

Qualität der Sterne

Hotelsterne und Dienstleistungsqualität als Erfolgsfaktoren für die öö. Tourismusbranche standen im Mittelpunkt des OÖ Forum Tourismus und Freizeit, zu dem der OÖ. Tourismus und die Johannes Kepler Universität ca. 150 Touristiker und Studierende begrüßen konnten.

Ob das Urlaubserlebnis begeistert, entscheidet letztendlich der Gast. „Die einen legen mehr Wert auf messbare Größen, etwa in Form von Hotelsternen, andere wiederum vertrauen auf persönliche Meinungen und Empfehlungen in Bewertungsplattformen. Anhaltspunkte für den passenden Mix sollten deshalb Veranstaltungen wie das Forum Tourismus geben, so Karl Pramendorfer, Vorstand des OÖ. Tourismus.

Die Dienstleistung als Designobjekt

Dienstleistungen lassen sich ebenso gestalten wie Gebrauchsgegenstände und man kann damit Gäste begeistern, ist Birgit Mager, Professorin für Service Design an der Köln International School of Design, überzeugt. „Service Design“ ist ein komplexer Prozess, um Dienstleistungen aus der Sicht der Kunden nützlich, nutzbar und begehrenswert zu gestalten sowie sie für den Dienstleister effizient und effektiv zu machen. Anhand der „Kundenreise“ wird die Dienstleistungskette veranschaulicht und es werden daraus kreative, innovationsorientierte Servicemodelle abgeleitet. Bei der Umsetzung eines strategischen Konzepts wird die Dienstleistung so verändert, dass Gästeerleb-

nisse und -erfahrungen das Alltägliche überschreiten. „Das schafft Erinnerungen, von denen Besucher noch lange zehren und vor allem auch anderen erzählen. Damit entstehen hocheffiziente, glaubwürdige Werbeträger für den Anbieter“, so Mager.

Gästebewertungen sichern Qualität

„Eine nachvollziehbare Orientierungshilfe, vom Schlafkomfort bis hin zum Qualitätsmanagement, die gleichzeitig beim Gast für mehr Transparenz sorgt, wurde für die Hotellerie mit der Klassifizierung neu geschaffen“, verweist Fachgruppenobmann Karl Weixelbaumer, darauf, dass diese seit Anfang dieses Jahres europaweit einheitliche Standards sichert.

Auch die Mystery-Guest-Analysen der Beratungsfirma Gastlichkeit & Co zielen darauf ab, die Qualität von Quartier und Social Skills der Gastgeber zu testen und durch anschließende Feedbackrunden zur Qualitätssicherung im Beherbergungsbetrieb beizutragen. „Wichtig ist, dass sich der Gast als Mensch wohl fühlt. Echte Herzlichkeit und Authentizität sind der Erfolgsfaktoren für die Zukunft.“ ist Kurt H. Steindl, überzeugt.

„Wenn Kunden zufrieden sind, geben sie das weiter. Noch mehr, wenn sie begeistert sind“, motiviert Georg Ziegler von HolidayCheck.com die Touristiker, Gästemeinungen zur Qualitätssteigerung im Betrieb und zur Kundengewinnung zu nutzen, und zeigte die anhand von klaren Handlungsempfehlungen und zahlreichen Beispielen auf. Genaues Beobachten, Kommentieren, Probleme lösen, Kommunizieren und Bewertungen aktiv fördern, sind für Ziegler wesentliche Erfolgsgaranten, die Mehrwert für Unternehmer und Gäste schaffen.



V. l.: Tourismus-Vorstand Karl Pramendorfer und JKU-Vizekanzler Friedrich Roithmayr mit den Referenten Karl Weixelbaumer, Birgit Mager, Kurt Steindl und Georg Ziegler. © OÖ. Tourismus