



44 Unternehmen und Dienstleistungsbetriebe beteiligten sich an der Service Weltmeisterschaft.

Konrad Hausbeck ist Service Weltmeister

Abschlussveranstaltung der Service WM des Dingolfinger Anzeiger mit Siegerehrung

Dingolfing. Wer wird Service Weltmeister im Raum Dingolfing? Diese Frage stellten sich am Mittwochabend die Vertreter der 44 Unternehmen, die sich an der Service WM des Dingolfinger Anzeiger und der Firma Metatrain beteiligten. Als Service Weltmeister wurde das Bauunternehmen Konrad Hausbeck ausgezeichnet. Die Brüder Johann und Norbert Beck, sowie „Entertrainer“ Alexander Munke lieferten in ihren Vorträgen zahlreiche „Denkanstöße zur Kundenbindung.“

„In der Zeit der Service Weltmeisterschaft haben in den teilnehmenden 44 Unternehmen über 4000 Kunden abgestimmt, fünf Prozent davon über das Internet“, informierte Johann Beck, Gründer der Firma Metatrain am Mittwochabend im Gasthaus Räucherhansl bei der Siegerehrung. „Über 90 Prozent der Unternehmen, die mitgemacht haben, erhalten das Siegel ‚ausgezeichnete Qualität‘“, konnte Johann Beck verkünden. Jede der beteiligten Firmen und Unternehmen bekam ein großes Zertifikat und die Auswertung des Fragebogens überreicht.



Johann Beck, Max Wälischmiller (v.l.) und Alexander Munke (r.) gratulierten Konrad Hausbeck zu seinem Sieg.

Der durchschnittliche Zufriedenheitsindex belief sich in der Region auf 75,75 Prozent, stellte Johann Beck die Auswertung vor. In Deutschland läge der Index bei 67,65 Prozent. „Einer war einen Tick schneller als die anderen“, so Johann Beck. Konrad Hausbeck kann sich nun als Service Weltmeister in der Region bezeichnen.

„Auf seinem Logo steht ‚Bauen auf Vertrauen‘. Das vermittelt Sicherheit. Es gelingt ihm scheinbar die Werte in die Tat umzusetzen“, so Max Wälischmiller bei der Siegerehrung.

Das Thema Sicherheit stand auch bei dem Vortrag von Norbert Beck zusammen mit Spaß und Macht im Vordergrund. „Hirnlos verkaufen war gestern. Wir müssen das Gehirn ansprechen, damit die Kunden bei uns kaufen und nicht beim Konkur-

renten. Der Wettbewerb wird von Jahr zu Jahr härter“, betonte Norbert Beck. Die moderne Hirnforschung könne hier Anregungen geben. „Jede Kaufentscheidung wird von zwei Gehirnbereichen getroffen: Das Denkhirn, quasi das Bewusstsein und das Emotionshirn, das Unterbewusstsein. 80 bis 90 Prozent der Kaufentscheidungen werden vom Unterbewusstsein getroffen“, so Norbert Beck.

Es wurde wissenschaftlich untersucht, was erfolgreiche Unternehmen so erfolgreich macht, wie Norbert Beck informierte. „Es gibt drei Kaufknöpfe bei Kunden, die beim Verkaufsgespräch oder durch raffinierte Werbung gedrückt werden müssen. Das ist zum einen Spaß, denn Kunden kaufen gerne Dinge, von welchen sie sich Spaß erhoffen. Macht ist ein weiterer Kaufknopf,



Christine Daxl zog die glücklichen Gewinner des Preisausschreibens.

ebenso wie Sicherheit.“ Doch jeder Kunde habe seinen Lieblingskaufknopf. Bei Männern sei es zumeist die Macht und bei Frauen Sicherheit. Viele Beispiele verdeutlichten seine Ausführungen.

Wichtig sei es, seiner Meinung nach, auch die Sinne der Kunden anzusprechen. So gibt es Tests, wonach eine Bäckerei mehr Kundenschaft hat, die frische Backdüfte vor den Laden pusten lässt. Des Weiteren sei es sinnvoll, den Sympathiegrad zu steigern, statt den Bekanntheitsgrad, denn die meisten Unternehmen seien schon bekannt.

Von der humorigen Seite, aber mit einem kleinen ernsten Hintergrund, referierte „Entertrainer“ und Experte für den Dienstleistungsbereich Alexander Munke, wie man mit Herz, Mut und Verstand Erfolg hat. Anhand seiner Stoffpuppen Huhn

und Adler zeigte er auf, dass es für ihn im Dienstleistungsbereich entweder Hühner oder Adler gebe. „Dienstleistungsbegeisterungsbereitschaft ist etwas, das von innen kommt“, so Munke. „Der Abarbeiter arbeitet ab, das ist das Huhn. Der Mitarbeiter arbeitet mit, das ist der Adler. Der Adler verfügt über ein helles Köpfchen, einen wachen Blick, einen starken Schnabel und zwei Hände, die anpacken können“, erklärte der Experte. Um dies zu verdeutlichen zitierte eine chinesische Weisheit: „Wer kein freundliches Gesicht hat, sollte kein Geschäft eröffnen“.

Im Dienstleistungsbereich sei es essentiell, die Kunden freundlich zu behandeln und nicht nach der Devise zu handeln: „Bei uns steht der Kunde im Mittelpunkt und somit im Weg!“ – „Wir brauchen Menschen, die ihren Job nicht nur machen können, sondern machen wollen“, so Munke. Nicht nur rhetorisch wusste Alexander Munke das Publikum zu fesseln, auch an der Gitarre konnte er mit seinen Liedern unter anderem von Reinhard Mey begeistern.

Noch lange saßen die Teilnehmer nach dem offiziellen Teil zusammen und plauderten mit den Referenten.

Gestern wurde unter den über 4000 teilnehmenden Kunden Gewinne im Wert von über 1000 Euro verlost. Mediengestalter-Auszubildende Christine Daxl, spielte Glücksfee und zog die 37 glücklichen Gewinner. Die drei ersten Preise bekamen: Elisabeth Kossowski aus Mengkofen. Sie kann sich über einen Reisegutschein in Höhe von 500 Euro freuen. Jeweils einen Reisegutschein in Höhe von 100 Euro gewinnen Josef Meindl aus Dingolfing und Heike Schröttner aus Loiching.

Eike Lehmann