

# Kunden & Lieferanten

Der Fonds für Stiftungen INVESCO berücksichtigt bei der Unternehmensbewertung die Beziehungsgeflechte zwischen Unternehmen und ihren Kunden bzw. Lieferanten. Damit wird der gestiegenen Bedeutsamkeit dieser Interessengruppen für die Unternehmensreputation zum einen und für die Produkt- und Servicequalität zum anderen Rechnung getragen.

## Definition

Für die stetige Verbesserung unternehmerischer Produkte und Serviceleistungen wird ein aktives Stakeholderengagement immer wichtiger. Niederschlagen können sich diese steigenden Anforderungen an die unternehmerische Produkt- und Servicequalität z.B. in von Unternehmen initiierten Verbraucherstudien, mit deren Hilfe die Kundenzufriedenheit erfasst und darauf aufbauend die Produkt- und Serviceleistungen verbessert werden sollen. Gegenstand der Untersuchungen kann hier beispielsweise sein, wie ein Kunde des Unternehmens bestimmte Produkte oder Serviceleistungen wahrnimmt oder welche Verbesserungsvorschläge bzw. Wünsche hinsichtlich der Produkt- und Serviceleistungen geäußert werden.

Die Beziehungen eines Unternehmens zu seinen Kunden und Lieferanten können im Rahmen des Qualitätsmanagementsystems des Unternehmens geregelt werden (z.B. im Zuge der Zertifizierung nach ISO 9000 oder innerhalb des Total Quality Managements). Ferner können Unternehmen die Beziehungen zu Kunden und Lieferanten in offiziellen Statements offen legen, die beispielsweise in Geschäftsberichten oder anderen Dokumenten bzw. auf der Webseite des Unternehmens veröffentlicht werden.

## Bewertung

Bei der Bewertung der Kunden- und Lieferantenbeziehungen eines Unternehmens wird untersucht, inwieweit im Rahmen einer eindeutigen Unternehmenspolitik oder durch Richtlinien klare Ziele und Maßnahmen definiert und an Stakeholder kommuniziert werden, die sich auf die Beziehungen eines Unternehmens zu seinen Kunden und Lieferanten beziehen. Solche Richtlinien können beispielsweise die Verpflichtung zum Aufbau eines umfassenden Beschwerdemanagements oder zur fristgerechten Bezahlung von Lieferanten enthalten.

Hinsichtlich der Umsetzung der auf Kunden und Lieferanten bezogenen Unternehmenspolitik wird analy-

siert, ob ein Unternehmen ein geeignetes Monitoring-System implementiert hat, mit dem regelmäßig Daten z.B. zur Kunden- und Lieferantenzufriedenheit erfasst werden.

Weiterhin werden Unternehmen dahingehend bewertet, ob die Unternehmenspolitik darauf ausgelegt ist, gute Beziehungen zu Kunden und Lieferanten aufrecht zu erhalten. In diesem Kontext wird z.B. untersucht, inwiefern Einschätzungen oder Studien zu den sozialen Auswirkungen der unternehmerischen Produkte, Entwicklungen oder Serviceleistungen existieren oder welcher Managementebene die Verantwortung für die Unternehmensbeziehungen zu Kunden und Lieferanten zugewiesen wird.

### ► In Kürze:

Der aktive Umgang eines Unternehmens mit seinen Kunden und Lieferanten ist entscheidend, um die Qualität von Produkten und Serviceleistungen verbessern zu können. Hilfreich ist hier ein effektives System zur Kontrolle und Verbesserung der Beziehungen des Unternehmens zu diesen Anspruchsgruppen.

Unternehmen, die in diesem Bereich die beste Bewertung erzielen wollen, müssen über die genannten Kriterien hinaus ein Qualitätsmanagementsystem (ISO oder TQM) implementiert haben, das mindestens die Hälfte der weltweiten Unternehmensaktivitäten abdeckt.

## Performance

Die Pflege der Beziehungen zu Stakeholdern wird für die Unternehmen immer wichtiger. Die Anspruchsgruppe der Lieferanten und Kunden nimmt dabei durch ihren direkten Bezug zur Geschäftstätigkeit des Unternehmens eine besondere Stellung ein. Ein effektives System zum Monitoring und zum Management der Beziehungen zu Kunden und Lieferanten ist für ein Unternehmen die Grundlage, um tatsächliche Verbesserungen in diesem Bereich zu erzielen. Investoren, die einen quantitativen Beleg für die Unternehmensaktivitäten gegenüber Kunden und Lieferanten haben möchten, messen dem Vorhandensein eines solchen Systems ebenfalls eine hohe Bedeutung zu.

Stand: Juni 2006