



39 hoch motivierte Service-Champions freuten sich in der Filharmonie über ihre Urkunden. Motivationstrainer Johann Beck (links) gab Tipps für weitere Erfolge.

Fotos: Claudia Barner

# Einfach nur gut ist nicht gut genug

**Bernhausen** 39 Unternehmen aus Filderstadt haben sich der Service-WM gestellt und wollen ihre Kunden begeistern. *Von Claudia Barner*

**W**as macht guten Service aus? Freundlichkeit natürlich, gute Beratung, hochwertige Produkte und Leistungen, vielleicht auch noch die eine oder andere Aufmerksamkeit. Doch ist das wirklich schon genug? Im Rahmen der Aktion Service-Champion haben sich 39 Einzelhändler, Handwerker und Dienstleister aus Filderstadt in den vergangenen Wochen dem Wettbewerb gestellt und auf das Urteil derjenigen vertraut, die am besten wissen, was gefragt ist – die Kundinnen und Kunden.

Am Donnerstagabend wurden die Ergebnisse präsentiert. Bei der Abschlussveranstaltung der von unserer Zeitung initiierten Service-WM in der Filharmonie in Bernhausen erhielten die Teilnehmer nicht nur eine Urkunde und ein Gütesiegel, sondern auch einen Umschlag mit dem detaillierten Meinungsbild der Kunden.

Von Ende November bis Mitte Dezember hatten die Bürgerinnen und Bürger Gelegenheit, die beteiligten Betriebe zu bewerten. Viele nutzten die Chance. „2528 Stimmen wurden abgegeben. Davon entfielen 2044 auf die ausgelegten Coupons in den Geschäften und Betrieben. 484 Rückmeldungen kamen über das Internet“, bilanzierte Regionalleiterin Christine Funke von der Stuttgarter Zeitung Werbevermarktung, die gemeinsam mit Geschäftsführer Bernhard H. Reese erschienen war.

**„Heute gilt es, die Kunden zu verblüffen und zu überraschen.“**

Christine Funke,  
STZ-Marketingexpertin

Von der Auswertung der Fragebögen erhofften sich die Betriebe vor allem eines: schonungslose Offenheit. „Wir freuen uns natürlich über Lob. Besser werden kann aber nur, wer seine Schwächen kennt“, sagte der Vorsitzende des Gewerbe- und Handelsvereins Bernhausen, Andreas Daumüller. „Konstruktive Kritik werden wir sehr ernst nehmen und die Anregungen schnell umsetzen“, versicherte er.

Herbert Köhn, Vorsitzender des Bunds der Selbständigen (BDS) in Bonlanden, war vor allem auf die Internetauswertung gespannt: „Das sind die Kunden, die man noch nicht persönlich kennt.“ Petra Rösner, die Leiterin der Stadtbibliothek Filderstadt verfügte hingegen bereits vor Beginn

der Abschlussveranstaltung über tiefere Einblicke in die Befindlichkeit ihrer Kunden. „Der eine oder andere ist beim Ausfüllen des Coupons mit uns ins Gespräch gekommen“, erzählte sie. Deshalb ahnte sie bereits, wo die Wünsche ihrer Leser liegen: „Die Jugendlichen möchten mehr Manga-Comics. Zudem ist die Erweiterung der Öffnungszeiten nach wie vor ein Thema.“

Die Ernsthaftigkeit und das große Engagement, mit dem sich die Filderstädter Betriebe auf den Weg zum Service-Champion gemacht haben, beeindruckte auch die Oberbürgermeisterin Gabriele Dönig-Poppensieker. „Ich finde es besonders toll, dass sich so viele Firmen der Herausforderung



*Hoffen auf neue Impulse: die Unternehmer Herbert Köhn, Hermann Weinmann, Stefan Waidelich, Thomas Trautwein, Andreas Daumüller und Reinhold Schweizer (von links).*

gestellt haben. Ganz selbstverständlich ist das nicht“, betonte sie in ihrem Grußwort. Sie selbst sei beim Einkaufen in der Stadt immer wieder von der hohen Qualität des Angebots begeistert. Damit traf sie den Nerv von Marketing-Expertin Christine Funke, die betonte: „Heute gilt es, die Kunden zu verblüffen und zu überraschen.“ Peter Heckl, stellvertretendes Vorstandsmitglied der Kreissparkasse, bestätigte: „Wie wir die Kunden begeistern können, ist eine Frage, die uns täglich bewegt.“

Mögliche Antworten lieferte Managementtrainer Johann Beck von der Firma Metatrain. Er gehört zu den Erfindern der

Service-WM und hat das Projekt in Filderstadt gemeinsam mit unserer Zeitung und ihren Partnern – der Stadt, den Interessensvertretungen des BDS und der Kreissparkasse – organisiert. Anderthalb Stunden lang entführte er das Publikum in die Welt der emotionsgesteuerten Kaufentscheidungen und zeigte Strategien auf, wie man sich durch innovative Ideen, Mut und eine positive Grundeinstellung bei den Kunden unentbehrlich macht. Für die Frage „Was macht guten Service aus?“ hatte er eine griffige Formel parat.  $E+x=B$  – was soviel bedeutet wie: Übertreffe die Erwartungen und löse damit Begeisterung aus.