

STARTSCHUSS ZUR SERVICE-WM DES FREISINGER TAGBLATTS

Wie wichtig das Verhältnis zum Kunden ist, weiß jeder Unternehmer. Um das weiter zu verbessern, hat die Heimatzeitung eine neue Aktion gestartet: Tagblatt-Leser und Kunden können dabei die Firma mit dem besten Service küren. Beim Info-Abend gab es für die Gäste neben vielen Tipps und Tricks einen humorvollen Motivationsschub von Hauptreferent Johann Beck.



Bitte lächeln hieß es bei der Service-WM. Referent Johann Beck (l.) motivierte mit den „Smile-Watchern“ zum freundlichen Umgang mit dem Gegenüber. Überzeugt waren (ab 2. v. l.) Christoph Mattes (Geschäftsführer Zeitungsgruppe Merkur/tz), Klaus Pirhalla (FT-Anzeigenleiter), Hans-Georg Bechthold (Gesamtanzeigenleiter MM/tz), Norbert Beck (Metatrain), Marc Nickol (Verkaufsleiter Zeitungsverlag Oberbayern) und FT-Redaktionsleiter Helmut Hobmaier.



Überzeugt vom Konzept des Service-WM-Pakets waren die „Großen Drei“ (v. l.) Johann Detlev Niemann (Deula Freising), Schirmherr Landrat Michael Schwaiger und Robert Kammermeier (Mercedes Kammermeier).

„Menschen kaufen Emotionen“

Es war ein emotionsgeladener Info-Abend: Beim Startschuss zur Service-WM des Freisinger Tagblatts gab Hauptreferent Johann Beck einen kurzweiligen Einblick in die Psyche der Geschäftswelt und erklärte, wie man das Verhältnis zum Kunden intensivieren kann.

VON WOLFGANG SCHNETZ

Freising – Es war „ein besonderer Tag“, wie FT-Anzeigenleiter Klaus Pirhalla am Dienstagabend eingangs erwähnte: Wann schon trat die Geschäftswelt des Landkreises gemeinsam zu einer Service-WM an den Startblock? Dieses Kunststück hat das Tagblatt zusammen mit der Firma „Metatrain“ geschafft. Verkaufsleiter Marc Nickol

(Zeitungsverlag Oberbayern) verwies ebenfalls auf das Bestreben des Tagblatts („Wir nehmen wie alle anderen Betriebe am Wirtschaftsleben der Region teil“), den Unternehmen Mittel an die Hand zu geben, die sie weiterbringen – und das als erste Region in Oberbayern.

Die Firmenvertreter waren interessiert: Mehr als hundert waren ins Pressehaus gekommen. Auch die politischen Vertreter der Kommunen, wie Freising's zweiter Bürgermeister Rudolf Schwaiger und Wirtschaftsreferentin Maria Lintl sowie Hallbergmoos' zweiter Bürgermeister Josef Niedermair und Johann Fischer (Stadt Moosburg) ließen sich von Referent Johann Beck begeistern.

Sein Amt wurde bereits benotet: Landrat Michael Schwaiger, der „mit Freuden“ die Schirmherrschaft über die FT-Aktion übernommen hat.

Seine Behörde bekam im Zuge einer FT-Leserbefragung die Note zwei: „Wäre es anders gelaufen, hätte ich mir Gedanken über die Motivation meiner Mitarbeiter gemacht.“ Deswegen ermutigte er die Anwesenden mitzumachen im Kampf gegen Rabattsucht und Dumpingpreise: Qualität und Service seien die Devisen der Zukunft.

„Menschen kaufen Emotionen“ – das sei die Präambel, wenn der Verbraucher zum Kaufen animiert werden soll. Emotionen spielen laut Referent Johann Beck (Metatrain) aber auch im Umgang miteinander eine große Rolle. Denn über 90 Prozent der Entscheidung treffe man aus dem Unterbewusstsein (dem limbischen System des Gehirns) heraus. „Bei jeder Begegnung des Kunden mit der Firma müssen gute Emotionen fließen. Dafür gibt es den Service“ – unterteilt in drei Kategorien: Design, Marketing und Kommunikation.

Ersteres betrifft das Erscheinungsbild einer Firma: Die Kontaktpunkte (Eingangsbereiche, Schaufenstergestaltung) müssen so attraktiv wie möglich sein. Beim Marketing gab Beck den Geschäftsleuten mit nach Hause: „Geben Sie Ihr Know How an die Kunden weiter. Dabei ist Kreativität gefragt.“

„Menschen kaufen bei Menschen“ – das stand als Klammer über der Kommunikation. Deswegen seien Körpersprache und Stimmmodulation wichtig: „Ihr Körper nämlich kann nicht lügen.“

All diese Fakten untermauerte Beck auf humorvolle Weise mit Filmeinspielern und Trainingseinheiten vor Ort. Zum Schluss gab es was Besonderes: den „Smile Watcher“ – einen Motivations-Trainer. Das blaue Gummiband – am rechten Handgelenk zu tragen – soll immer dann jeweils an den anderen Arm wechseln, wenn im Umgang mit dem Gegenüber negative Energie geflossen ist. „Wenn sie 21 Tage ohne Wechseln hinter sich haben, haben Sie's geschafft.“



Die Vorteile der Service-WM erläuterten FT-Anzeigenleiter Klaus Pirhalla (l.) und Mediaberater Eugen Wimmer (2. v. r.). Interessiert waren auch Sabrina Wirth und Alfred Bock (beide Heizung/Sanitär Bock).

FOTOS: LEHMANN



Verwöhnte die Gäste lukullisch: Emmanuil Kakulakis (Novotel München-Freising Airport).

ZUM THEMA



Hannes Haun
Bereichsleiter bei der AOK Freising

„Gerade für ein Unternehmen wie die AOK ist der Kundenservice das A und O. Wir selbst sind permanent dabei, unser Kundenangebot weiter auszubauen. Deswegen sind wir auch als Kooperationspartner bei der Aktion des Freisinger Tagblatts dabei: Man lernt schließlich nie aus und sucht immer nach neuen Anregungen.“



Silvia Tüllmann
Stadtapotheke in Freising

„Die Service-WM ist sehr gemacht. Vor allem aber wird sie wohl die Geschäftsinhaber zum Hinterfragen anregen, was man denn am eigenen Geschäftsablauf verbessern oder anders machen kann. Ich habe beim Vortrag viel Neues gehört, manches war mir bekannt. Ich bin jedenfalls gespannt mit von der Partie.“



Wolfram Ebenhöf
Gemeinschaft der Echinger Fachbetriebe

„Ein erfolgreiches Geschäft zu führen, hängt von vielen kleinen Details ab. Das spürt man ganz besonders als mittelständischer Handwerksbetrieb. Und diese Detailvielfalt wird in der Service-WM-Info gut rübergebracht. Der Aspekt, dass die Geschäftswelt geschlossen angesprochen wird, ist etwas Besonderes.“



Richard Grimm
Einkaufsgemeinschaft Freisinger Innenstadt

„Vor allem die Kundenbefragung der Service-WM gefällt mir sehr. Aber auch der Aspekt, dass Service und damit die Außenwirkung eines Geschäftes samt Angestellten ganz elementar wichtig sind, ist ein Pluspunkt der Aktion. Der Kunde merkt daran, dass viel mehr dahintersteckt als nur der Verkauf von Waren.“



Zufriedene Kunden sind für (v. l.) Michael Müller (Renault Müller), Caterina Valverson und Silvia Becherer (DER-Reisen) und Wolfram Dobler (Möbel Lährl) oberstes Gebot.



Service schreibt auch Simon Bauer (l., Allianz-Agentur) ganz groß – hier im angeregten Gespräch mit FT-Mediaberater Ulrich Schmitt.



Charmante Mediaberaterinnen: Ulrike Pack (l.) und Martina Petermaier (r.) sowie Katrin Bauermann (Assistentin der Verkaufsleitung).



Ließen den Vortrag über die FT-Service-WM von Motivator Johann Beck noch einmal Revue passieren: Claudia Schwarz (l., Leiterin des OBI-Gartencenters) und Hans Reindlmeier (r., OBI-Filialleiter).



Info-Austausch Reinhard Höfl (Landratsamt) und Maria Lintl (Wirtschaftsreferentin von Freising).

Infos rund um das WM-Paket

- Die teilnehmenden Firmen und Unternehmen stellen sich in einer Sonderveröffentlichung zur Service-WM am Freitag, 24. April, vor.
- Der Aktionszeitraum, in dem die Unternehmen von ihren Kunden und den Lesern des Tagblatts auf einer Skala zwischen 0 und 9 bewertet werden, erstreckt sich bis Donnerstag, 30. April. Anschließend werden die Daten von der Firma Metatrain ausgewertet.
- Umfangreiches Werbematerial (kleine Präsentate, Boxen für die Coupons und vieles mehr) bekommen die Firmen überreicht.
- Während der Abstimmungszeit wird das Tagblatt die Ser-



- vice-WM mit Veröffentlichungen begleiten.
- Die ersten drei Gewinner bekommen einen Pokal und nehmen an der Abschlussveranstaltung teil.
- Die Leser und Kunden stimmen per Telefon (Nummer wird noch bekanntgegeben), im Internet (www.merkur-online.de/servicewm) oder per Original-Voting-Zettel (ab 4. März in den Firmen) ab. Infos gibt es in der FT-Anzeigenabteilung unter (0 81 61)
 - 1 86-40 (Klaus Pirhalla);
 - 1 86-41 (Eugen Wimmer);
 - 1 86-42 (Ulrike Pack);
 - 1 86-39 (Ulrich Schmitt);
 - 1 86-54 (Martina Petermaier).
 - 1 86-28 (Fax).

ws