

„Das Emotionshirn ist der Boss“

Service WM – Bei der Abschlussveranstaltung bekommen Geschäftsleute der Region noch viele Tipps an die Hand

VON ANGELICA TAUBEL

GROSS-GERAU. Eine Firma verkauft über das Internet schwarze Socken, und zwar nur schwarze Socken. Und das im Abo. Sie hat damit einen Riesenerfolg, generierte 40 000 Abonnenten. Diese Geschichte erzählte Norbert Beck von der Firma Metatrain (Neumarkt) am Dienstagabend im Öffentlichkeitsraum der Groß-Gerauer Kreissparkasse bei der Abschlussveranstaltung der Service WM Region Groß-Gerau, die Metatrain über zweieinhalb Monate gemeinsam mit dem ECHO organisiert hat. Beck wollte den rund 70 Zuhörern damit zeigen, worauf es ankommt für kleine und mittlere Unternehmen: Sie brauchen Service-Ideen, müssen sich abheben von der Masse, dürfen nicht austauschbar sein. Dann schaffen sie es „raus aus der Preisspirale“, können Kunden gewinnen und auf Dauer an sich binden, ohne mit immer tollerenden Sonderangeboten ködern zu müssen.

Norbert Beck bezeichnete die Firmen, die Service-Innovationen finden, als Leuchttürme, die aus dem Umfeld herausragen und den Kunden Orientierungshilfe geben. Dabei müssten die Geschäftsleute nicht ständig neue Erfindungen machen; oft genüge es, Ideen und Vorhandenes aus anderen Branchen für sich zu nutzen. Wesentlich dafür sei, Fragen, die im Geschäftsalltag auftauchen, in Ruhe zu beantworten („Was müssen wir mehr, weniger, anders oder gar nicht mehr tun, um ...?“), und die gefundenen Antworten und Lösungen nach und nach umzusetzen.

Zur Service-WM in Groß-Gerau, Büttelborn, Trebur und Nauheim, an der sich 36 Unternehmen beteiligten, gehörten solche Tipps, aber auch Anregungen von Kunden. Die konnten sich in ihren Geschäften ä-



Der falsche Ton eines Einzelnen reicht, um ein ganzes Orchester in Misskredit zu bringen. Dieses Bild übertrug Kommunikationstrainer Johann Beck beim Abschiedsabend der Service WM Region Groß-Gerau auf Unternehmen. FOTOS: DAGMAR MENDEL

ßern, über die Kundenfreundlichkeit und den Service abstimmen, Verbesserungsvorschläge machen. Die Meinung, das Feedback seiner Kunden war zum Beispiel auch Thorsten Holler von den Blickpunkt Studios in Nauheim wichtig. „Wir wollten gucken, wo wir stehen, wie wir bei den Kunden gesehen werden“, erklärte der Fotodesigner und Fotokünstler dem ECHO. Dass er nun bei der Service-WM als der Geschäftsmann mit dem höchsten Kundenbeziehungsindex ausgezeichnet wurde, sei eine Bestätigung seines Wegs, meinte er. „Wir arbeiten mit Zufriedenheitsgarantie“, sagte er. Das spreche sich herum. Seit 2001 besteht das Geschäft, in dem es keine festen Öffnungs-

zeiten gibt: „Wir vergeben nur Termine, oft auch abends“, so Holler.

Doch nicht nur er, sondern 75 Prozent aller Teilnehmer erhielten ein WM-Siegel. Das Zertifikat können sie in ihren Läden aushängen, um ihre Leistung zu dokumentieren. Bei der Abstimmung waren insgesamt 2967 Stimmen zusammengekommen.

Diese Rückmeldungen und die Informationen aus den Metatrain-Vorträgen wollen die Selbstständigen für ihre künftige Arbeit nutzen. „Wir haben wegen der Kundenbefragung mitgemacht“, sagte Magda Baumgardt, deren Mann eine oralchirurgische Praxis hat. Sie selbst als frühere Werbekauffrau fand den Abschlussabend interessant

und unterhaltsam. „Man kann etwas mitnehmen und weitergeben“, sagte sie.

In der Tat unterhaltsam und mit vollem Körpereinsatz hatte zu Beginn Johann Beck von Metatrain klargemacht, was das A und O im Geschäftsleben ist: Freundlichkeit. In seinem Vortrag „Hirnlos verkaufen war gestern“ legte der Kommunikationstrainer anhand von locker erzählten Beispielgeschichten und mit Bildern dar, wie das so funktioniert mit dem Kaufen und Verkaufen, welche große Rolle das Unterbewusstsein bei Entscheidungen spielt („Das Emotionshirn ist der Boss“). Da kommt es nicht unbedingt auf den Preis an, wenn der richtige Mann (George Clooney) für den Kaffee wirbt, verdeutlichte Beck.

„Geben Sie den Kunden positive Emotion bei jeder Begegnung mit Ihrem Unternehmen“, empfahl der Referent. Dann komme der Kunde wieder und, genauso wichtig, er erzähle sein gutes Erlebnis anderen. Stichwort Mundpropaganda. Beck gab auch Tipps für schwierige Momente – falls einmal ein Mitarbeiter oder ein Kunde übelläufig oder aggressiv aufträte. Am freundlichen Auftritt und an der eigenen inneren Einstellung lasse sich arbeiten. Die Chefs sollten da mit gutem Beispiel vorangehen, dann könnten sie entsprechende Energie auch an andere weitergeben. Denn: Je besser das Betriebsklima, desto besser der Umsatz. Das sei erwiesen.

Einzelne Misstöne könnten den Gesamtklang, das gesamte Erscheinungsbild ruinieren. Darum gelte es, auch in Stresssi-

tuationen ruhig zu bleiben, um souverän kommunizieren zu können. In diesem Zusammenhang bot Beck ein Mitarbeitertraining an, das im Januar in Groß-Gerau abgehalten wird.

Als sehr motivierend und einprägsam bezeichnete Sabine Funk von der Sparkasse die Tipps, die sie bei der Service-WM erhalten habe. Stefan Gerhardt von der Volksbank meinte, auch Leute, die sich beruflich immer wieder mit Kommunikationsfragen beschäftigten, hätten interessante Anregungen bekommen.

Nasuh Cohantimur, Geschäftsführer der Groß-Gerauer Klaus Merkert OHG, nannte die gesamte Veranstaltung sehr interessant. Seine Firma sei auf dem Weg, über den Tellerrand hinauszuschauen, wolle sich verbessern. Da helfe es, sich regelmäßig auf Servicefragen zu besinnen, so Cohantimur. Die Investition in die Service-Weltmeisterschaft habe sich auf jeden Fall gelohnt.

Das sieht auch Andreas Wohlfart, Werbemarktleiter beim ECHO, so. „Es steht 1:0 für Groß-Gerau, für die Region und den Service“, hatte er zur Begrüßung gesagt. Und hinzugefügt, dass es auch im kommenden Jahr in der südhessischen Region eine vom ECHO organisierte Service-WM geben soll.

Eine Fotogalerie zur Abschlussveranstaltung der Service WM Region Groß-Gerau gibt es auf www.echo-online.de

Echo | online |



Lauter Sieger: Teilnehmer der vom ECHO und der Firma Metatrain veranstalteten Service WM stellten sich am Dienstag zum Erinnerungsfoto zusammen.