

Abschlussveranstaltung zur Aktion „Top-Service vor Ort“



Jeder Teilnehmer hat eine Urkunde erhalten. Sie bescheinigt, dass die Unternehmen Teilnehmer der Aktion „Top-Service vor Ort“ sind.

Fotos: Ralf Breitenbacher



Eine positive Körperhaltung und eine negative Ausstrahlung passen nicht zusammen.



Johann Beck in Aktion.



Fröhlich sein bei einer gebückten Haltung – nur sehr schwer machbar.

# Den Servicegedanken auch zukünftig verfolgen

**Oberstenfeld-Gronau** Die Aktion „Top-Service vor Ort“ ist zu Ende gegangen. *Von Fenja Sommer*

Sechs Wochen lang ist das Thema Top Service bei Selbständigen und ihren Kunden in aller Munde gewesen. Sechs Wochen lang sind mehr als 100 Unternehmen aus Marbach und dem Bottwartal mitsamt ihrer Servicedienstleistungen in unserer Zeitung vorgestellt worden. Am Donnerstagabend hat die Abschlussveranstaltung im W&W Seminar- und Konferenzraum in Gronau stattgefunden. Für Abwechslung sorgte schon das Wetter. Strahlender Sonnenschein und hochsommerliche Temperaturen beim Sektempfang, Sturmböen und Regen beim Büffett und gemütlichen Miteinander nach dem offiziellen Teil.

**„Schauen Sie genau hin, was Ihre Kunden gesagt haben“**

Johann Beck, Geschäftsführer Metatrain GmbH

„Wenn ich ein Amerikaner wäre, würde ich sagen ‚Give me five‘.“ Kai Keller brachte es auf den Punkt: Die Aktion hat Spaß gemacht – auch wenn sie viele Kräfte gebunden hat. „Ich hoffe, wir sind Ihnen nicht auf

die Nerven gegangen“, sagte der Geschäftsführer der Marbacher Zeitung in seiner Begrüßung mit einem Augenzwinkern. In der mehr als 165-jährigen Verlagsgeschichte der Marbacher Zeitung habe es jedenfalls noch nie eine solch große Aktion gegeben. Insgesamt 105 Teilnehmer in 150 Filialen haben beim Top Service mitgemacht. 6584 Bewertungen wurden abgegeben, 7850 Personen haben am Gewinnspiel teilgenommen. Die Schlüsse, die man für sich aus der Aktion ziehen könne, seien vielfältig. Zum Beispiel, dass Service der richtige Weg ist. Oder, dass eine gemeinsame Aktion viel mehr bringe als Einzelaktionen. Deshalb, rät Keller, sollte der Servicegedanke auch in Zukunft weitergedacht werden.

Gerade für den Einzelhandel sei es wichtig, nahe am Kunden zu sein, betonte auch der Marbacher Bürgermeister Jan Trost in einem Grußwort. „Die Städte leben von Ihnen als Einzelhändlern.“ Deshalb sei man froh, aktive Einzelhändler zu haben.

Noch ein paar Fakten: Der so genannte Durchschnittsindex der Aktion hier im Bottwartal liegt bei beeindruckenden 81,37 Prozent. „In Deutschland ist er bei 73,14 Prozent“, informierte Johann Beck, Geschäftsführer der Metatrain GmbH. Insgesamt 63,81 Prozent der Unternehmen im Bottwartal haben das Service-WM-Siegel bekommen. Das heißt, sie haben mindes-



Angeregte Gespräche hat es vor und nach der Veranstaltung im Foyer gegeben.

tens 30 Stimmen von Kunden erhalten. Am Ausgang erhielten die Teilnehmer des Top Service ihren Umschlag mit der Urkunde sowie die – anonymen – Rückmeldungen ihrer Kunden. „Schauen Sie genau hin, was Ihre Kunden gesagt haben“, schärfte Beck den Unternehmern ein.

Ⓐ Eine Bildergalerie sowie einen Film von der Veranstaltung gibt es auf unserer Homepage unter [www.marbacher-zeitung.de](http://www.marbacher-zeitung.de) sowie bei facebook unter [www.facebook.de/marbacherzeitung](http://www.facebook.de/marbacherzeitung).



Buchhändler Markus Schneider im Gespräch.

## Zitate

### Top-Service vor Ort Stimmen und Bonmots

„Es war eine tolle Aktion. Leider haben wir erst spät davon erfahren. Der Vortrag hat mir viel gegeben und dadurch kleine Gedankenimpulse geschaffen.“ *Bettina Roth, Weingut Roth*

„Wir sehen uns in erster Linie als Mediziner, aber auch als Dienstleister. Deswegen ist Lob, aber auch Kritik mitzunehmen. Denn das bringt uns weiter.“ *Alfred Berger, Praxis Alfred Berger & Kollegen*

„Ich war wirklich positiv überrascht, wie aufgeschlossen die Leute sind. Es ist immer gut, wenn man mit den Kunden ins Gespräch kommt. Ihnen hat es gefallen, dass einfach mal nach ihrer Meinung gefragt wird.“ *Petra Claussecker, Weingärtner Marbach*

„Service ist gerade hier im ländlichen Bereich ein wichtiges Thema. Es sind neue Ideen und Impulse entstanden.“ *Corinna Noller, Landmaschinen Noller*

„Der Kunde geht nicht nur nach dem Preis, der Service spielt für ihn die bedeutendere Rolle. Die Resonanz zeigt das eindrucksvoll.“ *Thomas Nitz, Regionaldirektor Kreissparkasse Ludwigsburg*

„Das Ergebnis zeigt, wie gut Unternehmen und Einzelhandel aufgestellt sind. Wir haben in den Orten eine gute Qualität und es lohnt sich, vor Ort einkaufen zu gehen und dadurch die Region zu stärken.“ *Ralf Zimmermann, Bürgermeister Großbottwar*

„Die Marbacher Zeitung hat den Nerv getroffen, indem sie das Thema nach vorne gebracht hat. Der Zuspruch zeigt, dass das Thema beim Kunden angekommen ist.“ *Jan Trost, Bürgermeister, Marbach*

„Die Aktion war ein Gewinn für alle beteiligten Unternehmen. Die hohe Prozentzahl der Zufriedenheit spricht für den Servicefaktor in unserer Region.“ *Steffen Döttinger, Bürgermeister Affalterbach*

„Mit dem Top-Service wurde die Stärke der kleinen Unternehmen vor Ort gezeigt.“ *Torsten Bartzsch, Bürgermeister Murr*

„Eine Chance auf Innovation.“ *Martin Daunquart, Erster Vorsitzender Bds Steinheim*

„Der Top-Service war auf jeden Fall positiv. Man kann viele Schlüsse ziehen, wenn sich der Kunde äußert.“ *Eugen Hofmann, Bäckerei Hofmann*

„Gemeinsam haben wir gezeigt, dass der Einzelhandel den Breuningerlands und Ebays dieser Welt Paroli bieten kann.“ *Kai Keller, Marbacher Zeitung*

„Bei Langeweile geht der Kunde fremd.“ *Johann Beck, Metatrain*

„Wenn der Kunde schon fremdgeht, dann bitte mit uns.“ *(Johann Beck, Metatrain)*

# Ganz klar: Hirnlos verkaufen war gestern

**Oberstenfeld-Gronau** Verkaufsprofi Johann Beck hat den Unternehmern Mut gemacht. *Von Fenja Sommer*

Kurzweilig, aufschlussreich und interessant referierte Johann Beck, Geschäftsführer Metatrain GmbH, über den richtigen Umgang mit Kunden. Denn: Hirnlos verkaufen war gestern. „Wir sind im ständigen Wettbewerb“, betonte der eloquente Redner. Ausgehend von vier Schlagworten führte Beck die Strategie der Service-Weltmeister auf. Die Schlüsselbe-

griffe sind Servicemarketing, Servicedesign, Serviceinnovation und Servicekommunikation.

Das menschliche Gehirn bestehe aus dem „Denkhirn“ (Bewusstsein) und dem „Emotionshirn“ (Unterbewusstsein). Für ungefähr 90 Prozent der Entscheidungen sei das Emotionshirn verantwortlich. Ein Fazit, das Beck im Lauf des Abends anhand

von Beispielen verdeutlichte. „Geben Sie Ihren Kunden positive Emotionen bei jeder Begegnung mit“, forderte er die Unternehmer aus dem Bottwartal auf. Für das Servicemarketing stehe die Formel  $E + X = B$ . Die Erwartungshaltung des Kunden addiert mit besonderem Service führe zu Begeisterung. Auch eine Reklamation sei ein Punkt, an dem man Emotionen schaffen können. Es zählen nicht nur Schuldbekennnis und schnelle Reaktion, sondern auch besondere Extras, die den Kunden begeistern. Außerdem wichtig: dem Kunden in die Augen schauen. Und, sich den Namen des Kunden merken. Beck, selbst nicht nur Unternehmer, sondern auch Kunde, weiß: „Das Emotionshirn hört am liebsten unseren Namen.“

Beim Begriff Serviceinnovation denke man oft „an die Großen“, so Beck. Aber für jeden sei es wichtig, nicht nur artig, sondern vielmehr einzigartig zu sein. Das sehe man beim Kaffee. Die von George Clooney beworbene Kaffeemarke koste hochgerechnet 60 Euro pro Kilo. Ein herkömmlicher Kaffee koste pro Kilo zehn Euro. „Wenn ich einzigartig bin, spielt der Preis keine Rolle mehr.“ Für die Unternehmer zähle daher, nach neuen Ideen zu suchen und den Mut zu haben, diese auch umzusetzen. Schließlich habe bereits Winston Churchill gesagt: „Erfolg heißt einmal mehr aufstehen als hinfallen.“ Doch letztlich prägt das Bild eines Betriebs nichts so

sehr wie seine Mitarbeiter. Denn die innere Einstellung übertrage sich auf das Umfeld.

Im Zweifelsfall heiße das aber auch, dass man sich von einem Mitarbeiter, der nicht im Team spiele, verabschiede. Generell wichtig: Energien aufladen, loben und sich in Konfliktsituationen richtig verhalten. „Denn wir können gegen Kunden keine Diskussion gewinnen.“

## DIE GEWINNSPIEL-SIEGER

**Verlost wurden bei der Abschlussveranstaltung außerdem die Preise des Gewinnspiels. Gewonnen haben :**

**Eintrittskarten für das Unheilig-Konzert:** Helmut Kugler (Steinheim), Stefanie Fried (Murr), Manfred Kranert (Oberstenfeld), Anne Martens (Marbach), Carmen Wasilaridis (Erdmannshausen).

**Je einen 200-Euro-Einkaufsgutschein:** Harald Hess (Großbottwar), Cornelia Fies (Steinheim), Semra Kula (Großbottwar).

**Je einen 100-Euro-Einkaufsgutschein:** Margot Matschl (Affalterbach), Susanne Handl (Murr)

**Je einen 50-Euro-Einkaufsgutschein:** Claus Wildermuth (Marbach), Margot Fuchs (Oberstenfeld), Waltraud Langfellner (Marbach), Richard Schneider (Großbottwar), Diana Bühler (Steinheim). fen



Thomas Nitz, Regionaldirektor der Kreissparkasse Ludwigsburg, die Bürgermeister Torsten Bartzsch, Steffen Döttinger, Jan Trost und Ralf Zimmermann sowie MZ-Geschäftsführer Kai Keller (von links) ziehen und verkünden die Sieger des Gewinnspiels.