

# Service auf die charmante Tour

**Holtener Straße: Coaching soll Leistungsfähigkeit der Werbegemeinschaftsmitglieder stärken**

**Ravensberg - Wenn Kunden in der Holtener Straße demnächst besonders freundlich bedient werden, hat das einen Grund: Im Rahmen der BID-Gruppe (Business Improvement District) haben sich Mitglieder der Werbegemeinschaft für ein Coaching entschieden, das „die verkäuferische und unternehmerische Leistungsfähigkeit der Mitglieder stärken soll“, erklärt Jörg Böttcher, Vorsitzender der Werbegemeinschaft.**

Von Bettina Krohn

Über Kundenfreundlichkeit und Service in Deutschland gibt es viele Meinungen. Eines weiß der Vorsitzende jedoch genau: „In diesem haben wir Nachholbedarf“. Kundenfreundlichkeit sei extrem wichtig, nicht umsonst heißt das Logo der Holtener auch „auf die charmante Tour“. Wer heute einkauft, kann zwischen zahlreichen Geschäften wählen. Warum sollte der Kunde in einem Geschäft sein Geld ausgeben, in dem kompetente Beratung und Freundlichkeit kleingeschrieben werden?



*Jörg Böttcher ist Vorsitzender der Werbegemeinschaft*

„Gerade die Holtener Straße wirbt mit ihrem besonderen Einkaufsflair, deswegen sollten auch Mitarbeiter und Chefs besonders geschult werden“, sagt Jörg Böttcher überzeugt. Zu den Inhalten der Seminare gehören Basis- und Spezialverkaufstrainingsprogramme genauso wie Beschwerdemanagement und Telefontraining. Der Startschuss für das Coaching soll nach dem Umweltfest fallen. Seit den ab September vergangenen Jahres geregelten Öffnungszeiten haben sich die 114 Mitglieder der Werbegemeinschaft, von denen derzeit vier in der BID-Gruppe aktiv sind, bereits in Richtung „besseren Service“ bewegt. Vor gut einem Jahr hatte die Werbegemeinschaft eine repräsentative Kundenumfrage in Auftrag gegeben. Dabei stellte sich heraus, dass die unterschiedlichen Öffnungszeiten der größte Kritikpunkt war.

Als ebenfalls positiv bewertet Böttcher die strukturierte Arbeit von Wer-

begemeinschaft und BID-Gruppe. „Um wettbewerbsfähig zu bleiben, haben wir unsere Stärken gebündelt.“ Konkret: In der Werbegemeinschaft haben sich zwei kleine Gruppen gebildet, die die Bereiche Mode und Gesundheit gezielt bearbeiten. Derzeit kristallisiert sich gerade eine „Kulturgruppe“ heraus. Sie soll in der Holtener Straße Lesungen, Bilder- und Kunstausstellungen sowie Musikfestivals organisieren. Ein anderes wichtiges Arbeitsgebiet ist nach Ansicht von Böttcher die Gastronomie auf Kiels beliebter Bummelmeile. Mit über 40 verschiedenen gastronomischen Betrieben möchte die Kaufmannschaft die Vielfalt mit speziellen Events gezielter präsentieren. Gleichzeitig planen Werbegemeinschaft und BID-Gruppe eine Kinderbetreuung für Kunden und Mitarbeiter. „Wir sind auf der Suche nach einer Kindertagesstätte“, sagt der Vorsitzende. Optimal wäre ein Ganztagsangebot in unmittelbarer Nähe. „Die Kostenfrage und der Umfang der Leistungen müssen allerdings noch geklärt werden“, sagt Jörg Böttcher.