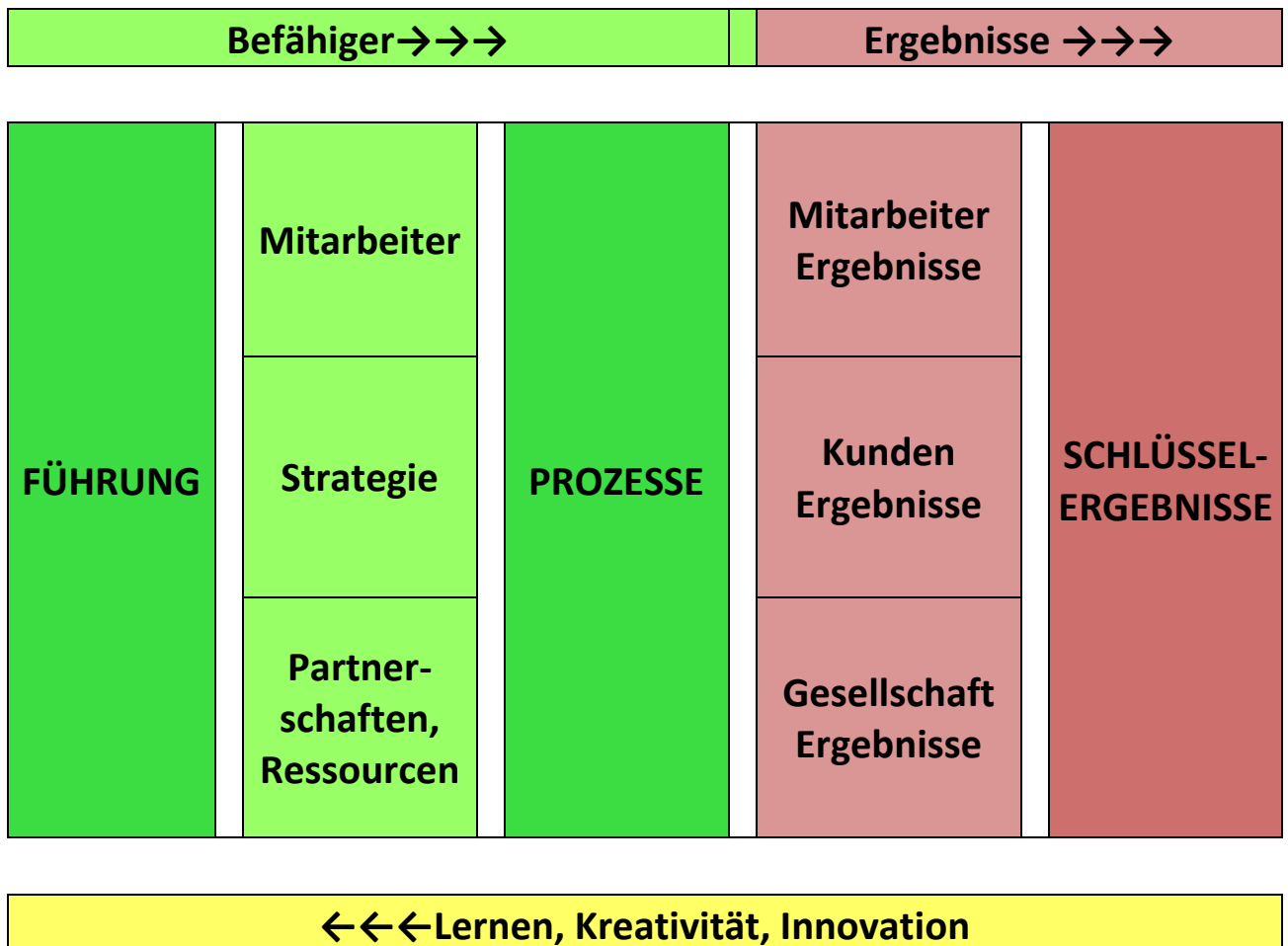


Qualitätsmanagement im Tourismus

EFQM-Model

ETQM-Model (European Foundation of Quality Management) – entwickelt im Jahre 1988, ist ein Qualitätsmanagement System des Total-Quality-Management. Dieses Model ermöglicht eine ganzheitliche Sicht auf Organisationen.

Das Model umfasst drei Säulen: Führung, Prozesse und Ergebnisse



EVROPSKÁ UNIE
EVROPSKÝ FOND PRO REGIONÁLNÍ ROZVOJ
INVESTICE DO VAŠÍ BUDOUCNOSTI



Führung

Jeder Unternehmer lenkt auf Grund seiner Vision das Unternehmen und ist verantwortlich für alle innerbetrieblichen Strukturen und Abläufe. Als Unternehmer oder Unternehmerin sollte man sich einige Fragen stellen. Zum Beispiel:

Was ist mein Lebensziel?

Habe ich eine unternehmerische Vision?

Arbeite ich mit einem Business-Plan?

Ist die gewählte Rechtsform die Richtige?

Welcher Führungstyp bin ich?

Wo liegen meine persönlichen Stärken und Schwächen?

Sind meine Eigentumsverhältnisse geklärt?

Bin ich offen für Neues?

Was mache ich für meine Weiterbildung?

Habe ich Chancen in der Branche zu überleben?

Nehme ich mir Zeit für die Mitarbeiter, für meine Gäste?

Habe ich Zeit für meine Familie?

Delegiere ich effektiv die Aufgaben?

Mitarbeiter/-innen

In einer Dienstleistungsbranche hängt der betriebliche Erfolg in erheblichem Maß von motivierten und engagierten Mitarbeiter/-innen ab. Man sollte sich folgende Fragen stellen:

Kenne ich die wichtigsten Kennzahlen des Personalbereiches?

Ziehe ich aus diesen Kennzahlen Rückschlüsse auf die Produktivität?

Steht das gewünschte Personal in der Region zur Verfügung?

Wie schätze ich die Bezahlung der Mitarbeiter/-innen?

Motiviere ich die Mitarbeiter/-innen?



EVROPSKÁ UNIE
EVROPSKÝ FOND PRO REGIONÁLNÍ ROZVOJ
INVESTICE DO VAŠÍ BUDOUCNOSTI



Honoriere ich individuelle Leistungsunterschiede?

Was tue ich für das Betriebsklima?

Wird sich ausreichend Zeit zur Einarbeitung neuer Mitarbeiter/-innen genommen?

Sind mir die Fluktuationsgründe bekannt?

Habe ich einen Personalentwicklungsplan?

Wie wichtig ist für mich die Mitarbeiterzufriedenheit?

Pflege ich einen demokratischen Führungsstil?

Strategie und Politik

Mit einem touristischen Betrieb ist man auf ein bestimmtes Standort festgelegt. Um die Ziele zu erreichen, muss man das Marketingkonzept auf diesen Standort aufsetzen. Man sollte diese Fragen beantworten:

Wie attraktiv ist der Standort?

Weiß ich, wie sich der Standort entwickeln wird?

Wer sind meine Zielgruppen?

Warum sollen die Gäste Urlaub bei uns machen?

Wie und wovon werden unsere Gäste erreicht?

Ist unsere Werbung effektiv?

Wie versuche ich die Konkurrenz abzulehnen?

Habe ich ein Konzept von der Gästegewinnung bis zur Gästebindung?

Vergleiche ich mit anderen Anbietern das entsprechende Angebot?

Wie gehe ich mit Risiken und Veränderungen um?

Partnerschaften, Ressourcen

Partner, die einen unterstützen können findet man z.B. in Verbänden und regionalen Initiativen. Partnerschaften können auch mit Kunden, der Gesellschaft, wichtigen Lieferanten, Bildungseinrichtungen oder Nicht-Regierungsorganisationen aufgebaut werden. Ressourcen (Quellen) managen heißt Finanzen sorgfältig managen,



EVROPSKÁ UNIE
EVROPSKÝ FOND PRO REGIONÁLNÍ ROZVOJ
INVESTICE DO VAŠÍ BUDOUCNOSTI



Gebäude und Materialien nachhaltig managen, Technologie weitsichtig managen und Informationen und Wissen reflektieren. Fragen, die dabei behilflich sein können:

Beteilige ich mich an Produktlinien der Tourismusverbände?

Bin ich Mitglied in Vereinen, Verbänden?

Mit welchen Tourismusverbänden arbeite ich zusammen?

Beteilige mich an regionalen Vermarktungsaktionen?

Wie ist der bauliche Zustand meines Betriebes?

Wie ist die Wirkung von außen (Fassade) und von innen?

Hat mein Betrieb einen Barrierefreie Ausstattung?

Holt man Angebote verschiedener Lieferanten ein?

Hat man ungenutzte Immobilien /Räumlichkeiten?

Prozesse

(Prozesse, Produkte und Dienstleistungen)

Prozesse beschreiben Arbeitsabläufe im Unternehmen. Sie sparen Zeit und Geld und vor allem erleichtern sie den Betriebsablauf. Man sollte diese Fragen beantworten:

Arbeite ich mit Reinigungslisten im Housekeeping und anderen Checklisten?

Habe ich Verfahren festgelegt (z. B. Buchung, Bearbeitung von Anfragen, Aktiver Verkauf, Umgang mit dem Gast, Beschwerdemanagement, Check in,...)?

Verfüge ich über Stellenbeschreibungen?

Der Gast

„Um einen Gast zu gewinnen, braucht es oft Jahre. Um ihn zu verlieren, genügen ein paar Sekunden“ (Charly Glaus)

„Der anspruchsvollste, vielgereiste, verwöhnte, kritische und bestens informierte Gast will in seiner gewünschten Urlaubsform bequeme, anwenderfreundliche und leicht konsumierbare Individualität über Information, Buchung, Anreise, Logis, Gastronomie, Erlebnisse in Spiel und Sport, Unterhaltung, Familienfreundlichkeit,



EVROPSKÁ UNIE
EVROPSKÝ FOND PRO REGIONÁLNÍ ROZVOJ
INVESTICE DO VAŠÍ BUDOUCNOSTI



Aktivität und Gesundheit, Zahlung und Rückreise als gastorientierte Qualität-Servicekette genießen.“ (Prof. Edgar E. Schaetzing)

Fragen, die man sich stellen sollte:

Wie ist das Image in Internet-Foren?

Wie ist das Image im Umfeld?

Wie ist die Anzahl von Neubuchungen?

Kenne ich die Stammgastquote

Gibt es Kunden- Feedbacks (Fragebogen, mündliche Äußerungen,...)?

Kenne ich die Beschwerdequoten?

von Pauschalen und Sonderaktionen?

Drei Stufen der Gästezufriedenheit:

1. Stufe – Unzufriedenheit
 - Keine Wiederholungsgäste
 - Hohe Abwanderungsraten
 - Negative Mund-zu-Mund-Werbung

2. Stufe – Zufriedenheit
 - Hohe Preissensibilität
 - Geringe Loyalität der Gäste
 - Zone der Gleichgültigkeit
 - Zufriedenstellender erwarteter Grundnutzen
 - Austauschbarkeit der Produkte und Dienstleistungen

3. Stufe – Begeisterung
 - Gäste als „Betriebsberater“
 - Niedrige Preissensibilität
 - Höchste Treuerrate der Gäste
 - Abwechslungsreicher Zusatznutzen für den Gast
 - Emotionale Qualitätsempfindung
 - Großer „Gast-Life-Time-Value“
 - Positive Mund-zu-Mund-Werbung



EVROPSKÁ UNIE
EVROPSKÝ FOND PRO REGIONÁLNÍ ROZVOJ
INVESTICE DO VAŠÍ BUDOUCNOSTI



Literaturverzeichnis:

[Http://www.citellus.cz/Akademie/Prednasky/Koncepce-rizeni-kvality-a-cestovni-ruch/7-Model-excelence-EFQM](http://www.citellus.cz/Akademie/Prednasky/Koncepce-rizeni-kvality-a-cestovni-ruch/7-Model-excelence-EFQM). [online]. [cit. 2014-05-02]. Dostupné z: <http://www.citellus.cz/Akademie/Prednasky/Koncepce-rizeni-kvality-a-cestovni-ruch/7-Model-excelence-EFQM>

MÜLLER, Hansruedi. *Qualitätsorientiertes Tourismus-Management: Wege zu einer kontinuierlichen Weiterentwicklung*. Vollst. überarb. und erw. Neuaufl. Bern: Paul Haupt, 2004. ISBN 38-252-2534-8.

MÜLLER, Hansruedi. *An anthology of Canadian native literature in English: Wege zu einer kontinuierlichen Weiterentwicklung*. 2nd ed. Editor Terry Goldie, Daniel David Moses. Toronto: Oxford University Press, 1998, xxix, 529 s. ISBN 01-954-1282-6.



EVROPSKÁ UNIE
EVROPSKÝ FOND PRO REGIONÁLNÍ ROZVOJ
INVESTICE DO VAŠÍ BUDOUCNOSTI

