

Tipp: Die Gäste begeistern

Qualität spielt eine wichtige Rolle – Anbietertage

jp **MERZEN.** „Für den ersten Eindruck gibt es keine zweite Chance“, meint Tourismusberater Oliver Becker. Der Oldenburger verdeutlichte den im Fremdenverkehr Tätigen aus der Region Artland, das Servicequalität die wichtigste Rolle dabei spielt, ob ein Gast wiederkommt oder lieber eine andere Region ansteuert.

Und etwas vom Touristuskuchen möchte die Erlebnisregion Artland auch gerne abbekommen, wie der Neuenkirchener Samtgemeindebürgermeister Martin Brinkmann bei der Eröffnung des 2. Tourismusforums Artland feststellte. Diese Treffen dienten der Optimierung der Vernetzung der Angebote in der Region.

Es reiche nicht aus, zufriedene Gäste zu haben, erklärte Oliver Becker den Besuchern, vielmehr gelte es, die Kunden zu begeistern. Die Überraschungsqualität, der sogenannte „Wow“-Effekt, sei es, der die Gäste bewege, wieder zu kommen. Nur neun Prozent der Gäste blieben aus, wenn sich die Preise änderten, aber mehr als zwei Drittel würden bei mangelnder Servicequalität dem Haus den Rücken kehren.

Ob Ferienhausvermieter oder die Dame am Empfang des Hotels – alle seien „ein Rädchen des Produktes Artland“ und müssten spüren lassen, dass sie Lust daran



Abschied: Die Tourismusvertreter aus der Region Artland dankten Günter Droste (links), Geschäftsführer des Tourismusverbandes Osnabrücker Land, für langjährige gute Zusammenarbeit. Foto: Josef Pohl

hätten, für die Gäste da zu sein. Ein Lachen koste nichts, bringe aber sehr viel.

Becker forderte dazu auf, für die Gäste nicht nur sprichwörtlich den roten Teppich auszurollen. „Wir sind alle ein bisschen eitel“, so der Tourismusberater, der dazu ermutigte, sich der Initiative „Servicequalität Deutschland“ anzuschließen und so ein Gütesiegel für das eigene Unternehmen zu haben. Servicekette, Qualitätsmanagement und -trainer gehörten ebenso dazu wie Seminare für persönliche Zusatzqualifikationen, so Becker.

„Tourismus für alle“ – so lautete das Thema von Dr. Peter Neumann (Neumann Consult, Münster), der speziell für das Artland derzeit

ein Konzept erarbeitet. Er rief dazu auf, sich neue Zielgruppen zu erschließen. Besonders die „50plus“-Kunden rückte er in den Fokus der Touristiker, denn diese Gruppe verreise länger, öfter und zudem außerhalb der Hauptsaisonzeiten. Für die Gäste müssten sich die Gastronomen aber mehr einfallen lassen als Tanzabende, Bastelkurse oder Konzerte.

Neben einer Basisschulung für die touristischen Anbieter gibt es auch Vor-Ort-Besichtigungen mit pragmatischen Verbesserungsvorschlägen – nicht nur baulicher Art. Markt- und Konkurrenzanalyse, Praxishandbuch und Handlungsempfehlungen gehörten auch zum Paket.

Die ersten Basisseminare sind am 25. Mai im Sitter Landcafé und am 26. Mai in „Antjes Lounge“ in Fürstenau. Die Anmeldungen können jeweils über die Tourismusbüros erfolgen.

Anbietertage wird es auch in diesem Jahr wieder geben, wie Regionalmanager Peter Höfer erklärte. Ziele seien das Museum Meyerhaus in Berge, die Nortruper Artland-Brauerei sowie die Ferienhöfe Frohne und Groneick.

Zertifikat für Servicequalität

Das „Q“ ist das Siegel für Servicequalität in Deutschland. Über 2700 Betriebe haben sich bundesweit nach den Q-Kriterien zertifizieren las-

sen und sich somit im besonderen Maße der Servicequalität verschrieben. Mit dem Schulungs- und Qualitätssiegelprogramm analysie-

ren die Betriebe ihre Dienstleistungskonsequenz aus der Kunden-Perspektive, um die internen Prozesse nachhaltig und fortwährend zu optimieren.