



Auflage steigt Die Zahl der Leser der Donauwörther Zeitung wächst

Donauwörth Die Donauwörther Zeitung gehört zu den Gewinnern der jüngsten Verbreitungsanalyse. Insgesamt konnte die Heimatausgabe der Augsburgers Allgemeinen ihre verkaufte Auflage um 250 auf 14 980 Exemplare steigern.

Im Verbreitungsgebiet zwischen Rain und Harburg, zwischen Holzheim und Wolfersstadt erhält folglich jeder zweite Haushalt ein Exemplar der Donauwörther Zeitung. Zusammen mit weiteren Lokalausgaben der Augsburgers Allgemeinen, also den Rieser Nachrichten, der Neuburger Rundschau und der Donau Zeitung, erreichen die vier Heimatteile sogar eine verkaufte Auflage von 15 844 Stück.

Die Verbreitungsanalyse Tageszeitungen wird alle zwei Jahre von der Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern (IVW) herausgegeben. Sie stellt die verkauften Auflagen der Tageszeitungen auf Gemeindeebene dar. Nun erschien die 22. Auflage.

Da die Analyse nicht nur einen Blick auf die Heimatzeitung wirft, sondern alle genutzten Tageszeitungen abfragt, ergibt sich ein komplettes Bild der Zeitungsnutzung. So verlor die Bild-Zeitung in der Region rund 300 Leser im Vergleich zum Jahr 2013. Auch weitere überregionale Tageszeitungen büßten Auflagen ein, so die Süddeutsche Zeitung (minus zehn Leser auf 338) und die Frankfurter Allgemeine Zeitung (minus drei auf 22).

Die Donauwörther Zeitung konnte ihre Auflage in fast allen Kommunen steigern, beispielsweise in Oberndorf um 40, in Tapfheim um 36 oder in Rain um 27.

Lediglich in der Großen Kreisstadt Donauwörth und Otting muss die Donauwörther Zeitung insgesamt 33 Ausgaben einbüßen. Im Übrigen konnten auch die Auflagen außerhalb des klassischen Verbreitungsgebietes gesteigert werden – wenn auch nur um wenige Ausgaben: in Nördlingen und Rennerthofen.

pm

Landkreis Die Vernunft der Emotionen ist die Regel, nicht die Ausnahme. Darin stimmen alle ernst zu nehmenden Gehirnforscher überein. Diese wissenschaftlich abgesicherte Erkenntnis sollten wir uns bei der Planung und Ausführung vor allem unserer Serviceleistungen zu Nutze machen. Was passiert im Gehirn von Kunden, wenn diese mit unserem Unternehmen in irgendeiner Form in Kontakt kommen, sei es telefonisch, per Internet oder durch einen persönlichen Kontakt unserer Mitarbeiter

erfolgreich erwiesen haben. Es ist für unsere Gefühle zuständig und fungiert als eine Art Schalter zwischen unseren Sinnesorganen und dem Großhirn, mit dem wir bewusst denken. Unsere Kunden, die mit uns in Kontakt treten, nehmen Informationen mit all ihren Sinnesorganen wahr. Sie sehen, hören, fühlen, riechen und schmecken unser Unternehmen, unsere Mitarbeiter, unseren Service. Sieht ein Kunde zum Beispiel unser Büro, so scannt es sein Auge ein und schickt das Bild in sein limb-

ig dann nur noch das bereits vorhandene Gefühl und führt eine Handlung aus. Diese könnte entweder Auftragserteilung oder Flucht sein. Amerikanische Studien belegen weiter, dass die Einrichtung eines Rechtsanwaltsbüros und die Kleidung des Rechtsanwalts ausschlaggebend dafür sind, ob der Kunde den Rechtsberater als erfolgreich oder erfolglos, vertrauenswürdig oder weniger vertrauenswürdig empfindet.

Unordentliche Schreibtische führen bei machen Kunden zu der Assoziation fehlender Verlässlichkeit. Verlässlichkeit ist jedoch das wichtigste Merk-

mal, nach dem Kunden unsere Serviceleistungen beurteilen. Deshalb agieren Sie jetzt limbisch bei der Erbringung von Serviceleistungen und beachten Sie die „Vernunft der Emotionen“ unserer Kunden. Diese werden es Ihnen mit mehr Umsatz und Gewinn vergelten. Wussten Sie schon, wie Sie effektiv die Einstellungen Ihrer Mitarbeiter ändern können? Erreichen Sie ihr Gefühl. Dies kann durch wertbehaftete Darstellung von Informationen und intensive Bildreize erreicht werden, aber auch durch mitreißende Musik und intensive Gruppenerlebnisse.

Johann Beck & Norbert Beck

Vernunft der Emotionen

Das limbische System hat großen Einfluss auf die Entscheidung eines Kunden



oder unseres Unternehmens? Die entscheidende Rolle spielt eine Region des Gehirns, das limbische System.

Das limbische System ist ein evolutionsbiologisch älterer Teil unseres Gehirns, gehört aber nicht zum Stammhirn, sondern umgibt das Stammhirn wie ein Saum und liegt außerhalb des Großhirns. Im limbischen System sind vor allem jene Programme verankert, die sich während der Millionen Jahre dauernden Evolution als

sches System. Dort wird es abgeglichen mit seinen bisherigen Vorerfahrungen und seiner genetischen Programmierung, also Programme, die in seinen Genen gespeichert sind. Daraufhin entsteht ein Gefühl beim Kunden. In unserem Fall entweder positiv oder negativ. Wichtig oder unwichtig. Ist das Gefühl sehr intensiv, so legt das limbische System unseres Kunden einen Schalter um und gibt eine Information an sein Großhirn. Das Großhirn bestä-



Ein chaotischer und unaufräumter Schreibtisch kann beim Geschäftspartner negative Eindrücke auslösen. Foto: RioPatuca Images, Fotolia.com

INFORMATION

Wemding Die Informationsveranstaltung zur Service-WM findet am 15. September um 19 Uhr im Gasthof Zur Wallfahrt in Wemding statt. Hierbei werden alle Fragen rund um diese besondere Aktion im Detail geklärt. Die Teilnehmerzahl bei der Infoveranstaltung ist begrenzt. Anmelden können sich deshalb maximal zwei Personen pro Firma. Nähere Informationen vorab gibt es außerdem bei Ihrem Medienberater der Rieser Nachrichten oder der Donauwörther Zeitung. Anmeldung zur Infoveranstaltung ist unter den E-Mailadressen anzeigen@rieser-nachrichten.de und unter anzeigen@donauwoerther-zeitung.de möglich.