



Top Service Unternehmen

in Mainz




„Präsentieren auch Sie Ihre Firma in der Kampagne!“

Das Mainzer Wochenblatt lädt alle Geschäfts- und Firmeninhaber aus Mainz zu einem kostenfreien Vortragsabend zum Auftakt der Kampagne „Top Service Unternehmen in Mainz“ ein.

Wann? Mittwoch, 11. August 2011, ab 19.00 Uhr
Wo? Verlagsgebäude der Verlagsgruppe Rhein Main, Erich-Dombrowski-Straße 2, 55127 Mainz

19.00 Uhr Sektempfang und Begrüßung

19.30 Uhr  Impuls-Vortrag „Service ist sexy“ mit Referent Norbert Beck. Herr Beck ist Experte für Emotions-Marketing und einer der renommiertesten Vortragsredner zum Thema „Service“.

20.30 Uhr „Top Service Unternehmen in Mainz“ als Marketingchance und Motivation für Ihr Unternehmen - Präsentation des Konzeptes.

Der Referent und die Mitarbeiter des Mainzer Wochenblattes stehen im Anschluss für persönliche Gespräche in gemütlicher Atmosphäre zur Verfügung.

Anmeldung:

Wenn Sie an dieser kostenfreien Veranstaltung teilnehmen möchten, melden Sie sich telefonisch unter 06131/485538 oder per E-Mail (mainzer-wochenblatt@vrm.de) bei uns bis zum 5. August 2011 an.



INTERVIEW

„Freundlichkeit ist keine Einbahnstraße“

Das Mainzer Wochenblatt im Gespräch mit Citymanager Klaus Hammer über Service in Mainz

MAINZ (teg) – Mit einem kostenlosen Informationsabend des Mainzer Wochenblatts für Mainzer Geschäftsinhaber fällt am Donnerstag, 11. August, 19 Uhr, der Startschuss für den Service-Wettbewerb „Top Service Unternehmen“ im Verlagshaus der Verlagsgruppe Rhein Main. Bis zur Veröffentlichung der Sonderbeilage „Top Service Unternehmen in Mainz“, die am 15. September 2011 dem Mainzer Wochenblatt beiliegen wird, begleitet das Mainzer Wochenblatt das Thema Service redaktionell. Mit dem Citymanager Klaus Hammer sprach das Wochenblatt über Service im Allgemeinen und die Kundenfreundlichkeit besonders in Mainz.

Frage: Herr Hammer, wie steht es um den Service in Mainz?

Hammer: Ich höre oft, dass Wiesbadener gerne in Mainz einkaufen gehen, weil das Personal in den Geschäften so „unaufdringlich aufdringlich“ ist. Die Mainzer Art kommt einfach gut an: Dieses Interesse am Menschen, gepaart mit Fachkompetenz – das wollen die Leute lieber, als einfach nur ein großes Sortiment. Was Mainz



Klaus Hammer im Interview mit Wochenblatt-Redakteurin Alexandra Ehrhardt. Foto: rak

außerdem zu einer attraktiven Einkaufsstadt macht, ist die Tatsache, dass bei uns nur rund 35 Prozent Filialisten im Innenstadtbereich ansässig sind. Die Mehrzahl an kleinen, inhabergeführten Geschäften macht unseren Einzelhandel vielseitiger, persönlicher und individueller.

Frage: Welche Erwartungshaltung haben Sie als Kunde?

Hammer: Ich möchte in erster Linie freundlich behandelt werden. Und ich sage dabei auch immer gerne: „Freundlichkeit

ist keine Einbahnstraße“. Das bezieht sich sowohl auf den Verkäufer, als auch den Käufer. Fachliche Kompetenz, individuelle Beratung und was ganz wichtig ist: auch das Weiterempfehlen von anderen Geschäften, also dem kollegialen Einbeziehen von Mitkonkurrenten zugunsten eines positiven Erscheinungsbildes der Stadt, sind für mich als Kunde wichtige Aspekte, nach denen ich ein Geschäft dann vielleicht ein weiteres Mal besuche oder nicht.

Frage: Wie schneidet Ihrer Einschätzung nach Mainz in Sachen Service im Vergleich zu anderen Städten ab?

Hammer: Ich glaube, es ist schwer, die Stadt Mainz mit einer anderen Stadt einfach zu vergleichen, zumal ich die Aussagekraft dieser „Städte-Rankings“ infrage stelle. Service kann immer verbessert werden, unabhängig davon, wie gut oder schlecht der Service in einer anderen Stadt ist.

Frage: Wie sehen kleine, inhabergeführte Geschäfte in der City die Konkurrenz durch Einkaufszentren auf der „grünen Wiese“?

Hammer: Im Grunde tritt der Mainzer Einzelhandel selbstbewusst auf. Natürlich gibt es vor allem hinsichtlich der Parkplätze und der Großflächigkeit Standortnachteile, aber das versuchen die innerstädtischen Geschäfte mit Service und Fachkompetenz wettzumachen. Allerdings birgt die „grüne Wiese“ die Gefahr, dass sich das innenstadtrelevante Sortiment in die Randbezirke der Stadt ausweitet und damit vor allem Besucher vor den Toren der Stadt „abgefangen“ werden.