



# „Verkaufen von Mensch zu Mensch“

**PZ-INTERVIEW** mit Norbert Beck, Geschäftsführer der Firma Metatrain, über Einkaufsgewohnheiten und Emotionen

DAS GESPRÄCH FÜHRTE  
**LOTHAR H. NEFF**

Der stetige Vormarsch der Internet-Riesen verändert die Handelslandschaft auch in unserer Region. Nicht nur Lebensmittel, auch Gebrauchsgüter und Dienstleistungen werden von den Online-Anbietern in unserer Region verkauft. Dieser Umsatz geht unseren regionalen Unternehmen verloren. Deshalb ist es für hier ansässige Unternehmen überlebenswichtig, sich auf ihre Stärken zu konzentrieren und sie auszubauen. Die größte Stärke regionaler Unternehmen ist das Verkaufen von Mensch zu Mensch.

**Pforzheimer Zeitung:** Herr Beck, Sie sind ja in der Goldstadt kein Unbekannter. Bei ihrem letzten Auftritt vor drei Jahren haben sie die Einzelhändler erfolgreich für die Service-Offensive mobilisiert. Was ist ihr aktuelles Thema?

**Beck:** Ich freue mich, am Dienstag, 27. September, wieder in Pforzheim zu sein. Die Stadt und die Unternehmen sind mir aus der Service WM vor drei Jahren in sehr positiver Erinnerung. Unter den 7000 regional ansässigen Unternehmen, die wir im Laufe von zehn Jahren Service WM begleitet haben, gibt es Unternehmen, die sich erfolgreich gegen die Internet-Riesen behaupten. Wir nennen Sie „Emotionsweltmeister“. Seit drei Jahren untersuchen wir, warum diese Unternehmen so er-



Auch Niclas Hauser geht gerne in Pforzheim einkaufen.

FOTOS: KETTERL

folgreich sind im Kampf gegen die Internetkonkurrenz und ihre regionalen Wettbewerber. Aus den Untersuchungsergebnissen und der Auswertung von mittlerweile 500 000 Kundenmeinungen in Deutschland kristallisiert sich ei-

ne Strategie heraus, die diese Unternehmen erfolgreich anwenden. Diese Strategie gebe ich gerne an die teilnehmenden Unternehmen am 27. September im PZ-Forum weiter.

**Wie gelingt es, Menschen, die bei den Internet-Riesen einkaufen, wieder für den stationären Einzelhandel zu begeistern?**

Menschen kaufen von Menschen! Das vergessen wir oft in unserer internetdominierten Zeit. Die Erfolgsformel, um Menschen wieder für den regionalen Einkauf zu begeistern lautet: R + E = K. (R) Regionale Nähe + (E) Emotionale Nähe = (K) Ich kaufe Dich. Wenn es regional ansässige Unternehmen schaffen, zu ihren Kunden emotionale Nähe aufzubauen, werden Menschen auch wieder mehr in der Region einkaufen.

**Was können die regionalen Händler dafür tun?**

Die große Chance der regional ansässigen Unternehmen im Kampf gegen die Internet-Riesen ist der direkte, persönliche Kontakt zu den Menschen in ihrer Region. Auge in Auge mit den Kunden. Das kann das Internet (noch) nicht. An diesem wichtigen Begegnungspunkt mit den Kunden agieren die regionalen „Emotionsweltmeister“ anders als alle anderen Wettbewerber.

**Welche Emotionen wollen Sie in ihrem Impulsvortrag wecken?**

In meinem Impulsvortrag werde ich den regional ansässigen Unternehmen zeigen, wie sie den Kaufknopf im Kundenkopf besser und stärker drücken können als die Internetkonkurrenz oder ihr regionaler Wettbewerber. Ich werde die Unternehmer und Führungskräfte ermutigen, emotional zu kommunizieren, emotional zu verkaufen und dadurch aus Kundensicht einzigartig zu werden. Dadurch kön-

nen sie die lästigen Preisdiskussionen mit ihren Kunden sehr oft vermeiden, denn eines ist sicher: Es gibt immer einen der es billiger macht. Wenn es nicht der stationäre Wettbewerber ist, dann sehr oft die Internetkonkurrenz.

**Wo liegen die Chancen für die Pforzheimer Anbieter?**

Die regional ansässigen Unternehmen können ihre Stärken noch ausbauen. Das sind die persönliche Beratung, Freundlichkeit, Vertrauen und Wertschätzung, die sie ihren Kunden entgegenbringen. Wenn die Pforzheimer Unternehmen diese Stärken weiter optimieren, werden sie sich erfolgreich gegen die Internet-Riesen behaupten, denn ein Retro-Trend ist längst im Gange: Die Menschen suchen heute in der vom Internet geprägten Welt wieder verstärkt den direkten Kontakt zu anderen Menschen. Das ist eine große Chance für den Handel.



„Ich unterstütze die PZ-Aktion, weil ich für den lokalen Handel bin.“

**Timo Gsell,**  
Geschäftsführer Saturn Pforzheim

„Artig oder einzigartig“?

Norbert Beck, Geschäftsführer von Metatrain, Experte für Emotionsmarketing und mehrfacher Buchautor, hat im Rahmen der „Service-WM“ mit seinem Bruder zehn Jahre untersucht, mit welcher Erfolgsstrategie sich regionale Unternehmen gegen die Konkurrenz der Internet-Giganten erfolgreich behaupten können. Diese Erfolgsstrategie gibt er in unserer Auftaktveranstaltung mit seinem Vortrag „artig oder einzigartig“ an die Unternehmen weiter. Erleben Sie gemeinsam mit der Pforzheimer Zeitung einen spannenden, motivierenden und informativen Abend. Die Pforzheimer Zeitung hat die Initiative „Mein Herz kauft hier“ eigens für die in unserem Verbreitungsgebiet ansässigen Unternehmen mit stationären Geschäften in Zusammenarbeit mit der Firma Metatrain ins Leben gerufen. **ne**

**MEINE MEINUNG**

**THOMAS SATINSKY**  
Geschäftsführender  
PZ-Verleger



„Mein Herz kauft hier“ ist eine Aktion, die unseren Einzelhandel stärken soll. Das Pforzheimer Medienhaus versteht sich als Teil der lokalen und regionalen Gemeinschaft. Wir leben in einer wunderbaren Stadt mit einem großartigen Umfeld. Hier gibt es jede Menge hervorragender und qualitätsorientierter Geschäfte. Warum also in die Ferne schweifen? Deswegen: „Auch mein Herz kauft hier!“



Norbert Beck war schon Referent beim PZ Goldstadt Check.

## Zu jedem Produkt gibt es ein Gesicht

Stadtwerke Pforzheim setzen auf Kundennähe und nachhaltige Wertschöpfung in der Region

**LOTHAR H. NEFF** | PFORZHEIM

Der SWP-Slogan lautet: „Weil wir hier leben“, betont Stadtwerke-Geschäftsführer Thomas Engelhard. „Was könnte da besser passen als die Idee der PZ lokale Firmen und deren Angebote zu unterstützen und den Gedanken der lokalen Wertschöpfung zu stärken.“ Auch die Stadtwerke Pforzheim seien ein Teil der regionalen Wirtschaft. Daher sei es eine Selbstverständlichkeit, die PZ-Aktion „Mein Herz kauft hier“ als Medienpartner zu unterstützen. „Ein funktionierender Handel ist eine wichtige Stütze für die Daseinsvorsorge in einer Stadt“, sagt Engelhard. „Die Kunden profitieren vor allem von der Nähe und der persönlichen Beratung beim Einkauf. Zudem fördert ein breites Einkaufsangebot die Attraktivität des Standorts. Kurze Wege, kompetente Beratung und ein soli-



SWP-Chef Thomas Engelhard unterstützt „Mein Herz kauft hier“.

FOTO: WERNER

des Angebot sind dabei sicherlich Erfolgsfaktoren.“ Gleichzeitig sei es jedoch entscheidend, vor allem das Dienstleistungs- und Beratungsangebot auszubauen und den gestiegenen Kundenerwartungen anzupassen. „So bieten die SWP Ihren Kunden neben dem Kundencentrum in der Werderstraße Bera-

tungsmöglichkeiten im Rahmen unserer Vor-Ort-Beratung in verschiedenen Sparkassen-Filialen in Pforzheim, um ihnen einen noch schnelleren Kontakt zu ermöglichen.“

Genau wie dem Einzelhandel in Pforzheim und dem, Enzkreis seien den Stadtwerken die Nähe zu ihren

Kunden besonders wichtig. „Im direkten Kontakt und besonders im persönlichen Gespräch lassen sich viele Fragen schnell beantworten“, betont der SWP-Chef. Zudem gebe es immer auch ein „Gesicht“ zum Produkt oder zur Dienstleistung. „Die handelnden Personen sind eng verbunden mit dem Produkt, der Marke und mit ihrer Stadt – das schafft Vertrauen, Nähe und ein hohes Maß an Identifikation. Unsere gemeinsame Aufgabe ist es, diese Werte für den Kunden erlebbar zu machen.“ so Engelhard. Die Stadtwerke seien über viele Jahrzehnte eng mit der lokalen Wirtschaft verbunden. „Besonders natürlich mit den Handwerksbetrieben und Bauunternehmen in Pforzheim und der Region. Aber auch in allen anderen Bereichen ist es uns wichtig, Aufträge an lokale Firmen, Wirtschaftsbetriebe oder den lokalen Einzelhandel zu vergeben“, so der SWP-Geschäftsführer.



## Einladung

zur kostenfreien Veranstaltung „Mein Herz kauft hier!“

Dienstag, 27. September 2016 (19–21 Uhr)  
PZ-Forum, Poststraße 12, 75172 Pforzheim

**19:00 Uhr** Einlass mit Sektimpfang  
**19:15 Uhr** Begrüßung durch Thomas Engelhard, Geschäftsführer der SWP Stadtwerke Pforzheim & Co. KG, und Thomas Satinsky, Geschäftsführender Verleger der J. Esslinger GmbH & Co. KG  
**Impulsvortrag** „artig oder einzigartig“ mit Referent Norbert Beck, Experte für Emotions-Marketing  
**Präsentation** des Konzeptes „Mein Herz kauft hier“

Der Referent und die Mitarbeiter der PZ stehen im Anschluss für persönliche Gespräche bereit. Zur Stärkung halten wir für Sie ein vielseitiges Catering bereit.

Alle Firmen und Branchen der Region können teilnehmen. Bitte melden Sie sich bis Dienstag, 20.9.2016, an. Für Rückfragen steht Ihnen Frau Kuhnke unter Tel. 07231 / 933-101 gerne zur Verfügung.

Mit freundlicher Unterstützung von: **SWP**  
Weil wir hier leben.

Eine Gemeinschaftsproduktion von: **METATRAIN**

**Pforzheimer Zeitung**  
Der Tag wird gut