



Eine Uhr am Fußgelenk? Was soll das denn? Wenn Sie mit der Zeit gehen wollen, dann ist das genau der richtige Platz für die Uhr. Spaßmacher Georg Schweitzer sorgte nicht nur mit diesem Kuriosum bei der Siegerehrung der Service-WM im Stadtmuseum für ein Lächeln. Der Komiker aus Karlsruhe bewies den ganzen Abend über seinen enormen Wortwitz.

Dufte Gewinnerin und grüne Philosophen

Parfümerie Leuchtenberg-Breuer ist Service-Weltmeister – Siegerehrung mit Experten-Tipps

Von KLAUS MÜLLER-WOLF

SIEGBURG. Während ganz Fußball-Deutschland heute noch vom Sieg über Italien in Warschau und am Sonntag im Finale in Kiew vom Gewinn der Europameisterschaft träumt, hat der Rhein-Sieg-Kreis längst seinen ersten Weltmeister gekürt. Nicht im Fußball, das hat Wolfgang Overath 1974 perfekt gemacht, sondern im Service.

Abgestimmt haben darüber die Kunden der 36 Teilnehmer der ersten von der Rhein-Sieg Rundschau in Zusammenarbeit mit der Agentur Metatrain



Nur strahlende Gesichter gab es bei der Siegerehrung der Service-WM. Anzeigenleiter Karsten Hundhausen (links) überreichte den Teilnehmern ihre Urkunden. Vorne die drei Erstplatzierten Franziska Auerbach, Andreas Steffen und Petra Leuchtenberg-Breuer (von links).

den mit ihren Geschäften und Dienstleistern, das ergab die Auswertung der knapp 7500 Stimmzettel, auf denen die Kernfrage gestellt wurde: Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie dieses Unternehmen einem Freund weiterempfehlen? Der daraus ermittelte Kunden-Beziehungs-Index von 83,27 Prozent liege deutlich über dem Bundesdurchschnitt von 71,53, sagten die Service-WM-Erfinder Johann und Norbert Beck.

Wie wenig Kaufentscheidungen vom rationalen Denkhirn getroffen werden, schilderte Norbert Beck in seinem Vortrag „Hirnlos verkaufen war gestern“. 80 bis 90 Prozent der Kaufentscheidungen treffe nämlich das Emotionshirn. Um den Kaufknopf beim Kunden zu bedienen, seien deshalb Emotionen wie Spaß, Macht und Sicherheit zu wecken. Düfte und Musik können ihr Übriges tun, um Kaufanreize zu schaffen. Dabei ticken Männer und Frauen allerdings anders. Während die Frau sich umschaue und die Ware auf Herz und Nieren prüfe, habe der Mann einen Tunnelblick und sei weitaus weniger kritisch. Nicht die einzige Aussage des Metatrain-Geschäftsführers, die das Publikum zum Schmunzeln brachte. Das schaffte auch spielend leicht der Spaßmacher Georg Schweitzer, der zum Ausklang des Abends mit dem launigen Vortrag „Gut gelacht ist halb verkauft“ amüsierte.

Gewonnen haben übrigens auch die Kunden. Unter den Einsendungen wurden zahlreiche Waren- und Dienstleistungsgutscheine verlost. Die Gewinner werden schriftlich benachrichtigt.

veranstalteten Service-Weltmeisterschaft im Rhein-Sieg-Kreis. Und die trafen mit der Parfümerie Leuchtenberg-Breuer in Siegburg eine duftige Wahl (siehe unten). Inhaberin Petra Leuchtenberg-Breuer war denn auch ganz aus dem Häuschen bei der Siegerehrung im Siegburger Stadtmuseum. Damit hatte die Kosmetikerin nicht gerechnet. Dabei hat Petra Leuchtenberg-Breuer mit ihrer Maß- und Änderungsschneiderei von Bademoden eine Marktlücke geschlossen, wie Karsten Hundhausen, Anzeigenleiter der Zeitungsgruppe Köln, lobte.

Viel Beifall gab es von den anwesenden Unternehmern und Geschäftsleuten auch für die Zweitplatzierten „Auerbachs Garten“ aus Hennef. Das Ehepaar Franziska und Peter Auerbach betreibt in Hennef



Den roten Faden für den Abend gab es gleich beim Eintritt ins Stadtmuseum von Spaßmacher Georg Schweitzer. (Fotos: Böschmeyer)

eine Gartenbaumschule mit 50-jähriger Geschichte. Die beiden geben aber auch Gartenseminare und vermitteln ihren Kunden ihre Weltanschauung, die in dem Motto gipfelt: „Der Garten ist ein anderer Himmel mit Sternen aus

Blumen“. Gar im Schlaf, so Hundhausen, vertrauen die Kunden Andreas Steffen. Der Inhaber des Fachgeschäfts Betten Star mit Häusern in Siegburg und Bad Honnef bietet ihnen eine EDV-gesteuerte Liegediagno-



Ein ums andere Mal mussten die Zuhörer herzhaft lachen über die geschlechtsspezifischen Einkaufseigenarten von Mann und Frau.

se, wodurch jeder Kunde seine optimale Matratze findet. Als Gewinner dürfen sich aber auch alle anderen Teilnehmer dieser Service-WM fühlen, sagte Anzeigenleiter Karsten Hundhausen: „Durch Ihre Teilnahme haben Sie be-

wiesen, dass guter Service für Sie ein Thema ist und nicht mit der Siegerehrung des Wettbewerbs beendet ist. Guter Service ist ein Dauerbrenner für jedes Unternehmen.“ Generell sind die Kunden im Rhein-Sieg-Kreis sehr zufriede-

„Das Wichtigste ist ein gutes Team“

Fast alle Kunden der Service-Weltmeisterin sind wunschlos glücklich

SIEGBURG. „Ich war total sprachlos.“ Ein Quäntchen des Adrenalinstoßes, den Petra Leuchtenberg-Breuer bei der Preisverleihung bis in die Haarspitzen erfahren hat, ist auch am Morgen danach immer noch spürbar. „Damit habe ich nicht gerechnet“, sagt die Siegerin der Service-WM, „denn es waren doch so viele große Geschäfte dabei, die viel professioneller in Werbung und Marketing vorgehen können.“ In ihrem Metier macht der gelernten Drogistin und

Kosmetikerin aber niemand etwas vor. Die Profession ist der Inhaberin der gleichnamigen Parfümerie auf der Siegburger Kaiserstraße quasi in die Wiege gelegt worden, hat sie doch schon als kleines Mädchen, als ihre Nasenspitze kaum über die Theke reichte, in der Drogerie ihrer Eltern, übrigens damals gleich nebenan, das Geschäftsleben kennen und lieben gelernt. 1984 hat Petra Leuchtenberg-Breuer ihre eigene Parfümerie gegründet. Stammkundinnen -

und auch Kunden – kommen schon in der dritten Generation zu ihr; kaum jemand betritt den Laden, ohne nicht wenigstens mit Namen und ein paar persönlichen Worten begrüßt zu werden.

„Welche Verbesserungen würden Sie sich wünschen?“, wurden die Teilnehmer der Service-WM gefragt. „Es fällt mir keiner ein“, heißt es da etwa. Viele haben einfach einen schlanken Strich in dieser Rubrik gezogen, was Petra Leuchtenberg-Breuer fast beschämt:

„Diese Beurteilung wäre nicht möglich, wenn nicht das ganze Team so hervorragend wäre“, dankte sie vor allem ihren fünf Mitarbeiterinnen, die alle ebenfalls lange, zum Teil schon seit Jahrzehnten, in der Parfümerie mit Modeabteilung beschäftigt sind. „Und bei meiner Familie“, fügt sie hinzu, „denn die leiste viel Hilfe im Hintergrund.“ Auch bei uns passieren Fehler“, sagte sie, „ich bin sehr froh, dass die Kunden uns trotzdem so viel Vertrauen schenken.“ (dst)



Glücklich und ein bisschen stolz sind Petra Leuchtenberg-Breuer (Mitte), Roula Theodoridou (links) und Dorothee Bernerd.

WAS HAT IHNEN DIE SERVICE-WM GEBRACHT?

Für jeden etwas

Oliver Baum von der gleichnamigen Siegburger Metzgerei fühlte sich gut beraten und betreut beim Wettbewerb. „Auch unsere Kunden fanden die Aktion gut. Nicht nur der Preise wegen. Die sind nicht entscheidend. Jeder hat etwas von dieser WM.“



Ein Gewinn für alle

Helga Trimborn, Inhaberin des Bauerngut Schiefelbusch in Lohmar, hat auf Anregung ihrer Mitarbeiter an der Service-WM teilgenommen. Die Belegschaft wollte sich gerne beweisen. „Die zusätzliche Motivation war deutlich spürbar. Und davon profitieren alle.“



Konzept überzeugt

Dr. Ilona Gedigk und ihren Ehemann **Dr. Hans-Ulrich Gedigk** vom Kieferorthopädischen Zentrum Hennef hat das geschlossene Werbekonzept der Service-WM gut gefallen. „Das ist ein völlig neuer Weg und hat uns sehr gut gefallen“, so die beiden Fachärztinnen.



Flagge zeigen

Dr. Petra Stephan, Leiterin des LOS Lehrinstituts für Orthografie und Sprachkompetenz in Siegburg, wollte mit ihrer Teilnahme „Flagge zeigen“. „Kinder und Eltern sollen sich bei uns angenommen fühlen. Durch die Service-WM bekommen wir ein Feedback.“



Motivationsschub

Guido Euler ist zuständig für die Werbung beim Gartencenter Ahrens + Sieberz in Siegburg-Seligenthal. Für ihn war die Service-WM eine echte Marketing-Alternative und der Wettbewerb habe den Mitarbeitern einen deutlichen Motivationsschub gegeben.

