

# „Die Menschen kaufen Emotionen“

## Über 100 Unternehmer aus dem Kreis besuchten Auftakt zur Service-WM im Kreis Euskirchen

Der Startschuss zu der von der Rundschau initiierten Service-WM im Kreis Euskirchen ist gefallen. Über 100 Unternehmer aus dem Kreis ließen sich im Euskirchener Parkhotel auf die Aktion einstimmen.

Von CLAUDIA ROBERZ

**KREIS EUSKIRCHEN.** „Die Menschen kaufen weder Produkte noch Dienstleistungen – die Menschen kaufen Emotionen.“ Mit dieser provokanten These eröffnete Hauptreferent Norbert Beck am Montagabend einen ebenso aufschlussreichen wie emotionalen Vortrag. Im Mittelpunkt stand die für Firmeninhaber entscheidende Frage: Welchen Service kann ich bieten, damit sich die Kunden bei mir wohlfühlen? Und zwar wohler als bei der Konkurrenz, die das gleiche Produkt, die gleiche Dienstleistung anbietet.

Dass sich der Mensch viel stärker von Emotionen als von Produkten selbst leiten lässt, wusste Norbert Beck, Erfinder der Service-WM, anschaulich zu belegen – sowohl an Praxisbeispielen als auch wissenschaftlich fundiert. „Seit rund fünf Jahren gibt es die Möglichkeit, dem Kunden in den Kopf zu sehen“, führte er aus.



Und dabei hätten die Wissenschaftler interessante Beobachtungen gemacht: „Sie haben festgestellt, dass die Kaufentscheidung für ein Produkt oder eine Dienstleistung zu 70 bis 80 Prozent im limbischen System, dem so genannten Spürhirn, und nur zu 20 bis 30 Prozent im Großhirn, also im so genannten Denkhirn, getroffen wird.“

Für Norbert Beck ergibt sich eine logische Konsequenz aus der Tatsache, dass Gefühle den Käufer steuern: „Wir müssen die Strategien der Unter-



„Service ist sexy“, erklärte Referent Norbert Beck vor mehr als 100 Unternehmern: „Abheben kann man sich von der Konkurrenz nicht durch Produkte. Die haben die anderen auch.“ Die Nase vorn habe der mit dem guten Service, bei dem die Kunden sich wohlfühlten. (Fotos: Düster)

nehmen genau auf diesen Aspekt ausrichten. Nicht der Bekanntheitsgrad eines Unternehmens muss gesteigert werden. Es muss versuchen, seinen Sympathiegrad zu erhöhen.“ Getreu seines Mottos „Service ist sexy“ versuchte Beck anhand von Beispielen und Tipps den Unternehmern zu vermitteln, dass sowohl das Erscheinungsbild als auch das persönliche Auftreten Kunden gegenüber deren emotionale Entscheidung für oder gegen

einen Betrieb entscheidend beeinflussen.

„Es muss nicht immer teuer sein, etwas zu verändern“, weiß Norbert Beck. „Man muss auch nicht wie ein Bäcker den Bürgersteig vor seinem Laden mit dem Geruch frisch gebackenen Brotes beduften, um positive Emotionen und damit eine Umsatzsteigerung zu erreichen. Schon Musik in der Telefon-Warteschleife macht etwas aus. Und lassen Sie Ihr Schaufenster mal von einem

guten Freund betrachten und sich von diesem sagen, was man da verbessern könnte.“

Kritisch stellte Beck fest, dass ein in Deutschland verbreitetes Problem sei, sich nur in der eigenen Branche nach Innovationen umzuschauen. „So hinken Sie bei den wirklichen Neuerungen natürlich der Konkurrenz immer hinterher“, stellte Beck fest. Hier müsse man über den Teller- rand hinaussehen. „Alle Service-Weltmeister, die wir bis-

her küren konnten, haben sich in anderen Branchen umgesehen und sich gefragt, ob sie dort Ideen für das eigene Unternehmen finden.“

Ein Unternehmen, das Zukunft haben wolle, so Norbert Beck, müsse sich ganz deutlich von der Masse abheben. Beck veranschaulichte dies mit einem Bild von einer Reihe Strandhäuser, die sich – alle in derselben Bauweise – nur durch den Farbanstrich unterschieden. „Hier müssen Sie

zwischen all den gleichförmigen Häusern einen Leuchtturm setzen“, forderte er die Unternehmer auf.

Wer ein Produkt oder eine Dienstleistung verkaufen wolle, so Norbert Beck, müsse Emotionen hervorrufen, nicht die technischen Vorzüge anpreisen. Werbeclips dokumentierten, dass Weltfirmen wie Apple oder Harley Davidson dies längst erkannt haben und den Verkauf ihrer Produkte im wahrsten Sinne „beflügeln“, indem sie auf die richtigen „Knöpfe“ in den Köpfen der Kunden drückten.

Zum Schluss seines Vortrags riet er den Unternehmern: „Wir müssen regelmäßig

» Nicht der Bekanntheitsgrad eines Unternehmens muss gesteigert werden. Es muss versuchen, seinen Sympathiegrad zu erhöhen. «

### NORBERT BECK

Buchautor und Experte für Emotions-Marketing

messen, ob wir noch das Einfühlungsvermögen haben, um uns auf den Stuhl unserer Kunden zu setzen.“

Die Brüder Johann und Norbert Beck messen dies in ihrer Firma Metatrain mit Hilfe einer einzigen Frage, die sie den Kunden stellen: „Würden Sie unser Unternehmen einem guten Freund oder Kollegen weiterempfehlen?“ Aus dieser Weiterempfehlens-Wahrscheinlichkeit, so Norbert Beck, könne man Rückschlüsse auf die Wiederkommens-Wahrscheinlichkeit ziehen.

Das habe gar nicht so viel mit Geld, sondern viel mehr mit Kreativität zu tun, ließ auch Johann Beck die Geschäftsleute wissen. „Setzen Sie sich mit Ihrem Team oder alleine hin und denken Sie über folgende Fragen nach, um Ihren Sympathiegrad zu steigern: Was muss ich weniger tun? Was muss ich mehr tun? Was muss ich anders tun? Was muss ich gar nicht mehr tun?“

### DIE TEILNAHME AN DER SERVICE-WM


**Stefan Hilscher** (Foto), Verlags- geschäftsführer der Zeitungs- gruppe Köln, begrüßte am Montagabend die interessierten Unter- nehmer aus dem Kreis im Eus- kirchener Parkhotel zum informa- tiven **Auftakt der Service-WM**. Diese bietet den Firmeninhabern in Form eines Wettbewerbs Auf- schluss darüber, wo sie mit ihren Unternehmen stehen.



Im Rahmen einer großen Sonderver- öffentlichung **in der Kölnerischen Rundschau** können sich die teilneh- menden Firmen präsentieren und werden von den Lesern bewertet.

Die erstplatzierten Firmen können sich über **Titel und Pokale** freuen. Alle Unternehmen erhalten zukunfts- weisende Informationen. Firmen, die teilnehmen möchten, können sich

**bis zum 4. Dezember** bewerben.

Weitere Informationen zur Service- WM geben Yvonne Schneider, Tel.: (0 22 51) 70 04 62, [yvonne.schneider@mds.de](mailto:yvonne.schneider@mds.de), und Heinz Lawrenz, Tel.: (0 22 51) 70 04 61, [heinz.lawrenz@mds.de](mailto:heinz.lawrenz@mds.de).  
.....  
 [www.rundschau-online/ eu-servicewm](http://www.rundschau-online/eu-servicewm)