



DEUTSCHER TOURISMUSVERBAND E. V.

Grußwort

Bayerischer Tourismustag

München

27. September 2010, 9.45 Uhr - 13.00 Uhr

Reinhard Meyer, Präsident des Deutschen Tourismusverbandes

Allgemeine Begrüßung

unter anderem anwesend:

- Ernst Burgbacher, Parlamentarischer Staatssekretär beim Bundesminister für Wirtschaft und Technologie und Beauftragter der Bundesregierung für den Mittelstand und Tourismus (*angefragt*)
- Martin Zeil, Bayerischer Staatsminister für Wirtschaft, Infrastruktur, Verkehr und Technologie
- Sybille Wiedenmann, Geschäftsführerin Bayern Tourismus Marketing GmbH

Einleitende Worte

- 200 Jahre Wies'n - das ist ein Jubiläum, auf das auch ich als Präsident des DTV hier im Circus Krone schon eingehen möchte.
- Das Oktoberfest hat sich zu einem der bekanntesten und beliebtesten Volksfeste weltweit entwickelt. In diesem Jahr werden 6 Millionen Menschen aus nah und fern erwartet.
- Und das auch aus zwei Gründen, für die sich der DTV seit Jahren im Rahmen seiner Tourismusarbeit einsetzt: Qualität und Innovation.
- Die Qualität des Angebotes von den Festzelten bis zu den Fahrgeschäften ist beeindruckend. Und da die Besucher auch bereit sind, den Preis für die Maß zu bezahlen, stimmt das Preis-/ Leistungsverhältnis offenbar.
- Hinzu kommt die Innovation: Die Wies'n schaffen es immer wieder, etwas Neues zu präsentieren: In diesem Jahr etwa brauen die Brauereien gemeinsam ein Jubiläumsbier nach Geheimrezept. Dazu haben sie ihre Archive nach alten Rezepten um 1810 durchstöbert.
- So etwas macht neugierig und schafft Nachfrage!

Servicequalität und Kundenorientierung

- Der erfolgreiche Tourismismagnet Oktoberfest bestätigt damit unsere Erfahrung: Wer auf Qualität setzt, ist in aller Regel auch innovationsfreudig
- wie kommen wir als DTV zu diesem Schluss?
- lassen Sie mich kurz ein wenig ausholen...
- DTV betreut zwei Projekte: er ist Geschäftsbesorger der Kooperationsgemeinschaft ServiceQualität Deutschland und vergibt einmal im Jahr Deutschen Tourismuspreis
- beide Projekte erfreuen sich seit 2005 eines großen Zuspruchs

Thema ServiceQualität Deutschland

- immer mehr Betriebe und touristische Anbieter beteiligen sich am innerbetrieblichen Qualitätsmanagementsystem ServiceQualität Deutschland
- sie haben erkannt: guter Service und Kundenorientierung sind wichtige Wettbewerbsfaktoren
- schließlich werden heute Serviceleistungen als Standard vorausgesetzt, die vor zwanzig Jahren noch nicht erwartet wurden, z.B. morgendliche Zeitung vor der Tür, Duschgel und Shampoo im Badezimmer oder große Auswahl an Kaffee- bzw. Teesorten
- wer diese Dinge vor ein paar Jahren eingeführt hat, hat schon damals Kundenorientierung UND gleichzeitig Kreativität bewiesen

- Kundenorientierung bzw. Servicequalität erfordern Kreativität und Ideen, um den Gast immer wieder aufs Neue zu überraschen
- das erfordert aber gleichzeitig auch eine besondere Firmenkultur, die dieses Denken unterstützt
- all die Betriebe, die sich an ServiceQualität Deutschland beteiligen, verschließen sich dem nicht
- sie überdenken vielmehr ihre Arbeitsprozesse aus Kundensicht und sind so offen für Innovationen und neue Ansätze
- und seien diese Ideen auf den ersten Blick noch so unbedeutend – wie ein Brillenputztuch, ein mobiler Internetanschluss oder die Frage „Soll ich schnell nachschauen, ob Ihr Zug pünktlich ist?“
- in jedem Fall findet man mit solchen Ideen Nachahmer – das kann nur Zeichen für erfolgreiche Ideen sein!
- Das Jubiläums-Oktoberfestbier kann man nicht kopieren – die Rezeptur soll für alle Zeit geheim gehalten werden

- andere Konzepte lassen sich aber nachahmen; wer aber neue Ideen bloß kopiert und nicht selbst nach besseren Lösungen sucht, fängt sich bei Gästen und Kunden schnell das Prädikat „durchschnittlich“ ein
- damit wird er auf Dauer im Wettbewerb nicht bestehen können!
- neue, gute und kundenorientierte Ideen sind zwingend erforderlich!

Thema Deutscher Tourismuspreis

- aber auch, wenn wir uns der anderen Seite zuwenden – also denen, die vermeintlich in erster Linie auf Innovationen setzen – kommen wir zu einem ähnlichen Ergebnis:
- so haben alle Gewinner und Nominierungswürdigen des Deutschen Tourismuspreises nachweislich auch systematischen Qualitätsprozess durchlaufen
- zum Beispiel Gewinner 2009: Oberstaufer erfüllt mit bisher einzigartiger Idee Gästen den Wunsch nach Urlaub ohne Nebenkosten und setzt dabei auf Qualitätsprodukte
- Oberstaufer Idee: Aufwertung einer Gästekarte zu Mehrwert-Karte mit vielen Extras
- Oberstaufer hat also Gästewünsche UND -ansprüche für neues Produkt gehört anstatt sie außen vor zu lassen
- d.h. hier war der Innovationsprozess gleichzeitig Teil des Qualitätsprozesses, der sich in erster Linie in den Dienst des Gastes gestellt hat
- und damit ist Oberstaufer – völlig zu Recht – erfolgreich!
- Oberstaufer hat 2009 gewonnen - wenn Sie die besten Ideen des Jahres 2010 erleben und sich selbst einen Kreativitätsimpuls geben wollen, kommen Sie zum Deutschen Tourismustag am 4. November 2010 in Essen!
- beteiligen Sie sich auch am Deutschen Tourismuspreis 2011 – Startschuss fällt zur ITB 2011! Ich lade Sie zu beiden ganz herzlich ein!

Abschließende Worte und Fazit

- kurzer Exkurs hat gezeigt:
- wir brauchen offene, kreative Unternehmenskultur in Deutschland, die Wichtigkeit neuer Ideen gepaart mit Qualitätsanspruch erkennt, um Gäste auch künftig zufrieden zu stellen
- schließlich sind Gäste aus In- und Ausland anspruchsvoll und sehen Serviceleistungen, die zur vollen Zufriedenheit erfüllt wurden, oft gern als Normalzustand an
- d.h. dass auch auf Dauer die Gästeansprüche immer weiter steigen werden!

- lassen wir also unseren frischen Ideen freien Lauf und öffnen wir uns alle für einen Innovationsprozess, der mit Servicequalität und Kundenorientierung Hand in Hand geht!
- dann können wir als deutsche Tourismusvertreter auch mit Stolz sagen: Deutschland ist das Reiseland mit dem besten Preis-/ Leistungsverhältnis in Europa!