

## Summary zur Bachelorarbeit

### **„Anwendbarkeit des Qualitätsmanagementsystems „ServiceQualität Deutschland“ auf Stadtmarketingebene am Beispiel von Bad Neuenahr-Ahrweiler“**

verfasst von: Christina Platten

Mehr als Zweidrittel der Kunden wandern zu anderen Unternehmen ab, da sie mit dem Kundenservice nicht zufrieden sind. Daher ist das Thema Servicequalität in der heutigen Zeit unumgänglich.

Die verfasste Bachelorarbeit beschäftigt sich mit der Thematik, Qualitätsmaßnahmen erfolgreich auf Stadtebene anzuwenden. Das vorrangige Ziel ist, die Stärken und Schwächen des neu eingeführten Projekts „Qualitäts-Stadt“, das beim Deutschen Tourismusverbandes e.V. angesiedelt ist, heraus zu kristallisieren. Aus den gewonnenen Ergebnissen wird anschließend ein Leitfaden entwickelt, der vor allem den Ablauf und das Zeitmanagement für teilnehmende Städte vereinfachen soll. Im Vordergrund steht während der gesamten Arbeit die folgende Leitfrage:

#### **Welche Chancen ergeben sich für teilnehmende Städte?**

Konkret bedeutet dies: Inwieweit können teilnehmende Städte in Deutschland von der Teilnahme an diesem Projekt profitieren? Wo besteht Verbesserungsbedarf und ist dies wirklich ein ausreichender Ersatz für ein professionelles Stadtmarketing-Konzept?

Um diese Frage zu beantworten wird im Rahmen dieser Abschlussarbeit sowohl eine quantitative als auch qualitative Erhebung herangezogen. Für die Durchführung der quantitativen Befragung mittels eines selbst erstellten standardisierten Fragebogens exemplarisch der Tag des Workshops in Bad Neuenahr-Ahrweiler, die an dem Projekt Qualitäts-Stadt teilnimmt, gewählt. An diesem Tag ist es die Aufgabe der teilnehmenden Betriebe, gemeinsam fünf standardisierte Service-Leistungen zu entwickeln, die anschließend alle Mitarbeiter des Unternehmens umsetzen müssen. Dieser Tag eignet sich hervorragend zur Befragung, da alle Qualitäts-Betriebe, die am Projekt der Qualitäts-Stadt teilnehmen, am Workshop anwesend sein müssen. Hierbei ergibt sich eine hohe Rücklaufquote. Der Fragebogen wird persönlich vom leitenden Dozenten, Mika Balke, ausgehändigt und anschließend eingesammelt. Auf diese Weise gelingt es, ein umfangreiches Bild der Nachfrageseite zu erstellen. Um die Forschungsfrage jedoch fundiert beantworten zu können, ist es unumgänglich, auch die Anbieter beziehungsweise die Organisatoren zu befragen. Daher werden im qualitativen Teil drei leitfadengestützte Experteninterviews durchgeführt. Als Experten werden Anne Reucker, die

Leiterin des Projekts ServiceQualität Deutschland in Rheinland-Pfalz und gleichzeitig Ansprechpartnerin zum Thema Qualitäts-Städte in Rheinland-Pfalz ist, der Dozent Mika Balke, der die Seminare und Workshops für die teilnehmenden Betriebe durchführt und den Betrieben als ständiger Ansprechpartner zur Verfügung steht, und Paul Nett, der städtische Koordinator der Stadt Bad Neuenahr-Ahrweiler, herangezogen

Diese Arbeit lässt sich daher grob in die beiden folgenden Teile untergliedern: Einen theoretischen Teil, der die Grundlagen des Qualitätsmanagements generiert und den praktischen beziehungsweise empirischen Teil inklusive seiner Auswertung.

Im ersten, dem theoretischen Abschnitt, wird zunächst der Begriff des Qualitätsmanagements definiert und verschiedene Qualitätsmanagementsysteme, die für den weiteren Verlauf dieser Abschlussarbeit von hoher Bedeutung sind, vorgestellt. Dafür beispielhaft ausgewählt wurden DIN EN ISO 9000f, das EFQM-Modell, das SERVQUAL-Modell sowie das GAP-Modell. Im Anschluss daran wird die Initiative ServiceQualität Deutschland mit ihrem dreistufigen Zertifizierungsablauf sowie dem neuen Projekt „Qualitäts-Stadt“ vorgestellt. Zum Ende des theoretischen Teils erfolgt eine kurze kritische Betrachtung.

Im darauffolgenden praktischen Abschnitt wird zu Beginn das Untersuchungsgebiet, die Stadt Bad Neuenahr-Ahrweiler, vorgestellt. Im Anschluss daran folgt die Beschreibung des Projekt-Ablaufs, ebenfalls am Beispiel von Bad Neuenahr-Ahrweiler. Die Erläuterung des Forschungsdesigns, die Auswertung und Interpretation der Erhebungen schließen den praxisorientierten Teil dieser Abschlussarbeit ab.

Allgemein lässt sich festhalten, dass die grundsätzliche Idee des Projektes Qualitäts-Stadt bezüglich der angestrebten Ziele als Erfolg gesehen werden kann. Somit hat die Initiative ServiceQualität Deutschland die meisten Erwartungen der teilnehmenden Dienstleistungsunternehmen erfüllt.

Neben dieser positiven Seite muss selbstverständlich auch die Betrachtung der Kehrseite erfolgen. Durch die geführten Expertengespräche und die Befragung der teilnehmenden Dienstleistungsbetriebe und deren Analyse kann durch das Aufdecken der Schwächen eine Verbesserung des Systems und auch des Projektes abgeleitet werden. Hier wurde besonders die fehlende Öffentlichkeitsarbeit bemängelt. Dies zeigt auch die Auswertung der Frage nach der Bekanntheit des Projektes, da gerade einmal 20% der Teilnehmer dieses Projekt im Vorfeld kannten. Aktives Marketing ist im Bereich des Qualitätsmanagements eine unabdingbare Maßnahme, die keinesfalls zu kurz kommen darf. Denn dieser Aspekt erst erreicht, dass die Bekanntheit deutschlandweit gesteigert wird. Nur auf diese Weise kann das Qualitäts-Siegel eventuell schon bald von Kunden ebenso wahrgenommen werden, wie die bekannte Klassifizierung der Sterne.

In der Regel verbleiben fast alle zertifizierten Betriebe bei Stufe I und es wird keine Verbesserung durch die Einführung der Stufe II oder sogar III angestrebt. Dies liegt sicherlich daran, dass das System ServiceQualität Deutschland vor allem für kleine und mittelständige Unternehmen konzipiert wurde. Hier besteht die Problematik in der Umsetzung der einzelnen Instrumente der Stufe II und auch der hohe Zeit- und Kostenaufwand des in der Stufe III einzuführenden Total Quality Management Systems. Jedoch ist auch hier zu vermerken, dass für die Interessen der überwiegend kleineren Unternehmen, wie zum Beispiel Ferienwohnungen oder Winzerbetriebe, diese Stufe I vollkommen ausreichend ist.

Einer der wichtigsten Kritikpunkte der Qualitäts-Stadt ist mit Sicherheit die fehlende Nachhaltigkeit, denn dies wurde sowohl seitens des Dozenten, des städtischen Koordinators als auch der teilnehmenden Betriebe angemerkt. Oft endet das Projekt bereits mit dem Ende der Zertifizierungsfeier. Obwohl diese erst der Anfang auf dem Weg zur Verbesserung der Qualität in einer Stadt sein sollte. Jedoch fehlen hier konkrete weiterführende Angebote seitens der Koordinierungsstelle. Die teilnehmenden Betriebe haben im Anschluss keinen wirklichen Ansprechpartner mehr und das Projekt droht mehr oder weniger im Sande zu verlaufen. Hier ist es wichtig, die Betriebe auch weiterhin zu motivieren und Instrumente zur Verbesserung der Qualität anzubieten. Auch hier könnte seitens der Koordinierungsstelle eventuell auch für die Teilnahme an Stufe II geworben werden. Mögliche weiterführende Maßnahmen werden in diesem Zusammenhang angedacht.

Es wird deutlich, dass hinsichtlich des Marketings, der Öffentlichkeitsarbeit als auch der Optimierung des Projektes Qualitäts-Stadt seitens der Initiative ServiceQualität Deutschland in Rheinland-Pfalz noch Verbesserungsbedarf besteht. Dennoch ist auch zu sagen, dass der eingeschlagene Weg, richtig ist. Das Projekt steckt nun noch in Kinderschuhen und bedarf noch einiger Erfahrungswerte und Modifizierungen, um es in einer Stadt längerfristig zu etablieren.