



JUNGE ZEITEN

Mit ein paar Mausklicks zum Traumberuf?

Mit der Antwort auf die Frage, wie es nach der Schule beruflich weitergehen soll, tun sich viele Jugendliche schwer. Doch Tests im Internet versprechen schnelle Hilfe bei der Berufsfindung. Die „Jungen Zeiten“ haben vier solcher Tests getestet Seite 42

Rhein-Erft

ERSTE HILFE FÜR ANGEHÖRIGE VON PATIENTEN

Angehörige von Patienten sind oft hilflos, wenn es um die Pflege der Patienten geht. Das Bergheimer Krankenhaus will nun den Angehörigen mit speziellen Kursen helfen.



Walter Weber, Anzeigenleiter der Zeitungsgruppe Köln, begrüßte die Gäste im Brühler Phantasialand (Bild links). Autor Norbert Beck (Bild rechts) erläuterte anhand von Beispielen aus der Fernsehwerbung, wie er sich einen perfekten Kundenservice vorstellt.



BILDER: BEISSEL

Die Meinung der Kunden ist wichtig

SERVICE-WM Auftaktveranstaltung im Brühler Phantasialand – „Menschen kaufen Emotionen“

VON RALPH JANSEN

Rhein-Erft-Kreis. „Menschen kaufen Emotionen“, das ist die zentrale Botschaft von Norbert und Johann Beck. Die beiden sind Geschäftsführer der Firma Metatrain und haben zusammen das Buch „Service ist sexy!“ geschrieben. Zum Auftakt der Service-WM der Zeitungsgruppe Köln im Rhein-Erft-Kreis erläuterten die beiden Lehrbeauftragten der Hochschule Neumarkt in Bayern etwa 100 Unternehmern im Phantasialand, was sie sich unter vorbildlichem Service vorstellen. „70 bis 80 Prozent aller Kaufentscheidungen werden im Unterbewusstsein getroffen“, berichtete Norbert Beck und nannte Beispiele aus der Wissenschaft.

Umsatz gestiegen

So sei der Umsatz an deutschen Weinen in einer Weinhandlung um 66 Prozent gestiegen, als leise deutsches Liedgut eingespielt wurde. Tage darauf liefen französische Chansons, und es wurden laut Norbert Beck 80 Prozent mehr französische Weine verkauft. Das emotionale Zentrum im Unterbewusstsein habe diese Kaufentscheidungen beeinflusst.

Für die Kunden sei es aber neben solch atmosphärischen Ef-

ekten vor allem der gute Service eines Unternehmens, der den Vor- oder Nachteil zu einem Mitbewerber ausmache. Dabei legten die Menschen beim Thema Service besonderen Wert auf Dinge, die eigentlich selbstverständlich erscheinen. Bei einer Untersuchung zum Servicegedanken stehe immer an oberster Stelle der Begriff „Freundlichkeit“. Ohne ein nettes Gespräch mit dem Kunden gehe gar nichts. An zweiter Stelle nannten die Verbraucher den Begriff „Ver-



trauen“. An dritter Stelle folgt „Wertschätzung“. Kunden, die sich in einem Geschäft als lästig wahrgenommen fühlen, werden dort viel weniger kaufen als in einem anderen Laden, wo man ih-

nen das Gefühl gibt, ernst genommen zu werden. Erst an vierter Stelle in der Rangliste folgt der Begriff „Preis“. Nur billig zu sein reicht den Kunden heute eben nicht mehr aus.

Wichtig sei es auch, präzise zu werben, so Norbert Beck. „Jedermanns Darling zu sein bedeutet jedermanns Depp zu sein.“ Während Frauen in der Werbung mehr durch das Gefühl der Sicherheit angesprochen würden, sei es bei Männern oft das Gefühl der Macht. Gute Werbung sei auch

die Service-WM für die Unternehmen, betonte Johann Beck. Dabei wirke die Teilnahme gleichermaßen nach innen wie nach außen: „Was glauben Sie, wie motiviert Ihre Mitarbeiter sind, wenn morgen die Service-WM in Ihrem Hause beginnt.“ Der Marketing-Experte betonte, es gehe bei der WM nicht darum, möglichst viele Kärtchen mit Benotungen einzusammeln, sondern im Durchschnitt eine möglichst hohe Benotung zu bekommen. Doch je mehr Karten abgegeben werden, desto genauer fällt das Ergebnis aus.

Wichtig sei es auch, bestehende Serviceleistungen offensiv zu kommunizieren. Dazu dient die Beilage im „Kölner Stadt-Anzeiger“, die im Januar erscheinen wird. Etwa 20 Unternehmen hatten gestern schon ihre Teilnahme zugesagt, 14 davon schon vor dem eigentlichen Beginn der Service-WM.

Jedes Unternehmen, das mehr als 30 Stimmen und insgesamt eine positive Bewertung erhält, wird außerdem mit dem Siegel „Ausgezeichnete Service-Qualität“ geehrt. Doch das wichtigste Signal der Service-WM ist laut Johann Beck: „Sie zeigen damit, dass Ihnen die Meinung ihres Kunden wichtig ist.“

Wertvolle Preise für Firmen und für Kunden

Unternehmen aus dem Rhein-Erft-Kreis können sich ab sofort an der Service-WM beteiligen. Ein Anruf im Anzeigenbüro Bergheim unter ☎ 02271/753740 genügt. Anschließend werden sofort die Bewertungskarten geliefert, die in den kommenden Monaten bei den teilnehmenden Unternehmen im Rhein-Erft-Kreis ausgelegt werden. Kunden werden auf diesen Teilnahmekarten die zentrale Frage der Service-WM beantworten: „Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie unser Unternehmen einem Freund/einer Freundin oder einem Kollegen/einer Kollegin weiterempfehlen?“

Bis zum 28. Januar haben die 156 000 Leser der Zeitungsgruppe Köln im Rhein-Erft-Kreis die Gelegenheit, abzustimmen. Außerdem kann, wer möchte, seinem Unternehmen ein differenzierteres Werturteil ausstellen. Die Gelegenheit dazu gibt es im Internet. Aus allen diesen Bewertungen werden im Februar nicht nur die drei Sieger der Service-WM im Rhein-Erft-Kreis gekürt. Die anderen Teilnehmer erhalten ihr Bewertungsergebnis diskret mit einer differenzierten Analyse ihrer Stärken und Schwächen übermittelt. Bis Ende November können Firmen noch teilnehmen.

Um die Aktion für sich gut zu nutzen, ist es ratsam, bald einzusteigen, um viele Stimmen zu sammeln. Im Januar erscheint im „Kölner Stadt-Anzeiger“ eine große Beilage, in der die Service-WM-Teilnehmer vorgestellt werden. Nicht nur für die Unternehmen, auch für Leser lohnt es sich teilzunehmen. Jeder, der eine Karte abgibt oder im Internet abstimmt, nimmt an einer großen Verlosung teil, bei der es zahlreiche wertvolle Preise zu gewinnen gibt, unter anderem einen Reisegutschein im Wert von 500 Euro oder Sauna- und Hotelgutscheine. (rj)
www.ksta.de/erft-servicewm