

## WIR aus der Sicht unserer Gäste

1. Die Sicht auf uns
2. Hard- und Software
3. Beispielfälle aus Thüringen
4. Ergebnisse von Mystery Checks
5. Internet - Gefahr oder Chance



## WIR aus der Sicht unserer Gäste

Ein Wort zuvor.....



## WIR aus der Sicht unserer Gäste

Personen und Handlung der nachfolgenden Schilderungen und Erzählung sind nicht frei erfunden, sondern beruhen auf tatsächlichen Fällen und Hintergründen.

Sollten sich jedoch bei Schilderungen Ähnlichkeiten mit Fällen von denen Sie gehört haben oder mit Personen, über die erzählt wurde, ergeben, so sind diese sicherlich beabsichtigt, aber bestimmt eher zufällig und stehen vielleicht in keinerlei Zusammenhang mit den geschilderten Sachverhalten.

Aber auch diese können dazu dienen uns Beispiele für die Herausforderungen zu geben, die vor uns liegen!



## WIR aus der Sicht unserer Gäste



## WIR aus der Sicht unserer Gäste

Verlage starren wie gebannt auf den nächsten Weltbestseller, Filmverleiher auf den nächsten Blockbuster, die Musikindustrie auf den Superhit, der alles herausreißt. Sie alle sind schief gewickelt.

Die Zukunft liegt ganz woanders.

....

Massenanbieter sehen schweren Zeiten entgegen, für neue Unternehmen bieten sich immense Chancen.

aus: Chris Anders „The Long Tail“



## WIR aus der Sicht unserer Gäste

### Wieso verlieren Unternehmen Kunden?

1% sind gestorben

3% sind umgezogen

5% ändern Gewohnheiten

9% wegen Preisänderungen

14% wegen der Produktqualität

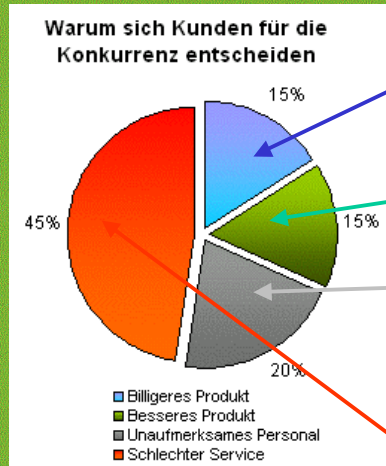
**68% wegen der Servicequalität**

Quelle: Kundenbarometer



## WIR aus der Sicht unserer Gäste

Eine neulich und eigentlich immer wieder stattfindende Umfrage:



„Qualität ist das was bleibt“



## WIR aus der Sicht unserer Gäste

### Urlaubsbarometer 2007

- Reiselust der Deutschen nimmt zu
- Zahl der Sommerurlauber steigt
- **Ferien in Deutschland wieder beliebter**
- Ausgaben für den Urlaub sinken

Das Europ Assistance Urlaubsbarometer erscheint dieses Jahr zum siebten Mal in Folge und untersucht die Einstellungen zum Urlaub in Europa auf einer Langzeitbasis. An der Telefonbefragung durch das Institut Ipsos Public Affairs im Februar und März 2007 nahm ein repräsentativer Querschnitt von 3.500 Befragten aus sieben europäischen Ländern teil, darunter 500 Befragte aus Deutschland. Untersucht wurden Meinungen und Präferenzen der Deutschen, Franzosen, Spanier, Italiener, Belgier, Österreicher und der Engländer bei ihrer Urlaubsplanung.



## WIR aus der Sicht unserer Gäste

# Deutschland Reiseziel Nummer eins - Der Abwärtstrend beim Verreisen im Inland scheint gestoppt.

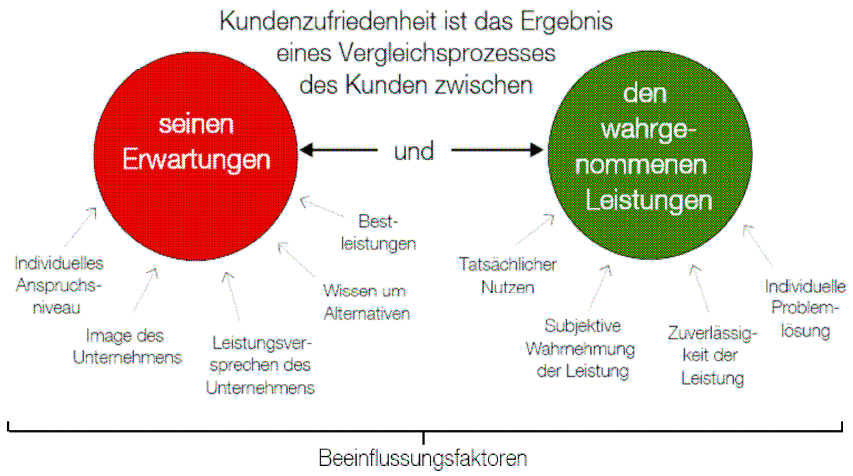


## WIR aus der Sicht unserer Gäste

- 29 Prozent der Deutschen verbringen ihre Ferien im eigenen Land. Das sind zwar weniger als vor zwei Jahren (2005: 35 Prozent), aber immerhin wieder drei Prozent mehr als im Vorjahr.
- Die Nachfrage nach Reisen außerhalb Europas sinkt weiterhin: Nur jeder zehnte Bundesbürger reist diesen Sommer auf einen anderen Kontinent. 2006 hat noch jeder Sechste seinen Urlaub außerhalb Europas verbracht.
- Beliebtestes Reiseziel in Europa bleibt Spanien (12 Prozent), allerdings mit Einbußen von fünf Prozent. Es folgen Italien (11 Prozent) und Österreich (6 Prozent).
- Die Wahl der Urlaubsziele belegt: Deutsche verbringen ihren Urlaub am liebsten am Meer (73 Prozent), nur knapp ein Viertel fährt in die Berge.



## WIR aus der Sicht unserer Gäste



Wir müssen manche Schallmauer durchbrechen  
– wenn wir erfolgreich sein wollen

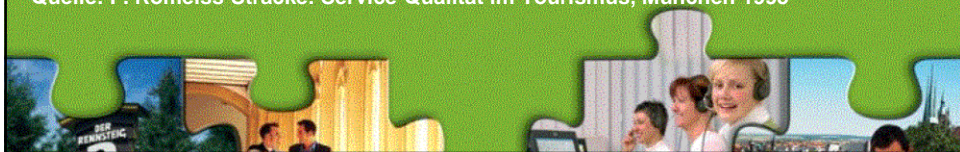


# WIR aus der Sicht unserer Gäste

## 2. Hard- und Software



# WIR aus der Sicht unserer Gäste



**DEUTSCHE HOTELKLASSIFIZIERUNG**




**DIE ERWARTUNGEN DER HOTELGÄSTE 2003:  
Ergebnisse der repräsentativen Gästebefragung  
zur Fortentwicklung der DEUTSCHEN HOTELKLASSIFIZIERUNG**

DURCHGEFÜHRT VON  
**TNS Emnid**  
 Dr. Adi Isfort  
 Director Verkehr & Tourismus  


HERAUSGEGEBEN VOM  

**DEHOGA**  
 DEUTSCHER HOTEL- UND  
 GASTSTÄTTENVERBAND  
 Am Weidendamm 1 A · 10177 Berlin  
 Tel.: 030/72 62 52-0 · Fax: 030/72 62 52-42  
 info@hotelsterne.de · www.hotelsterne.de

[www.hotelsterne.de](http://www.hotelsterne.de)

### WIR aus der Sicht unserer Gäste

Rangplatz 2003	Kriterien	Rangplatz 1998	Rangplatz 2003	Kriterien	Rangplatz 1998
1	Dusche/ Bad und WC	1	16	Nichtraucherzimmer	19
2	Ruhiges Schlafen	2	17	Klimaanlage im Zimmer	13
3	Frühstücksbuffet	3	18	Hygieneartikel verfügbar	39
4	Fernseher auf dem Zimmer	8	19	Lift	14
5	Zimmergröße	7	20	Großzügige Badausstattung	30
6	Äußere Erscheinung	10	21	Liegewiese/ Strand	22
7	Halb-/Vollpension	9	22	Rezeption 24 Stunden erreichbar	17
8	Parkplatz/ Hotelgarage	11	23	Kofferablage im Zimmer	26
9	Restaurant im Hotel	6	24	Sauna/ Dampfbad	28
10	Hilfsbereites Personal	5	25	Aufenthaltsraum	18
11	Telefon im Zimmer	4	26	Empfangshalle mit Sitzmöglichkeit	21
12	Bettengröße	15	27	Pauschalangebote	44
13	Hallenbad/ beheiztes Freibad	12	28	Safe	20
14	Bargeldlose Zahlung	16	29	Buchungsmöglichkeit über Reisebüro, etc.	41
15	Satelliten-/ Kabelempfang	25	30	Bar	23

Angaben als Rangplatz  
Basis: n = 2.026 (2003)



## WIR aus der Sicht unserer Gäste

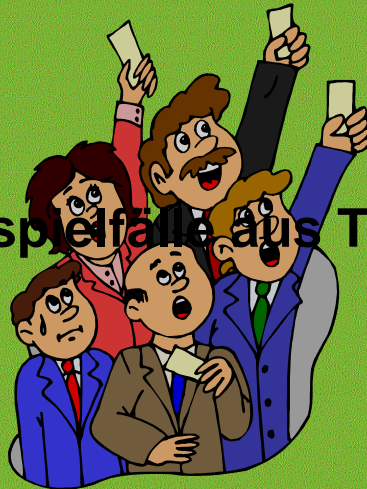
Rangplatz 2003	Kriterien	Rangplatz 1998	Rangplatz 2003	Kriterien	Rangplatz 1998
31	Hotel- und Ortsbeschreibungen	31	46	Solarium	46
↑ 32	Zusätzliche Sitzgelegenheiten	27	↑ 47	Internet-, e-Mail-Anschluss	59
↑ 33	Wellness-Angebote	50	↑ 48	Shopping-Möglichkeit im Haus	52
↑ 34	Getränkesservice bzw. Minibar	35	↑ 49 ↓	Eintrittskartenverkauf	47
↑ 35	Fitnessraum	43	↑ 50	Pay-TV/ Videoangebot	56
36	Zeitschriftenangebot im Hotel	36	↑ 51	Schuhputzgerät	55
37 ↓	Mehrsprachigkeit der Rezeption	24	↑ 52	Telefax-/ Modem-Anschluss	57
38 ↓	Kindgerechte Angebote	33	↑ 53 ↓	Shuttle-Dienst	37
39 ↓	Gepäckservice	34	54	Kosmetik und/oder Friseur	54
↑ 40	Whirlpool	42	↑ 55	Allergikergerechte Angebote	58
↑ 41	Gästekbetreuung/ Animation	32	56 ↓	Speiseservice auf dem Zimmer	53
42 ↓	Sonstige Sport-/ Freizeitangebote	38	57 ↓	Wäscherei-/ Reinigungsservice	45
43 ↓	Persönliche Begrüßung	40	58 ↓	Tennisplatz/ -halle	49
44 ↓	Frühstücksservice auf dem Zimmer	29	↑ 59	Suiten vorhanden	60
↑ 45	Thermal-/ Kuranwendungen	51	60 ↓	Vegetarisch/ Diätküche	48

Angaben als Rangplatz  
Basis: n = 2.026 (2003)



## WIR aus der Sicht unserer Gäste

### 3. Beispielfälle aus Thüringen



## WIR aus der Sicht unserer Gäste

- maximale erhalten wir 10 % (!!!) der unzufriedenen Gäste über eine Reklamation; mit Sicherheit wissen wir demzufolge, dass wir 90 % der unzufriedenen Gäste nicht erreichen
- wo auch immer die Reklamationen eingehen wir müssen darauf reagieren
- Beschwerdeführer sind keine Gegner, die es zu bekämpfen gilt, jede Beschwerde ist eine Chance
- **ABER:**
  - es gibt sie, die "Beschwerdeführer .....
  - diese sind aber in sehr geringer Zahl




## WIR aus der Sicht unserer Gäste

# ANALYSE DER BESCHWERDEN 2006



### WIR aus der Sicht unserer Gäste


HOKLA	Q	Beschwerdegründe	Positives	DEHOGA	Tourismus GmbH Erfurt	TTG	TM f WTA	DEHOGA Thüringen	Eingang	Abschluß	f
Nein	Nein	Anzeige wegen Stimmisbrauch		Nein	Nein	Nein	Nein	Ja	09.01.2006	10.01.2006	
Ja 4 Sterne	Nein	Sauberkeit Zimmer, über 12000 gebucht		Nein	Nein	Nein	Nein	Ja + Gesundheit samt Erfurt	14.06.2006	16.06.2006	
Nein	Nein	Gastronomieerlebnis in Hildburghausen		Nein	Nein	Nein	Nein	Ja	16.07.2006	18.07.2006	
Ja	Nein	Hotel unbesetzt, Hotelbar geschlossen, Hygiene Frühstück, Kritik Hotelsterne		Ja	Nein	Nein	Nein	Nein	19.07.2006	23.11.2006 (jedoch auch schon vorher)	
Ja 4 Sterne	Nein	Zimmer - 1 Stern! Kritik Sterne, Sauberkeit		Nein	Nein	Nein	Nein	Ja	01.08.2006	Ja, telefonisch	
Ja 4 Sterne	Nein	Hotel Klassifizierung, mehr Sauberkeit bei Klassifizierung		Ja	Nein	Nein	Nein	Nein	15.08.2006	21.08.2006	
Ja 4 Sterne	Ja	Behindertengerecht, Desinteresse		Nein	Nein	Nein	Nein	Ja	15.09.2006	26.09.2006	
Ja	Nein	Service- & Tagungsbetreuung unzufrieden		Ja	Nein	Nein	Nein	Nein	04.10.2006	16.10.2006	
Ja 3 Sterne	Ja	Kritik Hotelsterne, Sauberkeit, Höflichkeit Personal		Ja (FHA)	Nein	Nein	Nein	Nein	11.09.2006	02.11.2006	
Ja 4 Sterne	Nein	Kritik Hotelsterne, Nichtraucherhotel - steht aber nicht auf Internetseite, Zimmer bei Anreise kalt (trotz Reservierung), Hotel im Dunkeln kaum zu finden, "verkapptes Krankenhaus"	freundliches Hotel - wirkt aber total ungeschult	Ja	Nein	Nein	Nein	Ja	23.10.2006	25.10.2006	
Nein, war früher 3 Sterne	Nein	nicht 3 Sterne, keine Kofferservice!, Folgebeschwerde unverschämtheit, dass Besitzer nicht selber geantwortet,	Einladung zum Wein + Gespräch mit Herrn Ellinger	Ja	Nein	Nein	Nein	Ja	18.12.2006 04.01.2007	19.12.2006 21.12.2006	



### WIR aus der Sicht unserer Gäste

HOKLA	Q	Beschwerdegründe	Positives	DEHOGA	Tourismus GmbH Erfurt	TTG	TM f WTA	DEHOGA Thüringen	Eingang	f
Nein	Nein	Beschwerde über Benehmen der Mitarbeiter		Nein	Nein	Nein	Nein	Ja	04.12.2006	
Nein	Nein	Beschwerde über Benehmen der Mitarbeiter		Nein	Nein	Nein	Nein	Ja	27.11.2006	
Nein	Nein	Essen mangelhaft, späte Essenszeiten, Krank durch Essen!		Nein	Ja	Nein	Nein	Nein	05.10.2006 (wurde jedoch schon eher telefonisch an TTG weitergegeben)	
Nein	Nein	Enttäuschung Messe		Nein	Nein	Nein	Nein	Ja	30.10.2006	
Nein	Nein	Leserbrief TA, überteuerte Gästeberechnung								
Nein	Nein	Öffnungszeiten Neujahrstag		Nein	Ja	Nein	Nein	Nein	03.01.2006	
Nein	Nein	Rauchen in Gaststätten, Restaurants à Rauchverbot		Nein	Nein	Ja	Nein	Nein	21.06.2006	
Nein	Ja	Thüringer Gastlichkeit, Essen (Kloße) Extraberechnung.		Nein	Nein	Nein	Nein	Ja	16.07.2006	

Beschwerden zur Software





## WIR aus der Sicht unserer Gäste

### Bericht über unseren Aufenthalt im

Sehr geehrter Herr Ellinger,

Ich bin mit meiner Frau vom 15. bis 18. Februar im \_\_\_\_\_ gewesen, in der \_\_\_\_\_ Ich habe bewußt für dieses Schreiben einige Zeit verstreichen lassen, um meinen Unmut ohne Emotionen darstellen zu können.

Unsere Buchung war: 15./16. Februar Normalpreis 190,- €  
16.-18. Februar Wochenendpaket 334,- €

#### Zunächst Positives:

Bis auf eine Ausnahme war das Personal ausgesprochen freundlich und professionell. Die Lage des Hotels ist wunderschön und trotz des Sturmes Kyrill waren die Außenanlagen sauber und der Jahreszeit entsprechend gepflegt.

#### Leider überwiegt bei weitem das Negative:

- Die Parkbuchten sind vorn mit Holzstämmen begrenzt. Diese sind so hoch, daß mein Auto (Serienwagen A8, nicht tiefer gelegt) mit der Schürze über diese Stämme ratschte, da man weit nach vorn fahren muß, wenn man nicht teilweise auf der Strasse parken will. Ergebnis, Schleifspuren am Auto.
- Die Suite war sehr groß und von der Aufteilung richtig. Sie war jedoch vollgestellt mit Möbeln, die keiner braucht, lauter leere Regale, im zweiten Schlafzimmer dafür aber kein Schrank mit einer Tür.
- Die Möbel waren primitive Kiefern Möbel, Typ Ikea (wogegen an sich nichts zu sagen ist), aus alten Zeiten, ebenso das Radio.
- Schlimm war die Sofagarnitur im Wohnzimmer, so schmutzig, daß man zum Sitzen eine Decke unterlegen mußte. Kurz gesagt war sie fies und unhygienisch.



## WIR aus der Sicht unserer Gäste


# ANALYSE DER BESCHWERDEN 2007



WIR aus der Sicht unserer Gäste											
HOKLA	Q	Beschwerdegründe	Positives	DEHOGA	TGE	TTG	TM f WTA	DEHOGA Thüringen	Eingang	Abschluß	Lösung des Unternehmens
ja 4 Sterne	a	Zimmer entspricht nicht Kriterien 4 Sterne, Zimmerwechsel - Zimmer genauso, Fragen: Täuschung einlagbar, gegen wen kann rechtlich vorgegangen werden?		ja+ zusätzlich nochmal Antwort von Herrn Bohne, da Gast nicht zufrieden war.	nein	nein	nein	ja, Antwort durch uns	12.01.2007	18.01.2007	
ja 4 Sterne	a	Kritik 4 Sterne - alles, Zimmer, Lobby ...; Silversterarrangement insgesamt- Galamenu - Trugschluss GaultMillau Auszeichnung; Küche solide - 2x gleiches Essen!, keine Vermittlung Kutscherfahrten; waren nicht zufrieden	Personal freundlich - Kontakt zu Managern vernünftig; Rauchverbot im Saal - positiv	nein	nein	nein	nein		10.01.2007 - 2x durch Dumke und Leubecher; Folgeantwort am 25.01.2007 und am 26.01.2007 durch Frau	01.02.2007 Abschluss	Preisnachlass von 15 % (haben Fehler gesucht und wollten 30 % Rückerstattung) - wollen Gäste auch nicht mehr im Hotel begrüßen; Gäste haben auf diversen Internetportalen Kritik am Hotel geübt (potenzielle
ja 4 Sterne	a	Zimmer zu klein, überhaupt klassifiziert?		ja	nein	nein	nein	nach Bestätigung Beschwerde	04.01.2007	24.01.2007	keine, Beschwerdeführer war Busfahrer, der unrechtmäßig seine Tochter mitgenommen hatte! Keinen Anspruch
ja 3 Sterne	a	Zimmer - Sauberkeit, Umgebung (Parkplatz)	Gastronomie sehr gut	ja	nein	nein	nein	nein	14.02.2007	28.02.2007	Teilnahme an Verlosung



WIR aus der Sicht unserer Gäste											
HOKLA	Q	Beschwerdegründe	Positives	DEHOGA	TGE	TTG	TM f WTA	DEHOGA Thüringen	Eingang	Abschluß	Lösung des Unternehmens
ja 4 Sterne Sup	ja	Zimmer (FEWO), Parkplatz, Ausstattung - IKEA, zu wenig Geschirr, <del>Saladiner mangelhaft</del>		nein	nein	nein	nein	ja	06.03.2007	28.03.2007	
ja 2 Sterne G-KLA	nein	kein Fernseher, Radio, ungepflegte Zimmer, klein		nein	nein	nein	nein	ja	24.03.2007	02.04.2007	
ja 3 Sterne	ja	kein Personal anwesend, Sauberkeit, Schutz? - Elektrokabel...; viele neg. Beurteilungen im Internet; ebay Versteigerung; kein Fachpersonal, Freundlichkeit		nein	nein	nein	nein	ja	26.04.2007		
ja 4 Sterne	?	nicht 4 Sterne!; Zufahrt, Parkmöglichkeiten, keine Hotelinfo am Empfang, kein Aufzug; kleiner Fernseher; Ausstattung Zimmer, Frühstück mangelhaft; Restaurant mangelhaft	in zweiter Woche Aufenthalt besseres Zimmer erhalten; Flexibilität Küche, Fön mit Power;	ja	nein	nein	nein	nein	Apr 07	22.05.2007	
ja 3 Sterne	nein	Zahlungsmodalitäten, Zimmer - Absteige; ebay Ersteigerung - schlechte Zimmer im Altbau bekommen;		ja (Herr Schulze)	nein	nein	nein	ja	26.03.2007	07.06.2007	



## WIR aus der Sicht unserer Gäste

HOKLA	Q	Beschwerdegründe	Positives	DEHOGA	TGE	TTG	TM f WTA	DEHOGA Thüringen	Eingang	Abschluß
Familien- freundlich	nein	Abrechnungsmodalitäten Aufenthalt		nein	nein	nein	nein	ja	15.05.2007	21.05.2007
nein	nein	Unmut Thüringer Gastlichkeit; lange Wartezeiten, kein Personal, <del>keine Regressionsansprüche</del>		nein	nein	nein	nein	ja	24.04.2007	hingeschickt, da kein Mitglied
Familien- freundlich	nein	Schuleinweihungsfeier, Reservierung, ungerechte Behandlung		nein	nein	nein	nein	ja, erst telefonisch, dann Schriftlich	14.05.2007/ 20.05.2007	geschickt, noch keine Antwort

Beschwerden zur  
Software



## WIR aus der Sicht unserer Gäste

**EIN BEISPIEL VON DER  
ANDEREN SEIT**



Meine Übernachtung im [REDACTED]

Sehr geehrter Herr [REDACTED]

meine Frau und ich haben in der Zeit vom [REDACTED] übernachtet.

Bei diesem Besuch auf dem [REDACTED] wurden mir interne Kenntnisse über Defizite im Sicherheitskonzept des [REDACTED] gewährt. Leider wurde uns das Ausmaß dieser Mängel nicht sofort bewusst sondern erst gegen Abend, so dass ein Wechsel in ein Hotel nicht mehr möglich war. Wir haben nur unter großen Angsterscheinungen die Nacht in dem [REDACTED] Zimmer verbracht, da uns der Sicherheitszustand fast den Schlaf raubte und wir froh waren, ohne körperlichen Schaden wieder abreisen zu können.

Ich könnte mir vorstellen, dass bei Bekanntwerden bzw. Weiterleitung dieser zusätzlichen Kenntnisse die zuständigen Behörden mögliche Einschränkungen des Betriebes des [REDACTED] zu erwarten sein könnten; eventuell zusätzlichen Baumaßnahmen als Folge daraus sich ableiten lassen könnten. Ich kann mir gut vorstellen, wenn ich meine internen Kenntnisse weiterleite, sich einige Fragen bei den Behörden aufzuwerfen werden. Wenn Informationen von Gästen den Behörden gemeldet werden, könnten andere Überlegungen zu bewerten sein. Mir liegt es fern, Ihr Lebenswerk in jeglicher Weise negativ zu beeinflussen. Auch liegt es mir fern, auslösend zu sein für zusätzliche Investitionen, die erforderlich wären um ein Weiterbestehen dieses Gasthauses in dieser jetzigen Form zu ermöglichen.

Aus diesem Grunde bitte ich Sie, mir als Gegenleistung meine durch den Besuch entstandenen Übernachtungskosten rückerstatten. Mit einer zusätzlichen allgemeinen Kostenpauschale von € 100,- würde ich mich begnügen. Uns liegt es fern, daraus ein Übermaß an finanziellen Vorteilen zu erhalten. Danach wäre für mich diese Angelegenheit erledigt. Ich bitte Sie, bei Einverständnis diesen Geldbetrag auf mein Konto in den nächsten 2 Wochen zu überweisen. Andernfalls werde ich die zuvor beschriebenen Meldepflichten in sachlicher und ausführlicher Weise sowie geeigneter Form weiterleiten.

[REDACTED]

## WIR aus der Sicht unserer Gäste

Meine Übernachtung im [REDACTED]  
Mein Schreiben vom 02.04.2002

Sehr geehrte [REDACTED] sehr geehrter [REDACTED]


leider haben Sie auf meinen Brief vom 02.04.2002 noch nicht geantwortet bzw. reagiert. Schadell

Ich möchte Sie darauf hinweisen, dass mein Schreiben an die entsprechende Behörde fast fertiggestellt ist. Nächste Woche werde ich dieses Schreiben versenden, sollte ich bis dahin keine positive Resonanzen erhalten haben.

Übrigens, diese Behörde kann maßgeblich auf Ihren Betrieb Einfluss nehmen. Mir liegt es fern, Ihnen einen großen Schaden zuzufügen. Meine Forderungen sind keine Entschädigungen von € 130 + € 100 und bedeuten keine Gefährdung Ihres Betriebes.

Ich habe die Befürchtung, Sie können sich nicht vorstellen, welche Behörde ich meine. Zum jetzigen Zeitpunkt werde ich Ihnen darüber keine Auskunft erteilen.

[REDACTED]



## WIR aus der Sicht unserer Gäste

# ZUSAMMENFASSUNG



## WIR aus der Sicht unserer Gäste

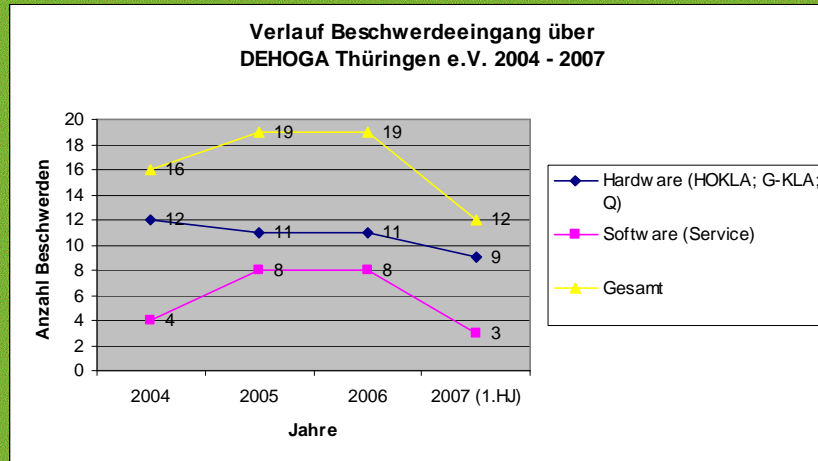
### Beschwerdemanagement Gesamt

	2004	2005	2006	2007 (1.HJ)
Hardware (HOKLA; G-KLA; Q)	12	11	11	9
Software (Service)	4	8	8	3
Gesamt	16	19	19	12

Anzahl HOKLA	235	242	237	240
Anzahl G-KLA			24	27
Anzahl "Q"	0	51	102	107
Durchschn. Betten HOKLA				23.500
Durchschn. Zimmer HOKLA				12.500
Durchschnittl. Übernachtungen				3,5 bis 4,5 Mio



## WIR aus der Sicht unserer Gäste



## WIR aus der Sicht unserer Gäste

Erkenntnis:

- Gäste werden anspruchsvoller und werden mehr von neuen Kommunikationsmöglichkeiten Gebrauch machen
- Leistungsträger müssen den Trend zur absoluten Qualitätsorientierung weiter ausbauen und jede Möglichkeit nutzen die Qualität des Angebotes zu verbessern
- Dies wird vom Kunden wahrgenommen
- Aber – wir müssen auch unberechtigte Ansprüche abwehren!!



## WIR aus der Sicht unserer Gäste



### 4. Ergebnisse von Mystery – Checks



## WIR aus der Sicht unserer Gäste

### Mystery Checks

Durch einen Mystery Checks sollen eventuelle Service-Schwachstellen in Ihrem Hotel oder Restaurant aufgedeckt werden.

Zielgruppe der Mystery Checks sind aber nicht nur Beherbergungs- und Gastronomiebetriebe, sondern auch alle anderen touristischen Leistungsträger.

Durchgeführt werden diese Checks von Testern mit umfangreichen Kenntnissen der touristischen Leistungsträger sowie der Abläufe in den entsprechenden Servicebereichen.



## WIR aus der Sicht unserer Gäste

### Mystery Checks

Die Betrachtung der Serviceangebote und deren Durchführung aus der kritischen Sicht des Gasts, obliegen dem Mystery Client.

Er prüft ein Unternehmen systematisch und umfassend um eventuelle Servicemängel aufzudecken, die dem ungeschulten Auge durchaus nicht sofort auffallen, trotz allem aber erheblich helfen können die Servicequalität zu verbessern.



## WIR aus der Sicht unserer Gäste

### ..... in einem Restaurant: ..... die Speisekarte.

.....

Die Speisekarte wurde in einem braunen Lederetui, das mit Einlegehüllen zum Wechseln versehen ist, vorgelegt. Von außen ist der Eindruck der Karte äußerst positiv und passend. Beim Aufschlagen fällt auf, dass die Karte sehr umfangreich; teilweise zu umfangreich, zu ungeordnet und zum langen Lesen verleitend ist.

....

muss weiterhin ausgeführt werden, dass sie insbesondere auf der ersten Seite sehr unübersichtlich in ihrer Darstellung wirkt und leider vielfältige grammatikalische und Rechtschreibfehler aufweist, die unbedingt behoben werden müssen.

....



## WIR aus der Sicht unserer Gäste

..... in einem Restaurant: ..... die Speisekarte.

.....

Hier empfiehlt sich der Leitsatz „Weniger ist Mehr“. Gleichsam sollte die Seitenaufteilung sowie die Schriftart und -größe insgesamt standardisiert werden.

.....

Die Vielfältigkeit der Speisekarte besticht absolut, aber aus ökonomischer Sicht stellt sich hier die Frage, ob dies tatsächlich mit dem Anspruch an Frische und Qualität jederzeit in dem Niveau, welches zugrunde gelegt werden soll, gewährleistet werden kann.

....



## WIR aus der Sicht unserer Gäste

..... in einem Restaurant: ..... die Speisekarte.

....

Insofern haben wir um die Speisekarte eingehend zu verstehen weit mehr als fünfzehn Minuten benötigt.

Dabei kam dreimal die uns bedienende Kollegin stets sehr freundlich und fragte immer wieder nach. Mithin könnte bei einer Straffung und Ordnung des Angebots die Bestellzeit verkürzt und somit der Service wesentlich vereinfacht werden.



## WIR aus der Sicht unserer Gäste

**.....in einem Restaurant: ..... die Weinbestellung und der Getränkeservice.**

Auch die Weinempfehlung war äußerst freundlich, aber in Bezug auf die Herkunft der Weine etwas lückenhaft.

So wurde ein Dornfelder bestellt und auf die Frage nach der Herkunft musste in der Karte nachgeschaut werden.

.....

Der Getränkeservice muss als zuvorkommend und fachlich korrekt eingedenk der Situation, dass wir auf einer Eckbank gesessen haben, eingeschätzt werden.



## WIR aus der Sicht unserer Gäste

**.....in einem Restaurant: ..... die Weinbestellung und der Getränkeservice.**

Allerdings ist als Problem zu nennen, dass die zwei Tester an einem Sechs-Personen-Tisch, wo alle Couverts eingedeckt waren, gesessen haben. Hier wäre es fachlich korrekt und besser gewesen, am Anfang die nicht benötigten Couverts auszuheben, um im Anschluss mehr Platz für den erforderlichen Service zu haben.



## WIR aus der Sicht unserer Gäste

### ..... in einem Restaurant: ..... die Toilette.

Die Toilettenkontrolle sollte regelmäßiger und verantwortlicher geregelt werden, bzw. auch durch die Abzeichnung der Kontrollen im Stundentakt in der Toilette festgestellt werden.

Somit kann beispielsweise auch vermieden werden, dass ein heruntergefallenes Papierhandtuch, welches um ca. 20 Uhr hinter der Tür lag, beim Verlassen des Objektes um ca. 23 Uhr immer noch nicht entfernt wurde. Auch muss der Abfalleimer als zu voll bezeichnet werden.



## WIR aus der Sicht unserer Gäste

### ..... in einem Restaurant: ..... die Rechnung.

Die Rechnungslegung erfolgte zügig auf Wunsch und entsprechend ordnungsgemäß mit Kreditkarte ohne Probleme. Allerdings entspricht die in der Anlage beigelegte Rechnung keinesfalls den entsprechenden rechtlichen Vorschriften.

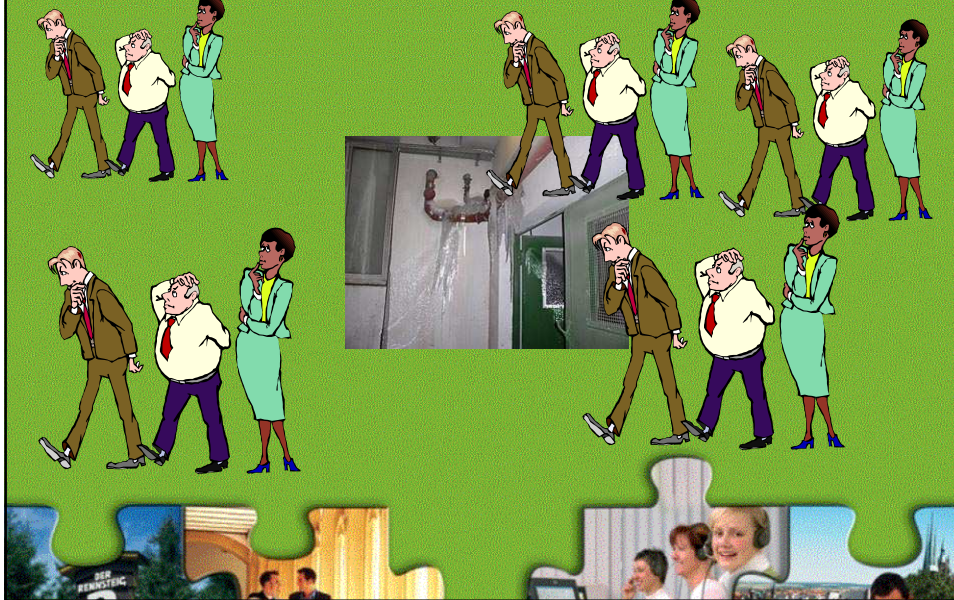
.....

Generell muss die Rechnung als gedruckter und registrierter Bewirtsungsbeleg vorliegen. Im überprüften Fall allerdings wurden auf dem Beleg handschriftliche Ergänzungen vorgenommen, was nicht zulässig ist. Zwar handelt es sich bei unserer Rechnung um einen Kleinbetrag unter 100 €, es ist aber davon auszugehen, dass ein und dasselbe vorliegende Formular für alle Rechnungsbeträge verwendet wird.



## WIR aus der Sicht unserer Gäste

..... in einem Hotel: ..... das geplatzte Heizungsrohr.



## WIR aus der Sicht unserer Gäste

..... in einem Hotel: ..... der vergessene Frühstücksgast.

Gott sei Dank hatte sich der Mystery nicht wecken lassen und fand sich zur vereinbarten Frühstückszeit im Frühstücksraum des Hotels ein.....



## WIR aus der Sicht unserer Gäste

### ..... in einer Bar: .....

Die Kollegin war korrekt gekleidet und hatte insgesamt ein sehr freundliches Auftreten. Sehr zuvorkommend begrüßte sie mich und fragte, was sie mir anbieten dürfe.

Daraufhin forderte ich die Karte ab. Diese wurde mir im geschlossenen Zustand überreicht, allerdings wurde dies aufgrund der Platzwahl in der Ecke und des Reichens über den Tresen als akzeptabel eingeschätzt.

.....

Die Kerze, welche unmittelbar vor mir stand, wurde leider während der ganzen Zeit des Besuches nicht angebrannt, obgleich andere Kerzen auf dem Bartresen, dort wo dieser besetzt war, brannten, die möglicherweise aber von den Gästen angezündet worden sein könnten, da nicht beobachtet werden konnte, dass dies durch einen Mitarbeiter erfolgte.



## WIR aus der Sicht unserer Gäste

### ..... in einer Bar: .....

Nach kurzem Überblick in der Karte bestellte ich einen doppelten Espresso sowie einen Schoppen Monte Pulciano.

Die Kollegin fragte mich sehr freundlich, ob sie mir dazu ein Wasser empfehlen dürfte, was bejaht wurde.

Gleichsam fragte sie mich, ob ich noch etwas zu Essen wünsche, da heute ein besonderes Tagesgericht im Angebot wäre. Dies verneinte ich zunächst und sagte, ich könnte ja möglicherweise später darauf zurückkommen.



## WIR aus der Sicht unserer Gäste

### ..... in einer Bar: .....

Bewusst um kurz nach 22 Uhr sagte ich der Kollegin, dass ich noch einen „kleinen Hunger“ hätte und fragte, ob es eine Suppe im Angebot gäbe.

Darauf bot sie ein Bärlauchsüppchen an, welches unmittelbar nach ca. fünf Minuten serviert wurde. Die Bärlauchsuppe war auf einem tiefen Teller. Es war ein Unterteller darunter. Der Löffel wurde vorher auf einer Serviette auf einem Mittelsteller eingesetzt.

Zu der Suppe gab es ein Brotkörbchen mit zwei jeweils in der Mitte halbierten Toastbrotstücken. Empfehlung: Das Toastbrot hätte möglicherweise getoastet werden können.



## WIR aus der Sicht unserer Gäste

### ..... in einer Bar: .....

Unmittelbar nach dem Einsetzen des Löffels und vorm Servieren der Suppe wurden Salz und Pfeffer vor mir eingesetzt. Insofern muss dies auch als sehr positiv bewertet werden.

Die Suppe war sehr gut und mit frischen Kräutern zubereitet. Die Croutons in der Suppe waren geschmacklich gut.

Allerdings empfehlenswert wäre etwas weniger Salz zu verwenden, was möglicherweise am Einkochzustand der Suppe gelegen haben könnte.



## WIR aus der Sicht unserer Gäste

### ..... in einer Bar: .....

Unmittelbar neben mir saßen drei, zeitweise vier, englisch sprechende, vermutlich irische, Gäste, welche offensichtlich zu einer Tagung gehört haben. Leider wurde dabei die Gelegenheit des aktiven Verkaufs verpasst, als ein Gast nach einem „Gute-Nacht-Trunk“ in Form eines „Tullamore Dew“ fragte und die Kollegin dies sprachlich offensichtlich nicht verstand und offensichtlich auch nicht wusste, was sich hinter „Tullamore Dew“ verbirgt.

Als der Gast dann auf Whiskey reflektierte, hob sie nur darauf ab, dass die Whiskeys, die dort stehen (und zeigte auf das Rückbuffet), im Angebot wären. Der Gast schließlich wich dann auf einen Jägermeister aus.



## WIR aus der Sicht unserer Gäste

### .....die vergessene Reservierung des Familientreffens.

Telefonisch wurde für ein Familientreffen in einem Hotel Plätze reserviert – wenige Tage zuvor wurde noch einmal die Personenzahl erhöht- Die freundliche Stimme am Telefon sagte .. Alles kein Problem – Aber es kam anders.....



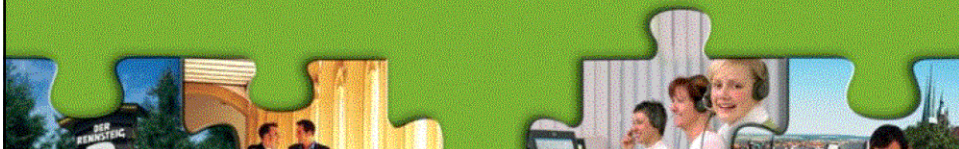
## WIR aus der Sicht unserer Gäste

.....die Verlängerungsschnur in einem Tagungshotel .....



## WIR aus der Sicht unserer Gäste

# ZUSAMMENFASSUNG



## WIR aus der Sicht unserer Gäste

Erkenntnis:

- es sind die vielen kleinen Dinge.....
- Freundlichkeit, Aufmerksamkeit, ....
- alle Mitarbeiter sind wichtig und müssen einbezogen werden
- Leistungen müssen so wie versprochen erbracht werden .. vielleicht etwas mehr .....
- wir müssen im Tourismus den Erwartungen unserer Gäste entsprechen



## WIR aus der Sicht unserer Gäste

### 5. Internet – Gefahr oder Chance

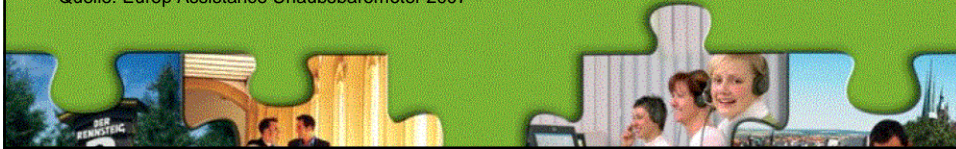


## WIR aus der Sicht unserer Gäste

### Planung ist der halbe Urlaub

- Urlaub ist die schönste Zeit des Jahres und will gut vorbereitet sein. 77 Prozent der Deutschen planen langfristig, meistens mit Informationen aus dem Reisebüro (47 Prozent). Nur die Österreicher sind hier noch organisierter als die Deutschen: 78 Prozent planen im Voraus.
- Das Internet wird für die Urlaubsorganisation immer wichtiger: 40 Prozent der Deutschen buchen ihren Sommerurlaub mittlerweile online. Damit sind sie zusammen mit den Franzosen (41 Prozent) und den Briten (51 Prozent) europäische Spitzenreiter. Die größten Onlinemuffel sind die Italiener: Nur 28 Prozent buchen ihren Urlaub im Netz.

Quelle: Europ Assistance Urlaubsbarometer 2007



## WIR aus der Sicht unserer Gäste

### Web 2.0 - Chancen und Risiken für den Tourismus

- neue Wahrnehmung und Nutzungsform des bereits bekannten Internets
- nicht mehr nur Inhalte abrufen, über Themen und Produkte informieren und online kaufen, sondern auch aktiv die Inhalte im Internet mitgestalten
- Web 2.0 = „Mitmach-Internet“
- Beispiele - Wissensportal Wikipedia, Chats, Weblogs, Videoportale wie You Tube oder auch Online-Netzwerke wie Xing (Open BC)



## WIR aus der Sicht unserer Gäste

### Tourismusbranche und das Web 2.0

- das Web 2.0 spielt eine wichtige Rolle für Tourismus, die weiter steigen wird
- weit verbreitet sind Online-Portale zur Hotelbewertung und –empfehlung
- auf der Suche nach einem Hotel oder einer Reise kann sich der User also erst einmal über Erlebnisse und Erfahrungen anderer Kunden informieren und deren Bewertungen bei seiner Auswahl berücksichtigen



## WIR aus der Sicht unserer Gäste

### Tourismusbranche und das Web 2.0

- Aktivitäten der untereinander kommunizierenden Kunden sind für die Branche vor allem deshalb von Bedeutung, weil sie der Mund zu Mund Propaganda ganz neue Perspektiven eröffnen
- nach der RA 2007 haben bereits zwischen 20 bis 30 % der befragten Personen, die über einen Internetzugang verfügen, sich auf Meinungsplattformen über touristische Angebote informiert oder virtuelle Touren mitgemacht



## WIR aus der Sicht unserer Gäste

### Chancen und Risiken

- solange in Meinungsforen und Communities positive Erlebnisse kommuniziert werden, stellt der Trend zur Kundenkommunikation kein Problem für die Branche dar, sondern eher eine Chance zu kostengünstiges Marketing
- sobald aber negative Erfahrungen kommuniziert werden, die erfahrungsgemäß auch deutlich stärker im Gedächtnis haften bleiben und weitererzählt werden, kann dies für einen Anbieter zu größerem Schaden führen



## WIR aus der Sicht unserer Gäste

★★★★★  
HOTELZEUGNIS.de



HOLIDAYCHECK  
★★★★★

SunSearch

Das Leben ist viel zu kurz,  
um sich zu ärgern!

mein hotellipp

Flugangebote24.com  
... und Sie sind hin und weg  
Lastminute und Pauschalreisen weltweit...

SO HIER KOMMT MEINE  
HOTEL KRITIK!  
WAR' ...S

HOTELKRITIK.DE  
CHECKEN SIE IHRE REISE!

open holiday guide

MISTER WONG  
MASTER OF ALL BOOKINGS

HotelSpion



## WIR aus der Sicht unserer Gäste

Ein Beispiel.....



## WIR aus der Sicht unserer Gäste

Sehr geehrte Herr Müller

Ich möchte Ihnen mit dieser Mail die Gelegenheit geben, auf die nachfolgende Kritik unseres Hotelaufenthaltes vom 29.12.2006 - 02.01.2007 zu antworten. Ich stehe der Entscheidung sehr nahe, diese Kritik auch dem Landesverband des DEHOGA und der breiten Öffentlichkeit weiterzugeben.

Mit freundlichen Grüßen

Herr Müller und Ehefrau

### Mit den Sternen wohl zu hoch gegriffen!

Was kann man von einem 4 Sterne Superior Hotel erwarten?  
"urn:schemas-microsoft-com:office:office" />

- Einzelzimmer 16 qm, Doppelzimmer 22 qm
- 18 Stunden besetzte separate Rezeption, 24 Stunden erreichbar
- Lobby mit Sitzgelegenheiten und Getränkeservice, Hotelbar
- Frühstücksbuffet mit Roomservice
- Minibar oder 24 Stunden Getränke im Roomservice
- Sessel/ Couch mit Beistelltisch
- Bademantel, Hausschuhe auf Wunsch
- Kosmetikartikel (z.B. Duschhaube, Nagelfeile, Wattestäbchen), Kosmetikspiegel, großzügige Ablagefläche im Bad
- Internet-PC / Internet-Terminal
- À la carte-Restaurant
- Systematische Gästebefragungen



## WIR aus der Sicht unserer Gäste

Und am Silvesterabend? Es war ein Galamenu für stolze 70 Euro angesagt. Aber ein Galamenu? Nein, weit entfernt. Empfangen wurden wir mit einem kleinen Entrée von einem Stück herzhaftem Blätterteiggebäck a la Fa. Schölller. Eine Terrine von Meeresfrüchten ließ für die restlichen drei Gänge viel hoffen. Eine Selleriacremesuppe – etwas Sahne hätte dieser auch gut getan, gefolgt von einem Bisonbraten der trocken und verkocht war und nach dem Hauptgang folgte das Dessert – eine Heidelbeerkäsetorte – der krönende Galamenuabschluss. Mit Liebe zu den Gästen und zum Kochen konnte man hier nicht sprechen. Insgesamt lieblos angerichtet und Betriebskantinnenniveau.

Die musikalische Unterhaltung war gut und die Showeinlage der örtlichen Tanzgruppe sehr preisgünstig. Lobenswert war das Rauchverbot im gesamten Saal.

Das Feuerwerk und der Mitternachtsimbiss waren zufrieden stellend und entsprachen meinen Vorstellungen eines durchschnittlichen und allgemeinen ländlichen Silvesterangebotes.

Warum man an der Bar nur durchschnittliche Mixgetränke anbot die für eine Jugenddisco angemessen sind, aber nicht für ein Silvestergalabend, war sicherlich der personellen Überforderung geschuldet.

Ach so, man wirbt auf der Hoteleigenen Internetseite für die Vermittlung von Kutschfahrten. Weit gefehlt! Uns hat man anfänglich eine Telefonnummer in die Hand gedrückt, mit dem Hinweis "versuchen Sie es selbst einmal!". Erst auf unseren Hinweis, dass ihr Hotel mit einer Vermittlung wirbt, hat man uns eine Kutschfahrt organisiert.

Fazit: Vertraue keinem Stern und schon gar keine 4 Sterne Superior!

Mit freundlichen Grüßen

(Küchenmeister) und Ehefrau

sowie unseren Mitstreitern  
r (Küchenmeister) und Ehefrau  
(Küchenchef) und Ehefrau (Restaurantmeisterin)

## WIR aus der Sicht unserer Gäste

PROHOGA GmbH, Futterstraße 14, 99094 Erfurt

Herrn xxxxxx  
xxxxxxx

**PROHOGA**  
THÜRINGEN GMBH

Erfurt, .....

Ihre Beschwerde über das Hotel .....

Sehr geehrter Herr und Frau .....,  
sehr geehrter Herr und Frau .....,  
sehr geehrter Herr und Frau .....

wir haben uns nunmehr aufgrund Ihrer Beschwerde über das Hotel ....mit  
..... zusammengesetzt und Ihre Unannehmlichkeiten ausführlich  
besprochen. Wir sind alle Punkte einzeln durchgegangen und hoffen, dass wir alle  
auftretenden Probleme klären konnten.

Im Einzelnen waren dies die unten genannten Punkte.

## WIR aus der Sicht unserer Gäste

PROHOGA GmbH  
An die Geschäftsleitung  
Herr Ellinger  
Futterstraße 14  
99084 Erfurt

Leipzig, 25.01.2007

Ihre Schreiben vom 22.01.2007

Sehr geehrte Herr Ellinger,

vielen Dank, dass Sie sich unserer Beschwerde vom 09.01.2007 angenommen haben.

Da ich auch im Auftrag und im Namen der Familie XXXX und XXXXX schreibe, beziehe ich mich in diesem Schreiben auf die Ich Form.

Ich bin schon verwundert, dass Sie und nicht das Hotelmanagement vom Hotel XXXXXX auf das Schreiben geantwortet hat. Immerhin wurden meine Kritiken direkt an XXXX per Email am 09.01.2007 gesendet. So muss ich mich vorerst an Sie wenden.

Leider sind die Antworten Ihres Schreibens vom 22.01.2007 nicht zufrieden stellend. Sie sind auf unsere Kritiken nur mangelhaft eingegangen und vermitteln mir das Gefühl, einer mangelnden Recherche.

Der Einfachheit wegen, stelle ich Ihre Antworten Ihres Schreibens vom 22.01.2007 Zitatweise und rot kursiv dar und ordne diese meinen Kritiken zu.

## WIR aus der Sicht unserer Gäste

*Herrn*

*Telefongespräch 31.1.07*

*Bearbeiter:*

*Telefon:*

*Fax:*

*Email:*

*, den 01. Februar 2007*

*Sehr geehrter Herr ...,  
sehr geehrte Frau ...,  
sehr geehrte Familie .....,  
sehr geehrte Familie .....*

*Gespräch mit Herrn .....vom 31.01.2007*

*Sie fordern von uns 30 % Mänglersatz.  
Sie reklamierten von den Zimmergrößen angefangen bis zu fehlendem  
Tomatensaft, Spiegeletern und dem nach Ihrer Meinung nicht gelungenen  
Silvestermenü wnn.*

## WIR aus der Sicht unserer Gäste

### Hotelbewertung Hotel ....., geschrieben von Sigrid Dezember 2006

Silvester Arrangement 2006 / 2007

Das Hotel hat unsere Erwartungen nicht erfüllt. Die Zimmer waren ausgesprochen klein und entsprachen nicht der Klassifizierung von einem ..... Haus.

Die Qualität des Essens war durchschnittlich und bei weitem nicht herausragend.

Unsere Beschwerde an die ..... wurde nicht von ihr persönlich beantwortet und ein Bedauern, daß wir nicht zufrieden waren, nicht wieder kommen werden und Negativwerbung machen werden, ist offensichtlich egal - denn es gab sonst angeblich nur zufriedene Gäste.



## WIR aus der Sicht unserer Gäste

Bewertungsübersicht Hotel			
Kategorie	Bewertungsdurchschnitt *		Info
Allgemeiner Hotelbereich	67%	<div style="width: 67%; background-color: #008000;"></div>	+
Lage & Umgebung	83%	<div style="width: 83%; background-color: #008000;"></div>	+
Service	38%	<div style="width: 38%; background-color: #008000;"></div>	+
Gastronomie	50%	<div style="width: 50%; background-color: #008000;"></div>	+
Sport, Unterhaltung und Pool	33%	<div style="width: 33%; background-color: #008000;"></div>	+
Zimmer	29%	<div style="width: 29%; background-color: #008000;"></div>	+
Preis- / Leistungsverhältnis:	0%	<div style="width: 0%; background-color: #008000;"></div>	
Können Sie dieses Hotel weiterempfehlen?	Nein		

\* sehr schlecht (0%) eher schlecht (33%) eher gut (66%) sehr gut (100%)



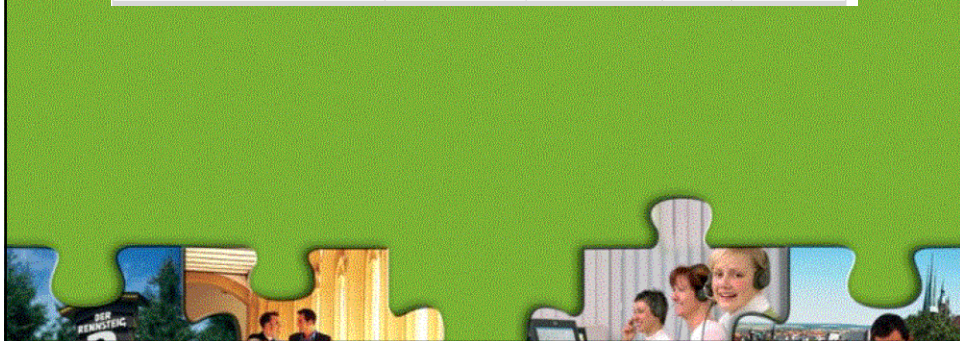
## WIR aus der Sicht unserer Gäste

Kategorie	Bewertungsdurchschnitt *	Info
<b>Allgemeiner Hotelbereich</b>	72%	—
Zustand des Hotels	94%	
Allgemeine Sauberkeit der einzelnen Bereiche	94%	
Familienfreundlichkeit	83%	
Behindertengerecht	17%	
<b>Lage &amp; Umgebung</b>	70%	—
Einkaufsmöglichkeiten in Umgebung	67%	
Verkehrsanbindung und Ausflugsmöglichkeiten	72%	
Restaurants & Bars in der Nähe	58%	
Sonstige Freizeitmöglichkeiten	83%	
Entfernung zum Strand	—	
Entfernung zum Skilift	—	
<b>Service</b>	57%	—
Service (z.B. Freundlichkeit und Hilfsbereitschaft des Personals)	78%	
Kompetenz & Fremdsprachenkenntnisse des Personals	67%	
Check-In Abfertigung	83%	
Umgang mit Reklamationen	0%	



## WIR aus der Sicht unserer Gäste

Titel der Hotelbewertung	Bewertungs-Ø *	Name	Alter	Reisedatum
Silvester Arrangement 2006 / 2007	51%	Sigrid	46-50	Dez. 2006
...	85%	Sascha	31-35	Apr. 2006
...	93%	Tina	19-25	März 2006



## WIR aus der Sicht unserer Gäste



### Schlechte Noten für Hotelbewertungsportale

Hotelbewertungsportale werden bei Internetnutzern immer beliebter - mit durchaus fragwürdigen Folgen für die Branche:

Manche Hotelbewertungs-Portale im Internet fallen nach Angaben der Stiftung Warentest leicht auf Manipulationen herein.

Zu diesem Fazit kamen die Tester, nachdem sie acht Portale unter die Lupe genommen hatten. Eine von den Experten gefälschte und „völlig überzogene“ Bewertung eines mittelmäßigen Hotels auf Mallorca sei von sechs Portalen einfach übernommen worden.



## WIR aus der Sicht unserer Gäste



Noten vergaben die Warentester entgegen ihrer sonstigen Gewohnheit für die acht getesteten Portale nicht. Allerdings halten sie auch nur eines für „wirklich brauchbar“.

Dennoch: Nicht nur diese Seite sollte der Hotelier im Blick haben. Erstens, um die vorhandenen Einträge über das eigene Haus auf ihre Richtigkeit zu prüfen.

Und zweitens kann man die Hotelbewertungssysteme auch als Gästebücher für die Öffentlichkeit sehen, die zudem die Möglichkeit zum Einstellen von Bildern bieten. Die Systeme sind also auch als Marketinginstrument zu nutzen.



## WIR aus der Sicht unserer Gäste

Ein anderer Fall – Hilfe  
wird immer gern  
geboten!



## WIR aus der Sicht unserer Gäste

### Ihre Homepage entspricht nicht den gesetzlichen Vorschriften

Sehr geehrter Herr

Im Zuge der routinemäßigen Überprüfung Ihrer Webseite haben wir festgestellt, dass diese nicht den rechtlichen Anforderungen des Telemediengesetzes entspricht. Aufgrund dessen droht Ihnen neben einer Abmahnung, eine Geldbuße bis zu 60.000€.

Die betreffende Homepage lautet: <http://www>

Schützen Sie sich und korrigieren Ihre Webseite schnellstmöglich!

Im Zuge der Webseitenanalyse haben wir bereits individuelle Informationen zusammengestellt. Mit Hilfe dieser Informationen ist es Ihnen leicht möglich, Ihre Homepage an die gesetzlichen Vorschriften anzupassen, ohne großen Zeitaufwand.

Senden Sie uns einfach das beiliegende Formular zurück und wir lassen Ihnen die Ergebnisse der Analyse mit den konkreten Verbesserungsvorschlägen für Ihre Homepage umgehend zukommen. Bei Rücksendung bis zum 17.06.2007 erhalten Sie das Paket zum Vorzugspreis von nur 6€ netto.

Mit freundlichen Grüßen



WIR aus der Sicht unserer Gäste

Mache nie den gleichen Fehler zweimal – die Auswahl ist groß genug!



WIR aus der Sicht unserer Gäste

**Zum Schluss ein Fall der Extreme im Dienstleistungsbereich – er kommt natürlich aus den USA**



## WIR aus der Sicht unserer Gäste

Ein Richter fordert vor einem Gericht in Washington weinend Schmerzensgeld in Höhe von 54 Mio. \$, nachdem die Reinigung eine Anzughose verschlampt haben soll.

Immerhin schraubte der Mann seine Forderungen bereits herunter. Nachdem er zunächst von dem Unternehmen 65 Mio. \$ verlangt hatte, will er sich nun mit knapp 11 Mio. weniger bescheiden.

Allerdings möchte er darüber hinaus seine Anwaltskosten erstattet bekommen, obwohl er sich selbst vertritt. Nach Medienberichten sind das bis zu 425 \$ für jede der mehr als 1000 Arbeitsstunden, die er nach eigenen Angaben bisher für das juristische Tauziehen aufgewendet hat.



## WIR aus der Sicht unserer Gäste

Die Saga hatte im Frühling 2005 begonnen, als Roy Pearson einen neuen Job als Richter in Washington erhalten und festgestellt hatte, dass ihm die Hosen der für den ehrenvollen Posten nötigen Anzüge im Schrank nicht mehr passten.

Er brachte sie zu den Customs Cleaners in der Nachbarschaft, einer von koreanischen Einwanderern betriebenen Reinigung, die auch eine Änderungsschneiderei betreibt.

Als Pearson dann seine - erweiterte - Hose abholen wollte, war sie, wie er in den Gerichtspapieren geltend machte, verschwunden. Später, so der Jurist, habe man eine falsche Hose als seine ausgegeben.



## WIR aus der Sicht unserer Gäste

Pearson befand auch, dass sich die Chungs des Verbraucherbetrugs schuldig gemacht hätten, weil sie in ihrem Geschäft Schilder mit den Aufschriften "Service noch am selben Tag" und "Kundenzufriedenheit garantiert" hängen gehabt hätten Richter Roy Pearson wirft den Inhabern Täuschung vor und fordert 1.500 Dollar für jeden Tag, an dem das Schild "Zufriedenheit garantiert" in der Wäscherei hing.



## WIR aus der Sicht unserer Gäste

**VIELEN DANK FÜR IHRE  
AUFMERKSAMKEIT**

