



Daumen hoch für den Service der Region Limburg: Uwe Bender, Sebastian Bach, Marion Gresser, Jürgen Maus, Doris Wagner, Thomás Büker, Martina Lotz, Mario Rohrer, Klaus Merz, Jürgen Deuster, Ulrike Kremers, Oliver Heinritz und Johann Schäfer (von links) sowie Martin Acht (Foto unten, Zweiter von links) sind die Pioniere für den Limburger Service-Check, zu dem Ihre Tageszeitung einlädt. Fotos: in Concas

NNP lädt zum Service-Check

Zwei Monate lang haben die Kunden Gelegenheit, die Service-Qualität zu beurteilen

Natürlich gehört der schnelle Kauf im Internet längst zum Alltag vieler Menschen. Wer aber so wesentliche Kriterien wie persönliche Beratung, ein besonderes Einkaufserlebnis und die Erhaltung und Schaffung regionaler Arbeitsplätze und Lehrstellen sucht, kauft am besten regional in der eigenen Stadt – und nutzt die Serviceleistungen der Geschäfte.

■ Von Anette in Concas

Limburg. Jetzt haben alle Limburger Kaufleute – und auf der anderen Seite auch ihre Kunden – die Möglichkeit, einmal zu überprüfen, wie positiv es um das Einkaufserlebnis und den Ser-

vice in den Limburger Geschäften bestellt ist. Das ist der eigentliche Inhalt des Service-Checks, zu dem die Nassauische Neue Presse von Mittwoch, 12. März, bis zum Dienstag, 27. Mai, einlädt. Der Service-Check, manchmal auch ServiceWM genannt, wird von der Nassauischen Neuen Presse in Zusammenarbeit mit Metatrain, einem unabhängigen Beratungsinstitut veranstaltet. Mit im Boot sitzen auch die beiden Partner Kreissparkasse Limburg (KSK) und Vereinigte Volksbank Limburg.

Spannend wird schon die Auftaktveranstaltung, zu der die Unternehmen aus der Limburger Region, am Mittwoch, 12. März, um 19 Uhr, in die Kreissparkasse in Limburg eingeladen

sind. Referent und Motor des Abends ist Service-Experte Norbert Beck, der Geschäftsführer von Metatrain. Der Autor und Diplom-Wirtschaftsingenieur hat mit seinem Bruder Johann die ServiceWM vor sieben Jahren ins Leben gerufen und diese seither in rund 100 Städten durchgeführt.

Service ist sexy

Sein Vortrag mit dem Titel „Service ist sexy“, schildert die Möglichkeiten für Unternehmer, sich vom Wettbewerb abzusetzen. Wer „Service ist sexy“ miterleben möchte, kann sich unter s.lieber@fs-medien.de, ☎ (06431) 2943 11 bei der NNP anmelden. Die Plätze sind begrenzt und werden nach der Reihenfolge der Anmeldung vergeben.

Im Anschluss daran können die Kunden bis einschließlich Montag, 19. Mai, aktiv am Service-Check teilnehmen und mit Hilfe von Bewertungskarten oder per Online-Voting, die Service-Leistungen der Unternehmen, die mitmachen, bewerten. Erleichtert wird das Voting auch durch das vielseitige Service-Journal der Nassauischen Neuen Presse, das am Montag, 28. April erscheint und die beteiligten Unternehmen vorstellt. Jedes Unternehmen, das beim Voting mindestens 30 Beurteilungen erhält, bekommt durch Metatrain einen individuellen Kunden-

ziehungs-Index (KBI) errechnet, der auf der Frage basiert „Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie unser Unternehmen einem Freund/einer Freundin oder einem Kollegen/Kollegin weiterempfehlen?“

Kleine Geschäfte haben hier die gleichen Chancen wie große Geschäfte, es zählt nicht die Anzahl der Stimmen, sondern die Kundenbeziehung. Die Unternehmen, die einen positiven KBI und genügend Stimmen erhalten, haben sich qualifiziert und erhalten ihr „Service-Meister“-Siegel.

Service-Forum

Den krönenden Abschluss bildet das „Service-Forum“ am Dienstag, 27. Mai, in der Volksbank Limburg: Dort treffen sich die „Service-Meister“ und erhalten ihre Zertifizierung. Johann Beck, ebenfalls Metatrain-Geschäftsführer und Experte für Emotions-Marketing, wird den Teilnehmern in seinem Vortrag „Hirnlos verkaufen war gestern“ an diesem Abend noch einmal wichtige Tipps und Anregungen geben, bevor der Abend gemütlich ausklingen kann.

Bereits vor dem offiziellen Startschuss sind 15 Unternehmen mit von der Partie: Die KSK, die Vereinigte Volksbank, Vohl & Meyer, die Autohäuser Schäfer, Bach, Limburg, Gresser, die AOK Lim-

burg, Juwelier Wagner, FITFUN, die „Alte Brennerei“, KARSTADT, Riema und „Schäfer, dein Bäcker“ unterstützen diese wichtige Service-Kampagne jetzt schon nach Kräften – und stellen sich natürlich ebenfalls dem Urteil ihrer Kunden.

Bürgermeister Martin Richard (CDU) und der CityRing freuen sich über den Service-Check, bei dem nur das Urteil der Kunden zählt und der nicht nur die Chancen bietet, sich über Lob zu freuen, sondern das eine oder andere vielleicht auch noch zu verbessern. Die Beurteilungen selbst werden natürlich nicht veröffentlicht. Reinhard Vohl, der Vorsitzende des CityRings, betont: „Wir glauben, dass das Unterscheidungsmerkmal im Wettbewerb in unserer Beratungsleistung liegt. Dadurch können wir ein deutliches Plus vorweisen!“

Auch Landrat Manfred Michel (CDU) begrüßt dieses weitere Engagement sehr. „Ich bin mir sicher, dass mit dem Service-Check der Einzelhandel in der Domstadt gestärkt und ausgebaut werden kann!“

Wer am Voting teilnehmen möchte, kann dies anonym oder unter seinem Namen tun. Unter den namentlich bekannten Teilnehmern verlost die Nassauische Neue Presse zum Abschluss attraktive Preise.



Nicht gegen den Internet-Einkauf, sondern für die großen Vorteile beim Einkaufserlebnis in der Stadt: Der CityRing-Vorsitzende Reinhard Vohl, Jürgen Hertzl (Außendienst NNP), Martin Acht und Bruno Weiß (Außendienst NNP, von links).

INFO

Bislang 500 000 Kundenbefragungen ausgewertet

Norbert und Johann Beck sind seit sieben Jahren mit ihrem Unternehmen Metatrain bundesweit in Sachen Kundenservice unterwegs. Ihre erste ServiceWM starteten die Experten für Emotions-Marketing 2006 – im Jahr der Fußball-WM in Deutschland. Ihre Heimatstadt Neumarkt bei Nürnberg sollte damals fit gemacht werden für den Empfang von Gästen aus aller Welt, die zur WM nach Deutschland kamen. Was zunächst als Einzelaktion geplant war, kam ausgezeichnet an und entwickelte sich so im Laufe der Zeit zu einem bundesweiten Erfolgsmodell. Gemeinsam mit führenden Zeitungsverlagen veranstalteten die Becks den Service-Check nach und nach im gesamten deutschsprachigen

Raum. In mehr als 100 Metropolen, kleinen Städten und ganzen Regionen stellten sich bisher die Unternehmen den Urteilen ihrer Kunden. Bisher hat Metatrain über 5000 Unternehmen im Wettbewerb begleitet und 500 000 Kundenmeinungen ausgewertet. Aus solchen Kundenbefragungen haben Norbert und Johann Beck auch die Strategie für die ServiceWM entwickelt. Ihr Erfolgsgeheimnis geben sie in Vorträgen, Seminaren und Büchern an die teilnehmenden Unternehmen weiter. In „Service ist sexy“ und „Hirnlos verkaufen war gestern“, erklären sie wie das Hirn beim Einkaufen tickt – im Vordergrund steht dann allerdings das Emotions- und nicht das Denkhirn.



Metatrain-Referent Norbert Beck.