

Ohne Service sind keine Geschäfte mehr zu machen

Leinfelden-Echterdingen Bei der Service-WM werden die Ergebnisse an einem unterhaltsamen Abend überreicht. *Von Ursula Vollmer*

Für eine „Zeugnisübergabe“ ist es am Mittwochabend im Treff Zehntscheuer bemerkenswert entspannt zugegangen. Kein Wunder: „Verlierer gibt es bei der Service-WM nicht“, stellte Bernhard H. Reese, Geschäftsführer der Stuttgarter Zeitung Werbevermarktung, klar und begrüßte zur Abschlussveranstaltung ausschließlich Menschen mit Mut. Immerhin hatten sich die Vertreter von Einzelhandelsgeschäften, Handwerksbetrieben und Dienstleistungsunternehmen in Leinfelden-Echterdingen fünf Wochen den kritischen Blicken ihrer Kunden gestellt und um ein Urteil gebeten. „Einzelhändler machen das ohnehin täglich“, sagte Reese, aber auch Großunternehmen befragten ihre Geschäftspartner regelmäßig. Dieses Instrument zur Ermittlung der Kundenzufriedenheit haben in L.-E. fast 40 Teilnehmer genutzt und dafür gleich zu Beginn des Abends eine WM-Teilnehmerurkunde erhalten. Die individuelle Auswertung hingegen lag sorgsam verschlossen in einem Umschlag zur Abholung bereit.

Die Erfinder der bundesweiten Service-WM, die Managementtrainer Norbert und Johann Beck, hatten mit ihrer Firma Metatrain die Aktion im Frühjahr 2013 unter der Schirmherrschaft von Oberbürgermeister Roland Klenk und mit Unterstützung des Bundes der Selbständigen e. V., der Filder-Zeitung sowie der städtischen Wirtschaftsförderung durchgeführt. Für den OB, der den Teilnehmern „hohen Respekt“ zollte,

geht es um die Sicherung des Einkaufsstandorts, die allerdings nicht mit Schlagworten wie „groß, viel, billig“ gelinge, sondern nur mit Qualität und Service. Das gelte im Übrigen auch für eine Verwaltung, gab Klenk augenzwinkernd zu.

In der Kreissparkasse Esslingen-Nürtingen, Kooperationspartner der Service-WM und gleichzeitig Teilnehmer, haben sich nach den Worten ihres stellvertretenden Vorstandsmitglieds Peter Heckl während des Wettbewerbs interessante Kundengespräche und manche Anregungen herauskristallisiert. Schon bisher lege das

Haus großen Wert auf den Service, sagte Heckl und nannte als Beispiel die regulären Öffnungs- und Schließzeiten, die in den KSK-Filialen jeweils um fünf Minuten ausgedehnt würden.

„Hirnlos verkaufen war gestern“, bekräftigte Johann Beck die Notwendigkeit des Servicegedankens. Der Wettbewerb mache sich überall bemerkbar, ob man seinen Mitbewerber nun als Konkurrenten oder als Marktbegleiter betrachte. „Fest steht: ein gelangweilter Kunde geht fremd“, sagte der Experte und gab seinen Zuhörern eine Formel zum Knacken: $E + x = B$. Dabei steht E für die Erwartung, die es möglichst zu übertreffen (+ x) gilt, um letztlich Begeisterung (B) zu entfachen. Ein „Service-Design“ dieser Art erreiche laut Beck ohne Umschweife den „Boss“ im Emotionshirn,

der zu mehr als 90 Prozent die Kaufentscheidungen beeinflusse.

Ebenso wichtig: die Innovation. Nachahmenswerte Beispiele sind für Beck der Metzgermeister, der einen Kühlautomaten für seine Waren aufstellen ließ, um kürzere Öffnungszeiten zu kompensieren. Oder der Spielwarenhändler, der nach Geschäftsschluss zum Männerabend lädt: Eingeschlossen mit all den Schätzen – für viele Buben im Mann ein Traum.

Seinen Vortrag spickte Johann Beck mit Humor, Fingerübungen, kleinen Einspielern und der Empfehlung, den „Smile-Watcher“ nicht zu vergessen: Das Gummiband soll immer dann das Handgelenk wechseln, wenn etwas nicht ganz so toll gelaufen ist. Das Ziel: den Smile-Watcher wenigstens fünf Tage auf einer Seite zu tragen. Dann, so Beck, sei die Entzündung im Emotionshirn, ausgelöst durch eine miese Energiebilanz, definitiv besiegt.



Für die Teilnehmer an der Service-WM hat es gute Zeugnisse gegeben.

Foto: Ursula Vollmer

SERVICE-WM

2858 Rückmeldungen An der Service-WM haben in L.-E. 39 Geschäfte teilgenommen. 2858 Rückmeldungen sind von Metatrain ausgewertet, also auf Kundenbeziehung und Zufriedenheit hin untersucht worden. Der ermittelte Durchschnittsindex liegt in der Stadt bei 88,78, deutschlandweit bei 73,32 Punkten. 58,97 Prozent der teilnehmenden Unternehmen haben das Service-WM-Siegel erhalten. Die Kriterien für diese „Ausgezeichnete Service-Qualität“ waren mindestens 30 abgegebene Stimmen und ein positiv bewerteter Kunden-Beziehungs-Index, wobei der Bewertungsbereich laut Johann Beck die große Bandbreite von minus hundert bis plus hundert umfasst. *uvo*