

SERVICE-CUP: AUFTAKT IM PRESSEHAUS



Rundum-Service ist Selbstverständlichkeit

Ihre Kunden liegen ihnen am Herzen: **Sabine Giese** (links) und **Gabriele Baumgardt** vom Optikergeschäft Augenkleider in Uetze legen Wert darauf, dass sich der Kunde bei ihnen rundum wohlfühlt. Energieberater **Wolfgang Günther** aus Hänigsen verzichtet dafür sogar auf einen Anrufbeantworter und ist stets erreichbar. dt



Die Konkurrenz mit Qualität ausstechen

Bürgermeister **Alfred Baxmann** (rechts) weiß um die Konkurrenzsituation der Kaufleute in Burgdorf. Schließlich ist Hannover nur einen Katzensprung entfernt. Er ist sich deshalb mit Optiker **Gerd Meyer** einig, dass exzellenter Service wichtig ist. „Auf die Kundenwünsche einzugehen, ist das A und O“, betont Meyer. dt



Zum Auftakt viele neue Ideen gesammelt

Sie haben sich vom Auftakt des Service-Cups konkrete Tipps erhofft und wurden nicht enttäuscht: **Gabriele Prause** (links) und **Anke Villmann** von der Hänigser Fleischerei Lindemann: „Wir nehmen viele Ideen mit.“ Und genau darin liegt nach Ansicht von Uetzes Bürgermeister **Werner Backeberg** der Reiz des Service-Wettbewerbs. dt



Besonderes Ambiente, besondere Angebote

Abwechslung macht Qualität aus – darin sind sich Projektleiterin **Rebecca Großkreutz** vom Gutshof Rethmar und Chefredakteur **Peter Taubald** einig. Er sieht aber auch im besonderen Ambiente eine Ursache dafür, dass sich der Gutshof zu einem Kulturzentrum für Sehnde entwickelt hat. ek



Norbert Beck referiert vor Unternehmern. Geschäftsmann **Rainer Klausner** (kleines Bild, rechts) lässt sich von Beck nach seinem Vortrag beraten. Heitmüller (10)

Beck weckt die Gefühle der Zuhörer

Marketingexperte skizziert Eckpunkte eines erfolgreichen Service

Mehr als 130 Unternehmer aus Burgdorf, Lehrte, Uetze und Sehnde haben sich am Mittwochabend vom Marketingexperten **Norbert Beck** in einem Schnelldurchgang die Leitsätze einer erfolgreichen Werbung erläutern lassen. Es war der Auftakt für den Service-Cup, eine neue Initiative des Anzeigers.

VON ANETTE WULF-DETTMER

Becks Vortrag selbst war ein Lehrstück par excellence, wie Verkaufen funktioniert. Denn während er seine Theorien und Beispiele entfaltet, brandete im Haupthaus der Verlagsgesellschaft Madsack in Hannover immer wieder Applaus und Lachen auf – das Publikum fühlte sich einfach wohl.

Und genau darauf kommt es laut Beck an, wenn man etwas verkaufen will. „Der Anbieter muss die positiven Emotionen seiner Kunden ansprechen“, betonte der Erfinder des Service-Cups. „Denn jede Werbung, die nicht emotional ist, ist ein Langweiler.“

80 Prozent der Kaufentscheidungen würden im limbischen System, dem sogenannten Emotionshirn, und damit unbewusst getroffen, erläuterte Beck. „Sie müssen den Kaufknopf im Hirn drücken“, forderte er die Unternehmer auf. Drei davon gebe es: Sie sprechen Lust, Macht und Sicherheit an. Wie solch eine Verkaufs-

strategie aussehen kann, demonstrierte Beck mithilfe von Werboclips. „Wir müssen uns entscheiden, wen wir mit unserer Werbung ansprechen und wem wir etwas verkaufen wollen“, machte Beck deutlich. Er ermutigte die Kaufleute: „Reduzieren Sie Ihr Sortiment.“ Eine zu große Auswahl überfordere die Menschen.

Schließlich verglich der Marketingexperte ein Unternehmen mit einem Leuchtturm, der die Kunden anzieht, weil er ihnen helfe, ein Problem zu lösen. „Bauen Sie solch einen Leuchtturm.“

Weitere Bilder vom Auftakt der Initiative finden unsere Leser unter www.servicecup.de



Meinung der Kunden ist sehr gefragt

Man lernt nie aus, sind sie sich einig: Gebäudeenergieberater **Frank Romahn** (links) und **Sven Embrechts**, Vorsitzender der Interessengemeinschaft Sehnde und Leiter des Apart-Hotels, setzen auf Serviceverbesserung. Eine Rückmeldung ihrer Kunden holen beide Geschäftsleute jetzt schon regelmäßig ein. rb



Impulse für die Firma, Einsatz fürs ganze Dorf

Neue Kontakte und Impulse erhofft sich **Petra Budde**, Geschäftsführerin des Park-Hotels Bilm, vom Auftakt zum Service-Cup. Sie setzt sich aber nicht nur für die eigene Firma ein: Sehndes Bürgermeister **Carl Jürgen Lehrte** lobt das hohe Engagement der Geschäftsfrau für die ganze Dorfgemeinschaft. rb



Von Bäckermeister zu Bäckersohn

Lehrtes Erster Stadtrat **Uwe Bee** (links) und Bäckermeister **Wilhelm Balkenholl** haben viel Gesprächsstoff: Der Lehrter hat sich als Verfechter des Slow Baking – des Backens mit Naturstoffen und ohne chemische Beschleuniger – einen Namen gemacht. Bee ist als Bäckersohn auch Kenner der Backstube. rb



Gut gekleidet und gut informiert

Nicht nur in Sachen Mode sind **Jörg Fehling** (links), Inhaber des gleichnamigen Modehauses in Burgdorf, und Anzeigenverkaufsleiter **Hagen Daske** auf dem neuesten Stand. Auch über Verkaufsstrategien führen die beiden ein angeregtes Expertengespräch. ek

Was ist der Service-Cup und wer profitiert von der Aktion?

Noch bis zum 10. November können sich Unternehmen anmelden

Der Anzeiger sucht den besten Service in der Region. Wer den bietet, darüber lässt er Leser und Kunden entscheiden. Beim Service-Cup beteiligen sich Geschäftsleute, die daran interessiert sind, mehr über das Renommee ihres Unternehmens zu erfahren. Sie schließen ein umfangreiches Marketingpaket mit den Mediaberat-

tern der Heimatzeitungen ab. Ende November erfahren unsere Leser im Service-Magazin, welche Unternehmen sich beteiligen und bewerten sie per Kupons und im Internet. Dabei profitieren die Kunden doppelt: Wer mit abstimmt, kann Preise im Wert von mehr als 500 Euro gewinnen. Außerdem sorgt er dafür, dass sich der Service

in seiner Heimat langfristig verbessert.

Noch bis Mittwoch, 10. November, können sich interessierte Unternehmen bei den Mediaberatern **Katja Wolfram** für Uetze und Sehnde, Telefon (0 51 36) 97 81 40, und **Rainer Schütte** für Burgdorf und Lehrte, Telefon (0 51 36) 97 81 30, für den Service-Cup anmelden. ek