

## FESTLICHER ABSCHLUSS DER SERVICE-WM

Die Aktion war ein voller Erfolg: 49 Firmen aus dem Landkreis haben bei der Service-WM mitgemacht, die „Weilheimer Tagblatt“, „Penzberger Merkur“ und „Schongauer Nachrichten“ mit der Firma „Metatrain“ erstmalig organisiert haben.



Eng wurde es auf dem Podest, denn alle sind Sieger: Die Teilnehmer der Service-WM mit den Vertretern der Anzeigenabteilungen von „Weilheimer Tagblatt“, „Penzberger Merkur“ und „Schongauer Nachrichten“ sowie Mit-Veranstalter Norbert Beck von der Firma „Metatrain“ (r.).

FOTOS: EMANUEL GRONAU

# König Kunde weist den Weg

Was finden Kunden gut? Was passt ihnen überhaupt nicht? 49 Firmen haben sich bei der ersten Service-WM im Landkreis Fragen wie diesen gestellt. Die Ergebnisse haben sie nun bei einer Abschlussfeier in Peißenberg erfahren. Klar ist: Bei dieser Weltmeisterschaft gibt es nur Sieger.

VON KATHRIN GARBE

**Peißenberg** – Toni Ritter von den Oderdinger Garteneinrichtern „Teak & More“ nutzt jede Gelegenheit, die Zufriedenheit ihrer Kunden zu erfragen. Die flippige 31-Jährige mit dem Kurzhaarschnitt und der Lederjacke steht an einem Bistro-Tisch in der Lobby der Peißenberger Tiefstollenhalle, wo die Abschlussfeier der Service-WM mit einem Sekt-Empfang beginnt. Ein anderer Gast erzählt ihr, dass sein Vater vor kurzem eine Gartenliege in dem Oderdinger Laden gekauft habe. Toni Ritter fragt wie aus der Pistole geschossen: „Und, ist er zufrieden?“ Feedback von König Kunde gehört für sie zum Geschäft.

Und da ist sie nicht die Einzige: 49 Unternehmen im Landkreis Weilheim-Schongau haben bei der Service-WM mitgemacht, die „Weilheimer Tagblatt“, „Penzberger Merkur“ und „Schongauer Nachrichten“ mit der Firma „Metatrain“ organisiert haben. Autohäuser, Sportgeschäfte, Schwimmbäder, Bäcker, Modeläden, Metzger und viele andere konnten sich im November der Öffentlichkeit in einer Sonderbeilage der Heimatzeitung präsentieren. Im Mittelpunkt der Service-WM stand die Kundenbefragung.



**Freundliches Lächeln:** Am Buffet freuten sich die Gäste über italienische Vorspeisen und Wildspezialitäten des Paterzeller Caterers „Eibenwald“.



**Entspanntes Geplauder:** Landrat Zeller (v.l.), Stefan Schackmann (AOK-Direktor Garmisch/Weilheim) und ZVO-Anzeigenleiter Stefan Hampel.



**Bitterschön:** Thomas Berk Müller von den „Schongauer Nachrichten“ übergab das Umfrage-Ergebnis an Michael Lutz und Lisa Enzmann („Lutz Fahrzeugservice“).



**Die Hände zum Himmel:** Die Teilnehmer sollten bei einem kleinen „Coaching“ eine Jubelpose einnehmen und dabei denken „Mir geht's schlecht“. Das geht nicht, was wiederum zeigen sollte, wie eng das Denken und die Körperhaltung zusammenhängen.

Die Kunden konnten Voting-Zettel ausfüllen, die in den Geschäften auslagen, oder im Internet abstimmen. Wie zufrieden sind sie mit Service & Co.? Welche Verbesserungsvorschläge haben Sie? Die Ergebnisse erhielten die Teilnehmer am Dienstagabend in der Tiefstollenhalle – diskret verpackt in großen Umschlägen. Fürchten brauchte sich davor aber eh niemand.

Denn das Resultat der ersten Service-WM im Landkreis sei „richtig gut“, eines der besten Ergebnisse, die er bisher erlebt hat, lobte Norbert Beck, Mitveranstalter von „Metatrain“, der die Service-WM bereits in anderen Landkreisen organisiert hat. Zufrieden ist Beck auch mit den 3672 Kunden-Rückmeldungen. Und der Marketing-Experte hatte gleich noch einen Tipp parat: „Schauen Sie bei der Auswertung, ob sich Hin-

weise der Kunden auffällig häufen.“ Das sei ein sicheres Zeichen für Handlungsbedarf – und zeige, wo der Weg hin führt.

Eines war an diesem Abend aber auch klar, Weilheim-Schongaus Landrat Dr. Friedrich Zeller betonte es nochmal: „Alle sind bei diesem Wettbewerb Sieger.“ Denn man könne aus den Ergebnissen der Kundenbefragung ja nur lernen. „Und wenn der

Service stimmt, dann kommen die Kunden wieder“, sagte Zeller. Gerade in Zeiten von Internet und Online-Einkäufen seien Service-Leistung und Qualität vor Ort wichtig.

Begeistert war der Landrat jedenfalls von dem Veranstaltungsort an diesem Abend. „Ich kenne die Tiefstollenhalle ja, aber nicht in dieser festlichen Verkleidung“, sagte er staunend. Große runde Tische, weiße Tischdecken,

Kerzenlicht und sanfte Popmusik schufen eine angenehme entspannte Atmosphäre. Diese genossen Roland Heiss, Anzeigenverkaufsleiter in Weilheim, und auch alle anderen Vertreter der Heimatzeitungen. Die Teilnehmer der Service-WM konnten leger Kontakte austauschen und neue Netzwerke knüpfen. Und sich auch einmal einen Abend lang als „König“ fühlen.

**Service ist mehr als nur Freundlichkeit**

Es war eher eine Show als ein Vortrag, was Norbert Beck von „Metatrain“ in der Tiefstollenhalle präsentierte. Mit glänzendem Anzug und silberfarbener Krawatte strömerte er auf der Bühne von links nach rechts und von rechts nach links, lief durch das Publikum und setzte mit seiner Mimik gekonnt seine Worte in Szene.

**Wie gutes Marketing** und guter Service aussehen, erklärt der Experte mit einer Prise Humor. So zum Beispiel das George Clooney-Phänomen bei „Nespresso“. Frauen würden die – vergleichsweise – wahnsinnig teuren Kapseln kaufen, um dann zuhause zu merken, dass sie gar keinen Nespresso-Automaten besitzen. Und das alles wegen George Clooney, sagt Beck. Gutes Marketing rufe Emotionen hervor und mache das Produkt einzigartig.

**Mut braucht es**, um Innovationen auch umzusetzen. Als Beispiel nannte Beck einen Spielzeughändler, der mehr oder weniger durch Zufall auf die Idee kam, „Männerabende“ zu veranstalten – Erwachsene konnten sich eine Nacht lang in seinem Geschäft mit Eisenbahn & Co. austoben. Das kam an, erklärt Beck: „Mittlerweile macht er damit 120 000 Euro Umsatz.“

**Beim Service reiche** es aber nicht, freundlich zu sein. „Klar, jeder sollte sich eine Betriebsfreundlichkeit zulegen“, sagte Beck. Aber um Kunden zu behalten, müsse man positive Erinnerungen schaffen. Das funktioniert durch Aufmerksamkeiten – etwa ein kleines Geschenk wie einen Schminkspiegel für eine Frau, deren Spiegel im Auto kaputtgegangen ist.

**Wichtig sei auch zusätzliche Beratung.** Wenn jemand beispielsweise beim Metzger Fleisch für Rouladen kauft, sollten die Verkäufer fragen, ob er auch an den Speck und an die Gurken gedacht hat. kg

### WIE HAT IHNEN DIE SERVICE-WM GEFALLEN?



**Markus Obermaier (47)**  
Optik Obermaier Peiting

Die Service-WM ist eine sehr gute Idee. Ich habe ein gutes Feedback von meinen Kunden bekommen. Manche erzählten, dass sie gerade online für mich abgestimmt haben. Das ist auch gut für die Kundenbindung.



**Isabella Oswald (52)**  
Trachtenstube Inge Penzberg

Die Service-WM ist gut bei den Kunden angekommen. Wir selbst könnten eine Kundenbefragung in diesem Umfang nicht in die Wege leiten. Wir freuen uns sehr, wenn wir uns verbessern können.



**Toni Ritter (31)**  
Teak & More Oderding

An sich ist das eine ganz, ganz tolle Sache mit der Service-WM. Ich war sofort begeistert. Für uns war nur der Zeitpunkt etwas schlecht, weil wir als Garteneinrichter im Winter weniger Kunden haben als im Sommer.



**Christoph Gast (31)**  
Autoservice Gast Bernbeuren

Die Service-WM hat mir gut gefallen. Bei dieser Befragung dreht sich wirklich alles um Dienstleistung und Service. Ich musste die Leute aber schon animieren, die Zettel für das Voting auszufüllen.



**Monika Michl (47)**  
Bäckerei Michl Schongau

Eine tolle Sache, wir machen sowas das erste Mal. Und wir sind unglaublich zufrieden damit, wie viele Kunden Zettel ausgefüllt haben. Dabei sind die meisten beim Bäcker ja auf dem Sprung.



**Sabine Gerold (38)**  
Sparkasse Weilheim Weilheim

Ich fand gut, dass es sich um eine branchenübergreifende, unabhängige Umfrage handelt. Bei uns finden Erhebungen meist nur innerhalb des Bankensektors statt. Wir sind gespannt auf unser Resultat.



**Birgit Fenell (53)**  
Rigi Rutsch'n Peißenberg

Wir hatten die Möglichkeit, unsere Badegäste nach ihren Wünschen und Bedürfnissen zu fragen. Wir sind ein Bad mit wenig finanziellen Mitteln. Aber wir haben freundliche Mitarbeiter und guten Service.