

# Zwei Lübecker Firmen erhalten die ersten Service-Awards

Zwei Preise für die nettesten Betriebe – zwei eindeutige Sieger. Gestern Abend wurde der erste Service-Award „Isa“ im Land verliehen.

VON JOSEPHINE V. ZASTROW

Sie sind freundlich, kompetent und zuvorkommend, deshalb haben sie den Preis für den besten Service in der Hansestadt erhalten: Die Strandkorbvermietung Aichholzer in Travemünde und die Löwen-Apotheke in der Lübecker Altstadt gehören zu den gastfreundlichsten Firmen der Hansestadt. „Es waren beide Male eindeutige Ergebnisse“, freut sich Andrea Gastager, die Chefin des Lübeck und Travemünde Marketing (LTM). Gestern Abend wurde ihnen während einer festlichen Veranstaltung in den Media Docks der Service-Award „Isa“, eine Plastik der Lübecker Bildhauerin Bettina Thierig, überreicht.

„Das ist ganz großartig“, jubelt Marco Niendorf mit seiner Frau Melanie, die Inhaber der Löwen-Apotheke. Birgit Aichholzer, Chefin der Strandkorbvermietung, und ihr Mann Jochum können es kaum fassen: „Wir sind doch so klein und unbedeutend – ich bin ganz gerührt.“

Zwei unterschiedliche Juries haben die Preise vergeben: Während sich eine Runde aus zehn Experten die Löwen-Apotheke aus 13 Bewerbern für den Fachjurypreis ausguckte, bestimmten 2500 Lübecker und Touristen den Publikumspreis für die Strandkorbvermieter „Husch, husch ins Körbchen“. Die Fachjury schrieb der Löwen-Apotheke eine „Vorbildfunktion“ ins Stamm-

buch und attestierte den Mitarbeitern einen „von ganzen Herzen gelebten Service“, so die Experten. Die Bewerbung sei „sehr liebevoll, kreativ und emotional und mache ‚Lust auf mehr‘“, so die Begründung. Bei der Vergabe des Publikumspreises bescheinigten insgesamt 448 Kunden dem Ehepaar Aichholzer,

dass sie ihnen „den roten Teppich ausrollen“ und sich „unermüdlich neue Ideen“ ausdenken – zum Beispiel bieten sie einen Shuttle-Service bei Regen zum entfernten Parkplatz für die Gäste und halten ein Erste-Hilfe-Paket bei Wespenstichen für die Strand-Liebhaber parat. „Der Kunde ist hier nicht

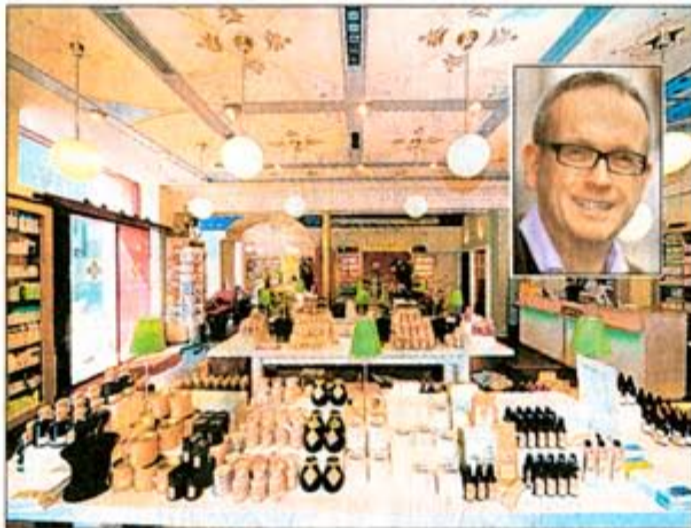
König, sondern Kaiser“, loben Inge Tillmann und Eckhard Pohl, die für die Aichholzers in Travemünde gestimmt haben – und selbst einen Preis für das Mitmachen gewonnen haben. Mit dem Service-Award „Isa“ sind die beiden Firmen die ersten in ganz Schleswig-Holstein, die einen solchen Preis ihr Eigen-

nennen können. „In anderen Städten soll es bereits Nachahmer des Service-Awards geben“, lobt Bernd Eisenstein, Professor für Tourismus an der FH Westküste, die Lübecker Initiative.

Gastager wiederholt ihr Ziel, 2010 die service- und gastfreundlichste Stadt Schleswig-Holsteins werden zu wollen – und hat deshalb diese Initiative ins Leben gerufen. Neben dem Service-Award, der ein Anreiz für die Unternehmen darstellt, sich den Kunden mehr zuzuwenden, geht es vor allem darum, dass sich Lübecker Firmen beim Service weiterbilden und sich zertifizieren lassen. „Bislang haben 19 Unternehmen solch eine Urkunde erhalten“, so Gastager. Bis 2010 sollen es 58 sein – dann kann sich die Hansestadt mit dem Siegel der gastfreundlichsten Stadt im Land schmücken.



Ihnen gehören Lübecks freundlichste Firmen (v.l.): Marco und Melanie Niendorf von der Löwen-Apotheke in der Lübecker Altstadt und Birgit und Jochum Aichholzer von der Travemünder Strandkorbvermietung „Husch, husch ins Körbchen“ halten ihren Service-Award „Isa“ in Händen. Beide Ehepaare wurden gestern Abend als erste Firmen in Schleswig-Holstein in feierlichem Rahmen in den Media Docks ausgezeichnet. Fotos: TIM JELONNEK



Die Löwen-Apotheke bekommt den Preis der Fachjury. Zehn Experten haben das Geschäft aus 13 Bewerbern für den Jury-Award ausgesucht.



Strandkorbvermietung Aichholzer erhält den Publikumspreis. Von 2500 Lübeckern und Touristen stimmten 448 für die kleine Firma in Travemünde.

## „Marketingfieber“ lockt 203 Gäste an

Fast doppelt so viele Gäste wie im vergangenen Jahr: 203 Gäste haben sich zur Veranstaltung rund um das Thema Service, dem Marketingfieber, angemeldet – 2007 waren es 120. „Das hat unsere Erwartungen übertroffen“, freut sich Andrea Gastager, Chefin des Lübeck und Travemünde

Marketing (LTM). „Die Akzeptanz steigt“, ist IHK-Präsident Bernd Jorkisch überzeugt. „Es ist wichtig, qualifizierten Service anzubieten – da gibt es Nachholbedarf“, pflichtet ihm Wolfgang Büchtmann, Chef der Travemünder Wirtschaftsgemeinschaft bei. „Der Service-Bazillus wird noch

mehr um sich greifen“, prophezeit Jörg Semrau, Chef des Lübecker Verkehrsvereins. Und auch der Kreisvorsitzende der Dehoga, Wilfried Rahlff-Petersson: „Wer nicht mit der Zeit geht, geht mit der Zeit.“

Ziel des Forums ist es, die Kommunikation zu verbessern und neue Im-

pulse zu geben. Hauptthema in diesem Jahr ist der Tages- und Geschäftstourismus. 15,3 Millionen Tagestouristen besuchen pro Jahr die Hansestadt. Bernd Eisenstein, Professor für Tourismus an der FH Westküste, bescheinigt Lübeck „landesweit eine herausragende Rolle“ in diesem Bereich. jvz