

Widmung



Dieser Ausbildungsleitfaden ist Gerald Kink gewidmet. Er war viele Jahre Präsident des Verband des Hessischen Hotel- und Gaststättengewerbes e. V.

Als Inhaber des Hotels Oranien in Wiesbaden, vertritt er ehrenamtlich die Anliegen der hessischen Hoteliers und Gastronomen. Dabei setzt er inhaltliche Schwerpunkte im Bereich Ausbildung und in die praktische Umsetzung der Ausbildungsinhalte in den Betrieben. Das sind für ihn zwei wichtige Ziele.

Geleitwort

Meinen Glückwunsch zu Eurer Berufswahl! Es ist der »Start« und damit Grundlage, um in unserer weltoffenen Hotelbranche mit Zuversicht und Freude den beruflichen Werdegang zu starten.

Unser Duales Ausbildungssystem, und somit Eure Ausbildung, genießt weltweit hohe Anerkennung, die Kombination aus Theorie und Praxis hat sich über Jahre bewährt und findet mehr und mehr Nachahmer in Europa und der Welt.

Eine Ausbildung ist die beste Investition in einen Selbst, darauf lässt sich hervorragend aufbauen. Sammelt Eure Erfahrungen, nutzt die Möglichkeiten der beruflichen Weiterbildung und geht Euren persönlichen Weg.

Bleibt interessiert und aufgeschlossen, damit offen für eine Branche die wirklich verbindet und ein großer Teil der Lebensfreude für Alle darstellt.

Dieser Leitfaden gibt Euch ein stabiles, fachliches Geländer und ist ein gelungener und ebenso hilfreicher Begleiter für Eure Ausbildung, als auch für die Zeit danach.

Ich wünsche Euch alles Gute, geht mit Freude und Neugier auf Euren beruflichen und auch auf einen erlebnisreichen, persönlichen Lebensweg.

Viel Erfolg!

Gerald Kink
langjähriger Präsident des DEHOGA Hessen e. V.

Vorwort

Anlass für das Erscheinen einer Neufassung des seit Jahrzehnten bewährten Ausbildungsprogramms Gastgewerbe ist der Erlass neuer Ausbildungsordnungen für die Berufsausbildung im Gastgewerbe. Darin werden alle Berufsbildpositionen und die erforderlichen Fertigkeiten, Kenntnisse und Fähigkeiten grundlegend neu formuliert und mit veränderten Inhalten und Schwerpunkten versehen.

Neben dieser inhaltlichen Neufassung wird durch die neue Ausbildungsordnung auch die Struktur der Ausbildung verändert. Für die dreijährigen Ausbildungsberufe wurde die bisherige Einteilung in drei Ausbildungsjahre aufgegeben und durch eine Zweiteilung zu je 18 Monate ersetzt. Die Abschlussprüfung besteht jetzt aus zwei Teilen. Der erste Teil findet etwa in der Mitte, der zweite Teil am Schluss der Ausbildungszeit statt. Beide Teile sind für das Bestehen ausschlaggebend.

Da sich das Ausbildungsprogramm Gastgewerbe streng an den Anforderungen der Ausbildungsordnung und des Ausbildungsrahmenplans orientiert, war es mit einer einfachen Bearbeitung und Aktualisierung nicht getan, vielmehr musste der gesamte Inhalt neu verfasst, erweitert und umstrukturiert werden.

Auch die Gliederung folgt den Vorgaben der Ausbildungsordnung, dementsprechend gibt es drei Bände:

- **Gemeinsame Berufsbildpositionen**, die während der gesamten Ausbildungszeit integrativ mit den fachspezifischen Ausbildungszielen zu vermitteln sind (ein Band für alle sieben Berufe)
- **Berufsbildpositionen I** der ersten Hälfte der Ausbildungszeit mit den Ausbildungszielen für den ersten Teil der Abschlussprüfung (ein Band je Beruf – die Ausgabe für Hotelfachleute halten Sie in Händen)
- **Berufsbildpositionen II** der zweiten Hälfte der Ausbildungszeit mit den Ausbildungszielen für den zweiten Teil der Abschlussprüfung (ein Band je Beruf)

Die Aufgabe, die sich Autor und Bearbeiter auch für die Entwicklung des neuen Ausbildungsprogramms gestellt haben, lautet: Das für die Berufsausbildung erforderliche Fachwissen gemäß der neuen Ausbildungsordnung und dem im Ausbildungsrahmenplan vorgeschriebenen Umfang und zeitlichen Ablauf übersichtlich und verständlich darzustellen.

Auszubildenden sowie Ausbilderinnen und Ausbildern steht damit wieder ein »Leitfaden« zur Verfügung, um die Fertigkeiten, Kenntnisse und Fähigkeiten zu entwickeln, die für die beiden Teile der gestreckten Abschlussprüfung vorausgesetzt werden und die Grundlage für eine erfolgreiche Berufsausübung bilden.

Wir sind uns bewusst, dass manche der sehr allgemein formulierten Ausbildungsziele des Ausbildungsrahmenplans unterschiedliche Deutungen zulassen. Wir sind daher für Anregungen, Hinweise und Vorschläge zur weiteren Entwicklung des Ausbildungsleitfadens immer dankbar.

Zum Schluss noch zwei Hinweise:

Die Gesetze und gesetzlichen Vorschriften in diesem Buch sind für die Berufsausbildung in einer verkürzten Form wiedergegeben. Für die korrekte Anwendung ist immer die aktuelle Originalfassung im Wortlaut maßgebend, die Sie z. B. im Internet finden – wie auch die Unfallverhütungsvorschriften.

Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird in einigen Fällen nur die männliche Form verwendet. Selbstverständlich sind alle geschlechtlichen Identitäten gemeint und mögen sich bitte angesprochen fühlen.

Für Ihre Ausbildung und für Ihren weiteren Berufsweg wünschen Ihnen Autor und Verlag
viel Erfolg und Freude!

Vermittlung und Weitergabe von Gästeaufträgen

Viele Gästeaufträge sind vom Empfang an Außenstehende zu vermitteln. Sofern es sich nicht um Unternehmen oder Personen handelt, die vom Gast namentlich benannt wurden, ist bei der Auswahl der Bezugsquellen auf absolute Zuverlässigkeit und Seriosität zu achten. Beispiele:

- Bahn-, Bus- oder Flugreservierungen bzw. die Bestellung von Tickets beim Reisebüro oder direkt
- Bestellung von Eintrittskarten für Veranstaltungen aller Art bei einer Theater-/Konzertkasse oder direkt beim Veranstalter
- Anmeldung zu Stadtrundfahrten, Besichtigungen u. Ä.
- Vermittlung von Dienstleistungen aller Art (z. B. Schreibtischdienst, Übersetzungen, Dolmetscher, Stadtführer, Babysitter, Schneider)
- Bestellungen für Mietwagen und Taxi
- Hausbesuch eines Allgemeinarztes/Facharztes veranlassen
- Reservieren von Terminen, z. B. beim Friseur, Arzt
- Hotelreservierungen für die nächsten Reiseziele

Vorsorge und Schadensvermeidung

Ein besonderer Auftrag des Empfangsbereichs in Verbindung mit dem Wirtschaftsdienst und anderen Bereichen liegt in der Sorge für die Sicherheit der Gäste und ihres Eigentums. Selten wird diese Aufgabe von einem Gast direkt angesprochen; sie ergibt sich jedoch zwingend aus der selbstverständlichen Fürsorgepflicht des Hotels gegenüber seinen Gästen.

Vermeidung von Diebstählen

Hoteldiebstähle lassen sich in drei Kategorien einteilen:

1. Diebstähle durch Personen, die sich als Hotelgäste getarnt einschleichen.
2. Diebstähle durch unzuverlässige Mitarbeiter/-innen.
3. Diebstähle durch Trickbetrüger/-innen.

Der Schaden kann sowohl die Gäste betreffen als auch den Hotelbetrieb, indem z. B. wertvolle Bilder, Teppiche oder ähnliche Gegenstände entwendet werden. Die Erfolgsquote bei der Aufdeckung von Hoteldiebstählen ist leider sehr gering. Große Hotels, die früher einen Hoteldetektiv beschäftigt haben, verzichten heute oft aus Kostengründen darauf.

Kriminelle, die mit Nachschlüsseln arbeiten, mieten sich meistens in Hotels älterer Bauart ein, da dort keine vor Nachschlüsseln gesicherten Schlosser vorhanden sind. In modernen Hotels mit einer Zentralschlüsselanlage oder mit codierten Sicherheitssystemen haben sie sehr viel weniger Chancen.

In vielen Fällen handelt es sich um Trickbetrug. Es kommt immer wieder vor, dass als Gäste getarnte Personen zielschlagig auf den Empfang zugehen, mit schnellem Blick erkennen, bei welchen Zimmerschlüsseln noch nicht abgeholt Post liegt. Sie lassen sich den Schlüssel mit einer forsch auftretenden Geste aushändigen, und suchen das entsprechende Zimmer auf, um es auzuräumen. Da es sich dabei meist um sehr routinierte Menschen handelt, sind sie in kürzester Zeit wieder verschwunden.

Der Hotelbetrieb schützt sich am besten vor solchen Leuten, indem er die Postfächer und die darüberhängenden Hotelzimmerschlüssel so anbringen lässt, dass sie von außen nicht eingesehen werden können.

Eine andere Täterart ist darauf spezialisiert, den Gästen außer Haus die Schlüssel zu entwenden, mit denen sie dann schnell verschwinden, das Hotel aufsuchen und das entsprechende Zimmer ausräumen. Das wird oft besonders leicht gemacht, da auf dem Schlüsselanhänger nicht nur der Name des Hotels, sondern auch die Zimmernummer steht. Der Hotelbetrieb kann sich am besten dagegen schützen, indem er seine Gäste bittet, vor Verlassen des Hauses die Schlüssel am Empfang abzugeben.

Die meisten dieser Fälle werden durch ein Schlüsselsystem, das mit codierbaren Schlüsselkarten arbeitet verhindert.

Grundsätzlich sollten in einem größeren Betrieb, in dem nicht alle Gäste persönlich bekannt sind, Hotelausweise ausgegeben werden. Die Mitarbeiter/-innen müssen unbedingt dazu angehalten werden, Hotelzimmerschlüssel nur

| HOTELSAFE-KONTROLLE 13600 | |
|---|--|
| SAFE DEPOSIT BOX CONTROL | |
| CONTRÔLE DU COFFRE-FORT DE L'HOTEL | |
| Empfangsbescheinigung über Safe-Schlüssel für Fach Nr. Issuing Certificate for the key to safety deposit box no. / Reçu pour la clef du coffre no. | |
| Name des Gastes Name of guest / Nom du client | Zimmer-Nr. Room no. / Chambre no. |
| Anschrift des Gastes Address of guest / Adresse du client | |
| Schlüssel ausgegeben Key handed out / Clef remise au client | Schlüssel zurückhalten Key returned / Clef rendue par le client |
| Datum Date / Date | Datum Date / Date |
| Unterschrift des Hotels Signature (hotel) / Signature de l'hôtel | Unterschrift des Hotels Signature (hotel) / Signature de l'hôtel |

Empfangsbestätigung für Safe-Schlüssel

an die ihnen bekannten Gäste auszugeben oder sich den Zimmerausweis zeigen zu lassen.

Zur Vermeidung von Diebstählen sollten die folgenden Punkte beachtet werden.

- Bei den allgemeinen Sicherheits-Schulungsmaßnahmen, die mit dem Personal durchgeführt werden müssen, soll darauf hingewiesen werden, dass verdächtige Personen sofort dem Vorgesetzten gemeldet werden. Das Etagenpersonal soll dazu angehalten werden, die Gästezimmer – auch wenn sie nicht bewohnt sind – verschlossen zu halten.
- Auf allen Etagen und in den Wirtschaftsgängen sollten häufige und unregelmäßige Kontrollgänge stattfinden.
- Die Schlüsselausgabe an der Rezeption muss klar geregelt sein.
- Besonders gefährdete Bereiche können in größeren Betrieben durch Video überwacht werden.

Diebstählen durch das Personal beugt man am besten vor, indem man

- eine gute Personalbetreuung bietet,
- zum Dienstschluss am Personalausgang Kontrollen durchführt,
- Inventuren genau auswertet in Bezug auf Bruch, Schwund oder Diebstahl.

Es sollte außerdem in jedem Betrieb selbstverständlich sein, dass die Hauptkasse und alle Nebenkassen von Zeit zu Zeit unangemeldet überprüft werden.

Ein weiterer sehr wichtiger Gesichtspunkt für die Vermeidung von Diebstählen ist die Eingangssicherung.

Der Haupteingang – wie alle Nebeneingänge – müssen entweder vom Empfangspersonal direkt einsehbar und kontrollierbar sein, oder mit einem speziellen, nur von innen zu öffnenden Sicherheitsschloss ausgerüstet sein.

Die Fahrstühle müssen so programmiert sein, dass sich in der Halle automatisch die Türen öffnen, sodass der Portier oder die Empfangsmitarbeiter in den Fahrstuhl hineinsehen können.

Während der Nacht sollten alle Türen und Zugänge des Hotels von außen nicht betretbar sein, da besonders in kleineren Betrieben der Nachtpörtier nicht nur Kontrollgänge durchführen muss, sondern oft auch Abschlussarbeiten im hinteren Empfangsbereich zu erledigen hat.

Der Haupteingang muss so gestaltet sein, dass der Nachtpörtier mit dem Gast Sichtkontakt hat, bevor er ihn einlässt.

Fundsachen

Im Bürgerlichen Gesetzbuch (BGB) ist geregelt, wie sich Finder und Verlierer zu verhalten haben. Der im Gesetz formulierte Anspruch auf Finderlohn (§ 971 BGB) wird nicht geltend gemacht, da es sich in der Regel nicht um verlorene, sondern um liegengelassene Gegenstände handelt.

Es gehört zur Fürsorgepflicht des Hotels, dem Gast vergessene Gegenstände unverzüglich anzuseigen, sie aufzubewahren bzw. zuzustellen. Es besteht ein Anrecht auf Erstattung von Auslagen.

Mitarbeiter, die in den Räumen des Gastbetriebes liegengebliebene Gegenstände entdecken, haben diese sofort

mit genauer Angabe des Ortes und der Uhrzeit an die im Betrieb zuständige Person auszuhändigen.

Danach ist Folgendes zu veranlassen:

- Registrieren unter laufender Nummer in einem Fundbuch oder einer Datei. Datum, Uhrzeit und Fundort vermerken. Exakte Beschreibung des gefundenen Gegenstandes. Name des Finders, wenn möglich, verzeichnen.
- Aufbewahrung (kostenlos) der liegengelassenen Gegenstände an einem dafür geeigneten abschließbaren Ort. Schmucksachen und Wertgegenstände werden in einem Safe verwahrt. Pässe oder persönliche Unterlagen sowie Gegenstände von hohem Sachwert sind der zuständigen Polizeibehörde zu melden.
- Sind die Besitzer zu ermitteln, erfolgt eine Benachrichtigung.
- Sobald sich die Besitzer melden, werden ihnen die gefundenen Gegenstände zugestellt, evtl. nach vorheriger Ankündigung oder Rückfrage. Bei Gegenständen von Wert, die nicht persönlich ausgehändigt werden können, ist die Sendung als Einschreiben mit Versicherung in entsprechender Höhe zu verschicken, sodass die Rücksendung nachweisbar ist. Im Fundbuch erfolgt eine Eintragung über die Rückgabe.

Handelt es sich um eine Fundsache im Sinne des Gesetzes, z. B. eine Uhr, die von einem Hotelangestellten auf dem nicht hoteleigenen Parkplatz gefunden wird, kann vom Finder Finderlohn beansprucht werden.

Krank im Hotel

Erkrankt ein Gast im Hotel, so gehört es zur allgemeinen Sorgfaltspflicht des Hoteliers, dafür zu sorgen, dass der Gast ärztlich versorgt wird. Der Arzt entscheidet, ob und wie der Patient professionell zu betreuen ist und welches Medikament zu verabreichen ist. Zur Sicherheit sollten keine nicht verordneten Medikamente an die Gäste weitergereicht werden.

Eine Verpflichtung besteht insbesondere bei Unfällen im Rahmen von Erste-Hilfe-Maßnahmen.

In welchem Maße ein kranker Guest vom Personal des Hotels versorgt wird, ist in erster Linie eine Frage des Service und des Stils eines Hauses. Wer in allen Bereichen dafür sorgt, dass sich die Gäste wohlfühlen, wird diesem gastorientierten Verhalten auch und gerade dann genügen, wenn die Gäste auf besondere Hilfe und Zuwendung angewiesen sind.



- 6) Gästereaktionen, insbesondere Reklamationen, entgegennehmen, einordnen und situationsbezogen nach den betrieblichen Vorgaben reagieren

Die Reklamation als Chance

Kein Mensch ist fehlerfrei. Keine Organisation ist ohne Schwachpunkte. Keine Technik, die nicht irgendwann einmal versagt. Die Vollkommenheit ist ein erstrebenswertes Ziel, das jedoch trotz aller Bemühungen nie ganz erreicht werden wird.

Eine Reklamation ist kein Unglück, das nur negativ zu werten ist. Sie muss als eine Chance angesehen werden. Ein bisher nicht bemerktes Fehlverhalten kann bereinigt werden, Mängel in der Betriebsorganisation oder der Zusammenarbeit und technische Fehlerquellen werden erkannt und können beseitigt werden. Reklamationen sind ein Anreiz zu größerer und besserer Leistung und damit zu mehr Gästezufriedenheit.

Die faire Reklamation

Die Gäste, die reklamieren, bieten uns die faire Chance, einen Fehler wiedergutzumachen. Die unzufriedenen, aber schweigenden Gäste bestrafen uns durch ihr Fernbleiben und negative Urteile gegenüber anderen. Das Gastgeberteam hat allen Grund, den reklamierenden Gästen mit ehrlicher Freundlichkeit gegenüberzutreten. In der Regel hat die Reklamation einen eindeutigen, berechtigten Grund, den die Gäste im günstigen Fall in Ruhe und mit klaren Worten beschreiben. Wenn sich das Personal richtig verhält, Freundlichkeit, Aufmerksamkeit und Hilfsbereitschaft zeigt, bleibt das Gespräch auf der sachlichen Ebene und verläuft für beide Seiten zufriedenstellend.

Die schwierige Reklamation

Schwieriger ist eine Lösung, wenn die Gäste verärgert sind – ob berechtigt oder nicht. Der Ärger kann unangemessen sein und die Reklamation ist möglicherweise das Ergebnis einer Reihe anderer Aufregungen.

Eine solche Reklamation muss auf zwei Ebenen behandelt werden:

- Sachlich: Den Grund der Reklamation feststellen, Lösungen vorschlagen, besprechen, einleiten und verwirklichen.
- Emotional: Ärger und Erregung der Gäste wird durch Verständnis, Mitgefühl, Freundlichkeit, aufrichtiges Bedauern, Hilfsbereitschaft sowie Bitte um Verzeihung abgebaut.

Im Gespräch sind beide Ebenen miteinander verbunden und gleich wichtig. Als Ergebnis soll erreicht werden:

- Der Anlass für die Reklamation ist beseitigt oder die Beleidigung eingeleitet.
- Der Ärger der Gäste ist abgebaut und dem Gefühl gewichen, in diesem Betrieb beachtet und ernst genommen zu werden.

Eine auf diese Art aufgelöste Reklamation kann zu einer engeren Bindung der Gäste und zu einer persönlichen Beziehung führen.

Reklamationsatmosphäre

Die Anzahl der vorgebrachten Reklamationen steht nicht unbedingt in einem direkten Zusammenhang mit dem fachlichen Niveau eines Hauses.

Unter Umständen verhalten sich die Beschäftigten unterwürfig, unsicher oder anbiedernd. Hier werden die Gäste herausgefordert, alle möglichen Reklamationen vorzubringen, darunter auch solche, deren sachlicher Gehalt unklar und deren Berechtigung zweifelhaft ist.

Es gibt auch Fälle in denen sich die Mitarbeiter so verhalten, als wären sie die größten Fachleute, für die eine Reklamation eine Beleidigung ist. Das ist gefährlich. Man glaubt felsenfest, der Beste zu sein und verliert den Kontakt zu den Gästen mit ihren sich wandelnden Bedürfnissen.

Im Idealfall sind alle locker, sicher und aufgeschlossen. Die Reklamationen werden als nützliche Verbesserungsvorschläge angesehen.

6

Der Umgang mit Reklamationen

Grundsätzliches

Eine Reklamation, in welcher Form sie auch vorgebracht wird, darf nicht mit Gleichgültigkeit, mit Missmut oder Unfreundlichkeit entgegengenommen werden.

Die Kritik wird mit dem nötigen Verständnis, angemessener Betroffenheit und dem erforderlichen Mitgefühl entgegengenommen. Es wird schnelle Abhilfe geschaffen und möglichst eine Form von Wiedergutmachung angeboten.

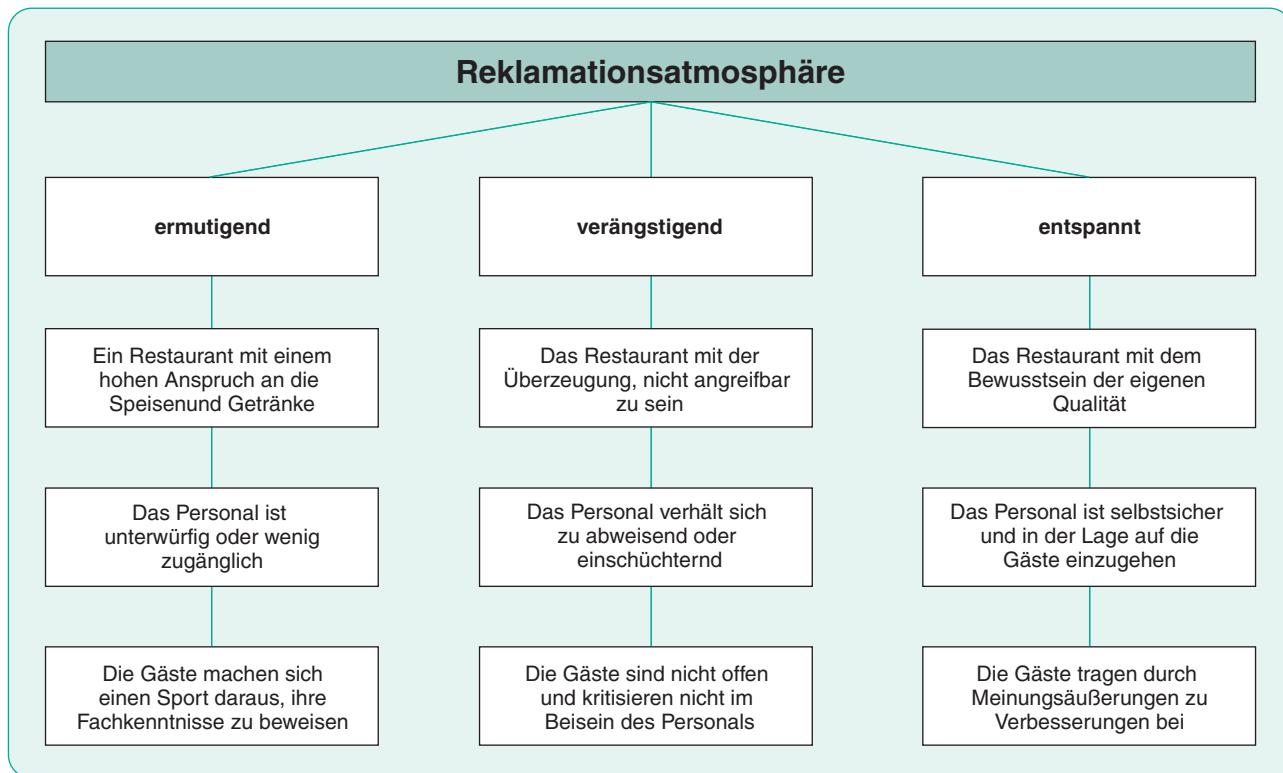
Die Beschäftigten dürfen sich nicht herausfordern lassen. Unfreundlichkeit oder Grobheit werden überhört. Wenn mit gleicher Münze heimgezahlt wird, kommt es unweigerlich zu einer Auseinandersetzung. Höfliche und hilfsbereite Antworten glätten die Wogen und besänftigen die Gäste.

Zuständigkeit

Reklamationen dürfen nicht mit dem Hinweis abgewiesen werden, dafür sei eine andere Person zuständig. Das steigert die Unzufriedenheit. Alle sind für jede Art von Reklamation zuständig, denn es liegt im Interesse aller, die Gäste so schnell wie möglich zufriedenzustellen. Die Beschwerde wird aufmerksam entgegengenommen und darauf hingewiesen, sie unverzüglich weiterzuleiten, was dann auch sofort zu geschehen hat.

Wenn möglich, überzeugt man sich auch von der ordnungsgemäßen Erledigung. Für die Gäste bleibt man die zuständige Person.

In schwerwiegenden Fällen, wenn zum Beispiel eine Ersatzleistung erforderlich ist oder auch wenn die Gäste es verlangen, wird eine fachkundige Person oder eine Führungskraft hinzugezogen.



Beispiele für die Reklamationsatmosphäre in unterschiedlichen Betriebsarten

Gesprächsführung bei einer Reklamation

Wenn es um eine Reklamation geht, sind alle Grundsätze des Umganges mit den Gästen und des gastorientierten Verhaltens besonders sorgfältig zu beachten.

Im Allgemeinen wird der Umgang mit einer Reklamation etwa nach folgendem Schema ablaufen:

1. Die Gesprächsaufnahme
2. Das Problem anhören
3. Den Schaden analysieren
4. Eine Lösung anbieten
5. Die Lösung besprechen
6. Das Gespräch abschließen
7. Den Mangel oder die Fehlerquelle beseitigen
8. Das Nachfragen bei den Gästen
9. Um Nachsicht und Verständnis bitten
10. Wenn angemessen, einen Ausgleich anbieten

Reden lassen

Die Gäste werden nicht unterbrochen und es wird nicht nach Gegenargumenten gesucht. Das würde den Unwillen der Gäste noch steigern. Sie wollen ihren Ärger loswerden und die Beschwerde vollständig vorbringen. Es werden nur allmählich eigene Gesichtspunkte eingebracht.

Beispiel:

Sie werden an einen großen Tisch gerufen, an dem eine fröhliche Gesellschaft sitzt. Ein Mitglied der Runde reklamiert die Temperatur des Weißweines. Sie wissen, dass er

richtig gekühlt an den Tisch kam. Nun diskutieren Sie nicht mit dem Gast über die Weintemperatur, sondern unterstützen ihn dabei, sich gegenüber seinen Gästen oder seinen Kollegen hervorzuhalten. Er will zeigen, dass er etwas von Wein versteht. Stellen Sie ihn nicht bloß. Helfen Sie ihm, indem Sie darauf hinweisen, dass der Wein schon einige Zeit am Tisch steht und sich dort während der Rede des Gastgebers erwärmt haben könnte. Wichtig ist es, dem Gast die Gelegenheit zu geben, sich auch wieder zu beruhigen.

Dass der Wein in dieser Situation nicht im Kühler an den Tisch gestellt wurde, ist ein Fehler, den der Mitarbeiter eingestehen muss, und der eine angemessene Wiedergutmachung erforderlich macht.

Zuhören

Bleiben Sie höflich und unterbrechen Sie die Gäste nicht bei ihren Ausführungen. Wenn die Gäste laut werden sollten, dann bitten Sie darum, gemeinsam den Gastraum zu verlassen. Wenn das nicht möglich sein sollte, lassen Sie alle einen Moment allein, unter dem Vorwand, dass Sie Ihren Vorgesetzten holen. Warten Sie eine Weile, aber auch nicht zu lange, damit sich die Gäste beruhigen können. Aber erwecken Sie den Eindruck, dass Sie den Vorgang ernst nehmen, dass bei Ihnen nichts ausgelassen oder verniedlicht wird.

Ein gutes Hilfsmittel, die schwierige Situationen zu beruhigen ist, sie zu versachlichen, indem man zum Beispiel die wesentlichen Punkte mit den Gästen durchgeht und sie aufschreibt. Auch bei telefonischen Beschwerden kann eine solche Maßnahme beruhigend wirken.

Beispiel:

Beim Einsetzen der Suppe passiert ein Missgeschick. Durch eine unglückliche Bewegung wird die Kleidung des Gastes verschmutzt. Dieser springt auf und tobt: »Können Sie denn nicht aufpassen? Mein guter Anzug ist völlig verdorben. Was soll ich jetzt machen? Der Abend... meine Gäste... unmöglich! Wie haben Sie denn das nur ange stellt?«

Beginnen Sie nun nicht zu stammeln, lassen Sie den Gast nicht alleine, sondern versuchen Sie an Ort und Stelle so gut es geht zu helfen. Vor allem: Lassen Sie ihn reden, lassen Sie ihn auf Sie einreden, bis er seine erste Wut losgeworden ist. Wo schließlich sollte er dies sonst können, wenn nicht bei Ihnen? Helfen Sie dem Gast, indem Sie dies über sich ergehen lassen.

Die Regulierung des Schadens durch den Betrieb ist eine Selbstverständlichkeit.

Aufklären

Versuchen Sie, den Sachverhalt oder den Reklamationsgrund zu ergründen, wenn dieser noch unklar ist. Nehmen Sie die Schilderung der Gäste zunächst aufmerksam, aber kommentarlos zur Kenntnis. Weisen Sie die Schuld nicht bestimmten Bereichen oder anderen Personen zu.

Lässt sich die Situation nicht sofort klären, bitten Sie den verantwortlichen Mitarbeiter um eine Stellungnahme. Das ist keine Herabsetzung für Sie. Es handelt sich um eine Strategie. Die herbeigeholte Person ist in die Lage am Tisch nicht so eingebunden wie sie selbst, sie kann neutral vorgehen. Außerdem können die Gäste ihr Anliegen einem Dritten vortragen, nicht der aus ihrer Sicht schuldigen Person. Sie bekommen das Gefühl, mit der zuständigen Person zu sprechen und fühlen sich gerechter behandelt. Wenn die Reklamation einer höher gestellten Person vorgetragen wird, werden alle, die immer nörgeln abgeschreckt. Sie merken, dass jede Reklamation ernst genommen und ihr nachgegangen wird. Daneben spielen unter Umständen rechtliche und versicherungstechnische Gründe eine Rolle.

Entschuldigen

Beduern Sie das Missgeschick ehrlich. Empfinden Sie Anteilnahme, egal, wer den Fehler gemacht hat, ob die Gäste im Recht sind oder im Unrecht. Das ist die Grundlage, um die Gäste zu besänftigen und an das Haus zu binden. Zeigen Sie, dass Ihnen ihr Wohlbefinden nicht nur dann am Herzen liegt, wenn Sie daraus einen Nutzen ziehen. Entschuldigen Sie sich und berücksichtigen Sie dabei, dass die Gäste sich erst dann beruhigen, wenn sie ernst genommen werden.

Beispiel:

»Ich kann mir vorstellen, wie enttäuscht Sie sind!« Oder: »Es tut mir wirklich leid, dass Sie sich so geärgert haben!«

Auch ein Dank an die Offenheit der Gäste hilft: »Ich bin Ihnen dankbar, dass Sie mich unterrichtet haben!« So wird die Position des Gastes aufgewertet und es entsteht eine sachliche Gesprächsatmosphäre.

Beachten Sie, dass eine gute Entschuldigung drei Bedingungen enthält:

- Eine gute Entschuldigung bezieht sich auf die Umstände und Verhaltensweisen, die der Anlass für die Reklamation sind. »Ich bitte um Entschuldigung für ...«

- Eine gute Entschuldigung drückt Verständnis und Mit gefühl für die Betroffenen aus.
»Es tut mir wirklich leid, dass ...«

- Eine gute Entschuldigung enthält einen Ausblick auf die Zukunft.
»Wenn ich Ihnen dafür ...«, »Ich werde sofort...«

Anschließend sind die sachlichen Fragen der Reklamation zu klären. Die Gäste werden gebeten, den genauen Grund ihres Unmuts zu nennen. Jetzt stellt sich heraus, ob die Reklamation wirklich berechtigt ist.

Möglicherweise regelt sich die Beschwerde damit von selbst. Die Gäste regen sich ab, haben es gar nicht so gemeint, sehen ein, die Situation unter Umständen selbst verursacht zu haben.

Ist die Reklamation berechtigt, wird der eingetretene Schaden reguliert oder eine angemessene Form der Wiedergutmachung angeboten.

Beispiele für den Umgang mit Reklamationen

Reklamationen haben ganz unterschiedliche Ursachen:

- Die Hausdame serviert auf der Etage einen fertig ange richteten Teller. Der Guest: »Was ist das? Das habe ich nicht bestellt!« Wichtig ist hier eine schnellstmögliche Aufklärung. Wurde das Gericht für ein anderes Zimmer bestellt? Wo ist das Gericht für dieses Zimmer?
- Der Guest reklamiert, weil er schon lange auf das Essen wartet. Die verstrichene Zeit ist nicht mehr einzuhören. Intensive Bemühungen um eine schnelle Zubereitung sind nötig. Selbstverständlich ist die höfliche Bitte um Entschuldigung und eine kurze Erklärung.

Aber: Warum dauerte es so lange? Wer hat einen Fehler gemacht? Lag es an der Küche oder am Service? Warum benötigt dieses Gericht eine so lange Herstellungszeit?

Meist wirkt das Eingeständnis der eigenen Schuld in Verbindung mit einer aufrichtigen Bitte um Entschuldigung besänftigender auf die Gäste als der Hinweis auf die unbekannte dritte Person oder die schwierigen Umstände.

- Die bestellten Zimmer sind belegt, obwohl die Gäste pünktlich angereist sind. Ganz offensichtlich ein schwerwiegender Fehler der Reservierung, für den alle sich zu entschuldigen haben. Kann ein anderes Zimmer angeboten werden, eventuell aus einer besseren Kategorie aber zum gleichen Preis? Das wird die Gäste milder stimmen. Kann kein Ersatzzimmer angeboten werden, ist die Situation schlimm. Hier helfen nur aufrichtiges Bedauern und die Bemühung, die Gäste in ein anderes Haus zu vermitteln. Es wird noch der Weg dorthin gezeigt und alle können nur hoffen, dass wenigstens diese Hilfsbereitschaft im Gedächtnis bleibt. Die Geschäftsleitung sollte anschließend noch einen Brief schreiben.

- Ein Guest meint beim Verproben, der Wein habe Korkgeschmack. Das sollte nicht ohne eigene Überprüfung hingenommen werden. Der Wein wird mit einem Probierglas verkostet. Das wird von den Gästen erwartet. Sie sind gespannt, ob sich der Geschmack des Gastes be-

stätigt. Ist das der Fall, kommt eine neue Flasche auf den Tisch. Im Zweifel sollte sich das Personal großzügig zeigen. Sind die Gäste eindeutig im Irrtum, wird das ganz vorsichtig gesagt, eventuell mit dem Hinweis auf den ganz besonderen Geschmack des Weins, an den man sich etwas gewöhnen muss.

Ist der Inhalt der Flasche tatsächlich nicht mehr in Ordnung, ist zu ermitteln, ob er richtig gelagert war oder ob der Wein umgekorkt werden muss.

- »Seit einer halben Stunde will ich zahlen!«, hallt es vernehmlich durch das Restaurant. Diesem Guest können Sie kaum einen Ersatz für die verlorene Zeit bieten. Vielleicht ein Entschuldigungsgetränk. Eine kurze Erklärung und die Bitte um Entschuldigung sind angebracht.
- Zu ermitteln wäre in diesem Fall: Wie konnte übersehen werden, dass dieser Guest mit dem Essen fertig ist und schon mehrmals versuchte, Blickkontakt aufzunehmen. In Zukunft muss sich die Fachkraft besser merken, in welcher Reihenfolge die Tische abgedeckt wurden und welche Gäste demnächst bezahlen wollen. Außerdem wurde versäumt, regelmäßig das Revier zu beobachten. Nur so können die Gäste Blickkontakt aufnehmen.
- Ein externer Guest beschwert sich, dass er für das eingetragene Frühstück etwas mehr bezahlen soll als die Hausgäste. Die Geschäftsleitung wird sich diese

Preispolitik überlegt und einen Grund dafür genannt haben. Normalerweise können dann keine Ausnahmen gemacht werden. Begründen Sie diese Maßnahme in höflichen Worten. Ist es ein Verschulden des Hauses, dass dieser Guest nicht informiert wurde oder ist er ein Stammgast? Sollte ausnahmsweise auf den Zuschlag verzichtet werden?

Zu klären wäre: Warum er nicht informiert wurde und ob ein deutlicher Hinweis auf den Zuschlag fehlt?

Reklamationen vorbeugen

Das Ziel muss sein, durch die Leistung der Beschäftigten und den Zustand der Einrichtungen Anlässe für Reklamationen auszuschließen.

Viele Ursachen können zu Reklamationen führen:

- Unaufmerksamkeit
- Mangelnde Fachkenntnisse
- Unhöflichkeit, Langsamkeit
- Unangemessenes Preis-Leistungs-Verhältnis
- Unzureichendes Angebot
- Schlechte Information
- Mangelhafte Beratung
- Unsauberkeit in und um das Haus
- Mangelhafter Zustand der Räume und Einrichtungen
- Defekte an Gebrauchsgütern
- Mangelhafte Ausführung von Bestellungen und Reservierungen
- Lange Wartezeiten
- Schlechte Qualität der Speisen und Getränke
- Störungen aller Art

Auch wenn es kaum gelingen kann, in allen Bereichen einen Zustand der Vollkommenheit zu erreichen, so ist er doch ein Ziel, das vom Gastgeber-Team angestrebt werden muss. Die Voraussetzung ist ein qualitätsbewusstes und gastorientiertes Handeln. Wer sich in die Lage der Gäste hineinversetzen kann und deren Zufriedenheit als den Sinn der Arbeit betrachtet, kann die Umstände und vielen kleinen Widrigkeiten erkennen, die Freude und Wohlbefinden der Gäste trüben könnten. Wichtig ist, dass die ganze Mannschaft und die Geschäftsleitung an einem Strang ziehen und eine qualitätsbewusste Einstellung im Betrieb vorherrscht. Alle im Team sind für die Qualität in ihrem Arbeitsbereich verantwortlich und haben das gemeinsame Ziel und die Zusammenarbeit im Auge.



Gutschein für ein Getränk ist als Begrüßung, als Dank und zur Entschuldigung geeignet

Gästebefragung

Viele Menschen scheuen vor einer offenen, persönlich vorgetragenen Beschwerde zurück. Sie mögen sich nicht hervortun, sind unsicher und wollen nicht als Meckernde angesehen werden. Sie nehmen lieber eine Unannehmlichkeit in Kauf, behalten aber ein Gefühl der Unzufriedenheit in Erinnerung.

Andere Gäste haben es sehr eilig, sind vielleicht in Gedanken sehr mit einem persönlichen Problem beschäftigt, sind möglicherweise einfach nicht in Stimmung.

LIEBE GÄSTE,

vielen Dank, dass Sie uns heute besucht haben. Wir möchten gern wissen, wie es Ihnen bei uns gefallen hat und bitten Sie deshalb, sich einige Minuten Zeit zu nehmen und die unten aufgeführten Fragen zu beantworten.

Als Dankeschön für Ihre Mühe verlosen wir unter allen ausgefüllten Fragebögen einen Brunchgutschein für zwei Personen und drei mal eine Flasche Champagner.

WIE BEURTEILEN SIE:

- | | | | |
|---|--|--------|--|
| Den Umfang unseres Speisenangebotes | | —————→ | |
| Bemerkung _____ | | | |
| Die Qualität der Speisen | | —————→ | |
| Bemerkung _____ | | | |
| Die Freundlichkeit und Aufmerksamkeit der Mitarbeiter | | —————→ | |
| Bemerkung/Name _____ | | | |
| Die fachliche Beratung und Betreuung | | —————→ | |
| Bemerkung _____ | | | |
| Die Weinauswahl | | —————→ | |
| Bemerkung _____ | | | |
| Das Preis-Leistungs-Verhältnis | | —————→ | |
| Bemerkung _____ | | | |
| Die Räumlichkeiten | | —————→ | |
| Bemerkung _____ | | | |
| Grundsätzliches | | —————→ | |
| Bemerkung _____ | | | |

HABEN SIE UNSER HAUS SCHON EINMAL BESUCHT?

Ja Nein

Name: _____

Straße: _____

Postleitzahl: _____ Ort: _____

E-Mail: _____

Telefon: _____ Datum des Besuches: _____

WIE SIND SIE AUF UNS AUFMERKSAM GEWORDEN?

Ein Formular für die Gästebefragung in einem Restaurant



Lindenallee 100
60313 Frankfurt am Main

Herrn
Philipp Mischke
Quadratstraße 48
61130 Nidderau

Sehr geehrter Herr Mischke,

wir haben Ihr Schreiben erhalten und mussten mit äußerstem Bedauern zur Kenntnis nehmen, dass Sie mit den Leistungen unseres Hauses nicht zufrieden waren.

Zunächst möchten wir uns bei Ihnen bedanken, dass Sie sich die Mühe gemacht haben, uns Ihre Erlebnisse in unserem Hause so ausführlich zu schildern.

Es ist für uns sehr wichtig, dass wir von unseren Gästen auf Qualitäts- und Servicemängel hingewiesen werden, denn oft sehen diese Schwachstellen besser und aus einer anderen Perspektive als wir dies können.

Für alle Unannehmlichkeiten, die Ihnen widerfahren sind, bitten wir Sie und Ihre Frau in aller Form um Entschuldigung.

Seien Sie gewiss, dass wir Ihr Schreiben zum Anlass genommen haben, viele unserer Dienstleistungen und Arbeitsabläufe innerhalb der von Ihnen angesprochenen Abteilungen zu hinterfragen. Wir haben die notwendigen Maßnahmen ergriffen, um die genannten Schwachstellen in der Zukunft auszuschließen.

Für Ihre wichtige und konstruktive Kritik möchten wir uns nochmals bedanken. Wir hoffen, dass wir Sie trotz Ihrer negativen Erlebnisse wieder in unserem Hause begrüßen dürfen, um Sie von unseren Leistungen überzeugen zu können.

Mit freundlichen Grüßen

Die Restaurantleitung

Beispiel für die schriftliche Beantwortung einer Reklamation

Auf diese Weise bleiben mancher Fehler oder manches Problem unerkannt, so dass sich noch weitere Gäste darüber ärgern. Fragen wie

»Hat es Ihnen geschmeckt?«
»Wie fanden Sie den Wein?«
»Haben Sie gut geschlafen?«
»Wie gefällt Ihnen das Zimmer?«
»Ist alles in Ordnung?«

dürfen nicht nur aus Gewohnheit gestellt werden. Sie müssen so klingen, dass ehrliches Interesse und Sorge um das Wohlergehen der Gäste herauszuhören sind.

Eine sehr wirkungsvolles Mittel ist der Gästefragebogen, der in den Zimmern und Gasträumen ausgelegt wird.

Geschickt gestellte Fragen mit vorgegebenen Antworten zum Ankreuzen erleichtern die Meinungsäußerung. Die Auswahlantworten sollen nicht nur Kritik, sondern auch positive und lobende Urteile möglich machen. Schließlich soll die Möglichkeit bestehen, die Fragebögen anonym in einen dafür vorgesehenen Kasten zu werfen.

Die Auswertung der Fragebögen wird von der Geschäftsleitung vorgenommen oder einer geeigneten Person übertragen, die die Berechtigung der Beschwerden prüft und sofort Maßnahmen zur Beseitigung veranlasst. Die Beschwerden über einzelne Personen werden offen mit diesen besprochen.

Auch eine statistische Auswertung der Fragebögen ist von Interesse.

- Welcher Bereich erhält die meisten Beschwerden/das meiste Lob?
- Gibt es einen Schwerpunkt zum Besseren oder Schlechteren?
- Die Anzahl der Reklamationen mit der positiver Urteile vergleichen, auch gegenüber früheren Zeiträumen.

Die Rache der Gäste

Wir sind liebenswerte Menschen und beklagen uns nicht. In der Hotelhalle waren wir sehr geduldig, wenn zwei Mitarbeiterinnen am Empfang über einen Kollegen plaudern und sich nicht darum kümmern, meinen Wunsch, den schnellsten Weg zum Bahnhof zu erfahren, zu erfüllen. Zwischendurch kommt der Direktor vorbei, wird freundlich begrüßt, betreut, und geht vor uns zufriedengestellt und ohne uns beachtet zu haben, weiter seiner Arbeit nach, statt als Gastgeber für uns Gäste da zu sein. Aber wir sagen kein Wort.

Wir sind liebenswerte Menschen und nehmen im Restaurant Rücksicht auf die wertvollen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Wenn uns eine Servicekraft bedient, die »giftig« wird, weil wir uns – bevor wir die Bestellung aufgeben – mit gezielten Fragen durch das Angebot der Karte fragen, bleiben wir sehr höflich und freundlich. Wir kritisieren sie nicht. Es würde uns auch nicht in den Sinn kommen, vor allen Gästen eine Szene zu machen. Das ist ja albern.

Wir sind liebenswerte Menschen und wir sagen auch, was wir noch sind. Wir sind die Kunden, die Gäste, die nie wiederkommen. Das ist unsere Rache dafür, dass man uns herumschubst und nicht beachtet. Sicher führt die Summe dieser kleinen Racheakte zu Magengeschwüren, weil wir unseren Ärger nicht gleich loswerden. Aber wer zuletzt lacht, lacht am besten. Wir lachen auf dem Weg nach Hause darüber, dass unsere vermeintlichen »Gastgeber«, die Verrückten, Geld für Werbung ausgeben, um uns wieder zurückzuholen. Es wäre so leicht gewesen: Hätten sie uns doch mit Aufmerksamkeit, ein paar netten Worten und vor allem mit einem Lächeln als Gäste behalten können.

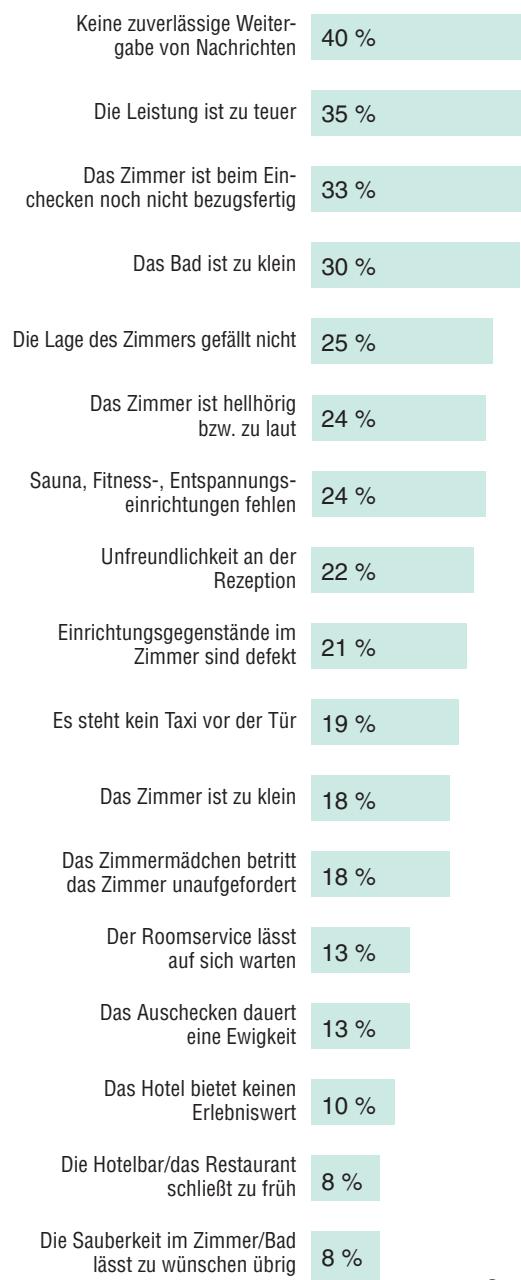
Ironischer Text über Erfahrungen mit dem Gastgewerbe

Da die Fragebögen nicht von allen Gästen abgegeben werden, stellen sie kein alleingültiges Urteil dar. Sie können nur als ein Schritt auf dem Wege zur ständigen Qualitätsverbesserung angesehen werden. Sie üben eine erzieherische Wirkung auf alle Mitglieder des Gastgeberteams aus. Eine Belohnung für das Ausfüllen kann die Zahl der ausgefüllten Fragebögen verbessern.

Die Befragungen geben auch Auskunft über die Erwartungen der Gäste. Sie können die Grundlage für die Entwicklung neuer Qualitätsstandards bilden.

6

Qualitätsmängel, die Gäste äußern



Quelle: NGZ

Statistische Auswertung durchgeföhrter Gästebefragungen



6k) Einfache Auskünfte in einer Fremdsprache erteilen

Bemerkungen zur Konzeption und Anwendung der Sammlung fremdsprachlicher Redemittel

Das auf den folgenden Seiten vorgestellte Repertoire an englischen und französischen Redemitteln in Form situationsgebundener Dialoge soll einen Beitrag zur Förderung der berufsbezogenen fremdsprachlichen Kompetenz leisten. Dabei liegt der besondere Vorteil der vorliegenden Sammlung darin, dass die Redemittel nicht isoliert vermittelt werden, sondern als eine fachlich und sprachlich vorbildliche Dialogführung, die auch den Anforderungen gastorientierten Verhaltens entspricht.

Die exemplarisch gewählten Dialoge spiegeln typische Gesprächssituationen zwischen Mitarbeitenden und Gästen in den wesentlichen Handlungsfeldern des Hotels – Reservierung, Hotelempfang, Restaurant, Bankett – wider. In ihrer Abfolge sind sie dabei so angeordnet, wie sie ein Gast vor und während seines Aufenthaltes im Hotel üblicherweise durchlaufen kann: vom ersten telefonischen Kontakt zwecks Reservierung über Informationen zu speziellen Serviceleistungen vor Ort bis hin zu den Abrechnungsvorgängen am Tag der Abreise.

Bei der Konzeption der Dialoge wurde ein besonderes Augenmerk auf einen natürlichen, höflichen Umgang mit Gästen gelegt. Die Dialoge bestehen jeweils aus verschiedenen Phasen, durch die ein professionelles Gesprächsverhalten gekennzeichnet ist. Entsprechend dieser Phasen werden im Anschluss an jeden Dialog weitere Redemittel genannt, die eine sprachliche bzw. inhaltliche Variation ermöglichen. Der englischen Fassung liegt das britische Englisch zugrunde. Wo es als nötig erachtet wurde, weisen Hochzahlen auf Varianten des amerikanischen Englisch hin. Diese sind in einem Anhang vermerkt.

Die folgenden Seiten wurden in der Absicht erstellt, Ihnen eine kompakte Sammlung vielfältiger Redewendungen zum gezielten Erlernen und zur praktischen Anwendung an die Hand zu geben. Es handelt sich nicht um ein programmatisch aufgebautes Lehrwerk. Vielmehr richtet sich das zusammengestellte Repertoire an Sprachanwender/-innen mit mittleren Vorkenntnissen; sie können die einzelnen Redemittel aufgreifen und in dieser Form im täglichen Umgang mit Gästen anwenden.

Wir danken Sandra Stapela-Wahrlich und Robert Winandy für linguistische Anmerkungen.

Die Verfasserinnen
Andrea Benkert und Heidi Petzold

| Handlungsfeld Empfangsbereich | | Situation Eine Zimmer-Reservierung entgegennehmen | | |
|---|----|--|---|---|
| Gesprächsphasen | | Deutsch | Englisch | Französisch |
| Kontakt aufnehmen | M: | Hotel »Am Elbufer«, Andreas am Apparat, Guten Tag. Was kann ich für Sie tun? | Hotel »Am Elbufer«, Andreas speaking, good afternoon. What can I do for you? | Hôtel »Am Elbufer«, Andreas à l'appareil, bonjour. Qu'est-ce que je peux faire pour vous? |
| | G: | Guten Tag. Würden Sie mir bitte Ihre Sommertarife für ein Einzelzimmer nennen? | Good afternoon. Would you please give me your summer prices for a single room? | Bonjour, Monsieur. Voudriez-vous me donner vos tarifs d'été pour une chambre individuelle, s'il vous plaît? |
| Zimmerpreis nennen | M: | Gern. Der Preis für ein Einzelzimmer beträgt 175,00 Euro pro Nacht. Das Frühstück ist inklusive. | Certainly. The price for a single room is 175.00 Euro per night. Breakfast is included. | Volontiers. Le prix pour une chambre individuelle est de 175 euros par nuit. Le petit déjeuner est inclus. |
| | G: | Und der Preis für ein Doppelzimmer? | And the price for a double room? | Et quel est le prix d'une chambre double? |
| | M: | Der Preis für ein Doppelzimmer beträgt 240,00 Euro die Nacht. | The price for a double room is 240.00 Euro per night. | Le prix d'une chambre double est de 240 euros la nuit, Madame. |
| | G: | Gut, Danke... Können Sie mir ein Zimmer für zwei Personen reservieren? | Good, thank's ... Can you reserve a room for two? | Bon, merci Monsieur... Est-ce que vous pouvez me réserver une chambre pour deux personnes? |

Verwendete Abkürzungen: M = Mitarbeiterender; G = Gast

| Gesprächsphasen | | Deutsch | Englisch | Französisch |
|---|---------------------------------|---|--|---|
| Datum erfragen | M: | Für welchen Zeitraum wäre dies? | For which period of time would that be? | Pour quelle période serait la réservation, Madame? |
| | G: | Wir würden das Zimmer von Samstag, dem 1. August bis Samstag, dem 8. August, haben wollen. Wir werden also eine Woche bleiben. | We would like the room from Saturday, 1st August until Saturday, 8th August. We're going to stay one week. | Nous voudrions la chambre du samedi, 1er août, au samedi, 8 août. Nous resterons donc une semaine. |
| Zimmerkategorie besprechen | M: | Ich werde einmal nachsehen... Ja, das ist möglich. Wir haben noch freie Zimmer... Möchten Sie ein Zimmer mit Dusche oder mit Bad? | Let me see... Yes, that's possible. We still have rooms available... Would you like a room with shower or with bath? | Voyons... Oui, ça va, Madame. Nous avons encore des chambres disponibles... Désirez-vous une chambre avec douche ou avec salle de bains? |
| | G: | Mit Dusche, bitte. | With shower, please. | Avec douche, s'il vous plaît. |
| Zimmerlage besprechen, nach Zustimmung fragen | M: | In Ordnung. Ich könnte Ihnen ein Zimmer mit Dusche anbieten, das zu unserem schönen Innenhof liegt. Wäre Ihnen das recht? | All right. I could offer you a room with shower facing our beautiful inner courtyard. Would that be to your liking? | D'accord. Je pourrais vous proposer une chambre avec douche donnant sur notre belle cour intérieure. Ça vous irait? |
| | G: | Absolut. | Perfect. | Tout à fait, Monsieur. |
| Name erfragen | M: | Sehr schön. Wollen Sie mir bitte Ihren Namen und Ihre Adresse nennen? | Very well. Would you give me your name and address, please? | Très bien. Voulez-vous bien me donner votre nom et votre adresse, s'il vous plaît? |
| | G: | Sicher. Ich heiße Jaccottet. Ich buchstabiere: J-A-Doppel C-O-Doppel T-E-T. Ich wohne in 75003 Paris, 3, rue St. Paul. Soll ich wiederholen? | Sure. My name's Jaccottet. I'll spell it: J-A-double C-O-double T-E-T. My address is 3, rue St. Paul, in 75003 Paris. Shall I repeat that? | Bien sûr, Monsieur. Je m'appelle Jaccottet. J'épelle: J-A-deux C-O-deux T-E-T. J'habite à 75003 Paris, 3, rue St. Paul. Dois-je répéter? |
| Notiertes bestätigen | M: | Nein, das geht in Ordnung. Ich habe das notiert. Wenn Sie wünschen, senden wir Ihnen eine schriftliche Bestätigung. | No, that's all right. I've written it down. If you'd like, we'll send you a written confirmation. | Non, non, merci, Madame. C'est noté. Si vous désirez, on vous envoie une confirmation écrite. |
| | G: | Ja, das wäre sehr freundlich. Vielen Dank. | Yes, that would be very kind. Thank you very much. | Oui, ça serait bien gentil. Merci beaucoup. |
| | M: | Nichts zu danken. | Don't mention it. | A votre service. |
| | G: | Auf Wiederhören. | Good bye. | Au revoir, Monsieur. |
| Kontakt beenden | M: | Auf Wiederhören. Danke für Ihren Anruf. | Good bye. Thank you for calling. | Au revoir, Madame. Merci d'avoir appelé. |
| Kontakt aufnehmen | | Hallo. Guten Morgen/Guten Abend. Am Telefon begrüßt Sie Anne. Was kann ich für Sie tun? (Wie) kann ich Ihnen behilflich sein? Kann ich Ihnen helfen? | Hello. Good morning/Good evening. You're talking to Anne./My name is Anne. What can I do for you? (How) can I be of help/assistance? Can I help you? | Allô. Bonjour/Bonsoir. C'est Anne qui vous parle. Que puis-je faire pour vous? (En quoi) puis-je vous être utile? Je peux vous aider? |
| sich gern zu etwas bereit erklären | | Selbstverständlich. Mit Vergnügen. Das ist möglich. Kein Problem. Das ist das Mindeste. | Of course. With pleasure. That's possible. No problem. That's the least I can do. | Bien entendu. Avec plaisir. C'est possible. Pas de problème. C'est la moindre des choses. |
| Zimmerpreis nennen | | Wünschen Sie Halbpension oder Vollpension? Der Preis für ein Zimmer mit Halbpension/Vollpension beläuft sich auf 100,00/125,00 Euro pro Person und Tag. Der Zimmerpreis beinhaltet Service und Mehrwertsteuer. | Would you like half board or full board? The price for a room with half board / full board would be 100.00/125.00 Euro per person and day. The price for the room includes service and VAT. | Désirez-vous la demi-pension ou la pension complète? Le prix de la chambre en demi-pension/pension complète s'élève à 100/125 euros par personne et par jour. Le prix de la chambre comprend le service et toutes les taxes. |
| Grundzahlen | 0 1 2 3 4 5 6 | null eins zwei drei vier fünf sechs | 0 one two three four five six | zéro un deux trois quatre cinq six |



- 11 g) Den Check-out durchführen, insbesondere für den Check-out erbrachte bereichsübergreifende Leistungen mit den Gästen abstimmen und auf die Rechnung buchen

Check-out durchführen

Die Räumung des Zimmers bei Abreise sollte möglichst bis 11 Uhr, spätestens bis 12 Uhr abgeschlossen sein. Wenn das Zimmer nicht sofort wieder belegt werden muss, kann dem Gast eine geringfügig längere Inanspruchnahme zugebilligt werden.

Mit dem Check-out findet der Aufenthalt der Gäste seinen Abschluss. Noch einmal besteht die Möglichkeit, durch Freundlichkeit und Zuwendung einen positiven Eindruck zu verstärken, der im Gedächtnis der Gäste haften bleibt und sie bis zum Wiederkommen veranlassen kann.

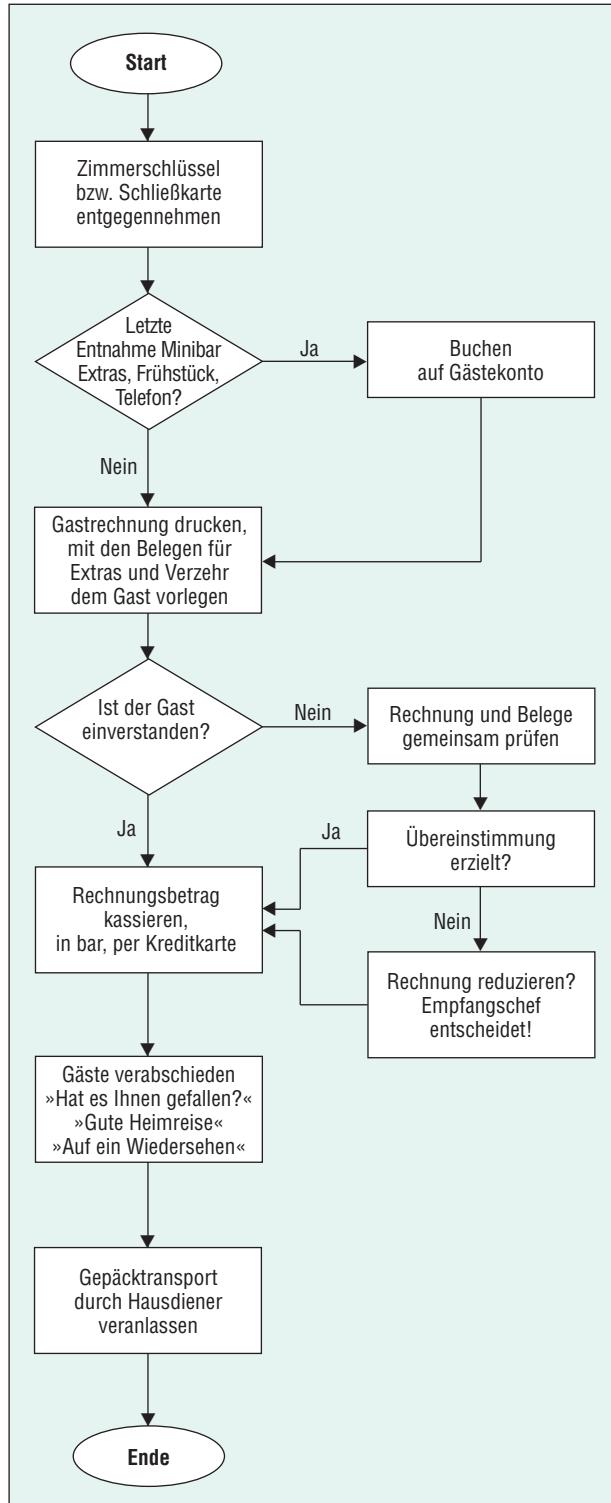
Der Check-out muss mit besonderer Sorgfalt ausgeführt werden; nachträgliche Korrekturen sind mit erheblichen Schwierigkeiten verbunden oder überhaupt nicht mehr möglich. Die nicht abgerechnete letzte Restaurantrechnung oder der versehentlich mitgenommene Zimmerschlüssel verursachen ziemlichen Ärger.

Häufig steht den Gästen eine lange Rückreise bevor. Sie sollen daher sorgfältig und schnell bedient werden, was geplant ablaufen sollte:

- Zimmerschlüssel oder Schließkarte zurücknehmen.
- Falls gewünscht, Gepräcktransport veranlassen.
- Letzten Verzehr aus der Minibar, Extras zum Frühstück oder Telefonnutzung erfragen und buchen.
- Zimmerrechnung aktualisieren und mit den Belegen der in Anspruch genommenen Nebenleistungen dem Guest zur Prüfung vorlegen.
- Rechnungsausgleich vornehmen durch Kreditkarte oder bar.
- Rechnung quittieren.
- An die Räumung des Safes im Zimmer und/oder des Hotel-Schließfaches erinnern.
- Zum Abschied gehört die Frage, ob der Aufenthalt gefallen hat, die Hoffnung auf ein Wiedersehen (einen erneuten Aufenthalt) und eine glückliche Heimreise.

Anschließend sind die bei Abreise üblichen Routinemaßnahmen zu erledigen: Vermerk der Abreise in den Unterlagen, Aktualisierung des Systems. Bei unplanmäßiger Abreise Information der Hausdame und anderer beteiligter Abteilungen. Ablage aller Belege in der vorgeschriebenen Form.

Voraussetzung zur korrekten Durchführung des Check-out sind die tagesaktuelle Führung des Gästekontos, verbunden mit der laufenden Erfassung aller Vorgänge in der Hotelkasse.



Gästebuchhaltung

Die fest mit dem Gast vereinbarten Leistungen, also im wesentlichen Logis und Frühstück und je nach Arrangement Halb- oder Vollpension, werden während des Aufenthaltes täglich auf das Konto des Gastes gebucht. In einem modernen EDV-System erfolgen diese Buchungen automatisch.

Für alle übrigen Leistungen des Hotels, die in Anspruch genommen und nicht an Ort und Stelle bezahlt wurden, werden dem Empfang einzelne mit Namen und Zimmernummer versehene und vom Gast abgezeichnete Belege (**Restanten**) von den betreffenden Betriebsstellen zugeleitet, die täglich auf das Konto des Gastes gebucht werden.

Telefongespräche vom Zimmer aus werden automatisch erfasst und die Gebühren auf einem Bon ausgeworfen oder auch selbsttätig auf das Gastkonto gebucht.

EDV-Gastronomie-Systeme ermöglichen auch das automatische Aufbuchen weiterer in Anspruch genommener Leistungen (z. B. im Restaurant) auf die Hotelrechnung des Gastes. Zur Identifikation kann die Zimmer-Schlüsselkarte verwendet werden. Es können auch kleine mobile Erfassungsterminals benutzt werden, z. B. im Wirtschaftsdienst zur Erfassung des Minibarumsatzes. Die erfassten Daten werden anschließend auf das System überspielt.

Am Tag der Abreise, die oft in den frühen Morgen- oder Vormittagsstunden erfolgt, sind alle Leistungen einschl. des vorigen Tages gebucht. Die am Abreisetag noch zuletzt in Anspruch genommenen Leistungen, z. B. Telefon, Minibar, Frühstück (Extras) müssen erfragt, evtl. geprüft und noch gebucht werden.

Wenn sicher ist, dass alle Restanten der betreffenden Zimmernummer ordnungsgemäß belastet wurden, kann die Rechnung ausgedruckt werden. Während des Aufenthaltes kann der Kontostand jederzeit aufgerufen und am Bildschirm eingesehen werden.

Grundsätzlich wird jedes Zimmer einzeln bearbeitet. Bei Gruppen werden alle Fixleistungen einer vorher festgelegten Zimmernummer belastet. Die variablen Leistungen gehen jeweils zu Lasten des einzelnen Gastes und werden auf dem betreffenden Einzelkonto gebucht.

Reklamationen und Reduktionen

Reklamationen

Erkennt ein Gast beim Bezahlen seiner Rechnung eine Belastung nicht an, so ist der fragliche Beleg dem Gast vorzulegen. Zeigt sich, dass der Gast im Recht ist, so ist der Betrag unter Verwendung des genannten Abzugsbeleges von der Rechnung abzuziehen. Auf dem Beleg sind folgende Angaben erforderlich:

- Sparte und Betrag
- Grund des Abzuges
- Unterschrift des Gastes und eines Verantwortlichen

Kann anhand des Originalbeleges herausgefunden werden, welcher Gast die Leistung in Wirklichkeit in Anspruch genommen hat und ist dieser noch im Hause, so erfolgt die Nachbelastung auf dessen Rechnung.

Kann jedoch der eigentliche Empfänger der Leistung nicht ermittelt werden oder ist der Gast bereits abgereist, so ist

ein entsprechender Vermerk auf dem Abzugsbeleg anzubringen. Die Direktion hat zu entscheiden, ob eine Rechnung nachgesandt wird oder das verantwortliche Personal für den Schaden aufzukommen hat.

Reduktionen (Personalreduktionen)

Hierbei handelt es sich um Waren und Leistungen, die einem Gast ohne Berechnung zugute kommen, z. B. wenn Beauftragte von Veranstaltern oder Großkunden zu Auftragsverhandlungen eingeladen und kostenlos bewirtet oder auch beherbergt werden. In diesen Fällen ist der Umsatz der betroffenen Sparten um die entsprechenden Beträge zu bereinigen. Der Tagesumsatz wird täglich um die berechtigten Abzüge in der jeweiligen Umsatzsparte reduziert.

Jeder Abzug ist durch einen Buchungsbeleg nachzuweisen und trägt die Unterschrift eines Verantwortlichen.

Buchungsfehler

Folgende Buchungsfehler können auftreten:

- Eine Belastung wurde auf die falsche Zimmernummer gebucht.

In diesem Fall ist unter Verwendung eines Korrekturbeleges der falsch gebuchte Betrag umzubuchen. Auf dem Korrekturbeleg wird vermerkt, welche Zimmernummer zu entlasten und welche zu belasten ist und um welche Leistung es sich handelt. Der Korrekturbeleg ist von einem Verantwortlichen abzuzeichnen.

- Eine Belastung wurde auf die falsche Sparte gebucht.

Anstatt »Minibar« wurde zum Beispiel »Raummiete« angesprochen. Dann wird dies sofort nach Entdecken des Fehlers bereinigt.

- Eine zu niedrige Belastung wurde eingebucht.

Hier kann die Differenz sofort nachgebucht werden.

- Eine zu hohe Belastung wurde eingebucht.

Der Differenzbetrag darf nur unter Verwendung eines Abzugsbeleges abgezogen werden. Auf diesem sind der Grund für den Abzug sowie die Umsatzsparte, die um den abgezogenen Betrag zu bereinigen ist, anzugeben. Der Abzugsbeleg ist von einem Verantwortlichen abzuzeichnen.

Die Führung der Hotelkasse

Der Begriff »Hotelkasse« kann unterschiedliche Bedeutungen haben. Man kann darunter die Funktion verstehen, die den gesamten Zuständigkeitsbereich des Kassierers/der Kassiererin abdeckt. In diesem Sinne gehören dazu:

- Waren und Leistungen auf Gästekonten buchen
- Gästerechnungen erstellen und kassieren
- Ausgaben gegen Quittung auszahlen und buchen
- Fremdwährungen annehmen, umrechnen und umtauschen
- Abrechnen der Zahlungen mit Kreditkarten und Hotelgutscheinen (Vouchers)
- Debitorenabrechnung
- Abrechnen mit Reisevermittlern, Veranstaltern

Jeder Gästefragebogen muss daher Leerzeilen enthalten, die zu ausführlicherer Stellungnahme einladen.

Durch solche Anmerkungen kann nicht nur der augenblickliche Zustand des Hotels in den Augen der Gäste zur Kenntnis genommen werden, sondern vor allem auch rechtzeitig erkannt werden, in welche Richtung sich die Erwartungen und der Geschmack der Gäste in der Zukunft entwickeln könnte.

Wandel der Gästeerwartungen

Es gibt viele Beispiele, dass sich die Erwartungen der Gäste an »ihre« Hotel in relativ kurzer Zeit ändern können. So waren bestimmte Ansprüche vor wenigen Jahren noch kein Thema und werden heute mehrfach als Selbstverständlichkeit erwartet

- Vegetarische und vegane Ernährungsformen
- Modernste Geräte und Möglichkeiten des Trainings im Fitness- und Wellness-Bereich
- Bekenntnis und Ausübung von Umweltschutz, Müllvermeidung und -trennung
- Bevorzugung regionaler Erzeugnisse Fairtrade auf dem Speisezettel
- Beachtung von Allergenen und Zusatzstoffen bei der Speisenzubereitung und mögliche Vermeidung, auch schon vor Erlass der Verordnung.

Qualitätskontrolle und Qualitätsverbesserung als Daueraufgabe

Aus diesen Erkenntnissen ergibt sich die Notwendigkeit, die Kontrolle und Verbesserung der Qualität und die Kommunikation mit den Gästen darüber als eine Aufgabe zu betrachten, die nie zu Ende ist.

Solange Menschen die Wahl haben wird immer das Unternehmen den meisten Erfolg haben, das ein »offenes Ohr« für die Bedürfnisse und Wünsche seiner Gäste hat und es versteht, diesen soweit wie möglich gerecht zu werden.

Dabei kommt es keineswegs alleine auf die Größe des Unternehmens und die vorhandenen Mittel an. Von gleicher Bedeutung, vielleicht sogar noch wichtiger, sind Aufmerksamkeit, Fürsorglichkeit, Gastfreundschaft und Einsatzbereitschaft des Gastgeberteams.



Lösungsansätze zur Gästezufriedenheit

»Der Chef hier hat noch nie in seinem eigenen Restaurant ein Menü bestellt oder noch nie in seinem eigenen Hotel übernachtet – sonst hätte er längst gemerkt, woran es hapert!«

Aus solchen Unmutsäußerungen von Gästen kann der wirkungsvollste Lösungsansatz zur Gästezufriedenheit abgeleitet werden: Jede Mitarbeiterin, jeder Mitarbeiter, vom Geschäftsführer bis zum Auszubildenden sollte in der Lage sein, sich in die Situation der Gäste hineinzuversetzen, auch die besonderen Ansprüche von Gästen z. B. der Gäste mit Kindern, älterer oder behinderter Gäste, des eiligen Geschäftsreisenden zu bedenken.

Manche Hotelketten beschäftigen erfahrene Fachleute, die in den eigenen Häusern als Guest auftreten, um Mängel oder Schwachstellen der gebotenen Dienstleistungen oder Einrichtungen aufzuspüren.

Ein derartiger Aufwand ist überflüssig, wenn alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter das nötige Einfühlungsvermögen für das Empfinden der Gäste aufbringen und ihnen Gelegenheit geboten wird, sich an der Gestaltung von Lösungsansätzen zu beteiligen.

Gästezufriedenheit ist die gemeinsame Aufgabe aller Beteiligten, die auch nur gemeinsam erfüllt werden kann. Dazu kann eine dauerhafte Organisationsform der Zusammenarbeit geschaffen werden, etwa im Sinne von Projektarbeit, an der sich jeder mit Aussagen und Vorschlägen zum Thema beteiligen kann. Unter Führung der Geschäftsleitung werden alle Beiträge geprüft und ihre Anwendung erwogen.

Von diesem Team kann auch eine permanente Auswertung der abgegebenen Gästefragebogen erfolgen.

Im Gegensatz zu einer Projektarbeit findet das Bemühen um eine Optimierung der Gästezufriedenheit jedoch nie ein Ende oder muss mit veränderten Anforderungen und Erwartungen immer wieder neu in Gang gesetzt oder fortgesetzt werden.

Weitere Möglichkeiten, die zum Erhalt und der Verbesserung der Gästezufriedenheit und zur Entwicklung des Unternehmens eingesetzt werden können sind zum Beispiel:

- ständige sorgfältige Analyse des Gästefeedbacks
- Beobachtung der Entwicklung der Branche einschließlich der Konkurrenz
- Veränderungen der Gästeerwartungen
- Erschließen neuer Gästekreise
- Verfolgung aller technischen Entwicklungsmöglichkeiten (Stichworte Internet/W-Lan, Umweltschutz, Ökologie, ökologische Produkte)
- Benchmarking (Was machen andere besser? Wie können wir aufholen?)