

Dienstleistungsbegeisterung

Gewinner der Ostalb-Service-Olympiade verkündet - Unterhaltsamer Lernabend in den Räumen der AOK

Mit knappem Vorsprung und einem Index von nahe 80 Prozent hat Casa Schiek aus Abtsgmünd die Ostalb-Service-Olympiade gewonnen. Platz zwei für den Weinmarkt Grieser, auf dem dritten Rang Spielwaren Wanner.

Aalen. „Jeder, der ins Ziel kommt, ist ein Sieger,“ ruft Johann Beck ins Publikum. Gut 100 Männer und Frauen sitzen im Saal der AOK in Aalen und bekommen unterhaltsames Lernen geboten, die Hälfte davon Sieger in diesem Sinne, Teilnehmer an der Service-Olympiade.

Johann Beck parliert mit oberpfälzischem Akzent über Kernsätze wie „Menschen kaufen Emotionen“ und über den „zwischenmenschlichen Begegnungspunkt“. Rechnet vor, dass ein Familienvater einen Kundenlebenswert von 250 000 Euro hat und wie leicht man den Mann vergrämen kann durch Unaufmerksamkeit, Grantigkeit und derlei Untugenden, im Kern durch den Mangel an emotional intelligenter Kommunikation. Die wird in Beck'scher Philosophie im wesentlichen geprägt durch Freundlichkeit und keine bösen Worte. Damit man sich die austreibt, schenkt der Experte für Service-Kommunikation jedem, der will, ein blaues Gummiband. Das soll er von einem zum anderen Handgelenk wechseln, wenn er mal wieder grantig geworden ist, und möglichst bald sieben Tage, sieben Wochen lang nicht mehr wechseln müssen. Dann, so verspricht der Trainer, sei die neue intelligente, kommunikative Emotionalität gelernt.

Pause, sommerliches Buffet, kalte Getränke, Anlauf zur Preisverleihung. Norbert Beck, Johanns Bruder, erläutert spannungsfördernd die Bedingungen und Modalitäten der Auswertung. Dass



Sieger und Gratulanten (von rechts): Norbert Beck, Alexander Munke, Gewinnerin Petra Schiek (Casa Schiek - Wohnen mit Textil, Abtsgmünd), AOK-Chef Jörg Hempel, Silbersieger Alfons Wiedemann (Weinmarkt Grieser, Aalen), Andrea Reinhardt (SchwäPo), Bronzegewinner Matthias Wanner (Spielwaren Wanner, Aalen) und Falko Pütz (SchwäPo). (Foto: hag)

ein Index errechnet wurde, der die numerischen Antworten auf den Punkt bringt, mit denen die Frage beantwortet wurde: „Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie unser Unternehmen einem Freund oder Kollegen weiterempfehlen?“ 47 Unternehmen von der Ostalb haben sich beteiligt, die SchwäPo hat alle Unternehmen in einer viel gelobten Sonderveröffentlichung vorgestellt. 6755 Menschen haben abgestimmt. Dabei sei nicht entscheidend, wie viele Urteile für eine Firma abgegeben wurden, ausschließlich

die Qualität der Aussagen sei wichtig: Null gleich „unwahrscheinlich“, neun gleich „wahrscheinlich“. Der Durchschnitt der Ostalb-Voten liegt bei 26. Die Sieger rangieren eng beieinander kurz vor 80 Prozent. Der Anzeigenchef der SchwäPo, Falko Pütz, überreicht die eleganten Trophäen, herzlicher Applaus der anderen Wettbewerber gratuliert den Gewinnern.

Dann Auftritt Alexander Munke. In norddeutschem Idiom plaudert er mit verblüffenden Wendungen am Gegen-

satz von Adler (aktiver Verkäufer) und Huhn (Abarbeiter) längs. Lässt die Handpuppen wirbeln, spielt Gitarre, erzählt Geschichten und Geschichtchen. Um „Dienstleistungsbegeisterungsbereitschaft“ geht es und um bessere Begegnungsqualität unter den drei L (locker, leicht, lächeln), verbunden mit den vier M (Man muss Menschen mögen). Was er anbietet, macht er zugleich vor mit seinem charmanten „Entertraining“ und der Botschaft: „Wir sind alle als Adler geboren.“ Rainer Wiese