

# Wie der Handel vom Service profitiert

VON HEIKO SCHMITZ

**DORMAGEN** Wenn Zuhörer eines über einstündigen Vortrags gebannt lauschen, viel lachen, oft nicken und eifrig mitraten, dann steht unabhängig von Art und Inhalt der Veranstaltung fest: Der Referent hat viel richtig gemacht. Wie viele der Unternehmer, die am Mittwoch zum Infoabend der Service-WM in die Kulle gekommen waren, sich der Herausforderung stellen, beim von der NGZ und ihren Partnern initiierten Wettbewerb zum Thema Servicequalität mitzumachen, steht noch nicht fest. Sicher ist: Allein der Vortrag von Service-WM-Erfinder und Managementtrainer Norbert Beck, der deutschlandweit in den vergangenen fünf Jahren 4000 Unternehmen zur Teilnahme animieren konnte, lohnte das Kommen. Denn der Buchautor, der mit seiner Firma Metatrain anhand von 500 000 Kundenstimmen analysiert hat, was „Service-Weltmeister“ auszeichnet, weiß, wovon er

spricht. Und er weiß das Thema Verkaufen selbst so zu verkaufen, dass auch kleine und mittelständische Unternehmer davon profitieren können – auch ohne große Werbeetats oder teures Marketing.

Kernaussagen: 80 bis 90 Prozent der Kaufentscheidungen werden unbewusst getroffen: „Menschen

kaufen Emotionen, nicht Produkte“, sagt Beck, der drei „Kaufknöpfe“ identifiziert: Spaß, Macht und Sicherheit, wobei Letzteres weibliche, Macht männliche Kunden und Spaß beide Geschlechter anspricht, wie Beck am Beispiel von Werbespots und Anzeigen erläuterte. Was „Service-Weltmeister“ auszeichne:



Norbert **Beck** sagte, was „Service-Weltmeister“ auszeichnet: „Sie geben Kunden positive Emotionen.“

NGZ-FOTO: H. JAZYK

„Sie geben Kunden positive Emotionen, bei jeder Begegnung – bei der Werbung, beim Ansprechen aller Sinne im Laden und im persönlichen Umgang“, so Beck. Sympathie sei der Schlüssel zum Erfolg, also zu einer jeweils hohen Weiterempfehlungsrate.

„Den Preiswettbewerb können Sie nicht gewinnen. Den Service-Wettbewerb schon“, gab Marc Andre Schümann, Anzeigenleiter der Rheinischen Post, den Gästen mit auf den Weg, den auch Stadtkämmerer Kai Uffelmann für alternativlos hält: „Dormagen befindet sich in einem harten Wettbewerb mit den Großstädten, aber auch mit Neuss – es ist richtig, sich in Dormagen über guten Service zu definieren. Das ist ein klares Zeichen an alle, die gerne hier einkaufen.“ Nicht umsonst unterstütze die Wirtschaftsförderung der Stadt die Initiative.

**Info** [www.ngz-online.de/dormagen/service-wm](http://www.ngz-online.de/dormagen/service-wm)