

Zürcher fahren jetzt mit Gütesiegel

Schweiz Tourismus zeichnete 21 Betriebe aus der Region Zürich neu für gute Qualität aus. Es könnten mehr sein.

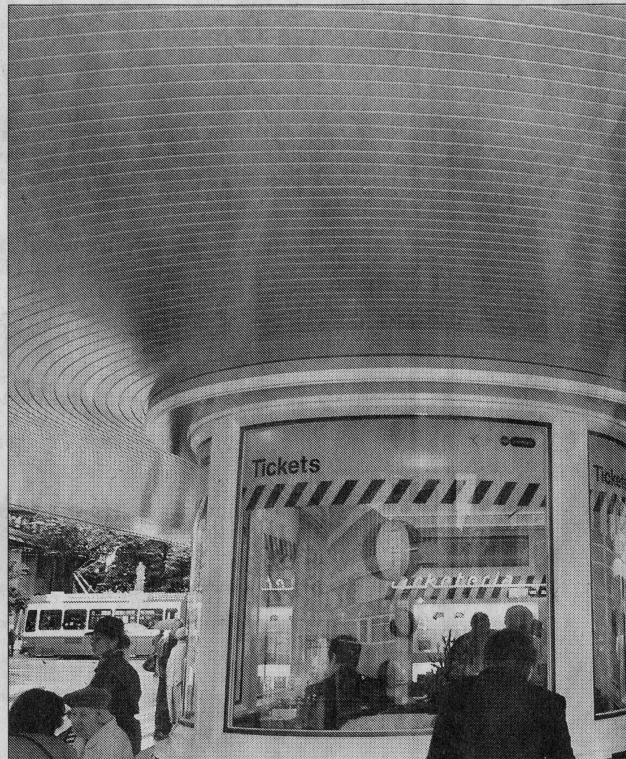
Von **Janine Hosp**

Immer häufiger trifft man sie heute an, die blauen Qs mit dem Enzian von Schweiz Tourismus am unteren linken Rand – an Türen von Hotels, Restaurants, Kantinen, ja sogar von Trams und Bahnen. Dass es ein Gütesiegel ist, nimmt man an. Aber was hat ein Zürcher Tram mit Schweiz Tourismus zu tun?

Die Organisation will eben in allen Betrieben, die von Touristen beansprucht werden, das Qualitätsbewusstsein steigern, erklärte der Zürcher Tourismusdirektor Frank Bumann gestern bei der Verleihung von 21 weiteren Gütesiegeln. Schweiz Tourismus hat dafür ein dreistufiges Modell mit ein, zwei und drei Qs geschaffen, wobei nicht zwingend heissen muss, dass ein Betrieb mit drei Qs besser arbeitet als andere: Ein Q attestiert einem Betrieb, dass er dauernd um eine hohe Servicequalität bemüht ist, drei Qs bedeuten, dass das Qualitätsmanagement umfassend umgesetzt wird, was vor allem bei grösseren Betrieben Sinn macht.

Auch Taxihalter sollen sich beteiligen

Folgende Betriebe wurden gestern neu mit einem Q ausgezeichnet: Die Forchbahn, der Gasthof Frohsinn (Flurlingen), die Hotels Alexander am See (Thalwil), Banana City (Winterthur), Basilea, Sunnehus (beide Zürich) sowie Gastro Suisse und Rapperswil Zürichsee Tourismus. Neu zwei Qs haben die VBZ und die Dolderbahn Betriebs AG und drei Qs die Regionalen Verkehrsbetriebe Baden-Wettingen, die Internationale Schule für Touristik und die Converium AG (alle Zürich). Mit diesen Neuzugängen dürfen sich im



BILDER THOMAS BURLA/PD

Ausgezeichnet: Die VBZ und die RVBW transportieren ihre Fahrgäste mit hohem Qualitätsbewusstsein.

Kanton Zürich 124 Betriebe mit dem Gütesiegel schmücken, was aber nicht besonders viel ist – landesweit sind es 1800. «Es dürften mehr sein», meinte denn auch Frank Bumann. Angesprochen seien nicht nur klassische Tourismusbetriebe, sondern die ganze Servicekette von Reisebüros, Taxis, Hotels, Restaurants, Boutiquen. Mit den Taxihaltern sei man immerhin im Gespräch. Aber: «Ein Betrieb kann die Anforderungen nicht einfach so schnell, schnell umsetzen.» Für das erste Q müsse er einen Angestellten während anderthalb Tagen zu einem Qualitätscoach ausbilden lassen, und der habe die Vorgaben umzusetzen – etwa in den Bereichen Personal,

Sicherheit, Umwelt, Finanzen. Laut Louis Verbeek vom Hotel Inter-Continental lohnt sich dies jedoch: Stammkundschaft verdoppelt, schriftliche Beschwerden halbiert, weniger kranke Angestellte und 25 Prozent weniger Energieverbrauch pro Dienstleistung, vermeldete er.

Zürich soll sich in Szene setzen

Aber nicht nur Betriebe, auch Destinationen sollen an sich arbeiten, forderte Hansruedi Müller vom Forschungsinstitut für Freizeit und Tourismus der Universität Bern in seinem Referat. Zürich etwa könne die so genannte Destinationsquali-

tät durchaus noch verbessern. Mit dem Plan lumière arbeite die Stadt an einem wichtigen Postulat: Atmosphäre schaffen. Das täten aber auch andere. «Die Destinationen sollen das, was sie haben, besser in Szene setzen», empfahl er. Sie sollten Themen herausarbeiten und verkaufen. Ganz wichtig sei aber, dass sie das Ortsbild vor Verunstaltungen befreien, wie er an einem Bild des Basler Rathshauses zeigte. Das Schmuckstück war so verstellt, dass es nur mit Tafeln, Stangen und Abfallern fotografiert werden konnte.

Sämtliche Betriebe mit Gütesiegel finden sich unter www.swisstourfed.ch