

Wer wird Service-Weltmeister?

WETTBEWERB Der „Leverkusener Anzeiger“ lädt alle Unternehmen ein, sich von den Kunden beurteilen zu lassen

VON ANA OSTRIC

Guter Service bleibt in Erinnerung: Die freundliche Verkäuferin im Blumenladen erfüllt einen Sonderwunsch, der Meister in der Autowerkstatt erläutert die geplante Reparatur im Detail und beim Friseur gibt's einen Kaffee gratis. Oft sind es Kleinigkeiten, die beim Kunden für Zufriedenheit sorgen – und dafür, dass ein Unternehmen weiter empfohlen wird.

Gerade in wirtschaftlich schwierigen Zeiten ist es wichtig, sich mit innovativem Service vom Wettbewerber zu unterscheiden. Doch woher wissen Geschäftsführer und Mitarbeiter, ob ihre Kunden zufrieden sind? Wie können



Unternehmer ihren Kunden das besondere Gefühl, willkommen zu sein, vermitteln? Und was macht guten Service aus?

Antworten auf diese Fragen gibt die Service-WM des „Leverkusener Anzeiger“. Unternehmen aus Leverkusen, Leichlingen und Burscheid sind aufgerufen, sich dem Wettbewerb um den Titel „Service-Weltmeister“ zu stellen. In Zusammenarbeit mit dem Service-Institut „Metatrain“ gibt der „Leverkusener Anzeiger“ Unternehmen die Möglichkeit, sich von ihren Kunden bewerten zu lassen.

Bei der Auftaktveranstaltung am Mittwoch, 19. Oktober, (siehe Zusatzinformation) werden interessierte Unternehmen auf den Wettbewerb eingestimmt. Im Service-Journal des „Leverkusener Anzeiger“, das am 11. Januar erscheint, werden die Teilnehmer mit ihren Service-Angeboten und Dienstleistungen vorgestellt.

Dann ist die Meinung von Lesern und Kunden gefragt. Sie beantworten die Frage „Wir wahrscheinlich ist es, dass Sie unser Unternehmen Freunden oder Kollegen weiter empfehlen?“, indem



Die Kunden sind gefragt: Teilnehmende Unternehmen erhalten Box und Postkarten für die Stimmenabgabe bei der Service-WM.

BILD: RALF KRIEGER

sie Punkte auf einer Skala von 0 bis 10 vergeben. Bewertungen können auf mehreren Wegen abgegeben werden: Mit dem Coupon, der dem Service-Journal beiliegt wird, über die Service-WM-Internetseite, und mit Postkarten, die in den teilnehmenden Unternehmen bereitliegen. Darüber hinaus können die Kunden ihre Meinung auch schriftlich formulieren. Unter allen Lesern und Kunden, die ihre Stimme abgeben, verlost der „Leverkusener Anzeiger“ attraktive Preise.

Zum Abschluss der Service-WM steht eine Feier auf dem Programm: Am 9. Februar werden im Leverkusener Forum die Sieger auf den Plätzen ein bis drei bekanntgegeben. Wer es nicht unter die ersten drei geschafft hat, bekommt das Ergebnis der Kundenbefragung persönlich mitgeteilt.

An Motivation, sich dem Urteil ihrer Kunden zu stellen, sollte es den Unternehmen in Leverkusen, Leichlingen und Burscheid nicht mangeln, betont Eva Babatz von der Industrie- und Handelskam-

mer. „Jeder, der Wettbewerber hat, muss sich messen lassen und zwar nicht nur bei Preis und Leistung, sondern auch im Service“, sagt die Leiterin der IHK-Zweigstelle Leverkusen/Rhein-Berg. Die Bewer-

tung der Kunden sei ein wichtiger Hinweis auf Verbesserungsmöglichkeiten, betont Babatz: „Unternehmen sollten sich diesem freiwilligen Test stellen und die Erkenntnisse nutzen.“

Empfang der Teilnehmer im Schloss Morsbroich

Der Erfinder der Service-Weltmeisterschaft ist am Mittwoch, 19. Oktober, zu Gast in Leverkusen. Norbert Beck, Gründer der Firma „Metatrain“, referiert bei der Auftaktveranstaltung im Schloss Morsbroich unter dem Motto „Service ist sexy“. Der Experte für Kundenbegeisterung ist einer der renommiertesten Vortragsredner zum Thema Service. Die Veranstaltung richtet sich an Unternehmer aus Leverkusen, Leichlingen und Burscheid. Einlass

ist ab 18.30 Uhr. Nach einem Sekt-empfang mit Begrüßung durch einen Vertreter der Zeitungsgruppe Köln folgt gegen 19.10 Uhr der Vortrag von Norbert Beck. Um 20.15 Uhr gibt es einen Überblick über die Service-WM: „Marketingchancen und Motivation für Ihr Unternehmen“. Anschließend stehen der Referent und die Mitarbeiter der Zeitungsgruppe Köln für persönliche Gespräche zur Verfügung. Zahlreiche Unternehmer haben ihr Kommen bereits

zugesagt. Eine Anmeldung ist unbedingt erforderlich und kann nur noch heute unter ☎ 0221 / 2 24 29 25 oder per E-Mail (gst-lev@zgk.de) erfolgen.

Unternehmen, die nicht an der Auftaktveranstaltung teilnehmen, sich aber an der Service-WM beteiligen möchten, können sich bis zum 30. November anmelden. Weitere Informationen gibt es im Internet. (ana)

www.ksta.de/lev-servicewm

WETTBEWERB In mehr als 70 Städten und Regionen

Die Service-WM ist eine bundesweite Initiative zur Stärkung des Wettbewerbsvorteils „Service“. Die Initiative wird getragen vom Institut „Metatrain“ und deutschen Zeitungsverlagen – in Leverkusen von der Zeitungsgruppe Köln – und unterstützt von Kooperationspartnern, Verbänden und Institutionen. Die Service-WM wurde 2006 von den „Metatrain“-Gründern Johann und Norbert Beck erfunden, zunächst als Einzelaktion. Inzwischen ist der Wettbewerb in mehr als 70 Städten und Regionen gelaufen. (ana)

Was ist für Sie guter Service?



Mir sind Öffnungszeiten wichtig, die Berufstätigen entgegenkommen. Von Mitarbeitern erwarte ich Freundlichkeit. Ärgerlich ist, wenn ich bei Reklamationen an den Hersteller verwiesen werde. Ich erwarte, dass mir auch nach dem Kauf geholfen wird.

Andrea Seven
Leverkusen



Mich stört es, wenn Verkäufer mir ein Produkt aufschwätzen wollen. Es sollte nicht der Verkauf, sondern der Kunde im Mittelpunkt stehen. Deshalb mag ich menschliche Verkäufer, die mich nicht von oben herab behandeln und Gespür für Kunden haben.

Nicolas Barth
Leverkusen



Heutzutage gibt es viel zu viel Selbstbedienung und am Personal wird gespart. Ich erwarte aber, dass Verkäufer auf mich zukommen und mich beraten. Ich mag es nicht, alleine im Geschäft herumstehen und mir einen Ansprechpartner suchen zu müssen.

Hanni Frings
Leverkusen



Zuvorkommend, freundlich, kompetent – so sieht guter Service aus. Schlimm ist es, wenn ich in einem Geschäft ignoriert werde und kein Mitarbeiter zu sehen ist, der mir hilft. Manche Verkäufer sind auch zu faul, Ware aus dem Lager zu holen – ein Ünding.

Heiko Manthey
Bergisch Gladbach



Freundlichkeit ist für mich der wichtigste Service-Faktor. Die Freundlichkeit darf natürlich nicht gespielt sein. Ich informiere mich aber auch über die Philosophie eines Unternehmens. Fällt mir ein Unternehmen negativ auf, kaufe ich dort nicht ein.

Karola Libertus-Gries
Monheim