

Mit Kundenlob gepunktet

Bei einem Wettbewerb der **Rheinischen Post** und der Beratungsgesellschaft **Metatrain** bewerteten Kunden heimischer Läden und Dienstleister den dortigen Service. **Stadtsieger** wurde die Boutique Rodin.

VON STEPHAN MEISEL

LANGENFELD Die Service-WM ist entschieden. Als Langenfelder Siegerin nahm Friederike Czerwionke, Inhaberin der Damen-Boutique Rodin, die Auszeichnung entgegen. Bei dem von der Rheinischen Post und der Beratungsgesellschaft Metatrain gemeinsam gestarteten Wettbewerb waren Kunden einen Monat lang nach ihrer Zufriedenheit mit dem Service heimischer Läden und Dienstleister befragt worden. Mit ganz vorne lag bei der Service-WM das Küchen-Center Seele, das als Monheimer Unternehmen den Langenfelder Stadttitel allerdings der Boutique Rodin überlassen musste. Deren Chefin Czerwionke freute sich im Gespräch mit der RP über die offenkundige Zufriedenheit der Kundinnen mit dem Service in ihrem Laden. „Da scheinen wir bislang ja nicht so viel verkehrt gemacht zu haben.“

Deutlich überm Durchschnitt

Für das Ergebnis (siehe Info-Kasten) gab eine qualitative Messzahl - der so genannte Kunden-Beziehungs-Index (KBI) - den Ausschlag und nicht die Zahl der abgegebenen Stimmen. Gewinner seien alle Teilnehmer, meinte Dirk Bongards, RP-Anzeigenleiter des Kreises Mettmann, beim Abschlussabend im Hotel Gravenberg. „Zum einen haben sich alle dem Urteil Ihrer Kunden gestellt und in Summe gab es ein überdurchschnittlich gutes Ergebnis.“ Das bestätigte Metatrain-Geschäftsführer Norbert Beck. Mit

74,37 Prozent liege der KBI bei den bewerteten Langenfelder Unternehmen deutlich über dem Bundesdurchschnitt von 67,65 Prozent bei Wettbewerben dieser Art in anderen deutschen Städten. Und dass mehr als 80 Prozent das offizielle Service-WM-Siegel bekamen, sei ebenfalls bemerkenswert. „Damit liegt Langenfeld ganz weit vorne“, meinte der Unternehmensberater. Sein Bruder Johann Beck, ebenfalls

nig kümmern, obwohl sie deren größter Schatz sind.“ Jedem Ladeninhaber müsse daran gelegen sein, sich von anderen abzuheben. Der Service mache dabei den Unterschied aus.

Das unterstrich bei dem Abschlussabend auf unterhaltsame Art der Motivationstrainer Alexander Munke. Mit zwei Handpuppen stellte er einerseits den auf Kunden aufmerksam zugehenden Adler dar



Gewinner waren dank guter **Kundenbewertungen** alle Teilnehmer, den Stadttitel errang Rodin-Chefin Friederike **Czerwionke** (3.v.r.). FOTO: MEI

Metatrain-Geschäftsführer, erinnerte die zum Abschlussabend geladenen Geschäftsinhaber an die Bedeutung eines guten Kundenservices. Er verwies auf wissenschaftliche Studien, wonach in erster Linie die Gefühlsebene Kaufentscheidungen beeinflusse. Die angebotenen Produkte und Dienstleistungen hätten in Deutschland generell Spitzenqualität - doch allein damit sei es nicht getan: „Ganz wichtig ist den Kunden Freundlichkeit, Vertrauen und Wertschätzung. Das gilt auch und gerade für Stammkunden, um die sich viele Läden zu we-

und andererseits das desinteressierte und abweisende Huhn. Munke ermunterte die Ladeninhaber dazu, sich nicht nur selber kundenfreundlich zu verhalten, sondern auch ihre Mitarbeiter zum entsprechend interessierten „Mit“-arbeiten zu motivieren - und lustloses „Ab“-arbeiten zu unterbinden. Als identitätsstiftende Ansätze nannte Munke unter anderem Visitenkarten mit dem eigenen Namen für die gesamte Belegschaft sowie eine tägliche Teambesprechung. Obwohl Service-WM-Stadtsiegerin Czerwionke etwa Stammkundin-

INFO

Service-WM

37 Teilnehmer aus den unterschiedlichsten Branchen nahmen teil.

Es wurden insgesamt **2011 Stimmen** im Zeitraum vom 22. März bis 21. April abgegeben; per Votingskarte in den Geschäften oder online.

Für jedes teilnehmende Unternehmen wurde anhand der (mindestens 30) abgegebenen Votingskarten der **Kunden-Beziehungs-Index** ermittelt: Der Index basiert auf der Frage, wie hoch die Wahrscheinlichkeit ist, dass ein Kunde das Unternehmen einer anderen Person empfehlen würde. Nicht die Anzahl der Stimmen, sondern die **qualitative Kennzahl** war bei dem Wettbewerb entscheidend. Der von der Firma Metatrain für Langenfeld insgesamt ermittelte Durchschnitts-Index beträgt **74,37 Prozent** (Durchschnitt für Deutschland: 67,65 Prozent)

nen anruft und über neu eingefundene Ware informiert sowie durch Zusatzangebote wie Permanent-Makeup oder Fettzellen-Zerstörung per Ultraschall das übliche Angebot von Damen-Boutiquen übertrifft, hat sie, wie sie der RP versicherte, bei dem Wettbewerb durch die Vorträge und die KBI-Auswertung durch die Unternehmensberater „viele gute Anregungen bekommen, die ich aufgreifen werde“.