

# Dynamische Qualitätssicherung bei Urlaub am Bauernhof

THEMENBEREICH | LAND- UND FORSTWIRTSCHAFT INKL.  
WERTSCHÖPFUNGSKETTE | INNOVATION  
UNTERGLIEDERUNG | WERTSCHÖPFUNG | DIVERSIFIZIERUNG | TOURISMUS |  
INNOVATION  
PROJEKTREGION | BURGENLAND | KÄRNTEN | NIEDERÖSTERREICH |  
OBERÖSTERREICH | SALZBURG | STEIERMARK | TIROL | VORARLBERG  
LE-PERIODE | LE 14-20  
PROJEKTLAUFZEIT | 2015-2019 (GEPLANTES PROJEKTENDE)  
PROJEKTKOSTEN GESAMT | 276.039  
FÖRDERSUMME AUS LE 14-20 | 257.496  
MASSNAHME | ZUSAMMENARBEIT  
TEILMASSNAHME | 16.10. SONSTIGES  
VORHABENSART | 16.10.1. EINRICHTUNG UND BETRIEB VON CLUSTERN  
PROJEKTRÄGER | CLUSTER URLAUB AM BAUERNHOF ÖSTERREICH

## KURZBESCHREIBUNG

Ein fundiertes Qualitätsversprechen an den potenziellen Kunden/Gast ist die Grundlage für eine erfolgreiche Markenstrategie. Bisher wurde dies mit einer regelmäßigen Qualitätsüberprüfung (Kategorisierung) durch eine Kommission und daraus resultierend mit einer Einstufung mit 2,3 oder 4 "Blumen" (vergleichbar den Hotel-Sternen) abgesichert. In den letzten Jahren haben die subjektiven Gäste-Bewertungen eine wesentliche Funktion im Tourismus übernommen. Im Projekt geht es darum, das UaB-Qualitätssicherungs-System an die Struktur der Bewertungsplattformen anzupassen (unter Beibehaltung der UaB-Besonderheiten, die von den Plattformen nicht abgedeckt werden) und die (von UaB "objektiv" festgestellten) Qualität auf dieser Basis laufend mit der subjektiven Gäste-Einschätzung abzugleichen und - falls erforderlich - entsprechende Korrekturschritte zu setzen. Letztlich soll durch die Qualitätsmaßnahme die hohe Wertschöpfung aus dem Betriebszweig UaB abgesichert werden.

## AUSGANGSSITUATION

Die UaB-Qualitätskategorisierung war/ist ein wesentliches Element der UaB-Markenstrategie zur Positionierung von UaB als attraktives Qualitätsangebot (im Gegensatz zu einem Billigangebot, das über den Preis vermarktet wird). Das bisherige statische System der Qualitätsüberprüfung muß an die neuen Marktgegebenheiten (in erster Linie die neuen Bewertungsplattformen) angepasst werden. Die Gästebewertungen inkludieren auch den wichtigen Aspekt der Dienstleistungsqualität (Betreuung, Freundlichkeit, ...), der bisher nur sehr schwer überprüft werden konnte. Die Einbeziehung der Gästebewertungen stellen eine große Chance (und natürlich auch Herausforderung) dar, die Glaubwürdigkeit des UaB-Qualitätssystems bei den Gästen zu stärken.

## ZIELE UND ZIELGRUPPEN

Zielgruppen sind sowohl die Vermieter als auch die UaB-Gäste auf den Höfen. Bei den Vermieter/innen soll die erhöhte Transparenz eine noch höhere Qualitätsorientierung auf die Bauernhof- und Gastgeber-Qualitäten bewirken. Grundsätzlich wurden die bäuerlichen

Vermieter/Innen in (2-jährlich von der Österreich Werbung durchgeführten) Gästebefragungen sehr positiv beurteilt. Die Bewertungen der Gäste auf den Bewertungsplattformen sind daher eine Chance für die UaB-Anbieter, diese Stärken zu dokumentieren. Für die Gäste besteht der zusätzliche Nutzen darin, dass sie von konkreten Erfahrungen anderer Gäste profitieren und sich daran orientieren können (manche schätzen die aktive Mitarbeit am Hof, andere bevorzugen einen völlig ruhigen Urlaub in der Natur).

UaB-Österreich kann die Qualität der österr. Höfe mit dem neuen System direkt mit den Qualitätseinschätzungen der Mitbewerber (zB UaB Bayern, Südtirol, Hotels, ...) vergleichen.

#### PROJEKTUMSETZUNG UND MASSNAHMEN

Die UaB-Qualitätskriterien werden in ihrer Struktur an die Kriterien der Bewertungsplattformen angeglichen, um eine direkte Vergleichbarkeit zu ermöglichen. Bäuerliche Elemente bleiben jedoch erhalten, um die Besonderheiten und Stärken der Bauernhöfe weiterhin zu unterstreichen und auch deren Qualitätseinschätzung durch die Gäste zu bekommen. Ein Meta-Bewertungstool ("TrustYou") wurde angeschafft, um eine Bewertung bzw. Qualitätseinschätzung aus der Summe der vielen Plattformen zu bekommen und diese mit der UaB-Qualität vergleichen zu können. Um der ständigen Weiterentwicklung der Angebote Rechnung zu tragen, wird die Einstufung der Höfe in 3 Kategorien (zur Orientierung der Gäste) um eine 4. Kategorie (für Top-Bauernhöfe) erweitert. Bei dieser Top-Kategorie wird besonderes Augenmerk auf die Gästebewertungen gelegt.

#### ERGEBNISSE UND WIRKUNGEN

Das Bewusstsein für die Bedeutung der Qualität (zur Erzielung einer hohen Wertschöpfung) wurde diskutiert und geschärft. Die Bedeutung der Gästebewertungen als Instrument zur "Marketing-Unterstützung" wird zunehmend erkannt. Häufig werden diese Bewertungen jedoch noch immer als "Bedrohung" gesehen, dass Gäste dort ihre kritische Meinung einer breiten Öffentlichkeit darlegen können. Erste Auswertungen der Gästebewertungen national und international haben ergeben, dass die Ferienbauernhöfe und die Vermieter/innen grundsätzlich sehr positiv beurteilt werden, dass bei einzelnen Betrieben und v.a. bei der Anzahl der erreichten Bewertungen noch enorm viel Handlungsbedarf besteht (um einen breiten Überblick - auch regional - zu bekommen). Die Erfahrung zeigt auch, dass Regionen mit einem hohen Anteil an Online-Buchungen (wie zB Tirol) auch viele Gästebewertungen aufweisen.

#### ERFAHRUNG

Die intensive Beschäftigung mit Qualitätsfragen ist sehr wichtig für eine ganzheitliche Strategie. Von den Betrieben werden Überprüfungen und v.a. kritische Anregungen häufig eher als "lästig" denn als wertvolle Tipps zur Angebotsverbesserung gesehen. Das gleiche gilt für die Gästebewertungen: dass die Gäste möglichst breit zu Bewertungen ihres Urlaubs eingeladen werden, wird nicht nur als Chance, sondern teilweise auch kritisch (sozusagen als "Veröffentlichung von Kritik und von Schwachstellen) gesehen. Tatsache ist jedoch, dass sich diese Bewertungen im Tourismus durchgesetzt haben. Die UaB-Organisation hat darauf zu reagieren und entsprechende Schritte zu setzen, ein "Stehenbleiben" bzw. Festhalten an früher bewährten Systemen würde sich negativ auf die gesamte Entwicklung auswirken.



UaB Österreich



UaB Österreich



UaB Österreich

## LINKS

Der Webauftritt von UaB Österreich (<http://www.UrlaubamBauernhof.at>)