

# Steckbrief

## Kundenkonferenz

---

**erstellt von:**  
Mag. Erwin Berger

**Institut für Research & Consulting**  
Research & Consulting GmbH  
Gerlitzestraße 11  
9551 Bodensdorf  
T: +43 / 664 / 840 8090,  
F: +43/ 820 / 555 859 46 89  
[irc@irc-austria.com](mailto:irc@irc-austria.com), [www.irc-austria.com](http://www.irc-austria.com)

## Steckbrief Kundenkonferenz

Der große Schritt von Befragungen zu dialogischen Methoden wie z.B. Kundenkonferenzen entsteht durch die Möglichkeiten, die sich aus der persönlichen Begegnung mit den Kunden erschließen lassen.

Persönliche Begegnung kann zu frischem Miteinander-Denken und damit zur Freilegung von ungeahnten kreativen Potenzialen führen. *"Wer in (dialogischer) Beziehung steht, nimmt an der Wirklichkeit teil."* (Martin Buber)

Diese Wirklichkeit wird im Austausch mit den Kunden gemeinsam geschaffen und gibt Menschen die Möglichkeit, sich zu neuen handlungsleitenden Konzepten (**mentalen Modellen**) emporzuschwingen.

Im Unterschied zu hoch entwickelten Methoden der Marktforschung geht die Kundenkonferenz qualitativ in die Tiefe und stellt neben vertiefenden Informationen bereits eine sehr wirkungsvolle, in die **Zukunft** gerichtete Intervention dar.

Dazu müssen Kundenkonferenzen aus einer dialogischen Haltung heraus geplant und durchgeführt werden.

Oft werden von Unternehmensleitung oder Führungskräften die **Gefahren** solcher Konferenzen angesprochen: Können durch die "öffentliche" Darstellung kritischer Erlebnisse einzelner Kunden mit der eigenen Organisation nicht andere Kunden verunsichert werden? Was passiert, wenn sich die Kunden gegen uns verbünden?

Dem kann durch eine sorgfältige Vorbereitung und externe Moderation entgegengesteuert werden. Voraussetzung ist, dass Dialog und Lernen wirklich gewollt ist und die Kundenkonferenz nicht für eine plumpe "Verkaufsveranstaltung" missbraucht wird (Mario Weiss).

