

Service ist immer Chefsache

Johann Beck (Metatrain) zur Service-WM: Firmen und Leser gewinnen

Weiden. (wd) Das Medienhaus Der neue Tag/Amberger Zeitung holt die Service-Weltmeisterschaft in diesem Sommer in die Oberpfalz. „Vater“ der Idee ist Johann Beck aus Neumarkt. Er führt mit seinem Bruder Norbert die Agentur Metatrain, die bisher bereits zehn erfolgreiche regionale Service-Weltmeisterschaften durchführte.

Im Gespräch mit NT/AZ verdeutlichte der Dozent, Buchautor und Unternehmens-Coach für Service- und

Wer nur auf den Preis schießt, darf sich nicht wundern, wenn er irgendwann Gammelfleisch vorgesetzt bekommt, die Kinder mit Puppen spielen, die mit bleihaltiger Farbe bemalt sind.

Johann Beck

Teammarketing den hohen Stellenwert von Service für den Erfolg von Unternehmen.

Wie definieren Sie Service?

Beck: Immer wenn ein Mensch mit einem Unternehmen in Berührung kommt, erlebt er positive oder negative Emotionen. Die Summe dieser Emotionen ist dann positiv oder negativ erlebter Service. Emotionen entscheiden deshalb letztendlich, ob ein Kunde gewonnen werden kann.

Warum ist in Ihren Augen Service so wichtig?

Beck: Das ist ganz einfach: Service ist ein exzellenter Kunden- und Gewinnbringer. Im Kern zielt Service darauf, langfristige loyale Kunden zu gewinnen. Loyal bedeutet, dass die Kunden freiwillig emotional treu sind. Unternehmen mit loyalen Kunden sind nachweislich erfolgreicher. Und genau dieser Erfolg ist immer das Ziel. Leider wird von vielen Firmen nicht erkannt, wie viel Gewinn-

potenzial im Service schlummert.

Welche Rolle spielt der Servicebereich in der deutschen Wirtschaft?

Beck: Auf dem Papier eine sehr große, in der Praxis gibt es aber noch viel Luft nach oben. In manche Chefetagen ist noch nicht vorgedrungen, welch ein ausgezeichnetes Verkaufs- und Marketinginstrument Service ist.

Wie kann ein Betrieb am einfachsten erfahren, ob er einen guten Service bietet?

Beck: Dazu muss man zunächst wissen, wer entscheidet, ob der Service gut ist. Diese Entscheidung trifft nur einer, nämlich der Kunde. Deshalb ist es ja so wichtig herauszufinden, was der Kunde über den eigenen Service denkt, wie er ihn wahrnimmt. Bei den Kundenbefragungen, die wir durchführen, legen wir immer Wert darauf, den Kunden-Beziehungs-Index zu erheben. Außerdem hören die Unternehmen direkt vom Kunden, was er sich wünscht. Nun kann das Unternehmen qualifiziert Maßnahmen ergreifen, die den Service in der Wahrnehmung der Kunden erhöhen.

Welche Leitsätze muss ein Betrieb beachten, um einen guten Service aufbauen zu können?

Beck: Zunächst muss er Service zur Chefsache erklären. Dann kann er Punkt für Punkt nach unserem Service-Erfolgssystem vorgehen. Das System betrifft strategische Entschei-

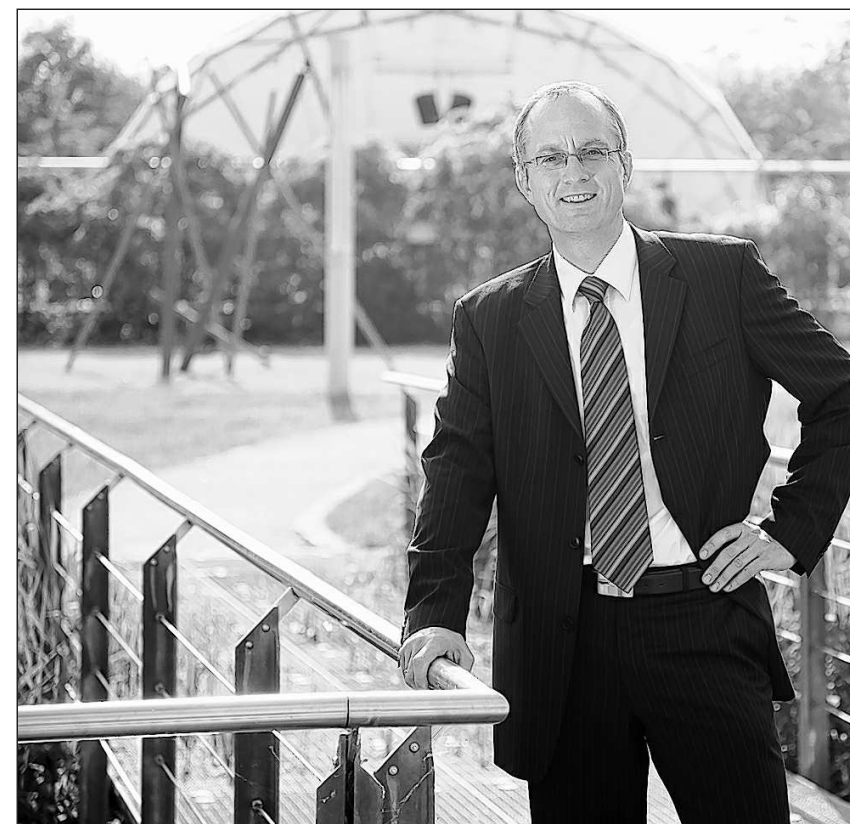
dungen wie die Differenzierung am Markt, die Adressierung der richtigen Bezugsgruppe oder Markenaufbau bis hin zur operativen Umsetzung.

Was ist dem Kunden wichtiger, der günstige Preis oder guter Service?

Beck: „Den Kunden“ gibt es leider nicht. Deshalb sollte jede Firma für sich entscheiden, welche Kunden sie ansprechen will. Natürlich gibt es Kundengruppen, für die ist der Preis alles, weil sie nur ein sehr geringes Haushaltseinkommen haben. Sobald Kunden aber über ein höheres Budget verfügen, greift Service. Wechseln Sie Ihr Lieblingslokal, weil das Glas Wasser anderswo 20 Cent weniger kostet? Gekauft wird, was Nutzen bringt – unabhängig vom Preis. Mit Service können Sie den Nutzen erhöhen, den der Kunde bei ihnen kauft.

Sie und Ihr Bruder Norbert gelten als Väter der Service-WM. Was genau ist die Service-WM und wie kam es dazu?

Beck: Schon lange hatten wir das Thema „Geiz-ist-geil“ diskutiert und beschlossen, eine Gegenkampagne zu initiieren. Die Fußball-WM 2006 bot dann den optimalen Anlass. Da unsere Heimatregion Neumarkt vor den Toren des damaligen WM-Austragungsorts Nürnberg liegt, wollten wir allen Gästen ein serviceorientiertes Umfeld bieten. Mit den Firmen und der breiten Unterstützung durch Politik und Verbände starteten wir



Johann Beck, Geschäftsführer Metatrain, und das Medienhaus Der neue Tag laden Unternehmer und Leser der Region zur Service-Weltmeisterschaft.

die erste Service-WM. Sehr erfolgreich übrigens. Dies hat sich herumgesprochen, denn wir erhielten viele Anfragen. Eine regionale Service-WM besteht immer aus einem Wettbewerb, bei dem Betriebe in der führenden Tageszeitung die eigene Serviceleistung darstellen, und dem Service-Forum als Weiterbildungsveranstaltung zum Abschluss.

Warum sollte ein Unternehmen an der WM teilnehmen?

Beck: Die größte Chance ist, zu erkennen, dass Service ein einzigartiger Kunden- und Gewinnbringer ist. Die Service-WM bringt Know-how, wie sich das Erfolgssystem Service auch im eigenen Betrieb aktivieren lässt. Jede Firma, die ernsthaft die Service-WM mitmacht, wird viele neue Ideen gewinnen, die den Service und damit den Unternehmenserfolg optimieren. Ich kann nur jedem Betrieb raten, an der Aktion „Service-Champion“ des Verlags Neuer Tag/Amberger Zeitung teilzunehmen.

Können Sie kurz darstellen, was den Leser erwartet? Welche Zielgruppe wollen Sie ansprechen?

Beck: Der Leser wird die Betriebe und deren Service kennen lernen und beurteilen. Wichtig ist es uns aber genauso, den Lesern den Zusammenhang zwischen Service und seinem eigenen Wohlergehen deutlich zu machen. Serviceorientierte Betriebe zu stärken heißt Arbeitsplätze und Wohlstand in der Region zu sichern – für sich selbst, die eigenen Kinder und Enkel. Letztendlich steht hinter dem Servicegedanken die Idee der Nachhaltigkeit. Wer nur auf den Preis schießt, darf sich nicht wundern, wenn er irgendwann Gammelfleisch vorgesetzt bekommt, die Kinder mit Puppen spielen, die mit bleihaltiger Farbe bemalt sind.

Welche Unternehmen sollten mitmachen?

Beck: Grundsätzlich alle Unternehmen, denen es darum geht, neue Kunden zu gewinnen und bestehenden Kunden zu loyalen Kunden zu machen. Der Wettbewerb „Service-Champion“ bietet dazu eine ideale Chance, die so schnell nicht mehr kommen wird. Die Firmen können sich in einem neuen Licht präsentieren und so Aufmerksamkeit am Markt erhalten.

SERVICE-WELTMEISTERSCHAFT IN DER OBERPFALZ

Das Medienhaus Der neue Tag/Amberger Zeitung kürt, unterstützt und begleitet von der Neumarkter Agentur Metatrain sowie den Kammern und Verbänden, erstmals den Service-Champion in der Oberpfalz. Antreten können alle Unternehmen.

Um ihr Service-Angebot besser präsentieren zu können, veröffentlicht unser Verlag für alle Teilnehmer ein Service-Journal. Dort wird am 26. Juli jedes teilnehmende Unternehmen mit einer Anzeige und

einem redaktionellen Text vorgestellt.

Die Leser wählen dann per Telefon und Internet die zehn Finalteilnehmer. Eine fünfköpfige Fachjury ermittelt daraus den Gesamt- und weitere vier Regionalsieger.

Wer beim Wettbewerb mitmachen möchte, kann sich ab sofort unter Telefon 0961/85749 oder per E-Mail an die Adresse bastian.zaar@zeitung.org anmelden. Dort und bei den Media-Beratern gibt es weitere Informationen.