

Kadner Hotel Consulting:

# WELLNESS-HOTELLERIE AUF DEM PRÜFSTAND

Richtungsweisende Qualitäts-Aussagen  
für den Verbraucher werden zum  
Marketing-Tool in der Wellness-Hotellerie

Das Wellness-Angebot in der Hotellerie breitet sich geradezu inflationär aus. Eine Orientierung für den Verbraucher ist fast nicht mehr möglich. Untersuchungen haben ergeben, dass nur ca. 10 Prozent aller Wellness-Angebote den Qualitäts-Standards des Deutschen Wellness Verbandes e.V. (DWV) entsprechen. Es wird vielfach der Fehler gemacht, eine technische Aufrüstung mit Wellness-Qualität gleichzusetzen. Welche Qualität erreicht den Kunden dauerhaft? Hier sind dringend Aufklärung, Beratung und die Einführung von Qualitätsstandards notwendig. Darauf hat sich die Kadner Hotel Consulting, KHC, Siegenburg spezialisiert.



**D**as Team der Kadner Hotel Consulting besteht aus Hotel-Profis, die sich seit Jahren erfolgreich mit der Thematik Qualitätsmanagement in der Hotellerie befassen.

Inhaber Karl Kadner (Foto oben): „Wir verstehen Qualität als Strategie zur Erzielung von Wettbewerbsvorteilen. Die Mystery-Checks/Quality-Audits werden prozessorientiert und betriebsbezogen durchgeführt. Sie sind quantifizierbar, nachvollziehbar bewertet, kommentiert und ideal als Qualitätswerkzeug einsetzbar.“

## Messinstrument für das gesamte Dienstleistungsspektrum

Die erfahrenen Hotel-Profis der KHC machen unmissverständlich transparent, wie sich ein Hotelbetrieb aus Sicht des Gastes darstellt. Die Berater haben sich sowohl auf Quality-Audits als auch auf die Erstellung von Qualitäts-Management-Konzepten (wie z.B. Qualitätshandbücher, Mitarbeiterleitfäden etc.) spezialisiert und genießen bei den international

agierenden Auftraggebern große Anerkennung. Kadner dazu: „Unsere detaillierten Quality-Audits dienen der Geschäftsleitung u.a. zur Ausrichtung der strategischen Ziele, der Marketing-Abteilung als Stärken-/Schwächen-Analyse sowie der Personalabteilung für die Planung von Aus- und Weiterbildungsmaßnahmen etc.“

Die KHC ermöglicht mit ihrer Consultingleistung für die Verantwortlichen in den Hotels den Blick über den Zaun, verhilft ihnen zum Benchmarking, d.h. Lernen von den Besten und liefert dem Hotel-Management aussagefähige Betriebsvergleiche.

Die KHC arbeitet eng mit dem Deutschen Wellness Verband e.V. zusammen, der seit Sommer 2002 ein Wellness-Qualitätssiegel eingeführt hat, um in der boomenden Wellness-Hotellerie, Day-Spa's und anderen Wellness-Einrichtungen die Spreu vom Weizen zu trennen. Dadurch sollen die wirklich werthaltigen Angebote von den Mogelpackungen zu unterscheiden sein. Mit den zur Zertifizierung führenden Quality-Audits, die im Auftrag

des Deutschen Wellness Verbandes weltweit ausschließlich von dem Team der Kadner Hotel Consulting erstellt werden, beginnen schlechte Zeiten für die so genannten „Etiketten-Schwindler“.

Das Prüfverfahren ist standardisiert, umfassend und absolut anonym (Mystery Check). Die Unabhängigkeit von jeglichen Interessengruppen sowie der Ausschluss jedweder Einflussnahme auf die Zertifizierung sind oberstes Gebot. Das erworbene Wellness-Siegel gilt zwei Jahre und muss danach aus Gründen der Qualitätssicherung neu erworben werden.

Kadner zur künftigen Entwicklung: „Über kurz oder lang werden die Hoteliers erkennen, dass es unerlässlich ist, die Dienstleistungsqualität in allen Hotelbereichen durch neutrale und professionelle Berater bewerten zu lassen. Wenn hierdurch gleichzeitig ein Gütesiegel des DWV e.V. erworben werden kann, hat sich der finanzielle Aufwand doppelt gelohnt. Preiswerter kann die Akquise von neuen Gästen kaum sein.“ □