

Ein Qualitätsversprechen

MARKETING Stadt Brandenburg wird mit Gütesiegel bedacht

Die Überraschung ist gelungen: Pünktlich zum Empfang der Stadtwerke am gestrigen Abend wurde bekannt, dass die Stadt Brandenburg die erste kreisfreie Stadt Deutschlands ist, die das Siegel „Qualitäts-Stadt“ tragen darf. Dieter Hütte, Chef der Tourismus Marketing Brandenburg (TMB), verlieh der Stadt den Titel. 40 Betriebe aus vielen Branchen haben sich an der Qualitätsoffensive beteiligt (Stadtkurier berichtete). Ist das noch ein Siegel mehr, das niemand kennt? Thomas Krüger, der Chef der STG, verneint: Um das deutschlandweit einheitliche und europaweit anerkannte Prädikat zu erlangen, hätten sich in Abhängigkeit zur Einwohnerzahl der Stadt mindestens 25 Unternehmen zusammenfinden und zertifizieren müssen.

Kontinuierlich würden die Firmen nun „an ihrer Servicequalität arbeiten“, sagt Krüger. Neben Schulungen sei vor allem die gegenseitige Kritik ein Instrument, die Qualität zu steigern. Händler, Vereine und Firmen untereinander

wüssten genau, welche Produkte fehlen, welche Schaukasten mies und welche Bedienung unfreundlich sei, sagt Krüger. So werde aus einer Servie-Wüste eine Service-Oase.

Das „Qualitäts-Stadt-Siegel“ wird koordiniert vom Deutschem Tourismusverband. Das Zertifikat sei ein Qualitätsversprechen einer Stadt an Bürger, Kunden und Gästen. Krüger: Zufriedenstellen reiche nicht mehr. „Erst Begeisterung führt dazu, dass der Kunde wiederkommt, nicht abwandert, den Standort weiter empfiehlt und weniger preissensibel reagiert.“

Neben touristisch tätigen Unternehmen, Reiseveranstaltern und Gesundheitsunternehmen haben sich Innenstadthändler und die Stadtverwaltung der Qualitätsoffensive angeschlossen. Die 40 beteiligten Partner haben sich die Durchsetzung von Servicestandards auf die Fahnen geschrieben. Dazu gehören das „gegenseitige Qualitätscontrolling“, die Präsentation aller „Qualitätsbetriebe auf ei-

nem Stadtplan als Qualitätswegweiser“ und mindestens eine gemeinsame Weiterbildung pro Jahr. „Wir kommunizieren zukünftig immer den Stadtnamen Brandenburg an der Havel“, ist ein weiteres Ziel, ebenso wie der Aufbau eines „betriebsübergreifenden Beschwerdemanagements“. Krüger ist begeistert: Geld und Zeit hätten alle investiert, nun sei der Anfang für ein großes Netzwerk gemacht. An der Qualitätsoffensive nehmen beispielsweise teil: die Stadtverwaltung, Stadtwerke, BAS und Wobra, BT, STG, Marienbad, Bismarck-Terrassen, BlumenHampel, Café am Stern, Eiscafé Piazza S. Marco, Café Bellevue, City Hotel, EP:Fenske, Ecki Production, Event-Theater, Industriemuseum, Gewerbeverein, das Therapie-Zentrum Promnitz, Modehaus Pfahl, Nordstern Reederei, Pension Havelfloß, Tabak-Schulze, Theaterklausen, Tourismusverein, Uhren Schubert und Werbe Rusch, um nur einige der Partner zu nennen.