

Schwäbisch Hall wird als erste Stadt Baden-Württembergs zur **Service-Qualitäts-Stadt** gekürt – was das Siegel bedeutet und welche Dienstleister mitmachen



Die Qualität im Haller Handel soll haltbarer sein als das „Q“ aus Hefeteig, das am Mittwoch nach dem Festakt von den Trägern des Zertifikats verspeist wurde. Zuvor stellten sie sich gemeinsam mit Wirtschaftsminister Ernst Pfister (Zweiter von links) und Oberbürgermeister Hermann-Josef Pelgrim (vorne, rechts) zu einem Gruppenbild auf. Mehr Fotos in der HT-Bildergalerie auf www.hallertagblatt.de Fotos: Thumi

Zertifizierte Händler

Einzelhandel

Sanitätshaus Ziegler; Miedertruhe Dessoushouse; Optik Schill; Seifried II; Tabak Braun; Tee & Idee; Catena Schmuckgalerie Goldwerk GmbH; Sibylle & Wein; Herrenmode Schumacher; Modehaus Wanner; Gustav Kachel, Glas Porzellan Haushalt; Jeans in Raibach, BAG Raiffeisen; Andrea Gunst; Wäschehaus Lässig; Wichtel Laden GmbH; Scholl Optik; Alt & Neu GbR; Zeitungsverlag Schwäbisch Hall GmbH

Gastro/Hotel/Touristik

Brauerei Ausschank Zum Löwen; Ringhotel Hohenlohe; Sudhaus, Sonneck Hotel-Restaurant; Gasthof-Restaurant Blauer Bock; Ringhotel Die Krone; Romantik-Hotel Der Adelshof; Hotel Kronprinz

Dienstleistung

Dreikönig Apotheke; Pro Service GmbH; Hörakustik Vogelmann; Stadtbüro; Scirus Softwareberatung GmbH; GWG Grundstücks- und Wohnungsbaugesellschaft; Volkshochschule Hall; Sparkasse Hall; Stadtwerke; Stadt Hall – Bürgerdienste; Stadt Hall – Hauptverwaltung; Stadt Hall – Stadtbibliothek; Stadt Hall – Touristik und Marketing; HGE Grundstücks- und Erschließungsgesellschaft; Wirtschaftsförderungsgesellschaft Hall; Löwen-Apotheke; Stadt Hall – Musikschule; RT-Group Regionaltaxi; Bera Personaldienstleistungen; Albert Scheib Immobilien; Deutsche Rentenversicherung

Handwerk

Bäckerei Kronmüller; Gräter – mein Backhaus; Bäckerei Scheu

kursiv: vier von fünf Service-Standards zur Stadtzertifizierung sollen erfüllt werden

Händler legen Latte höher

Was das Zertifikat „Service Qualität“ den Kunden bringen soll

„Service-Qualität Deutschland“ soll die Zertifizierung von Dienstleistern vereinheitlichen. Darin ist das Konzept „König Kunde“ aufgegangen. Hall hat die Stufe Eins (von drei) erreicht und ist zur Service-Stadt erkoren.

HOLGER STRÖBEL

Schwäbisch Hall. Manchmal habe man in Deutschland ja das Gefühl, es gebe einen förmlichen „Zertifizierungswahn“, sagt Michael Knaus, erster Landesbeamter des Kreises Schwäbisch Hall. Bei der Q-Zertifizierung sei man aber dennoch gerne dabei. „Das ist eine gute Sache“, urteilt auch Sabine Hagmann, Hauptgeschäftsführerin des baden-württembergischen Einzelhandelsverbandes, „die Effekte werden langfristig deutlich spürbar sein“.

Dabei ist das Zertifikat, das nun die Stadt Hall als Ganzes sowie 52 Betriebe tragen dürfen, nicht einfach zu verstehen. Getragen wird die „Service-Qualität Deutschland“ vom Deutschen Tourismusverband. In den Bundesländern sind wiederum die dortigen Tourismusverbände zuständig. Koordiniert, geprüft und organisiert wird die Aktion wieder an anderer Stelle – in Baden-Württemberg beispielsweise von der Tourismus-Marketing GmbH in Stuttgart, vom Projektbüro Tourismus in Münster und von der Akademie des Deutschen Hotel- und Gaststättenverbandes in Bad Überkingen.

Dass die Sache kompliziert klingt, zumal die Zertifikate auch noch in einem dreistufigen Verfahren vergeben werden und Städte se-



Wer wird erste „Service-Qualitäts-Stadt“ Deutschlands? Baden-Württembergs Wirtschaftsminister Ernst Pfister meint: „Schwäbisch Hall hätte es verdient“.



parat ausgezeichnet werden, gesteht auch der Einzelhandelsverband ein. Das Thema lasse sich aber einfach übersetzen, heißt es in einer Mitteilung: „Service Qualität Deutschland“ ist einfach ein Werkzeugkasten mit dem passenden Handwerkszeug zur Qualitätsprüfung im eigenen Betrieb.“

Was abstrakt klingt, ist zumindest für die 33 Haller Betriebe, die sich bereits den strengen Service-Standards unterworfen haben, ziemlich konkret. In einem Workshop am 11. Januar hatten sich die Teilnehmer darauf geeinigt, dass die Latte künftig in Sachen Schaufenstergestaltung, Öffnungszeiten, Kontaktmöglichkeiten, Parkgebühren und Kommunikation höher gelegt werden soll. Beispiele:

- Die Schaufenster müssen von 8 bis 22 Uhr beleuchtet und mindestens im Sechs-Wochen-Rhythmus neu dekoriert werden.

- Die Läden müssen durchgehend geöffnet sein, außerdem sollen Termine außerhalb der Geschäftszeiten möglich sein. Telefonisch müssen die Zertifikats-Träger während der Öffnungszeiten erreichbar sein. Schriftliche Anfragen werden binnen zwei Werktagen beantwortet.

- Entweder es gibt Kundenparkplätze oder die Parkgebühren werden nach dem von den Stadtwerken angebotenen System erstattet. Will die Stadt Hall seinen Status als „Service-Qualitäts-Stadt“ halten, müssen stets 20 Betriebe diese Kriterien einhalten. „Das wird überprüft“, sagt Thomas Kaiser von der „Serviceakademie des Einzelhandels“. Oberbürgermeister Pelgrim ist davor nicht bange: „Wir wollen eher noch mehr Betriebe“. Das Zertifikat ist zunächst bis 2013 gültig.

ZITATE

Niemand in dieser Stadt wird künftig auch nur ansatzweise von einer Servicewüste reden können.

Wirtschaftsminister Ernst Pfister

Mit dem Kocherquartier und dieser Auszeichnung wird sich Hall nach der Kulturstadt nun auch als Einkaufs- und Service-Stadt mit besonderem Flair etablieren.

Erster Landesbeamter Michael Knaus

Ich war noch nie in Schwäbisch Hall und bereue es. Das ist eine Stadt, in die ich mich sofort verlieben könnte.

Marketing-Experte Hans Georg Pompe

Ich weiß, die Entlohnung im Einzelhandel ist nicht die höchste – und trotzdem sind Sie mit Leidenschaft dabei. Dafür herzlichen Dank.

Bürgermeisterin Bettina Wilhelms

Ich bin ganz einfach stolz auf diese Stadt und ihre Unternehmen.

Dehoga-Präsident Peter Schmid

Gastronomie, Kultur und Handel müssen Hand in Hand arbeiten – darauf achtet der Verbraucher.

Sabine Hagmann (Einzelhandelsverband)

Absage an den Seniorenteller

Hans-Georg Pompe gibt Tipps zum Umgang mit der Ü-50-Generation

Wer im Handel gewinnen will, der muss auf die über 50-Jährigen setzen. Das rät der Marketing-Experte Hans-Georg Pompe den Haller Dienstleistern.

Schwäbisch Hall. Das Gastgeschenk der kreisweiten Wirtschaftsförderungsgesellschaft trägt Headset, Anzug, kurze Haare und geht gerne auf Tuchfühlung zu seinen Zuhörern: Als Marketingexperte, Unternehmensberater, Coach und Umsetzungsbegleiter bezeichnet sich Hans Georg Pompe selbst. Im Neubau spricht er im Anschluss an die Übergabe der Qualitäts-Zertifikate über die „Marktmacht 50 plus“.

Die These des 52-Jährigen aus Ettlingen: „Sie können nur wachsen, wenn Sie sich dieser Zielgruppe nachhaltig annehmen – ansonsten werden Sie verlieren“. Für Pompe steht fest: Wer das sechste Lebensjahrzehnt erreicht hat, steht meist auf der „sorgenfreien Seite des Lebens“. Dieser Kunde befinde sich „auf der Zielgeraden zum Wohlstand“ und gebe gerne Geld aus – „wenn man es gut mit ihm kann“.

Deshalb appelliert der Vortragsreisende an die Schwäbisch Haller Einzelhändler, Hoteliers, Gastronomen und Handwerker, sich auf diese Zielgruppe besser schnell einzustellen: „Wer heute 50 ist, hat für Sie noch 30 Jahre Kundenbindungs-

relevanz“. Einen „gewaltigen Geldschrank“ macht Pompe in dieser Generation aus. Wem es gelinge, diesen Tresor zu öffnen, dem biete sich ein „Umsatzsteigerungspotential von 30 bis 50 Prozent“.

Tipps, wie man an die „Best Ager“ herankommen kann, hat Hans-Georg Pompe auch: „Starten Sie eine Charme-Offensive, pflegen Sie Ihre Stammkunden“, sagt der Referent. Dazu brauche es keine 50-Plus-Hotels und keine Seniorenteller. Stattdessen müsse man Vertrauen und Entlastung schaffen, Orientierung bieten und die Dinge vereinfachen. „Kunden zu begeistern kostet Sie nichts“, so der Pompe-Appell, „aber es ist unbezahlbar.“ hs



„Sie handeln mit austauschbaren Produkten“, sagt Hans-Georg Pompe, „deshalb brauchen Sie sympathische und leidenschaftliche Mitarbeiter.“ Foto: Thumi