

Anhang 8 zum OGR

Beatushöhlen-Genossenschaft (BHG)

Qualitätsmanagement

Qualitätshandbuch

Inhalt

1	Allgemeines	3
1.1	Einleitung und Zielsetzung	3
1.2	Geltungsbereich	3
2	Unternehmensprofil	3
2.1	Geschichte	3
2.2	Vision und Mission	3
3	Qualitätsziele	4
3.1	SMART-Konzept	4
3.2	Zufriedenheit der Gäste	4
3.3	Zufriedenheit der Mitarbeitenden	5
4	Organisationsstruktur	5
5	Büroorganisation und IT	6
5.1	IT-Infrastruktur	6
5.2	Betriebssysteme	6
5.3	Büroorganisation	6
5.4	Künstliche Intelligenz KI	6
6	Qualitätsbereiche	6
6.1	Sauberkeit und Hygiene (Nr. 1)	6
6.2	Sicherheit (Nr. 2)	7
6.3	Dienstleistungen und Produkte (Nr. 3)	7
6.4	Prozessorganisation (Nr. 4)	7
6.5	Nachhaltigkeit (Nr. 5)	8
6.6	Kommunikation (Nr. 6)	9
6.6.1	Kommunikation nach aussen	9
6.6.2	Kommunikation nach innen	10
6.6.3	Genderneutrale Sprache	10
6.7	Gastfreundschaft und Servicequalität (Nr. 7)	11
7	Qualitätskontrollen	11
7.1	Kontrollmethoden	11
8	Qualitätsverbesserung	11
9	Qualitätsreporting	11
10	Qualitätspyramide	12
11	Schlussbestimmungen	13
11.1	Genehmigung und Inkrafttreten	13
11.2	Anpassung des Qualitätshandbuchs	13
11.3	Anwendbares Recht und Gerichtsstand	13

1 Allgemeines

1.1 Einleitung und Zielsetzung

Als Basis für das Qualitätsmanagement der Beatushöhlen-Genossenschaft (BHG) und deren Tochtergesellschaften dienen deren Gesamtausrichtung, Unternehmensziele und die Werte mit Leitbild. Die bestmögliche Qualität von Dienstleistungen, Produkten und Prozessen stehen im Zentrum unseres Handelns.

Zusammen mit den Statuten und dem Organisations- und Geschäftsreglement mit seinen Anhängen (OGR) bildet das vorliegende Qualitätshandbuch die Grundlage des Qualitätsmanagements.

Mit einem umfassenden Qualitätsmanagement unter dem **Motto «Vivez et soignez les détails – lebt und pflegt die Details»** streben wir eine möglichst hohe Zufriedenheit der Gäste und Mitarbeitenden an. Dies sind die Hauptziele des Qualitätsmanagements. Die Gäste und Mitarbeitenden sollen Botschafter der St. Beatus-Höhlen sein.

Die Umsetzung des Qualitätshandbuchs erfolgt nach den **Grundsätzen der Angemessenheit und der Gemeinsamkeit**. Die definierten Qualitätsziele können wir nur mit einer herausragenden **Teamarbeit** erreichen.

1.2 Geltungsbereich

Das vorliegende Qualitätshandbuch gilt für alle Mitarbeitenden, die mit einem Arbeitsvertrag durch die BHG oder deren Tochtergesellschaften angestellt sind. Es gilt auch für Personen, die Dienstleistungen im Auftrag der BHG oder deren Tochtergesellschaften anbieten.

2 Unternehmensprofil

2.1 Geschichte

Im Jahr 1511, vor über 500 Jahren, beschrieb der Basler Daniel Agricola, ein Barfüsser-Mönch, in seinem Werk «Viti Sancti Beati» das Leben des heiligen St. Beatus. Beatus soll in der Ermitage am Thunersee gelebt und Kranke von ihren Gebrechen befreit haben. Nach der Überlieferung ist der heilige St. Beatus im Jahr 112 nach Christus gestorben. Die Stätte war bereits im Mittelalter ein viel besuchter Wallfahrtsort.

Der Eingang zu den St. Beatus-Höhlen wurde in der Neuzeit durch Johannes Knechtenhofer entdeckt. Er war der erste Kapitän des legendären Dampfschiffs «Blüemlisalp» auf dem Thunersee. Zusammen mit seinen Matrosen stiess Knechtenhofer im Jahr 1848 bis in eine Grotte vor, die ihm zu Ehren seither «Kapitänsgrötte» genannt wird.

Die BHG wurde im Jahr 1904 gegründet und am 19. Juni 1906 im Handelsregister des Kantons Bern eingetragen (St. Beatus-Höhlen Gastronomie GmbH am 28. Februar 2013).

2.2 Vision und Mission

Zweck der BHG ist die Erhaltung der St. Beatus-Höhlen und ihrer Umgebung als Naturdenkmal des Berner Oberlandes, deren Betrieb und Unterhalt sowie die weitere Erschliessung und der Ausbau der Anlagen auf unbestimmte Zeit im Interesse der Förderung des Tourismus.

Mit dem Ziel, das begehrteste Ausflugsziel im Berner Oberland zu sein, erbringen die BHG und deren Tochtergesellschaften qualitativ hochstehende Angebote im Interesse der einheimischen Bevölkerung wie auch der in- und ausländischen Gäste. Die stetige Weiterentwicklung der Dienstleistungen und Produkte sowie der Infrastruktur gewährleisten ein einzigartiges Naturerlebnis kombiniert mit einem exklusiven Gastronomieangebot und unterhaltsamen Events.

3 Qualitätsziele

Bei der Definition der Qualitätsziele richten wir unseren Fokus auf eine hohe Zufriedenheit der Gäste und der Mitarbeitenden. **Als Basis zur Berechnung der Zielerreichungsgrade dienen uns die Rückmeldungen der Gäste, die Umfrageergebnisse bei den Mitarbeitenden sowie die Qualitätskontrollen.**

3.1 SMART-Konzept

Die Formulierung und Bewertung der Qualitätsziele erfolgt mittels SMART-Konzept:

Spezifisch: Das Ziel sollte präzise und eindeutig definiert sein

Messbar: Es sollte möglich sein, den Fortschritt und das Erreichen des Ziels zu messen

Attraktiv (oder akzeptiert): Das Ziel sollte ansprechend und motivierend sein

Realistisch: Das Ziel sollte mit den vorhandenen Ressourcen, Fähigkeiten und Zeiteinheiten realistisch erreichbar sein

Terminiert: Das Ziel sollte eine Frist einhalten, bis wann es erreicht werden soll

3.2 Zufriedenheit der Gäste

Rückmeldungen

Die Rückmeldungen unserer Gäste dienen uns als Basis für die Weiterentwicklung der BHG und deren Tochtergesellschaften sowie zur Qualitätsverbesserung von Produkten, Dienstleistungen und Prozessen.

Reklamations- und Feedbackmanagement

Das Reklamations- und Feedbackmanagement zeigt, wie die BHG und deren Tochtergesellschaften die Rückmeldungen der Gäste bearbeiten. Der Prozess sieht wie folgt aus:

- Stimulierung der Rückmeldungen von Gästen (z.B. prominente Platzierung auf der Webseite / Plakatsteller mit QR-Code und Wettbewerb / Aftersales bei Gruppen und Events mit Dankeschreiben und QR-Code / persönliche Umfragen im Parkareal / Externe Beurteilung etc.)
- Erfassung und Auswertung der Rückmeldungen durch die Stabsstelle «Qualitätsmanagement»
- Ständiges Traktandum Reklamations- und Feedbackmanagement in den Sitzungen der Geschäftsleitung: Analyse der Rückmeldungen mit Bereitstellung von Lösungsvarianten und Implementierung von Massnahmen zur Vermeidung negativer Rückmeldungen in Zukunft
- Rückmeldung an die Gäste, die uns Rückmeldung gegeben und nicht anonym geantwortet haben, sowie an die betroffenen Teams, bzw. Mitarbeitenden (Dienstweg über die Mitglieder der Geschäftsleitung)
- Einbindung in das jährliche Qualitätsreporting

Der aktive Dialog mit den Gästen ist ein wichtiges Element im Qualitätsmanagement.

Zieldefinition SMART

Spezifisch: Wir wollen uns in allen Bereichen der Qualität kontinuierlich weiter verbessern. Ein wichtiger Baustein ist dabei die Zufriedenheit der Gäste. Die Entwicklung messen wir anhand der Rückmeldungen der Gäste.

Messbar: Mindestens 90 % der Rückmeldungen der Gäste sollen sich in den Stufen 4 + 5 der Skala befinden.

Attraktiv: Mit der Verbesserung der Zufriedenheit der Gäste leisten wir einen wichtigen Beitrag zum Fortbestand der Unternehmung und damit unserer Arbeitsplätze. «Es fägt, wenn ich unseren Gästen zu einem unvergesslichen Natur-, Gastronomie- und Eventerlebnis beitragen kann.»

Realistisch: Aufbauend auf einem bereits sehr hohen Qualitätsstandard und den zukünftigen gemeinsamen Massnahmen ist die Zielerreichung innerhalb der geplanten Zeit gut möglich.

Terminiert: Das Qualitätsziel wollen wir innerhalb von 2 Jahren nach Inkraftsetzung des Qualitätshandbuchs als Basis des Qualitätsmanagements erreichen und danach dauerhaft beibehalten.

3.3 Zufriedenheit der Mitarbeitenden

Als Basis der Zufriedenheit der Mitarbeitenden dient das unter anderem das Leitbild mit den Werten «Respekt», «Wertschätzung», «Ehrlichkeit und Offenheit», «Loyalität», «Heitere Gelassenheit» und «Kommunikation».

Umfragen

Mit regelmässigen Umfragen zu den Themen «Zufriedenheit», «Identifikation», «Engagement» und «Unterstützung» können wichtige Handlungsfelder und Schwachstellen erkannt werden. Die Umfragen werden online durchgeführt und sind für die Mitarbeitenden auch anonym möglich.

Rückmeldungs- und Ideenmanagement

Die Mitarbeitenden haben die Möglichkeit, jederzeit Rückmeldungen oder Ideen zur Verbesserung der Qualität abzugeben. Diese können persönlich bei vorgesetzten Personen oder online (auch anonym möglich) abgegeben werden.

Schulung und Weiterentwicklung

Programme zur Schulung und Entwicklung sollen die Zufriedenheit der Mitarbeitenden unterstützen und gleichzeitig die Qualität im Umgang mit unseren Gästen verbessern: z.B. Knigge, Gastfreundschaft, Servicequalität, Umgang mit Reklamationen, Sprachkurse etc.

Zieldefinition SMART

Spezifisch: Wir wollen uns in allen Bereichen der Qualität kontinuierlich weiter verbessern. Ein wichtiger Baustein ist dabei die Zufriedenheit der Mitarbeitenden. Die Entwicklung messen wir anhand der Umfragen bei den Mitarbeitenden und der Aussagen im persönlichen Gespräch.

Messbar: Mindestens 90 % der Antworten zur Zufriedenheit der Mitarbeitenden sollen sich in den Stufen 4 + 5 der Skala befinden.

Attraktiv: Mit der Verbesserung der Qualität leisten wir einen wichtigen Beitrag zum Fortbestand der Unternehmung und damit unserer Arbeitsplätze. «Ich liebe meine Arbeit, wenn diese sinnvoll ist und wenn ich als mitarbeitende Person wertgeschätzt werde».

Realistisch: Aufbauend auf einem bereits sehr hohen Zufriedenheitsgrad der Mitarbeitenden und des Kaders und den geplanten Verbesserungen kann die messbare Zieldefinition nachhaltig aufrecht erhalten werden.

Terminiert: Das Qualitätsziel wollen wir innerhalb von 2 Jahren nach Inkraftsetzung des Qualitätshandbuchs als Basis des Qualitätsmanagements erreichen und danach dauerhaft beibehalten.

4 Organisationsstruktur

Die Organisationsstruktur mit Rechten und Pflichten innerhalb des Qualitätsmanagements ist im Organigramm sowie im operativen Funktionendiagramm (Anhang 4.1 zum OGR) geregelt.

5 Büroorganisation und IT

Die gut strukturierte Büroorganisation, eine effiziente und zuverlässige IT-Infrastruktur und die technologischen Hilfsmittel sind dazu da, bestimmte Aufgaben zu erleichtern oder zu automatisieren.

5.1 IT-Infrastruktur

Die Cloud-Lösungen, Netzwerke, Geräte und Softwarelösungen sollen den Tagesbetrieb in der Unternehmung effizient und zuverlässig unterstützen und damit eine hohe Benutzerfreundlichkeit für Gäste und Mitarbeitende sowie wenig IT-Ausfälle sicherstellen.

5.2 Betriebssysteme

Die Betriebssysteme Windows, Office (Word, Excel, PowerPoint), OneNote und Teams von Microsoft bilden die Basis des Qualitätsmanagements im kaufmännischen Bereich, im Marketing, Vertrieb und Verkauf, den Sozialen Medien und in der Gastronomie.

5.3 Büroorganisation

Effiziente und überblickbare Strukturen im Bereich der Datenspeicherung, der Notizen und Pendenzen sowie der elektronischen Ablage sollen die Qualität und den Informationsfluss innerhalb der Organisationseinheiten unterstützen.

Spezifische E-Mail-Gruppen im Outlook ermöglichen bei Bedarf die effiziente und adressatengerechte Zustellung von E-Mails innerhalb der Unternehmung.

5.4 Künstliche Intelligenz KI

Die BHG und deren Tochtergesellschaften nutzen die Möglichkeiten der künstlichen Intelligenz KI, sofern dieser Einsatz sinnvoll und verhältnismässig ist. Als Betriebssystem gelangt in erster Linie Microsoft 365 Copilot zur Anwendung. Zudem kann auch die künstliche Intelligenz von ChatGPT, Make, Perplexity, Claude, tldv etc. genutzt werden.

Die Resultate der Anfragen an künstliche Intelligenz KI sind von den Mitarbeitenden immer auf ihre Richtigkeit zu prüfen, bevor sie verwendet werden. Die BHG und deren Tochtergesellschaften verzichten auf einen direkten Kontakt der künstlichen Intelligenz KI mit ihren Gästen und Mitarbeitenden.

6 Qualitätsbereiche

Zur Erreichung der Qualitätsziele stellen wir die folgenden Qualitätsbereiche in den Fokus:

- Sauberkeit und Hygiene (Nr. 1)
- Sicherheit (Nr. 2)
- Dienstleistungen und Produkte (Nr. 3)
- Prozessorganisation (Nr. 4)
- Nachhaltigkeit (Nr. 5)
- Kommunikation (Nr. 6)
- Gastfreundschaft und Servicequalität (Nr. 7)

6.1 Sauberkeit und Hygiene (Nr. 1)

Die unregelmässigen Kontrollen der Sauberkeits- und Hygienestandards im Parkareal, im Museum und Beatus-Shop, in der Küche und in den sanitären Anlagen sind ein wichtiger Bestandteil der Qualitätskontrolle.

6.2 Sicherheit (Nr. 2)

Risikomanagement

Die regelmässige Risikobeurteilung dient der Identifizierung, Bewertung und Minimierung von Risiken. Das Risikomanagement erfüllt u.a. auch die Compliance-Anforderungen und unterstützt damit die Reputation der BHG und deren Tochtergesellschaften.

Sicherheit der Gäste

Mit der Weiterentwicklung der Infrastruktur kann u.a. auch die Sicherheit der Gäste verbessert werden. Zudem werden die Gäste aktiv auf die Gefahren in den St. Beatus-Höhlen aufmerksam gemacht.

Sicherheit der Mitarbeitenden

Neben der Weiterentwicklung der Infrastruktur zur Erhöhung der Sicherheit wird Wert auf das Tragen der Sicherheitskleider im technischen Unterhalt und in der Küche gelegt.

Sicherheit der Daten

Das Datenschutzreglement sowie die regelmässigen Schulungen und die Cyberschutz-Versicherung dienen der Sicherheit der Daten.

Sicherheit der liquiden Mittel

Bei liquiden Mitteln auf den Banken und der Post erfolgen die Vollmachtssituationen jeweils kollektiv zu zweien.

6.3 Dienstleistungen und Produkte (Nr. 3)

Touren

Die attraktive Gestaltung der einzelnen Touren sowie die gelebte Gastfreundschaft und Servicequalität dienen der Erreichung der Qualitätsziele.

Museum und Beatus-Shop

Die interessante und unterhaltsame Präsentation, die Zusammensetzung des Produktesortiments vorwiegend aus der Region sowie die gelebte Gastfreundschaft und Servicequalität dienen der Erreichung der Qualitätsziele.

Gastronomie und Events

Die Auswahl der Produkte, die Zubereitung der Speisen, die Inszenierung sowie die gelebte Gastfreundschaft und Servicequalität kombiniert mit innovativen Ideen dienen der Erreichung der Qualitätsziele.

6.4 Prozessorganisation (Nr. 4)

Eine effiziente und **an den Gästebedürfnissen ausgerichtete Prozessorganisation** beinhaltet die Dokumentation der Schlüsselprozesse wie Einkauf, Marketing und Kommunikation, Gästereservationen, HR, Finanzen, Nachhaltigkeit, etc., die für die Erreichung der Qualitätsziele der BHG und deren Tochtergesellschaften wesentlich sind.

6.5 Nachhaltigkeit (Nr. 5)

Das Thema «Nachhaltigkeit» fliesst mit der Integration von Sozial-, Ökologie- und Ökonomiefaktoren in die Strategie, Prozesse und Entscheidungsfindung der BHG und deren Tochtergesellschaften ein. Dies mit dem Ziel, das ethische Handeln und das nachhaltige Wachstum zu fördern.

Aufgaben der nachhaltigkeitsbeauftragten Personen

Die nachhaltigkeitsbeauftragten Personen der BHG und deren Tochtergesellschaften sind für die Entwicklung, Umsetzung und Überwachung von Nachhaltigkeitsstrategien und -massnahmen verantwortlich:

- **Strategieentwicklung:** Erarbeiten von Nachhaltigkeitszielen, die mit den Unternehmenszielen übereinstimmen. Integration von Umwelt- und Sozialkriterien in die Unternehmensstrategie.
- **Umweltmanagement:** Reduzierung des CO₂-Fussabdrucks. Förderung von Ressourcen- und Energieeffizienz.
- **Nachhaltigkeitsbericht:** Überwachung und Dokumentation von Kennzahlen und Fortschritten. Erstellung eines jährlichen Berichts in angemessener Form.
- **Schulungen für Mitarbeitende:** Sensibilisierung aller Mitarbeitenden für nachhaltiges Handeln. Durchführung von Schulungen zu verschiedenen Themen.
- **Kommunikation:** Zusammenarbeit mit Lieferanten, um nachhaltige Standards in der Wertschöpfungskette umzusetzen. Kommunikation der Nachhaltigkeitsstrategie nach aussen.

Soziale Nachhaltigkeit

Mit den folgenden Massnahmen stellen die BHG und deren Tochtergesellschaften langfristig positive soziale (gesellschaftliche) Veränderungen für die Mitarbeitenden sicher:

- **Menschenrechte:** Achtung und Förderung der Menschenrechte sowie Schutz der Mitarbeitendenrechte und der Vermeidung von Diskriminierung und Mobbing.
- **Integration:** Förderung von Vielfalt, Gleichberechtigung und Integration in der Unternehmung, den Abteilungen und den Teams. Einbindung in die Entscheidungsprozesse.
- **Arbeitsbedingungen:** Gewährleistung von sicheren und gerechten Arbeitsbedingungen, inkl. angemessener Entlohnung, überdurchschnittlichen Sozialversicherungsleistungen, angepassten Arbeitszeiten sowie Gesundheits- und Sicherheitsstandards. Offenlegung von Informationen und klare Zuteilung von Aufgaben und Kompetenzen.

Ökologische Nachhaltigkeit

Die ökologische Nachhaltigkeit zeigt auf, wie die Ressourcen genutzt werden um Bedürfnisse zu erfüllen, ohne die Umwelt zu schädigen oder die Fähigkeit zukünftiger Generationen zu gefährden, ihre Bedürfnisse zu decken. Dies beinhaltet den Schutz von Ökosystemen, die Reduzierung von Emissionen, Abfall und Foodwaste sowie die Förderung erneuerbarer Energiequellen.

Initiativen zur Förderung von Umweltschutz und Nachhaltigkeit im Tourismus wie z.B. die Zusammenarbeit mit «Viva con agua» oder das Nachhaltigkeitsprogramm «Swisstainable» werden aktiv unterstützt.

Ökonomische Nachhaltigkeit

Die ökonomische Nachhaltigkeit zeigt die Fähigkeit einer Unternehmung, langfristig zu wachsen, indem sie eine ausgewogene Entwicklung von Ressourcen, Produktion, Konsum und Verteilung unter Berücksichtigung der sozialen und ökologischen Nachhaltigkeit gewährleistet. Dies schliesst die Förderung von Wirtschaftswachstum, Arbeitsplätzen und fairen Handelspraktiken ein.

6.6 Kommunikation (Nr. 6)

6.6.1 Kommunikation nach aussen

CI/CD

Die Verantwortung über die Einhaltung des CI/CD ist im Funktionendiagramm operativ (Anhang 4.1 OGR) abgebildet. Damit kann das einheitliche Erscheinungsbild nach aussen sichergestellt werden.

Erscheinungsbild & Verhaltenskodex (Anhang 5.1 OGR) / Dienstkleidung und Zubehör (Anhang 5.1.1 OGR)

Das Erscheinungsbild und Verhalten der Mitarbeitenden sowie die Dienstkleidung mit Zubehör prägen das Erscheinungsbild der BHG und deren Tochtergesellschaften nach aussen wesentlich mit.

Schriftliche Kommunikation

Um die Qualität in der schriftlichen Kommunikation nach aussen sicherzustellen, soll bei der Erstellung von Inhalten der Webseite und Infoscreens, Medienberichten, Geschäftsberichten, Broschüren, Büchern etc. grundsätzlich das 4-Augen-Prinzip angewendet werden. Bei kurzen Texten kann darauf verzichtet werden. Bei umfangreichen Texten kann die Qualitätskontrolle auch durch ein externes Lektorat erfolgen.

Kontaktperson in Briefen

Die direkte Kontaktperson in Briefen soll namentlich und in Form der Telefonnummer und E-Mail-Adresse angegeben werden (Beispiel: Gerne steht Ihnen (Vorname Name) telefonisch unter 033 841 16 43 oder per E-Mail an (E-Mail-Adresse) zur Verfügung.).

Unterschriftendarstellung in Briefen, Dokumenten und Verträgen

Unternehmensbezeichnung (Beatushöhlen-Genossenschaft / St. Beatus-Höhlen Gastronomie GmbH)

Unterschrift

Vorname Name (z.B. Michael Rupp)

Funktion (z.B. Geschäftsleiter)

Telefon

Eine zeitnahe Annahme von eingehenden Telefonanrufen prägen das Erscheinungsbild der BHG und deren Tochtergesellschaften wesentlich mit. Die Details bezüglich Bedienungszeiten des Telefons, der Anmeldung, der Warteschlange, der Vorselektion der Anrufe und der Kaskade sind ausserhalb des Qualitätshandbuchs geregelt.

Eingehende E-Mails

Die auf der info@beatushoehlen.ch eingehenden E-Mails werden innerhalb der nächsten 24 Stunden beantwortet. Falls Abklärungen zur Beantwortung länger dauern, erhält der Absender eine kurze Rückmeldung über den Erhalt der E-Mail und des weiteren Vorgehens.

Signatur bei ausgehenden E-Mails

Die Abteilung Marketing verteilt bei Änderungen die neue Signatur für ausgehende E-Mails. Diese ist von den Mitarbeitenden jeweils entsprechend anzupassen.

Abwesenheitsmeldung bei E-Mails

Die Abwesenheitsmeldung bei externen E-Mails sieht folgendermassen aus (kann auch für interne E-Mails angewendet werden):

Guten Tag

Herzlichen Dank für Ihre E-Mail. Gerne bin ich ab dem (Datum) wieder für Sie da.

Ihre E-Mail wird nicht automatisch weitergeleitet. Bei Fragen und dringenden Anliegen wenden Sie sich bitte an (Vorname Name, Telefonnummer) oder per E-Mail an (E-Mail-Adresse)

Freundliche Grüsse

Signatur ausgehende E-Mails

6.6.2 Kommunikation nach innen

Newsletter aus der Geschäftsleitung

Informationen aus der Geschäftsleitung werden mit einem Newsletter periodisch oder situativ per E-Mail an alle Mitarbeitenden versendet und im Intranet hinterlegt.

Austausch innerhalb der Geschäftsleitung, Abteilungen und Teams

Der regelmässige formelle oder informelle Austausch unter den Mitgliedern der Geschäftsleitung, den Abteilungen und den Teams trägt der Qualitätssicherung bei. Die Gästerückmeldungen werden innerhalb eines ständigen Traktandums anlässlich der regelmässigen Geschäftsleitungssitzungen besprochen.

Kick-Off-Meetings

Vor dem Start in die Sommer- sowie in die Wintersaison findet das halbjährliche Kick-Off-Meeting mit Informationsaustausch und Schulung statt.

Intranet für alle Mitarbeitenden

Innerhalb der Webseite der St. Beatus-Höhlen besteht das Intranet mit individuellen Leserechten für die Mitarbeitenden. Darin werden wichtige Dokumente zum Lesen zur Verfügung gestellt.

6.6.3 Genderneutrale Sprache

In der Verwendung der Gendersprache, mit dem Ziel der Gleichstellung aller Menschen (Inklusion: unabhängig von Geschlecht, ethnischer Herkunft, Religion, Alter, sozialem Status oder anderer Merkmale), bekennen sich die BHG und deren Tochtergesellschaften wenn immer möglich zur Methode der neutralen Begriffe (z.B. Mitarbeitende, Teilnehmende etc.). Diese Methode kann im Vergleich zu anderen Methoden (Gendersternchen, Binnen-I, Gender-Cap etc.) zu mehr Lesefluss führen.

Die Inklusion fördert soziale Gerechtigkeit, stärkt das Gemeinschaftsgefühl, verbessert Innovation und Kreativität und erhöht damit die Zufriedenheit der Gäste und Mitarbeitenden.

6.7 Gastfreundschaft und Servicequalität (Nr. 7)

In der Beziehung zwischen den Gästen und den Gastgebenden (Mitglieder der Verwaltung, Geschäftsleitung, Kader und Mitarbeitende) können durch Einfühlungsvermögen, Zuvorkommenheit, Herzlichkeit, Grosszügigkeit und Wertschätzung positive Emotionen ausgelöst werden. Dabei ist es wichtig, dass die Gäste mit ihren Wünschen und Bedürfnissen wahrgenommen werden und auf sie eingegangen wird.

Die Servicequalität umfasst alle Faktoren, die beeinflussen, wie die Gäste den Service und die Dienstleistungen der BHG und deren Tochtergesellschaften wahrnehmen und bewerten.

Gelebte Gastfreundschaft und eine hohe Servicequalität leisten einen entscheidenden Beitrag für die Zufriedenheit der Gäste und deren Weiterempfehlungen.

7 Qualitätskontrollen

Die Qualitätskontrollen umfassen alle Massnahmen, die dazu dienen, die Qualität zu überwachen und sicherzustellen. Dies beinhaltet regelmässige Kontrollen der einzelnen Qualitätsbereiche mit deren Dienstleistungen, Produkten und der Prozessorganisation.

Gleichzeitig sollen die Rückmeldungen der Gäste und der Mitarbeitenden die Aussenwahrnehmung aufzeigen und damit die Qualitätskontrollen unterstützen.

7.1 Kontrollmethoden

Stichprobenkontrollen und visuelle Kontrollen

Die einzelnen Qualitätsbereiche mit ihren Dienstleistungen und Produkten sowie die Prozessorganisation werden unregelmässig überprüft. Die Kontrollen können durch interne oder externe Personen stattfinden. Durch visuelle Kontrollen können äussere Merkmale und Fehler erkannt werden.

Dokumentenkontrollen

Dies beinhaltet die Kontrolle von Qualitätsdokumenten wie z.B. Prüfprotokollen zur Sicherstellung der Anforderungen.

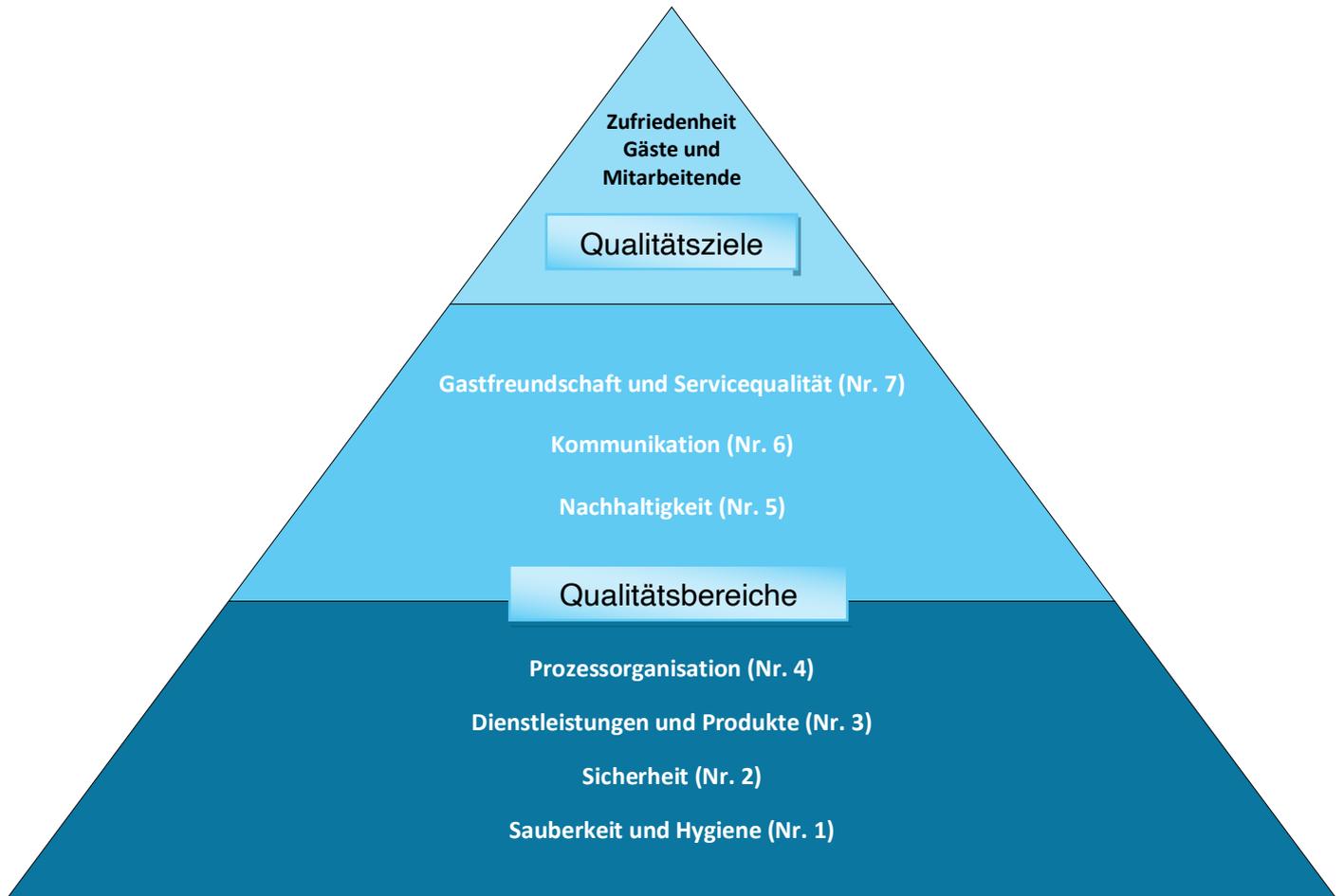
8 Qualitätsverbesserung

Basierend auf den den Rückmeldungen der Gäste und Mitarbeitenden sowie aus den Ergebnissen der Qualitätskontrollen werden Massnahmen und Strategien zur kontinuierlichen Qualitätsverbesserung ergriffen.

9 Qualitätsreporting

Im jährlichen Qualitätsreporting werden die Rückmeldungen der Gäste und Mitarbeitenden, die Ergebnisse der Qualitätskontrollen und die Massnahmen zur Qualitätsverbesserung dokumentiert. Das Qualitätsreporting dient als **Führungsinstrument** bei der Weiterentwicklung der BHG und deren Tochtergesellschaften.

10 Qualitätspyramide



«Vivez et soignez les détails – lebt und pflegt die Details»

11 Schlussbestimmungen

11.1 Genehmigung und Inkrafttreten

Der vorliegende Anhang 8 (Qualitätshandbuch) zum Organisations- und Geschäftsreglement OGR mit Gültigkeit ab 1. Januar 2025 wird am 13. Dezember 2024 von der Verwaltung der BHG genehmigt.

11.2 Anpassung des Qualitätshandbuchs

Das Qualitätshandbuch wird regelmässig überarbeitet und aktualisiert, damit sichergestellt werden kann, dass es den sich ändernden Anforderungen der Branche, der BHG und deren Tochtergesellschaften sowie der Gäste und Mitarbeitenden gerecht wird. Die Verwaltung der BHG behält sich vor, Bestimmungen dieses Handbuchs jederzeit zu ändern.

Die Anpassungen werden den Mitarbeitenden innerhalb von 30 Tagen in geeigneter Form mitgeteilt.

11.3 Anwendbares Recht und Gerichtsstand

Auf Rechtsstreitigkeiten aus dem einzelnen Arbeitsverhältnis ist Schweizer Recht anwendbar und das Gericht am ordentlichen Arbeitsort zuständig.

Sundlauenen, 13. Dezember 2024

Beatushöhlen-Genossenschaft



Michael Lüthi
Präsident



Jürg Lehmann
Vizepräsident

Zeitplan der Genehmigungen, Tätigkeiten und Details des vorliegenden Anhangs 8 zum OGR

Datum der Genehmigung	Tätigkeit	Details
13.12.2024	Inkrafttreten mit Gültigkeit ab 01.01.2025	