

# Dem Kunden positive Emotionen mitgeben

Interview mit dem Wirtschaftsingenieur und Experten für Emotionsmarketing Norbert Beck

**WIESBADEN (red) – Mit einem kostenlosen Informationsabend des Wiesbadener Wochenblatts für Wiesbadener Geschäftsinhaber fällt am Mittwoch, 22. August, 19 Uhr, der Startschuss für den Service- Wettbewerb „Top Service Unternehmen“ im Foyer des Pressehauses in der Langgasse 21. Bis zur Veröffentlichung der Sonderbeilage „Top Service Unternehmen in Wiesbaden“, die am 25. Oktober dem Wiesbadener Wochenblatt beiliegen wird, begleitet das Wiesbadener Wochenblatt das Thema Service redaktionell. Im Interview erläutert Wirtschaftsingenieur und Experte für Emotionsmarketing Norbert Beck die Bedeutung des Servicegedankens.**

**Frage:** Wie sind Sie auf die Idee gekommen, Servicewettbewerbe auszurufen?

**Beck:** 2006 sollte meine Heimatstadt Neumarkt bei Nürnberg mit einem Wettbewerb fit gemacht werden für den Empfang von Fußball-WM-Gästen. Was zunächst als Einzelaktion geplant war, war so erfolgreich, dass sich inzwischen in mehr als 65 Metropolen, Städten und Regionen mehr als 4000 Unternehmen dem Wettbewerb gestellt haben, um die eigene Serviceleistung zu optimieren.

**Frage:** Was bedeutet denn guter Service?

**Beck:** Das empfinden Menschen ganz unterschiedlich. Aus den mehr als 100 000 Kundenmeinungen, die wir pro Jahr auswerten, lassen sich allerdings Schwerpunkte herausfinden. Am meisten genannt wird Freundlichkeit und Einfühlungsvermögen des Personals mit rund 33 Prozent, gefolgt von Zuverlässigkeit. An dritter Stelle wird die fachliche Beratung und Betreuung genannt.

**Frage:** Entscheiden nicht Qualität und Preis über wirtschaftlichen Erfolg?

**Beck:** Die meisten Unternehmen liefern qualitativ hochwertige Produkte und Dienstleistungen zu einem guten Preis-Leistungsverhältnis. Das setzen Kunden voraus. Deswegen heben sich Unternehmen, die zusätzlich erstklassigen Service bieten, entscheidend von ihren Wettbewerbern ab.

**Frage:** „Erstklassiger Service“ – was ist das für Sie?

**Beck:** Es gibt eine einfache Formel:  $E + X = B$ . (E) steht für die Erwartung des Kunden. Wird sie erfüllt, ist der Kunde zufrieden. Wird sie jedoch übertroffen durch ein (+ X), ist der Kunde begeistert (B). Unternehmen brauchen heutzutage begeisterte Kunden, denn diese sind loyal. Loyalität bedeutet in diesem Zusammenhang freiwillige emotionale Treue.

**Frage:** Auch in Wiesbaden müssen sich Einzelhändler gegen große Ketten behaupten. Welche Chance hat ein David gegen Goliath?

**Beck:** Gewinnen kann David gegen Goliath, wenn er sich auf seine Stärken konzentriert und nicht versucht, Goliath mit dessen Waffen zu schlagen – niedrige Preise beispielsweise. Die Stärke inhabergeführter Unternehmen liegt in dem langjährigen Kontakt zu ihren Kunden. Menschen kaufen von Menschen: Die größte Chance ist meines Erachtens, sich darauf zu konzentrieren, was Kunden wirklich wollen.

**Frage:** Sie haben schon einige Service-Weltmeister gekürt. Was haben die, was andere nicht haben?

**Beck:** Service-Weltmeister designen ihre Serviceleistungen wie andere Unternehmen ihre Produkte. Sie stellen sich immer wieder die Frage: Wie können wir unseren Kunden bei jeder Begegnung positive Emotionen mitgeben?

**Frage:** Wie funktioniert das, positive Emotionen mitzugeben?

**Beck:** Wenn Kunden auf die Mitarbeiter des Unternehmens treffen, ist das der Augenblick der Wahrheit. Genau an diesem Punkt entscheidet sich für Kunden, ob der Service stimmt. Service-Weltmeister geben ihren



Norbert Beck

Foto: privat

Kunden mehr Freundlichkeit, mehr Vertrauen und mehr Wertschätzung als ihre Mitbewerber.

**Frage:** Warum lohnt es sich für Unternehmer bei Top Service Unternehmen mitzumachen?

**Beck:** Top Service Unternehmen ist eine nachhaltige Servicekampagne, die über mehrere Wochen in der Öffentlichkeit das Thema „Service“ aufgreift. Unternehmen erhalten so eine erstklassige Werbepattform und ein einmaliges Marketing-Paket. Beispielsweise erstellen wir aus den Kundenmeinungen eine Auswertung, aus der das Unternehmen seine Stärken und Optimierungsmöglichkeiten ablesen kann. In einer Sonderbeilage stellt sich jedes teilnehmende Unternehmen mit seinen Serviceleistungen vor.