

# Guter Service schlägt den Geiz-ist-geil-Virus

Die 1. Ostalb Service Olympiade der Schwäbischen Post sucht die Unternehmen, die beim Kunden König sind

**Der Kunde ist König. Aber welches Unternehmen ist bei den Kunden König? Wer bietet den besten Service? Das möchte die Schwäbische Post herausfinden. Bei der 1. Ostalb Service Olympiade küren wir Unternehmer und Dienstleister mit den zufriedensten Kunden.**

ANJA RETTENMAIER

**Aalen.** „Gegen den Geiz-ist-Geil-Virus“ haben die Brüder Johann und Norbert Beck etwas entschiedenes entgegenzusetzen. Ihr Rezept: Service. Denn der ist „sexy“. Die beiden Brüder aus Neumarkt in der Oberpfalz haben eine Unternehmensberatung – Metatrain. Sie haben ein Konzept entwickelt, wie man das Unternehmen findet, das den Bedürfnissen, Wünschen und Anforderungen seiner Kunden am besten nachkommt. Sie sind die Väter der Service WM.

Die Idee entstand bei der Fußballweltmeisterschaft 2006. „Wir haben uns gefragt, wie wir uns als regionale Unternehmer auf die WM vorbereiten“, erzählt Norbert Beck, Experte für Emotions-Marketing, Wirtschaftsingenieur, Buchautor und Fachhochschuldozent. Da die Heimatregion der Becks vor den Toren des damaligen WM-Austragungsorts Nürnberg liegt, wollte man den Gästen ein serviceorientiertes Umfeld bieten.

Die Resonanz war groß. Inzwischen haben die Unternehmensberater 15 Projekte mit fast allen bayerischen Zeitungen gemacht. Es entstand eine Sonderbeilage, in der sich die Unternehmen der Region präsentieren konnten. Die Leser informierten sich und haben abgestimmt. Dabei komme es nicht auf die Menge der Stimmen an, sondern auf die

Qualitätspunkte, beschreibt Norbert Beck. Nach einem ausgeklügelten System wird so abgestimmt und sichergestellt, dass nicht das größte, sondern das beste Unternehmen gewinnt. Diese Umfrage ist für Geschäftstreibende ein wichtiger Indikator dafür, ob der Kunde zufrieden ist, wieder kommt sowie dem Geschäft loyal und verbunden bleibt.

„Das Thema Service geht jedes Unternehmen an. Ob Handel, Handwerk, Dienstleistung oder Industrie – wer guten Service als Strategie beherrscht, fährt gut“, sagt Norbert Beck. Zwei Drittel der Bevölkerung seien mittlerweile bereit, für guten Service auch mehr zu bezahlen, betont der Wirtschaftsingenieur.

Zusammen mit seinem Bruder hat er den Ratgeber „Service ist sexy“ verfasst. Über die Strategien berichtet er am Don-

nerstag, 2. April, im Gutenberg-Kasino der Schwäbischen Post, der Auftaktveranstaltung des Wettbewerbs.

Die Schwäbische Post ist die erste Zeitung in Baden-Württemberg, die mit der 1. Ostalb Service Olympiade eine Plattform bietet, damit Unternehmer der Region ihren Service konzentriert präsentieren können. Gerade in Zeiten der wirtschaftlichen Krise gelte es, ein regionales Konjunkturpaket zu schnüren.

## Regionales Konjunkturpaket

Der Trend, dass Menschen wieder vermehrt regionale Produkte kaufen, unterstreiche das Vorhaben, die Vorzüge der Ostalb-Dienstleistungen hervorzuheben, erläutert der Fachmann. Die „Geiz-ist-geil-Zeit“ sei vorbei. Deshalb sollten Betriebe und Firmen den Wertewandel bei den Konsumenten nutzen, den Service-Faktor und damit die Glaubwürdig-

keit zu fördern. „Die Schwäbische Post will mit dem Wettbewerb eine Brücke schlagen zwischen den Konsumenten und den Unternehmen der Region“, betont Falko Pütz, Anzeigenleiter der Schwäbischen Post. Vom Autohaus, über die Bäckerei bis hin zum Weinhandler: Jedes Unternehmen hat die Möglichkeit, einen der drei ersten Plätze zu belegen.

- **Programm** zum kostenlosen Vortragsabend für Geschäftstreibende am Donnerstag, 2. April, im Gutenberg-Kasino der Schwäbischen Post
- **19 Uhr:** „Service ist sexy“ – Erfolgsfaktor beziehungsfokussierter Service
- Referent: Norbert Beck
- **Anmeldung** telefonisch: (07361) 594-239 per Fax: (07361) 594-242 b.grossmann@sdz-medien.de

**SCHWAPO**  
*Aktion*