

Für Qualitätstourismus im Osnabrücker Land

Entscheidung des IHK-Regionalausschusses Landkreis Osnabrück

Das Land Niedersachsen hat 67 Tourismusunternehmen mit dem Gütesiegel „ServiceQualität Niedersachsen“ ausgezeichnet. Dazu zählen auch sieben Unternehmen und Institutionen aus dem Osnabrücker Land:

- Varusschlacht im Osnabrücker Land gGmbH
- Tourist-Information Bersenbrück
- Tourist-Information Osnabrück/Osnabrücker Land
- Alfsee Ferien- und Erholungspark
- Nordwestbahn GmbH
- Tourismusverband Osnabrücker Land
- Hotel Restaurant Surendorff

Das Projekt „ServiceQualität Niedersachsen“ wird u. a. getragen von der TourismusMarketing Niedersachsen GmbH und den niedersächsischen Industrie- und Handelskammern.

Vor dem Hintergrund stagnierender Gäste- und Übernachtungszahlen im Land Niedersachsen wie in der Region Osnabrücker Land empfiehlt der IHK-Regionalausschuss Landkreis Osnabrück den touristischen Anbietern eine konsequente Qualitätsstrategie.

1. Qualität steigern

Angeht es um den internationalen Wettbewerb um Ferien- und Ausflugsgäste können Niedersachsen und das Osnabrücker Land nur mit Qualitätsangeboten erfolgreich sein. Die Auszeichnung von sieben regionalen Anbietern bei der Initiative „ServiceQualität Niedersachsen“ ist deshalb ein guter Erfolg und gleichzeitig Ansporn für andere. Zur Umsetzung betrieblicher Qualitätsstrategien bieten die in der Industrie bewährten Qualitätsmanagementsysteme nach DIN ISO 9000 ff. auch für Hotellerie und Gastronomie wichtige Anhaltspunkte.

2. Kooperation vertiefen

Übernachtungstourismus im Landkreis Osnabrück findet schwerpunktmäßig in den vier Kurbädern Bad Essen, Bad Iburg, Bad Laer und Bad Rothenfelde statt. Diese Konzentration von Kurorten in einem „Bädergarten“ ist ein wichtiges Alleinstellungsmerkmal der Region und verdient für die zukünftige Positionierung der Region verstärkt genutzt zu werden.

Darüber hinaus sind Kooperationen zwischen einzelnen Unternehmen – wie die gute Zusammenarbeit zwischen den beiden Premium-Veranstaltungen „Ippenburger Gartenfestival“ (Bad Essen) und „Horses and Dreams“ (Hagen) – ein wichtiges Instrument zur Verbesserung der touristischen Qualität.

3. Kommunikation professionalisieren

Kaufkräftige Gäste lassen sich nur durch moderne und anspruchsvolle Kommunikationsmedien erreichen. Tagesaktuelle Informationen und Buchungsmöglichkeiten im Internet gehören dabei heute schon zum Standard. Innovative Ansätze wie das MERIAN-Heft extra „Osnabrück/Osnabrücker Land“ verbessern das Image der Region insgesamt und verdienen die Unterstützung der gesamten Wirtschaft.