

Dienstleistungsqualität in der Hotelbranche

Wege zum Erfolg

Bearbeitet von
Markus Glinsky

1. Auflage 2014. Taschenbuch. 108 S. Paperback

ISBN 978 3 95485 047 1

Format (B x L): 15,5 x 22 cm

[Weitere Fachgebiete > Sport, Tourismus, Freizeit > Tourismus & Reise: Allgemeines, Geschichte > Tourismus & Reise: Ökonomie, Ökologie](#)

schnell und portofrei erhältlich bei


DIE FACHBUCHHANDLUNG

Die Online-Fachbuchhandlung beack-shop.de ist spezialisiert auf Fachbücher, insbesondere Recht, Steuern und Wirtschaft. Im Sortiment finden Sie alle Medien (Bücher, Zeitschriften, CDs, eBooks, etc.) aller Verlage. Ergänzt wird das Programm durch Services wie Neuerscheinungsdienst oder Zusammenstellungen von Büchern zu Sonderpreisen. Der Shop führt mehr als 8 Millionen Produkte.

Leseprobe

Textprobe:

Kapitel 3.3, Voraussetzungen für Dienstleistungsqualität:

Um eine qualitative Hotelleistung - die dem Unternehmenserfolg Rechnung trägt - erstellen zu können, bedarf es Voraussetzungen. Grundlegende Voraussetzungen lassen sich durch die bereits erwähnten Teilfaktoren der Dienstleistungsqualität darstellen. Dazu zählen also die entsprechende Immobilie samt der Ausstattung (die tangible Komponente), die Unternehmenskultur sowie die einzelnen Prozesse vor, während und nach der Leistungserstellung (die intangible Komponente).

Über diese grundlegenden Voraussetzungen - um Dienstleistung(squalität) überhaupt greifbar zu machen - hinaus, bedarf es jedoch einer weiteren wichtigen Voraussetzung, welche Dienstleistungsqualität letztlich erst entstehen lässt. Diese Voraussetzung ist die unabdingbare strategische Unternehmensführung, die der täglichen Aufgabe gegenübersteht, Qualität der Hotelleistung über den ganzen Leistungserstellungsprozess sowie aller Wertschöpfungsstufen im Unternehmen zu entwickeln, zu erstellen, zu erhalten und permanent zu verbessern. Dabei steht insbesondere Mitarbeiterorientierung und -zufriedenheit sowie Gästeorientierung und -zufriedenheit im Vordergrund, da diese die Essenz der Dienstleistungsqualität im Hotel ausmachen.

Das Management muss also bestimmte Voraussetzungen bzw. Anforderungen erfüllen, um Qualität erstellen zu können, wie z.B. Führungswissen, qualitätsorientierte Ausrichtung auf den gesamten Unternehmens- und Leistungserstellungsprozess, Stärken und Schwächen erkennen und entsprechend reagieren, erkennen und reagieren auf Veränderungen der Gästeerwartungen, Schulungen der Mitarbeiter, ganzheitliche und integrierende sowie qualitätsorientierte Betrachtungs-, Verhaltens- und Vorgehensweise, Tätigkeit und Ergebnis laufend kontrollieren, sowie Nutzung eines Qualitätsmanagementsystems als qualitätsorientiertes Führungsmittel.

3.4, Messen der Dienstleistungsqualität:

Wie schon in Kapitel 3, Abschnitt 1 aufgezeigt ist Dienstleistungsqualität die Fähigkeit eines Anbieters, die Beschaffenheit einer primär intangiblen und der Kundenbeteiligung bedürftigen Leistung aufgrund von Kundenerwartungen auf einem bestimmten Anforderungsniveau zu erstellen. Das bedeutet, dass Qualität die Beschaffenheit einer Dienstleistung gemessen an den Bedürfnissen und Erwartungen ihrer Anspruchsgruppen ist. Die Beschaffenheit der Hotelleistung in Bezug auf die Qualität orientiert sich demnach an einer qualitätsbezogenen Messlatte, die sich in den Erwartungen und Bedürfnissen der Gäste widerspiegelt. Wie an anderer Stelle noch erläutert werden wird, unterliegen Erwartungen jedoch verschiedenen Einflüssen, zudem bestehen diese aus der Sicht des Gastes und nicht zuletzt sind alle Anspruchsgruppen trotz der in den Mittelpunkt gerückten Sicht des Gastes zu berücksichtigen, was insgesamt die Schlussfolgerung ableiten lässt, dass die Messung der Qualität der Hotelleistung einem Qualitätsbegriff unterliegt, welcher eher ganzheitlich, subjektiv und relativ aufzufassen ist. Und

darin begründet sich die Schwierigkeit die Qualität der Hotelleistung zu erfassen, zu messen und letztlich zu steuern.

Auf den Begriff der ganzheitlichen Betrachtung wird noch an anderer Stelle eingegangen werden, ebenso auf den Begriff der Relativität hinsichtlich der Erwartungen des Gastes. Was im Folgenden genauer untersucht werden soll, ist die Subjektivität, welche bei der Ermittlung bzw. Messung der Qualität eine besondere Rolle spielt.

In Abschnitt 1 und 2 dieses Kapitels wurde auf die Bedeutung der Prozess- und der sozialen Qualität der Hotelleistung aufmerksam gemacht. Sie stellen sozusagen den Schwerpunkt der Qualitätsbetrachtung hinsichtlich der heutigen Unternehmenstätigkeit dar. Diese beiden Komponenten beinhalten, wie schon dargestellt, den Dienstleistungsfaktor Software, welcher sich hauptsächlich durch subjektive Qualitätsmerkmale auszeichnet. Subjektivität erklärt sich in Hinblick auf die Eigenschaften einer Dienstleistung durch sensorische und ästhetische Kriterien, besonders ist hier aber auch das Verhalten der Mitarbeiter (z.B. Freundlichkeit oder Höflichkeit) zu sehen. Des Weiteren kennzeichnet sich die Subjektivität in den Erwartungen an die Qualität der Hotelleistung aus der Sicht des Gastes. Subjektiv erwartete und wahrgenommene Beschaffenheit der Hotelleistung lässt sich jedoch in Bezug auf ihre Qualität nicht messen, sondern nur feststellen bzw. einschätzen, da sich subjektive Qualitätsmerkmale standardisierten Messkriterien entziehen, was einen kritischen Punkt darstellt.

Wenn es der Hotelunternehmung gelingt, die subjektiven Erwartungen und Wahrnehmungen der Gäste in ihrer Individualität zu erkennen bzw. zu ermitteln und schließlich auch zu messen, hat die Hotelunternehmung die Voraussetzung geschaffen, eine Leistung erstellen zu können, welche den Bedürfnissen der Gäste entspricht und damit die Erwartungen der Gäste in Dienstleistungsqualität umsetzt. In dieser Hinsicht ist es also wichtig die Erwartungen und Wahrnehmungen der Gäste zu kennen und zu versuchen, die erwartete und wahrgenommene Dienstleistungsqualität, trotz der Schwierigkeit, mit objektiven Standards zu operationalisieren, da nur objektive Merkmale der Dienstleistungsqualität messbar bzw. steuerbar sind. Es gilt zu bedenken: 'Nur was gemessen wird, wird auch getan.' (Klaus Kobjoll).

Um subjektive Erwartungen und Wahrnehmungen annähernd standardisieren zu können und damit kommunizierbar zu machen, wird der Versuch unternommen, diese in Spezifikationen (Standards) zu beschreiben, womit der Objektivität zur Messung von Dienstleistungsqualität Rechnung getragen werden soll. Beispielsweise nutzen Hotelbewertungsorganisationen (wie z.B. DEHOGA) diese Spezifikationen, um die Hotels in die Anspruchsklassen von ein bis fünf Sternen einzuordnen und damit zu standardisieren. Es bedarf jedoch einer Vielzahl von Merkmalen, um eine hinreichende Festlegung der Qualität der Hotelleistung vornehmen zu können und damit eine Standardisierung. Sobald es erreicht wurde Spezifikationen (Standards) aufzubauen, geht es um deren Einhaltung bzw. Konformität. Es sei jedoch noch einmal angemerkt, dass das Standardisieren nur bedingt möglich ist. In der Hotelklassifikation ist eher die technische Ausstattung standardisiert worden als die Software der Hotelleistung. Das hängt letztlich damit zusammen, dass sich menschliche Kommunikation und die Interaktion mit dem Gast nur all zu schwer normen lassen. Daher wird auch im Rahmen der Qualitätsprüfung das Messen von subjektiven Qualitätsmerkmalen durch 'alternative' Instrumente unterstützt (z.B. durch

multiattributive Messverfahren), da auch der Versuch, subjektive Qualitätsmerkmale zu standardisieren, bisher nicht ausreichend umgesetzt werden konnte.

Nach Ansicht des Verfassers wird in der Literatur sehr wenig zum Aufbau und zur Operationalisierung bzw. Standardisierung von subjektiven Merkmalen der Qualität der Hotelleistung und deren genaue Umsetzung Stellung genommen, was wiederum die Schwierigkeit, subjektive Qualitätsmerkmale der Hotelleistung zu messen, deutlich werden lässt. Des Weiteren sieht der Verfasser hier einen interessanten Forschungsschwerpunkt, dessen Untersuchung jedoch den Rahmen dieser Abhandlung sprengen würde.

Im Gegensatz zu den subjektiv feststellbaren Merkmalen der Qualität der Hotelleistung, die eine Qualitätsmessung schwierig gestalten, sind die objektiv messbaren Eigenschaften - beispielsweise die technische Ausstattung des Hotels, der Zimmer oder der Tagungseinrichtungen - der Hotelleistung in Bezug auf deren Qualitätsermittlung wesentlich einfacher festzustellen bzw. ist ein Messen ohne größere Probleme möglich.