

„Darauf kann die ganze Region stolz sein“

SERVICE-WM Sieger des Firmenwettbewerbs gekürt – Erster ist das Schlafstudio Siebertz aus Overath

VON CLAUDIA FREYTAG

Bergisch Gladbach. Eigentlich hätte am Dienstagabend auch Bernd Siebertz anstelle von „Entertrainer“ Alexander Munke einen Vortrag über Mitarbeitermotivation und Freundlichkeit halten können: Vieles von dem, was der Motivationstrainer den Teilnehmern der Service-WM in Rhein-Berg mit auf den Weg gab, hat Siebertz schon längst verinnerlicht. „Ich muss keine Maske tragen, ich kann immer lächeln“, sagt er so fröhlich, dass man es ihm sofort glaubt. „Das habe ich auch meinen Mitarbeitern als Erstes beigebracht: Ein Lächeln kostet nichts.“

Das ist bei seinen Kunden offenbar angekommen: Das Schlafstudio Siebertz aus Overath ist Gewinner der Service-WM, die der „Kölner Stadt-Anzeiger“ und die Agentur Metatrain in den vergangenen Monaten veranstaltet haben (siehe „Der Wettbewerb“). „Das war eine Sensation für mich“, freute sich Siebertz. „Ich hatte höchstens gehofft, unter die ersten 20 zu kommen.“ Seinen Erfolg führt Siebertz in der Tat auf den Service zurück: „Wir liefern Matratzen



Freude über guten Service bei Veranstaltern und Siegern: Norbert Beck, Jutta Bobka, Johann Beck, Simone Kerl, Alexander Munke, Bernd Siebertz, Bettina Koch, Stefan Hilscher (v.l.).

BILDER: CHRISTOPHER ARLINGHAUS

aus Overath. Stefan Hilscher, Verlagsgeschäftsführer des „Kölner Stadt-Anzeiger“, lobte nicht nur die Sieger, sondern alle Teilnehmer: „Sie arbeiten auf höchstem Level, darauf kann die ganze Region stolz sein.“

Rund 120 Vertreter von 51 Unternehmen, die sich der Bewertung ihrer Kunden gestellt hatten, ließen die Service-WM im Spiegelsaal des Bergischen Löwen bei der festlichen Preisverleihung ausklingen. Zuvor hatte Norbert Beck, der mit seinem Bruder Johann Beck die Agentur „Metatrain“ leitet, den Gästen das Grundprinzip des Verkaufserfolgs vor Augen ge-

führt: „Der Mensch kauft Emotionen.“ Das heißt: Die drei Hauptanreize, von Beck „Kaufknöpfe“ genannt, sind Lust, Macht und Sicherheit. Einer davon ist ausschlaggebend für die Entscheidung des Kunden.

Und wer ein guter Verkäufer ist, erkennt auch, zu welcher Kategorie der Kunde gehört. Ein guter Verkäufer, das erläuterte Alexander Munke höchst amüsant, ist ein „Adler“ und kein „Huhn“. Der Unterschied: „Der Adler hat immer einen Plan. Das Huhn hat immer eine Ausrede.“ Das klingt erstmal nach Klischee, füllt sich aber ganz schnell mit Leben, wenn man sich an die Ver-

käufer seines Lebens erinnert, bei denen man sich am liebsten für die Störung entschuldigt hätte. Satirisch zugespitzt war das in dem feinen Filmchen „Hama nicht“ zu bewundern, in dem Komiker Bully Herbig als zunächst zuvorkommender Schuhverkäufer eines, nun ja, Besseren belehrt wird – und den Kunden künftig erfolgreich vergrämt.

Das Vergrämen, könnte man meinen, müsste doch eigentlich für eine Zahnärztin ein Leichtes sein. Die Furcht vor ihrer Profession ist schließlich sprichwörtlich. „Ach, ich bin wohl einfach nicht so Furcht einflößend“, vermutete die Zweitplatzierte Betti-

na Koch vergnügt, die als erste Vertreterin der Zahnmedizin überhaupt bei einer Service-WM punkten konnte. Dass sie darauf achtet, ihre Patienten nicht so lange warten zu lassen – „ein volles Wartezimmer macht mich nur unruhig“ – und von Patienten erzählen kann, deren Füllungen auch nach 20 Jahren noch nicht bröseln, wird auch seinen Teil zu ihrem Erfolg beigetragen haben.

Die Drittplatzierten, Jutta Bobka und Simone Kerl, haben mit ihrem Optikgeschäft bewusst auf ein herkömmliches Ladenlokal verzichtet, sie sprechen eher von „Praxisräumen“. „Ein Brillenkauf ist ja auch eine individuelle Sache“, erläutert Bobka. Deshalb sollten die Kunden nicht wie auf dem Präsentierteller sitzen. Das gefällt ihnen offenbar. „Viele haben mir beim Ausfüllen der Abstimmungskarten gesagt: »Ach, da muss ich gar nicht lange nachdenken«,“ berichtet Bobka.

Womit wir wieder bei Trainer Alexander Munke wären. Ein Prinzip, das er im Vortrag verriet, sind die vier Ms: „Man muss Menschen mögen.“ Oder, wie Bernd Siebertz es ausdrückt: „Ich habe in den zehn Jahren, in denen wir das Geschäft haben, zu 100 Prozent fantastische Menschen bedienen dürfen.“



zen auch um 22 Uhr aus, wenn der Kunde erst dann zu Hause ist.“ Zweitplatzierte ist Zahnärztin Bettina Koch aus Rösrath, auf dem respektablen dritten Platz landete Augenoptik Bobka/Kerl

Der Wettbewerb

Die Service-WM war eine Gemeinschaftsveranstaltung des „Kölner Stadt-Anzeiger“ mit der Agentur „Metatrain“. Deren Inhaber, die Brüder Norbert und Johann Beck, haben die Service-WM entwickelt. Dabei beurteilen die Kunden eines Betriebes ihn mit der Antwort auf die Frage: „Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie dieses Unternehmen einem Freund oder Kollegen weiterempfehlen?“ Als Antwort kreuzt

der Kunde eine Zahl zwischen 0 und 10 an.

In Rhein-Berg gaben die Kunden insgesamt 5494 Stimmen ab, was deutschlandweit im oberen Drittel der Beteiligung liegt. Deutlich über Durchschnitt war hingegen die Zufriedenheit der Kunden: Die durchschnittliche Punktzahl lag bei 83,71 Prozent. Deutschlandweiter Schnitt sind etwas über 60 Prozent. (fc)



Alexander Munke, der sich „Entertrainer“ nennt, vermittelte amüsant Wissenswertes über motiviertes Verkaufen.