

ServiceQualität Brandenburg – ERFOLGREICHE BETRIEBE IM PORTRÄT

Seit nunmehr fünf Jahren werden im ReiseLand Brandenburg Ausbildungen im Rahmen der dreistufigen Qualitätsoffensive „ServiceQualität Brandenburg“ (SQB) durchgeführt. Sie bilden die Voraussetzung für eine erfolgreiche Bewerbung touristischer Betriebe um die gleichnamige Auszeichnung durch die Tourismusakademie Brandenburg (TAB).

Außer Brandenburg beteiligen sich inzwischen 8 weitere Bundesländer an der Qualitätsoffensive „ServiceQualität Deutschland“. Seit Ende 2006 wird die Kooperationsgemeinschaft vom Deutschen Tourismusverband (DTV) koordiniert.

Die Stufe I der „ServiceQualität Brandenburg“ setzt sich zum Ziel, das Qualitätsbewusstsein in den touristischen Betrieben zu steigern und so die Dienstleistungsqualität im ReiseLand Brandenburg zu optimieren. Die beteiligten Betriebe haben einen ausgebildeten Qualitäts-Coach, ermitteln im Team ihre „kritischen Ereignisse“ und setzen nach einer Stärken-Schwächen-Analyse ihre Maßstäbe für Qualität in unterschiedlichen Profilen fest. Besonderes Augenmerk liegt zudem auf dem Reklamationsmanagement. Die Ergebnisse werden zusammen mit einem einjährigen Aktionsplan bei der Prüfstelle der TAB eingereicht. Erfolgreiche Betriebe zeichnet die TAB für 3 Jahre mit dem Gütesiegel der Stufe I aus.

Die TAB hat im Sommer Interviews mit Qualitäts-Coachs aus erfolgreichen ServiceQ-Betrieben geführt, die aus ihrer Erfahrung berichten. Im Rahmen von kurzen Porträts werden wir Ihnen in den kommenden Monaten einzelne Betriebe und Einrichtungen vorstellen, die Sie vom Nutzen der ServiceQualität Brandenburg überzeugen und vielleicht zur Nachahmung anregen werden.



Foto: Renate Simons, TAB

Heute: Wolfgang Schalow, Schechert`s Hof „Fisch & Wein“

Der Fisch- und Erlebnishof „Schechert`s Hof“ wurde am 15. August 2007 im Rahmen des Sparkassen-Tourismusbarometers in Potsdam bereits zum zweiten Mal mit der Stufe I der

„ServiceQualität Brandenburg“ ausgezeichnet. Wolfgang Schalow ist der „Kapitän“ der rustikalen Märkischen Taverne im verträumten Marxdorf zwischen Müncheberg und Seelow im Oderbruch, nicht weit von der B1 entfernt. Im Sommergarten des märkischen Vierseithofs – dem Elternhaus seiner Ehefrau Christa - serviert er mit seiner 3-köpfigen weiblichen Crew auserlesene Weine zu frischem oder geräuchertem Fisch aus der Region. Bei schönem Wetter sitzt es sich idyllisch unter dem großen Nussbaum, bei schlechtem Wetter lädt die pittoreske Fischerstube zum Verweilen ein. Und an Tagen mit besonders vielen Gästen aus nah und fern – z.B. im Juni zum Matjesfest oder im Advent zur Lachs-Gala - werden auch die Scheunentore geöffnet. Wohl nicht ohne Grund wählten die Hörer von Antenne Brandenburg in einer Gemeinschaftsaktion zwischen Sender und Hotel- und Gaststättenverband im vergangenen Jahr Schechert´s Hof zum „Beliebten Ausflugslokal in Brandenburg“.

Herr Schalow, Ihr Betrieb wurde soeben zum zweiten Mal mit dem Gütesiegel „ServiceQualität Brandenburg“ der Stufe I ausgezeichnet. Was hat Sie motiviert, zum „Wiederholungstäter“ zu werden?

Erstens habe ich schon immer schon gerne und vor allem gut gekocht. Zweitens bin ich viel gereist und habe anderswo gute und schlechte Erfahrungen machen können. Qualität gehört für mich deshalb als wesentliches Element dazu, seit ich 1990 als Quereinsteiger mein langjähriges Hobby, die Fisch-Räucherei und das Kochen, zum neuen Beruf gemacht habe. Und wenn man sozusagen fast „am Ende der Welt“ ein Fischlokal eröffnet, dann spielt die Qualität eine ganz entscheidende Rolle. Von der Lage her müssen wir alles tun, damit uns der Gast überhaupt erst einmal kennen lernt. Wir haben nicht nur guten Fisch, den haben andere auch--, und wir haben nicht nur schöne Landschaft – die haben andere ebenfalls-, wir haben dazu ein „Q“ – und das hat nicht jeder! Wir signalisieren damit unserem Gast, dass wir kein 08/15-Betrieb sind, sondern dass er bei uns etwas Besonderes erwarten darf. Der Gast spürt bei uns, dass wir es besonders ernst mit unserem Service nehmen und dass es sich deshalb lohnt, den Weg zu uns zu machen! Deshalb war es selbstverständlich, mich gleich zu Beginn der SQB zum Qualitäts-Coach ausbilden zu lassen und die Philosophie in meinem Betrieb einzuführen und letztlich mit meinen Mitarbeiterinnen umzusetzen. Inzwischen ist das „Q“ innerbetrieblich ein selbstverständliches Arbeitsinstrument geworden und nach außen eine wichtige Unterstützung beim Werben um die Gunst des Gastes. Deshalb wollen wir auch weiterhin „am Q“ bleiben!

Haben Sie deshalb Ihren Internetauftritt auch so informativ und transparent gestaltet?

Ja, wir haben ja nichts zu verstecken. Unsere Gäste wollen wissen, woher wir unseren Fisch, unsere Kartoffeln oder das Brot beziehen, nämlich aus der Region! Darüber informieren wir sie bereits im Internet, und die Leute merken dann bei ihrem ersten Besuch bei uns, dass die Ware tatsächlich frisch auf den Tisch kommt. Außerdem liefern wir auch Informationen über unsere Kooperationspartner, das halte ich für ebenso wichtig. Übrigens ist der Internetauftritt so gestaltet, dass ich selbst auch täglich etwas ändern und aktualisieren kann – das halte ich bei einem Q-Betrieb für selbstverständlich.

Wie haben Ihre Mitarbeiterinnen auf Ihr Engagement in Sachen „Q“ reagiert?

Zu Beginn gab es Zustimmung; aber auch Fluktuation, denn so ein kleiner Betrieb, der von morgens 10 bis open end geöffnet ist, verlangt ja allherhand Engagement von seinen Beschäftigten. Das ist mit dem eigenen Familienleben nicht immer optimal unter einen Hut zu bringen. Mein jetziges Team arbeitet in dieser Zusammensetzung seit 2 Jahren zusammen und ich kann wirklich behaupten, wir sitzen alle gemeinsam in unserem Boot und harmonieren. Wir gestalten z.B. gemeinsam die Dienstpläne, wir reden über das, was gut und was schlecht läuft und alle fühlen sich verantwortlich. Ich denke, es spricht für sich, wenn nach einem anstrengenden Tag mit vollem Haus abends immer noch gelacht wird... Und dass wir gute Stimmung an Bord haben – das merken doch auch die Gäste! Ich freue mich deshalb sehr, dass wir im vergangenen Jahr vom Hotel- und Gaststättenverband in seiner Aktion mit Antenne Brandenburg als „Beliebtes Ausflugslokal“ von den Hörern benannt wurden.

...da folgt natürlich gleich die Frage: Hat sich das „Q“ für Sie ausgezahlt...?

Ja: Natürlich kommen durch das „Q“ und unsere anderen Auszeichnungen mehr Gäste, die wir sonst nicht erreicht hätten. Deshalb haben wir derzeit auch gar keinen Ruhetag mehr...soviel zum

„Auszahlen“... Das „Q“ zahlt sich aber nicht nur für mich aus, sondern auch für unsere gesamte Tourismusregion.

Die Verflechtung von Werbemaßnahmen ist für unsere Region ein wichtiges Instrument, aber am wichtigsten ist und bleibt aus meiner Sicht die positive Mund-zu-Ohr-Propaganda! Die macht unsere Gäste zu Stammgästen und bringt uns neue Gäste ins Haus.

Die Arbeit mit dem „Q“ empfiehlt die enge Zusammenarbeit mit Partnern, welche Bedeutung haben Kooperationen für Sie?

Ich bin immer schon ein starker Verfechter von Kooperationen gewesen und habe von Anfang an in der Region Verbündete gesucht, was nicht immer einfach war. Nur gemeinsam können wir erreichen, dass aus dem Zufallsgast oder dem Tagesausflügler ein Neugieriger wird, den es immer wieder und immer länger in unsere Region zieht. Das gelingt nur, wenn wir ein ergänzendes und vielfältiges Angebot in der Region bieten können. Gerade als Naturfreund kann man hier viel erleben. Mein neuester Kooperationspartner ist „BrandenburgTours“, die „Safaris durch Natur und Kultur“ in unserer Region anbieten. Wir werden uns auch gemeinsam auf der Messe in Frankfurt präsentieren.

Noch ein weiterer Aspekt: Ich habe viele Reisegruppen als Gäste und bei vorbereitenden Telefonaten fällt mir immer wieder auf, dass Außenstehende gar nicht wissen, wo Märkisch Oderland überhaupt liegt. Wir wollen mit unseren Kooperationen erreichen, dass die Leute nicht nur einen einzigen Betrieb besuchen, sondern durch die Region geführt werden und länger bleiben. Eine wirklich gute Sache ist z.B. die Kooperation in der „Märkischen Fischstraße“. Seit es die Märkische Fischstraße gibt, bekomme ich meinen Fisch auch von märkischen Fischern, die Forellen z.B. beziehe ich aus Rüdersdorf, Zander und Aale aus Lietzen und Karpfen und Hecht aus Booßen.

Noch mal zum Thema Kooperationen: Sie kooperieren auch mit Nixen...?

Ja, die Nixen sind das Symbol der 22 Wirte, die sich auf deutscher und polnischer Seite im Herbst 2005 zum „ODER Culinarium“ zusammengeschlossen haben. Im Rahmen der Arbeit der Eurodistrict Oderbruch-Nadodrze werden hier Marketingprojekte entwickelt, die die Zusammenarbeit von Betrieben auf beiden Seiten der Oder fördern. Unser Betrieb hat übrigens von der Eurodistrict eine Auszeichnung für besonders herausragendes Engagement um die deutsch-polnische Verständigung erhalten. Unsere Speisekarte ist z.B. zweisprachig. Zwar ist die Zahl der polnischen Gäste noch gering, aber diejenigen, die kommen, sind freudig überrascht. Und noch ein hervorragendes Ergebnis von Kooperationen: In diesen Tagen stellte „ODER Culinarium“ ihr neuestes Produkt vor, das zweisprachige Buch „Eine kulinarische Reise durch das Oderland“ – mit Rezepten von allen beteiligten Gastwirten! Uns macht also Kooperation überhaupt keine Angst – manche fürchten, man schaut sich zu sehr in die Karten, nein, ganz im Gegenteil: Zum Beispiel haben die 22 Betriebe im „ODER Culinarium“ 22 unterschiedliche Firmenphilosophien und Auffassungen von Qualität. Das bedeutet, wir alle können 22-mal unterschiedliche Methoden kennenlernen, Anschauungen diskutieren und voneinander lernen. Wenn wir 22 Fischsuppen kochen, schmecken alle 22 anders. Kooperation ist also für uns ein Instrument zur vertrauensvollen Zusammenarbeit und Weiterentwicklung und letztlich zur Qualitätssicherung! Betonen möchte ich noch: Die Grundlage für gute Kooperation ist Verlässlichkeit!

Welches Echo hat die Auszeichnung mit dem „Q“ bei Ihren Gästen hervorgerufen?

Unsere Gäste freuen sich mit uns – wobei die Plakette am Haus nicht immer gleich beachtet wird. Viele kennen aber aus dem Internet unseren Betrieb und erwarten entsprechend, dass wir qualitätsbewusst arbeiten. Ein nettes Erlebnis hatten wir übrigens zum Thema „Wie kann ich die Erwartungen des Gastes durch Überraschungen übertreffen?“ Aufmerksam geworden durch unser Hinweisschild an der B1 besuchte ein dänisches Paar nach dem Urlaub in Polen unser Lokal. Als ich ihnen beim Abschied ein Tütchen mit Nüssen von unserem Haselnussbaum für ihr Eichhörnchen im heimischen Garten mitgab, waren beide mehr als überrascht. Inzwischen macht das Paar jedes Jahr Urlaub in Swinemünde – und startet jedes Jahr den Urlaub mit einem ausgiebigen Fischessen in Marxdorf – dann geht es weiter nach Norden nach Swinemünde. Manches Mal wünsche ich mir aber auch vom Gast, dass er von einem Fischlokal nicht alles erwartet, sondern Stil und Rahmen würdigen kann. Wir sind nun mal kein Berliner Gourmet-Lokal und auch kein Coffee-Shop... Qualität heißt für mich nicht, ein Allround-Betrieb zu sein, sondern die spezifischen und regionalen Stärken authentisch darzubieten.

Sie haben einen speziellen Gästefragebogen für Radler entwickelt – liegt Ihnen diese Gästegruppe besonders am Herzen?

Ja, am 7.7. 2007 konnten wir unseren 707. Radlergast begrüßen! Leider ist unsere Anbindung an die vorhandenen touristischen Radwegenetze noch nicht optimal. Hier setzen wir große Hoffnungen auf die Inbetriebnahme der alten Bahnstrecke und hoffen, dass dort entsprechende Hinweise auf unser Lokal angebracht werden. Selbstverständlich verleihen wir auch Räder und haben eine Werkstatt: Hier repariert der Chef persönlich! Vor kurzem konnten wir auch die ersten Wander-Reiter begrüßen, mal abwarten, wie sich das entwickelt. Außerdem haben wir viele ältere Gäste, vor allem Busreisende, die mit Hilfsmitteln wie dem Rollator anreisen. Das ist für uns im Außenbereich kein Problem, das handhaben wir pragmatisch. Problematisch wird es im Bereich der Sanitäranlagen, hier gibt es baulich derzeit einfach keine Möglichkeiten, sie für Rollis zugänglich umzubauen. Das hatten wir uns eigentlich in unserem letzten Aktionsplan vorgenommen, hat aber noch nicht geklappt.

Inwieweit war denn der Aktionsplan für Sie ein sinnvolles Instrument?

Der Aktionsplan ist für die Innenarbeit sehr gut. Man ist immer wieder gefordert, seine Arbeit zu prüfen: was läuft gut, was läuft nicht gut. Anregungen von Gästen nehmen wir natürlich auf und wir versuchen, störende Dinge umgehend abzustellen. So wollen wir z.B. die Erreichbarkeit auf unserem weiträumigen Gelände verbessern, damit der Chef nicht immer laut gerufen werden muss. Und wir planen, unser Frischfischangebot auf der Speisekarte stärker zu konzentrieren, damit sich die Wartezeiten für den Gast verkürzen. Der Aktionsplan ist quasi für uns die Verpflichtung, unsere Ansprüche zu realisieren und immer wieder die Qualität zu überprüfen und sie weiterzuentwickeln.

Welchen Tipp haben Sie für Kollegen, die das „Q“ bisher noch nicht erlangt haben?

Jeder Betrieb braucht das „Q“. Er braucht es, um auf sich aufmerksam zu machen, sich hervorzuheben. Er braucht es, um mit seinem Team gemeinsam Qualitätsbewusstsein zu entwickeln und zu sichern – und nicht zuletzt braucht es die Region. Denn Kooperationen funktionieren nur, wenn man ein ähnliches Qualitätsbewusstsein hat. Ich finde, ohne „Q“ wird man leicht betriebsblind, das Miteinander arbeiten – im Team und mit Kooperationspartnern - erweitert den Horizont und alle haben etwas davon!

Und ehrlich gesagt, wenn ich selbst z.B. bei jemandem anrufe, der mir für meine Gäste eine Information geben soll oder den ich als Partner für eine Reisegruppe ansprechen möchte – es gibt ja regionale „Zwangspartnerschaften“ - und der antwortet nicht oder ruft nicht zurück, dann macht es einfach keinen Spaß, man muss sich aufeinander verlassen können. ...

Zum Schluss: Haben Sie noch einen ganz persönlichen Wunsch mit Blick auf die touristische Entwicklung in Ihrem Betrieb oder in der Region?

Mein größter Wunsch ist es, mit meinem Team klären zu können, wie es nächstes Jahr weitergeht, wenn ich 65 werde... Es wäre schön, wenn wir hier eine zufriedenstellende Betriebsnachfolge sichern könnten, damit ich etwas weniger arbeiten, aber noch weiter dabei sein kann... denn Qualität geht nie in Rente...!

Zur Person:

Wolfgang Schalow war zunächst selbständiger Elektromeister in West-Berlin und Hobby-Fischräucherer am Steinhuder Meer, 1990 eröffnete er eine Verkaufsstelle für Räucherfisch im Spreewald. 1995 eröffnete er im Vierseithof seiner Ehefrau eine gewerbliche Räucherei, aus ihr entstand nach und nach Schechert's Hof „Fisch & Wein“. Aus dem geplanten 1-Mann-Betrieb ist inzwischen ein Team mit 3 Mitarbeiterinnen geworden. Wolfgang Schalow ist u.a. aktiv im Tourismusverein Neuhardenberg, im Hotel- und Gaststättenverband, in der Märkischen Fischstraße und im "ODER Culinarium".