

Die Stärken des Einkaufs vor Ort



Norbert Jörgens, Sparkassen-Sparkassen-Vorstand

Die Sparkasse fühlt sich eng mit der heimischen Wirtschaft verbunden. Im Mittelpunkt unserer Sparkassen-Geschäftspolitik stehen unsere privaten Kunden und die heimische, mittelständisch geprägte Wirtschaft. Der stationäre Handel steht durch die voranschreitende Vernetzung, die hohe Verbreitung von mobilen, internet-fähigen Endgeräten und die steigende gesellschaftliche Akzeptanz und Nutzung von „E-Commerce“ vor großen Herausforderungen.

Dem gegenüber stehen die großen Stärken des Einkaufs vor Ort. Hierzu zählt insbesondere der direkte, unmittelbare Kontakt zum Kunden, der den Einkauf für den Kunden zu einem echten Erlebnis machen kann.

Es ist daher sinnvoll, die mit dem Einkaufserlebnis verbundenen Aspekte in regelmäßigen Abständen aus Sicht der Kunden überprüfen zu lassen. Bietet das Unternehmen die vom Verbraucher erwartete, freundliche und kompetente Beratung? Bietet es den Erlebnisinkauf im positiven Sinne? Herrscht beim Einkauf eine Wohlfühl-Atmosphäre? Würde der Kunde das Unternehmen im Verwandten- oder Freundeskreis weiterempfehlen? Dies alles sind wichtige Fragestellungen für die zukünftige Kaufentscheidung.

Daher begrüßen wir die Service-Helden-Initiative der Grafschafter Nachrichten.



Der Motivator: Norbert Beck, Geschäftsführer des Consulting-Unternehmens Metatrain, sagt: „Menschen kaufen am liebsten von Menschen“.

Foto: privat

Was macht die Stärken des örtlichen Handels aus? Wie sichern Kaufleute, Handwerker und Dienstleister ihre Zukunft? Und was halten die Kunden vom Angebot? Das Einkaufen kommt jetzt auf den Prüfstand.

NORDHORN Wer in der Graftschaft sehen will, was die Geschäftswelt zu bieten hat, findet ein breites Angebot. Noch immer! Die Unternehmen – ob Einzelhändler, Handwerker oder Dienstleister – verteidigen zäh und mit Einsatz ihre Position auf einem Markt, der extrem hart geworden ist. Denn der Einkauf per Wisch und Klick mit dem Smartphone hat die Gesellschaft nachhaltig verändert. Wer etwas erwerben möchte, kann das heutzutage „bequem von zu Hause“ erledigen.

Mit diesem Argument und einem gigantischen Warenangebot haben sich Online-Versandhändler wie Amazon oder Ebay innerhalb weniger Jahre an die Spitze katapul-

So läuft der Service-Check

Auf Basis des sogenannten Kunden-Beziehungs-Index starten alle an der Service-Helden-Aktion beteiligten Grafschafter Unternehmen eine Befragung. Konsumenten können sich auf ausliegenden Bewertungskarten äußern. Die entscheidende Frage lautet: **„Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie**

unser Unternehmen einem Freund oder Kollegen weiterempfehlen?“ Die Antworten werden mittels einer Skala von 0 („überhaupt nicht“) bis 10

(„ganz sicher“) gegeben. Darüber hinaus können die Gründe für das Votum genannt und Verbesserungsvorschläge gemacht werden.

tiert und setzen in Deutschland Milliarden von Euro um. Der sogenannte E-Commerce: Totengräber des eingesehnen, ortsgebunden und oftmals traditionsreichen Handels?

„Nein“, sagt Norbert Beck. Der Mann ist Geschäftsführer von Metatrain, einem Consulting-Unternehmen in der Oberpfalz. Gemeinsam mit seinem Bruder Johann hat er diesen gesamten, bedrohten Wirtschaftszweig unter die Lupe genommen und beraten. Mehr als 7000 mittelständische Unternehmen in 150 Städten und Gemeinden wurden binnen dreier Jahre analysiert. Sein Credo: Freundlich, vertrau-

enwürdig, wertschätzend – wer seinen Kunden so begegnet, braucht die Online-Konkurrenz nicht zu fürchten.

Gemeinsam mit dem bundesweit fragten Berater und der Kreisparkasse haben die GN vor diesem Hintergrund die Aktion „Grafschafter Service-Helden“ aus der Taufe gehoben. Die Verlagsinitiative bietet allen Unternehmen an, sich von ihren Kunden bewerten zu lassen. Das funktioniert nach einem klassischen Prinzip, denn in den Verkaufsräumen oder Büros werden Karten zum Ausfüllen bereitliegen und können dann in eine Box gegeben werden (siehe Infobox). Die Sicht der Kunden-

ist für Beck das A und O allen kaufmännischen Handelns. Was sie über eine zuvor festgelegte Zeitraum von den Qualitäten eines Geschäfts oder eines Betriebes halten, wird professionell ausgewertet und zur Verfügung gestellt.

Was sind Service-Helden? Der Unternehmensberater verweist auf die Notwendigkeit einer individuellen Betrachtung. Aus seiner bisherigen Tätigkeit für die Branche mit der Auswertung von rund 150.000 Kundenbefragungen pro Jahr bilanziert er dennoch, worauf es Kunden in erster Linie ankommt, nämlich: Freundlichkeit des Personals gefolgt von Zuver-

lässigkeit. Damit seien konkret die schnelle Beantwortung von Fragen und das reibungslose Abwickeln von Reklamationen gemeint. An dritter Stelle wird Wertschätzung genannt. Zur Verlagsaktion der Grafschafter Nachrichten gehört ein zündender Auftakt. Deshalb haben die GN zahlreiche Grafschafter Unternehmen am 17. Januar ins Forum der Sparkassenzentrale in Nordhorn eingeladen, um sie professionell einzustimmen. Norbert Beck, der Motivator und Experte für Emotionsmarketing, wird an diesem Tag darüber sprechen, wie sich der lokale Handel gegen die Konkurrenz aus dem Internet durchsetzen kann. So viel sei schon einmal verraten: Es gibt „drei Kaufknöpfe im Kundenkopf...“ *gd*

Mitmachen lohnt sich. Unter allen, die beim Einkauf einen ausgefüllten Bewertungszettel abgeben, verlosen die GN drei iPads mit 128 GB Speicherplatz und Retina-Display. Enthalten ist eine 8-Megapixel-Kamera.

Kompetente Berater und Problemlöser

Unsere Aktion „Grafschafter Service-Helden“ entstand aus einem einfachen Grund: Uns



Jens Hartert, Leiter GN-Me-diaverkauf.

breitungsgebiet am Herzen. Das hat zum einen natürlich geschäftliche Gründe, denn als Verlags-haus ist uns an einer guten und starken Entwicklung des örtlichen Handels sehr gelegen, hier bestehen seit vielen Jahren, oft seit Jahrzehnten enge geschäftliche Verbindungen. Zum anderen haben die GN – wie viele Bürger auch – ein großes Interesse daran, dass sich die Geschäftswelt in den Städten und Gemeinden weiterhin präsentiert. Unternehmen vor Ort tragen zur Wertschöpfung bei und sind integraler Bestandteil eines funktionierenden Stadt- und Gemeindegewebes.

Mit „Service-Helden“ wollen wir Unternehmen eine Möglichkeit geben, sich vom Internet abzugrenzen. Denn es ist doch klar: Vor Ort kann man mit Emotionen verkaufen! Die Menschen suchen in lokalen Unternehmen nicht nur Händler, sondern Berater und Problemlöser, sicher auch den Erlebnisinkauf. Wenn Unternehmer auf eigene Stärken schauen, heben sie sich vom E-Commerce positiv ab.

Unsere Kaufleute, Handwerker und Dienstleister sind der Motor der lokalen Wirtschaft. Wir wollen sie durch unsere Aktion in den GN unterstützen.