



# Tourismus-Qualitätsinitiative Kärnten

# Eine gemeinsame Initiative ...



- der Kärnten Werbung mit
- dem Tourismusreferat des Landes Kärnten
- den Kärntner Tourismusregionen
- der Wirtschaftskammer Kärnten mit den Fachgruppen
  - Hotellerie/Gastronomie/Camping/Seilbahnen
- dem Landesverband Urlaub am Bauernhof
- dem Verband der Kärntner Privatvermieter
- der IG Kärnten Card
- den Ausflugsziele, die nicht durch die IG Kärnten Card vertreten sind
- dem Kärntner Skischulverband (seit Frühjahr 2013)
- den Sommer-Sportschulen (seit Frühjahr 2013)
- dem Kärntner Almwirtschaftsverein mit der Fachgruppe „Almjausnen“ (seit Frühjahr 2013)
- dem Kärntner Agrarmarketing mit der Fachgruppe „Guat Jausnen“(seit Frühjahr 2013)

# Ziele



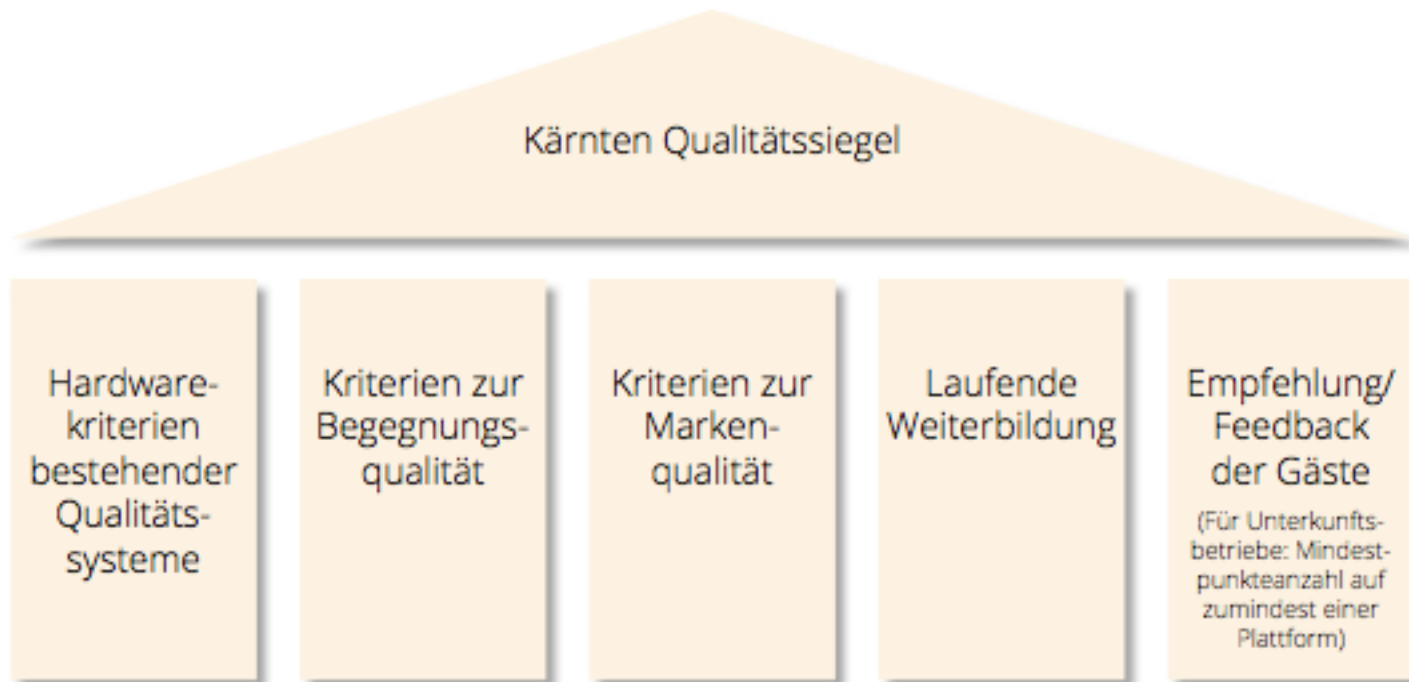
- Steigerung des Qualitätsimages des Tourismuslandes Kärnten
- Steigerung der touristischen Produktqualität durch Verbesserung von
  - Begegnungsqualität
  - Managementqualität
  - Markenqualität
- Steigerung des Qualitätsbewusstseins und der Professionalität
- Steigerung des gesamtwirtschaftlichen Erfolgs der Kärntner Tourismusunternehmer

## Für wen wurde die Qualitätsinitiative gestartet?

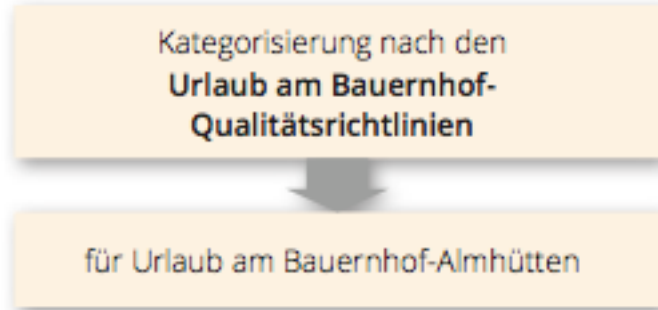
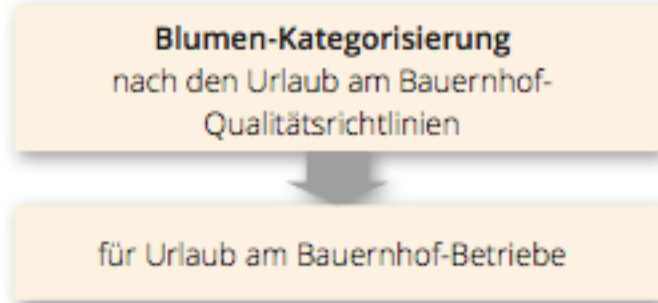
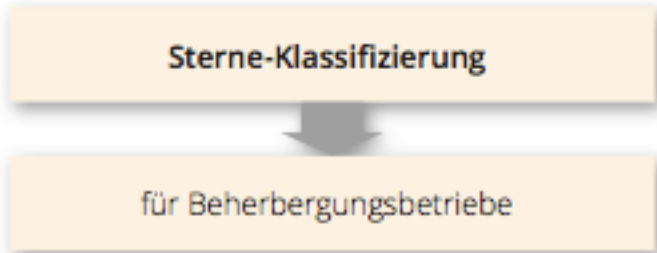


- Beherbergungsbetriebe
- Gastronomie-Betriebe
- Campingplätze
- Urlaub am Bauernhof- Betriebe und Almhütten
- Privatvermieter
- Ausflugsziele
- Seilbahnen
- Tourismus-Informationen
- Ski- und Schneesportschulen
- Sommer-Sportschulen
- Guat Jausnen-Betriebe (Buschenschanken und Jausenstationen)
- Almjausen-Betriebe (Almausschankhütten gew.+bäuerl.)

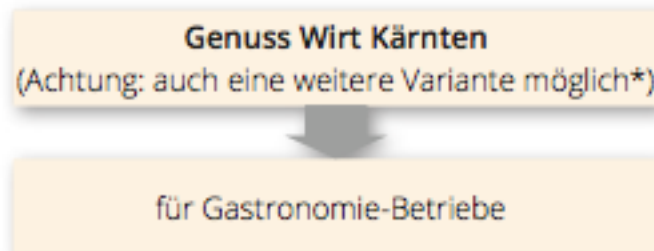
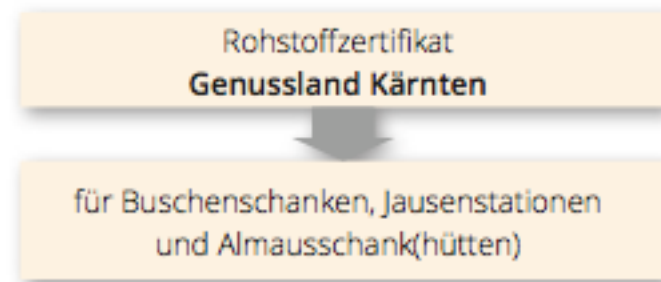
# Säulen des Kärnten Qualitätssiegels



# Aufgebaut auf bestehende Qualitätssysteme



# Aufgebaut auf bestehende Qualitätssysteme



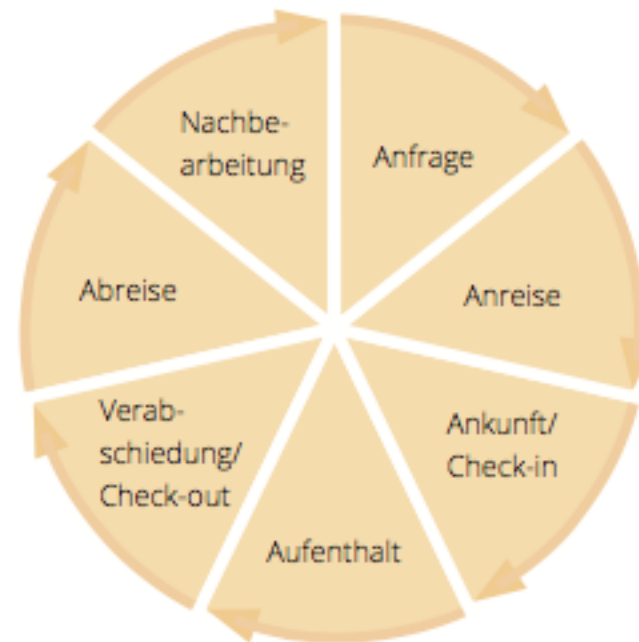
\*Gastro Wirt Kärnten

# Begegnungsqualität



## Kriterien zur Begegnungsqualität entlang der Dienstleistungskette

- wurden erstmals in „Qualitätszirkeln“ gemeinsam mit allen Partnern erarbeitet
- Zu erfüllen sind
  - Basis-Kriterien (100%)
  - Best-Kriterien (je 60%)





# Markenqualität



## Kriterien zur Markenqualität anhand des Markenkonzpts

- wurden erstmals in „Qualitätszirkeln“ gemeinsam mit allen Partnern erarbeitet
- Zu erfüllen sind
  - Basis-Kriterien (100%)
  - Best-Kriterien (je 60%)



# Laufende Weiterbildung



- Besuch von Weiterbildungsveranstaltungen im Umfang von insgesamt 3 Kursen und Besuch einer Veranstaltung/Schulung der Kärnten Werbung/Tourismusregion/örtlicher Tourismusverband
  - Unternehmensführung und/oder MitarbeiterInnen
- Dazu zählen Seminare und Kurse zu touristisch relevanten Themen, Weiterbildungsveranstaltungen der einzelnen Partner wie z. B. Produktschulungen der Regionen, Tourismustage, Fachvorträge im Rahmen von Tagungen u. v. m.
- Folgende Organisationen unterstützen die Initiative:
  - WIFI, BFI, LFI, Tourismustraining, TUN Training, Spirit Training, Kohl & Partner, ARHIS



# Empfehlung/Feedback der Gäste

- Trend zur Digitalisierung hat Informationsverhalten der Gäste sehr geprägt
- Die meisten Gäste lesen vor der Buchung die Onlinebewertungen anderer Nutzer
- Bewertungsplattformen machen Qualität transparenter denn je
- Es geht dabei um Qualität auf allen Ebenen

## → 5. Säule der Qualitätsinitiative Kärnten

- Empfehlung/Feedback der Gäste
- Mindestpunktzahl auf zumindest einer Plattform

# Qualitätsrat Kärnten



## Bestehend aus folgenden Vertretern:

- Tourismusreferat des Landes Kärnten
- Kärnten Werbung (Projektleitung)
- Regionsgeschäftsführer
- Qualitätscoaches
- Wirtschaftskammer Kärnten mit den Fachgruppen
  - Hotellerie/Gastronomie/Camping/Seilbahnen
- Landesverband Urlaub am Bauernhof
- Verband der Kärntner Privatvermieter
- IG Kärnten Card
- Ausflugsziele, die nicht durch die IG Kärnten Card vertreten sind
- Kärntner Skischulverband
- Sommer-Sportschulen
- Kärntner Almwirtschaftsverein
- Kärntner Agrarmarketing

# 8 Schritte zum Kärnten Qualitätssiegel



**Anmeldung** beim zuständigen Qualitätscoach

**Termin(e)** mit dem zuständigen Qualitätscoach vereinbaren

- Fragen und Unklarheiten klären
- Informationen zu den Produkten, Angeboten, ... der Region/von Kärnten sowie Beratung und neutrale Betriebsanalyse (Sicht von außen) durch den Qualitätscoach
- Hilfestellung vom Qualitätscoach bei der Umsetzung der Kärnten Qualitätssiegel-Kriterien
- Anpassungen im Betrieb vornehmen

**Kooperationsvereinbarung**

mit der Region unterzeichnen



# 8 Schritte zum Kärnten Qualitätssiegel

Nach Erfüllung der Kriterien erfolgt die **Freigabe** zum Erhalt des Kärnten Qualitätssiegels durch den Qualitätscoach

**Mitgliedsbeitrag**  
(jährlich)

**Erhalt des digitalen Kärnten Qualitätssiegels** und **attraktive Betriebsdarstellung/Präsentation**  
(siehe Vorteile als Kärnten Qualitätssiegel-Betrieb)

Regelmäßige **Überprüfungen**  
(Mystery Tester, Kommission der jeweiligen Fachgruppe, Empfehlungsplattformen)

**Auszeichnung** mit dem Kärnten Qualitätssiegel  
(Plakette und Urkunde) im Rahmen einer offiziellen **Verleihung**

# Mitgliedsbeitrag

(Stand: 2018)



Betriebstyp	Sockelbeitrag (Nettopreise)	Zusätzlicher Beitrag je Einheit (Nettopreise)	Anmerkung
Gewerbliche Beherberger bis 40 Betten	€ 88,-	€ 2,20 pro Bett	Bsp.: Pension mit 40 Betten: € 176,-
Gewerbliche Beherberger ab 41 Betten	€ 110,-	€ 1,65 pro Bett	Bsp.: Hotel mit 80 Betten: € 241,20 Deckelung mit € 385,-
Gastronomie	€ 110,-		
Urlaub am Bauernhof	€ 88,-		wenn gewerblicher Betrieb, Berechnung wie oben (Beherbergung)
Privatvermieter ohne Bauernhof	€ 88,-		
Camping	€ 88,-	€ 0,55 pro Stellplatz	Deckelung mit € 385,-
Ausflugsziele	€ 110,-		
Seilbahnen	€ 385,-		
Tourismus-Informationen	€ 110,-		
Guat Jausnen	€ 88,-		
Almjausnen	€ 88,-		
Ski- und Schneesportschulen	€ 220,50	€ 55,10 pro weiteren Standort	Deckelung mit € 385,-
Sommer-Sportschulen	€ 220,50	€ 55,10 pro weiteren Standort	Deckelung mit € 385,-

## 10 gute Gründe an der Tourismus-Qualitätsinitiative teilzunehmen:



1. Mehr Vertrauen beim Gast durch Qualitätsversprechen bzw. –garantien.
2. Qualität erhöht die Gästebindung und bedeutet nachhaltig mehr Gewinn.
3. Qualitätsmanagement heißt weniger Kosten (durch Fehlervermeidung).
4. Qualität bringt Imagegewinn und somit Vorsprung gegenüber Mitbewerbern.
5. Wissensvorsprung durch Erfahrungsaustausch.
6. Auszeichnung mit dem Kärnten Qualitätssiegel als Wegweiser für touristische Angebote.
7. Verwendung des Kärnten Qualitätssiegels bei Ihren Betriebsdarstellungen.
8. Präferierte Betriebsdarstellung/Präsentation in Werbemedien (Nähere Informationen erhalten Sie vom Qualitätscoach Ihrer Region).
9. Der Gast erkennt Sie als Träger des Kärnten Qualitätssiegels.
10. Dauerhafte Qualitätsbetreuung durch den Qualitätscoach Ihrer Region (wenn in Ihrer Region ein Qualitätscoach angestellt ist).



# Begegnungsqualität



- Der perfekte Umgang mit dem Gast
- Der erste Eindruck zählt – auch im Internet
- Überzeugen Sie den Gast durch erfolgreiche Kommunikation –  
Tipps für einen professionellen Schriftverkehr (E-Mail, Angebot)
- Jedes Telefonat ein Erfolg
- Jede Beschwerde ist ein Schatz, den es zu bergen gilt
- Empfehlungsportale als Marketinginstrument nutzen

# Unser Kärntner Trinkwasser



- In Kärnten sind wir in der glücklichen Lage, **sauberes und gutes Wasser direkt aus der Wasserleitung** trinken zu können.
- **Zwei Drittel** des Kärntner Trinkwassers kommen **aus Quellen, ein Drittel aus Brunnen**.
- Die zentrale Leitungsinfrastruktur (Leitungen und Behälter) ist makellos, unser Wasserangebot wird **permanent überwacht und kontrolliert**.
- Wir Kärntner wissen von Natur aus über die **besondere Qualität unseres Wassers** Bescheid und sind stolz auf die **Sauberkeit und exzellente Qualität** unseres Kärntner Trinkwassers.
- Diesen Vorzug wollen wir **auch unserem Gast bewusst machen**, der über die Qualität unseres Trinkwassers in vielen Fällen nicht informiert ist. Deshalb stellen wir unser Trinkwasser in die Auslage, präsentieren es stolz und bieten es unseren Gästen aktiv an.

## Einige Beispiele/Ideen:

- Schilder mit „Kärntner Trinkwasser“ am Buffet/auf den Esstischen
- Kärntner Trinkwasser als Willkommensgetränk
- Kärntner Trinkwasser aromatisiert mit Kräutern (z. B. Minzblättern)
- Kärntner Trinkwasser verfeinert mit Kärntner Gurkenscheiben im Empfangsbereich
- Einbindung des Kärntner Trinkwassers in die Speisekarte ...