

Erlangen als kleine Oase in der staubigen Servicewüste

Zehn hiesige Unternehmen wurden mit dem „Service max.“ Zertifikat ausgezeichnet — Wichtig für die Einkaufsstadt



Bei der Verleihung des „Service max.“ kam viel Freude bei allen Beteiligten auf: Peter Röckel, Direktor der Landesgewerbeanstalt, (2. von links) und LGA-Mann Thomas Stark (links) verliehen im Beisein von OB Siegfried Balleis (6. von links) die Ur-Betten Bühler, Der Beck GmbH, die Kommunikationsagentur Birke und Partner, Möbelhaus Dörfler, die Höfer Parfümerien, der Erlanger Tourismus und Marketing Verein, das Sporthaus Eisert GmbH, die Generalvertretung der Allianz (Konrad Schwarz), der Reifen- und Autoservice Krautwurst GmbH und Schuh-Mengin GmbH.

Foto: Bernd Böhner

Zehn Erlanger Unternehmen erhielten gestern die Auszeichnung „Service max.“. Diese Zertifizierung durch die Landesgewerbeanstalt (LGA) bescheinigt den beteiligten Einzelhandels- und Dienstleistungsbetrieben eine exzellente Servicequalität.

Zwölf Monate lang wurden sie als Pioniere eines bundesweit einmaligen Projekts von der Landesgewerbeanstalt Bayern (LGA) beraten und geprüft (die EN berichteten). LGA-Direktor Peter Röckel und Thomas Stark, Leiter Fachzentrum der TrainConsult GmbH, überreichten den geprüften Betrieben ihre Urkunden. OB Siegfried Balleis sprach von einer „unglaublich wichtigen Entwicklung“ für die Stadt und hatte zudem die Vision von der „kundenfreundlichsten Großstadt“ im Lande.

Die Geiz-ist-geil-Mentalität führt letztlich in eine Sackgasse. Die Erlanger Unternehmen aus Einzelhandel und Dienstleistung setzen dagegen auf Service. Sie vereint die Entschlossenheit, dem Kunden einen echten „Mehrwert“ zu bieten. Sie wissen aber auch, dass sich guter Service nicht endgültig besiegeln lässt, vielmehr ist er das Ergebnis täglicher Bemühungen. Entscheidend dabei ist ein motiviertes, aufgeschlossenes und selbstbewusstes Verkaufspersonal, das in den Kunden gern gesehene Gäste sieht, die es zu begeistern gilt.

Die LGA prüfte nicht nur grundsätzliche Servicekriterien wie bargeldlose Bezahlung und Geld-zurück-Garantie, sondern führte auch zirka 55 anonyme Testkäufe („Mystery-Shopping“) durch, um die Kundenfreundlichkeit und Service-Orientierung der Mitarbeiter zu testen.

rwi