



Die PZ-Mediaberater Achim Roos und Sascha Mairbichler informieren ihre Kunden gezielt über die Service-Kampagne.

FOTO: SEIBEL

Startschuss für Goldstadt-Service-Check

- Pforzheimer Unternehmen stellen sich dem Urteil ihrer Kunden.
- Oberbürgermeister Gert Hager übernimmt die Schirmherrschaft.

LOTHAR H. NEFF | PFORZHEIM

Wenn es nicht gelingt, sich klar und deutlich vom Wettbewerb abzuheben, der wird abstürzen.“ Die angebotenen Produkte seien vielfach austauschbar, punkten könne man deshalb nur beim Service. Das sagt einer, der es wissen muss. Norbert Beck ist seit sechs Jahren bundesweit in Sachen Kundenservice unterwegs. Die erste Service-WM startete Beck im Jahr 2006 – im Jahr der Fußball-WM in Deutschland. Seine Heimatstadt Neumarkt bei Nürnberg sollte damals fit gemacht werden für den Empfang von Gästen aus aller Welt, die zur Fußballweltmeisterschaft nach Deutschland gekommen waren. Was zunächst als Einzelaktion geplant war, entwickelte sich zu einem bundesweiten Erfolgsmodell. Gemeinsam mit führenden Zeitungsverlagen veranstaltete Becks Firma Metatrain die Service-WM nämlich im gesamten deutschsprachigen Raum. In mehr als 100 Metropolen, kleinen Städten und ganzen Regionen stellten



Die Erfolgsstrategie der Service-Weltmeister stellt Buchautor und Referent Norbert Beck am 22. Januar im PZ-Forum vor.

FOTO: HERBST

Service ist sexy

Beim **Goldstadt-Service-Check** wird in einer anonymen Umfrage mit Gewinnspiel die Kundenzufriedenheit ermittelt. Die zentrale Frage ist dabei: „Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie unser Unternehmen einem Freund/einer Freundin oder einem Kollegen/einer Kollegin weiterempfehlen?“ Die Bewertung erfolgt auf einer Skala von 0 (niemals) bis 10 (begeistert). Weitere Fragen sind: Was waren die wichtigsten Grün-

de (Qualität, Beratung, Rabatte?) und welche Verbesserungen wünschen Sie sich?

Aus über 100 000 solcher Kundebefragungen pro Jahr haben die Brüder **Norbert und Johann Beck** die Strategie für die Service-WM entwickelt. Das Erfolgsgeheimnis dieser Strategie geben Sie in motivierenden Vorträgen, Seminaren und Büchern („Service ist sexy“) an die teilnehmenden Unternehmen weiter. ne

sich kleine und mittelständische Unternehmen dem Wettbewerb, um die eigene Serviceleistung zu optimieren. Jetzt ist die Goldstadt an der Reihe: Präsentiert von der „Pforzheimer Zeitung“ können sich Einzelhändler, Handwerker und Dienstleister an der Aktion beteiligen. Deren Kunden beurteilen in einer kurzen Umfrage die Servicequalität des Unternehmens. Das Ergebnis wird von Metatrain ausgewertet. Wenn sich genügend Kunden beteiligen und die Bewertung beim Goldstadt-Service-Check positiv ausfällt, erhalten die teilnehmenden Firmen ein entsprechendes Service-Zertifikat.

Im Rahmen der Auftaktveranstaltung zum Goldstadt-Service-Check am 22. Januar im PZ-Forum erläutert Norbert Beck in einem Impulsvortrag warum „Service sexy ist“ und wie sich eine Teilnahme an der Werbekampagne auch in höherer Kundenzufriedenheit niederschlägt.

„Jeder kann besser werden“

„Das ist eine tolle Aktion, die wir gerne unterstützen“, sagte Oberbürgermeister Gert Hager im Gespräch mit der PZ. „Guter Service bedeutet zufriedene Kunden, die wiederkommen und damit gute Geschäfte.“ Stimmen die Umsätze profitiere auch die Stadt Pforzheim, ergänzt Hager, der spontan die Schirmherrschaft für den

Goldstadt-Service-Check übernommen hat. Mit hoher Servicequalität könnten sowohl Einzelhändler, als auch Gesundheitsdienstleister und Handwerker punkten. „Jeder kann besser werden.“ Das gelte auch für die Stadtverwaltung, räumt der OB selbstkritisch ein. Der Service-Check komme zur richtigen Zeit, denn auch die Goldstadt mache sich fit für die Zukunft und ertüchtige die City verkehrstechnisch. Die Stadt der kurzen Einkaufswege soll auch zur Service-Hochburg werden. Das hat sich Einzel-

handelspräsident Horst Lenk gewünscht, als der Pforzheimer Kaufmann mit dem Einzelhandelsverband Baden-Württemberg eine Qualitätsoffensive ins Leben rief. „Immer wieder wird Deutschland als Service-Wüste kritisiert. Ich bin überzeugt davon, dass beim Goldstadt-Service-Check überwiegend herauskommen wird, wie kundenfreundlich der Pforzheimer Einzelhandel ist“, betont Thomas Satinsky, geschäftsführender Verleger der Pforzheimer Zeitung. „Und dies sollten sich die Unternehmen auch von ihren Kunden bestätigen lassen. Deswegen ist der Service-Check ein prima Qualitäts-Siegel.“

@
Mehr Infos im Internet unter:
www.service-wm.de

Informationen zum Goldstadt-Service-Check und Anmeldung für die Auftaktveranstaltung unter **Telefon 07231/933-101**