

## Steht die Qualität in den Sternen?



v.l.n.r.: Mag. Karl Pramendorfer, Vorstand OÖ. Tourismus und Vizerektor Dr. Friedrich Roithmayr, Johannes Kepler Universität Linz, mit den Vortragenden KomMR Karl Weixelbaumer, Prof. Birgit Mager, Kurt Steindl, MBA und Georg Ziegler.

Credit: OÖ. Tourismus  
Fotograf: OÖ. Tourismus"

Linz (TP/OTS) - Hotelsterne und Dienstleistungsqualität - diese Erfolgsfaktoren für die oberösterreichische Tourismusbranche wurden kürzlich beim OÖ Forum Tourismus und Freizeit diskutiert. Rund 150 Touristiker und Studierende nutzten die Veranstaltung von Oberösterreich Tourismus und Johannes Kepler Universität Linz, um sich über aktuelle Entwicklungen zu informieren und mit Kollegen auszutauschen.

Qualität im Tourismus beinhaltet viele Komponenten, von der richtigen Hardware bis hin zur perfekten Dienstleistung. Ob das Urlaubserlebnis als stimmig wahrgenommen wird und begeistert oder die Rahmenbedingungen für die Geschäftsreise optimal waren entscheidet letztendlich der Gast. "Die einen legen mehr Wert auf messbare Größen, etwa in Form von Hotelsterne, andere wiederum vertrauen auf persönliche Meinungen und Empfehlungen in Bewertungsplattformen. Dazwischen liegen viele Gestaltungsmöglichkeiten für die Tourismusbranche. Das Forum ist Impuls für Touristiker, sich näher mit dem Thema auseinanderzusetzen und den für ihre Gäste passenden Mix zu schaffen." erklärt Mag. Karl Pramendorfer, Vorstand des OÖ. Tourismus die Hintergründe zum diesjährigen Forum.

### Die Dienstleistung als Designobjekt

Birgit Mager, Professorin für Service Design an der Köln International School of Design, zeigte in ihrem spannenden Impulsvortrag auf, dass sich Dienstleistungen ebenso gestalten lassen wie Gebrauchsgegenstände und man damit Gäste begeistern kann. "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" (Customer Journey) wird die vollständige Dienstleistungskette veranschaulicht und daraus kreative, innovationsorientierte Service-Modelle abgeleitet. Im Rahmen der Umsetzung eines strategisch durchdachten Konzeptes wird die Dienstleistung - von der Kommunikation bis hin zur Qualifikation - so verändert, dass Gäste-Erlebnisse und Erfahrungen den Rahmen des Alltäglichen überschreiten und begeistern. "Hier werden Erinnerungen kreiert, von denen Besucher noch lange zehren und vor allem auch anderen erzählen. Damit schafft sich der Anbieter hocheffiziente, glaubwürdige Werbeträger." sagte Mager.

#### Gästebewertungen sichern Qualität

Fachgruppenobmann Karl Weixelbaumer gab Einblick in die Hotelklassifizierung neu, die seit Jänner dieses Jahres auf europaweit einheitliche Standards gebracht wird. Neben den bisherigen Kriterien werden dabei künftig auch Gästebewertungen berücksichtigt. "Damit erhalten die Beherbergungsbetriebe eine nachvollziehbare Orientierungshilfe, vom Schlafkomfort bis hin zum Qualitätsmanagement, die gleichzeitig beim Gast für mehr Transparenz sorgt." sagte Weixelbaumer.

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. Gastgeber erreichen das nur durch ehrliche Zuwendung und aufrichtige Gastfreundschaft. Diese echte Herzlichkeit, die Authentizität ist der Erfolgsfaktor für die Zukunft." meinte Kurt H. Steindl, MBA.

"Wenn Kunden zufrieden sind, geben sie ihre Erfahrungen gerne weiter. Noch mehr, wenn ihre Erwartungen übertroffen wurden und sie begeistert waren" räumte Georg Ziegler von HolidayCheck.com mit dem Vorurteil auf, dass Bewertungsplattformen ohnehin nur negative Meinungen beinhalten. Wie man mit Gästemeinungen die Qualität im Betrieb steigern und neue Kunden gewinnen kann, zeigte er anhand von klaren Handlungsempfehlungen und vielen Beispielen auf. Genau Beobachten, kommentieren, Probleme lösen, kommunizieren und Bewertungen aktiv fördern sind für Ziegler die Erfolgsgaranten, die Mehrwert für Unternehmer und Gäste schaffen.

Dass die Qualität der Dienstleistung mit ein wesentlicher Grund zur Kaufentscheidung ist und in welcher Form an deren Verbesserung gearbeitet werden kann, findet auf breiter Basis Eingang in die Lehrveranstaltungen des Masterstudiums Tourismusmanagement der Johannes Kepler Universität diskutiert. Das Forum Tourismus und Freizeit ermöglicht darüber hinaus den Studierenden einen vertiefenden Diskurs zu fachspezifischen Themen und den Gedankenaustausch mit Praktikern, die an der Tagung teilnehmen.

Die jährliche Veranstaltung von Oberösterreich Tourismus und Johannes Kepler Universität Linz dient dazu, betriebswirtschaftliches Basiswissen mit aktuellen tourismusrelevanten Erfordernissen zu vernetzen. Die Vorträge zum OÖ Forum Tourismus & Freizeit können unter <http://www.oberoesterreich-tourismus.at> heruntergeladen werden.

Bild(er) zu dieser Aussendung finden Sie im AOM/Original Bild Service, sowie im OTS Bildarchiv unter <http://bild.ots.at>

Rückfragehinweis:

Elisabeth Kierner, MSc  
Unternehmenskommunikation  
Oberösterreich Tourismus  
Freistädter Straße 119  
A-4041 Linz  
Tel.: +43 (0)732 7277-123, Fax-DW 9123  
Mobil: +43 (0)664 3030444  
[elisabeth.kierner@lto.at](mailto:elisabeth.kierner@lto.at)

Digitale Pressemappe: <http://www.ots.at/pressemappe/3952/aom>

\*\*\* TP-ORIGINALTEXT PRESSEAUSSENDUNG UNTER AUSSCHLISSLICHER  
INHALTLICHER VERANTWORTUNG DES AUSENDERS - WWW.TOURISMUSPRESSE.AT \*\*\*

TPT0003 2011-10-28/11:09

281109 Okt 11

Link zur Aussendung:

[http://www.tourismuspresse.at/presseaussendung/TPT\\_20111028\\_TPT0003](http://www.tourismuspresse.at/presseaussendung/TPT_20111028_TPT0003)