

# Kundenkontakt und Freundlichkeit als Trumpf

Service-Check: Experte Norbert Beck macht 200 Zuhörern zum Auftakt der Aktion Mut im Kampf mit Internethandel – Emotionen entscheidend beim Kauf

Von unserem Redakteur  
**RALPH BAUER**

**BÜRGSTADT.** Stationäre Unternehmen, die ihren Kunden guten Service bieten, brauchen die Konkurrenz des Internets nicht zu fürchten. Das ist das Credo von Norbert Beck, Service-Experte und Unternehmensberater.

Vor rund 200 Zuhörern untermauerte er dies zum Auftakt der zweiten Auflage des Service-Checks, einer Aktion seines Unternehmens Metatrain gemeinsam mit unserem Medienhaus (siehe Kasten) im Bürgstädter Autohaus Wolfert. »Sie haben alle Stärken der Welt, die das Internet nicht hat«, unterstrich er in seinem 70-minütigen, humorvollen Impulsreferat unter dem Titel »Service ist sexy«. Wenn sich die Unternehmer auf diese besinnen würden, müssten sie vor dem Online-Handel keine Angst haben.

## Duft als Erfolgsfaktor

Wie er auf Nachfrage unseres Medienhauses ausführte, sind laut wissenschaftlicher Studien zwei Drittel der Verbraucher bereit, einen bis zu zehn Prozent höheren Preis vor Ort zu bezahlen, wenn sie sich wohlfühlen. »Die Unternehmen müssen sich nur auf das konzentrieren, was sie seit hundert Jahren machen: den Kontakt zu den Menschen«, empfahl er. Dies sei in Zeiten austauschbarer Produkte und wechselwilliger Kunden die einzige Chance, sich von der Internetkonkurrenz abzusetzen.

Speziell stellte er hier das multisensorische Ansprechen der Kunden, persönliche Begegnung und Freundlichkeit heraus. Seine Analysen bei über 7000 mittelständischen Unternehmen mit dem Auswerten von 500000 Kunden-



Unternehmensberater Norbert Beck von Metatrain sucht die Nähe seiner Zuhörer beim Service-Check, einer Aktion mit unserem Medienhaus im Bürgstädter Autohaus Wolfert. Foto: Dominik Pagio

## Hintergrund: So läuft der Service-Check ab

Im Mittelpunkt der Service-Checks steht eine **Kundenbefragung**, die im Landkreis Miltenberg in den beteiligten Unternehmen und Kommunen läuft. Die geht per **Online-Befragung** oder mit **Bewertungskarten**. Darauf wird anhand von drei Fragen die Servicequalität gemessen:

- Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie unser Unternehmen einem Freund

oder Kollegen **weiterempfehlen?** Kunden können hier auf einer Skala von 0 (überhaupt nicht) bis 10 (ganz sicher) wählen.

- Was sind Ihre wichtigsten **Gründe für Ihre Bewertung** bei Frage 1? (offene Antwort)
- Welche **Verbesserungen** wünschen Sie sich von uns? (offene Antwort). Unter allen, die an der Umfrage teil-

bewertungen hätten ergeben, dass sich diese »Serviceweltmeister« in genau diesen Punkten von der Konkurrenz absetzen und somit erfolgreicher sind. »Alles anders

als alle anderen«, lautete sein Credo für unternehmerischen Erfolg.

Neben den visuellen Botschaften werden nach seiner Erfahrung die sensorischen weitgehend ver-

nehmen, werden **wertvolle Preise** verlost. Der erste Preis ist ein Luxuswochenende im Seehotel Niedernberg im Wert von 1000 Euro. Die **Schirmherrschaft** haben diesmal das **Landratsamt** und die Städte **Miltenberg und Obernburg**. Kooperationspartner ist die **BKK Akzo Nobel Bayern**. (rbb)

nachlässigt. Dabei tragen sie einen gewichtigen Teil dazu bei, wenn das unterbewusste »Emotionshirn« angesprochen wird. Dieses macht wiederum mehr als 80 Pro-

zent der Kaufentscheidung aus, der Rest entfällt im »Entscheidungshirn« auf das Bewusste. »Die Menschen kaufen Emotionen, keine Produkte, keine Dienstleistungen«, brachte der Berater es auf den Punkt. Tests, in denen aus einer Bäckerei Duftstoffe auf den Gehsteig versprüht wurden, hätten ein Umsatzplus von bis zu 30 Prozent ergeben. »Darum verkaufen Discounter am Eingang Brot«, klärte er die Zuhörer auf. Auch in Branchen wie Immobilien oder Möbel könne der sogenannte »Cheesecake-Duft«, die Geschäfte steigern. Seine Begründung: Das Vanille-Aroma erinnert an die Muttermilch und erzeugt damit positive Gefühle.

## Spaß, Macht, Sicherheit

Dies betätigt somit einen der drei Kaufknöpfe im menschlichen Gehirn: Spaß, Macht und Sicherheit. Letzterer sei bei Frauen am stärksten ausgeprägt, bei Männern dagegen gehe es bei der Kaufentscheidung darum, den sozialen Rang zu verbessern oder sich das Leben einfacher zu machen. Ähnlich unterschiedlich wie die Beweggründe zum Kauf sei die Produktauswahl.

Männern reichten hier maximal drei Produkteigenschaften aus, dann fixierten sie die »Beute« und schlugen zu. Frauen dagegen scannten bis zu fünf Eigenschaften. Und verglichen selbst dann noch: »Eine Frau wird niemals das erstbeste Produkt kaufen, das diese Eigenschaften erfüllt«.

Beck empfahl dem Publikum, den Kunden ihre Wertschätzung zu zeigen. Indem man sie etwa namentlich begrüßt und verabschiedet. Eine Praxis, die er bei seinen zahlreichen Hotelübernachtungen kaum erlebe. Und durch Nachfragen, ob der Kunden zufrieden war. Dabei aufkommender konstruktiver Kritik müsse man sich auch stellen und daraus die richtigen Schlüsse ziehen: »Die Kunden verzeihen auch Fehler, wenn sie nicht wiederholt werden.«

Der Kritik der Bürger stellen sich beim Service-Check im Landkreis Miltenberg auch das Landratsamt und die Kommunen Miltenberg, Obernburg, Großheubach, Großwallstadt, Mömlingen und Niedernberg. Wie Landrat Jens Marco Scherf als einer der Schirmherren sagte, seien sie wie alle teilnehmenden Firmen gewillt, noch besser zu werden.

Der Kritik der Bürger stellen sich beim Service-Check im Landkreis Miltenberg auch das Landratsamt und die Kommunen Miltenberg, Obernburg, Großheubach, Großwallstadt, Mömlingen und Niedernberg. Wie Landrat Jens Marco Scherf als einer der Schirmherren sagte, seien sie wie alle teilnehmenden Firmen gewillt, noch besser zu werden.

**AKTION**

Medienhaus  
**Main-Echo**

Service-Check

Mehr Bilder vom Service-Check unter [www.main-echo.de](http://www.main-echo.de)

## So machen Sie mit!

Bei der **zweiten Auflage des Service-Checks** – nach dem Auftakt in Aschaffenburg dieses Mal im Landkreis Miltenberg – beteiligen sich bereits **40 Unternehmen** aus fast allen Branchen und **einige Kommunen** sowie das Landratsamt. **Ansprechpartner** für Firmen, die noch einsteigen wollen, sind die Mediaberater in Miltenberg, Tel. 0 93 71/97 57 10, und Obernburg, Tel. 0 60 22/62 10 0. Die Abschlussveranstaltung ist am 7. April. (rbb)

