

Zweite Service-WM der Fränkischen Landeszeitung endete mit der Prämierung der Champions

Der Kunde kauft das gute Gefühl

Mehr als 50 Unternehmer aus der Region waren dabei – Mit einem Launologen das Lachen üben

ANSBACH (cc) – Unternehmer fallen sich in die Arme und strahlen sich an. Beste Stimmung im Grünen Saal der Ansbacher Orangerie. Die mittelfränkischen Service-Champions sind gekürt, und nun bittet Launologe Dr. Helmut Fuchs zum Test. Ein Test, der zeigt, wie einfach es ist, gut drauf zu sein – und wie ansteckend. Die zweite Service-WM der Fränkischen Landeszeitung ist zu Ende, ihre Botschaft hat sich in den Köpfen festgesetzt: Das Argument für den Kauf eines Produkts liefert nicht das kühle Kalkulieren mit dem Taschenrechner – sondern: das gute Gefühl.

Die Unternehmen, erklären FLZ-Anzeigenleiter Jürgen Lang und Johann Beck, profitieren doppelt: Sie halten in der Region die Service-Fahne hoch und verfügen nun über eine individuelle Auswertung ihrer Stärken und Schwächen. Das, so Lang, sei die Triebfeder für serviceorientierte Betriebe: „Sich immer wieder neu überprüfen, um sich zu verbessern und weiter erfolgreich am Markt zu sein.“

Dabei wissen die Gebrüder Beck genau, was sie tun. Jahr für Jahr werten sie rund 100 000 Kundenmeinungen für 1000 überwiegend kleine und mittlere Unternehmen aus. Die erfolgreichen, sagt Norbert Beck, drücken den Kaufknopf im Kundenkopf. Wie das geht? „Überlegen Sie: Wie können Sie ihre Produkte aufladen mit Emotionen?“ Für den Schuhhändler: „Verkaufen sie Frauen niemals Schuhe, sondern immer hübsche Beine.“ Die Kunden entscheiden sich für ein Lebensgefühl – und bekommen das Produkt gratis dazu.

Wer beim Kunden mehrere Sinne anspricht, steigert laut Beck die Verkaufschancen um ein Vielfaches. Eine Bäckerei lässt mit Spezialventilatoren den Duft von frischem Brot auf den Gehsteig wehen. Kein Auto, kein Turnschuh, noch nicht mal ein Keks wird ohne den speziellen Duft des Herstellers ausgeliefert. Im Weingeschäft gehen die roten Franzosen besonders gut, wenn im Hintergrund fast unhörbar Chansons aus den Lautsprechern

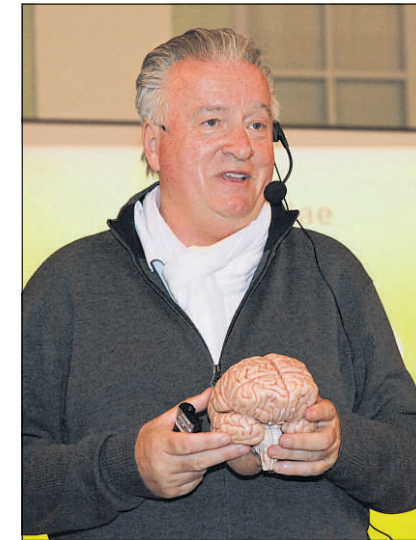
rieseln. Freundlichkeit, Wertschätzung und Vertrauen – diese Werte machen Kunden zu Fans. Beck fragt die rund 50 Unternehmer in der Orangerie: „Wann haben Sie ihrem Kunden einmal absichtslos ein Präsent gemacht?“ Und er sagt: „Lassen Sie die Beschwerdetelefone. Machen sie eine Hotline für Kundenfans.“

„Ihren Computer bedienen Sie mit Hilfe der Betriebsanleitung – aber was machen Sie hiermit?“, fragt Dr. Helmut Fuchs und hält das Modell eines Gehirns in die Höhe. Der Launologe, das verrät schon der Name, erforscht die Macht der Stimmung, und er sagt: Die Stimmung bestimmt den Umsatz. Also Gehirn einschalten, schlechte Stimmung ausschalten, denn: „Das Gehirn lernt immer. Und wenn wir unter Angst lernen, lernen wir die Angst mit.“ Der Mitmach-Vortrag von Fuchs hört sich leicht an, wahrscheinlich auch deshalb, weil alles, was er sagt, so leicht zu beherzigen ist. Die Unternehmer sollen üben, gut drauf zu sein. Eine Minute lang Mundwinkel nach oben. „Jahrzehntelanges Training nach unten und Sie wissen, wie lange eine Minute sein kann.“

Haltung annehmen und den Blick aufs Positive, so geht's. „Wenn Ihr erster Gedanke am Tag ist, welche Idioten Sie heute treffen, dann sehen sie den ersten beim Rasieren im Spiegel.“ Lachen, das merkt man beim Blick in den Saal, steckt an. Der Kunde wird es danken.



Die Kunden kaufen ein Lebensgefühl: Norbert Beck.



Gehirn ein, schlechte Stimmung aus: Launologe Dr. Helmut Fuchs.

54 Unternehmen aus dem Verbreitungsgebiet der FLZ haben beim Service-Wettbewerb mitgemacht. Und ausschlaggebend beim Rennen um die ersten Plätze war oft nur eine Kleinigkeit. „Alle 54 haben einen super Job gemacht“, lobt Unternehmenscoach Johann Beck (Neumarkt), der die Service-WM zusammen mit seinem Bruder Norbert erfunden hat. Auch die Zeitungsleser und die Kunden haben sich fleißig beteiligt: 2500-mal vergaben sie Noten für die Firmen, die sich in regionalen Beilagen präsentiert haben.

Die Gewinner der Service-WM 2011

Region Ansbach: 1. Schreinerei Meyer, Bechhofen; 2. Autohaus Gabler, Burgoberbach; 3. Radhaus Ansbach.

Region Dinkelsbühl/Feuchtwangen: 1. Ingenieurbüro Ladenburger, Dinkelsbühl; 2. Carl Hezel Bauklotz, Feuchtwangen; 3. AOK Dinkelsbühl.

Region Neustadt/Scheinfeld/Offenheim: 1. Estella Bettwäsche-Fabrikverkauf, Neustadt; 2. Schrödl-Bau, Diespeck; 3. Becker Spielen-Schenken-Kochen, Neustadt.



Führten gut gelaunt durch den Abend: Johann Beck (links) und FLZ-Anzeigenleiter Jürgen Lang.



Die Besten im Raum Dinkelsbühl/Feuchtwangen (von links): Jürgen Ströhllein (Carl Hezel Bauklotz), Ewald Ladenburger (Ingenieurbüro Ladenburger) und Bernhard Herzog (AOK Dinkelsbühl).



Die Sieger aus der Region Neustadt (von links): Siegfried Becker (Becker Spielen-Schenken-Kochen), Horst Schrödl (Schrödl-Bau) und Heiko Geyer (Estella Bettwäsche).



Die Gewinner im Raum Ansbach (von links): Andreas Beck (Radhaus Ansbach), Thomas Meyer (Schreinerei Meyer) und Hans Schalk (Autohaus Gabler).
Fotos: Hähnlein