

Mit gutem Service punkten

PZ, HZ und Der Bote veranstalten Service-Olympiade

NÜRNBERGER LAND (jz) — Ist Geiz geil oder macht guter Service sexy? Natürlich Letzteres! Den Beweis antreten sollen demnächst Geschäfte und Unternehmen im ganzen Nürnberger Land, die sich in der ersten mitelfränkischen Service-Olympiade ihren Kunden stellen. Veranstalter dieses Service-Wettbewerbes sind die drei Heimatzeitungen, Pegnitz-Zeitung in Lauf, Hersbrucker Zeitung in Hersbruck und Der Bote in Feucht. Die teilnehmenden Geschäfte, Handwerker oder Dienstleister lassen ihre Servicequalität durch Kunden und PZ-Leser bewerten. Ein Spezialprogramm analysiert diese Beurteilung anonym und ermittelt die Sieger.

Zentrales Medium des Wettbewerbs ist eine große Sonderzeitung, die am Samstag, 26.

September,

den drei Heimatzeitungen

– zusammen

haben sie eine

Auflage von

täglich rund

35000 Exemplaren

– beiliegen wird.

Darin stellen

sich alle teilnehmenden

Unternehmen

vor – Bäcker

und Innensattler, Autohäuser oder

Stadtverwaltungen: Der Wettbewerb

ist völlig brachenunabhängig.

Die Zeitungsleser werden dann

gebeten, eine einzige Frage zu einem

oder mehreren Unternehmen zu

antworten: „Wie wahrscheinlich ist es,

dass Sie unser Unternehmen einem

Freund oder Kollegen weiterempfehlen?“ Zettel mit dieser Frage werden



sind sie dabei?

als auch in der Sonderbeilage abgedruckt sein. Auch im Internet kann man seine Stimme abgeben.

Das Konzept, dessen ursprünglicher Titel „Service-WM“ lautet, stammt aus Neumarkt und wurde bislang in 23 Städten und Regionen erfolgreich durchgeführt. Entwickelt haben die Idee Norbert und Johann Beck, Geschäftsführer der Firma „Metatrain“, im Vorfeld der Fußballweltmeisterschaft 2006. Und jetzt stellen sie es bei der Pegnitz Zeitung in Lauf erstmals Vertreter des Einzelhandels und des Handwerks sowie Wirtschaftsförderern aus dem ganzen Nürnberger Land vor. Die Geschäftsleute und interessierten Unternehmer selbst werden am 18. Juni bei einer Informationsveranstaltung im Distlerhof in Diepersdorf ausführlich über Idee und Ablauf aufgeklärt.

„Service-Päpste“ im Einsatz

Mittlerweile haben insgesamt rund 40000 Zeitungsleser in Bayern und ganz Deutschland über insgesamt 700 Unternehmen abgestimmt. Die Erfahrung der beiden „Service-Päpste“ Norbert und Johann Beck dabei: „Viele Unternehmen bieten bereits hervorragenden Service, sprechen aber nicht genug darüber. Und dies wollen wir in Zusammenarbeit mit den Zeitungsverlagen verbessern.“

Das auf einer einzigen Frage basierende Bewertungssystem, das die Brüder Beck aus den USA „importiert“ haben, sei so einfach wie genial, habe man festgestellt. Der Kunde macht für die Empfehlung des Geschäftes ein Kreuz auf einer Skala von Null (höchst unwahrscheinlich) bis Neun (höchstwahrscheinlich).

Aus allen Bewertungen wird am Ende – Einsendeschluss ist Anfang Oktober – ein Durchschnittswert gebildet, und zwar unabhängig von der



Norbert Beck von „Metatrain“ stellt das Konzept der Service-Olympiade in den Räumen der Pegnitz-Zeitung vor.

Foto: Fischer

Anzahl der abgegebenen Stimmen, so dass ausschließlich die Qualität der Beurteilung, nicht aber die Quantität gemessen wird. Das heißt, dass die Wäscherei mit drei Kunden am Tag ebenso viele Chancen hat wie ein Supermarkt, in dem täglich hunderte von Menschen einkaufen. Am Ende veröffentlicht werden nur die Besten, alle anderen Geschäftsleute erhalten ihre Bewertung und Platzierung direkt nach dem Wettbewerb, ohne dass ein anderer dieses Ergebnis erfährt.

Vor allen Dingen für kleinere Unternehmen – Handwerksbetriebe, kleine Einzelhändler oder Dienstleister – ist dieses Kundenbewertung unschätzbar, weiß der Berater Norbert Beck: Eine eigene aussagekräftige Umfrage durchzuführen oder gar ein Marktforschungsunternehmen zu beauftragen,

können oder wollen sich die wenigsten leisten.

Ein ganz wesentlicher Aspekt der Service-Olympiade ist der günstige Preis, wie die Partner des Medienverbundes, die drei Zeitungsverleger betonen, die sich mit dieser Aktion als Mittler zwischen Leser und Kunden auf der einen Seite und den Geschäftsleuten und Unternehmern auf der anderen Seite positionieren wollen. Das Paket aus Anzeige, redaktioneller Begleitung, Promotionsmaterial, Kundenbefragung, Auswertung und Informationen zur Serviceverbesserung sei noch wesentlich günstiger als eine vergleichbare Anzeige in nur einer der Heimatzeitungen. Als „Zucker!“ sozusagen gibt es noch die Teilnahme an einer hochkarätig besetzten Abschlussveranstaltung dazu.

Aber auch die Kunden und PZ-Leser, die die Olympioniken bewerten, gehen alles andere als leer aus: Unter allen Teilnehmern verlosen die drei Heimatverlage hochwertige Urlaubsreisen.