

# Anspruchsvolle Firmen setzen auf Service-Offensive

■ KREIS ESSLINGEN: Auftaktveranstaltung in der Osterfeldhalle findet großen Anklang – Zufriedene Kunden im Fokus

„Service ist sexy“, sagt der Marketingexperte Norbert Beck. Er muss es wissen, schließlich hat er in den vergangenen Jahren deutschlandweit rund 600 000 Kundenmeinungen ausgewertet. Weil erfolgreiche Firmen nicht nur gute Waren, sondern auch positive Emotionen verkaufen, bietet die Eßlinger Zeitung nun gemeinsam mit Becks Firma Metatrain einen regionalen Service-Check an. Die Auftaktveranstaltung hat mehr als 200 Geschäftsleuten Lust gemacht, in die Service-Offensive zu gehen.

VON ALEXANDER MAIER

Dass sich so viele Geschäftsleute aus Esslingen und der Region für die Teilnahme am Service-Check interessieren, ist für Bechtle-Geschäftsführer Werner Schumacher ein bemerkenswertes Zeichen: „Vor einigen Jahren war oft von der ‚Servicewüste Deutschland‘ die Rede – heute gibt es immer mehr Firmen, die den Servicegedanken betonen, weil sie wissen, dass der Preis für viele Kunden nicht das allein entscheidende Kriterium für den Einkauf ist.“ Viele Käufer legen nach Schumachers Eindruck gesteigerten Wert auf guten Service. „Da wollen wir mit dem Service-Check ansetzen“, betont der Geschäftsführer. Mit der Firma Metatrain habe die Eßlinger Zeitung einen Partner an der Seite, der in diesem Bereich schon vielfältige Erfahrungen gesammelt hat. Dass sich diese Aktion lohnt, ist für Schumacher keine Frage: „Guter Service ist heute ein entscheidender Wettbewerbsvorteil. Den kann kein Internet bieten, das geht nur im Augenkontakt.“

## Eigene Stärken konsequent ausbauen

Der Neumarkter Marketingexperte Norbert Beck ist mit seinen Studien zu Service und Einkaufsverhalten weit in der Republik herumgekommen. Und er hat die Erfahrung gemacht, dass die lokale und regionale Geschäftswelt keinerlei Anlass hat, das eigene Licht unter den Scheffel zu stellen. Vielmehr könne sie stolz sein auf ihre Leistungen. Trotzdem sei es wichtig, das eigene Angebot immer wieder selbstkritisch unter die Lupe zu nehmen und zu fragen: „Was macht mein Geschäft so attraktiv, dass der Kunde gerne bei mir ein-



Guter Service und pfiffige Ideen sorgen für zufriedene Kunden – und den Mitarbeitern macht die Arbeit noch mehr Spaß. Wie man es richtig macht, verriet der Marketingexperte Norbert Beck mehr als 200 Geschäftsleuten in der Berkheimer Osterfeldhalle bei der Auftaktveranstaltung zum Service-Check. Foto: Kaijer

kauft?“ Wer hier ansetzen und sein Unternehmen kundenfreundlich weiterentwickeln möchte, könne von den Erfahrungen anderer erfolgreicher Unternehmen profitieren, betont Norbert Beck. Verstärktes Engagement in diesem Bereich Sorge für noch bessere Kundenbindung und noch motiviertere Mitarbeiter. Am wichtigsten sei es jedoch, die Meinungen der Kundschaft zu kennen und zu wissen, welche Stärken sich noch mehr betonen lassen und welche möglichen Schwächen man angehen könnte.

Höchst unterhaltsam, sprühend vor guten Ideen und mitreißend in der Ansprache hatte Norbert Beck die mehr als 200 Geschäftsleute, die zur Auftaktveranstaltung in die Berkheimer Osterfeldhalle gekommen waren, im Handumdrehen für sein Anliegen eingenommen. „Gute Werbung kann jeder machen – die Großen wie die Kleineren. Ohne gute

Werbung hat man es heute sehr schwer“, betonte der Marketingexperte. Und egal, ob Bäcker, Autohändler, Schuhgeschäft oder Hotelier – für jeden lasse sich das richtige Konzept finden. Den wichtigsten Schlüssel zum Erfolg sieht Beck jedoch in der Ansprache der Kunden: Freundlichkeit, Fachkompetenz und Wertschätzung sollten selbstverständlich sein – und sie zahlen sich aus. Deshalb ist der Service-Check als dreimonatige nachhaltige Kampagne angelegt, die nicht nur zeigen soll, was die Geschäftswelt in Stadt und Landkreis Esslingen zu bieten hat, sondern auch dazu beitragen soll, den Servicegedanken noch intensiver herauszuarbeiten.

Weil der Kunde König ist, ist sein Urteil der zentrale Baustein im Konzept: Die Kunden werden in den Geschäften befragt und sollen unvoreingenommen von ihren Erfahrungen berichten, aus denen sich hinter-

her die richtigen Schlüsse ziehen lassen. Dass sich eine Aktion wie der Service-Check für Kunden wie für Firmen lohnt, ist für Norbert Beck keine Frage. Denn eine attraktive und facettenreiche Geschäftswelt vor Ort ist für ihn ein hohes Gut, das es zu bewahren gelte – und das man mit jedem Einkauf sichern helfe. Dass

## SO FUNKTIONIERT DER SERVICE-CHECK

Die Teilnehmer erhalten attraktive Werbematerialien und Abstimmungskarten, auf denen die Kunden ihre Meinung zum Geschäft und seinem Service notieren können. Die Wertungskarten, die namentlich nicht gekennzeichnet werden müssen, können im Geschäft abgegeben werden. Abstimmen kann man auch via Internet. Jeder Kunde, der mitmacht, nimmt mit einer separaten Karte an einer Verlosung teil. Außerdem erscheint ein Service-Journal, in dem die beteiligten Un-

ternehmen sich und ihre Angebote gemeinsam mit anderen Firmen, die Wert auf exzellenten Service legen, vorstellen können. Hinterher erhält jede Firma ein Service-Handbuch mit vielen Tipps, eine individuelle Auswertung der Kundenbefragung sowie bei positiver Bewertung ein Service-Siegel. Firmen, die sich am Service-Check beteiligen wollen, erhalten nähere Informationen bei Projektleiterin Beatrix Dotzauer (☎ 07 11/93 10-227) sowie per E-Mail unter [service-check@ez-online.de](mailto:service-check@ez-online.de)