



Die Gewinner der Service-WM mit Oberbürgermeister Hans Rampf (links) und Irmgard Haberger, Leiterin der Anzeigenabteilung der LZ (rechts): Klaus und Helga Schneider, Christa Faltermeier, Pressesprecherin der AOK-Direktion, Michael junior, Veronika und Michael Garnter (von links). Antenne-Bayern-Moderator Paul Johannes Baumgartner gab in einem kurzweiligen Vortrag Tipps für den Umgang mit Kunden (rechtes Bild). (Fotos: Harry Zdera)

Von der Macht der Gefühle

Die Sieger der Service-WM wurden bei einem Forum im Hotel Kaiserhof ausgezeichnet

Das Autohaus Schneider in Altdorf hat die Service-WM 2010 gewonnen. Klaus Huber, Verlagsleiter der Zeitungsgruppe Landshuter Zeitung/Straubinger Tagblatt überreichte beim Service-WM-Forum am Mittwochabend im Linder-Hotel Kaiserhof den Inhabern Klaus und Helga Schneider die begehrte Service-WM-Trophäe und eine Urkunde. Den zweiten Platz belegte die AOK-Direktion Landshut. Frisör „Gartner Hair“ in Ergolding wurde Dritter.

27 Unternehmen waren bei der zweiten Service-WM der Landshuter Zeitung angetreten, um Service-König zu werden. Im Service-Journal, einer Beilage der Landshuter Zeitung, wurden sie vorgestellt. Höhepunkt des Wettbewerbs war die Abschlussveranstaltung, das Service-WM-Forum. Das Forum war ein kurzweiliges Treffen vieler Teilnehmer, die beim Sektempfang und Buffet mit Spannung die Bekanntgabe der Gewinner erwarteten. Umrahmt wurde die Siegerehrung von zwei kurzweiligen Vorträgen.

Klaus Huber lobte den Mut der Unternehmer, sich einem öffentlichen Wettbewerb zu stellen. Zu den Urkunden bekamen die drei Sieger von der Landshuter Zeitung je eine Trophäe und je eine kostenlose Anzeige.

Verleger Prof. Dr. Martin Balle bedankte sich bei den Unternehmern für die Teilnahme an der Service-WM und am Forum. Neben den Unternehmern war Oberbürgermeister und Schirmherr Hans Rampf und Vertreter des Marketing-

clubs Niederbayern gekommen. „Mit Ihrer Anwesenheit zeigen Sie, dass Service nicht nur für den Erfolg eines Unternehmens wegweisend ist, sondern auch für die Wirtschaftskraft einer Region“, sagte Huber.

Freundlichkeit gefragt

Ausschlaggebend für den Fortbestand eines Unternehmens ist laut Rampf heute weniger die Fachkompetenz, die bei konkurrierenden Unternehmen meistens sehr ähnlich ist,



Verleger Prof. Dr. Martin Balle

sondern die Arbeit am Kunden. „An der scheitern viele Unternehmen“, sagte Rampf.

Rampfs Aussagen deckten sich mit Umfrageergebnissen der Firma Metatrain aus Neumarkt/Oberpfalz. „Ein Drittel aller Kunden empfiehlt ein Geschäft weiter, weil die Betreiber und Mitarbeiter freundlich sind“, sagte Norbert

Beck von Metatrain, der mit seinem Bruder Johann 2006 die Service-WM erfunden hat. Die fachliche Beratung stehe bei der Empfehlung erst an vierter Stelle nach Zuverlässigkeit und Produktqualität.

Dass Kunden ihre Kaufentscheidungen weniger von objektiven Kriterien wie dem Preis abhängig machten, zeigte Johann Beck in seinem Vortrag „Hirnlos verkaufen war gestern!“. Beck führte aus, dass laut neuesten Erkenntnissen der Gehirnforschung der Mensch bis zu 90 Prozent seiner Entscheidungen



Verlagsleiter Klaus Huber

emotional und unbewusst fällt. Deshalb müssten die Unternehmen ein emotionales Umfeld schaffen, das Kunden anziehe. Wie das gelingen kann, zeigte Beck anhand dreier Werbespots, die beim Kunden unterschiedliche Gefühle und Bedürfnisse wie Freude, Macht und Sicherheit hervorriefen. Diese Gefühle sollten dem Kunden bei jedem Kon-

takt mit dem Unternehmen vermittelt werden. Weibliche Kunden sprächen eher auf Sicherheit an, Männern reagierten auf Macht. Darüberhinaus betonte Beck, wie wichtig Innovationen für eine erfolgreiche Unternehmensführung seien.

Der zweite Referent des Abends, Antenne-Bayern-Moderator und Persönlichkeitstrainer Paul Johannes Baumgartner, gab Tipps, wie die Unternehmer Menschen begeistern können. So könnten sie bestehende Kundenbeziehungen intensivieren und Neukunden gewinnen.

Kleine Dinge begeistern

Gerade die kleinen Dinge seien es, die bei Kunden Begeisterung hervorriefen. Als Beispiel nannte Baumgartner ein Brillenputztuch, das nach der Pause eines Vortrags auf den Plätzen der Brillenträger lag.

Um andere Menschen für ihre Vorhaben zu begeistern, bräuchten Unternehmer Humor und Schlagfertigkeit. Deshalb empfahl Baumgartner witzige und treffende Antworten in einer Schlagfertigkeitbibliothek zu sammeln. Unternehmer sollten sich im Kontakt mit ihren Kunden nicht hinter Worthülsen und allgemeinen Formulierungen verstecken: „Es sind immer Persönlichkeiten und nie Prinzipien, die Menschen begeistern.“ -ab-

Info

Einen Filmbeitrag zum Service-WM-Forum sehen Sie auf www.idowa.de.

„Von den Kunden kommt viel zurück“

Klaus und Helga Schneider, die Gewinner der Service-WM, im Interview

Das Autohaus Schneider in Altdorf ist von den Lesern der Landshuter Zeitung zum Service-König gewählt worden. Stellvertretend für alle Mitarbeiter nahmen die Inhaber Klaus und Helga Schneider die Trophäe entgegen. Die Landshuter Zeitung sprach nach der Auszeichnung mit dem Ehepaar über gelungenen Service und wie es ihnen gelingt, auch ihre Mitarbeiter davon zu überzeugen.

LZ: Welche Gründe waren ausschlaggebend, dass die Kunden Ihr Unternehmen zum Service-König gewählt haben?

Helga Schneider: Wir sind selbst ganz überrascht. Ich denke, dass die Freundlichkeit und die Kompetenz unseres Teams ausschlaggebend waren. Wir sind ein Familienbetrieb, in

dem auch unsere beiden Kinder mitarbeiten. In allen Filialen versuchen wir unseren Kunden eine Herzlichkeit zu vermitteln. Von den Kunden kommt aber auch viel zurück. Wenn



Klaus und Helga Schneider waren die Gewinner der Service-WM. (Foto: sj)

beispielsweise eine Reparatur schnell und gut geklappt hat, schenkt ein Kunde schon einmal eine Schachtel Pralinen für die Werkstatt. Neulich kam eine Kundin mit einem ganzen Tablett „Ausgezogen“.

Wie schaffen Sie es, Ihren Mitarbeitern zu vermitteln, dass zu einem guten Service Freundlichkeit gehört?

Klaus Schneider: Wir leben's ihnen vor. Ein Neukunde, der zum ersten Mal kommt, wird genauso zuvorkommend behandelt wie ein Stammkunde. Außerdem sitzen wir oft im Team zusammen und diskutieren, was wir im Betrieb noch verbessern können. Motiviert hat unsere Mitarbeiter auch, dass wir Anfang April, also in Zeiten der Wirtschaftskrise, mit der Marke Hyundai

in Altdorf unser Sortiment erweitert haben. Motivierend wirken aber auch kleine Dinge wie ein Kalender, auf dem steht, man soll beim Telefonieren Lächeln.

Jeder Teilnehmer der Service-WM erhält die Rückmeldung, die die Kunden im Internet abgegeben haben. Welchen Nutzen ziehen Sie daraus?

Helga Schneider: Wir werden die Meldungen analysieren und schauen, was wir daraus machen und umsetzen können. Auch aus den Vorträgen von heute Abend kann man etwas übernehmen. Die Tipps, die wir umsetzen, sollten aber schon zu uns und unserem Unternehmen passen. Das ist ganz wichtig.

Das Interview führte Alexandra Beck