



# Service WM 2009

## Abschlussveranstaltung

## Reha Dome Main Tain als Service-Champion

Service-WM kommt bei allen Beteiligten toll an, die im nächsten Jahr auch wieder dabei sein wollen

Gleich über zwei Blumensträuße und Urkunden konnte sich Karl-Heinz Hohmann von Reha Main Tain bei der Siegerehrung zum Service-Weltmeister 2009 im Rhein-Main Gebiet freuen. Das 1995 in Bad Homburg gegründete Gesundheits- und Trainingsinstitut für Rehabilitation und Prävention konnte sich neben dem zweiten, auch über den ersten Preis des „kleinen Bruders“ Reha Dome Main Tain aus Frankfurt freuen.

„Wir haben damit gerechnet, dass wir gut abschneiden“, sagte Geschäftsführer Hohmann stolz. „Dass wir beide Preise gewonnen haben zeigt, dass die Kunden uns vertrauen“. Dass beide Reha-Zentren an den Start gehen konnten war durchaus gewollt. „Wir finden es auch gut, dass sich unterschiedliche Filialen untereinander messen“, erklärt Norbert Beck von der Firma Metatrain, die das Service WM-Konzept erfanden und fürs Rhein-Main-Gebiet in Zusammenarbeit mit der Frankfurter Rundschau umsetzten. „Da kann es bei großen Unternehmen zu recht unterschiedlichen regionalen Unterschieden kommen.“

Was macht die besondere Service-Leistung von Reha Main Tain aus? Neben geschultem Fachpersonal kommt es Karl-Heinz Hohmann vor allem auf freundliches Personal an. „Wir achten schon bei der Einstellung auf die Persönlichkeit“, erklärt er. Fragebögen, Umfragen um die Patientenwünsche



Gewinner der Service WM: Marija Kasic und Karl-Heinz Hohmann von Reha Main Tain sowie Günter Hildmann, Inhaber von Betten Zellekens. TIMUR TINC

zu verwirklichen sowie das Ambiente und die Gestaltung der Räume sind für Hohmann und sein Team enorm wichtig. „Die Kunden sollen sich bei uns wohlfühlen“, sagt Physiotherapeutin Marija Kasic, die den Preis für Reha Main Tain entgegen nahm.

Das Wohlfühlprinzip schreibt auch Betten Zellekens ganz groß, der den dritten Platz eingeheimst hat. „Ich habe mich persönlich sehr für die Service WM engagiert“, erklärt der Inhaber des Bettenhauses Günter Hildmann. Be-

reits im Vorfeld hat Hildmann seine Mitarbeiter motiviert und dann doch gemerkt, dass sich einige geizert haben die Kunden auf die Service WM anzusprechen. „Wenn die Kunden angesprochen worden sind haben die das aber toll aufgenommen und mitgemacht“, erzählt Hildmann.

Positiv aufgenommen haben die Service WM auch die Kunden von Frank Wohlrab, vom Webasto Service-Center FBS für Auto-Nachrüstungen. „Viele haben ohne Aufforderung die Zettel ausgefüllt

und online abgestimmt“, erzählt der Geschäftsführer. Schade fand er nur, dass nicht alle Teilnehmer der Service WM im Foyer der Frankfurter Rundschau erschienen sind um den Vorträgen von Norbert und Johann Beck zuzuhören. „Für Deutschland kommt so eine Veranstaltung vielleicht ein wenig zu früh“, mutmaßt Wohlrab und ergänzt: „Auf Service zu setzen ist auf jeden Fall der richtige Schritt in die Zukunft.“ Für die teilnehmenden Unternehmen war es – da sind sich alle einig – eine klas-

se Sache. „Wir werden versuchen einiges umzusetzen was uns hier heute präsentiert worden ist“, sagt Karl-Heinz Hohmann. Und Günter Hildmann will die beiden Referenten am liebsten gleich zu sich ins Bettenhaus zu einem Vortrag einladen.

### GEWINNER DER VERLOSUNG

Im Rahmen der Service WM wurde unter allen Teilnehmern ein Reisegutschein über einen Hotelaufenthalt im Greenline Hotel Mönchgut in Baarbe auf Rügen, ein LCD 32 Zoll Fernseher der Marke Samsung von HIFI PROFIS, ein Rimowa-Koffer von Leder Stoll sowie zehn mal zwei Konzertkarten für unterschiedliche Veranstaltungen verlost.

### Die glücklichen Gewinner sind:

Hotelgutschein, Greenline Hotel Mönchgut: Matthias Bendel, Frankfurt; Samsung LCD 32, HIFI profis: Kristin Schuuegger, Bad Homburg; Lederkoffer, Leder Stoll: Thomas Koenig, Dreieich.

Jeweils zwei Karten für eine Veranstaltung (Diana Krall, Quiets Nights Worldtour, Backstreet Boys, Söhne Mannheims, Roland Kaiser, Anna Maria Kaufmann, Roger Cicero & Band) gewannen: Bene Speith, Helmut Karst, Petra Reinhardt, Ute Lampert, Angela Schilling, Marina Duweck, Wolfgang Repp, Michael Daeubler, Thomas Neumaier, Christian Betschel. Die Gewinner erhalten eine schriftliche Benachrichtigung.

## Vom Export- zum Service-Weltmeister

Kommunikationsexperten sehen in individuellen Service-Angeboten Wettbewerbsvorteil für kleinere Firmen

Wie können Unternehmen in der heutigen Zeit besonders herausstechen? Technisches Knowhow oder neue Produkte? Nein, sagen Norbert und Johann Beck. „Vor allem für die kleineren und mittelständischen Unternehmen, ist der Aufbau eines individuellen Service-Angebots die einzige Möglichkeit, gegenüber dem Wettbewerb zu punkten“, erklärten die beiden Kommunikationstrainer und Dozenten von der Metatrain GmbH.

Da dies vielen Unternehmen in Deutschland noch nicht bewusst ist, haben es sich die beiden Brüder zur Aufgabe gemacht Deutschland zum „Service Weltmeister“ zu machen. 2006 riefen die Autoren des Buches „Service ist sexy“, die sogenannte Service WM ins Leben.

In Kooperation mit der Frankfurter Rundschau fand am 4. September die erste Service-WM im Rhein-Main Gebiet statt, wo 13 Unternehmen aus verschiedenen Branchen ihre besonderen Service-Leistungen vorstellen konnten. Abstimmen konnten die Leser der Frankfurter Rundschau mit ei-



Die Erfinder des Service WM-Konzepts, Norbert und Johann Beck, mit Frank Hörnig, Leiter Verkauf Regional bei der Frankfurter Rundschau. TIMUR TINC

nem Stimmzettel, der in der Beilage zur Service WM enthalten war oder online. In einem Punktesystem von eins bis zehn in Kategorien, wie zum Beispiel Zuverlässigkeit und Freundlichkeit, konnten die Unternehmen bewertet werden. Ausgezeichnet wurden die Sieger am vergangenen Dienstagabend, den 6. Oktober, im Foyer der Frankfurter Rundschau. Stolz Gewinner nach eingegangen knapp 600 Votings ist das Reha-

Zentrum Reha Main Tain aus Bad Homburg vor seinem „kleinen Bruder“ aus Frankfurt dem Reha Dome Main Tain. Den dritten Platz belegte das Bettenhaus Betten Zellekens.

Im Rahmen der Siegerehrung referierten Norbert und Johann Beck in zwei lebendigen Vorträgen was guten Service ausmacht, nämlich: Innovation, Design, Marketing und Kommunikation. „Deutschland hat ein großes Po-

tenzial nach oben“, erklärt Norbert Beck. „Vielen Unternehmen fehlt aber der Mut mal einen Leuchtturm zu bauen und sich von den anderen abzusetzen“. Auf ein weiteres typisches deutsches Problem macht Johann Beck aufmerksam. „In Deutschland wird zu sehr auf fachliche Kompetenz als auf einen guten Umgang mit den Kunden gesetzt. Vielen ist nicht klar, dass Menschen Emotionen kaufen und man ihnen diese als Unternehmer geben sollte“.

Als Vorbild in Sachen Kundenumgang gilt die USA. „Selbst aufgesetzte Freundlichkeit, wie sie den Amerikanern oft vorgeworfen wird, ist uns lieber als mürrische Gesichter“, erklären die Referenten und rieten Firmen, sich von unfreundlichen Mitarbeitern zu trennen.

### IMPRESSUM

„Service WM 2009“ Anzeigensonderveröffentlichung der Frankfurter Rundschau  
Redaktion: FR Publishing GmbH  
Verantwortlich für Anzeigen: Petra Linke  
Gesamtherstellung:  
FR Publishing GmbH, Depot Sachsenhausen,  
Karl-Gerold-Platz 1, 60594 Frankfurt am Main

## Gummiband hilft zur Freundlichkeit

Mit dem Smile-Watcher die Geduld behalten

Freundlichkeit kann man keinem Mitarbeiter beibringen. „Es gibt einfach Menschen, die können das nicht, das ist auch ok, aber sie sollten nicht in Bereichen arbeiten, in denen sie mit Kunden Kontakt haben“, erklärt Kommunikationstrainer Johann Beck.

Auch als freundlich geltende Mitarbeiter können mal an einem stressigen Tag die Geduld verlieren. Eine kleine Übung mit einem einfachen Gummiband, genannt Smile-Watcher, kann dem Abhilfe verschaffen. „Immer, wenn man das Gefühl hat, dass man unfreundlich war, wechselt man auf das andere Handgelenk. Bei der nächsten Unfreundlichkeit wechselt man wieder zurück“, erklärt Beck die Bedienung des Smile-Watchers.

Die Erkenntnisse, dass ein Gummiband zur Verhaltensänderung beitragen kann, zieht Beck aus der Neurologie und der Psychologie.