

# Startschuss für die Service-Meisterschaft

Pilotprojekt der WAZ zur Wirtschaftsförderung in Bottrop. Auch kleinere Unternehmen haben die Chance, ihr Service-Profil wissenschaftlich prüfen zu lassen. Die Kunden sind die Jury

„Service ist das Einzige, was uns Kleinen noch von den Wettbewerbern unterscheidet.“ Als Norbert Beck diesen Satz ausspricht, sieht man im Saal vom Overbeckshof zustimmendes Nicken. Doch, so sehen es auch die 78 Bottroper Unternehmen – darunter Einzelhändler, Dienstleister und Filialisten – die der WAZ-Einladung gefolgt sind. Norbert Beck vom Marktforschungsunternehmen Metatrain steht vorne und gibt den Startschuss für die Service-Meisterschaft. Sein Impulsvortrag hat den Titel „Service ist sexy“ – wobei er ausdrücklich betont, das Wort sexy im Sinne von „attraktiv“ zu meinen.

## Experten werten aus

Damit beginnt das Pilotprojekt, mit dem die WAZ kleineren örtlichen Unternehmen den Zugang zu einer wissenschaftlich fundierten Untersuchung der eigenen Servicestärke ermöglichen möchte. Die Jury sind die Kunden. Sie bewerten das Unternehmen, Metatrain wertet die Ergebnisse schließlich wissenschaftlich aus. Entscheidend dabei sei eigentlich nur eine Frage, erklärt der Marketing-Experte Beck: „Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie unser Unternehmen einem Freund oder Kollegen weiterempfehlen?“ Diese steht dann auch folgerichtig auf den Karten, die in den teilnehmenden Unternehmen ausliegen und die die Kunden ausfüllen sollen. Dazu kommt die Frage nach den Gründen für diese Bewertung und die Frage nach Verbesserungsvorschlägen. Daraus, so Beck, lasse sich die Servicequalität ableiten.

Letztlich, so Beck weiter, müsse es das Ziel sein, dass sich mit dem jeweiligen Unternehmen positive Emotionen verbinden. Denn es gilt: „90 Prozent aller Kaufentscheidungen werden aus emotionalen Gründen getroffen.“ Zum Vergleich greift er ganz oben ins Regal, beruft sich auf den Coca-Cola / Pepsi-Test.

## WAZ-KAMPAGNE

### Service Meisterschaft



Demnach hätten sich bei einer Blindverkostung 51 Prozent der Teilnehmer für Pepsi, nur 44 Prozent für Coca-Cola ausgesprochen. Mit dem Wissen, welche Cola in welchem Glas war, hätten dieselben Tester sich zu 65 Prozent für den roten Riesen aus Atlanta ausgesprochen – eben aus emotionalen Gründen. Deshalb sei es so wichtig, beim Kunden positive Emotionen zu wecken – das gelte nicht nur für multinationale Konzerne.

### Drei Gründe für Empfehlungen

Hinzu komme, dass man die Hauptemotionen – Beck spricht von Spaß, Macht und Sicherheit – zusätzlich auch zu Marketingzwecken einsetzen könne. Becks These: Jedes Produkt lasse sich mit einer dieser drei Emotionen verbinden. Und die Kombination aus alledem trage letztlich zum „Kundenbeziehungsindex“ bei, der sich aus der Frage nach den Weiterempfehlungen berechnen lasse.

Und erfahrungsgemäß seien eben drei Gründe hauptausschlaggebend für die Weiterempfehlung eines Unternehmens: „Das sind Freundlichkeit, Vertrauen und Wertschätzung.“

MD



Interessiert lauschten die Teilnehmer dem Marketing-Experten Norbert Beck.

FOTO: PEGGY MENDEL

### Kunden stimmen ab

■ **Ab dem 8. Mai** können die Kunden in den teilnehmenden Unternehmen abstimmen und die ausliegenden Karten ausfüllen. Parallel wird die Abstimmung im Internet freigeschaltet.

■ **Der Abstimmungszeitraum** geht bis zum 8. Juni. Nach der Auswertung werden die Unternehmen mit einem positiven Index zertifiziert. Infos über: [www.waz.de/service-meisterschaft-bottrop](http://www.waz.de/service-meisterschaft-bottrop).



Schirmherr Oberbürgermeister Bernd Tischler begrüßte das Projekt und lobte die Idee, sich für guten Service zertifizieren zu lassen.

FOTO: PEGGY MENDEL