



Die stolzen Besitzer der Goldstadt Service-Check-Urkunden.

FOTOS: KETTERL

„Service wichtiger denn je“

Großes Finale des Goldstadt Service-Check im CongressCentrum: Kundenzufriedenheit geprüft – Auszeichnung mit Qualitätssiegel

WALTER KINDLEIN
PFORZHEIM/ENZKREIS

Ziemlich genau drei Monaten sind ins Land gegangen, seit die überaus erfolgreiche Auftakt-Veranstaltung zum Goldstadt-Service-Check über die Bühne ging.

Am Donnerstag waren die teilnehmenden Betriebe zur feierlichen Abschluss-Veranstaltung ins Pforzheimer CongressCentrum geladen. Und der Abend hatte den Gästen in der Tat Hochkarätiges zu bieten. Beste Stimmung denn auch bei den geladenen Service-Check-Teilnehmern. Den Abend

Genau hingeschaut

Beim Goldstadt Service-Check wurde in einer vollkommen anonymen Umfrage die Kundenzufriedenheit unter die Lupe genommen. Ein Gewinnspiel gab's obendrein. Entscheidend dabei die Frage: Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie unser Unternehmen weiterempfehlen? Die Bewertung reichte von 0 bis 10 (begeistert).

Weitere Fragen galten der Qualität der Beratung, aber auch den Rabatten – und welche Verbesserungen wünschenswert wären. Mit den Hunderttausenden von Befragungen haben Norbert und Johann Beck eine überaus erfolgreiche Service-Offensive für Unternehmen unterschiedlichster Branchen etabliert. ki



Beste Stimmung im Publikum beim launigen Vortrag von Johann Beck von Metatrain.



Bauchredner Paul Perry in Aktion.



Auch gespannte Aufmerksamkeit ist angesagt beim Vortrag von Johann Beck.



Johann Beck von Metatrain erläutert, was guter Service am Kunden bedeutet.



Albert Esslinger-Kiefer mit Karl-Wilhelm Elsässer.

eröffnete PZ-Verleger Albert Esslinger-Kiefer mit Ausführungen über die Herausforderungen des lokalen Handels in der heutigen Zeit. „Der Einzelhandel muss das werden, was Online nie sein kann, nämlich ein vitaler Einkaufsraum“, forderte der PZ-Verleger – und beklagte den Beratungsdiebstahl, der tagtäglich in den Geschäften stattfindet.

Sprich: Im Laden beraten lassen – und im Internet kaufen. Um solche Herausforderungen zu meistern, sei die Schicksalsgemeinschaft von Handel und Zeitung existenziell. „Wir sind auf einem guten Weg“, gab sich Esslinger-Kiefer optimistisch.

Johann Beck vom Service-Check-Kooperationspartner Metatrain (siehe Kasten) betonte indes eindringlich die große Bedeutung einer offensiven Service-Orientierung. So sei etwa das Reklamationsverhalten von entscheidender Bedeutung: „Schnell reagieren – informieren – und dann etwas tun, was wirklich begeistert“, betonte Beck, sei das Mittel, um sich dem ruinösen Preiskampf zu entziehen.

Defizite offensiv angehen

„Die Chance klopft öfter an, als man meint, aber meistens ist niemand Zuhause“, zitierte Beck den Amerikaner William Penn Adair und beschwor das Publikum, erkannte Defizite auch auszuräumen. Gerade die Ergebnisse des Goldstadt Service-Check bieten die Gelegenheit dazu.

Weitere Infos gibt es im Internet unter www.pz-news.de



„Das war notwendig. Wir sehen was Kunden denken – und wo wir stärker werden müssen.“

Timo Gsell, Geschäftsführer Saturn Pforzheim



„Eine prima Aktion. Wir sehen so gleich, was wir verbessern können.“

Joachim Streb, geschäftsführender Inhaber Gartencenter Streb



„Von Grund auf eine fundierte Sache, von der jede Firma profitiert.“

Ekkehard Haase, geschäftsführender Inhaber Möbelzentrum Birkenfeld



„Das war wirklich sehr bereichernd. Die Resonanz war ausgezeichnet.“

Christa Müller, Geschäftsführerin Wohnstudio Farr



„Für uns war die Aktion sehr positiv. So haben wir die Chance, auch etwas zu verändern.“

Benjamin Orsag, stellvertretender Geschäftsleiter bei Bauhaus

„Gelebte Medienpartnerschaft“

INTERVIEW mit PZ-Anzeigenleiter Michael Hollfelder

DAS GESPRÄCH FÜHRTE
WALTER KINDLEIN

PZ: Vor einem knappen Monat war der Aktionszeitraum für den Goldstadt Service-Check beendet. Wenn Sie heute Resümee ziehen, was für einen Eindruck haben Sie im Rückblick?

Michael Hollfelder: Ich habe einen überaus guten Eindruck, denn es haben sehr viele Unternehmen die Möglichkeit und das Angebot angenommen, den eigenen Service auf den Prüfstand zu stellen.

Was sagen die beteiligten Kunden zu der Aktion? Gut 90 Un-

ternehmen waren mit von der Partie.

Das ist ein sehr guter Wert für unsere Region. Und die Kunden zeigten sich fast ausnahmslos sehr positiv und freuen sich über diese gemeinsame Aktion. Ich denke, das ist gelebte Medienpartnerschaft.

Wie können diese von der Auswertung auch mittel- bis langfristig profitieren?

Ich habe gestern auf der Abschlussveranstaltung beim Überreichen der Servicezertifikate gesagt, dass jetzt mit der Servicebewertung erst die Nachhaltigkeit des Projektes beginnt. Denn jetzt

weiß der Unternehmer, wie der Service von der Kundschaft wahrgenommen wird, und kann dementsprechend auch darauf reagieren.

Viele reden heute von Service. Was war das Besondere genau an diesem Projekt?

Das Besondere an dem Projekt war, dass alle Unternehmen aus dem Verbreitungsgebiet der PZ mitmachen konnten. Wir hatten extra drei unterschiedliche Preispakete im Angebot, um jedem die Beteiligung zu ermöglichen. Diese Chancengleichheit war uns sehr wichtig. Denn normalerweise ist eine derartige Aktion für die meis-

ten Unternehmen personell und auch von der Kostenseite nur schwer leistbar.

Wird es eine solche Aktion wieder geben?

Eine Wiederholung des Service-Checks kann ich mir sehr gut vorstellen. Zunächst wollen wir aber andere gute Ideen entwickeln, um die Einzelhändler, Handwerker und sonstigen Dienstleister unserer Region zu unterstützen. Da sehe ich die hohe Verantwortung einer regionalen Tageszeitung. Wir müssen Wegbegleiter und Berater sein in allen werblichen und crossmedialen Belangen unserer Kunden.



Die glücklichen Gewinner beim Service-Check-Gewinnspiel sind ausgelost: Siglinde Obloh gewann einen Flachbild-Fernseher von Saturn, Brigitte Schmalfuß eine Spiegelreflexkamera von Photo Planet, Andreas Deurer einen Gutschein über 400 Euro von MatratzenTraum sowie Lothar Gegenheimer einen Gutschein über 400 Euro vom Möbelzentrum Birkenfeld. Unser Bild zeigt Canan Vural (links) sowie Ivonne Kuhnke, Mitarbeiterinnen der Anzeigenabteilung, mit Anzeigenleiter Michael Hollfelder.