



Bundesweite Umfrage: Betriebe stellen ServiceQualität Deutschland auf den Prüfstand

Wie kann ServiceQualität Deutschland besser werden? Nachdem in den letzten Jahren die Produktentwicklung mit der Einführung der Stufe QIII, der Überarbeitung der Stufe QII sowie mit der Einführung des Online-Tools im Vordergrund stand, liegt aktuell der Fokus auf der strategischen Weiterentwicklung der Initiative. Um an den richtigen Stellschrauben zu drehen, muss ServiceQualität Deutschland die Struktur, Erfahrungen und Erwartungen der Betriebe kennen. Deshalb wurde erstmals eine bundesweite Befragung durchgeführt. Die Initiative wollte wissen, wie Betriebe das Qualitätsmanagement anwenden und welche Effekte entstehen. Rund 1.500 zertifizierte Betriebe und 500 noch nicht zertifizierte Betriebe haben mitgemacht. Erste Ergebnisse zu den zertifizierten Betrieben fasst Sven Wolf, Koordinator für ServiceQualität Deutschland auf Bundesebene, zusammen.

Herr Wolf, warum haben sich die Q-Betriebe für ServiceQualität Deutschland entschieden?

Die Betriebe verfolgten oft mehrere Gründe. Für rund 60 Prozent war der Wettbewerbsvorteil Ansporn. Ebenso viele wollten mit der Zertifizierung ein Zeichen setzen, sowohl für die Mitarbeiter als auch nach außen. Andere Beweggründe waren zum Beispiel das gute Preis-Leistungs-Verhältnis von ServiceQualität Deutschland und der Zugang zu Fördermitteln durch die Einführung eines Qualitätsmanagements.

Was haben die Betriebe mit der Umsetzung der Seminarinhalte erreicht?

Je nach Qualitätsstufe und Betrieb setzten die Befragten unterschiedliche Schwerpunkte und Ziele. Knapp drei Viertel aller befragten Q-Betriebe haben eine gestiegene Kundenzufrieden-

heit beobachtet. Gute Ergebnisse erzielten sie auch bei der Umsetzung der Punkte Prozessoptimierung, erhöhte Kundenbindung und steigende Mitarbeiterzufriedenheit.

Gab es für die Betriebe auch Schwierigkeiten auf dem Weg zum Q-Siegel?

Für einige Betriebe bestand die Herausforderung darin, alle Mitarbeiter zum Mitmachen zu motivieren, das heißt das ganze Team mit ins Boot zu holen. Andere Betriebe gaben Zeitmangel als Hindernis an. Ein Teil der befragten Betriebe bemängelte die touristische Ausrichtung der Seminare. Daran haben wir aber bereits gearbeitet. ServiceQualität Deutschland ist aus dem Tourismus entstanden, die Träger in den Ländern kommen aus dem Tourismus. Inhalte und Begrifflichkeiten in den Schulungsunterlagen wurden aber inzwischen angepasst und sind nun allgemeiner gehalten. Heute sprechen wir von „Kunden“ und nicht von „Gästen“.

Wie geht es jetzt weiter?

Wir haben eine ganze Menge Informationen aus erster Hand gesammelt, die wertvoll für unseren weiteren Strategieprozess sind. Wir haben Antworten zu 28 Aspekten von den Q-Betrieben erhalten. Diese gaben uns Aufschluss darüber, über welche Kanäle die Betriebe informiert werden möchten, wie wir bei der Umsetzung der Zertifizierung besser unterstützen können, und wie groß die Unternehmen sind. Das alles fließt nun in unsere nächsten Überlegungen ein. Es gibt noch viel Luft nach oben, aber natürlich freut es mich, dass über 90 Prozent der Befragten ServiceQualität weiterempfehlen würden.



Sven Wolf von der Bundesgeschäftsstelle





Q-RZ NOTIERT

ServiceQ als Exportschlager?

Offenbar inspiriert ServiceQ nun sogar das ferne Afrika. Nachdem das ServiceQ-System bereits mit Tschechien einen Käufer jenseits der Landesgrenzen gewinnen konnte und der Verkauf in ein weiteres europäisches Land kurz bevor steht, klopfte am 25. November eine Delegation aus Tunesien bei Sven Wolf, Leiter der Bundeskoordinierungsstelle.



Das Treffen war Teil eines vom Bundeswirtschaftsministerium geförderten deutsch-tunesischen Dialogs, an dem auch die AHK Tunesien und das tunesische Fremdenverkehrsamt beteiligt waren. Gemeinsam tauschten sich die Experten über QM-Systeme für touristische Dienstleister aus.

Q-LITERATURTIPPS

Service macht den Unterschied

Was unterscheidet mittelmäßige von gehobenen Unternehmen? Sabine Hübner zeigt praktisch und auf die spezifische Situation von Unternehmen bezogen, wie sich optimaler Service in allen Bereichen etablieren lässt. Das Buch gibt viele konkrete Beispiele für gelebte Servicekultur und nachweislich zufriedene Kunden. Dabei wird insbesondere auch die Wirtschaftlichkeit der Serviceleistungen bewertet.

REDLINE, ISBN 978-3-86881-044-8, 24,90 Euro

Wie soll Q kommuniziert werden?

Ein Projekt mit der Macromedia University for Media and Communication (MHMK) mit Sitz in



Hamburg soll neue Wege der Vermarktung und Kommunikation für die Initiative ServiceQualität Deutschland aufzeigen. Bei der Auftaktveranstaltung am 17. Oktober wurden die ersten Weichen gestellt. Im Januar 2014 werden die Ergebnisse erwartet.

Zwei neue Q-Städte ausgezeichnet

Der Stadt Lübben im Spreewald wird als sechste Kommune in Brandenburg der Titel QualitätsStadt verliehen. 15 Unternehmen und Einrichtungen aus Lübben haben sich mit dem Qualitätssiegel „ServiceQualität Deutschland“ zertifizieren lassen und ein branchenübergreifendes, gemeinsames Qualitätsversprechen abgegeben. >> [Pressemitteilung](#)

Mayen ist bereits die fünfte „QualitätsStadt“ in Rheinland-Pfalz. Insgesamt wurden 32 QualitätsBetriebe aus Industrie, Handel, Handwerk, Verwaltung, Museum, Kreditwirtschaft, Beherbergung und Tourismus für ihre besondere ServiceQualität gegenüber ihren Kunden und Gästen ausgezeichnet. >> [Pressemitteilung](#)

Servicequalität

Das Buch möchte Anregungen für Unternehmen vermitteln, sich mit der Sicherstellung einer hohen Servicequalität professionell und systematisch zu beschäftigen. Im Vordergrund stehen dabei Überlegungen, die Servicequalität auch für kleine und mittelständische Unternehmen zu verbessern, wie z.B. für Hotels, Autoneiederlassungen, Handelsbetriebe oder auch Nonprofit-Organisationen wie Theater, Museen oder Krankenhäuser.

Beck im dtv, ISBN 978-3-406-64249-4, 16,90 €

Q-SERVICETIPPS

Von Q-Betrieben und Q-Dozenten für Q-Betriebe
Unsere Best-Practice-Beispiele

Zehn Regeln für den Umgang mit dem Gast

Auch wenn im Unternehmen das Thema Qualität häufig auf der Tagesordnung steht, bedeutet dies nicht automatisch, dass der Qualitätsgedanke auch im Arbeitsalltag gelebt wird. Die CVJM-Familienferienstätte Huberhaus in Wernigerode wollte jedoch genau dies erreichen. Gemeinsam mit der Belegschaft wurden zehn Regeln für den Umgang mit dem Gast gesammelt, diskutiert und anschließend festgelegt. Durch die aktive Beteiligung der Mitarbeiter bei der Regelformulierung sind diese nicht nur leere Floskeln geblieben, sondern wirken nachhaltig bei der täglichen Arbeit. >> [Zum Interview](#)



Königliche Hundedusche

Den Vierbeinern geht es im Königlichen Campingpark Sanssouci zu Potsdam/Berlin so richtig gut. Nach einem ausgiebigen Spaziergang erwartet die Hunde eine Hundedusche mit Föhn-Station.

Die Qualitätsoffensive

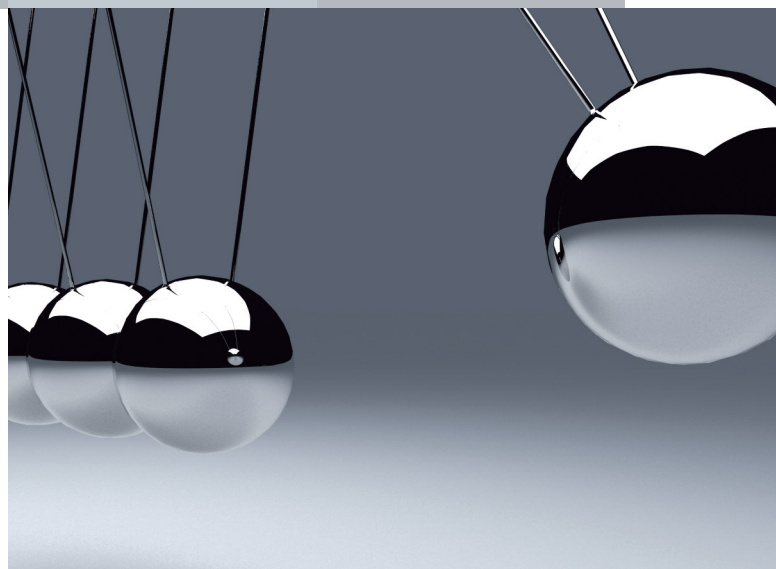
Aktenzeichen 08/15?

Guter Service lässt sich nicht verwalten – aber erleben.

Achten Sie auf das Qualitätssiegel für ServiceQualität.

www.lieber-q.de

f
Wenden Sie Fan unter facebook.com/ServiceQualitaetDeutschland



Q-ERSCHLÄGER

Sushi-Box mit Überraschungseffekt

Eine „lebendige“ Sushi Box überrascht die Gäste des Hotels Jumeirah Carlton Tower in London. Die Sushi-Box ist eine lebensgroße, schwarze Box mit asiatischem Dekor, bei der sich auf Kopfdruck zunächst ein Fach öffnet. Daraus wird von einer weiß behandschuhten Hand ein Teller frisches Sushi gereicht. Diese Live-Snack-Station kann für Veranstaltungen und Meetings im Hotel gebucht werden. Neben dem Sushi-Modell gibt es auch andere Varianten, z.B. mit Beef Wellington, Austern oder Cocktails.

Suite to meet – Exklusives Tagen in den ARCOTEL Hotels

Business-Gäste haben oft einen prall gefüllten Terminkalender. Warum von einem Meeting zum nächsten hetzen, wenn man einfach die Geschäftspartner zu sich ins Hotel einladen kann? Ob kleinere Besprechungen, Workshops oder Seminare - die Business-Suiten kombinieren einen komfortablen Schlafraum mit einem separaten Konferenzraum, der mit modernster Technik ausgestattet ist. Ein besonderes Highlight ist das hauseigene Videokonferenzsystem, welches auf Anfrage zusätzlich gebucht werden kann. >> [Mehr Informationen](#)



Wie, das war's schon?!?

Sie möchten gern mehr über ServiceQualität Deutschland in den einzelnen Bundesländern erfahren?

Dann klicken Sie auf diese interaktive Landkarte. Hier finden Sie länderspezifische Informationen, Seminartermine sowie Neuerungen und Entwicklungen rund um das Qualitätsmanagementsystem. Klicken Sie auf ein Bundesland und Sie werden automatisch zur jeweiligen Koordinierungsstelle und zum zuständigen Ansprechpartner weitergeleitet.

Haben Ihnen die ServiceNews gefallen? Was fehlt? Was wünschen Sie sich für die nächsten Ausgaben? Empfehlen Sie die ServiceNews weiter oder schicken Sie uns Ihre Kritik. Denn auch wir möchten einfach immer besser werden!

Redaktionsschluss für die ServiceNews 1 | 2014 ist der 11. Februar 2014.

Ihr ServiceQualität Deutschland-Team!



Impressum

Kontaktadresse:
ServiceQualität Deutschland (SQD) i.G.
Ansprechpartner: Sven Wolf
Schillstraße 9
10785 Berlin
info@q-deutschland.de
www.q-deutschland.de

Bildnachweis

Fotos: Iris Hegemann
Rita Sacher
MHMK

Layout: www.pantamedia.com

Abmeldung ServiceNews

Sollten Sie nicht länger an den ServiceNews interessiert sein, so senden Sie bitte eine E-Mail an den Absender, der Ihnen die ServiceNews zugeschickt hat. Vielen Dank!