

Service-WM: Gewonnen haben alle Unternehmen, die sich an der außergewöhnlichen Aktion beteiligt haben

Menschen die Individualität lassen

Kronach – Alexander Munke wandte sich gegen standardisierte Strategien, wie einheitlich für alle geltende Begrüßungen am Telefon. „Lasst den Menschen die Individualität.“ Einiges könne hier vorgegeben, anderes frei überlassen werden. Mitarbeiteridentifikation finde da statt, wo sie arbeiteten, sonst würden sie zum Abarbeiter.

Mit den Mitarbeitern sollte über die sieben B's geredet werden: begrüßen, beraten, begeistern, bedienen, betreuen, bedanken, binden. Diese müssten gemeinsam entwickelt und mit Leben erfüllt werden: „Wie wollen wir unsere Kunden begeistern? Wie wollen wir sie begrüßen? Wie betreuen wir unsere Kunden?“

Hilfreiche Fragen

Einige Fragen könnten hilfreich sein, zeigte er konkret auf. Zum Beispiel: Was muss ich in Zukunft tun, um mehr Erfolg zu haben, um gesünder zu sein, um harmonischer in der Beziehung zu sein? In allen Bereichen des Lebens sei dies anwendbar. Was kann ich weniger tun, um erfolgreicher zu sein? Was muss ich mehr tun oder anders als bislang? Was muss ich in Zukunft einfach sein lassen?

Adler haben Pläne, Hühner Ausreden

Kronach – Adler haben ein helles Köpfchen, stets wache Augen und können zapacken. Ein Huhn dagegen gackert, statt klar zu kommunizieren und redet immer nur von dem, was nicht geht. Ein Adler ist ein Typ, der seinen Job nicht nur machen kann, sondern auch machen will. Alexander Munke teilt die Menschen in „Adler“ und „Hühner“ ein.

Der Adler sei ein Unternehmer im echten Wortsinn, das Huhn sei dagegen ein Unterlasser. Der Adler hat immer einen Plan, das Huhn hat immer eine Ausrede. Der Seeadler ist ein Symbol für den Mut zum Aufbruch, den Mut zum Lernen und den Mut zum Handeln. „Sie können mit den Hühnern gackern oder mit den Adlern fliegen“, machte Munke klar. Es gehe darum, zwischenmenschliche Kompetenzen, Freundlichkeit, Verantwortung, Begeisterungsfähigkeit, Leistungsbereitschaft und Motivation bewusst umzusetzen.

Die Zuhörer erlebten ein mitreißendes Trainingsseminar, das vieles bewusst machte und dabei gute Unterhaltung war. Munke klärte auf und verdeutlichte seine Botschaft als toller Redner, aber auch als Sänger und Gitarrist. Er sprach nicht nur davon, wie über Emotionen anderen etwas nahegebracht werden kann, er lebte dies vor.

Am Mittwoch, 5. Mai, bietet sich für Unternehmen die Möglichkeit, Mitarbeiter ein Motivationstraining bei Alexander Munke erleben zu lassen. rg

In Kronach wird Service geleistet

Kronach – „Es war sehr erfreulich, dass sich so viele Firmen für Service entschieden haben“, machte Ursula Friedrich von der *Neuen Presse* deutlich. Hier in Kronach werde nicht nur über Service gesprochen, sondern Service geleistet. Dies dokumentiere auch das Interesse an dieser Aktion.

„Es ist sehr erfolgreich gelaufen“, freute sich Bernd Seidel vom Fränkischen Tag. Es konnte auch einiges geboten werden. Wenn alle ein kleines Stückchen davon mitnehmen, werde die Welt im regionalen Einzelhandel wieder ein Stück besser werden. rg

„Wolf – Wasser und Wärme“ gewinnt

Abschluss | 46 Teilnehmer hat die Service-WM im Landkreis Kronach, ein gemeinsames Projekt der beiden Tageszeitungen Neue Presse und Fränkischer Tag.

Von Rainer Glissnik

Kronach – Gewonnen hat die Firma „Wolf – Wasser und Wärme“ aus Reitsch. Platz zwei sicherte sich das Kronacher Fachgeschäft „Juwelier und Uhrmachermeister Hoderlein“, auf Platz drei landete das Heinz-Glas-Café mit Hofladen und Europäischem Flakonglasmuseum in Kleintettau.

7379 Bewertungen wurden für die 46 Unternehmen abgegeben, die sich an der Service-WM beteiligten. Damit liegt die Region Kronach im oberen Drittel aller Gebiete, die sich in Deutschland bislang einer Service-WM stellten. Bei einer Veranstaltung im Historischen Rathaus in Kronach wurden die drei Sieger prämiert. Gewonnen habe letztlich jedes Unternehmen, das mitmachte, betonte Norbert Beck von „Metatrain“. Zahlreiche Beteiligte werden auch noch ein Service-WM-Siegel erhalten: alle die mehr als 30 Votings erhielten und die beim Rating im positiven Bereich lagen.

Das Ergebnis sei natürlich großartig für die Sieger. Letztlich wichtig seien aber die Erkenntnisse und Informationen, welche die teilnehmenden Unternehmen bekamen. Diese schafften die Basis, die Zukunft – und das nicht nur im Unternehmen, sondern auch privat – positiv zu gestalten.

Mit Alexander Munke zeigte



Gewonnen haben alle von der Teilnahme an der Service-WM. Prämiert wurden die ersten drei Preisträger. Sieger wurde die Firma „Wolf – Wasser und Wärme“ aus Reitsch. Platz zwei sicherte sich das Kronacher Fachgeschäft „Juwelier und Uhrmachermeister Hoderlein“, auf Platz drei landete das Heinz-Glas-Café mit Hofladen und Europäischem Flakonglasmuseum in Kleintettau. Von links: Schirmherr Landrat Oswald Marr, Christl Fehn-Maisel vom Heinz-Glas-Café, Ursula Friedrich, Antje Harbermann (beide *Neue Presse*), Erika Hoderlein vom Kronacher Fachgeschäft „Juwelier und Uhrmachermeister Hoderlein“, „Entertrainer“ Alexander Munke, Anton Hoderlein, Sieger Gerhard Wolf von der Firma „Wolf Wasser und Wärme“ (Reitsch), Bernd Seidel (Fränkischer Tag) und Johann Beck (Metatrain).

Foto: Rainer Glissnik

ein wahrer „Entert(r)ainer“ Hintergründe auf, wie Geschäft und Privatleben besser funktionieren können. „Arbeitszeit ist Lebenszeit, die Zeit in der wir arbeiten ist auch Zeit in der wir leben“, betonte Munke. Arbeitsqualität sei daher auch Lebensqualität. Nur zufriedene Mitarbeiter, die sich auf die Arbeit wohlfühlen und dadurch mehr Lebensqualität haben, können dies auch auf die Kunden ausstrahlen lassen.

Plastisch zeigte Munke seine Thesen auf: mit Adler und Huhn. So gebe es in Unternehmen Mitarbeiter und Abarbeiter. Mitarbeiter arbeiteten leidenschaftlich und interessiert, engagiert und gut gelaunt. Sie seien aktive Verkäufer: Menschen, die das Verkaufspotenzial sehen – auch über das Offen-

sichtliche hinaus.

Die Huhn- oder Adlersprache unterscheide sich fundamental. Kunden spürten, ob sie es mit einem Adler oder einem Huhn zu tun haben. Adler sagten beispielsweise, wer zuständig ist, Hühner sagten den Kunden, dass sie nicht zuständig seien und seien allenfalls Bestellungen-Entgegennehmer.

Vielen fehle einfach die Offenheit auf Menschen zuzugehen. Wer etwas verkaufen wolle, müsse die Grundhaltung „man muss Menschen mögen“ haben. Das Erlernen der Adlersprache sei von einer positiven Grundhaltung abhängig.

Hinter allem stehe das Wissen: Menschen kaufen von Menschen, Menschen arbeiten auch für Menschen. Ein Unternehmen entscheide nicht, ob

es ein tolles Unternehmen ist, sondern der Kunde. „Sog statt Druck“ sei Adlersprache. Sog in Service, Verkauf, Führung oder Dienstleistung, dies heiße immer Menschengewinnung.

„Wenn du Hühner trainierst, hast du trainierte Hühner, wir brauchen aber Adler. Wir brauchen Leute, die nicht nur den Job machen können, sondern die den Job auch machen wollen“, betonte Munke.

Schon bei Einstellung sei ein Arbeitsplatzprofil wichtig, dann das Profil eines Mitarbeiters, der am besten auf diesen Platz passt. Gerade im Verkauf und Dienstleistung seien 60 Prozent fehlbesetzt. „Schickt die Servicehühner in die Wüste“, verlangte Munke. Erfolg sei mit Mut, Herz und Verstand erreichbar. „Wer mit den Hüh-

nern gackert, kann nicht mit den Adlern fliegen.“

Die Erkenntnisse seien privat wie im Unternehmen gültig: Vorwürfe höre doch keiner gern. Das Leben sei zu kurz für ein langes Gesicht. Man müsse vielmehr die Initiative ergreifen, etwa um etwas zu tun, was Freude macht.

„Der Adler hat immer einen Plan, das Huhn hat immer eine Ausrede.“ Jeder habe das Zeug zum Adler. Adlersprache sei positiv formuliert, lösungsorientiert, angebotsorientiert, zukunftsorientiert. Man sollte nicht in Vorwurfs- oder Anklagesprache miteinander sprechen, ob mit Mitarbeitern oder in einer Partnerschaft. rg

■ Weitere Bilder unter www.np-kronach.de

Jeder in einem Unternehmen ist wichtig

Kronach – Bei der Vorstellung der Gewinner der Kronacher Service-WM wurden viele interessante Aussagen gemacht. Demnach sei grundsätzlich eine „Man muss Menschen mögen-Grundhaltung“ nötig.

● LMAA – „Lächle mal am Arbeitsplatz“ oder „lächle mehr als andere“

● Die fünf A's: Alles anders, als alle anderen

● „Team“ heißt bei vielen: „Toll, ein anderer macht's.“ Wenn eine Belegschaft zusammenwachsen könne, „Team“ bedeuten: „Tolerant, engagiert, aktiv, motiviert“

● drei „Z“: Zusage zur Zusammenarbeit

● sieben B's: begrüßen, beraten, begeistern, bedienen, betreuen, bedanken, binden

Aussagen von Alexander Munke:

● „Wenn du etwas haben willst, was du noch nie gehabt hast, musst du etwas tun was du noch nie getan hast.“

● „Das, was wir am meisten brauchen, ist ein Mensch, der uns dazu bringt, wozu wir fähig sind.“

● „Das Gras wächst nicht schneller, wenn du daran ziehst.“

● „Wer kein freundliches Gesicht machen kann, sollte kein Geschäft aufmachen.“

● „Wie willst Du das Feuer in anderen entzünden, wenn es in dir nicht brennt?“

● „Was nützt ein hoher IQ, wenn man ein emotionaler Trottel ist?“

● „Ein Unternehmen kann auf lange Sicht mit Hühnern kein Geld verdienen – außer es heißt Wiesenhof.“

● „Jeder in einem Unternehmen ist wichtig. Das muss jeder wissen und erfahren.“

● „Wenn das Team steht, geschieht etwas Außergewöhnliches miteinander.“

● „Dein Gesicht wird dir geschenkt. Lächeln musst du.“ rg

Werbung emotional gestalten

Kronach – „Gib Menschen gute Emotionen bei jedem Kontakt mit deinem Unternehmen“, dieser Grundsatz kann aus den Erkenntnissen aller bisherigen Sieger bei der Service-WM gewonnen werden. Dabei ist es gleichermaßen wichtig, zufriedene Kunden und zufriedene Mitarbeiter zu haben.

Eine geschickte Masche, um Kunden zum Kaufen zu verleiten – darum geht es bei der „Service-WM“ nicht. Einfache Marketingstrategien sind zu wenig, um langfristig Erfolg zu haben. Es muss schon etwas „Echtes“ entstehen, um Kunden begeistern zu können.

„Service ist ein nie endender Auftrag. Service muss immer wieder geboten und gesteigert werden“, betonte Landrat Oswald Marr als Schirmherr der Kronacher Service-WM. Man müsse sich immer wieder überprüfen. Dies mache die Kunden noch zufriedener. Erfreulich sei, dass die beiden heimischen Tageszeitungen *Neue Presse* und

Fränkischer Tag diese Aktion gemeinsam begleiten – in diesem Fall vereint zum Wohl der Verbesserung der Serviceleistungen. Es sei natürlich nicht leicht für die teilnehmenden Unternehmen, sich einen Spiegel vorhalten zu lassen.

„Himlos verkaufen war gestern“, erklärte Norbert Beck (Metatrain). Heute sei es wichtig, die Erkenntnisse der modernen Gehirnforschung zu nutzen. Die Kunden sollten so angesprochen werden, dass sie bei uns und nicht beim Wettbewerber kaufen. Zwei Teile sind immer an der Kaufentscheidung beteiligt: das Gehirn (Bewusstsein) und das Emotionshirn, der unbewusste Teil.

70 bis 90 Prozent aller Kaufentscheidungen fällen die Kunden mit dem unbewussten Teil des Gehirns. Das sei völlig branchenunabhängig. Kunden kaufen keine Dienstleistungen, sondern gute Emotionen. Das müsse beim Marketing beach-

tet werden. Beck nannte mehrere Leitsätze: „Gib Menschen gute Emotionen bei jeder Begegnung mit deinem Unternehmen.“ Dann lande man im Emotionshirn. Zweite Hauptemotion seien Sicherheit und Vertrauen, die Dritte heiße Macht. „Die müssen wir ansprechen und bedienen.“ Frauen sollte man nicht Schuhe verkaufen, sondern schöne Beine. Männern am besten kein Bier verkaufen, sondern einen geselligen Abend. Werbung müsse emotional gestaltet werden. Harley Davidson habe in einer Werbung verkündet: „Wir verkaufen keine Motorräder, sondern ein Lebensgefühl und ein Motorrad gibt es gratis dazu.“ Dazu gehöre natürlich Mut. Innovation sei sehr wichtig: Innovation heiße, etwas Neues zu tun. Service-WM-Sieger machten eine sympathische Werbung, welche emotional ausgerichtet ist. „Emotionale Werbung wirkt 16-mal stärker als rationale.“ rg

ANZEIGE

Jährlich wachsende Zinsen bis zu **4,0% p.a.**
 Laufzeit: 5 Jahre
 18 Monate Kündigungsfrist

Lassen Sie Ihr Geld für sich arbeiten: das Sparkassen-Zuwachssparen.

Sichere Zinsen. Hohe Rendite. Flexible Anlage.

Sparkasse
Kulmbach-Kronach

Wir garantieren Ihnen eine attraktive Rendite von effektiv 2,25 % p.a. Ohne Risiko und Kosten. Unsere Berater stehen Ihnen gerne zur Verfügung. Vereinbaren Sie gleich einen Termin unter Telefon 09261 6600. Schnell zugreifen! Unser Angebot ist kontingentierte.

www.s-kukc.de



„Entertrainer“ Alexander Munke erläuterte den Unterschied zwischen Adlern und Hühnern. Zufriedene Mitarbeiter sind Grundlage für begeisterte Kunden.