

Rezeption in Perfektion

KRAUSLER
RUETZ
SCHNEIDER
WEISSENSTEINER-WIESSLER
WOLFSCHLUCKNER



BS

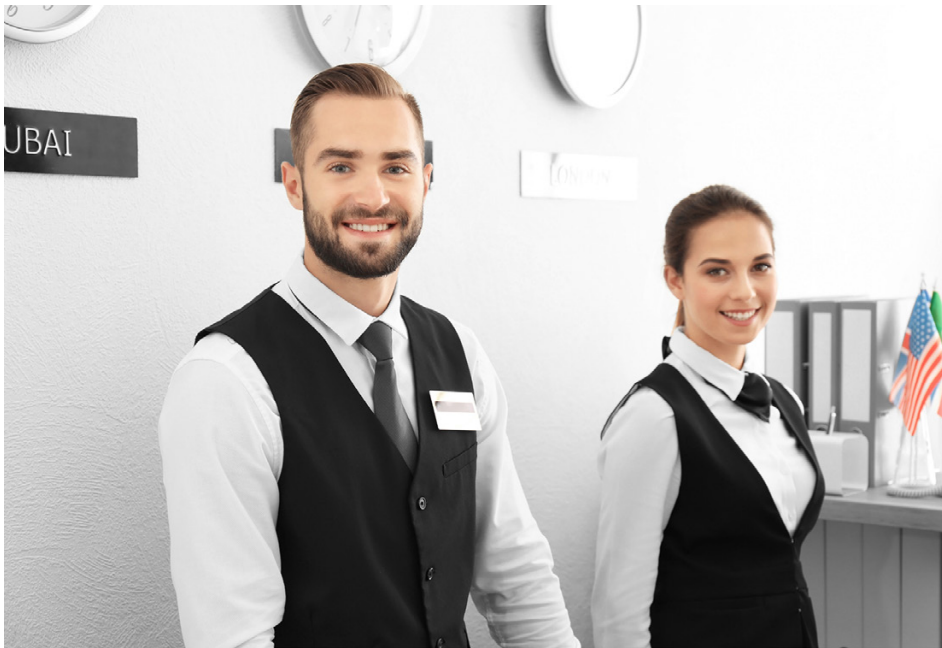
Inhaltsverzeichnis

Mitarbeiterorganisation		7	6.3	Ruf- und Suchanlage	75
			6.4	Brandschutz	75
1	Die großen Organisationssysteme	8	6.5	Sicherheit im Aufzug	77
1.1	Das europäische System	8	6.6	Sicherheit bei Stromausfall	78
1.2	Das amerikanische System	9	6.7	Keycard	78
1.3	Front of the House und Back of the House	10			
2	Mitarbeiter/innen an der Rezeption/im Frontoffice	11	Management des Gästekontakts		81
2.1	Mitarbeiter/innen der Rezeption/des Frontoffice	12	1	Der persönliche Kontakt mit den Gästen	82
2.2	Mitarbeiter/innen der Halle	14	2	Erfolgreiches Telefonieren	88
2.3	Mitarbeiter/innen der Housekeeping-Abteilung	16	2.1	Das Telefonat als akustische Visitenkarte	88
3	Anforderungen an die Mitarbeiter/innen	17	2.2	Richtiges Telefonieren	89
3.1	Persönliche und fachliche Kompetenzen	17	2.3	Anrufbeantworter und Mailbox	96
3.2	Erscheinungsbild	20	2.4	Nationale und internationale Telefonate	96
4	Zusammenarbeit mit anderen Abteilungen	21	2.5	Buchstabiertabelle	97
5	Unfallverhütung und Erste Hilfe	23	3	Beschwerdemanagement	98
5.1	Unfallverhütung	23	3.1	Die Beschwerde	99
5.2	Erste Hilfe	23	3.2	Aktives und passives Beschwerdemanagement	101
5.3	Hygiene	26	3.3	Qualitätsmanagement: Korrektur- und Vorbeugemaßnahmen	104
Die Ausstattung der Rezeption		29	4	Schriftliches Informationsmanagement	105
1	Allgemeines	30	4.1	Aktiver Verkauf durch gezielte Informationen	106
2	Bauliche Erfordernisse und technisches Equipment der Räumlichkeiten	30	4.2	Typografie und Layout	110
2.1	Notwendiges Equipment im Frontoffice	33	4.3	Erstellung von Speisen-, Menü- und Getränkekarten	114
2.2	Notwendiges Equipment im Backoffice	34	4.4	Informationen zur Gästebetreuung	123
2.3	Technische Gesamtlösungen für den Front- und Backofficebereich	35	Von der Anfrage bis zum Check-out		128
2.4	Ergonomie am Arbeitsplatz	35	1	Wie Gäste auf ein Hotel aufmerksam werden	129
2.5	Aufenthaltsbereich und gastronomischer Bereich	36	2	Anfrage und Angebot	130
3	Technische Ausstattung	37	2.1	Anfrage	131
3.1	Grundausstattung	38	2.2	Angebot	133
3.2	Frontoffice-Software	38	3	Reservierung	137
3.3	Wahl der passenden EDV-Anlage	40	3.1	Ausfüllen der Zimmerreservierung	138
4	Organisationsmittel	42	3.2	Übertrag in die Gästekartei	138
4.1	Ihre individuell gestaltete Rezeptionsmappe	42	3.3	Eintragung in das Reservierungssystem	139
4.2	Ordnersysteme	44	3.4	Die Reservierungsbestätigung	139
4.3	Pläne	47	3.5	Die Akontozahlung	141
4.4	Gesetzlich vorgeschriebene Organisationsmittel	53	3.6	Storno einer Reservierung	141
4.5	Formulare	57	3.7	Absage	142
4.6	Listen	65	4	Anreise und Gästebetreuung (Check-in und Guest Relations)	143
4.7	Organisationsmittel für die Gästebetreuung	69	4.1	Check-in	143
5	Ausstattung der Gästezimmer	72	4.2	Gästebetreuung	146
5.1	Zimmerarten	72	5	Gästeabreise (Check-out)	148
5.2	Informationsmaterial im Gästezimmer	73	5.1	Check-out an der Rezeption	148
5.3	Trends	73	5.2	Quick-Check-out	149
6	Sicherheit im Hotelbetrieb	74	5.3	Die Gästerechnung	149
6.1	Alarmanlagen	74	5.4	Verabschiedung des Gastes	149
6.2	Safes	74	5.5	Nachbetreuung	150
			5.6	Sonstiger Schriftverkehr	150

Abrechnung	152	2.3	Tisch- und Tafelinventar	204
1 Gästeabrechnung	153	2.4	Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter	205
1.1 Erfassen der Leistungen	153	3	Verkauf und Organisation von Veranstaltungen	206
1.2 Zuteilung der Leistungen nach Steuergruppen	154	3.1	Verkaufsgespräch	207
1.3 Erstellen einer korrekten Gästerechnung	155	3.2	Verkaufsunterlagen (Informationsmappe, Konferenzmappe, Bankettmappe)	209
1.4 Der Tagesabschluss	156	3.3	Checklisten und Functionsheets	210
1.5 Zahlungsarten	157	4	Durchführung von Veranstaltungen	211
2 Abrechnung mit anderen Abteilungen – Erlösabrechnung	161	5	Organisation von Seminaren	212
2.1 Abrechnung der Minibar	162	Marketing		216
2.2 Abrechnung mit Restaurant und Bar	163	1 Erstellung eines Marketingkonzepts		217
2.3 Abrechnung mit weiteren Abteilungen	163	1.1 Vision und Leitbild des Unternehmens		217
3 Zusatzverkäufe der Rezeption	164	1.2 Erhebung des Istzustandes – die Istanalyse		219
4 Einkauf und Controlling	165	1.3 Marketingziele		226
4.1 Einkauf	165	1.4 Marketingstrategie		228
4.2 Controlling	166	1.5 Marketingmix – Marketinginstrumente		229
Interne Kommunikation	173	2 Erfolgskontrolle		240
1 Dienstübergabe	174	Webmarketing		243
2 Abteilungskoordination	175	1 Allgemeine Einführung und Bedeutung von Webmarketing		244
2.1 Abteilungsleiterbesprechung	175	2 Grundpfeiler des erfolgreichen E-Commerce für Hotels		246
2.2 Mitarbeiterbesprechung	176	2.1 Effektives Onlinemarketing		246
2.3 Veranstaltungsbesprechung	179	2.2 Die Hotelwebsite als Webmarketing-Instrument		248
3 Interne Kommunikationsmittel	179	2.3 Online Travel Agencies/OTAs für den Hotelvertrieb		253
3.1 Functionsheet	179	2.4 Social Media		258
3.2 Memo als innerbetriebliche Anweisung	180	2.5 Preisgestaltung im Internet/Pricing		263
3.3 EDV-Schnittstellen	181	Getränkemarkt		269
Zusammenarbeit mit Reisebüros	184	1 Wässer		272
1 Reisebüros – allgemeine Einführung	185	2 Frucht- und Gemüsegetränke		275
2 Reiseveranstalter – Reisevermittler	186	2.1 Herstellung von Frucht- bzw. Gemüsegetränken		275
2.1 Reiseveranstalter (Tour Operator, Wholesaler)	186	2.2 Arten von Frucht- bzw. Gemüsegetränken		276
2.2 Reisevermittler (Travel Agent, Retailer)	186	2.3 Verkauf und Service von Säften		276
2.3 Mischbetriebe	186	3 Erfrischungsgetränke		277
3 Incoming-/Outgoing-Reisebüros	187	3.1 Arten von Erfrischungsgetränken		277
4 Aufgaben und Leistungen von Reisebüros	188	3.2 Verkauf und Service von Erfrischungsgetränken		279
4.1 Rechtsgrundlagen	188	4 Milch und Milchmodischgetränke		280
4.2 Leistungsangebot	189	4.1 Milchprodukte		280
5 Zusammenarbeit der Reisebüros mit Hotels	191	4.2 Milchmodischgetränke		281
5.1 Korrespondenz zwischen Hotel und Reisebüro	192	4.3 Verkauf und Service von Milch		282
5.2 Kooperationsabkommen	195	5 Kaffee		282
5.3 Voucher	195	5.1 Die Kaffeepflanze		283
5.4 Reisebüroabrechnung	195	5.2 Die Kaffeeaufbereitung		284
5.5 TV-Reiseshopping	196			
Veranstaltungsmanagement	199			
1 Veranstaltungsarten	200			
2 Betriebliche Voraussetzungen	203			
2.1 Räumlichkeiten	203			
2.2 Technische Einrichtungen	204			

5.3	Kaffeeprodukte	285	16	Aromatisierte Weine	343
5.4	Zubereitung in der Gastronomie	285	16.1	Wermut (Vermouth)	343
5.5	Kaffeegetränke und Kaffeespezialitäten	286	16.2	Quinquinas	343
5.6	Verkauf und Service von Kaffee	287	17	Obstweine	343
6	Kakao	288	18	Spirituosen	344
6.1	Aufbereitung	288	18.1	Destillation und Fertigstellung von Spirituosen	344
6.2	Kakaoprodukte und ihre Zubereitung	289	18.2	Arten von Spirituosen	345
7	Tee	290			
7.1	Aufbereitung von schwarzem (fermentiertem) Tee	291	Menükunde		357
7.2	Teequalitäten nach Blattgröße	292			
7.3	Teeprodukte	292	1	Menüreihenfolge	358
7.4	Service von Tee	293	2	Speisengruppen	359
8	Alkohol	296	2.1	Gaumenfreuden (Amuse-Bouches)	360
9	Bier	297	2.2	Kalte Vorspeisen	360
9.1	Herstellung von Bier	297	2.3	Suppen	360
9.2	Bierarten und -spezialitäten	299	2.4	Warme Vorspeisen	361
9.3	Verkauf und Service von Bier	300	2.5	Fische und Meeresfrüchte	362
10	Wein	302	2.6	Sorbets (Eisgetränke)	362
10.1	Weinbau	303	2.7	Hauptgerichte, Saucen und Beilagen	362
10.2	Weinerzeugung	304	2.8	Käse	364
10.3	Weinbeurteilung	307	2.9	Süßspeisen	364
10.4	Verkauf und Service von Wein	308	3	Menüerstellung und Menüarten	365
11	Weinbau in Österreich	311	3.1	Grundsätze für die Menüerstellung	365
11.1	Österreichisches Weingesetz	311	3.2	Menüarten	366
11.2	Österreichische Weingüteklassen	312	4	Korrespondierende Getränke	367
11.3	Österreichische Qualitätsrebsorten	313	4.1	Aperitif	368
11.4	Österreichische Weinbauregionen und Weinbaugebiete	314	4.2	Bier	368
12	Weinbau in Europa	325	4.3	Wein und Schaumwein	368
12.1	Weinbau in Deutschland	325	4.4	Alkoholfreie Getränke	369
12.2	Weinbau in Frankreich	326	4.5	Digestif	369
12.3	Weinbau in Italien	329			
12.4	Weinbau in Spanien	332	Servierkunde		372
12.5	Weinbau in Portugal	333			
12.6	Weinbau in der Schweiz	333	1	Das Einmaleins des Servierens	373
12.7	Weinbau in Ungarn	333	1.1	Servierregeln	373
12.8	Weinbau in Griechenland	333	1.2	Decken und Servieren der einzelnen Speisenfolgen	373
13	Weinländer der „neuen“ Welt	334	2	Grundlegende Servier- und Tragübungen	376
13.1	USA	334	3	Tischkultur und Tischoptik	377
13.2	Chile	335	3.1	Grundgedecke	378
13.3	Argentinien	335	3.2	Kuvert (Couvert)	378
13.4	Südafrika	335	3.3	Menügedecke	379
13.5	Neuseeland	336	3.4	Tischdecken	379
13.6	Australien	336			
14	Schaumweine	337	Fachbegriffe		387
14.1	Champagner	337	Stichwortverzeichnis		394
14.2	Internationale Schaumweine und Perlwein	338	Literaturverzeichnis		398
14.3	Verkauf und Service von Schaumwein	339	Bildnachweis		399
15	Likörweine	340			
15.1	Sherry	340			
15.2	Portwein	341			
15.3	Weitere Likörweine	342			

Mitarbeiterorganisation



Wie ist ein Hotel, in dem viele Mitarbeiter/innen beschäftigt sind, organisiert? Als Mitarbeiter/in an der Rezeption ist es wichtig, alle Positionen zu kennen und zu wissen, wer wofür zuständig ist. Hinter einer perfekten Gästebetreuung steht ein gutes Team – vom Empfang über das Restaurant, die Bar, die Küche, das Zimmer bis zum Wellnessbereich.

Die Rezeption ist dabei eine entscheidende Schnitt- und Anlaufstelle. Im folgenden Kapitel lernen Sie die Position der Rezeption im Gesamtbetrieb sowie die Arbeit der Rezeptionsmitarbeiter/innen und ihre Qualifikationen kennen.



Meine Ziele

Nach Bearbeitung dieses Kapitels kann ich

- die Unterschiede zwischen amerikanischem und europäischem System und zwischen „Front of the House“ und „Back of the House“ erklären;
- die Organisation der Rezeption bzw. des Frontoffice kurz beschreiben;
- die einzelnen Arbeitsplätze und Positionen in der Rezeption sowie der Halle benennen;
- die Aufgaben der Mitarbeiter/innen an der Rezeption darlegen;
- ein Anforderungsprofil für Rezeptionsmitarbeiter/innen erstellen;
- das Erscheinungsbild und die Berufskleidung beschreiben;
- die Zusammenarbeit mit anderen Abteilungen erläutern;
- Hygienevorschriften einhalten, das Konzept von HACCP umsetzen und das richtige Verhalten im Notfall beschreiben.

KOMPETENZ-
ERWERB

Cäsar Ritz = auch als „König der Hoteliers“ bezeichnet. In der zweiten Hälfte des 19. Jhs. leitete der gebürtige Schweizer zahlreiche Hotels in Europa, z. B. das legendäre Hotel Ritz in Paris.



Hotel Ritz in Paris

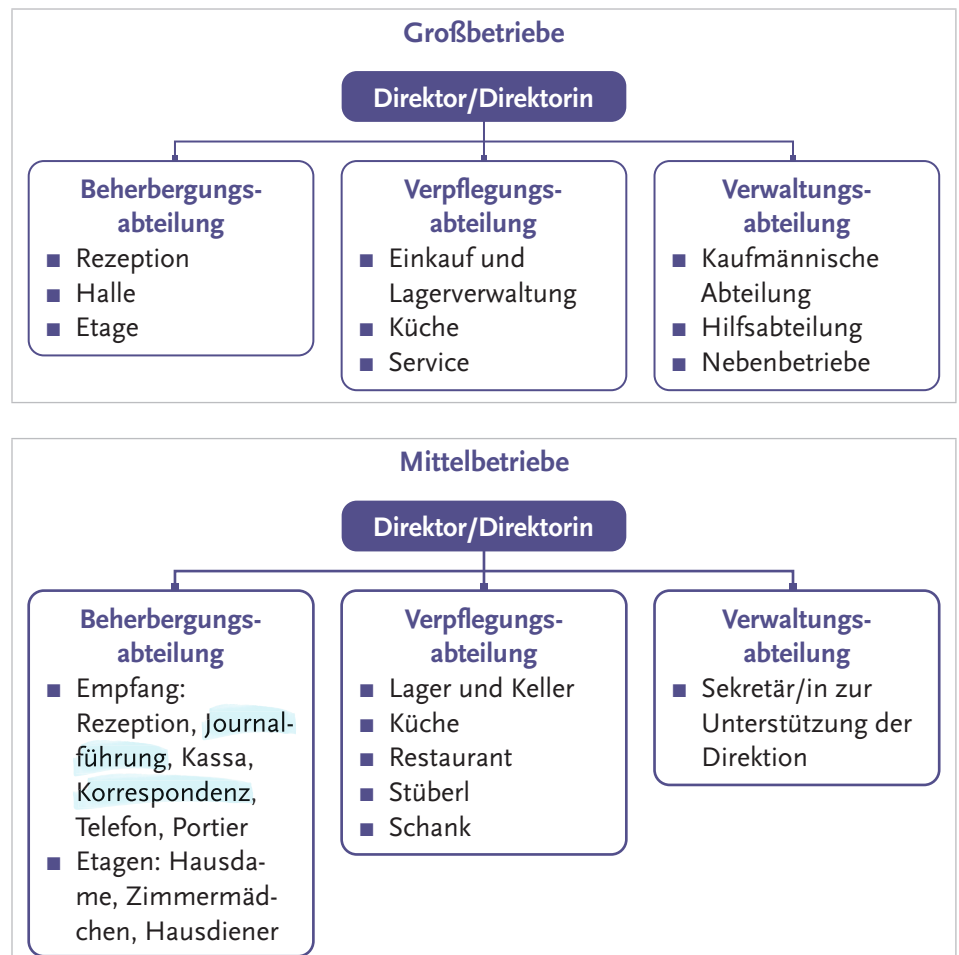
1 Die großen Organisationssysteme

Finden Sie die 10 größten internationalen Hotelketten, die weltweit vertreten sind.

Wie alle Arbeitsabläufe in einem Hotel reibungslos funktionieren und die Mitarbeiter/innen optimal eingesetzt werden, darüber haben sich schon im 19. Jahrhundert bedeutende Köpfe der Hotellerie Gedanken gemacht. Der Schweizer **CÄSAR RITZ** entwickelte in Paris das sogenannte **europäische Organisationssystem** für die individuelle Gästebetreuung. Aus Amerika kommt das **amerikanische Organisationssystem**. Es wird vor allem von internationalen Hotelketten verwendet.

1.1 Das europäische System

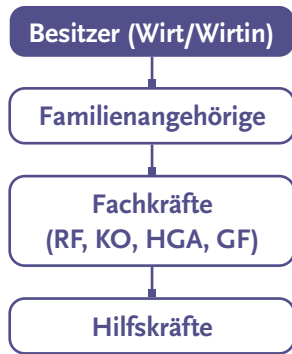
Das europäische System wurde im 19. Jahrhundert von CÄSAR RITZ in Paris für die individuelle Betreuung von Gästen entwickelt und später von vielen ähnlichen Betrieben übernommen. Dieses System ist sehr personalintensiv.



Journalführung = in einem Journal werden sämtliche Buchungen eines Zeitraumes festgehalten, es dient z. B. als Grundlage für das Erstellen von Rechnungen.

Korrespondenz = Schriftverkehr.

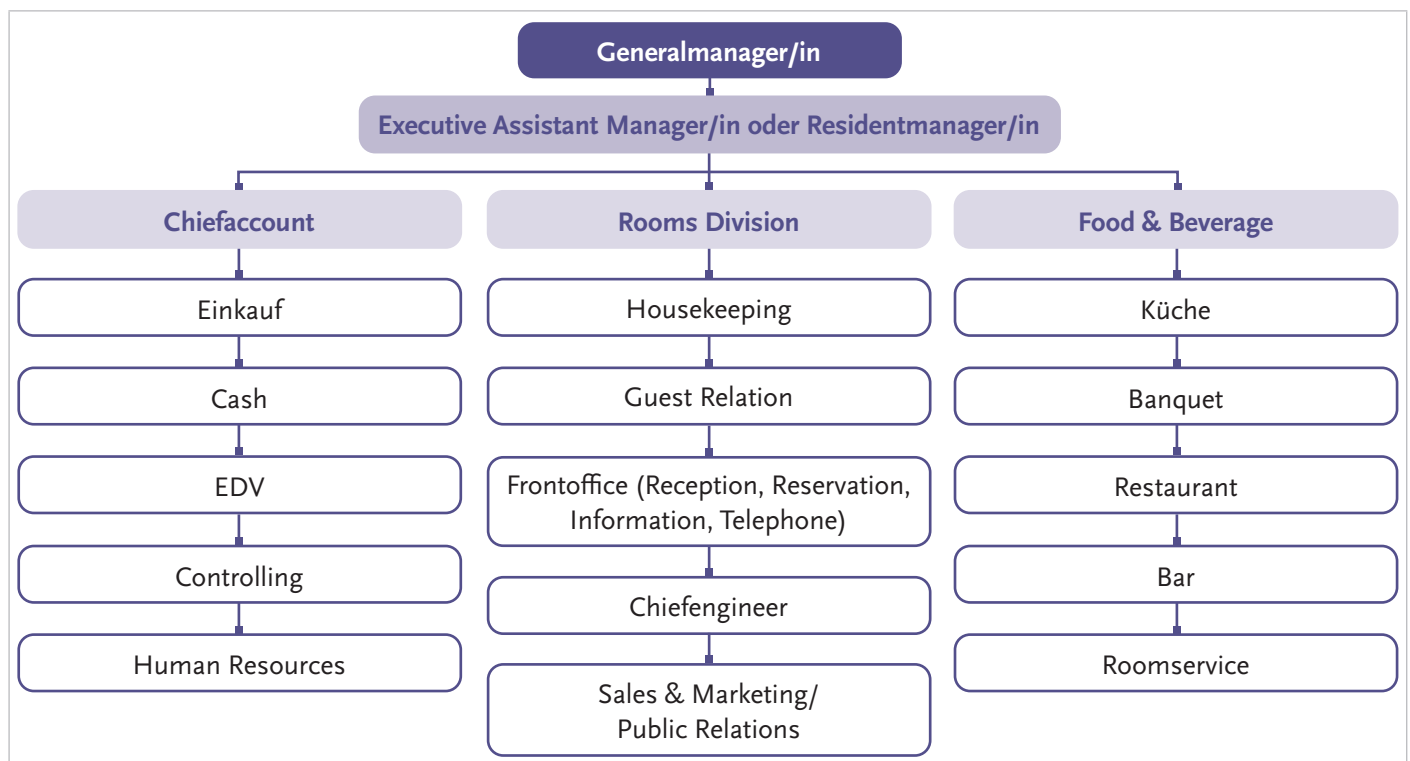
Kleinbetriebe



Als **Generalmanager/in** führt man den Hotelbetrieb. Man ist in dieser Funktion für alle organisatorischen und kaufmännischen Belange verantwortlich. Im europäischen System entspricht diese Position der/dem **Direktor/in**.

1.2 Das amerikanische System

Das amerikanische System wird vor allem in Hotelketten verwendet (z. B. Sheraton Corporation, Intercontinental, Marriott, Hilton International etc.)



Aufgrund hoher Mitarbeiterkosten werden heute diese klassischen Strukturen der Mitarbeiterorganisation oft aufgebrochen und gestrafft, Aufgaben werden zusammengefasst und Hierarchien/Führungsebenen abgebaut. Heute findet man in den meisten Hotels eine Vermischung beider Systeme, je nach Größe des Betriebs und Verfügbarkeit der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.



Gehen Sie mit Ihrer Banknachbarin/Ihrem Banknachbarn die Abteilungen Ihres Ausbildungsbetriebs durch und vergleichen Sie sie mit den hier angeführten Systemen. Welche Gemeinsamkeiten und Unterschiede stellen Sie fest?

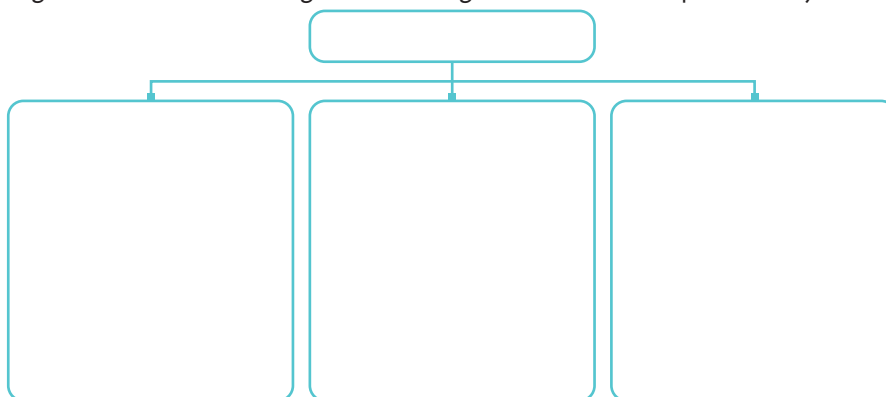
1.3 Front of the House und Back of the House

Die Mitarbeiter/innen werden den Bereichen **Front of the House** und **Back of the House** zugeordnet.



Aufgabenstellungen

1. Erklären Sie, wer César Ritz war.
2. Ergänzen Sie die Abteilungsbezeichnungen nach dem europäischen System:



3. Vergleichen Sie das europäische mit dem amerikanischen System und ergänzen Sie die jeweils entsprechenden Abteilungen.

Abteilungen im europäischen System	entspricht	Abteilungen im amerikanischen System
Rezeption/Halle	=	
	=	Housekeeping
Verpflegungsabteilung	=	
	=	Chiefaccount

4. Erstellen Sie ein Organigramm Ihres Lehrbetriebs am PC.
5. Führen Sie aus, was der Unterschied zwischen „Front of the House“ und „Back of the House“ ist.
6. Zählen Sie je vier Mitarbeiter/innen der Front-of-the-House- und der Back-of-the-House-Abteilung auf.



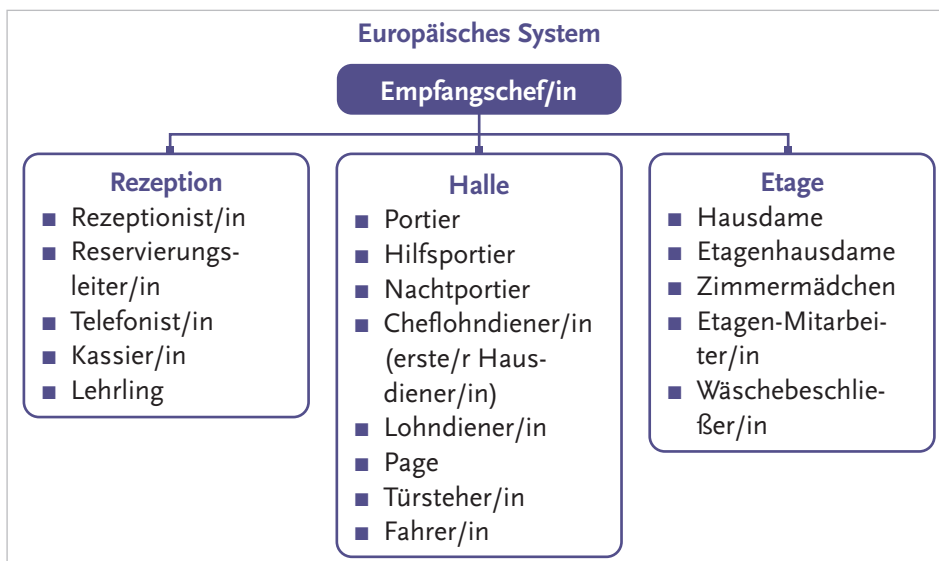
Front of the House	Back of the House

2 Mitarbeiter/innen an der Rezeption/im Frontoffice

Diskutieren Sie mit Ihren Kolleginnen und Kollegen. Welche Tätigkeiten fallen in den Aufgabenbereich einer Rezeptionistin/eines Rezeptionisten?



Mitarbeiter/innen im Frontoffice und in der Halle sind die ersten Ansprechpartner für Gäste



Egal, welches System der Organisation eines Betriebs zugrunde liegt – die Arbeitsbereiche der Mitarbeiter/innen müssen klar definiert und nachvollziehbar sein.



Der diensthabende Manager wird **Manager on Duty** genannt. Er übernimmt die Agenden des General Managers, wenn dieser nicht im Haus ist.

Die vorgesetzte Stelle ist **der/die Resident Manager/in**. Sie/er ist meist stellvertretende General Managerin bzw. stellvertretender General Manager und für den Bereich **Logis** verantwortlich. Ihr/ihm obliegt es, eine optimale Wertauslastung, d. h. eine höchstmögliche Zimmerauslastung zum höchstmöglichen Zimmerpreis, zu erzielen.



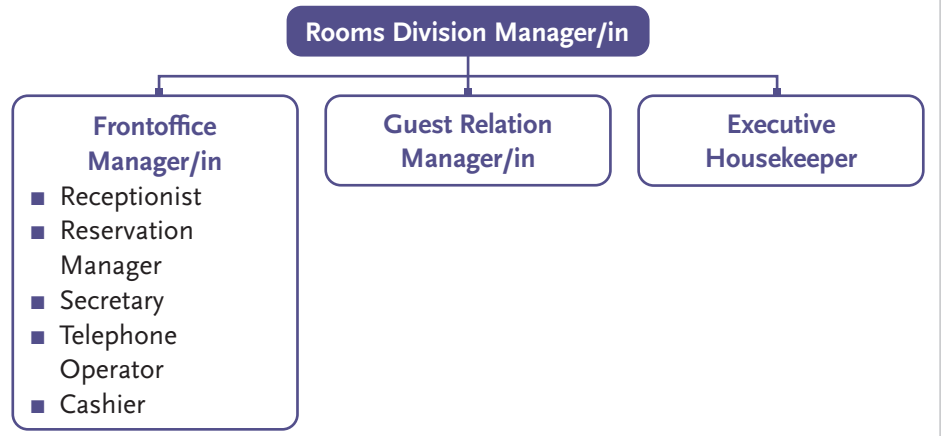
Eine/n Rooms Division Manager/in sowie Guest Relation Manager/in gibt es nur in großen Hotels. In mittelgroßen Hotels übernimmt die Leitung dieser Abteilung die/der Frontoffice Manager/in, die/der dann gleichzeitig auch das Housekeeping-Department leitet und für alle Guest Relations zuständig ist.

Room Forecast = Buchungsvorschau.

Key Figures = Kennzahlen. Sie machen Ergebnisse vergleichbar und dienen der buchhalterischen Kontrolle.

Guest History = Aufzeichnung der Gästedaten und -wünsche vorangegangener Aufenthalte als Teil der Gästekartei (Umsätze, Zimmernummer, Mailings, Sonderwünsche etc.).

Amerikanisches System



2.1 Mitarbeiter/innen der Rezeption/des Frontoffice

Rooms Division Manager/in

Ist zuständig für

- den reibungslosen Ablauf im gesamten Frontoffice-Bereich.
- eine optimale Hotelbelegung (Auslastung).
- die Koordination des Reisebüro-, Gruppen- und Individualgeschäfts.
- ein geordnetes Berichtswesen in ihrem/seinem Bereich.



Empfangschef/in, Rezeptionschef/in (Frontoffice Manager = FOM)

Der/die Empfangschef/in

- ist die Vertretung der Direktion.
- plant eine optimale Auslastung des Hotels zum optimalen Preis.
- kontrolliert und überwacht Check-in und Check-out.
- erstellt den **Room Forecast** und ermittelt die dazugehörigen **Key Figures**.
- sorgt für einen reibungslosen Ablauf in den Bereichen Rezeption, Reservierung, Kassa, Halle, Information und Telefonzentrale und ist für die Mitarbeiter/innen dieser Bereiche und die Überprüfung ihrer Tätigkeiten verantwortlich.
- ist zuständig für Empfang und Verabschiedung der Gäste und betreut die **Guest History** in der Gästekartei.
- leitet das Rezeptionsteam und ist zuständig für die Dienstplanerstellung, für Mitarbeiterschulungen, für das Erstellen von Anforderungsprofilen, für die Einstellung neuer Mitarbeiter/innen etc.
- arbeitet eng mit der Buchhaltung, dem Housekeeping-Department, der Verkaufs- bzw. PR-Abteilung und der Food-and-Beverage-Abteilung zusammen.
- erstellt mithilfe der Hotelsoftware den Tages- bzw. Monatsabschluss.
- rechnet die Restaurantkassen ab.
- ist Beschwerdeanlaufstelle.



Rezeptionist/in (Receptionist, Room Clerk)

Der Rezeptionist/die Rezeptionistin

- unterstützt die Empfangschefin/den Empfangschef bei ihren/seinen Tätigkeiten.
- ist Schichtführer/in in Vertretung der Empfangschefin/des Empfangschefs.
- sorgt für einen reibungslosen Aufenthalt für den Gast.
- organisiert Gästeanreise, Anmeldung und Zimmerzuteilung.
- ist für Check-in und Check-out zuständig.
- stellt den Kontakt zwischen Gästen und zuständigen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern (z. B. Bankettabteilung) her.
- übernimmt die Gästekorrespondenz in Absprache mit der Reservierungsleitung.
- betreut die Telefonzentrale.
- übernimmt die Post und teilt sie den Abteilungen zu.
- erstellt Logispläne, VIP-Listen, Zeitungslisten für VIPs etc.
- macht die Ablage aller Pläne, Listen (z. B. An- und Abreiselisten), Rechnungen und des Schriftverkehrs.
- erstellt die Zimmerrechnungen und leitet sie der Frontoffice Managerin/dem Frontoffice Manager zur Kontrolle weiter.
- ist in Mittelbetrieben auch für die Aufgaben der Kassierin/des Kassiers zuständig.



Die professionelle Gästebetreuung ist eine der wichtigsten Aufgaben, die man als Rezeptionist/in übernimmt.



„Es gibt keine Gästeanfrage, die unbeantwortet bleiben muss.“ Was sagen Sie zu dieser Aussage?

Wie reagieren Sie auf Gästeanfragen, auf die Sie keine Antwort wissen? Spielen Sie solche Situationen durch und sammeln Sie drei Beispiele. Finden Sie die besten Lösungen.



Eine Stellenbeschreibung für die Position eines Rezeptionisten/einer Rezeptionistin finden Sie in der TRAUNER-DigiBox.

Aufgaben der Rezeptionsmitarbeiter/innen im Sales- und PR-Bereich

- Entwicklung verkaufsfördernder Programme.
- Stammkundenkontakt.
- Erstellung von Informationsmaterial.
- Organisation von Pressekonferenzen.
- Herausgabe einer Hauszeitung.
- Kontakt zur Presse.
- Wartung der Free-Sale-Systeme/Onlinebuchungsplattformen, z. B. hrs.de (Preise, Verfügbarkeit, Buchungsbedingungen, Sperrdaten).

Sale = Verkauf

PR = Public Relations; Öffentlichkeitsarbeit (siehe auch S. 235 ff.).

Reservierungsleiter/in (Reservation Manager)

Der/die Reservierungsleiter/in

- hat die Verantwortung für die gesamte Reservierungsabteilung.
- nimmt die Reservierungen laut Belegungsplan in Absprache mit der Empfangschefin/dem Empfangschef entgegen.
- betreut die gesamte Gästekorrespondenz: Angebotserstellung, Reservierungsbestätigung, Stornos, Mailings, Follow-ups.
- plant die optimale Zimmerauslastung des Hotels.
- erstellt nach Rücksprache mit der Empfangschefin/dem Empfangschef den Dienstplan der ihr/ihm unterstellten Mitarbeiter/innen.
- organisiert das Büro in der Reservierungsabteilung (Ablagesystem der Korrespondenz etc.).
- verwaltet die **Kontingente** (Reisebüros, Kurverwaltungen, Gemeinden, Internetbuchungsplattformen etc.).
- kontrolliert die Einhaltung der Preispolitik.



Mehr zur Dienstplanerstellung erfahren Sie ab S. 52 f.



Mehr zum Thema Kontingente erfahren Sie ab Seite 191.

Die Position der Telefonistin/des Telefonisten gibt es nur in Großbetrieben. In Klein- und Mittelbetrieben werden diese Tätigkeiten von der Rezeptionistin/vom Rezeptionisten übernommen.



Weitere Informationen zum Berufsbild eines Hotel- und Gastgewerbeassistenten/einer Hotel- und Gastgewerbeassistentin finden Sie z. B. unter:

- www.bic.at/berufsinformation.php?beruf=hotel-und-gastgewerbeassistentin_lehrberuf&brfid=259
- www.wkv.at/sektionen/tf/pdf/BerufsbildHGA.pdf
- www.wko.at/service/bildungslehre/berufs-und-brancheninfo-hotel-und-gastgewerbeassistentin.html

Informationen zum Berufsbild eines/einer Hotelkaufmann/-frau finden Sie z. B. unter:

- www.wko.at/branchen/tourismus-freizeitwirtschaft/hotellerie/Lehrberuf-Hotelkaufmann-Hotelkauffrau_2.pdf
- www.wko.at/branchen/tourismus-freizeitwirtschaft/hotellerie/Ausbildungsleitfaden-Hotelkaufmann-Hotelkauffrau.pdf
- www.bic.at/berufsinformation.php?beruf=hotelkaufmann-hotelkauffrau_lehrberuf&brfid=2419

In Familienbetrieben und kleinen Ferienhotels fallen die Aufgaben der Hallen- und Rezeptionsmitarbeiter/innen zusammen.

Telefonist/in (Telephone Operator = TO)

Der/die Telefonist/in

- ist die erste Ansprechperson für den Gast.
- vermittelt die eingehenden Gespräche schnell und kompetent.
- erstellt Gesprächsnotizen für Gäste und Mitarbeiter/innen.



Kassier/in (Chief Cashier, Cashier)

Der/die Kassier/in

- ist für die Gästeabrechnungen zuständig, bucht konsumierte Leistungen auf die Zimmerrechnung; kontrolliert und kassiert die Zimmerrechnung/Gästerechnung bei der Abreise.
- erledigt den Geldwechsel für die Gäste und tätigt Barauslagen für sie, z. B. für Blumen, Taxi.
- führt das tägliche Kassabuch/Hoteljournal.
- führt die Kreditkartenabrechnungen durch.
- verwaltet das Wertsachendepot, wenn kein Zimmersafe vorhanden ist.



Lehrling Hotel- und Gastgewerbeassistent/in, HGA-Lehrling (Hotel and Restaurant Trade Commercial Assistant-Apprentice) bzw. Lehrling Hotelkaufmann/Hotelkauffrau

Lehrlinge werden in allen Bereichen der Beherbergungsabteilung, wie Reservierung, Rezeption, Portiersloge und Etage, eingesetzt. Die Aufgaben entsprechen jenen der jeweiligen Position, werden allerdings nicht in Vollverantwortung übernommen. Die Ausbildung muss nach dem Berufsbild erfolgen.

Entfällt eine der in Kapitel 2.1 bisher angeführten Positionen, so ist der sogenannte **Alleinrezeptionist** für die Abwicklung aller Tätigkeiten und Aufgaben verantwortlich.

2.2 Mitarbeiter/innen der Halle

Die Mitarbeiter/innen der Halle haben den ersten persönlichen Gästekontakt, haben diese entsprechend zu empfangen und das Haus standesgemäß zu repräsentieren.

Portier (Chief Concierge)

Portiers gibt es vorwiegend in der gehobenen Stadthotellerie. In Ferienbetrieben übernehmen diese Aufgaben die Mitarbeiter/innen der Rezeption. Als Hotelportier ist man Chef/in der Halle und zuständig für die Mitarbeiter/innen der Halle.

Der Portier ist zuständig für die Gästeinformation (z. B. Fahrpläne), die Organisation von Ausflügen für die Gäste, er organisiert den Transfer der Gäste (zum Flughafen, zu Veranstaltungen und retour), bestellt Taxis, reserviert Restauranttische, vereinbart Termine, besorgt Eintrittskarten, Skipässe, Theaterkarten etc.

In dieser Position ist es wichtig, ein gutes Personengedächtnis zu haben und gerne mit Menschen zu tun zu haben, da man die erste und zentrale Informations- und Anlaufstelle für die Gäste ist.



Wussten Sie, dass ...

für die Berufsbezeichnung „Portier“ keine weibliche Form existiert?



Das Festhalten von Informationen und Vorlieben in der Gästekartei unterstützt bei der täglichen Arbeit!

Der **Hilfsportier** unterstützt in Großbetrieben den Portier bei allen Aufgaben. Der **Nachtportier/Nachtrezeptionist/die Nachtrezeptionistin** betreut die Halle und Rezeption in der Nacht und erstellt mit dem Frontoffice-Programm die Statistiken und den Tagesabschluss. Sie/er übernimmt Aufgaben des Rezeptionisten/der Rezeptionistin in der Nacht.

Cheflohndiener/in (Bellcaptain)

Ist verantwortlich für die Organisation des Gepäcktransports und für Botengänge. Ihn unterstützen **Lohndiener (Porter)** und **Pagen (Bellboys)**.



Page



Türsteher

Türsteher/in (Doorman)

Sie/er erwartet die Gäste am Hotelportal, öffnet die Autotüren, hilft den Gästen beim Ein- und Aussteigen und verständigt die Lohndienerin/den Lohndiener von der Ankunft des Gastes. Ebenso organisiert sie/er Taxis für die Gäste.

Fahrer/in, Wagenmeister/in (Driver)

Als Fahrerin bzw. Fahrer ist man für den Gästetransfer vom/zum Bahnhof, Flughafen oder Theater zuständig und übernimmt das Parken der Gästeautos.



Aufgabenstellungen

1. Füllen Sie das Reservierungsformular für Familie Berger (s. S. 130) aus. Notieren Sie alle Details und Wünsche.



Reservierung

- ☐ Anfrage
☐ Reservierung Def. ☐ Telefonisch
☐ Reservierung Opt. bis _____ ☐ Persönlich
☐ Hotelunterlagen
☐ Storno

Name: _____

Kontaktperson: _____

Straße: _____

Land: _____ PLZ: _____ Ort: _____

Telefon: _____ Fax: _____

E-Mail: _____

KK-Nr.: _____ Validity: _____

Voraussichtlicher Aufenthalt von _____ bis _____

Personen Insgesamt: _____ davon Kinder: _____ im Alter von: _____

Kategorie:

- ☐ EZ
☐ DZ/Twin
☐ DRZ
☐ APP
☐ SUI

- ☐ Dusche/Bad/WC
☐ Dusche/Bad/WC
☐ Dusche/Bad/WC
☐ Balkon/Terrasse
☐ Kamin

Arrangement:

- ☐ UE
☐ F
☐ HP
☐ VP
☐ Hund

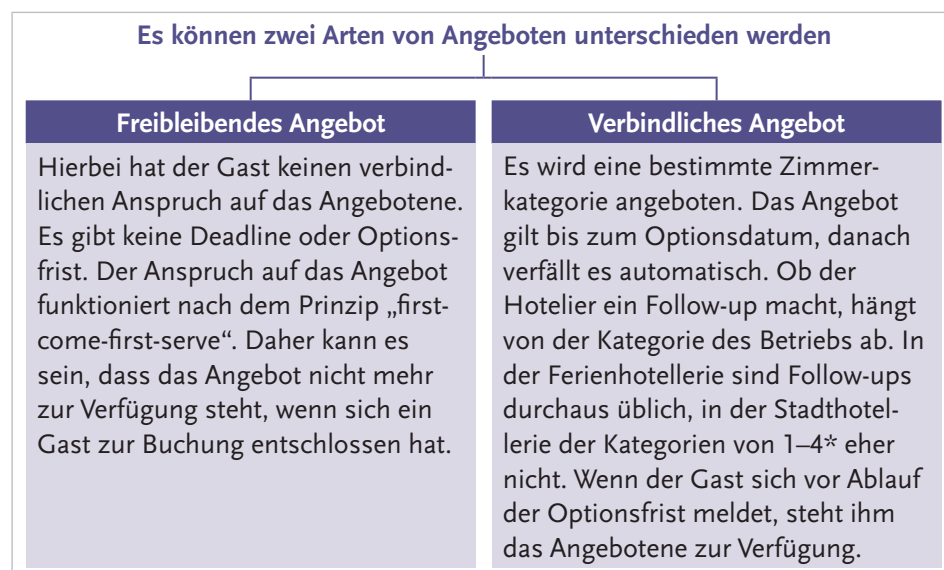
Bemerkungen:

Datum: _____ Entgegengenommen von: _____

2. Vergleichen Sie dieses Formular mit jenem, das Sie in Ihrem Betrieb verwenden, nennen Sie Vor- und Nachteile.

2.2 Angebot

Die schriftliche Anfragebeantwortung ist einer der wichtigsten Punkte des aktiven Hotelmarketings. Sie ist neben den tatsächlichen Leistungen eines Betriebs mitentscheidend, ob der Gast seinen Aufenthalt bucht.



Hält man sich beim Verfassen der Adresse an die Postnorm, so ist eine rasche Übermittlung gewährleistet. Andernfalls verzögert sich die Zustellung.



Infos zur Postnorm:
www.post.at,
 Produkte und Entgelte, Briefe richtig gestalten.

Inhalte des Angebots

Briefkopf und Informationskamm: Firmenname, Rechtsform, Adresse, Telefonnummer, Faxnummer, Internet- und E-Mail-Adresse sowie Firmenbuchnummer und -gericht des Hotels.

Informationskamm = Informationen in der Fußzeile (auf dem Briefpapier bereits vorgedruckt).

Beispiel: Informationskamm

Hotel Vier Jahreszeiten **** | Hohe Marktstraße 10, 7777 Tannenstadt
 Tel: +43 3623 456 77 22 | Fax: +43 3623 456 77 89
 rezeption@tannenstadt-vierjahreszeiten.at | www.tannenstadt-vierjahreszeiten.at
 Privatbank Sperling | IBAN: AT76 0000 6789 2100 0071 | BIC: SPAEAT200
 UID: ATU 12451768 | FN 129970e | DVR-Nr: 0097641 | Firmengericht: Tannenstadt

Anschrift des Gastes: Titel, Vor- und Zuname, Straße, Postleitzahl, Ort und Staat.

Datum der Anfrage: Nach Möglichkeit soll das Datum des Angebots mit dem Eingangsdatum identisch sein.

Anrede: Den Gast mit seinem Namen und mit seinem Titel ansprechen.

Text: Die Formulierung soll dem Stil des Hauses entsprechen, nicht zu lang, aber auch nicht zu kurz sein und die gewünschten Informationen übermitteln. Der Gast soll seine Fragen beantwortet bekommen und soll nicht nur auf das beiliegende Prospekt verwiesen werden.

- **Angebot/Text:** In jedem Fall soll das konkrete Angebot der Anfrage entsprechen und es sollen zusätzliche Informationen gegeben werden.
- **Aufenthaltsdauer:** Anreise- und Abreisetag/Nächte.



Enthält ein Angebot kein Ablaufdatum, so hat der Gast die Möglichkeit, das Angebot bis zum Anreisetag wahrzunehmen.



Die Preise verstehen sich laut Preisauszeichnungsgesetz inklusive aller Abgaben.



Ein Angebot muss so gestaltet sein, dass zukünftige Gäste sich angesprochen fühlen.



Beurteilen Sie das nebenstehende Angebotsmail. Was gefällt Ihnen? Was würden Sie anders machen? Verfassen Sie ein Angebotsmail, das dem Stil Ihres Ausbildungsbetriebs entspricht.

Ein Angebot muss fachlich richtig gestaltet sein, aber damit Gäste buchen, ist die Werbewirksamkeit der übermittelten Unterlagen ebenso wichtig.



- **Zimmerangebot:** Einzel- oder Doppelzimmer (Familienzimmer, Suite etc.) mit Lage, evtl. Größe und Preis inkl. Leistungen.
- **Ausstattung des Zimmers:** Bad/WC, Dusche/WC, Balkon, Telefon, TV, Minibar, Schreibtisch, Internetanschluss oder WLAN etc.
- **Preis:** Grundpreis, Frühstück, Packagepreis, Verlängerungsmöglichkeiten, Steuern, Ermäßigungen (z. B. für Kinder), Orts- und Nächtigungstaxe.
- **Anzahl der Gäste:** Kinder, die mit im Zimmer wohnen, Gruppenreisen etc.
- **Art der Verpflegung:** Zimmer mit Frühstück, Halb- oder Vollpension, Package etc.
- **Zusätzliche Angebote:** Frühstücksbuffet mit Bio-Ecke, besondere Verpflegungsangebote, Freizeiteinrichtungen, Theater- oder Konzertkarten, Sonderpreise für bestimmte Termine etc.
- **Sonderleistungen:** z. B. Kinderbett und -betreuung, Garage, Skischuhtrockner.
- **Ablaufdatum/Deadline des Angebots.**
- **Hinweis auf Reservierung:** Termin, Antwortkarte, Faxbestätigung, Buchungsaufforderung.
- **USP (Unique Selling Proposition):** einzigartiges Verkaufsargument, attraktiver Grund, warum der Gast buchen soll (z. B. einzigartige Lage, Spitzenkoch, Spa-Angebote etc.).
- **Anlagen:** Prospekte, Preislisten, Ortsinformation etc. (in E-Mails als PDF-File im Attachment).

Beispiel: Angebot

rezeption@vierjahreszeiten.at
Cc Bcc

Unser exklusives Verwöhn-Angebot für Sie!

Sehr geehrter Herr Mustermann,

vielen Dank für Ihre Anfrage und Ihr Interesse an unserem Haus. Wir freuen uns Ihnen das folgende Angebot unterbreiten zu können:

Aufenthalt von 11. bis 15. Mai 20..

1 Familiensuite mit 2 Schlafräumen für 2 Erwachsene und 2 Kinder, inkl. Wohnraum, begehbbarem Schrank, Bad, Dusche, separatem WC, Minibar, TV, Internetanschluss, WLAN
zum Preis von 225,00 EUR.


Für die Unterbringung Ihrer beiden Kinder, 6 und 8 Jahre alt, gewähren wir in der Suite eine Ermäßigung von 40 %, das entspricht einem Preis von 135,00 EUR. Unsere Preise verstehen sich pro Person und Tag und beinhalten sämtliche Steuern und Abgaben.

Wir freuen uns, wenn Ihnen unser Angebot gefällt. Bitte informieren Sie uns bis spätestens 2. Februar, ob wir die Familiensuite für Sie reservieren dürfen. Wenn ja, nennen Sie uns bitte Nummer und Ablaufdatum Ihrer Kreditkarte. Sollten wir bis zu dem genannten Datum nichts von Ihnen gehört haben, erlauben wir uns, das Angebot zurückzuziehen.

Im Falle einer Reservierung gelten die „Allgemeinen Geschäftsbedingungen für die Hotellerie (AGBH) 2006“. Wir empfehlen Ihnen, eine Reiserücktrittsversicherung abzuschließen. Auf unserer Homepage www.tannenstadt-vierjahreszeiten.at finden Sie bei den Serviceleistungen den Link zu den AGBH 2006 sowie das Formular der „Europäischen Reiseversicherung“.

Freundliche Grüße

Hotel Vier Jahreszeiten



Hotel Vier Jahreszeiten ****

Hotel Vier Jahreszeiten *****
 Hohe Marktstraße 10, 7777 Tannenstadt,
 Tel: +43 3623 456 77 22, Fax: +43 3623 456 77 89
rezeption@vierjahreszeiten.at
www.vierjahreszeiten.at



Aufgabenstellung

- Erstellen Sie für Familie Berger ein unwiderstehliches Angebot, das den Angaben des zuvor ausgefüllten Reservierungsformulars entspricht. Beschreiben Sie alle Hotelleistungen (Verpflegung, Wellness- und Fitnessbereich, Kinderbetreuung, Sportmöglichkeiten, Aktivitäten im Hotel) und gehen Sie auf die individuellen Wünsche von Familie Berger ein.

Reaktion auf die Anfrage

Auf jede Anfrage muss eine Reaktion folgen, die es dem Gast so einfach wie möglich macht, zu buchen. Vorab ausgefüllte, frankierte Antwortkarten, Faxformulare und der Verweis auf die Buchungsmöglichkeit über die Website oder per E-Mail sind dafür am besten geeignet. Karten kann der Gast ganz einfach vervollständigen, unterschreiben und an das Hotel zurückschicken.

Follow-up

Follow-up heißt übersetzt weiterverfolgen. Das Follow-up ist das „Nachfassen“, das Nachfragen und Betreuen des zukünftigen Gastes. Dies bedeutet, dass nach der Angebotserstellung aktiv nachgearbeitet wird, z. B. durch telefonische Nachfrage, ob das Angebot eingegangen ist, ob der Optionstermin eingehalten werden kann oder ob noch weitere Details zu klären sind. Diese aktive Angebotsbetreuung gibt dem Gast das Gefühl, wertgeschätzt und gut betreut zu sein und führt sehr oft zur Fixbuchung. Man unterscheidet zwei Arten des Follow-ups.

Follow-up vor einem Aufenthalt

1. Wie verhalten sich die Gäste?

- Die Gäste verlegen das Angebot.
- Sie vergessen darauf.
- Sie sind nach vielen Angeboten unschlüssig.
- Sie haben viele ähnliche Angebote erhalten.
- Sie fühlen sich zu wenig angesprochen.
- Sie haben noch Fragen.
- Sie brauchen nur einen kleinen Anstoß.



2. Was können Sie tun?

- Anrufen, eine E-Mail senden, schreiben:
- Fragen, wie das Angebot gefallen hat.
- Sich erkundigen, ob es weitere Fragen gibt.
- „Zuckerl“ anbieten (vor dem Gespräch überlegen).
- Eine Vorreservierung in eine Reservierung umwandeln.

3. Was können Sie dadurch erreichen?

- Der Gast freut sich über das Interesse und persönliche Engagement und darüber, dass sein Name und sein Anliegen in Erinnerung geblieben sind.
- Die Entscheidung fällt vielleicht zugunsten Ihres Betriebs aus – Sie können die Buchung fixieren.
- Dadurch wird die Auslastung gesteigert und die Gäste sind positiv eingestimmt.



Mehr zum Thema Antwortkarte finden Sie auf S. 59.

Option = Wahlmöglichkeit, Belieben; **optional** = nicht zwingend.



Überlegen Sie die Bedeutung des Follow-ups: Der Gast hat vielleicht mehrere Angebote eingeholt, überlegt, wägt ab und in dieser Phase erhält er Ihren persönlichen Anruf, der ihm vielleicht die Entscheidung plötzlich ganz leicht macht.



Sind Sie bei Ihrer Kontaktaufnahme nicht aufdringlich, denn ein aufgeschwatztes Angebot macht Ihren Gast nicht glücklich!

Follow-up nach einem Aufenthalt

1. Wie verhalten sich die Gäste?

Wenn der Alltag wieder einkehrt, sind die Erinnerungen an den Urlaub bald vergessen. Die Gäste denken erst wieder daran, wenn man sie darauf aufmerksam macht.

2. Was können Sie tun?

Anrufen, eine E-Mail senden, schreiben:

- Fragen, wie die Heimreise war.
- Eine Gästezeitung senden.
- Bilder vom Galadiner, vom Almausflug oder eine Ansichtskarte übermitteln.
- Neuerungen mitteilen, positive Erinnerungen wecken und damit den Wunsch, erneut zu buchen.

3. Was können Sie dadurch erreichen?

- Gäste, die zum ersten Mal gebucht haben, als Stammgäste gewinnen.
- Stammgäste fühlen sich gut betreut.
- Die Mundpropaganda ankurbeln.
- Eine Vorreservierung für den nächsten Aufenthalt erreichen.
- Zielgerichtet Werbung machen.



Aufgabenstellungen



Grüß Gott, Frau Dr. Irrgeher, Mario Pusчек aus dem Parkhotel Pörschach spricht. Erinnern Sie sich an mich? Wir haben letzte Woche wegen Ihrer Urlaubspläne für das verlängerte Wochenende zum 15. August telefoniert. Wie geht es Ihnen? Haben Sie unser Angebot erhalten? Sind Sie zufrieden damit? Ich darf Ihnen dazu noch sagen, dass wir für Sie nun auch einen Radverleih mit Service und Transport anbieten können – ja, selbstverständlich gratis. Und das Wetter ist für dieses Wochenende laut Prognose schön. Da steht einer feinen Radtour bei uns im schönen Pörschach nichts im Wege. Wissen Sie, dass wir auch die neue Saunalandschaft und den Außenpool schon in Betrieb haben? Sie haben nach einer Radtour sicher die Entspannung verdient und aus Erfahrung weiß ich, dass unsere Gäste die Ruhe sehr schätzen ...



Hallo, Pusчек hier, wegen des Briefs ruf ich an. Was? Wovon ich spreche? Ja, so ein Prospekt hab ich Ihnen geschickt, ich war mir eh bei Ihrer Adresse gleich nicht sicher. Wie war noch mal Ihr richtiger Name? Warten Sie, ich hab grad keinen Zettel bei der Hand, ja, jetzt geht's. Nein, leider, vielleicht hab ich im Altbau noch was frei ... oder warten S', nein, vielleicht zwick ich Sie noch wo rein. Wie viele Personen sind Sie noch mal? Ich sag Ihnen was, bei uns regnet's seit Wochen Schusterbuben. Es dürfte auch nicht besser werden, leider. Nein, das weiß ich nicht, ob man Räder leihen kann, vielleicht erkundigen Sie sich bei der Tourist-Info, die Nummer ist im Internet ...



1. Diskutieren Sie die beiden Follow-ups. Heben Sie hervor, was Ihnen besonders gut gefällt und was man besser machen kann.
2. Werten Sie aus, was beim zweiten Follow-up alles falsch gelaufen ist.
3. Spielen Sie passend zum Angebot für Familie Berger ein telefonisches Follow-up mit Ihrer Banknachbarin/Ihrem Banknachbarn durch.

3 Reservierung

Tauschen Sie sich mit Ihren Kolleginnen und Kollegen darüber aus, wer in Ihrem Ausbildungsbetrieb Reservierungen durchführt.

Die Reservierung bildet den Abschluss der Angebotsbehandlung. Man unterscheidet Reservierungen mit vorangegangenen Angebot und Reservierungen, die nicht aufgrund eines Angebots durchgeführt werden.

In der Regel übernimmt die **Reservierungsabteilung** eines Hotels diese Aufgabe. Da viele Gäste kurzfristig reservieren oder gleich direkt bei der Abreise neuerlich buchen (Optimalfall!), ist es wichtig, dass Rezeptionsmitarbeiter/innen Einzelreservierungen vornehmen können.

CHECKLISTE

Bei Reservierungen sind folgende Punkte zu berücksichtigen:

- ☐ Verfügbarkeit prüfen (im EDV-System)
- ☐ Preis: Leistungsumfang detailliert erklären (alle Vertragsbestandteile), alle Vorteile hervorheben, **Upselling** (Zusatzverkäufe)
- ☐ Abklären, ob es sich um eine Firmen- oder Privatbuchung handelt – dadurch wird der Preis bestimmt (Preise können im Computersystem abgefragt werden)
- ☐ Name des Gastes, evtl. der Kontaktperson, E-Mail-Adresse (evtl. auch die Adresse für die schriftliche Bestätigung)
- ☐ Telefonnummer für Rückfragen
- ☐ An- und Abreisedatum
- ☐ Art des Zimmers (Einzel- oder Doppelzimmer/Package-Angebote beachten), Sonderwünsche (Nichtraucher, Gartenblick, getrennte Betten etc.)
- ☐ Personenanzahl
- ☐ Art der Bezahlung (Garantie durch Kreditkartennummer samt Ablaufdatum, Vorauszahlung oder Anzahlung)



Upselling = Verkauf einer hochwertigeren Zimmerkategorie.

3.1 Ausfüllen der Zimmerreservierung

Um alle Daten für eine Reservierung korrekt zu erfassen, wird eine Zimmerreservierung ausgefüllt.

Beispiel: Reservierungsformular



Hotel Vier Jahreszeiten ****

Zimmerreservierung Nr. _____

Ankunft: _____ Ankunftszeit: _____ Abreise: _____

☐ VIP-Status
 ☐ Stammgast
 ☐ Corp
 ☐ _____

Vor- und Nachname des Gastes (Titel)	Zi-Anzahl	Kategorie	PAX	Preis pPN

Kostenübernahme <input type="checkbox"/> Selbstzahler <input type="checkbox"/> Übernachtung/Frühstück mit Firma <input type="checkbox"/> Gesamtkosten an Firma	Hotelzimmerinfos <input type="checkbox"/> Nichtraucher <input type="checkbox"/> ZBZ/Twin <input type="checkbox"/> King Size <input type="checkbox"/> Zusatzbett/Gästebett	Bestätigung <input type="checkbox"/> Fax <input type="checkbox"/> Mail <input type="checkbox"/> Brief <input type="checkbox"/> _____	Provision € Deposit € Kommission %
--	--	---	--

Firma/Reisebüro: _____

Kontaktperson: _____

Straße: _____

Land: _____ PLZ: _____ Ort: _____

Telefon: _____ Fax: _____

E-Mail: _____

KK-Nr.: _____ Validity: _____

Bemerkungen: _____

Aufgenommen am: _____ Aufgenommen von: _____

Stornodatum: _____ Storniert von: _____



Diese Zimmerreservierung wird nur ausgefüllt, wenn es kein Frontoffice-System gibt. Sonst würde man alle Daten doppelt erfassen, was fehleranfällig ist.



Diskutieren Sie in der Klasse, wie Sie die Daten Ihrer Gästekartei im Betrieb nutzen.

3.2 Übertrag in die Gästekartei

Die Daten der Reservierung werden nun in die Gästekartei übertragen. Gehen Sie dabei gewissenhaft vor und notieren Sie auch Hinweise, die Sie dem persönlichen Gespräch entnehmen konnten.

3.3 Eintragung in das Reservierungssystem

Sobald alle Gastdaten genau erfasst wurden, wird die Reservierung im Hotelprogramm eingetragen. Der Zimmerplan gibt Auskunft über freie Kapazitäten, zur Verfügung stehende Zimmerkategorien und Preise. Entscheidend ist, die **optimale Auslastung** zu beachten, d. h. Buchungen nach Möglichkeit lückenlos einzutragen.

Die Organisation aller zukünftigen operativen Tätigkeiten und die Erledigung der Korrespondenz mit dem Gast wird infolge über das Frontoffice-Programm erledigt und kann somit jederzeit von allen Kolleginnen/Kollegen nachvollzogen werden.

3.4 Die Reservierungsbestätigung

Die Reservierungsbestätigung kann **telefonisch** oder **schriftlich** (per E-Mail, automatisch über die Buchungsplattformen, Brief, Fax, E-Mail) erfolgen.

Die Reservierungsbestätigung ist **verbindlich** und die Grundlage des Beherbergungsvertrags zwischen Gast und Beherberger. Sie ist rechtlich der „Kaufvertrag“ für die Dienstleistung.



WissensPlus

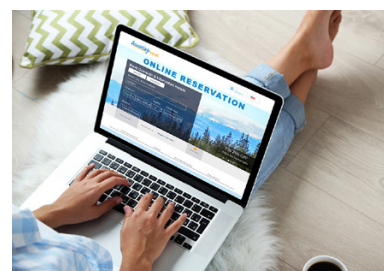
Verlangen Sie bei telefonischen Buchungen stets eine schriftliche Bestätigung bzw. schreiben Sie selbst eine Bestätigung. Schließen Sie Vereinbarungen immer schriftlich ab. Bei Problemen im Nachhinein haben Sie so einen schriftlichen Nachweis über die vereinbarten Bedingungen, z. B. bei Annullierung oder Storno.

Inhalte der Reservierungsbestätigung

- Datum und Dauer des Aufenthalts ①
- Zimmerangebot mit Ausstattung ②
- Preis mit genauen Angaben zu Steuern, Orts-, Kur-, oder Nächtigungstaxen, Ermäßigungen ③
- Anzahl der Gäste (z. B. auch Kinder, Gruppengäste, Firmengäste) ④
- Art der Verpflegung (inkludiert oder extra zu bezahlen) ⑤
- Alle Leistungen, die im Preis inkludiert sind (Benutzung des Wellness- oder Fitnessbereichs, Kinderbetreuung, Parkmöglichkeit, Animationsprogramme etc.) ⑥
- Sonderleistungen wie: Hundebetreuung, Abholung, Theaterkarten
- Zusätzliche Angebote: Packages, Begrüßungscocktail, Veranstaltungen etc.
- Zahlungsmodalitäten: bei Gruppen- und Firmengästen, Akontozahlung
- Stornobedingungen: laut Allgemeiner Geschäftsbedingungen für die Hotellerie oder betriebsindividuell gesondert angeführt ⑦
- Bei kurzfristigen Reservierungen wird ein Check-in-Zeitpunkt festgelegt. Im Normalfall richtet man sich nach den Allgemeinen Geschäftsbedingungen der Hotellerie 2006. Laut AGBH ist die Anreise einer nicht durch Anzahlung oder Kreditkarte garantierten Reservierung bis 18:00 Uhr möglich. Trifft der Gast bis zu diesem Zeitpunkt nicht ein, kann das Zimmer anderweitig vergeben werden.
- Bankverbindung ⑧
- Anlagen: z. B. Zahlungsanweisung für Akontozahlung



Mehr zum richtigen Ausfüllen des Zimmerplans finden Sie auf S. 48 f.



Etwa ein Viertel aller Hotelübernachtungen wird online gebucht



Ein Beispiel für eine Reservierungsbestätigung finden Sie auf S. 140.



Die AGBH finden Sie im Internet unter www.wko.at/branchen/tourismus-freizeitwirtschaft/hotellerie/AGBH_061115.pdf.



In jedem Angebot und in jeder Reservierung müssen alle wichtigen Komponenten aufgezählt sein, um Unklarheiten auszuschließen.

Beispiel: Reservierungsbestätigung

rezeption@vierjahreszeiten.at

Cc Bcc

Ihre Reservierung

Sehr geehrter Herr Mustermann,

wir danken Ihnen für Ihre Reservierung und freuen uns sehr, Sie im Hotel Vier Jahreszeiten willkommen heißen zu dürfen. Hiermit bestätigen wir Ihre Reservierung wie folgt:

Aufenthalt von 6. Juli 20.. bis 9. Juli 20.. für 2 Personen ① ④
1 Doppelzimmer Deluxe inkl. Terrasse ②
159,00 EUR pro Person und Nacht inklusive Wellness-Pension. ③ ⑤

Unsere Deluxe-Zimmer sind mit Sat-TV, Zimmersafe, Föhn, Minibar und Kaffeemaschine ausgestattet. Im gesamten Hotelbereich steht unseren Gästen Gratis-WLAN zur Verfügung. Die Benützung unseres Sport- und Spa-Bereichs ist im Preis inkludiert. ⑥

Alle Preise verstehen sich inklusive aller Abgaben. Die Nächtigungsabgabe von 2,00 EUR pro Person und Nacht wird gesondert verrechnet. ③


⑧
Um Ihre Reservierung zu garantieren, ersuchen wir Sie um eine Anzahlung in Höhe von 200,00 EUR bis zum 28. Februar 20.. auf unser Konto bei der Privatbank Sperling, IBAN AT76 0000 6789 2100 0071, BIC SPAEA-T200. Für diese Reservierung gelten die „Allgemeinen Geschäftsbedingungen für die Hotellerie (AGBH) 2006“. ⑦

Ihr Zimmer ist am Anreisetag ab 15:00 Uhr bezugsfertig. Wir ersuchen Sie, am Abreisetag das Zimmer bis 12:00 Uhr freizugeben.

Wir freuen uns, Sie in unserem Haus begrüßen zu dürfen!

Freundliche Grüße

Hotel Vier Jahreszeiten



Hotel Vier Jahreszeiten ****

Hotel Vier Jahreszeiten ****
Hohe Marktstraße 10, 7777 Tannenstadt,
Tel: +43 3623 456 77 22, Fax: +43 3623 456 77 89
rezeption@vierjahreszeiten.at
www.vierjahreszeiten.at

3.5 Die Akontozahlung

Eine Anzahlung dient als Sicherstellung der Reservierung. Die Anzahlung muss bis zu einem festgelegten Termin überwiesen sein. Die Höhe hängt von der Anzahl der Personen und vom Zimmerpreis ab. Mit dem Einlangen der Akontozahlung auf dem Bankkonto ist die Reservierung fixiert. Der Zahlungseingang ist dem Gast unverzüglich schriftlich zu bestätigen.

Eine durch Anzahlung garantierte Reservierung muss laut AGBH 2006 auch bei Nichtanreise ohne Verständigung (No-Show) bis spätestens 12:00 Uhr am Folgetag gehalten werden.



Die Akontozahlung ist bei der Rechnung abzuziehen!



Gibt es keine Anzahlung, ist das Zimmer bis 18:00 Uhr am Anreisetag freizuhalten, dann kann es weitervermietet werden.



Aufgabenstellungen

1. Erstellen Sie für Familie Berger als Fixierung des Beherbergungsvertrages zu Ihrem Angebot (siehe Aufgabenstellung auf S. 135) eine Reservierungsbestätigung. Achten Sie darauf, alle wichtigen Inhalte unterzubringen und bestätigen Sie zusätzlich Theater- oder Konzertkarten für die ganze Familie. Recherchieren Sie im Internet, welche Theateraufführungen oder Konzerte zum betreffenden Zeitpunkt in Ihrer Region stattfinden.



2. Nehmen Sie an, Familie Berger möchte entweder vor oder nach dem Theater- bzw. Konzertbesuch in einem Restaurant essen. Empfehlen Sie Ihr Hotelrestaurant und ein Restaurant in der Nähe der Veranstaltung. Bitten Sie um eine Anzahlung bzw. die Kreditkartendaten, um die Reservierung zu garantieren. Weisen Sie auf die Stornobedingungen lt. AGBH hin und empfehlen Sie den Abschluss einer Reiseversicherung.
3. Nennen Sie jene Inhalte, die Sie nochmals bestätigen müssen und führen Sie aus, was Sie aufgrund des zuvor gesendeten Angebots weglassen können.

3.6 Storno einer Reservierung

Stornierungen sind grundsätzlich schriftlich vorzunehmen. Für die Höhe der Stornogebühr gelten entweder die Hotelvertragsbedingungen oder die individuell vereinbarten Buchungs-, Zahlungs- und Stornobedingungen.



Wenn der Gast ohne Verständigung nicht anreist, wird dies als **No-Show** bezeichnet.

3.7 Absage

Auch wenn Ihr Betrieb ausgebucht ist, sollten Sie Kundenpflege betreiben und weiterhin alle Anfragen sorgfältig behandeln – es kann sich um zukünftige Gäste handeln. Formulieren Sie daher Alternativen und geben Sie der bzw. dem Anfragenden das Gefühl, dass das Anliegen ernst genommen wird.

Darauf sollten Sie bei Absagen achten:

- Versuchen Sie, die Anfrage des Gastes auf einen anderen Zeitpunkt umzulenken.
- Bieten Sie verschiedene Alternativen an, z. B. Ersatztermine, Reihung auf einer Warteliste.
- Pflegen Sie den Gästekontakt so, wie Sie bereits bestehende Kundinnen und Kunden betreuen: Tragen Sie die Daten in die Gästekartei ein, berücksichtigen Sie sie für Mailingaktionen und andere Gästebetreuungsaktivitäten, planen Sie Follow-ups auf Ihre Absage etc.
- Scheuen Sie sich nicht, ein anderes, gleichwertiges Haus in der Umgebung anzubieten – beim nächsten Mal macht das Ihr Mitbewerber zu Ihren Gunsten (siehe dazu auch S. 68).

Textbausteine

Gekonnt absagen

Diese Reisezeit ist bei unseren Gästen sehr beliebt. Daher sind alle Zimmer bereits reserviert. Wir können Ihnen folgende Alternativen anbieten ...

Damit es im nächsten Winter klappt, nehmen wir schon jetzt die Buchungen für ... entgegen.



Darf ich Ihnen folgenden Termin anbieten ...? Rufen Sie mich an, um dafür eine Reservierung vorzunehmen.

Schade, dass wir Sie zu diesem Zeitpunkt nicht empfangen können. Gerne bieten wir Ihnen aber folgende Alternativen an ...

Wir sind ab ... wieder für Sie da und freuen uns auf Ihren Besuch bei uns.

Weil es bei uns um diese Zeit (im Herbst, zu Weihnachten etc.) besonders schön (romantisch etc.) ist, sind bereits alle Zimmer reserviert.

Wir haben uns für Sie bei unserem Partnerbetrieb erkundigt – das Hotel ... hat im gewünschten Zeitraum noch Zimmer frei. Herr Badisch wird Ihnen ein vergleichbares Angebot übermitteln.

Ab Mitte Jänner (im März etc.) haben wir noch Zimmer frei.



Aufgabenstellungen

1. Herr und Frau Moser fragen per E-Mail für ein verlängertes Wochenende (1.–4. September 20..) in Ihrem Hotel an. Zum gewünschten Zeitpunkt sind Sie jedoch aufgrund eines Ärztekongresses ausgebucht. Für das darauffolgende Wochenende (8.–11. September 20..) könnten Sie dem Ehepaar das gewünschte Romantikzimmer anbieten. Erstellen Sie eine E-Mail, in der Sie Herrn und Frau Moser diesen Vorschlag unterbreiten.
2. Familie Mayer möchte von 15.–19. Mai 20.. mit ihren beiden Töchtern bei Ihnen Urlaub machen. Die Familie fragt nach einem Verbundzimmer, leider ist ein solches für den gewünschten Zeitraum nicht mehr verfügbar. Schreiben Sie Familie Mayer eine E-Mail und schlagen Sie ihr einen Aufenthalt in einem Ihrer Family-Appartements mit Schlafzimmer und Schlafsofa im Wohnzimmer inkl. Frühstück für 100,00 EUR pPN vor.