen** und **Ausbildung**. Bildung allgemein wird immer wichtiger! **Karrieretypen** müssen sich in Zukunft immer wieder in **Szene** setzen und die verschiedensten „Bühnen“ nutzen – so **47,2 %** der Befragten. Kommunikative Fähigkeiten sind eben genauso wichtig, wie eine ansprechende **Persönlichkeit**. Der Ausbau von **Kommunikations- und Konfliktfähigkeit** ist besonders wichtig. Die **Beratung** vor Ort, um Kaufentscheidungen treffen zu können sowie schnelle und unproblematische **Reklamationsabwicklung** erfordern Kommunikationskompetenz, damit einer Wiederbeauftragung bzw. Weiterempfehlung nichts im Wege steht. **Fachkenntnisse** sind ohnedies da!

*Wachsendes Wissen + ansprechende Persönlichkeit = Kundenloyalität!*

## Moderne Tradition – mit kreativer Kontinuität oder kontinuierlicher Kreativität!

Qualität trifft **Kreativität!** Persönlich **Individuelles** schlägt Massenprodukte – denn für 80,9 % der Konsumenten ist **Design / Individualität** unter den Top-3-Kaufentscheidungskriterien. **Funktionalität / Zweckorientierung** ist für 65,1 % der Kunden die **wichtigste Eigenschaft**, die ein Produkt zukünftig erfüllen muss.

7

**Kontinuität** und **Sicherheit** trifft auf **Veränderungsmut** und **(Ego-)Bestätigung**. – Das zeigt auch die *bmm*-Studie, denn **Innovation** wird von **45,6 %** als eine der **Top-5-Kriterien** bei der Kaufentscheidung genannt!

**Technik** ergänzt die Wirtschaftswelt! Das **World Wide Web** sowieso. **23,9 %** der befragten Konsumenten suchen Produkte nach **Hightech-Kriterien** aus. In **realen und virtuellen Welten** präsent sein, Social Media ergänzend und wertvoll nutzen (ohne benutzt zu werden), aber auch mutig neue Geschäfts- und Vertriebsmodelle mit Wert versehen, so die **Aufgabe** an die steirischen Chefs der Zukunft!

*Kreativität + Kontinuität + Social Media = realer Markterfolg (auch bei neuen Zielgruppen)!*

Der neue **Partner** fürs (Unternehmens-)Leben: Der **Kunde** – nicht länger König, stattdessen Partner!

8

Die angenehme „Nähe“ - **Kundennähe** spielt die zentrale strategische Rolle! Für 23,2 % der Konsumenten zeichnen sich erfolgreiche Unternehmen durch **Kundenorientierung und Stammkundenpflege** (*spontan genannt*) aus! **Serviceorientierung** macht jedes Produktleben lang. Die Konsumenten setzen außerdem vermehrt auf die **Schnelligkeit in der Abwicklung!** Für 78,7 % der Befragten ist **Geschwindigkeit (sehr) wichtig** – bitte als Erfolgsfaktor unbedingt berücksichtigen!

Die **Beratung vor Ort / im Geschäft** ist für **84,2 %** der befragten Konsumenten die **Hauptinformationsquelle** wodurch **eine strategische Kaufentscheidung** getroffen werden kann. – Die Nähe zählt!

*Der „Partner“ Kunde wird zum „Trendfreund“ der Zukunft!*

**KaufErlebnis** genießen!

9

**Genuss** ist mehr als nur **Erlebnis**. Sinnesorgane-Verwöhnprogramme sind willkommene Abwechslungen für den Alltag. Die Kunden wollen sich wohl fühlen und Bestätigung in ihren **(Kauf-)Entscheidungen** erhalten. Neben der **Beratung** im Geschäft spielen vor allem die Empfehlungen durch **Familie, Freunde oder Bekannte** mit 74,6 % und **Informationen in diversen Printmedien** mit 57,7 % die Kaufentscheidungshauptrolle. Über **Trends** informieren sich 63,6 % der Konsumenten durch **Prospekten, Flyern und Imagebroschüren** (60,7 %) und **Social Media bzw. Online-Plattformen** (42,6 %).

**Ruhe finden** wird zum bestimmenden Faktor für Produkte / Leistungen, den Vertrieb und die Arbeitsstätte selbst. **Ruhe / Stressfreiheit ist 91,7 %** der Österreicher **(sehr) wichtig**. In Ruhe nachdenken, Ruhemöglichkeiten haben, ruhige Beratung erleben, sich in Ruhe entscheiden können, ruhig miteinander reden können, so die Einsatzmöglichkeiten zum „**gar nicht leisen Ruhegeben**“. **Rückzugsmöglichkeiten** sowie **Intimität** spielen für **78,1 %** der befragten Konsumenten eine ganz besondere Rolle.

**Individuelle Wünsche** erfüllen, ein **Gesamtpaket an Lösungen / Leistungen** für die Kunden anbieten und **Unternehmer / Mitarbeiter**, die mit Liebe & Herz ihren Beruf ausüben. Genau das schafft Loyalität!

*Produktivität + Erlebnis + Ruhe = Kraftpakete für eine gesunde Zukunft!*

**Hightech** – aber bitte ganz **persönlich!**

10

Der Mensch sucht einerseits das Neueste vom Neuen und andererseits will er wieder zurück zu mehr Nähe – zurück zu (s)einem sozialem Umfeld (mehr traditionelle Nähe). Das zeigt auch die *bmm* Wertestudie, bei der immerhin **53,0 %** der Befragten **Freunde** und **71,9 %** die **Familie** als **sehr wichtig** bewerten. Eine hohe (soziale) Lebensqualität soll durch die Nähe zum Menschen wieder zum Leben erweckt werden! **Lebensfreude** zählt für 49,0 % zu den **sehr wichtigen Lebenswerten!** Zählt man die „wichtig“-Werte noch dazu, dann steigen die Ergebnisse auf über 90 % an!

*Menschen erzeugen und genießen Lebensqualität = Standortsicherung!*