

Dr. ANA VIZJAK, Assistent
Fakultät für Hotelmanagement Opatija, Universität Rijeka

STANDARDS DER EUROPÄISCHEN UNION IM DIENSTE DER QUALITÄTSSTEIGERUNG DES INTERNATIONALEN TOURISMUSANGEBOTES

UDK: 338.482:006
Empfangen: 18. Juli 1996.
Übersichtsarbeit

Qualität wird ein wichtiges Kriterium und eine Orientierung auch für die potentiellen Touristen und ihre Ansprüche an den Tourismusmarkt bilden. Qualität wird alle Elemente und Segmente der touristischen Dienstleistungen, Inhalte und Formen der natürlichen, technischen und menschlichen Ressourcen bilden. Innovation, Vielfalt, Kontrastreichtum, Humanität, Fristgerechtigkeit sind heute wichtige Qualitätskriterien.

Die Qualitätssteigerung bei Produkten und Dienstleistungen wird zum Gegenstand des Interesses und der Regelmechanismen der Europäischen Union. Diese hat bereits eine Reihe von Normen bzw. Standards, besonders Qualitätsstandards unter der Sammelbezeichnung ISO 9000 erlassen. Zweck dieser Standards ist die Eliminierung von Waren und Dienstleistungen niedriger Qualität, Gewährleistung des Marktzugangs für Waren und Dienstleistungen mit entsprechender Qualität und Ansporn zu ständiger Weiterverbesserung. Qualitätsmaßstab sind tadellose Waren und Dienstleistungen, möglichst weitgehende Erfüllung der Ansprüche und Interessen der Käufer - in diesem Fall der Touristen. Diese Standards wurden von allen Mitgliedsländern der EU und auch von Nicht-EU-Mitgliedern angenommen und durch eigene, landesspezifische Standards ergänzt. Nach diesen Standards gilt Qualität in touristischen Dienstleistungen als Voraussetzung für die Konkurrenzfähigkeit.

Länder, die nicht rasch genug ihr Tourismusangebot diesen Veränderungen in der Tourismuskonsumnachfrage anpassen, die Standards anwenden und kreativ auf ihre Verhältnisse zuschneiden, werden bald an den Rand der internationalen Tourismuswirtschaft gedrängt werden.

Schlüsselwörter: Ansprüche an den Tourismusmarkt, Qualität der Dienstleistungen im Tourismus, Qualitätsstandards, Anwendung der Standards

1. EINLEITUNG

In der in- und ausländischen Literatur wird die Meinung vertreten, daß mit Ende der Neunzigerjahre dieses Jahrhunderts der entscheidende Faktor für die Effizienz von Geschäftsabläufen überhaupt, so auch im Tourismus, die Qualität sein wird.

Das Qualitätskriterium bei Produkten und Dienstleistungen, einschließlich jener im Tourismus wird nicht nur Manager, sondern auch alle Angestellten in dieser Branche, und die gesamte breitere Öffentlichkeit, ja sogar internationale Stellen im In- und Ausland verpflichten.

Qualität wird ein wichtiges Kriterium und eine Orientierung auch für die potentiellen Touristen und ihre Ansprüche an den europäischen und internationalen Tourismusmarkt bilden.

Qualität wird zu einer neuen (Unternehmens)- Philosophie und Qualitätssteuerung zu einem wichtigen Element der Unternehmensführung und Entwicklungsstrategie.

Standards und Kriterien, die bei der Steuerung von Unternehmensprozessen am Werk sind, sind immer häufiger Qualitätskriterien- und Standards.

Qualität wird in den entwickelten Ländern zu einem Gegenstand der staatlichen Politik; in der Wirtschafts- und Entwicklungspolitik der Europäischen Union (EU) ist dies der Fall. Innerhalb dieser Organisationen der europäischen Integration bestehen bereits bestimmte Qualitätsstandards. Bisher handelt es sich zwar um universale, bzw. allgemeingültige Standards für alle Wirtschaftszweige, Produktionsbereiche und Dienstleistungssektoren; als solche lassen sie sich aber auch auf einzelne Branchen, inklusive auf die Tourismuswirtschaft zurechtschneiden.

Die Mitgliedsländer der EU haben nicht nur bestimmte Standards akzeptiert; sie entwickeln sie auch erfolgreich weiter und ergänzen sie durch ihre spezifischen, nationalen Bedürfnisse und Erfordernisse.

Man kann mit ziemlicher Sicherheit davon ausgehen, daß die entsprechenden Standards die Voraussetzung und Mittel der Konkurrenzfähigkeit auf dem europäischen und Weltmarkt der Waren und Dienstleistungen, inklusive auch der spezifischen touristischen Dienstleistungen im engeren und im weitesten Sinne bilden.

Tourismusländer, die nicht rasch genug ihr Tourismusangebot diesen Veränderungen in der Tourismuskonsumnachfrage anpassen, die Standards anwenden und kreativ auf ihre Verhältnisse zuschneiden, werden bald an den Rand der internationalen Tourismuswirtschaft gedrängt werden.

Kroatien hat alle natürlichen Voraussetzungen dafür, eine geachtete Großmacht im Tourismus der Mittelmeerlande zu werden. Um dieses Ziel zu erreichen, muß es die europäischen Standards und Kriterien in seinem Wirtschaftsleben, besonders in der Tourismuswirtschaft kreativ anwenden. Dies ist um so notwendiger, als es nach den bisherigen Erfahrungen keinen Grund dafür gibt, daß es sich nicht auch weiterhin überwiegend als Gast- und Aufnahmeland für ausländische Touristen sowohl aus Europa, als auch aus außereuropäischen Ländern profiliert. Diese Chance darf Kroatien nicht ungenutzt lassen.

Ziel dieses Aufsatzes ist es, unter Berücksichtigung des beschränkten Raumes einige Fragen und Probleme aufzuzeigen, die sich aus den vorerwähnten Postulaten ergeben. Diese Probleme entstanden als Folge jener Veränderungen, die Europa und den internationalen Tourismussektor erfaßten. Diese bestimmen auch die Struktur des Aufsatzes. Vorrangig geht es jedoch um die Auswahl der Qualitätskriterien, die ja von entscheidender Bedeutung ist - um so mehr, als „Qualität“ auch Thema dieses Symposiums ist. Daher erscheint es notwendig, kurzgefaßt auch auf die Definitionen von Qualität einzugehen, sodann auf wesentliche Standards der EU einzugehen, die im Dienste der Entwicklungssteigerung des internationalen Tourismusangebotes stehen; auch über das Verfahren zur Erlangung von Qualitätszertifikaten und ihre Bedeutung muß gesprochen werden. Besonders einzugehen ist auf die Position Kroatiens und seine Einstellung gegenüber Qualitätsstandards, sowie auf die Möglichkeiten und Methoden,

diese im Sinne der europäischen und internationalen Trends anzuwenden. Die Analysen führen zu bestimmten logischen Schlußfolgerungen, deren Berücksichtigung bei entsprechenden Vorschlägen und Anregungen bereits versucht wurde.

2. DER BEGRIFF „QUALITÄT“ IM TOURISMUSANGEBOT UND BEI DER STANDARDISIERUNG

Wenn ein Tourismusunternehmen Gästen tadellose Dienstleistungen bieten will, müssen nicht nur die Manager, sondern alle Beschäftigten gleiche Vorstellungen von „Qualität der Dienstleistungen“ haben. Die Manager müssen zudem mit Qualität auch umgehen können. Das bedeutet, daß sie vier unverzichtbare Kriterien für Qualität erfüllen müssen. 1.) Qualität im Sinne von Erfüllung der Ansprüche der Käufer von Tourismusdienstleistungen, und zwar schon beim ersten Kauf. 2.) Qualität muß präventiv herrschen; es sollen nicht erst Fehler ausgebessert und Mängel beseitigt werden müssen. 3.) Qualitätsstandards in Tourismusdienstleistungen sind dann gegeben, wenn Inhalte, Struktur der Dienstleistungen und auch die Bedienung tadellos sind. 4.) Qualitätsmaßstäbe manifestieren sich auch als Preis, der für ungenügende Erfüllung der Gästewünsche, also der Nutznießer der Dienstleistung, zu zahlen ist.¹

Um einen bestimmten Qualitätsstandard zu erreichen, muß man sich an die betreffenden Standards, Inhaltsbestimmungen, Vorschriften und Eigenheiten der Tourismusdienstleistungen halten. Der Standard ist jedoch das Resultat eines Standardisierungsprozesses, eines spezifischen Verfahrens zur Normierung der Dienstleistung in ihrer Gesamtheit und aller ihrer Einzelemente. Er gewährleistet gleichbleibende Qualität der Waren und Dienstleistungen. Der Standardisierungsprozeß umfaßt drei Aufgabenbereiche: 1.) Die Bestimmung und Anwendung bestimmter Regeln (Normen) für eine bestimmte Tätigkeit, die die gewünschte und erwartete Qualität mit optimaler Einsparung und höchstmöglicher, sowie möglichst stabiler wirtschaftlicher Effizienz erzielen sollen. 2.) Standardisierung ist ein spezifisches Verfahren zur Erstellung von Kriterien zur Erreichung der Ziele aus Pkt.1); 3.) Standardisierung ist auch ein Prozeß der Erstellung und Anwendung von Standards.

Der Standard als Ergebnis des Standardisierungsprozesses schlägt sich in entsprechenden Unterlagen nieder: sie sollen Normen, Normativa und Vorschriften zur Regelung des Verhaltens und der Beziehungen enthalten, die jeden Faktor im Produktionsprozeß und bei je der Dienstleistung die Erzielung der gewünschten Qualität, sowie erwarteter wirtschaftlicher und sozialer Resultate ermöglichen.

Es gibt nationale und internationale Standards, verschiedene Arten und Formen: Grundstandards, Standards für Dimensionen, Formen, Verfahren, für Kosten der Produkte und Dienstleistungen, für Kommunikation, Buchhaltung, Qualität; fachspezifische Standards für größere Bereiche und nach Branchen gegliederte.² Diese Arbeit beschäftigt sich mit Qualitätsstandards, und zwar mit den Standards der

1 M.Dujanic: Potpuno upravljanje kvalitetom (TQM) (Richtiger Umgang mit Qualität). In „Gesammelte Arbeiten der Wirtschaftsfakultät Rijeka 1995. S.154.

2 Hierüber gibt es eine umfangreiche in- und ausländische Literatur: Ph.Crosby, E.Derming, Afeigenebaum, W.Glasser, J.Juran, I.Bakija, J.Kuzma, I.Avelini, V.Vujic u.a.

Europäischen Union, sowie mit ihrer Anwendung in Kroatien vorwiegend im Dienstleistungsbereich in der Tourismuswirtschaft.

Tourismusedienstleistungen haben dann Qualität, wenn sie die Ansprüche der Käufer-Touristen, sowie deren Erwartungen erfüllen. Heute sind diese Ansprüche und Erwartungen weit höher als jene vor den Achtzigerjahren. Sie beziehen sich vor allem auf Vielfalt, Kontrastreichtum, Humanität, reiche Auswahl an Inhalten und Formen, Neuheit mit immer stärker betonter Qualität.

Qualität bedeutet auch, diesen Erwartungen in allen Elementen des „Tourismusproduktes“ zu entsprechen: in Unterkunft, Verpflegung, Unterhaltung, Erholung, Sport, Kultur, sowie in einem entsprechenden Bauplan des Objektes. Dazu gehört natürlich auch eine entsprechende Kultur bei der Bedienung.

Auf Grund dieser Ansprüche ändert sich auch der Begriff „Standardisierung“; „Standard“ bedeutet immer weniger Uniformität, Typisierung, Normierung bei allem und jedem. Der Trend geht vielmehr in Richtung Erfüllung sich steigender Ansprüche und Bedürfnisse der Touristen und des Tourismusmarktes.

Diese Elemente aber bestimmen wesentlich die Konkurrenzfähigkeit eines Unternehmens der Tourismuswirtschaft, damit auch des Aufnehmerlandes, das Kroatien ja in jeder Hinsicht und vorrangig ist.

Zur Sicherung der Qualität der Tourismusedienstleistungen, besonders auch der Konkurrenzfähigkeit bedarf es der Marktforschung national und international, einschließlich auch der Konkurrenzfähigkeit der gestellten und erreichten Standards im Vergleich zu konkurrierenden Ländern. Zuerst muß erkundet werden, welche Tourismusedienstleistungen der Markt fordert, in welcher Form, zu welcher Zeit, wer diese Forderungen stellt, und welcher sozialen Schicht, Altersgruppe, welchem Beruf, Kulturkreis, Traditionen, Gewohnheiten u.a. m. diese Personen angehören.

Sodann ist die richtige Auswahl an Inhalten, Strukturen und Formen des Tourismusangebotes und der Dienstleistungen zu treffen.

Wegen der Komplexität der Tourismusedienstleistungen müssen gleichzeitig Marktforschungen für das Angebot an Rohstoffen und anderem Bedarf für das „Tourismusprodukt“, bzw. für neue Tourismusangebote vorgenommen werden. Dies bedeutet, daß auch auf die Weiterentwicklung von komplementären Tätigkeiten zur Tourismuswirtschaft geachtet wird, d.h. daß der Verbesserung der materiellen und ideellen Infrastruktur - dem Funktionieren der kommunalen Dienste, dem Verkehr, Handel, der Landwirtschaft, Wasser- und Stromversorgung, dem Fernverbindungs- und Informationsnetz, der Ökologie und der Präsentation von Kunst- und Naturdenkmälern - entsprechende Aufmerksamkeit geschenkt wird.

3. STANDARDS UND QUALITÄT DER EUROPÄISCHEN UNION UND IHRE ANWENDUNG IN DEN TOURISMUSWIRTSCHAFT- LICHEN TÄTIGKEITEN

Die EU-Länder widmen der Qualitätssteigerung von Produkten und Dienstleistungen generell, sowie jener im Bereich der Tourismuswirtschaft neustens besondere Aufmerksamkeit.

Im Jahre 1987 erstellte die International Organization for Standardization unter der Bezeichnung ISO 9000 eine Normenreihe; diese bilden allgemeingültige Standards, die den Verkehr von Waren und Dienstleistungen schlechter Qualität unterbinden und gleichzeitig hochqualitativen Waren und Dienstleistungen freie Bahn verschaffen sollen. Sie definieren auch, was unter Qualität zu verstehen sei.

Die Anwendung der Qualitätsstandards ISO 9000 fand bald auf dem gesamten EU-Markt, wie auch auf außereuropäischen Märkten Anwendung.

Die Standards wurden natürlich von den EU-Mitgliedsländern zuerst angewendet, wodurch andere Länder unter Zugzwang gerieten. Käufer von Waren und Dienstleistungen fordern immer häufiger Qualitätszertifikate nach ISO 9000 als Voraussetzung für den Abschluß von Kaufverträgen. Gleichzeitig wurden das Europäische Netz für Bewertung und Qualitätsbeurteilung (European Network for Quality System Assessment and Certification - EQNET) und die Europäische Vereinigung für Tests und Zertifikate (European Organization for Testing and Certification - EQTC) gegründet, dieses veröffentlichte Referenznormen (Reihe EN 45000)

Folgende drei Standards zählen zu den wichtigsten Qualitätsstandards in der Standardreihe ISO 9000:

1. ISO 9001 - Modell zur Qualitätskontrolle für Design und Entwicklung
2. ISO 9002 - Modell zur Qualitätskontrolle in Produktion, Montage, Dienstleistungen und
3. ISO 9003 - Modell zur Vervollkommnung der Qualität bei der Endkontrolle und Qualitätsprüfung

Außer diesen Standards gibt es auch noch andere, die die vorgenannten Standards noch spezifizieren und damit Orientierungshilfen bei der Anwendung und Entwicklung der genannten Standardmodelle, ihrer Definitionen und die Herstellung ihrer Software bieten. Sie kommen zusätzlich zu den Grundstandards, wie z.B. zu ISO 9000-1 oder 9000-4 u.ä. zur Anwendung.

In den Normen ISO 9000 wurden in jüngster Zeit noch zusätzliche Anforderungen in Bezug auf Qualitätsmanagement (Quality-Management) eingebaut. Diese in etwa als Substandards zu bezeichnenden Modelle beziehen sich auf Qualitätskontrolle³⁴ (Quality-Control - QC), Qualitätssicherung (Quality-Assurance-QA), Entsprechung zu den Zielen des Unternehmens (Management by Objectives - MBO), auf die Qualität des Arbeitslebens der Bediensteten (Quality of Work Life - QWL), auf Richtlinien für die Steuerung der Effizienz der Beschäftigten (Performance Management M.P.); schließlich gibt es Standards für die volle und umfassende Qualitätssteuerung zur Erfüllung der Käuferansprüche gegenüber Produkten und Dienstleistungen (Total Quality Management - TQM)

3 Siehe detaill. Y W.Cascio: Managing Human Resources Mr Graw-Hill, Londong 1992. und L.M. Faure: Implementing Total quality, Pittman, London 1992.

4 Siehe auch Deželjin J., Vujic V: Vlasnistvo, poduzetnistvo i menedzment./Eigentum, Unternehmertum und management. Alinea, zagreb 1995.-Kapitel „Quality“.

Die Anwendung der EU-Standards sind in ihrer effizienten Anwendung nicht auf bestimmte Bereiche beschränkt, sondern allgemein gültig. Die meisten hochentwickelten Länder stellten nationale Institutionen so darauf ein, daß sie mit diesen Kriterien korrespondieren, oder aber sie vertrauen ihre Standards, Standardisierung bzw. Ausstellung von Qualitätszertifikaten einer dafür bestehenden Institution oder Agentur an: Kammern, Ministerien u.ä. Diese Tendenz besteht auch in der Republik Kroatien, wenn auch hier in Bezug auf Qualitätssystem im allgemeinen und Qualitätsstandards ein beträchtlicher Rückstand herrscht.

Obwohl die genannten Standards nicht nur einzelne Bereiche und Qualitätsstandards umfassen, können sie nach kreativer Abwandlung auf Qualitätserfordernisse im Bereich der Tourismuswirtschaft angewendet werden.

Eine erfolgreiche Anwendung der Qualitätsstandards setzt natürlich die Standardisierung einzelner Segmente oder Produkteigenschaften, Dienstleistungen, Prozesse u.ä. in der Tourismuswirtschaft voraus. In der in- und ausländischen Literatur findet sich hierzu viel Material. In Kroatien z.B. gibt es Literatur über die Standardisierung in der Hotellerie, die von Professoren der Hotelierrakultät in Opatija verfaßt wurde.⁵ Oberstes Ziel der Standardisierung und der Qualitätsstandards ist derzeit jedenfalls ein umfassendes System für Qualität im Unternehmen.

Vollständige Qualitätssteuerung (TQM) erfordert langfristige organisatorische Maßnahmen, kontinuierliche Bemühungen zur Qualitätssteigerung gemäß den Erwartungen und Bedürfnissen der Käufer. Dies wieder setzt eine ständige Prüfung und Analyse der Kundenwünsche, bzw. der Ansprüche der Touristen und das Bemühen voraus, diesen Wünschen auf allen Bereichen, inklusive des Tourismus zu entsprechen.

Die Garantie für eine umfassende Qualitätssteuerung gewährt die Erfüllung von neun Prinzipien: 1.) Erfüllung der Kundenwünsche; 2.) Bemühungen um Qualitätsverbesserung; 3.) Ausbildung, Vervollkommnung und Motivierung aller Beschäftigten zur Qualitätssteigerung; 4.) Herstellung einer entsprechenden Kommunikationsstruktur, Teamarbeit mit dem Blick auf ständige Qualitätssteigerung; 5.) alle Beschäftigten müssen über das Ziel der Qualitätssteigerung Bescheid wissen. 6.) Ein Maßstab für Erfolg ist der Grad der erreichten Qualität. 7.) Qualität schon in der ersten Dienstleistungsphase, weil dort begangene Fehler teuer zu bezahlen sind. 8.) Die Qualitätssteuerung muß zielstrebig und effizient betrieben werden. 9.) Ein entsprechendes Verhalten ist in der gesamten Funktionskette, vom Lieferanten, über den Entwerfer der Dienstleistungen bis zur Leistung dieser an die Kunden usw. erforderlich.

Diese Anforderungen hat besonders ISO 8402 im Auge.

5 Autorengruppe: Standards und Standardisierung in der Hotellerie und im Beherbergungsgewerbe. Organisationsausschuß für das Symposium „Produzenten für die Hotellerie. Cakovec 1985, S. auch I. Avelini-Holjevac: „Ukljucivanje hotelijerstva Hrvatske u internacionalni standardni sustav./Die Einbeziehung der kroatischen Hotellerie in das internationale standardisierungssystem. UT-Revija za ugostiteljstvo i turizam. Zagreb, Nr.12/1992.

4. DIE EINFÜHRUNG VON QUALITÄTSSYSTEMEN UND DER ERWERB VON ZERTIFIKATEN

Es wurde bereits darauf hingewiesen, daß die Käufer von Produkten und Dienstleistungen auch im Tourismusbereich immer häufiger Zertifikate verlangen. Die Verkäufer bemühen sich daher selbst darum. Es gibt zwei Verfahren zur Erlangung von Zertifikaten: 1.) Die Übernahme und schöpferische Anwendung von internationalen Qualitätsstandards; 2.) Die Anwendung von Prüfungsmethoden für die Qualität von Waren und Dienstleistungen.

Zu den wichtigsten Schritten zum Erwerb eines Zertifikates gehören: 1.) die Entscheidung über die Anwendung eines Qualitätssystems, welche die Kenntnis von ISO 9000 erfordert. 2.) Die Beauftragung einer bestimmten Persönlichkeit mit der Einführung und Vervollkommnung, später auch die Koordinierung. 3.) Kontaktaufnahme mit einer Agentur für Zertifikate und ständige Prüfung zum Erhalt des Qualitätsstandards.

Die Antragstellung verläuft folgendermaßen: 1.) Antrag an eine dafür zuständige Agentur. 2.) Die Agentur übermittelt dem Antragsteller einen Fragebogen mit den entsprechenden Anforderungen und Kriterien. 3.) Wenn die Agentur findet, daß der Antragsteller die Voraussetzungen erfüllt, stellt sie ein auf 3 Jahre befristetes Zertifikat aus. 4.) Die Agentur beobachtet und kontrolliert kontinuierlich die Einhaltung der Qualitätsstandards. Sie kann auch das ausgestellte Zertifikat für ungültig erklären, wenn sie feststellt, daß die Voraussetzungen nicht mehr gegeben sind; oder aber sie fordert Korrekturen und stellt eine Frist, nach deren Ablauf ohne Erfüllung der Auflagen das Zertifikat annulliert wird.

5. DIE ANWENDUNG VON QUALITÄTSSTANDARDS IN KROATIEN

In Kroatien ist generell der ISO - Qualitätsstandard ein ganz neuer Begriff, auch im Bereich der Tourismuswirtschaft. Diese ist in Kroatien noch nicht auf die erfolgreiche und weitgehende Anwendung von europäischen Qualitätsstandards eingestellt. Dies bedeutet nicht, daß sie in Einzelfällen nicht dazu in der Lage wäre, qualitativ hochwertige Dienstleistungen anzubieten. Aber die Wirtschaft ist in vielerlei Hinsicht belastet durch die Orientierung auf Massen-, oder Extensiv-, bzw. „harten“ Tourismus; dies bedeutet, daß Kroatien eine relativ hohe Zahl von Touristen, aber solche mit geringerer Kaufkraft in einer viel zu kurzen Saison aufzunehmen. Sie laboriert an der Armut des Angebots, übertriebenen Uniformität, Typisierung der Dienstleistung, sowie an der ungenügenden Dienstbereitschaft des Personals. Die Schwäche besonders des Saisontourismus an der Adria ist nicht so sehr die schlechte Qualität der Unterbringungskapazitäten, sondern die nicht entsprechende Struktur der Tourismusobjekte; die Kategorie der Komplementärobjekte überwiegt. Manche Ansprüche an das Tourismusangebot, wie Gesundheitstourismus, Erholungsmöglichkeiten, Sport, Unterhaltung und Kultur, Bildung u.ä. werden viel zu wenig berücksichtigt. Es gibt einen Überhang an Campingplätzen und Privatvermietern gegenüber Hotels und solchen Objekten, die Vielfalt und Qualität des Angebotes bieten könnten. Objekte, die nicht direkt dem Tourismusangebot dienen, wie Lagerräume u.ä., nehmen einen zu hohen Stellenwert innerhalb der Struktur des Tourismusangebotes ein. So bilden heute bei Hotels der Kategorien „A“ und „B“ in Kroatien über 50 % des

Raumangebotes Lagerhallen u.ä. Räume. In den kroatischen Hotels der Kategorie „A“ beträgt die durchschnittliche Zimmergröße 17,2 m², während der europäische Durchschnitt 22 m² ist. In hochentwickelten Tourismusländern beträgt die Fläche jener Räume, die nicht direkt der Tourismusdienstleistung dienen, 4,5 m², in Kroatien hingegen 8,5 m² pro Zimmer. In der Gesamtnutzfläche eines Hotels der „A“-Kategorie entfallen auf Unterbringungskapazitäten ca. 32 %, während in Europa ein Minimum von 40 % gilt. Noch ungünstiger ist die Relation in den Hotels der „B“-Kategorie.⁶

Auch die Klassifizierung der Hotels und ähnlicher Objekte entspricht nicht dem realen Standard. Vor allem dominieren noch immer die alten Klassifizierungsmodelle „A“, „B“, „C“, „D“. Dort wo die Klassifizierung mittels „zwei“, „drei“, „vier“, „fünf“ usw. Sternen angewendet wird, übertreibt man vielfach⁷

Die aufgezeigten Mängel stehen in schroffem Gegensatz zu europaweiten Trends der letzten Jahre; sie verursachen einen Rückstand in den Qualitätsstandard, wie sie viele Tourismusländer der EU und die Mittelmeerländer akzeptieren. Dies schadet natürlich dem Tourismusangebot Kroatiens und wirkt sich nachträglich auf seine Konkurrenzfähigkeit auf dem europäischen und internationalen Tourismusmarkt aus; es beeinträchtigt natürlich auch die Profitabilität der Tourismuswirtschaft.

Die kroatische Tourismuswirtschaft muß und kann diesen Rückstand aufholen. Voraussetzung ist die Hinwendung auf Qualität und die kreative Anwendung europäischer Standards und Kriterien im Wirtschaften, natürlich auch in der Qualität, also die Anwendung der im vorhergehenden Kapitel aufgezeigten Qualitätsnormen.

Dafür muß natürlich eine „Philosophie“ des Qualitätsbegriffes geschaffen und ihre Bedeutung für die weitere Entwicklung der Tourismuswirtschaft Kroatiens nicht nur von den Managern, sondern von allen Wirtschaftstreibenden und ihren komplementären Branchen richtig erkannt werden. Weiters ist die Aus- und Fortbildung der Beschäftigten, ihre Motivierung zu einem angemessenen Verhalten wichtig. Qualität erfordert auch die ihr angemessene Organisationsform und die kontinuierliche Beibehaltung der Qualitätsorientierung. Europäische Standards, besonders jene der EU sollen nicht nur akzeptiert, sondern auf einheimische Verhältnisse angepaßt und vervollkommen werden, um auf diese Weise auch das Image Kroatiens als Tourismusland zu heben.

Nach gründlichen Vorbereitungen müssen die entsprechenden Institutionen zur Erteilung von Zertifikaten befähigt werden. Nach Erhalt des Zertifikates muß ständig an der Erhaltung des erreichten Qualitätsstandards und an seiner weiteren Verbesserung gearbeitet werden.

Bei all dem darf nicht vergessen werden, daß es sich hierbei um einen Wert handelt, der heute für erfolgreiches Unternehmertum steht und eine wichtige Voraussetzung für die Eroberung eines Platzes in der europäischen und internationalen Wirtschaft ist; die Tourismuswirtschaft bietet hier besonders wirksame Chancen.

6 M. Dragicevic: „Osnove razvojne strategije turisticnog sektora Hrvatske.“/„Grundlegende Entwicklungsstrategien des Tourismussektors Kroatiens.“ in „Turizam“, Nr.5-6/1992, Zagreb

7 Vgl. A. Vizjak: „Ekonomska suradnja Hrvatske i europske ekonomske zajednice s naglaskom na jadranski turizam“/„Die wirtschaftliche Zusammenarbeit Kroatiens mit der Europäischen Wirtschaftsgemeinschaft, mit besonderer Berücksichtigung des Adriatourismus“. Doktoratsdissertation an der Hoteliersfakultät Opatija 1994, bes. S.180-186.

Gelingt dies Kroatien nicht, so wird es sich bald an den Rand der europäischen und Weltwirtschaft gedrängt sehen; dafür gibt es jedoch keine Entschuldigungsgründe.

6. SCHLUSSFOLGERUNG

Ende der Achtzigerjahre gab es im Tourismus große Veränderungen, besonders hinsichtlich der Ansprüche an Tourismusdienstleistungen. Statt Massentourismus, Extensivität, Uniformität begannen Individualismus, Vielfalt, Kontrastreichtum, Humanität, Innovation und Hochwertigkeit zu dominieren. Statt Hardware-Tourismus bestimmt nun Softwaretourismus, Qualität vor Quantität. Der Tourismusmarkt reagiert darauf mit einer Steigerung der Vielfalt und des Angebotsreichtums, mit einer Philosophie der Qualität, die darauf hinzielt, die Ansprüche des Käufers-Touristen zu befriedigen. Die EU fühlt sich der Qualität verpflichtet und schafft bestimmte Qualitätskriterien. Solche werden von den Mitgliedsländern der EU angenommen, aber auch von den anderen hochentwickelten Tourismusländern aufgegriffen. Sie werden zur Voraussetzung des Fortschrittes in der Tourismuswirtschaften und verwandten Bereichen.

Tourismusländer, die dies versäumen oder zu spät reagieren, geraten innerhalb Europas und international sehr bald in erheblichen Rückstand.

Kroatien als Tourismusland hat keine andere Alternative als die schöpferische Anwendung der Qualitätsstandards der EU. Kroatien muß und kann diese erfüllen, indem es sich die besten Erfahrungen der höchstentwickelten Tourismusländer zu eigen macht.

LITERATUR

1. I. Avelini-Holjevac: „Uključivanje hotelijerstva Hrvatske u internacionalni standardni sustav./Die Einbeziehung der kroatischen Hotellerie in das internationale standardisierungssystem. UT-Revija za ugostiteljstvo i turizam. Zagreb, Nr.12/1992.
2. Y W. Cascio: Managing Human Resurces Mr Graw-Hill, Londong 1992. und L.M. Faure: Implementing Total quality, Pittman, London 1992.
3. Dezeljin J., Vujic V: Vlasnistvo, poduzetnistvo i menedzment./Eigentum, Unternehmertum und management. Alinea, Zagreb 1995.-Kapitel „Quality“.
4. M. Dujanic: Potpuno upravljanje kvalitetom (TQM) (Richtiger Umgang mit Qualität). In „Gesammelte Arbeiten der Wirtschaftsfakultät Rijeka 1995.
5. M. Dragicevic: „Osnove razvojne strategije turistickog sektora Hrvatske.“/„Grundlegende Entwicklungsstrategien des Tourismussektors Kroatiens.“ in „Turizam“, Nr.5-6/1992, Zagreb.
6. Autorengruppe: Standards und Standardisierung in der Hotellerie und im Beherbergungsgewerbe. Organisationsausschuß für das Symposium „Produzenten für die Hotellerie. Cakovec 1985, S. auch
7. A. Vizjak: „Ekonomska suradnja Hrvatske i europske ekonomske zajednice s naglaskom na jadranski turizam.“/„Die wirtschaftliche Zusammenarbeit Kroatiens mit der Europäischen Wirtschaftsgemeinschaft, mit besonderer Berücksichtigung des Adriatourismus“. Doktoratsdissertation an der Hoteliersfakultät Opatija 1994.

Sažetak

**STANDARDI EUROPSKE UNIJE U FUNKCIJI RAZVOJA KVALITETNIJE
SVJETSKE TURISTIČKE PONUDE**

Kvalitet postaje bitnim obilježjem i orijentacijom potencijalnih turista i zahtjevom turističke potražnje na tržištu. Kvalitet se odnosi na sve elemente i segmente turističkih usluga i usluživanja, sadržaja i oblika te prirodnih, tehničkih i ljudskih potencijala. Novost, raznovrsnost, kontrastnost, humanost, temporalnost i slično, posebne su odlike kvalitete u suvremeno doba.

Poboljšanje kvalitete proizvoda i usluga postaje predmetom interesa i regulacije Europske unije koja je donijela i čitav niz normi odnosno standarda posebice standarda kvalitete pod skupnim nazivom ISO 9000. Bit tih standarda jest onemogućavanje prolaza roba i usluga slabe kvalitete a ujedno osiguravanje prolaza roba i usluga primjerene kvalitete i stimuliranja njihova trajnog poboljšanja. Mjera za kvalitet je roba i usluga bez nedostataka i što potpunije zadovoljavanje potreba i interesa kupca - u ovom slučaju turista. Utvrđene standarde prihvatile su sve zemlje - članice EU i izvan nje i dopunile normama koje su za njih specifične. Kvaliteta po tim standardima turističkih usluga postala je osnova konkurentske borbe.

Ona zemlja koja se neće uspjeti na vrijeme svojom turističkom ponudom prilagoditi promjenama u turističkoj potražnji što pretpostavlja prihvatanje i stvaralačku promjenu navedenih standarda naći će se ubrzo na samoj periferiji svjetskih a posebice europskih kretanja u turističkogospodarskoj sferi.

Ključne riječi: turističko tržište potražnje, turistička ponuda, kvalitet turističkih usluga, standardi kvalitete, primjena standarda