

Executive Summary der Bachelorarbeit von Katrin Sabrina Föhst

(Am Pfingstborn 48, 67806 Rockenhausen, katrin.foehst@gmx.de)

Fragestellung und Aufbau der Arbeit

Die Qualität ist ein immer wichtigerer Bestandteil und Faktor, wenn es darum geht, sich von der Konkurrenz abzuheben. Eventuell wird sie vernachlässigt, weil sie auch als etwas Selbstverständliches angesehen wird. Aber sie stellt sich keinesfalls von selbst ein.

Es gibt verschiedene Qualitätskonzepte oder Ansätze, mit deren Hilfe Unternehmen die Qualität mehr in das Zentrum der täglichen Arbeit rücken können. Eine davon ist die Initiative »ServiceQualität Deutschland« [Abkürzung: SQD], welche die Qualität in touristischen Betrieben fokussiert.

Anfang des Jahres 2013 hat die Autorin aus Eigeninitiative ein Q-Seminar in Ludwigshafen besucht und ist seitdem QualitätsCoach der SQD-Initiative. Während des außeruniversitären Praktikums bei dem Pfalz.Touristik e.V. in Neustadt, der touristischen Regionalagentur der Pfalz, gab es weitere Berührungspunkte mit der Thematik. Dabei wurde schnell deutlich, dass der Initiative und ihren Inhalten gewisse Schwächen oder Schwachstellen zugeschrieben werden. Dies führte zu dem Entschluss, die Bachelorarbeit darüber zu verfassen. Der Fokus liegt dabei auf der Urlaubsregion Pfalz.

Die Pfalz, betrachtet im Vergleich zu den anderen acht touristischen Regionen in Rheinland-Pfalz, verfügt über eine vergleichsweise geringe Anzahl zertifizierter Q-Betriebe. Des Weiteren fällt auf, dass es überwiegend Betriebe der Stufe I gibt. Im Rahmen der Arbeit mit dem Titel **Die Initiative »ServiceQualität Deutschland« in der Urlaubsregion Pfalz - Eine kritische Betrachtung des Qualitätsmanagementkonzepts unter Einbeziehung der touristischen Akteure** sollte zum einen die Frage geklärt werden, weshalb es im Verhältnis nur so wenige Q-Betriebe gibt. Ist die Initiative nicht bekannt genug? Besteht einfach kein Interesse, weil Unternehmen bereits über genügend andere Siegel oder Zertifikate verfügen? Zum anderen stellt sich der Autorin die Frage, warum nur wenige Betriebe den Schritt in die nächsthöhere Q-Stufe wagen. Sind sie bereits mit den Anforderungen der Stufe I ausreichend gefordert und können diesen kaum nachkommen? Und wie beurteilen sie die Initiative bezüglich der Modalitäten zur Erreichung der Zertifizierung? Wo werden konkrete Schwächen aber auch Stärken gesehen? All die Fragen, und andere, sollten im Rahmen der Arbeit unter Einsatz verschiedener empirischer Methoden [Online-Befragung, Experteninterviews und Sekundärforschung] gewonnen werden.

Die Arbeit begann mit einem allgemeinen Teil, gerne auch Theorieteil genannt, der zunächst wichtige Grundlagen der Qualitäts-Thematik behandelte. So wurden in Kapitel 2 zunächst für den weiteren Verlauf bedeutende Begriffe erklärt. Es folgte eine kurze Übersicht über die

gängigen Qualitätsmanagementsysteme und Möglichkeiten zur Erfassung oder Feststellung der Kundenzufriedenheit. Konkreter wurde es in Kapitel 3, das sich mit der Initiative Servicequalität Deutschland befasste und einen Überblick über die einzelnen Stufen bot. Nach der Vorstellung des Untersuchungsgebietes folgte der empirische Teil der Arbeit. Dort wurden zunächst die angewendeten empirischen Methoden und die konkrete Vorgehensweise bei der Gewinnung der Daten vorgestellt. Es folgte eine Zusammenfassung der Ergebnisse sowie eine Stärken-Schwächen-Analyse der SQD-Initiative. Anhand dieser sollten mögliche Handlungsempfehlungen abgeleitet werden. Die Arbeit schloss mit einer kurzen Zusammenfassung der Ergebnisse und einem Fazit ab.

Beantwortung der Forschungsfragen

Warum gibt es in der Urlaubsregion Pfalz im Vergleich zu anderen rheinland-pfälzischen Regionen verhältnismäßig wenige Q-Betriebe?

Grundsätzlich ist bei der Verteilung der Q-Betriebe ein deutliches Nord-Süd-Gefälle innerhalb von Rheinland-Pfalz zu erkennen. Dies kann zum einen auf das unterschiedlich stark ausgeprägte Engagement der regionalen Industrie- und Handelskammern zurückgeführt werden. Zum anderen spielen Regionalmarken, insbesondere die Regionalmarke EIFEL, eine besondere Rolle. Wollen in diesem konkreten Fall Betriebe unter der Dachmarke aufgeführt und vermarktet werden, bleibt ihnen nichts anderes übrig, als sich entsprechend zertifizieren zu lassen. Dieser Zwang oder diese »friss-oder-stirb« - Mentalität führt zu einer entsprechend hohen Anzahl zertifizierter Q-Betriebe. Für die Pfalz kommt die Umsetzung eines solchen Konzepts derzeit nicht in Frage. Möglich beziehungsweise vorstellbar wäre lediglich eine Bevorzugung von Q-Betrieben, zum Beispiel bei der Auswahl von Unterküften im Rahmen von Pressereisen. Eine reine Ausschließlichkeit wird entschieden abgelehnt.

Nichtsdestotrotz gibt es in der Pfalz genügend Potenzial um noch weitere Betriebe zu einer Teilnahme an der Initiative zu bewegen. In diesem Zusammenhang müssen sowohl die Regionalagentur als auch die Tourist-Informationen ihre Funktion als Multiplikatoren stärker wahrnehmen. Auch besteht die Möglichkeit in Zusammenarbeit mit Herrn Bolenz [Landeskoordinierungsstelle SQD in Rheinland-Pfalz] Infoveranstaltungen zu organisieren um die Q-Initiative und deren Inhalte zu bewerben.

Frage der Kontinuität: warum wagen verhältnismäßig wenige Q-Betriebe den Schritt in die nächsthöhere Stufe?

Grundlegend ist festzuhalten, dass die Tourismusstrategie des Landes Rheinland-Pfalz, in der die Qualitätsinitiative verankert ist, vorrangig das Ziel verfolgt landesweit möglichst viele QI-Betriebe zu zählen. Es stellt sich auch nicht die Frage, ob ein Unternehmen Stufe I, II oder III angehört, sondern dass es sich überhaupt um Qualität bemüht. So ist ein Betrieb auch nicht automatisch besser, wenn er über das Siegel der Stufen II oder III verfügt. Vordergründig ist auch nicht sie in die nächsthöhere Stufe zu bringen, sondern sie bei der Stange zu halten beziehungsweise im Q-System. Um das zu erreichen wurde unter anderem die Rezertifizierung für Stufe I überarbeitet.

Aufschlüsse darüber, was die Betriebe selbst von dem Schritt in die nächsthöhere Stufe abhält sollten durch die Ergebnisse der Online-Befragung gewonnen werden. Der häufigste Grund war hierbei der hohe organisatorische Aufwand, gefolgt von Zeitaufwand und Kosten. Da sich am Umfang der zu bearbeitenden Unterlagen voraussichtlich nichts ändern wird, müssen die Betriebe selbst einen Weg finden, um sich besser zu organisieren-um den Aufwand so gering wie möglich zu halten und sich die Bearbeitung leichter zu gestalten. Dies würde eine noch stärkere Integration der Q-Thematik in den Arbeitsalltag erfordern. Da die Instrumente von den meisten Umfrageteilnehmern als verständlich und einfach in ihrer Anwendung bewertet wurden können diese nicht zwangsläufig als Ursache gesehen werden. Interessant ist nach Ansicht der Autorin der Aspekt, dass 17 von 23 Q-Betrieben das Siegel in erster Linie als »Aushängeschild« nutzen. Es könnte folglich vermutet werden, dass nur an der Initiative teilgenommen wird, um mit einem [weiteren] Siegel werben zu können. Dabei spielt es keine Rolle zu welcher Q-Stufe der Betrieb gehört oder ob die nächsthöhere Stufe angestrebt wird.

Der Arbeitsschwerpunkt der Unternehmen kann ebenfalls eine Auswirkung auf den untersuchten Sachverhalt haben. Die Pfalz. Touristik sieht ihren Schwerpunkt beispielsweise nicht in der Beratung von Gästen [QII fokussiert den externen Blick auf die Serviceabläufe] und sieht deshalb auch keinen Sinn eine höhere Stufe, konkret QII anzustreben.

Die vorliegende Arbeit diene der kritischen Betrachtung der Initiative »ServiceQualität Deutschland« und deren Inhalte. Anhand des konkreten Beispiels der Urlaubsregion Pfalz wurden Stärken und Schwächen ermittelt und auch Möglichkeiten der Verbesserung aufgezeigt.

Allgemein lässt sich festhalten, dass die Initiative »ServiceQualität Deutschland« mit dem angestrebten Ziel der Qualitätssteigerung, speziell in touristischen Betrieben, grundsätzlich positiv bewertet werden kann. Sie bietet einen guten Einstieg in das Qualitätsmanagement. Gerade vor dem Hintergrund verstärkten Wettbewerbs bietet sie auch oder besonders kleinen Betrieben die Möglichkeit sich am Markt zu behaupten. Die Qualität wird somit als Mittel benutzt um sich von der Konkurrenz abzuheben.

Das dreistufige System stellt es den Betrieben frei, wie intensiv sie das Qualitätsmanagement umsetzen wollen. Dass zahlreiche Betriebe auf Stufe I verharren ist nicht zwangsläufig negativ zu bewerten. Was zählt ist die Tatsache, dass sie sich um Qualität bemühen und sie nicht als selbstverständlich ansehen. Umso wichtiger ist es deshalb, dass die Qualität in der täglichen Arbeit gelebt wird. Das Siegel sollte nicht nur als »Aushängeschild« dienen oder die Sammlung bereits vorhandener Zertifikate ergänzen.

Die teils starken regionalen Unterschiede in der Anzahl der Q-Betriebe [speziell Eifel ↔ Pfalz] sind nicht auf Desinteresse der Betriebe oder Schwachstellen der Initiative zurückzuführen, sondern sind in erster Linie auf regionsgebundene Maßnahmen zurückzuführen [Qualitätsoffensive Eifel].

Die Initiative und ihre Inhalte wurden im Rahmen der Untersuchung mehrheitlich positiv bewertet. Den Stärken beziehungsweise Vorteilen stehen jedoch auch Schwächen gegenüber, wie unter anderem der hohe organisatorische Aufwand. Viele Schwachstellen sind bereits seitens des SQD e.V. erkannt worden. Entweder wurden bereits Anpassungen oder Änderungen vorgenommen oder es ist entsprechendes geplant. Das System und dessen Inhalte unterliegen einem ständigen Verbesserungsprozess. Gewisse Tatsachen wie die Kosten für Schulung und Zertifizierung oder die fehlende Möglichkeit der Einräumung von Sonderkonditionen müssen letztendlich akzeptiert werden. Es sollte dabei jedoch bedacht werden, dass die Initiative, optimal für den jeweiligen Betrieb genutzt, wiederum enorme Vorteile mit sich bringen kann.

Unternehmen sollten sich nicht Fragen was es kostet Qualität einzuführen / umzusetzen, sondern was es im Endeffekt kostet dem Kunden oder Gast keine Qualität zu bieten.