



Ob das Lächeln echt oder nur aufgesetzt ist, lässt sich bei Studentin Annastasia Reichert (vorn) dank Sensoren in der Maske schnell feststellen. Matthias Schulten (links) leitet das neue Forschungslabor und stellte es unter anderem Vizebürgermeisterin Christiane Mackensen, Thomas Thurner, Dekan Andreas Brenke und SAP-Direktor Michael Nürnberg vor. FOTO: DAHM

Neues Labor kriegt raus, wie Kunden ticken

Die Soester Fachhochschule am Lübecker Ring ist um ein Labor reicher. In der neuen Forschungsstelle gehen Dozenten und Studenten der Frage nach: Wie ticken eigentlich Kunden?

VON HOLGER STRUMANN

Kreis Soest – Sie nur zu fragen, wäre viel zu billig und unwissenschaftlich. Stattdessen werden Psyche und Physiologie gecheckt und Kundenerlebnisse regelrecht vermessen. Ganz egal ob es das Augenflackern ist, die schwitzige Haut oder die Gehirnströme. Wissenschaftler sind längst so weit, dies alles mit modernen Geräten und Methoden exakt zu registrieren und mit aufwendigen Programmen im Computer aus-

zuwerten.

Das Schöne daran: „Es sind sehr ehrliche Daten“, sagt Prof. Matthias Schulten, Hochschullehrer am Fachbereich Maschinenbau und Leiter des neuen Labors. Wer Angst hat, könne zuckende Augenlider, Schweiß oder Zittern und die passenden Gehirnströme dazu nicht unterdrücken. So einzigartig die Stoßrichtung und die Ausstattung in Soest in der Region sind, so eng verzahnt ist das neue „Lab for Customer Research“ (Labor für Kundenforschung) mit den weltweit bedeutenden Playern auf diesem Gebiet.

Allen voran der Software-Riese SAP, der die Soester Ideenschmiede in die Riege der weltweit rund 100 Next Gen Labs aufgenommen hat. „Wir wollen heute wissen, was die Menschen morgen bewegt

Wenn Kunden unzufrieden sind

Trotz aller Hotlines, Kunden-Befragungen, Interviews, Online-Bewertungen und Straßenumfragen: Der Kunde ist bis heute das **unbekannte Wesen**. Prof. Matthias Schulten nennt ein paar verblüffende Zahlen aus der Forschung: Nur vier Prozent der unzufriedenen Kunden, also nur jeder 25. Konsument, beschwert sich. Doch er schluckt seinen **Frust** nicht runter, sondern lässt Luft ab im Bekanntenkreis: Im Schnitt erfahren neun bis 15 Bekannte und Freunde von seinem Ärger, bloß fast nie die Firma, die ihn erbost hat. Die Konsequenz: 96 Prozent der unzufriedenen Kunden wechseln **wortlos** zur Konkurrenz.

Kurios auch: Je höher Mitarbeiter in der Firmenhierarchie aufgestiegen sind, umso bedeutender schätzen sie ihre **Kundenorientierung** ein. So glauben 92,1 Prozent der Führungskräfte im Top Management, sie arbeiteten kundenorientiert; im mittleren Management sind es immerhin noch 87,7 Prozent, bei Mitarbeitern ohne Kundenkontakt 81,4 Prozent. Richtet man die Frage direkt an die Kunden, erklären nur 78,2 Prozent, die Firma kümmere sich um ihre Kunden.

und was sie benötigen“, fasst Dr. Michael Nürnberg, Direktor für die universitären Ko-

operationen von SAP in Deutschland, Österreich und der Schweiz, das Ziel passend

in nur einem Satz zusammen. Prof. Thomas Thurner von der Moscow Higher School of Economics, ein weiterer Partner der Soester Forscher, beleuchtet einen Fall aus der Ernährungswissenschaft. Insekten-Nahrung mit ihrem hohen Anteil an guten Proteinen sei eine lohnende Variante für das Essen von morgen, allemal gesünder und umweltverträglicher als die täglichen Fleischberge. Doch was geht in den Köpfen der Konsumenten ab, dass sie sofort „Ihgitt“ rufen, wenn sie das Wort Insekten hören?!

Wenn Firmen schon bei der Entwicklung und beim Bau von Prototypen wüssten, wie ihre Produkte später beim Kunden ankommen, könnten sie sich Flops sparen und so ihre Margen mehren. Auch ihnen könnten die

Soester deshalb wertvolle Dienste leisten. Denn im Grund genommen wisse keiner so recht, wie sein Kunde denke, ob er zufrieden sei oder sich womöglich gerade verabschiede, so Schulten.

Die Bandbreite, den Menschen auf den Zahn zu fühlen, ist im neuen Soester Hochschul-Labor riesengroß: Augenbewegungen (Ey-Tracking), emotionale Reaktionen, Gehirnströme, Hautaktivität, Pulsveränderungen werden systematisch gemessen und aufgezeichnet. Das gesamte Datenmaterial wird synchronisiert und mit einem speziellen Software-Programm ausgewertet. Schultens Ausblick bei der Vorstellung des neuen Labors an Studenten, Dozenten und externe Partner: „Wir freuen uns auf die gemeinsame Zukunft.“