

## Finale der Service-WM in Greven und Steinfurt



Alle Teilnehmer wurden am Flughafen als „Service-Weltmeister“ ausgezeichnet, denn alle Teilnehmer haben einen Service-Vorsprung gegenüber jenen, die nicht an der Aktion mitgemacht haben. Foto: Axel Roll

### Grevens Service-Weltmeister

Ein breites Feld aus Service-Weltmeistern wurde in dieser Woche auf der Abschlussveranstaltung am Flughafen ausgezeichnet. Aus Greven dabei sind:

- Das Modehaus Ahlert;
- Die AOK;
- Das Friseurteam um Thomas Bokel;
- Das Blumenhaus Andrea Schürhaus;
- Die GFW, Gesellschaft zur Entwicklung und Förderung der Wirtschaft;

- Das Greven-Marketing;
- Das LVM-Büro Gerdemann;
- Gilbert Parfümerie und Parfümerie Impuls
- Das Sportfachgeschäft Olymp;
- Das Möbelhaus Ottenjann;
- Frank Overberg Beauty;
- Das Schuhhaus Robers;
- Die Volksbank Greven;
- Das Reisebüro Weischer;
- Die Kreissparkasse Steinfurt

## 1500 Kunden küren Weltmeister

Beim Finale am Flughafen gab es noch viele Tipps von den Brüdern Beck

Von Ulrich Reske

**GREVEN/STEINFURT.** Zehn Stunden hinter der Ladentheke stehen, acht Stunden am Schreibtisch sitzen – wer dann noch als Krönung mit der Einladung zu einem redelastigen Abend winkt, hat große Chancen, sich eine Abfuhr einzuholen. Doch nicht so beim Abschluss der Service-WM, zu dem die Brüder Beck von der Firma Metatrain im Verbund mit den Westfälischen Nachrichten in die Flughafen-Konferenzräume eingeladen hatten. Fast alle Teilnehmer aus Greven und Steinfurt warteten gespannt auf die Auszeichnungen, die ihnen durch ein insgesamt 1500-stimmiges Kundenvotum im zweimonatigen Abstimmungszeitraum beschert wurden.



Wie kriegt man die durch einen langen Arbeitstag ermüdeten über 50 Teilnehmer wohl fit für den Abschlussabend der Service-WM? Motivator Johann Beck nutzte das Rezept eines Kinesiologen. „Reiben Sie bitte doch Ihre Hände gegeneinander. Und dann an den Ohren weiterreiben.“ Ob es die Wärme war, die jetzt über die Akupunkturpunkte am Ohr in den Körper strömte, oder das anregende Abendprogramm – die Teilnehmer erlebten ein „Best of“ aus dem großen Kundenservice-Portfolio der Brüder Beck, den Erfindern der Service-WM.

„Sie hatten den Mut, sich selber überprüfen zu lassen“, würdigte der Verlagsleiter



Gut ließen sich die Teilnehmer im bis auf den letzten Platz gefüllten Konferenzraum des Flughafens zu allerlei zielgerichteten Spielen motivieren.

der Westfälischen Nachrichten, Sven Schubert, das Service-Engagement der Teilnehmer. „Sie sind die Ehrengäste. Ihnen gebührt die Ehre“, ergänzte Johann Beck, für den „hirnlos verkaufen“ im Gestern anzusiedeln ist. Das Schlimmste, was einem Kunden widerfahren könne, sei Langeweile. „Bei Langeweile“, prognostizierte Beck, „geht der Kunde fremd“.

Ein paar Tipps aus seiner Motivationskiste hatte Johann Beck für die frisch ge-

**»Sie hatten den Mut sich selber überprüfen zu lassen.«**

Sven Schubert, WN-Verlagsleiter

kürten Service-Weltmeister aus Greven und Steinfurt an diesem Abend parat. Weil fast alles über das Emotionshirn gesteuert werde, sei es wichtig, dem Kunden bei jeder Begegnung mit dem jeweiligen Unternehmen Emotionen mit auf den Weg zu geben.

Ein Beispiel aus dem Hause Beck: Ein kleiner Defekt am Kosmetikspiegel des nigelneuen Autos hätte beinahe für eine Katastrophe bei den Becks gesorgt. Die Pferdchen unter der Motorhaube rückten genauso wie technischer Schnickschnack in den Hintergrund, als nämlich Frau Beck den Kosmetikspiegel in der Sonnenblende nicht öffnen konnte. Ein Defekt. Wie ein Unternehmen in der Situation richtig reagiere, erklärte Beck. Nicht die selbstverständliche Reparatur, sondern der freundliche Brief des Autohauses nebst Hand-Kosmetikspiegel als Präsent habe eine ungläubliche Wirkung erzielt. Fazit: Die Becks werden wohl dieser Automarke treu bleiben. Kundenservice par excellence, der sich auch kürzer darstellen lässt: E + X = B, will heißen: Erwartung plus X ist Begeisterung.

Genau dieses „Plus X“ hatten offensichtlich alle Teilnehmer für ihre Kunden parat, denn die Grevener und

Steinfurter Geschäftsleute schnitten um rund 15 Prozent im Kundenranking besser ab als Teilnehmer aus anderen Regionen in Deutschland. Ein belastbares Ergebnis, denn die Becks nehmen Jahr für Jahr rund 100 Städte und Regionen unter die Lupe.

An verschiedenen Beispielen verdeutlichten die Brüder an diesem Serviceabend die Bedeutung der positiven Kommunikation. Selbst wenn die Kundenkritik un-

**»Bei Langeweile geht der Kunde fremd.«**

Johann Beck

berechtigt sei, könne das Eingehen auf Reklamationswünsche oft klüger sein. Beharre etwa eine Brötchenverkäuferin gegenüber einem Kunden darauf, dass das Brötchen frisch gewesen sei, eine Reklamation also nicht richtig sei, könne das zu fatalen Folgen führen. „Unterm Strich kann das den

Einkaufsmarkt 250 000 Euro kosten“, rechneten die Becks vor, vorausgesetzt, eine Familie würde als Konsequenz auf das nicht zurückgenommene Brötchen ein Leben lang in diesem Markt nicht mehr einkaufen.

Gab's einst von einer inzwischen geschluckten Bank „das grüne Band der Sympathie“, offerierten die Becks den Teilnehmer an der Service-WM das blaue Band, den Smile-Watcher. „Streifen Sie dieses Band bitte über Ihr Armgelenk.“ Immer wenn es im Miteinander mit den Kunden zu einer negativen Kommunikation komme, solle das blaue Band von einem zum anderen Handgelenk wechseln. „Das hilft ungemein. Auch im privaten Bereich“, frotzelten die Becks.

Während des kurzweiligen Abends mit positiver Kommunikation und leckeren Häppchen im Flughafenrestaurant verharnte das blaue Smile-Band fest an den Handgelenken zufriedener Service-WM-Teilnehmer.



Haben die Service-WM aus der Taufe gehoben: Die Brüder Norbert (links) und Johann Beck.



Die Teilnehmer freuen sich über das Siegel „Service-Weltmeister“.