

Beschwerden sind gut

Wenn Gäste sich beklagen, sollten Gastronomen und Hoteliers das nicht als Angriff verstehen, sondern als kostenlose Betriebsberatung. Wie das Personal sinnvoll mit Reklamationen umgeht



Gäste als Klagechor: Mitarbeiter sollten ihre Ohren nicht verschließen, sondern Beanstandungen ernst nehmen

Grafik: juandarien/panthermedia

STUTTGART. Wenn der Wasserhahn im Zimmer tropft und dem Gast den Schlaf raubt, dann muss das Hotelpersonal schnell handeln. Das Problem sollte nicht auf die lange Bank geschoben werden. Sonst fühlt sich der Gast nicht ernst genommen und wird unter Umständen nie wieder kommen. Schließlich wird nur ein zufriedener Kunde einen Gastbetrieb immer wieder besuchen und ihn unter Bekannten und Kollegen weiterempfehlen. Ein gutes Beschwerdemanagement ist deshalb wichtig. Aber Vorsicht: Nicht jede Beschwerde ist auch eine. Hinter manchen Reklamationen kann sich auch Kalkül verbergen.

Verborgene Fehler entdecken

„Jede Beschwerde ist eine kostenlose Unternehmensberatung“, sagt Ulrich Bauknecht. Der Geschäftsführer des Stuttgarter Hotels Azenberg, betont, dass er und seine Mitarbeiter für Kritik offen sind. Grund: Jeder Mangel, auf den ein Gast hinweist, könne auf Fehler in Abläufen und Prozessen aufmerksam machen. Wer Beschwerden ernst nehme, erhalte die Chance das Qualitätsmanagement seines Gastbetriebes zu verbessern und in einzelnen Abteilungen Optimierungen durchzuführen, auf die zuvor niemand auf-

merksam geworden ist. Die Beschwerden müssen sich dabei nicht immer auf den Service, Housekeeping oder die Küche beziehen, wie Ulrich Bauknecht weiß. „Bei uns haben Gäste schon bemängelt, dass das Hotel am Hang liegt und deshalb mit Gepäck schlecht erreichbar ist.“ Für Bauknecht war das ein Hinweis Flyer, Broschüren und die Homepage zu überarbeiten. Mängel die der Gast erkennt, oder enttäuschte Erwartungen, die er an das Personal weitergibt, sind daher wertvoll. Bauknecht konnte so sein Marketing und die Unternehmenskommunikation verbessern.

Aus diesem Grund ist es wichtig, dass Mitarbeiter Beschwerden nicht als persönlichen Angriff werten, sondern als Erfahrung und Feedback des Gastes, wie Christiane Reisberger, Office Manager im InterConti Berlin, erklärt. „Rhetorisch trainieren wir die Mitarbeiter dahin, dass diese positive Formulierungen finden und Lösungswege dem Gast direkt aufzeigen können“, so Reisberger. „Ziel ist dabei immer, dass der Mitarbeiter es schafft, sich in die Situation des Gastes hineinzuversetzen.“ Laut Christiane Reisberger ist es wichtig, dass dem Gast zugehört und sein Anliegen ernst genommen wird. Der Abteilungsleiter müsse den Mitar-

beiter hinter den Kulissen unterstützen, aber ihm auch einen gewissen Spielraum für Kompensationen ermöglichen, betont Reisberger.

„Intern geht es dann darum, dass diese Erfahrungen auch in der Gästekarte hinterlegt werden und wir bei zukünftigen Aufenthalten noch individueller auf den Gast eingehen können“, so die Hoteliere.

Doch nicht jeder Gast äußert seine Beschwerde. Deshalb ist es wichtig,

Checkliste

Beschwerden sollten nicht als persönlicher Angriff verstanden werden, sondern als wertvollen Hinweis auf echte Mängel.

Mitarbeitern positive Formulierungen an die Hand geben und Lösungswege zeigen. Auch sollten sie Spielraum für Wiedergutmachungen erhalten.

Körpersprache ist wichtig. So kann eine Unzufriedenheit beim Gast schon früh erkannt werden.

Abzockern höflich, aber entschieden entgegenzutreten. Sie suchen das Haar in der Suppe, um weniger bezahlen zu müssen.

dem Personal Zeit für Unterhaltungen einzuräumen. Michael Attinger, Inhaber der Gasthausbrauerei Stiftsscheuer in Kirchheim/Teck, erläutert, dass in Gesprächen die sich im Verlauf des Gastaufenthalts ergeben, ein persönlicher Bezug zum Gast und Vertrauen geschaffen wird.

Beschwerden als Masche

Mancher, der seine Beschwerde nicht direkt äußert, könne auf diese Weise animiert werden, ein entsprechendes Feedback im Verlauf der Unterhaltung zur Sprache zu bringen. „Da kann es dann schon mal sein, dass jemand sagt, dass der Rostbraten vielleicht zu wenig durchgebraten war“, sagt Attinger. „In solchen Fällen bitte ich die Gäste, sich beim nächsten Besuch gleich zu melden, wenn mit dem Essen etwas nicht stimmt.“ So fühle sich der Gast zuvorkommend behandelt und er erkenne auch, dass die Gasthaus-Betreiber offen für Anregungen sind und die Zufriedenheit ihrer Kundschaft wertschätzen. Attinger kennt aber auch die Fälle, in denen der Gast eine Beschwerde äußert, die keine ist. „Es gibt Gäste die eine solche Masche anwenden, um einen Rabatt zu bekommen oder Geld zu sparen“, sagt der Gastwirt.

► Fortsetzung auf Seite 12

Wissen, was Mitarbeiter wollen

FCSI Kompetenzforum: Hoteldirektor Martin Kirsch weiß, wie man Fachkräfte gewinnt und langfristig ans Haus bindet

KÖLN. „Hotellerie und Gastronomie sind ein unbeliebtes Berufsbild“, gesteht Martin Kirsch. Deshalb müssten Hoteliers und Gastronomen, die qualifizierte und motivierte Mitarbeiter dauerhaft ans Unternehmen binden möchten, umdenken, nach neuen Ansätzen suchen. Erst recht, wenn das Haus, wie in seinem Fall, abseits großer Städte liegt. Beim dritten FCSI Kompetenzforum in Köln sprach der 38-Jährige über ein Top-Thema in der Branche: „Mitarbeitergewinnung und -bindung am C-Standort“.



Martin Kirsch
Foto: Veranstalter

Seit fünf Jahren leitet Martin Kirsch das 4-Sterne-Romantik-Hotel Linslerhof in Überherrn im Saarland. In dem attraktiv gestalteten 62-Zimmer-Haus

mit großer Gastronomie hat Kirsch die Personalverantwortung für 100 Mitarbeiter, und 17 Auszubildende. Diese zählen regelmäßig zu den Besten ihres Jahrgangs im Saarland.

Ein Patentrezept, wie man qualifizierte Mitarbeiter findet, hat Kirsch auch nicht. „Sie müssen einfach ein attraktiver Arbeitgeber sein!“ Wie sieht der aus? Nun, er muss wissen, was die Mitarbeiter wollen. Das Grundgehalt zur Existenzsicherung, einen sicheren Arbeitsplatz, einen geregelten Arbeitsablauf und ausreichend Freizeit, zählt der Hoteldirektor auf. Der geregelte Arbeitsablauf sei der Punkt, an dem die Chefs am meisten tun müssten, findet Martin Kirsch. „Große Veranstaltungen sind

meist langfristig bekannt, warum nicht auch die Dienstpläne langfristig gestalten?“ lautet sein Ansatz. Planungssicherheit sorgt für Zufriedenheit bei den Mitarbeitern, ebenso wie wenig Schichtwechsel. Mitbestimmung und Anerkennung, das kommt an. „Finden Sie auch als Arbeitgeber Ihr Alleinstellungsmerkmal!“ fordert Martin Kirsch auf. Steuerfreie Lohnbestandteile wie Tankgutscheine, Kindergartenzuschuss oder die Erstattung von Busfahrkarten gibt er als Stichworte. Ein Nichtraucher-Bonus oder eine Gesundheitsprämie signalisieren Wertschätzung. „Geben Sie zwei Urlaubstage zusätzlich, wenn jemand ein Jahr lang nicht krank war.“

Betriebe, in denen es Spaß macht zu arbeiten und in denen ein gutes Klima herrscht, sprechen sich schnell herum.

Davon ist Martin Kirsch überzeugt. Stichwort Personalsuche. Warum nicht mal im eigenen Betrieb beginnen, ehemalige Mitarbeiter ansprechen oder Auszubildende übernehmen? „Die kennen den Betrieb, die Gäste“, sagt Martin Kirsch.

Ebenfalls wichtig: Wo erfolgt die Stellenausschreibung? „Bei Fachpersonal, Saisonkräften und Führungspersonal komme ich um Fachzeitungen nicht herum.“ Und nicht vergessen: Auch wer eine Ablehnung erhält, kommuniziert das. Deswegen zeitnah eine Rückmeldung geben. Wer sich für den Bewerber Zeit nimmt, ihn wie einen Gast behandelt, zum Übernachten und Abendessen auffordert, erfüllt die Kriterien eines attraktiven Arbeitgebers.

Hanne Mattern

► www.fcsi.de



ChefHeads kassieren jetzt dreifach einfach



ADDIPOS ist offizieller Partner des Clubs der Chefköche. Mehr unter

www.ADDIPOS.com

Krenzers Tipp

Nicht so negativ denken!

„Was machen Sie eigentlich, wenn in diesem Jahr in der Rhön die Apfelernte ausfällt?“ Diese Frage eines Gastes vor meiner Kelterei habe ich schon so oft gehört. Doch diesmal antwortete ich nicht so wie immer, sondern sage zu meinem Gegenüber: „Alleine die Art Ihrer Fragestellung sagt schon sehr viel über Ihre grundsätzliche Denkweise aus!“ Meine Antwort sitzt. Und ich lege nach: „Warum fragen Sie nicht, was ich mache, wenn es in der Rhön eine Apfelschwemme – also eine überaus üppige Apfelernte gibt? Denn dann hätten Sie schon die Antwort auf Ihre erste Frage!“

Unsere Denke ist entscheidend für unseren Erfolg. Wir waschen uns täglich. Das nennt man Körperhygiene. Und was ist mit unseren Gedanken? Betreiben wir auch Gedankenhygiene? Wann spülen wir hier den Schweiß vom letzten „Worst-Case-Szenario“ ab? Vor einigen Jahren habe ich eine wundervolle Aussage gehört: Ich bin, was ich denke. Und deshalb wird mir mein Denken zum Schicksal!

Nicht nur Körper-, sondern auch Gedankenhygiene betreiben.

Was meinen Sie? Diskutieren Sie mit Jürgen Krenzer unter

► www.ahgz.de/meinung/kolumnen



Jürgen Krenzer hat aus seinem familieneigenen Gasthof in der Rhön das Rhönschaf-Hotel gemacht

Aus dem Inhalt

Hotelier als Röster

Er ist ein bekennender Kaffeefan: Roland Nölly vom Ringhotel Hasen. Er hat sich deshalb eine kleine Röstanlage gekauft und veredelt seinen Kaffee selbst. Das kommt bei den Gästen an 12

Gemüsegenuss aus Berlin



Sebastian Frank ist Österreicher, und das merkt man seinen Gerichten im Horváth in Berlin-Kreuzberg auch an. Die verfeinerte und leichtere Traditionsküche seiner Heimat präsentierte der Koch des Jahres 2011 auch beim AHGZ-Sternegipfel: ein Gemüsegericht 13