

## Medienmitteilung

nexa und die HWZ Hochschule für Wirtschaft Zürich präsentieren die 7. CEX Studie zum Thema Customer Experience 2023:

### **Customer Experience im Fokus – Unternehmen schulen ihre Mitarbeitenden**

Zürich, 05.12.2023 - Im aktuellen Jahr betrachten 75% der Befragten der neuen CEX-Studie der HWZ Hochschule für Wirtschaft Zürich und der nexa Consulting das Kundenerlebnis in ihren Unternehmen als wichtig oder sehr wichtig. In der Westschweiz zeigt sich eine besonders hohe Bedeutung, da 88% der Befragten das Thema als relevant einstufen.

Die aktuelle Studie zur Entwicklung des Kundenerlebnisses, durchgeführt von der HWZ Hochschule der Wirtschaft Zürich in Zusammenarbeit mit nexa Consulting, beleuchtet den Wandel und die Herausforderungen im Bereich der Customer Experience (CEX) für 2023 in der Schweiz. Die Umfrage, an der 132 Unternehmen aus der Romandie und der Deutschschweiz teilnahmen, zeigt klare Trends und Bereiche, in denen Unternehmen Verbesserungen sowie Investitionen planen, um ein erstklassiges Kundenerlebnis zu gewährleisten.

Prof. Michael Grund, Studiengangsleiter an der HWZ, identifiziert hierbei zwei grosse Fragenkomplexe, die einen wesentlichen Einfluss auf die Customer Experience haben: «Wenn ein Unternehmen nicht weiss, wo es in Sachen CEX stehen will bzw. die Menschen im Unternehmen – alle – nicht «mit im Boot» sind, dann ist Customer Experience ein schwieriges Thema».

#### **Bedeutung der Customer Experience**

In diesem Jahr halten 75% der Teilnehmenden das Thema Kundenerlebnis in ihren Unternehmen für wichtig oder sehr wichtig. Die Unterschiede zwischen den Sprachregionen bleiben beträchtlich, wobei 88% in der Westschweiz und 66% in der Deutschschweiz die Bedeutung betonen. Für die kommenden drei Jahre erwarten sowohl französisch- als auch deutschsprachige Unternehmen eine steigende Bedeutung des Kundenerlebnisses sowohl in ihren Unternehmen als auch in der Branche.

Die Prioritäten 2024 untermauern die in der Studie aufgezeigten Herausforderungen, was das Kundenerlebnis betrifft. Daher investieren Unternehmen primär in Ausbildung der Mitarbeitenden, Definition einer CX-Strategie bzw. -Vision für das Unternehmen, Optimierung der online Kontaktpunkte und kundenzentrierter Prozesse.

«Seit 2017 fragen sich Unternehmen besorgt, ob sie in der Lage sind, ihren Kundinnen und Kunden über alle Kanäle hinweg ein nahtloses und homogenes Erlebnis zu bieten. Es erstaunt daher nicht, dass die Optimierung der digitalen Touchpoints und der Kundenprozesse zu den Top 3 Prioritäten für 2024 gehört», sagt Anne-Laure Vaudan von nexa Consulting, und ergänzt: «Es ist zudem interessant zu beobachten, wie sich diese Herausforderungen im Laufe der Zeit entwickeln. Dies auch in Bezug auf die Umsetzung von KI-Projekten, die sich laut den Ergebnissen der Studie derzeit überwiegend im Stadium der Planung befinden».

### Schulungen und Steigerung des Kundenerlebnisses

Die Hauptgründe für Investitionen in das Kundenerlebnis sind Kundentreue, Steigerung der Kundenzufriedenheit und Markendifferenzierung oder -stärkung. Die Prioritäten für 2024 spiegeln im Grossen und Ganzen die in der Studie identifizierten Herausforderungen wider, die mit dem Kundenerlebnis verbunden sind. Infolgedessen erwägen Unternehmen hauptsächlich Investitionen in Mitarbeiterschulungen, die Festlegung einer CEX-Strategie oder -Vision und die Verbesserung digitaler Kanäle sowie kundenzentrierter Prozesse. Die für das Kundenerlebnis geplanten Budgets bleiben voraussichtlich im kommenden Jahr stabil.

### Zur Person

Prof. Dr. Michael Grund leitet das Departement für Marketing und Business Communications der HWZ und ist Studiengangsleiter des Executive MBA – Marketing HWZ sowie des MAS Customer Excellence HWZ. Vor seiner Tätigkeit an der HWZ war er mehrere Jahre Head of Marketing Intelligence bei Sunrise. Er ist Autor von Artikeln in Zeitschriften, Sammelbänden sowie Lexika und Dozent an Fachhochschulen und Universitäten. Darüber hinaus ist er in Praxis- und Forschungsprojekten beratend für renommierte Unternehmen tätig.

Bildmaterial / Bildlegende: Prof. Dr. Michael Grund

### Mehr Informationen

Sie haben Fragen zur Studie? Sie wünschen sich mehr Details? Wir stehen Ihnen zur Verfügung, um sich über das Thema auszutauschen und es zu vertiefen.

Link zur Studie: <https://fh-hwz.ch/news/swiss-cex-studie-2023-unternehmen-schulen-ihre-mitarbeitenden>

### **Kontakt Studie**

Giuseppe De Vincenti  
Managing Partner  
Nexa Consulting  
Spitalgasse 28  
3011 Bern  
T +41 79 400 47 86  
gdevincenti@nexa.ch

### **Medienkontakt**

HWZ Hochschule für Wirtschaft Zürich  
Dario Schmieder  
Lagerstrasse 5, Postfach  
8021 Zürich  
T +41 43 322 26 12  
dario.schmieder@fh-hwz.ch  
www.fh-hwz.ch

---

### **nexa Consulting**

nexa ist ein Beratungsunternehmen, das sich auf den Bereich Customer Experience spezialisiert hat. nexa ist bestrebt, Unternehmen dabei zu unterstützen, sich auf dem Markt zu differenzieren und Wachstum zu generieren, indem sie ihren Kunden unvergessliche Erlebnisse bieten. Die Vision von nexa hinsichtlich der Customer Experience ist von Grund auf ganzheitlich und stellt den Kunden in den Mittelpunkt geschäftlicher Anliegen. Das Unternehmen hat Instrumente zur Bewertung der Customer Experience entwickelt, um den Reifegrad zu analysieren und die Umsetzung in den Unternehmen zu erleichtern. [nexa.ch](http://nexa.ch)

### **Hochschule für Wirtschaft Zürich**

---

Mit 2'500 Studierenden und rund 800 Dozierenden aus der Praxis ist die HWZ die grösste Hochschule mit ausschliesslich berufsbegleitenden Studiengängen im Bereich Wirtschaft der Schweiz. Sie offeriert ein breites Angebot an Studiengängen auf Bachelor- und Master-Stufe sowie über 100 Diplom- und Zertifikatslehrgänge, die Möglichkeit zum Doktorat sowie massgeschneiderte Firmentrainings. Die HWZ ist institutionell akkreditiert durch den Schweizerischen Akkreditierungsrat. [fh-hwz.ch](http://fh-hwz.ch)