

„Die Olympiade als Chance begreifen“

Citymanager Thomas Müller im Gespräch mit unserer Zeitung über die MT-Service Olympiade als Mittel zur Präsentation und Reflexion

Eine Woche vor der Auftaktveranstaltung zur MT-Service Olympiade am Mittwoch, den 1. Februar, hat das MT mit Mühlackers Citymanager Thomas Müller über die Service-Kampagne unserer Zeitung gesprochen. Der Marketing-Fachmann sieht in der Aktion eine große Chance für die Unternehmen aus Mühlacker und Umgebung.

Fragen von Sophia Zundel

Wie definieren Sie persönlich guten Service?

Ich denke, das Geheimnis ist, genau das zu tun, was der Kunde wünscht. Man muss sich in den Kunden hineinversetzen können – nur diese Art von Behandlung schafft einen Mehrwert als Zusatz zum Produkt selbst.

Wird Mühlacker diesem Maßstab denn gerecht?

Grundsätzlich ist es natürlich so, dass man sich immer verbessern kann. Es wäre dementsprechend vermessen, Mühlacker diesbezüglich als perfekt anzusehen. Aber ich muss ganz klar sagen: Auch in meiner Anfangszeit, als ich hier noch nicht wirklich bekannt war, hatte ich viele positive Service-Erlebnisse. Ich wurde in vielen Geschäften herzlich begrüßt und kompetent beraten. Dieser überschaubare, enge Kontakt zwischen Händlern und Kunden ist es ja auch, der die Dienstleistung in einer Stadt in der Größenordnung von Mühlacker abhebt von großen Einkaufszentren oder Online-Shops.

Ist das Thema „Service“ für Händler und Kunden in Mühlacker von großer Bedeutung?

Es kommt schon immer mal wieder jemand diesbezüglich auf mich zu – telefonisch, per Email oder im persönlichen Gespräch. Kunden kritisieren dann beispielsweise, dass Geschäfte mittags



City-Manager Thomas Müller.

Foto: Zundel

geschlossen haben, die Bahnhofstraße nicht sauber sei oder sie unfreundlich bedient worden seien. Aber solche Beschwerden sind sehr selten. Was die Händler selbst betrifft, habe ich sogar oft das Gefühl, dass sie sich unter Wert verkaufen und das, was ihren Service ausmacht, gar nicht ins rechte Licht rücken.

Welche Möglichkeiten eröffnet die MT-Service Olympiade Ihrer Meinung nach den Unternehmen aus Mühlacker und Umgebung?

Die Kampagne Ihrer Zeitung wird sicherlich für Auftrieb sorgen. Ich sehe die Olympiade als große Chance für die Unternehmen, ehrliches Feedback zu erhalten. Viele Händler haben ja nicht die Möglichkeit, ihr eigenes Geschäft aus Kundensicht zu betrachten. Durch die Abstimmungsergebnisse erhalten sie jetzt ein repräsentatives Meinungsbild und erfahren, wie sie von ihren Kunden gesehen werden. Das hat zur Folge, dass sie sich und ihre Arbeitsweise überprüfen können.

Was erhoffen Sie sich in Ihrer Position als Citymanager von der Kampagne?

Zunächst hoffe ich natürlich, dass möglichst viele Unternehmen aus der City, also aus der Innenstadt, sich an der Olympiade beteiligen. Bei diesen Teil-

nehmern hoffe ich dann vor allem auf die nötige Reflexion: Wird bei der Abstimmung beispielsweise 20 Mal ein und derselbe Punkt in meinem Unternehmen kritisiert, darf man sich das gern zu Herzen nehmen. Von den daraus resultierenden Verbesserungen profitiert letztlich die ganze Innenstadt – und diese Verbesserungen habe ich in meiner täglichen Arbeit ja immer im Blick.

Denken Sie, dass alle Händler der MT-Service Olympiade gegenüber positiv eingestellt sind?

Also ich selbst würde die Kampagne als willkommene Herausforderung begreifen. Ich bin mir sicher, Einzelhändler und Dienstleister haben kein Problem damit, sich der ehrlichen Meinung der Kundschaft zu stellen.

Wird die MT-Service Olympiade den Service in Mühlacker nachhaltig verbessern?

Dass die Olympiade kein einmaliges Strohfeuer bleibt – dafür zu sorgen, wird auch meine Aufgabe sein. Ich bin jedenfalls gespannt, welche Neuerungen angestoßen werden und freue mich darauf, die Händler bei der Realisierung neuer Ideen im Service-Bereich zu unterstützen.

Zur Person Thomas Müller

Seit einem Jahr ist Thomas Müller als Citymanager in Mühlacker tätig. Der 44-jährige Betriebswirtschaftler hat sich die Optimierung der Mühlacker Innenstadt auf die Fahnen geschrieben. Er unterstützt Einzelhändler, Dienstleister und Gastronomen in sämtlichen Belangen. Das große Ziel vor Augen: Müller, der sich selbst als „Kümmerer“ bezeichnet, möchte der Kreisstadt zu einer einheitlichen Identität verhelfen und sie als „Marke Mühlacker“ etablieren. (sz)