

Unbekannter rammte VWBulli

Norderney. Auf der Insel Norderney hat sich gestern, Dienstag, zwischen 10.50 Uhr und 11.50 Uhr auf der Weststrandstraße ein Verkehrsunfall ereignet. Ein schwarzer VW Bulli, der auf einer Parkfläche abgestellt war, wurde von einem vorbeifahrenden unbekanntem Fahrzeug angefahren und beschädigt. Anhand des Schadens ist erkennbar, dass der Anstoß sehr heftig gewesen sein dürfte, sodass der Verursacher diesen sicherlich bemerkt haben muss. Der Verursacher entfernte sich laut Polizei unerlaubt von der Unfallstelle. Zeugen, die diesen Unfall bemerkt haben, werden gebeten, sich zu melden unter Telefon (0 49 32) 9 29 80.

Einbrecher scheitern an Schuhgeschäft

Norden. Erneut haben Unbekannte versucht, in ein Schuhgeschäft in der Norder Innenstadt einzubrechen. Gelungen ist es nicht, so die Polizei. Die Täter schlugen im Neuen Weg von Montag, 18 Uhr, bis Dienstag, 9.30 Uhr, zu. Bereits in der vergangenen Woche hatte es hier einen Einbruchversuch gegeben. Die Polizei hat Ermittlungen aufgenommen. Hinweise nimmt sie unter Tel. (0 49 31) 92 10 entgegen.

Autofahrer hatte keinen Führerschein

Norden. Die Polizei hat in Norden einen 24-jährigen Mann aus Osthuderfehn kontrolliert, der dort am Dienstag gegen 10.35 Uhr mit einer Zugmaschine samt Anhänger auf der Tunnelstraße unterwegs war. Dabei stellten die Beamten fest, dass ER keinen Führerschein hatte. Außerdem war der Anhänger nicht zugelassen und wies diverse Mängel auf. Die Polizei begleitete den Mann nach eigenen Angaben zum Zielort und leitete entspre-

„Kunden und sich selbst emotional positiv aufladen“

Interview: Buchautor und Marketingexperte Norbert Beck gibt lokalen Unternehmen Tipps, wie sie Kunden im Internet an sich binden und für sich gewinnen können



Norbert Beck spricht auf der Auftaktveranstaltung der Verlagsaktion „Mein Herz schlägt hier“.

Foto: privat

VON UWE PRINS

Aurich. Norbert Beck ist mehrfacher Buchautor und Experte für Emotions-Marketing. Er ist Gastredner der Auftaktveranstaltung zur Verlagsaktion „Mein Herz schlägt hier“. In den Ostfriesischen Nachrichten redet er über die Internet-Konkurrenz für lokal ansässige Unternehmen.

Frage: Um Kunden in Zeiten digitaler Shopping-Möglichkeiten ins eigene Geschäft zu locken, sei es für lokal ansässige Unternehmen notwendig, sich auf deren Bedürfnisse auszurichten. Das hat das Institut für Handelsforschung herausgefunden. Sind Sie auch dieser Meinung?

Norbert Beck: Es war schon immer so, dass nur die Unternehmen langfristig erfolgreich sind, die sich konsequent auf die Bedürfnisse ihrer Kunden ausrichten. Die sind in Zeiten des E-Commerce jedoch vielschichtiger geworden. Für Unternehmen wird es deshalb zunehmend schwieriger, die wahren Bedürfnisse der Kunden herauszufinden. Deshalb emp-

fehle ich, die Wünsche der Kunden immer wieder mal abzufragen und auszuwerten.

Bei der Umfrage des Kölner Instituts ist außerdem herausgekommen, dass inzwischen 70 Prozent der Kunden Verkäufer erwarten, die besser informiert sind als sie selbst – und bei Händlern starken Nachholbedarf sehen.

Dass ein Kunde von einem lokalen Fachgeschäft erwartet, dass das Verkaufspersonal fachlich gut geschult ist und er kompetent beraten wird, ist doch selbstverständlich und legitim. Ich möchte auch nirgends einkaufen, wo ich als Kunde dem Verkäufer das Produkt erklären muss. Meiner Erfahrung nach ist die fachliche Beratung der meisten lokal ansässigen Unternehmen in Deutschland auf einem hohen Niveau. Das zeigen auch 500 000 Kundenmeinungen, die wir im Rahmen unserer Service-Weltmeisterschaft deutschlandweit für 7000 Unternehmen in den vergangenen zehn Jahren ausgewertet haben. Danach wünschen sich die meisten deutschen Kun-

VERLAGSAKTION

„Mein Herz schlägt hier“ heißt die neue Verlagsaktion der Zeitungsgruppe Ostfriesland, zu der die Ostfriesischen Nachrichten gehören.

Bei der Auftaktveranstaltung wird der vierfache Buchautor und Experte für Emotions-Marketing Norbert Beck einen Vortrag halten. Sein Thema: „Kaufknopf im Kundenkopf“.

Die Veranstaltung findet am Dienstag, 30. Januar, im Forum der Sparkasse statt.

Der Informationsabend in Leer beginnt um 19 Uhr. Im Anschluss an das Referat von Norbert Beck wird das ZGO-Projekt „Mein Herz schlägt hier“ vorgestellt. Die Teilnahme ist kostenlos. Das Angebot richtet sich an Inhaber, Geschäftsführer und Führungskräfte lokaler Firmen.

Anmeldungen nimmt die Zeitungsgruppe bis zum 23. Januar per E-Mail (marketing@zgo.de) und über die Mediaberater vor Ort entgegen.

den vor allem drei Dinge von den Unternehmen: Freundliches Personal, Vertrauen in den Anbieter und Wertschätzung als Kunde.

Wie gelingt es, Menschen, die im Internet einkaufen, wieder für den Laden im eigenen Ort oder in der nächsten Stadt zu gewinnen?

Der E-Commerce-Anteil im Einzelhandel liegt derzeit bei etwa 13 Prozent. Das heißt, 87 Prozent der Produkte werden immer noch von

Mensch zu Mensch gekauft und verkauft. Die meisten Menschen wollen beim Einkaufen immer noch lieber mit Menschen kommunizieren als mit dem Computer oder digitalen Sprachassistenten. Und das ist die große Chance der lokalen Unternehmen mit stationären Geschäften und Büros.

Das ist doch eine große Chance.

Auf jeden Fall! Menschen suchen heute noch mehr als

früher nach emotional positiven Käuferlebnissen. Das können eine erstklassige Serviceleistung, eine freundliche bis herzliche Beratung, ein außergewöhnliches Ladenkonzept, eine tolle Kundenveranstaltung sein oder Produkte und Dienstleistungen, die es so im Internet nicht zu kaufen gibt. Es geht heute und in Zukunft für lokale Händler und Dienstleister darum, den Menschen Freizeitwert zu liefern, nicht nur Produkte, die es genauso im Internet zu kaufen gibt. Das ist in den meisten Branchen möglich durch Kombination von Produkten mit Dienstleistungen oder durch Einführung neuer Services, für die der Kunde auch bezahlt, wenn er einen emotionalen Nutzen sieht. Im Rahmen unserer Service-WM haben wir viele solcher neuen, innovativen Dienstleistungen von lokalen Anbietern gefunden. Damit lassen sich Menschen motivieren, in lokalen Geschäften einzukaufen.

Sie unterstützen die Verlagsaktion „Mein Herz schlägt hier“ der Zeitungsgruppe Ostfriesland und

sprechen auf der Auftaktveranstaltung am Dienstag, 30. Januar, in Leer über den „Kaufknopf im Kundenkopf“. Verraten Sie uns vorab schon ein bisschen?

Ich werde bei meinem Impulsvortrag an konkreten Beispielen zeigen, wie lokal ansässige Unternehmen die drei Kaufknöpfe in den Kundenköpfen gezielt und verkaufswirksam drücken können und ihren Kunden somit das geben, was sie wirklich wollen. Die Gäste hören außerdem von mir, wie sie nicht nur ihre Kunden emotional positiv aufladen, sondern wie sie sich selbst immer wieder emotional positiv aufladen können. Das ist wichtig, um Lebensqualität trotz des stressigen Business' zu erhalten oder zu steigern.

Platt ausgedrückt: Sie rufen zu mehr Entspannung auf?

Ja. Lebensqualität vernachlässigen viele Leistungsträger in unserer internetgetriebenen Zeit. Du kannst aber nur wertschätzend und freundlich zu deinen Kunden sein, wenn du freundlich und wertschätzend zu dir selbst bist.