

Menschen kaufen Emotionen

Auftakt für KURIER-Wettbewerb Service-König 2009

BAYREUTH

Die Gretchenfrage ist: Was macht Service für Kunden attraktiv? Die Antwort darauf hat Norbert Beck, Geschäftsführer der Firma Metatrain und Erfinder des Service-Königs 2009, bei der Auftaktveranstaltung des vom KURIER initiierten Wettbewerbs im Bindlacher Transmar-Hotel am Montagabend gegeben. Nicht die Vernunft entscheidet beim Kauf, sondern die Emotionen.

trag erläuterte der Marketingexperte, dass es nach Ergebnissen der Gehirnforschung drei Emotionen sind, die beim Kauf entscheidend sind: Lust, Sicherheit und Macht. „70 bis 80 Prozent der Entscheidungen werden unbewusst innerhalb von Millisekunden getroffen“, sagte Beck. Seine Überzeugung: „Wir sprechen Kunden zu selten emotional an.“

Service darf etwas kosten

In einer auf die Wünsche der KURIER-Kunden maßgeschneiderten Aktion suchen der Nordbayerische KURIER und die Firma Metatrain in diesem Sommer das servicefreundlichste Unternehmen im Großraum Bayreuth. Zum Auftakt des Projekts erklärte Norbert Beck, der das Konzept gemeinsam mit seinem Bruder Johann entwickelt hat, den rund 200 Gästen bei der Informationsveranstaltung, warum hervorragender Service für kleine, mittel-

Neben dem Preis und der Produktqualität sei der Service die kostengünstigste und effektivste Erfolgsstrategie. Guter Service müsse dem Kunden zeitlich einen Nutzen bringen, Vertrauen schaffen und Einfühlungsvermögen vermitteln. Umfragen zufolge seien mehr als 60 Prozent aller Kunden bereit, für ansprechenden Service auch einen höheren Preis zu akzeptieren. „Konzentrieren Sie sich auf diese zwei Drittel. Den Rest, der nicht mehr zahlen will oder kann, sollten Sie Ihrem Mitbewerber gönnen“, so Becks Rat an die interessierten Geschäftsleute.

Die ultimative Frage, die auch beim KURIER-Wettbewerb Service-König 2009 in der qualitativen Befragung Lesern und Kunden gestellt wird, lautet: „Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie unser Unternehmen einem Freund oder Kollegen weiterempfehlen?“ Die Antworten auf einer Skala von null bis neun werden nach einem gesicherten Verfahren zum sogenannten Kunden-Beziehungs-Index ausgewertet. „Sie müssen es schaffen, sich von Ihrem

SERVICE-KÖNIG 2009

ständische und große Unternehmen jeder Branche ein Erfolgsrezept ist. „Menschen kaufen Emotionen“, so Beck. „Kaufentscheidungen werden nicht rational getroffen.“

In seinem rund einstündigen Vor-



Service ist eine Erfolgchance: Norbert und Johann Beck von der Firma Metatrain (erste Reihe von links) suchen zusammen mit dem KURIER den Service-König 2009. Am Montag fiel der Startschuss für den Wettbewerb. Foto: Ritter

Wettbewerber abzusetzen“, sagte Beck. Die Maßgabe sei stets: abheben oder ableben.

KURIER-Verlagsgeschäftsführer Michael Rümmele betonte bei der Begrüßung der Gäste zu Beginn des Abends, die eigene Motivation mit dem Selbstverständnis des Medienhauses als kundenorientierter Dienstleister. „Wir wollen mit dem Service-König 2009 die Fachkompetenz unserer Kunden im Verbreitungsgebiet des Nordbayerischen KURIERS darstellen.“ Der KURIER richte sich an zwei Kundengruppen: die rund 100 000 Leser und die Anzeigenkunden. „Diese beiden Gruppen wollen wir zusammenbringen, um die Servicekompetenz der Unternehmen mitzuteilen.“ Denn: „Die Region hat es verdient, sich selbstbewusst zu präsentieren“, so Rümmele.

HINTERGRUND

Ziel des KURIER-Wettbewerbs Service-Königs 2009 ist es, die hohe Service- und Dienstleistungsqualität im Großraum Bayreuth hervorzuheben. In einer Sonderausgabe, die dem Nordbayerischen KURIER am 2. Juli beiliegen wird, besteht für Firmen aller Branchen die Chance, sich mit einer Anzeige und einem redaktionellen Beitrag zu präsentieren. Nach der Sondernveröffentlichung sind die Zeitungsleser und Kunden bis zum 9. Juli aufgerufen, ihre persönliche Zufriedenheit auf einem Coupon, im Internet oder telefonisch zu bewerten. Unter allen Teilnehmern an der Abstimmung verlost der KURIER als Hauptpreis eine Woche für zwei Personen in einem exklusiven Vier-Sterne-Hotel in Osterreicht – all inclusive.

Für die teilnehmenden Firmen, die es unter die Top 3 schaffen, winken weitere Preise. Um die Chancengleichheit zu gewährleisten, zählt bei der Abstimmung nicht die Zahl, sondern die Qualität der abgegebenen Stimmen. Die drei besten Unternehmen und damit auch der Service-König 2009 werden auf der Abschlussveranstaltung am 15. Juli prämiert.

INFO Fragen zum Service-König 2009 beantwortet KURIER-Mitarbeiterin Eva Engel. Mail: eva.engel@kurier.tmt.de; Telefon: 09 21/29 41 29. Weitere Informationen und ein Video sind im Internet auf der Seite www.nordbayerischer-kurier.de/servicekoenig zu finden.