

RHEIN-BERG



TIPP DES TAGES



In Vilkerath beginnt heute Abend das 138. Erntedankfest. Zum Auftakt gibt es ab 20 Uhr eine große Disco im Festzelt. Ein Discobus sorgt im Anschluss für die sichere Heimkehr der tanzwütigen Besucher. Das Fest wird morgen fortgesetzt; Höhepunkt ist am Sonntag der prächtige Erntezug - der größte weit und breit.

Wie man unbewusste Kauflust weckt

Rhein-Berg sucht den Service-Weltmeister – Auftakt zur BLZ-Aktion

Von GUIDO WAGNER

RHEIN-BERG. „Wenn unser Gehirn ‚Rabatt‘ hört, dann dreht es durch“, erklärt Marketingtrainer Johann Beck und hält inne: „Aber wir Mittelständler brechen doch dabei zusammen: Der billige Preis macht uns kaputt.“ Lösungsansatz des Experten: „Wenn ich den richtigen Service um meine Produkte baue, spielt der Preis keine so große Rolle mehr.“ Bis zu 90 Prozent der Kaufentscheidungen würden schließlich laut moderner Gehirnforschung nicht vom „Denkhirn“, sondern vom viel schneller arbeitenden „Emotionshirn“ getroffen. Unterbewusste Motive wie Lust, Macht und Sicherheit spielten die entscheidende Rolle, so Beck.

Rund 100 Geschäftsleute aus Rhein-Berg – vom Handwerker über den Kinobetreiber bis hin zum Leiter eines Elektronikmarktes – lauschten



Suchen den Service-Weltmeister in Rhein-Berg: (oben, v.l.) die „Service-WM“-Erfinder Norbert und Johann Beck, der Verlagsgeschäftsführer der Zeitungsgruppe Köln, Stefan Hilscher, und Gesamtanzeigenleiter Karsten Hundhausen. Rund hundert Geschäftsleute (u.r.) waren zur Auftaktveranstaltung mit einem Fachvortrag von Johann Beck zum Thema „Service ist sexy“ (u.r.) in die Villa Zanders gekommen. (Fotos: Daub)



am Mittwochabend in der Villa Zanders dem kurzweiligen Vortrag der beiden Verkaufstrainer Johann Beck und Norbert Beck. Zum Auftakt der „Service WM“, zu der die Bergische Landeszeitung aufgerufen hat, räumten die beiden Trainer und Erfinder der „Service-WM“ mit althergebrachten Vorurteilen in Sachen Marketing auf. Nicht der Preis allein bestimme, was der Kunde kaufe. Sondern: „Service ist sexy.“

„Wenn von ‚Service‘ die Rede ist, hören Sie in Deutschland häufig: Nobody’s perfect“, begrüßte Stefan Hilscher, Verlagsgeschäftsführer der Zeitungsgruppe Köln, die Unternehmer und Geschäftsleute aus dem Kreis. „Gerade deshalb müssen wir an diesem Thema arbeiten.“

Viel zu oft werde allein im Unternehmen, nicht aber am Unternehmen gearbeitet, erläuterte Johann Beck und präsentierte Geschäftsideen, die nicht mal viel kosten müssen. So habe der Spielzeughändler, der nach Geschäftsschluss Männerabende in seinem Laden angeboten habe, bis heute einen großen Zulauf.

Allein durch eine lächelnde und zuvorkommende Bedienung lasse sich der Verkauf

JETZT ANMELDEN

Sie haben ein Geschäft oder Unternehmen in Rhein-Berg und die Auftaktveranstaltung in Gladbach leider verpasst? Kein Problem. **Bis zum 3. Dezember** können Sie sich noch um den WM-Titel bewerben.

Am 14. Januar 2011 erscheint die Service-WM-Beilage mit allen Teilnehmern. Anschließend kön-

nen Leser und Kunden die Unternehmen bewerten, bevor am 16. Februar 2011 die Sieger bei einer großen Abschlussveranstaltung gekürt werden.

Weitere Informationen zur „Service-WM“ geben:

Stephan Backhausen, Telefon: (0 22 02) 93 78 46, E-Mail: ste-

phan.backhausen@mds.de, **Heike Biener-Lambertz**, Telefon (0 22 02) 93 78 45, E-Mail: heike.biener-lambertz@mds.de und **Adolf Sterzenbach**, Telefon (0 22 02) 93 78 47, E-Mail: adolf.sterzenbach@mds.de.

online www.rundschau-online.de/rb-servicewm

beilage unserer Zeitung ausführlich vorzustellen. Unsere Leser werden dann gebeten, eine einzige Frage zu beantworten: „Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie dieses Unternehmen einem Freund oder Kollegen weiterempfehlen?“

Alle Unternehmen, die sich um den Titel des Service-Weltmeisters bewerben und bis Anfang Dezember anmelden (siehe Kasten), erhalten eine professionelle Auswertung über ihre individuelle Service-Qualität. Und sie werden zu einer großen Abschlussveranstaltung eingeladen, bei der die drei am besten bewerteten Unternehmen bekannt gegeben werden – auf dem Siegereppchen der Service-WM.

Wertvolle Preise können zudem die Leser und Kunden gewinnen, die sich an der Abstimmung zur „Service-WM“ beteiligen. Als Hauptpreis lockt ein 500-Euro-Gutschein für das Leserreiseprogramm.

von 10 auf 50 Prozent steigern, erklärte Beck. Ein Schild am Eingang mit der Aufschrift „Wir bedienen Sie jederzeit freundlich, auch noch zwei Minuten vor Ladenschluss“ könne wahre Kundenwunder bewirken – vorausgesetzt, die Mitarbeiter lösen das Versprechen auch ein.

Wie man das Lächeln lernt? Beck empfiehlt ein Armband, das man immer dann ans an-

dere Handgelenk wechselt, wenn man Unfreundliches gesagt oder getan hat. „Wenn Sie 49 Stunden am Stück ohne Wechseln durchstehen, haben Sie’s geschafft.“

Auch wie man aufgebracht Kunden richtig begegnet, erläuterte Beck: „Legen Sie sich einen Satz zurecht, um zunächst einmal das Emotionshirn des Kunden zu beruhigen. Gegen ein Lob kann

sich niemand wehren.“ Die beiden Verkaufstrainer Johann und Norbert Beck gehen davon aus, dass nur ein einziger Experte herausfinden kann, wie es um die Servicequalität in einem Unternehmen bestellt ist: „Ihr eigener Kunde!“ Der sei zudem der beste Verkaufstrainer.

Deshalb erhalten alle Teilnehmer der Service-WM die Chance, sich in einer Sonder-

WAS BEDEUTET SERVICE FÜR SIE?

„Etwas, mit dem ich mich absetze“

Uwe Domgörgen ist Tischlermeister in Overath und erhofft sich von der Service-WM neue Anregungen: „Ein Produkt kann theoretisch jeder gleich herstellen, deshalb brauche ich etwas, mit dem ich mich von anderen Mitbewerbern absetzen kann. Pünktlichkeit, Flexibilität und ein guter Service gehören für mich unbedingt dazu.“



„Die Service-Wüste ist nur ein Vorurteil“

Bettina Wisniewski ist Center-Managerin in der Gladbacher Rhein-Berg-Galerie und hofft, dass durch die Service-WM der Teamgeist der Geschäftsleute untereinander gestärkt wird und „endlich mal das Vorurteil von der ‚Service-Wüste Deutschland‘ verschwindet“. Service bedeutet für sie, „täglich ein Sorglos-Paket für den Kunden zu schnüren“.



„Von der Krücke zur Gehilfe werden“

Beim Gladbacher Bestatter und Trauerbegleiter **Fritz Roth** gibt „der Kunde den Takt an“. „Wir sind nur Krücken und geben ihm Halt. Und als Service-Krücke werden wir für den Kunden zur Gehilfe und können ihm weitere Angebote machen, die ihm auf seinem Weg weiterhelfen. Man muss nur immer eine Nasenlänge voraus sein.“



„Nicht mit Problem allein lassen“

Annegret Fleck ist Regionaldirektorin der AOK Rheinland/Hamburg für Rhein-Berg: „Für mich bedeutet Service, dass sich der Kunde wohlfühlt und mit einem Problem nicht allein gelassen wird.“ Auf die Service-WM ist sie neugierig, aus anderen AOK-Regionen hat sie schon viel davon gehört. „Außerdem sind wir bisher als einzige unserer Branche dabei.“



„Ich hoffe, dass sich viele beteiligen“

Für Einzelhändler **Georg Daubenbüchel** aus Bensberg ist Service „gelebter Handel“, der nicht endet, wenn der Kunde bezahlt hat. Er hofft, dass sich viele Geschäftsleute an der Service-WM beteiligen und deutlich machen, „dass Bergisch Gladbach insgesamt sehr service-orientiert und kundenfreundlich ist“.

