

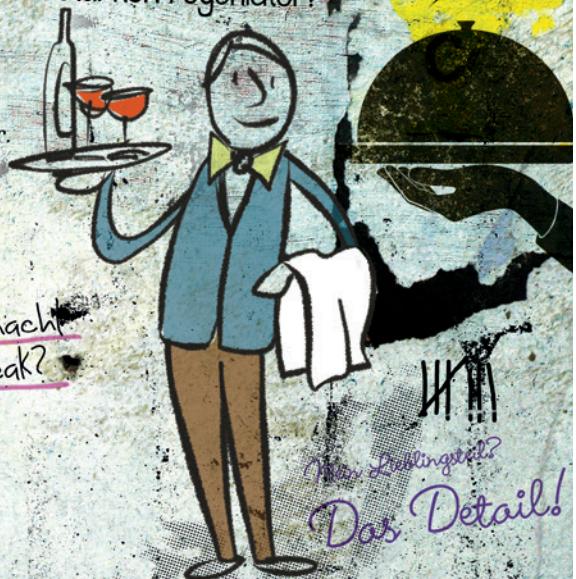
Wer guten Service machen will, braucht einen starken Psychiater!

Einige Gäste sind wie 
Wenn sie verschwinden
wird der Tag wunderbar.

SERVICE WILDESTE

Auf dem Boden der Tatsachen liegt
eindeutig zu wenig Glitzer.

Service, was macht
das Pfeffersteak?
Durstig :)



Der Lieblingssatz
Das Detail!

#MINDEFUCK

FRANK SIMMETH

#klarTEXT SERVICE

FÜR HOTELLERIE UND GASTRONOMIE

EDITION



Allgemeine Hotel- und
Gastronomic-Zeitung

MATTHAES



FRANK SIMMETH

#klartext SERVICE

FÜR HOTELLERIE UND GASTRONOMIE

MATTHAES VERLAG GMBH
Ein Unternehmen der dfv Mediengruppe

Veränderung ist ein Wesenszug des Lebens ...
Umso wichtiger ist es, bei zauberhaften
Augenblicken stehen zu bleiben und innezuhalten!

Für Iris, Alex, Mareike und Natalie



Inhaltsverzeichnis

<u>Reden wir mal Klartext...</u>	8
----------------------------------	----------

Service Qualität

Mach Dinge einfach möglich!	12
Mach deine Gäste wichtig!	14
Mach als Koch Service ...	17
Behandle deine Gäste gleich!	19
Schreck deine Gäste nicht ab...	21
Setz Prioritäten ...	24
Macht es gemeinsam!	26
Mach es (selbst)bewusst!	28
Denk deine Gäste zu Ende!	30
Mach Kleine Groß!	32
Gib guten Rat ...	35
Zelebriere es!	37
Denk dich ein!	39
Bleib dran ...	41
Schreib es dir hinter die Ohren!	44
Sei bereit!	46
Sieh es richtig ...	48
Mach es wirklich...	50
Geh durchs Ziel!	53
Mach Spaß ...	55
Liebe deinen Nächsten!	57
Denk was du willst...	59
Kümmere dich!	62
Sei besser!	64
Leg einen drauf ...	66
Bleib sauber...	68

Aktiver Verkauf

Hilf Entscheidungen zu treffen!	71
Begründe deine Empfehlung!	73
Verkauf mit allen Sinnen	75
Sei Aufmerksam!	77
Mach Appetit ...	80
Mach es passend!	82
Kenn dich aus!	84

Geh noch einmal hin!	86
Sei emotional...	89
Gib »richtig« nach...	91
Liebe es!	93
Fang es gut an!	95
Carpe diem!	97
Sei verbindlich!	100
Werde nicht durch Tricks reich ...	102
Trau dich!	104
Geh einfach mit...	106
(Ge)schenk nach...	108
Schaff Gelegenheiten!	111
Arbeite erfolg-reich	113

Reklamationen managen	115
Sei diskret	116
Versteh »blöde Gäste«	118
Lass es schmecken...	121
Sei ehrgeizig	123
Mensch ärgere dich nicht ...	125
Check das noch mal!	127
Bereite dich vor!	129
Mach es klar	132
Mach es mit Gefühl	134
Schau hin!	136
Sei nicht gleichgültig ...	138
Sag es treffender!	141
Mach es wieder gut	143
Sag auch mal »nein«	145

Kommunikation am Gast	147
Rede normal mit deinen Gästen!	148
Hand drauf	151
Sprich es ganz aus	153
Lach mich an	155
Hier spielt die Musik!	157
Grüße alle deine Gäste!	160
Sag was du machst	162
Mach aus Fremden Freunde!	165
Lade deine Gäste ein	167
Schließ gut ab!	170
Sei am Telefon einladend	172
Mach dich frei	174
Steh dazu!	176
Mach es mit Würde!	178
Denk positiv!	181
Lobet den Herrn	183
Bemüh dich nicht	185
Behandle Sie gleich!	187
Nenn's beim Namen!	189
Behalte die Ruhe	192
Wach auf!	194
Sei dir sicher	196
Sei nicht wertlos!	198
Mach die Augen auf!	200
Wag was!	202
Lach öfter	205
Kopf hoch!	207
Sag was	207
Sei nicht normal!	211
Nimm nicht alles an!	213
Setz Standards	216
Die letzten Worte	219
Die (richtige) Servicecheckliste	220
Der Autor	223
Impressum	224

REDEN WIR MAL

KLARTEXT ...

»Ich liebe meine Gäste! Nur so kann man in Gastronomie und Hotellerie erfolgreich sein...«

Würden Sie diesen Satz so unterschreiben? Für mich stimmt da nur der »Gegensatz«: Wer seine Gäste nicht liebt oder zumindest mag, wird in unserer Branche ganz sicher nicht erfolgreich sein. Wäre aber »Liebe« allein für den Erfolg ausreichend, dann bräuchte es ja keine jahrelangen Ausbildungen und Erfahrungen, um am Gast wirklich zu überzeugen. Mit anderen Worten: Wer gerne mit Lebensmitteln arbeitet, ist noch lange kein guter Koch. Da ich selbst gelernter Koch bin, würde ich diesen Satz sofort unterschreiben.

Wir arbeiten vermutlich in der schwierigsten Branche der Welt! Unser Zielpublikum ist im wahrsten Sinne »satt«, der Konkurrenzkampf um beste Konzepte und Plätze atemberaubend, und unsere Gäste »ähnlichen« kleinsten Fehler mit vernichtenden Urteilen in den Bewertungsportalen. Liebe allein macht in unserer Branche also zwar nicht direkt blind – aber eben auch nicht »sehend«!

Drei Dinge sind erforderlich, damit die Arbeit an und mit Gästen nicht nur Spaß macht, sondern sich auch noch wirtschaftlich »auszahlt«:

- **Wissen & Fachkompetenz**
- **Fähigkeiten & Fertigkeiten**
- **Werte & innere Haltung**

Wie immer steckt der Teufel auch hier im Detail. Je nachdem, wie tief Sie in die »Materie« Gastronomie und Hotellerie einsteigen, gibt es unzählige Varianten und Möglichkeiten, aus Gästen entweder Fans zu machen oder sie für immer zu verlieren. Mit anderen Worten: Jede Menge »Mindfuck«. Oder anders gesagt: Jede Menge gedankliches Surfen in den Tiefen und Untiefen des gastronomischen Alltags und den daraus entstehenden Gedankenwelten.

Wie lässt sich so etwas wie Werte überhaupt vermitteln? Wie können Sie sich Kompetenz am besten aneignen? Wie gelingt es Ihnen, Ihr Wissen in der erforderlichen Situation abrufbar zu haben? Bis vor gar nicht langer Zeit, war es üblich, wertvolle Erkenntnisse und Erfahrungen in Geschichten und Erzählungen weiterzugeben und die wichtigste Botschaft als Resümee noch einmal auf den Punkt zu bringen.

Mit diesem Buch möchte ich diesen Gedanken wieder aufgreifen und das in unserer anstrengenden Zeit erforderliche Nachdenken mit dieser alten Tradition verbinden: Lernen in Geschichten.

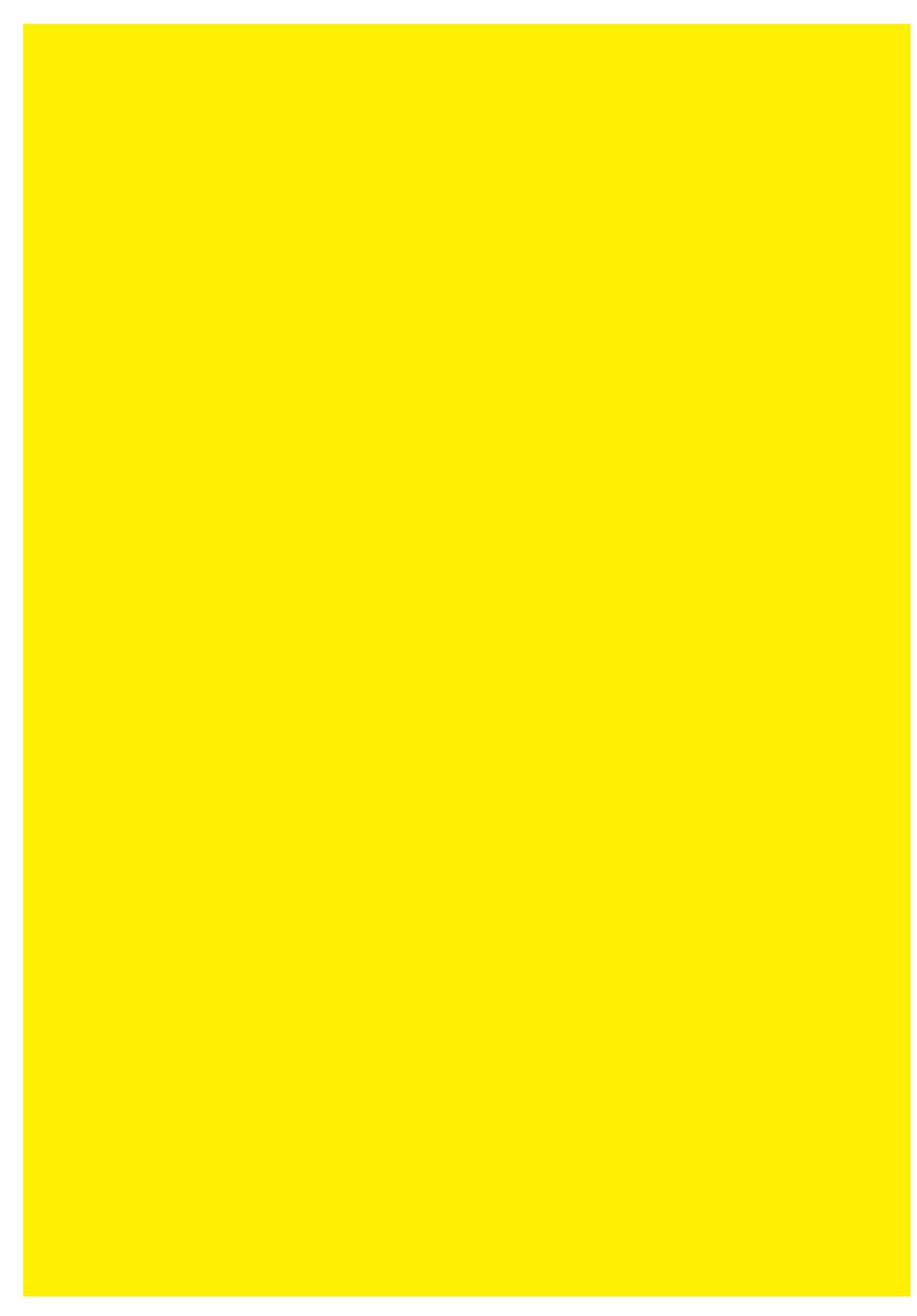
ZU DEN VIER KERNTHEMEN AM GAST

- **Servicequalität**
- **aktiver Verkauf**
- **Reklamation und Beschwerden**
- **Gastkommunikation**

finden Sie eine ganze Reihe von Geschichten und Erkenntnissen, was man so alles beachten kann und muss, um Gäste wirklich zu begeistern und gleichzeitig seinen Umsatz zu steigern.

Ob Sie dieses Buch jetzt als Nachlektüre zum Einschlafen nehmen, oder jeden Tag eine Geschichte beim Servicebriefing zum Aufwachen vorlesen, bleibt natürlich Ihnen überlassen. Ich wünsche Ihnen auf jeden Fall viel Spaß beim Lesen!

Ihr Frank Simmeth



SERVICE QUALITÄT

*Oder: Warum gut gedacht
und gut gemacht oftmals zwei
paar Stiefel sind ...*



Mach Dinge einfach möglich!

Letztens als Kunde in einer bayerischen Systemmetzgerei. Ich stehe vor dem Problem, dass eine Hähnchenbrust für mein Geschnetzeltes am Abend zu wenig, zwei aber zu viel sind. Während ich also unschlüssig in die Theke schaue und »rumdrucks«, schaut mich die Verkäuferin mit einem verschmitzten, aber durchaus sympathischen Lächeln an und sagt:

»Jetzt sagen's halt endlich, wie viel Gramm sie brauchen! Wenn's ist, dann schneide ich Ihnen halt eine Hähnchenbrust auseinander ...«

DIE ANGST VOR »BLÖDEN« KOMMENTAREN

Warum ich nicht einfach gefragt habe? Na ja, vielleicht habe ich eher mit so einer Antwort gerechnet: »Ich kann doch nicht einfach eine Brust auseinanderschneiden! Was denken Sie denn, was wir mit der anderen Hälfte machen sollen?« oder »Wo kommen wir denn da hin, wenn wir für jeden hier eine Extrawurst machen!« Ich habe nicht gefragt, aus Angst, einen dieser »lustigen« Kommentare zu bekommen und mich darüber dann auch noch zu ärgern. Der Duden definiert SERVICE als Kundendienst und Kundenbetreuung. Unter diesem Gesichtspunkt hat die Verkäuferin im o.g. Beispiel genau das Richtige getan. Sie hat Dinge einfach möglich gemacht. Was das Ergebnis war? Ich habe »Das ist aber nett!« zu ihr gesagt und das Geschäft dann zufrieden verlassen.

VON SERVICE-OASEN ...

Man mag es zwar nicht immer glauben, aber wir in Gastronomie und Hotellerie zählen für andere Branchen immer noch zu den Vorreitern in puncto Service. Wer das nicht glaubt, braucht nur mal bei dem einen oder anderen Handwerker nach Service zu fragen oder bei einer »Kundendienst-Hotline« anzurufen. Ob wir aber tatsächlich Vorreiter sind, frage ich mich manchmal, wenn ich als Gast in einem Restaurant 1 Euro Aufschlag bezahlen muss, wenn ich anstatt des Kartoffelknödels lieber einen Semmelknödel haben möchte. Kennen Sie das Sprichwort: »Unter den Blinden ist der Einäugige der König«? Ich weiß nicht, ob ein Vergleich mit »noch schlechterem Service« schon eine Auszeichnung ist!

Machen Sie doch einfach wirklich »Kunden-Dienst«! Kennen Sie Aussagen wie: »Das machen wir aber nicht ...«; »Da müssten wir aber ...«; »Zuerst muss ich schauen, ob das überhaupt ...«? Egal, ob sie vielleicht einmal etwas machen müssen, was zwei Sekunden mehr Arbeit bedeutet, außergewöhnlich ist oder Ihnen einfach diesen »Millimeter« mehr Flexibilität abverlangt. Ich wüsste da eine Antwort, die

Ihren Gästen wirklich Freude bereitet: »Ja, gerne!« Wie wäre es, würde mancher Gastronom statt des Satzes: »Für jede Beilagenänderung berechnen wir 1 Euro« folgenden Satz in die Speisekarte schreiben: »Wir machen Dinge für Sie möglich – Fragen Sie uns einfach!« Gäste, die einen persönlichen Wunsch haben, sind entweder nervig ODER eine echte Chance. Was von beiden es für Sie sein soll, entscheiden Sie natürlich selbst ...

#klartext

Gutes Schnitzel kann jeder! Erfolg oder Misserfolg kann leichter über guten Service als über das Produkt allein erzielt werden. Wenn du deine Gäste begeistern möchtest, musst du etwas dafür tun. Egal also, ob eine außergewöhnliche Frage, ein Sonderwunsch oder eben ein Gefallen: Mach Dinge einfach möglich und zeig deinen Gästen damit, dass sie bei dir genau richtig gelandet sind ...

RandbeMERKt

#servicekultur

Als »Kultur« wird bezeichnet, wenn ein gewisses Verhalten selbstverständlich ist, also gezeigt wird, ohne wirklich darüber nachzudenken. Servicekultur bedeutet also, dass es im Team einen einheitlichen Konsens darüber gibt, dass die Bedürfnisse der Gäste im Mittelpunkt stehen.

#gofirst

Egal, ob du als Mitarbeiter oder Führungskraft arbeitest:
Wenn du eine gewisse Servicekultur bei dir im Betrieb haben möchtest, musst du das in erster Linie vormachen bzw. vorausgehen!

Mach deine Gäste wichtig!

Vor einiger Zeit habe ich, modern wie ich bin, eine E-Mail an einen Gastronomiebetrieb geschrieben, um eine Veranstaltung zu buchen. Als ich nach einer Woche noch keine Bestätigung hatte, habe ich dort angerufen, um sicherzugehen, dass meine Buchung nicht verloren gegangen war. Auf meine Nachfrage hat die Mitarbeiterin am Telefon geantwortet: »Wissen Sie eigentlich, wie viele E-Mails und Faxe wir täglich bekommen? Da müssen Sie schon etwas mehr Geduld haben!«

ICH BIN ALSO NUR EINER VON VIELEN?

Ich bin nicht der einzige Gast? Es dreht sich nicht alles nur um mich? Ich bin nur »irgendeiner« in der Masse aller Gäste? All das weiß ich! Ich möchte es nur nicht hören. Viel lieber möchte ich hören, dass ich meiner Gesprächspartnerin als Guest wichtig bin und dass es eben nicht egal ist, ob ich nun hier oder da als Guest hingehe – und dass man sich auf mich freut. So gesehen, hätte die Dame am Telefon auch sagen können: »Entschuldigung, dass wir uns noch nicht gemeldet haben, es ist im Moment viel los bei uns. Aber jetzt lassen Sie mich mal schauen wo Ihre ...« Schon wäre das Problem gelöst – und ich als Kunde glücklich.

Ganz ähnlich geht es mir aber auch manchmal, wenn ich in ein Restaurant komme, in dem gerade viel los ist. Oft werde ich weder begrüßt noch ersichtlich wahrgenommen. Wenn ich eine Servicekraft dann aufhalte und so überraschende Fragen stelle wie: »Habe ich denn heute Abend noch eine Chance auf einen Tisch für zwei?«, dann bekomme ich womöglich noch eine patzige Antwort wie: »Ich habe jetzt keine Zeit – Sie sehen ja, was gerade los ist!« Ja, und genau das ist es, was ich gerade **nicht** hören will! Was will mir die Servicekraft denn auch damit sagen? Vielleicht, dass ich störe, oder dass SIE heute am längeren Hebel sitzt ...

WENN VIEL LOS IST, GEHT'S HALT NICHT ...

Ein Seminarteilnehmer hat mir diese Frage einmal so beantwortet: »Wenn viel los ist, dann kann ich mich halt nicht um jeden kümmern.« Vielleicht deshalb an dieser Stelle eine kleine Geschichte. Ich war vor Kurzem bei einem Freund zum vierzigsten Geburtstag eingeladen, als einer von etwa 60 Gästen. Als ich mit meiner Frau zur Türe hereinkam, ist er sofort zu uns gekommen, hat uns angestrahlt und gesagt: »Ich freue mich riesig, dass ihr da seid! Dort bekommt ihr Essen und Trinken, bitte versorgt euch schon einmal. Ich bin ein wenig im Stress – komme aber gleich wieder zu euch, sobald es geht...«

Vielleicht liegt es ja eher an der Einstellung der Mitarbeiter im Service, welche Botschaft beim Gast ankommt, und nicht an der momentanen Gegebenheit ...

#klartext

Wie sich Gäste tatsächlich wichtig fühlen?
Ganz einfach – indem du sie wichtig machst.
Dazu reicht manchmal schon ein Blickkontakt, ein Lächeln oder ein kurzer Satz aus: »Schön, dass Sie da sind!« oder: »Bitte einen kleinen Augenblick noch, ich bin gleich mit meiner ganzen Aufmerksamkeit bei Ihnen«. Gäste haben – mit Recht – auch bei viel Geschäft kein Verständnis dafür, wenn man sie als Teil einer »Störgruppe« behandelt.

RandbeMERKt

#nonverbalekommunikation

Deine Einstellung drückt aus all deinen Poren und ist dir damit immer anzusehen und aus deiner Stimme herauszuhören. Wenn du also genervt von deinen Gästen bist, bekommen die das mit!

#gaesteaLsgruppe

Eine Gruppe »Gäste« gibt es nur aus der Sicht der Mitarbeiter im Service. Der Gast selbst sieht sich als Individuum. Gute Gastgeber versuchen, die Sichtweise der Gäste einzunehmen und nicht Gäste zum Perspektivenwechsel zu belehren.

Guter **Service**
BEDEUTET
ALLE MACHEN MIT!



Mach als Koch Service ...

In einem Varieté-Restaurant. Ich habe schon geahnt, was zum Ende der Veranstaltung passiert. Wie beim Traumschiff: Die Türen gehen auf, die Fanfaren blasen. Warum? Na, weil jetzt die wahren Helden des Abends auf die Bühne kommen: die Köche. Freudestrahlend stehen sie dann da, mit stolzgeschwellter Brust. Und die Gäste? Die sind begeistert und geben »Standing Ovations« ...

DER KOCH ALS HELD?

Wo ist die Zeit hin, als ich Koch gelernt habe? Da war das Image der Köche noch ein ganz anderes. Als die Freunde noch die Nase gerümpft haben: »Du lernst WAS???. Also, ich mach meine Ausbildung lieber bei der Bank ...«. Ja, da haben Zacherl, Mälzer und Co. ganze Arbeit geleistet. Heute ist der Kochberuf wieder »schick«, und es ist sogar gesellschaftlich IN, einen guten Koch möglichst persönlich zu kennen.

Gut, vielleicht muss sich dieser Wandel ja noch ganz herumsprechen. Denn immer noch gibt es viele Köche, die sich in ihrer Küche verstecken: »Mit den Gästen reden? Das ist doch nur was für Tellertaxis!« Deshalb sieht die Realität eben so aus, dass die maximale Anerkennung für Köche eine Servicekraft ist, die kurz in die Küche hineinruft: »Hat alles gepasst ...«

REDEN IST GOLD!

Ich bin der festen Überzeugung, dass künftig nur die Köche wirklich Erfolg haben werden, die mit Gästen kommunizieren können. Und wen es interessiert – das ist auch ein Punkt, den alle prominenten Kochprofis gemeinsam haben: Sie können sich gut verkaufen. Abgesehen von der Möglichkeit, sich ein Lob direkt am Gast abzuholen, zeigt der Koch, der **zumindest einmal am Abend** an den Tisch kommt, doch eine tolle Servicegeste. Das Signal ist eindeutig: In diesem Hause ist es tatsächlich wichtig, ob es mir als Guest auch wirklich geschmeckt hat.

Worüber Sie dann reden? Das ist die häufigste Frage, die mir Köche in meinen Seminaren stellen: »Was soll ich denn mit den Gästen reden?« Ist doch einfach: ÜBERS ESSEN! Natürlich macht es Sinn, am Tisch kurz stehen zu bleiben und zu fragen: »Hat Ihnen MEIN Essen denn geschmeckt?« Darüber hinaus sind Sie als Koch aber auch noch das glaubwürdigste Verkaufsargument der Erde. Wenn Sie zu Ihren Gästen sagen: »Sie müssen jetzt unbedingt noch MEINE Crème brûlée probieren – die ist mir heute ganz besonders gelungen!« Was glauben Sie, was 99 Prozent Ihrer Gäste dann bestellen?

#klartext SERVICE

ALLE DETAILS UM GÄSTE WIRKLICH ZU BEGEISTERN

Mach einfach guten Service? Wie immer steckt auch hier der Teufel im Detail. Je tiefer man in den Servicealltag einsteigt, desto mehr Chancen und Möglichkeiten lassen sich entdecken, wie man Gäste begeistert, Umsätze steigert und sich wirklich unterscheiden kann.

In Gastronomie und Hotellerie ist nicht »Wissen« der Erfolgsfaktor Nummer eins, sondern Verstehen und Verhalten. In knapp 100 Praxisgeschichten macht Frank Simmeth in diesem Buch gastronomisches Alltagswissen verständlich und gibt unzählige Tricks, Kniffe und Tipps, die sofort im Alltag umsetzbar sind.

***KLARTEXT SERVICE** ist ein humorvoller und umfassender Wegbegleiter für Mitarbeiter und Führungskräfte, der zu den Themengebieten Zusatzverkauf, Servicequalität, Reklamation und Gastkommunikation Wege aufzeigt, im laufenden Alltag ständig besser zu werden.

