

ServiceNews

Ausgabe 4 | 10



ServiceQualität
DEUTSCHLAND

Q-RZ NOTIERT

Von wegen angestaubte Bibliotheken

Schmöcker-Ecken, Autorenlesungen und Lese-Aktionen – Bibliotheken bieten mehr als verstaubte Bücherregale. In Sachsen-Anhalt bieten sie auch mehr Servicequalität: Bereits 20 öffentliche und Stadtbibliotheken sind QI-zertifiziert und arbeiten nun daran, die QII-Kriterien zu erfüllen. Lesewürmer werden es ihnen danken!



Q-Delegation tagte in München

Alle guten Dinge sind drei: Die Ergebnisse des dritten Q-Ländertreffens 2010 in München werteten alle Teilnehmer als erfolgreich. Darunter die Weiterentwicklung der Stufe QIII, die ab dem kommenden Jahr in die Testphase gehen soll. QIII beinhaltet umfangreiche Instrumente zur Qualitätssicherung und -verbesserung.

Schon fast 140 Q-Coaches für Elbmetropole

Hamburg legt los: Ein halbes Jahr nach Beitritt zur Kooperationsgemeinschaft SQD sind in der Hansestadt die ersten Q-Coaches vom Präses der Behörde für Wirtschaft und Arbeit, Senator Ian P. Karan ausgezeichnet worden. Weiter so!

Länderübergreifender Q-Tag

Hessen und Rheinland-Pfalz haben gemeinsame Sache gemacht: Im Kloster Eberbach fand ein länderübergreifender Q-Tag statt. Damit stellten die Bundesländer unter Beweis, dass Tourismus über Verwaltungs- und Landesgrenzen hinweg im Sinne der Gäste und Kunden möglich ist. Ein Beispiel für die Zukunft!



Foto: Kur- und Bäder GmbH Bad Dürrhein

Bad Dürrhein verblüfft mit ganzheitlicher Serviceinitiative

Während die Bundesrepublik einen Botschafter pro Staat hat, gönnt sich Bad Dürrhein im Schwarzwald gleich mehrere. Alle Einwohner, Vereine, Leistungsträger und Mitarbeiter der Stadt treten als „Tourismus & Service BOTSCHAFTER“ auf und hauchen der Destination Leben ein. Das ist authentisch und sympathisch, denn man weckt gemeinsam Begeisterung für den Urlaubsort Bad Dürrhein – sowohl bei Einheimischen als auch bei Gästen.

Dafür hat Bad Dürrhein ein Service-Botschafter-Konzept entwickelt, das auf drei Säulen fußt. Jede Säule steht für eine Innenmarketingzielgruppe der Destination, damit jeder in die Weiterentwicklung des wirtschaftlich so bedeutsamen Themas Tourismus mit einbezogen ist.

Säule Nummer Eins im Service-Botschafter-Konzept umfasst Kinder, Schulen, Familien, Vereine und Einwohner Bad Dürrheims. Verschiedene Projekte und Leistungsangebote mit Gesundheits- und Tourismusthemen sollen sie alle mit Bad Dürrhein identifizieren. So entstehen Netzwerke und der Nachwuchs des Ortes wird früh an den Tourismus herangeführt und für dieses Arbeitsfeld begeistert.

Säule Nummer Zwei bilden alle Dienstleister im Bereich Tourismus, Gewerbe und Handwerk. Für sie findet zweimal jährlich

der CLUB-Infoabend statt – mit Service-Hausmesse und speziellen Leistungen im Bereich Marketingservice. Mit Säule Nummer Drei sind alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Kur- und Bäder GmbH selbst gemeint. Sie erhalten umfangreiche Jahresschulungsprogramme, die regelmäßige Weiterbildungen im Service und Beschwerdemanagement umfassen. Daneben werden touristisches Grundwissen sowie aktuelle und bereichsübergreifende Themen vermittelt.

Diese ganzheitliche Maßnahme zur Serviceverbesserung, die über die Tourismusdienstleister hinausgeht, hat nach Ansicht der Jury des Deutschen Tourismuspreises den Sonderpreis ServiceQualität verdient – auch weil sie das Wir-Gefühl der Einheimischen deutlich steigert und die Zusammenarbeit touristischer Akteure verbessert.

Darüber hinaus hat die Kur- und Bäder GmbH nach drei Jahren Q-Zertifizierung Stufe III erneut das Zertifikat verliehen bekommen und ist außerdem auf dem Weg zur Qualitäts-Stadt. Dafür erarbeiteten Ende Oktober die Q-Coaches und Q-Trainer aus 16 Bad Dürrheimer Q-Betrieben in einem gemeinsamen Workshop die für das Q-Stadt-Siegel nötigen gemeinschaftlichen Servicestandards.

Herzlichen Glückwunsch und weiter so!



Q-Stadt: Der breit angelegte Stadtmarketingansatz für mehr Servicequalität!

Bald werden sie wie Pilze aus dem Boden schießen: Die Q-Städte. Davon ist die Kooperationsgemeinschaft ServiceQualität Deutschland überzeugt. Denn mit der Verabschiedung der Q-Stadt-Richtlinien ist dafür nun der Grundstein gelegt. Wie die Kriterien im Einzelnen aussehen, stellen wir Ihnen heute kurz vor. Wer sich jedoch noch genauer informieren möchte, wendet sich an die zuständige Länderkoordinierungsstelle.

Wer sich als Stadt „Q-Stadt“ nennen möchte, muss zuallererst eine Mindestzahl an zertifizierten Q-Betrieben aufweisen. Dabei muss unter den teilnehmenden Betrieben mindestens ein städtischer Betrieb sein, an dem die Stadt wenigstens 50 Prozent Eigenbeteiligung hält. Wie viele Betriebe es jeweils sind, richtet sich nach der Einwohnerzahl der Stadt oder des Ortes. Daneben müssen die zertifizierten Unternehmen eine gemeinschaftliche Selbstverpflichtung verabschieden und unterzeichnen, an deren Vorgaben sich alle zu halten haben. Diese erstellen sie in einem gemeinsamen Q-Stadt-Workshop im Vorfeld.

Wer mitmachen will und die Voraussetzungen erfüllt, muss nur einen Antrag stellen. Dabei spielt es keine Rolle, ob es die Stadtverwaltung, eine Stadtmarketing-Institution oder eine Gewerbevereinigung ist. Ein Riesenschritt in eine gemeinsame Richtung, von dem die Kunden und somit die gesamte Stadt profitieren. Der Antrag ist einfach. Sie müssen im Wesentlichen nur die Q-zertifizierten Betriebe auflisten, die am Workshop teilgenommen haben, die gemeinschaftlichen Serviceverpflichtungen vorstellen und unterschreiben und einen Ansprechpartner benennen. Dann gilt die Q-Stadt-Zertifizierung für drei Jahre.

Machen Sie es also wie Schwäbisch-Hall, Beilngries und Quedlinburg – die ersten Q-Städte in ihren Bundesländern und werden Sie die nächste Q-Stadt. Das ist ein Wettbewerbsvorteil, der sich auszahlen wird – für Sie und für Ihre Gäste!

Leipzig gibt beste touristische Visitenkarte ab

Wer sind die touristenfreundlichsten Städte? Dieser Frage ging das Deutsche Institut für Service-Qualität im Auftrag des Nachrichtensenders n-tv auf den Grund. Schließlich wollen Touristen in einer fremden Stadt schnell und umfassend über Sehenswürdigkeiten, Veranstaltungen oder Unterkünfte informiert und beraten werden.

Bei der Analyse wie gut die Touristinformationen landesweit in den Großstädten arbeiten, hat es Leipzig auf den ersten Platz geschafft. Düsseldorf und Dresden belegen die Plätze zwei und drei. Weiterhin wurde der Service der Touristinformationen in Berlin, Dresden, Düsseldorf, Essen, Frankfurt, Hamburg, Köln, Leipzig, München und Stuttgart unter die Lupe genommen.

Dabei untersuchten die anonymen Tester den persönlichen Kundenservice, also die direkte Beratung vor Ort oder am Telefon. Auch die Beantwortung von E-Mail-Anfragen und der Internetauftritt der offiziellen Touristinformationen mussten den Anforderungen standhalten. Das Ergebnis: Touristinformationen in deutschen Großstädten trumpfen mit vielen Informationen und Leistungen auf. Allerdings gibt es oft Verbesse-

rungspotenzial in Bezug auf die individuelle Beratung. Der Service ist laut Studie insgesamt nur befriedigend.

Hier offenbarte die Analyse deutliche Unterschiede beim Kundenservice vor Ort. Nur ein Fünftel der Touristinformationen bot eine gute Beratung, 60 Prozent erhielten sogar nur eine ausreichende Bewertung. In fast zwei Drittel der Beratungen gingen die Mitarbeiter nicht individuell genug auf die Kunden ein.

Überzeugt hat in jedem Fall Leipzig und erhält daher den Zusatz „Touristenfreundlichste Stadt 2010“. Hier beraten die Mitarbeiter individuell und mit breitem Wissen und beantworten E-Mail-Anfragen schnell, kundenorientiert und mit hilfreichen Tipps. Zusätzlich bietet die Touristinformation ein breites Angebot an Informationen und Dienstleistungen.

Düsseldorf überzeugte die Kunden mit motiviertem Personal, das sich viel Zeit nahm, Dresden mit freundlichen und individuellen Auskünften – sowohl vor Ort als auch per E-Mail. Auf den weiteren Plätzen: Köln, Hamburg, Berlin, Essen, Frankfurt, Stuttgart und München.



Move for Quality – integriertes Qualitätskonzept von HOLIDAY LAND

Wer ein Reisebüro eröffnet und sich dabei das Franchise-Angebot der Ketten HOLIDAY LAND oder Thomas Cook sichert, kann automatisch mit SQD in Kontakt kommen. Mit dem Qualitäts- und Steuerungsprogramm Move for Quality für den Counter, das zwei Säulen umfasst: Quantität und Qualität.

Für die Qualitäts-Säule unterstützt die Thomas Cook Partner Group ihre Franchisenehmer beider Ketten. Wie das Ganze aussieht? Sie zahlt die Q-Schulung – der erste Schritt zur Zertifizierung. Dann müssen die Reisebüros – ob HOLIDAY LAND oder Thomas Cook – nur noch die Zertifizierung selber tragen.

Und wer sich dann noch mit seinen Serviceideen hervortut, hat einmal im Jahr die Chance auf die Auszeichnung „Qualitätssieger HOLIDAY LAND“ bzw. „Qualitätssieger Bestes Reisebüro Thomas Cook“. Ein toller Ansatz für mehr Servicequalität in deutschen Reisebüros!



Q-ERSCHLÄGER

Servicetipps rund um ServiceQualität Deutschland

Gute Blogosphäre

Von den Besten lernen – Auf www.best-practice-business.de/blog stellt Autor Burkhard Schneider konkrete Praxisbeispiele vor, mit deren Hilfe Unternehmen erfolgreich werden wollen oder geworden sind. Service ist dabei ein großes Thema. Rein klicken!

In eigener Sache

Das Q-Netz soll engmaschiger werden! Was können Sie dafür tun? Verlinken Sie Ihren Q-Betrieb mit anderen Betrieben auf www.q-deutschland.de und verwenden Sie das Q auf Ihrem Briefpapier und in Broschüren! Vergessen Sie nicht: Das Q illustriert Ihr Qualitätsversprechen an die Kunden!

Ende trügerischer Idyllen

Expedia reagiert auf eigene Umfrageergebnisse: Mit **Expedia Hotel View** ermöglicht der Online-Anbieter den virtuellen Besuch des Hotels und seiner Umgebung. Schließlich suchen 63 Prozent der Befragten laut Umfrage nach glaubwürdigen Informationen auf unabhängigen Online-Reiseportalen. Auch interessant: die Ergebnisse des **hotel.de-Preis-Leistungs-Indexes**. Hotels in ostdeutschen Städten hängen westdeutsche ab.

Erfolgreiche Medienkooperationen

Die Kooperationsgemeinschaft ServiceQualität Deutschland konnte erfolgreich 14 ganz persönliche „Q-durchtränkte“ Wochenendgewinne in verschiedenen Zeitschriften und Magazinen positionieren. Vielen Dank an alle, die einen Gewinn gesponsert haben!



Wie, das war's schon?!?

Ich möchte doch gern noch mehr über ServiceQualität Deutschland in den einzelnen Bundesländern erfahren!

Dann klicken Sie auf diese interaktive Landkarte. Denn hier finden Sie all das, was der Servicequalität neue Nahrung gibt und sie wachsen und gedeihen lässt: Länderspezifische Informationen, Seminartermine sowie Neuerungen und Entwicklungen rund um das Qualitätsmanagementsystem. Klicken Sie auf eines der Länder und Sie werden automatisch zu den jeweiligen Länderkoordinierungsstellen sowie Ihren zuständigen Ansprechpartnern weitergeleitet.

Haben Ihnen die ServiceNews gefallen? Was fehlt? Was wünschen Sie sich für die nächsten Ausgaben? Wenn sie Ihrem Geschmack entsprechen, empfehlen Sie die ServiceNews weiter, wenn nicht – freuen wir uns auf Ihre Kritik. Denn auch wir möchten einfach immer besser werden!

Redaktionsschluss für die ServiceNews I / 2011 ist der 10. Februar 2011.

Ihr ServiceQualität Deutschland-Team!



Impressum

Kontaktadresse:

DTV Service GmbH

Geschäftsbesorger der Kooperationsgemeinschaft ServiceQualität Deutschland

Bertha-von-Suttner-Platz 13, 53111 Bonn

info@q-deutschland.de

www.q-deutschland.de

Fotos: fotolia

Layout: www.pinger-edem.de

Abmeldung ServiceNews

Sollten Sie nicht länger an „ServiceNews“ interessiert sein, so senden Sie bitte eine E-Mail an den Absender, von dem Sie die ServiceNews erhalten haben. Vielen Dank!