



Qualitätssicherung

Lernvideo für die Schulung im Rahmen des Weiterbildungsangebots auf
www.agrotourismus-q.ch

Die agrotouristische Servicekette



Vorteile des Q-Programms des Schweizer Tourismus-Verbandes (STV)



Das Qualitäts-Programm ermöglicht touristischen Betrieben, die Dienstleistungsqualität zu prüfen, zu sichern und zielgerichtet zu optimieren.



Ein klares Ziel ist es, das Qualitätsbewusstsein in den Betrieben zu steigern, die Zusammenarbeit zwischen den verschiedenen Anbietern zu fördern und die Dienstleistungsqualität im Reise- und Ferienland Schweiz hoch zu halten.



Das Q-Label fördert Bewusstsein, Qualität und Zusammenarbeit.



Mit dem Qualitäts-Programm kann der Service in den Betrieben verbessert werden – spürbar für den Gast, den Betrieb und die Mitarbeitenden.



Anforderung zur Umsetzung der Stufe I des Qualitäts-Programms



Sicherheit der Gäste auf dem Bauernhof

Im Vergleich zu anderen touristischen Betrieben, wo der Tourismus das Kerngeschäft ist, weist die Sicherheit bei agrotouristischen Angeboten einen erhöhten Stellenwert auf

Agrotourismus findet immer auf landwirtschaftlichen Betrieben statt und ist daher besonderen Sicherheitsrisiken ausgesetzt. Dazu gehören unter anderem:

- Absturzrisiken
- Gasgefahren
- Maschinen und Fahrzeuge
- Tiere
- Elektrozäune

Zentrale Massnahmen zur Erhöhung der Sicherheit auf Agrotourismusbetrieben



Technische Sicherheitsmassnahmen

- Absturzsicherungen
- Schutzabdeckungen, usw.



Information der erwachsenen Gäste über Gefahren und Verhaltensregeln



Beaufsichtigung und allfällige Korrekturen des Verhaltens sowohl der Mitarbeitenden als auch der Gäste

Kritische Erfolgsfaktoren und mögliche Lösungsansätze Geschäftsmodell-übergreifend

Flexibilität



- Anpassung der landwirtschaftlichen Kernproduktion
- Klare Rollenaufteilung der Mitarbeitenden
- Einsatz von modernen Technologien
- Personal anstellen

Kunden- zufriedenheit



- Kritische Ereignisse in der Servicekette Agrotourismus minimieren
- Feedback-Management optimieren

Kundennutzen



- Nur Leistungen kommunizieren, die auch tatsächlich erbracht werden
- Auf die Erwartungen der Gäste eingehen

Qualität



- Ein Qualitäts-Programm einführen
- Prozesse kritisch hinterfragen und optimieren

Bauliche Massnahmen



- Frühzeitiger Einbezug der Behörden in den Planungsprozess

Kritische Erfolgsfaktoren und mögliche Lösungsansätze Geschäftsmodell 1-spezifisch



Zimmerauslastung

- Partnerschaften für die Vermarktung des Angebots eingehen
- Auf die Kundengruppe ausgerichtete Kommunikationsstrategie umsetzen



Wirtschaftlichkeit

- Übernachtungsangebot mit mindestens vier Doppelzimmern

Kritische Erfolgsfaktoren und mögliche Lösungsansätze Geschäftsmodell 2-spezifisch



Zimmerauslastung

- Partnerschaften für die Vermarktung des Angebots eingehen
- Auf die Kundengruppe ausgerichtete Kommunikationsstrategie umsetzen



Wirtschaftlichkeit

- Übernachtungsangebot mit mindestens vier Doppelzimmern

Kritische Erfolgsfaktoren und mögliche Lösungsansätze Geschäftsmodell 3-spezifisch



Koordination

- Automatisierung und Standardisierung der Prozesse mit Partnern
- Festlegen der Verantwortlichkeiten



Zusatzleistungen

- Gestaltung eines authentischen Angebots auf dem Hof
- Professionelles Auftreten gegenüber Gästen und Partnern

Besten Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

Die Initianten:



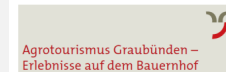
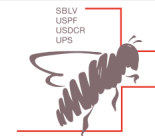
Berner Fachhochschule
► Hochschule für Agrar-, Forst- und
Lebensmittelwissenschaften HAFL



STV FST
Schweizer Tourismus-Verband
Fédération suisse du tourisme
Federazione Svizzera del turismo
Federaziun svizra dal turissem



innovation
tourism



fondation
sur la croix
Projekte Landwirtschaft

