

INTERVIEW

ERFOLGREICH SEIN HEISST QUALITÄT BIETEN

Qualität spielt im Tourismus im Allgemeinen und im Spa- & Wellness-Tourismus im Besonderen eine große Rolle. Wer Erholung und Entspannung sucht, der will nicht mit 08/15-Angeboten abgespeist werden. Qualität und Qualitätsmanagement werden im international tätigen Rogner Network schon immer groß geschrieben. Man ist sich dessen voll bewusst, dass Qualität durch nichts zu ersetzen ist. Auch wenn sie ihren Preis hat.

geographische Lage sind dabei eine besondere Herausforderung.

Dir. Schroff: Qualität hat höchste Priorität. Im Wellness-Tourismus können nachhaltige Erfolge nur über ein umfassendes Qualitätsmanagement erzielt werden – und über Qualität werden schlussendlich auch höhere Preise sowie größere Marktanteile erreicht. Wellness-Qualität ist auch Erleben, Empfinden – sich einfach Wohlfühlen.



Robert Rogner jun. als Geschäftsführer des Rogner Networks und Dir. Hans Peter Schroff (General Manager des Rogner Hotel & Spa Lotus Therme Hévíz/Ungarn) als Verantwortlicher für den Bereich „Qualität“ innerhalb des Netzwerks nehmen dazu Stellung.

Das Rogner Network betreibt derzeit sehr erfolgreich sieben Hotelanlagen in Österreich, Ungarn und Albanien. Welchen Stellenwert nimmt im Unternehmen der Bereich Qualitätsmanagement ein?

R. Rogner: Alle unsere Betriebe sind Nischenprodukte und in ihrer Gestaltung und Konzeption einzigartig. Daher wird Qualität mit Kundenzufriedenheit gleichgesetzt. Die Unterschiedlichkeit unserer Produkte und deren unterschiedliche

Das Beratungsunternehmen KHC führt in Ihren Hotels zwei Mal jährlich Quality-Audits durch. Wie wurden die Ergebnisse aufgenommen bzw. welche Maßnahmen daraus entwickelt?

R. Rogner: Die Ergebnisse werden im jeweiligen Unternehmen für alle transparent gestellt bzw. in den Management-Meetings diskutiert. Die Umsetzung von Verbesserungsmaßnahmen obliegt dem jeweiligen Direktor und seinem Team.

Dir. Schroff: Die Audits sind Teil der Qualifizierungsmaßnahmen. Sie werden als Arbeitsgrundlage verwendet und umgesetzt.

Kontakt: www.rogner.com

Haben diese Maßnahmen zu einer Verbesserung der Gästezufriedenheit geführt?

R. Rogner: Es wurden bereits einige „blinde Flecken“ aufgedeckt. Daraus sind Verbesserungen für unsere Kunden entstanden.

Dir. Schroff: Ja. Einzelne Mängel und Schwachstellen wurden sofort behoben. Qualifizierung ist für uns allerdings ein ständiger Entwicklungsprozess.

Welche anderen Qualitätssicherungsmaßnahmen haben Sie in Ihrem Unternehmen etabliert?

R. Rogner: Auf Grund der Unterschiedlichkeit der Betriebe haben sich verschiedene Qualitätssicherungsmaßnahmen entwickelt. Ein sehr gutes Beispiel für eine erfolgreiche Umsetzung ist die Rogner Lotus Therme in Ungarn, wo es unter anderem in den Bereichen F&B, Sales/Marketing, Spa oder Housekeeping eine Qualitätssicherung gibt.

Dir. Schroff: Wir haben TQM-Teams in den verschiedensten Bereichen. Durch ständiges Coaching wird so eine Optimierung erreicht.

Welches Budget stellen Sie für Qualitätsmanagement?

R. Rogner: Die Budgets für Qualitätssicherung divergieren in den einzelnen Betrieben auf Grund deren Unterschiedlichkeit.

Dir. Schroff: In unseren Abteilungsbudgets sind entsprechende Mittel für Qualifizierungsmaßnahmen enthalten. Die Weiterbildung unserer Mitarbeiter ist ebenfalls ein wesentlicher Budgettitel.

Welche Empfehlungen können Sie Ihren Hotelkollegen geben?

Dir. Schroff: Nur über Qualität ist Erfolg im Spa Business möglich. Audits sind hierfür ein wichtiges Hilfsmittel.

Das Wellness-Angebot in der Hotellerie breitet sich geradezu inflationär aus. Eine Orientierung für den Verbraucher ist fast nicht mehr möglich. Untersuchungen ergaben, dass nur ca. 10 Prozent aller Wellness-Angebote den Qualitäts-Standards des Deutschen Wellness Verbandes (DWV e.V.) entsprechen. Es wird vielfach der Fehler gemacht, eine technische Aufrüstung mit Wellness-Qualität gleichzusetzen.

Welche Qualität erreicht den Kunden dauerhaft? Hier sind dringend Aufklärung, Beratung und die Einführung von Qualitätsstandards erforderlich. Darauf hat sich die Kadner Hotel Consulting (KHC) in Siegenburg spezialisiert und genießt bei den international agierenden Auftraggebern große Anerkennung. Das Team der Kadner Hotel Consulting besteht aus Hotel-Profis, die sich seit Jahren erfolgreich mit der Thematik Qualitätsmanagement in der Hotellerie befassen.

Inhaber Karl Kadner: „Wir verstehen Qualität als Strategie zur Erzielung von Wettbewerbsvorteilen. Die Mystery-Checks/Quality-Audits der KHC werden prozessorientiert entwickelt und auf die individuellen

Bedürfnisse unserer Auftraggeber angepasst. Sie sind quantifizierbar, nachvollziehbar bewertet, kommentiert und somit ideal als Qualitätsentwicklungsinstrument einsetzbar. Die umfangreichen Quality-Audits dienen der Geschäftsleitung u.a. zur Ausrichtung der strategischen Ziele, der Marketing-Abteilung als Stärken-/Schwächen-Analyse sowie der Personalabteilung für die Planung von Aus- und Weiterbildungsmaßnahmen.“

MESSINSTRUMENT FÜR DAS GESAMTE DIENST- LEISTUNGSSPEKTRUM

Die erfahrenen Hotelprofis der KHC machen unmissverständlich transparent, wie sich ein Hotelbetrieb aus Sicht des Gastes darstellt. Sie ermöglicht somit den Verantwortlichen in den Hotels den Blick über den Zaun, verhilft ihnen zum Benchmarking, d.h. Lernen von den Besten und liefert dem Hotel-Management aussagefähige Betriebsvergleiche.

Die KHC arbeitet eng mit dem Deutschen Wellness Verband zusammen, der seit Herbst 2002 ein Wellness-Qualitätssiegel eingeführt hat, um in

der boomenden Wellness-Hotellerie, in Day-SPA's und anderen Wellness-Einrichtungen die Spreu vom Weizen zu trennen. Mit den zur Zertifizierung führenden Quality-Audits, die im Auftrag des DWV e.V. weltweit ausschließlich von dem Team der KHC durchgeführt werden, beginnen schlechte Zeiten für die sogenannten „Etiketten-Schwindler“. Das Prüfverfahren ist standardisiert, sehr umfassend und absolut anonym. Die Unabhängigkeit von jeglichen Interessengruppen sowie der Ausschluss jedweder Einflussnahme auf die Zertifizierung sind oberstes Gebot. Das Qualitätssiegel gilt für zwei Jahre und muss danach aus Gründen der Qualitätssicherung neu erworben werden.

Karl Kadner zur künftigen Entwicklung: „Über kurz oder lang werden die Hoteliers erkennen, dass es unerlässlich ist, die Dienstleistungsqualität in allen Hotelbereichen durch neutrale und professionelle Berater bewerten zu lassen. Wenn hierdurch gleichzeitig ein Gütesiegel erworben werden kann, hat sich der finanzielle Aufwand doppelt gelohnt. Preiswerter kann die Akquise von neuen Gästen kaum sein.“

Kontakt: www.Kadner-Hotelconsulting.de

BERATUNG

WELLNESS-HOTELLERIE AUF DEM PRÜFSTAND

Richtungsweisende Qualitäts-Aussagen für den Verbraucher werden zum Marketing-Tool in der Wellness-Hotellerie