

Frl. Anzeiger

Mittwoch, 4. April 2007

LOKALES

Qualität soll in jedem Eck zu spüren sein

WFG BGL und BGLT schwören Unternehmen im Landkreis aufeinander ein

BERCHTESGADENER LAND - Mit den beiden Informationsveranstaltungen den „Premium Days“ in Berchtesgaden und in Laufen ist die Qualitätsoffensive für das Berchtesgadener Land endgültig gestartet. Mehr als 400 Unternehmer, Betriebe, Organisationen und Institutionen aus dem Berchtesgadener Land nahmen an den beiden Auftaktveranstaltungen teil, wie die Wirtschaftsförderungsgesellschaft Berchtesgadener Land in einer Presseaussendung mitteilt.

„Sie sind unsere Mitgestalter und Ideenbringer im Berchtesgadener Land. Machen Sie mit und engagieren Sie sich für Qualität in unserer Region“, forderte Dr. Thomas Birner, Geschäftsführer der Wirtschaftsförderungsgesellschaft Berchtesgadener Land die Unternehmer auf, sich an der Qualitätsoffensive zu beteiligen. Gabriele Deml, Geschäftsführerin der Berchtesgadener Land Tourismus GmbH, die das Projekt ebenso wie die IHK München/Oberbayern unterstützt, betonte in einer kurzen Einführung, dass „Service nur so gut sein kann, wie das schwächste Glied in der Servicekette“. Ihr Ziel ist es, nicht nur für die Landschaft und die Hotels fünf Sterne zu bekommen, sondern vor allem auch für die Herzlichkeit, die Qualität, die Menschen und das ganze „Drumherum“.

Die Qualitätsoffensive BGL wird zusammen mit der „Kohl & Partner Tourismusbearbeitung“ durchgeführt. Geschäftsführer Werner Taurer sensibilisierte die Besucher mit der Frage: „Wieviel Qualität brauchen wir?“ Anhand von Beispielen und Bildern machte Taurer deutlich, dass es auf viele kleine feine Details im Qualitätsdenken und -handeln ankommt. Hässliche Drahtkleiderbügel oder keine Kleiderbügel in einem Hotelsschrank sind demnach nur ein kleines Detail, das für Qualitätsmängel steht. Kundenzufriedenheit haben seinen Worten nach drei Hauptur-

sachen: Fehler machen, den Kunden warten lassen und eine 08/15-Behandlung. Umgekehrt könne man Kundenloyalität erzeugen, indem man rechtzeitigen und individuellen Service anbietet.

Die Kundenzufriedenheit lässt sich laut Taurer in einer Pyramide mit drei unterschiedlichen Faktoren darstellen. Den Pyramidengrund bilden die Basisfaktoren: Alles was man sich sozusagen erwartet. Die Pyramidenmitte bilden die Leistungsfaktoren, das heißt: alles was erwünscht wird. Die Pyramidenspitze bilden die Begeisterungsfaktoren, also jene Dinge, die der Kunde normalerweise nicht erwarten würde. Diese Spitze zu erreichen, ist das Ziel. Betriebe und Unternehmen müssen reagieren und Kunden begeistern können. Alles, woran man sich positiv erinnert, trägt zu einer guten Qualität und zum Erfolg eines Unternehmens bei. Man muss immer bedenken, dass schlechte Erfahrungen dreimal so oft weiterzählt werden wie gute.

Um Qualität und vor allem Qualitätsmängel möglichst realitätsnah darzustellen, wurden die Inhalte der Präsentation kabarettistisch aufbereitet. Der eine oder andere Betrieb erkannte so in humorvoller Weise die eigenen Schwächen und holte sich Anregungen zur Verbesserung. „Je tiefer ein Schlagloch ist, desto besser, sie müssen den Kunden oder Gästen das Schlagloch als Erlebniswelt verkaufen. Der Zusatzwert und die Auslegung ist das wichtigste. Auch wenn ihrem Gast hier etwas passieren sollte. Er muss im Krankenhaus liegen und sagen - bin ich froh dass es hier - ja hier im Berchtesgadener Land passiert ist“, so Kabarettist Ingo Vogel.

Am Ende des Premium Days erhielten alle Teilnehmer die „Service Fibel“ mit 50 goldenen Regeln zur Qualitätssicherung und -steigerung. Die Broschüre fasst goldene Regeln aus den Themenbereichen, ein gutes Telefonat, gute E-Mail Kommunikation, gute

persönliche Kommunikation mit dem Gast beziehungsweise Kunden, Umgang mit Beschwerden und eine gelungene Kundenbindung zusammen.

Hintergrund: Hinter der „Qualitätsoffensive Berchtesgadener Land“ steht der Gedanke, dass jeder Leistungsträger in einem Tourismusgebiet von der Qualität der übrigen Leistungsträger profitiert und umgekehrt von der mangelnden Qualität der Partner beeinträchtigt wird. Um mit dem Berchtesgadener Land weiterhin als eine der führenden Tourismusregionen im Wettbewerb zu bleiben, muss die Dienstleistungsqualität bei allen touristischen und nicht touristischen Partnern und Leistungsträgern, so auch beim Einzelhandel, Handwerk und bei Servicebetrieben im Berchtesgadener Land verbessert werden.

Jedes Unternehmen im Landkreis kann sich an der Offensive beteiligen, verpflichtet sich aber, die erarbeiteten Qualitätskriterien einzuhalten. Wer Qualitätspunkte sammelt, kann eine Auszeichnung mit dem Qualitäts Gütesiegel für seinen Betrieb bekommen. Bereits im Vorfeld der Qualitätsoffensive wurden so genannten Mystery-Checks durchgeführt bei denen die Service- und Dienstleistungsqualität der drei Bereiche Tourismus, Einzelhandel und öffentliche Servicestellen gemessen wurde. Bei den Premium Days präsen- tentierte die Tourismusberatung Kohl die Ergebnisse, bei denen Einzelhandel und öffentlichen Servicestellen sehr gut abschnitten.

Bei Fragen oder weiteren Anmeldungen hilft die Wirtschaftsförderungsgesellschaft Berchtesgadener Land weiter. Informationen bietet die Internetseite www.wfg-bgl.info oder das Freilassinger Büro der WFG BGL an der Sägewerkstraße 3 (Techno Z) unter der Telefonnummer 08654/77500.

Gedächtnisfeier erst abends

Schreibweise: Di. Gedächtnisfeier

Bgl & Offensive
"Offensive"