

# Service Qualität – Was hat es mir gebracht?

Peter Henzel – 8. Juni 2009

Der unvergessenen Karl Valentin,  
dieses urige Münchner Original,  
hätte Service Qualität etwa so definiert:

Es gibt nicht besseres, als wie was Gut's !

Dem ist eigentlich nichts hinzuzufügen.  
Damit ist alles gesagt, oder könnte man dem widersprechen?

Es gibt nicht besseres, als wie was gut's !  
So einfach lässt sich das auf den Punkt bringen.  
Aber ganz so simpel will ich es mir doch nicht machen.

Jedes Hotel ...  
besitzt sein eigenes Charisma.

Jedes Hotel besitzt seinen eigenen Geist.

Und jedes Hotel  
ist der Spiegel ... für die „Karriere eines Gastes“.

Prof. Roth hat soeben gute Möglichkeiten aufgezeigt,  
Sport als neuen und alten Trend  
in der Vermarktung von Destinationen und Hotels in Thüringen zu sehen und Potenziale  
zu erkennen.

Die „Karriere“ des Gastes,  
der diese Angebote Urlaub und Sport  
in Thüringen zu verbinden versteht,

könnte die eines Wanderers, Mountainbikers,  
vielleicht auch eines Golfers oder eines Tennisspielers sein.

Marketingstrategien suchen und finden –  
sein Hotel nicht nur mit Sternen klassifizieren,  
sondern mit einer gewissen Ausrichtung zertifizieren –

das ist die neue Art,  
mit der wir im Tourismus in Thüringen punkten können,  
zielgenau Gäste ansprechen und für uns gewinnen können.

Es ist sozusagen  
die Inspiration  
für die „Karriere des Gastes“.

Wie geht man da vor?  
Wir, das Team des Sächsischen Hofes in Meinigen,  
sind zunächst der Frage nachgegangen:

Was hat eigentlich Herr Brahms  
oder auch Franz Liszt inspiriert,  
bei uns im Sächsischen Hof  
immer und immer wieder einzukehren?

Wellness? Golfurlaub?  
Stadtführungen - oder gar Erlebnisreisen?

Das kannte auch ein Max Reger oder Theodor Fontane nicht.

Ob Altkanzler Helmut Kohl zu uns gereist ist,  
weil wir ein Tagungshotel sind,  
lässt sich zwar nur schwer erahnen –  
aber kaum annehmen.

In einem Brief von Johannes Brahms an Hans von Bülow  
über meinen „Sächsischen Hof“ steht Folgendes geschrieben:

„Ihre schöne Gastfreundschaft  
hat mir so Vieles gegeben,  
dass ich Sie gern gebeten hätte,  
mir den Gasthof doch zu überlassen.“

Entscheidend an diesen Zeilen ist aus meiner Sicht  
ein Wort:  
Gastfreundschaft.

Ich kann von Service reden, von Qualität  
oder von Servicequalität –  
und ich kann das Ganze auch  
mit Begriffen aus dem Englischen unterlegen:  
z. B. Guest satisfaction – Hospitality

aber ich meine, im Kern:  
Gastfreundschaft.

Gast und Gastgeber als Freunde.

„Ihre schöne Gastfreundschaft  
hat mir so Vieles gegeben.“

Aber woraus entsteht  
Gastfreundschaft?

Ich frage mich immer wieder:  
Was war und was ist es nun,  
was unsere Gäste immer wieder bewegte und bewegt,  
in den Sächsischen Hof zu kommen?

Anders gesagt:

Wie lassen sich Service, Qualität  
und der Anspruch eines Gastes definieren?

Nun –

wir können Herrn Fontane  
oder König Ludwig von Bayern  
leider keinen Feedback-Bogen mehr überreichen.

Aber wir konnten den Gast von heute fragen –  
und wir konnten auch uns  
selbst einmal bewerten.

Dabei möchte ich gleich vorweg etwas zu einem Thema sagen,  
das uns alle bewegt:

die Kosten.

Liebe Kollegen,  
beim Erreichen einer Servicequalität in unserem Hause  
waren wir stark beeindruckt davon,  
dass Qualitätsmanagement und Qualitätssicherung  
auch auf hohem Niveau  
zwar Teil eines Marketingprozesses sein kann –

aber zugleich  
oft nur sehr geringfügige Kosten verursacht.

Manche Dinge, die wir verbessert haben,  
waren schon in der Basis vorhanden.

Bevor wir beispielsweise die Zimmer-Beleuchtung optimierten, besaß selbstverständlich bereits jedes Zimmer des Sächsischen Hofes elektrisches Licht.

Auf Vorhandenem aufbauen –  
und uns damit kostengünstig verbessern –  
das gelang uns auch bei der Wegbeschreibung.

Es waren die Details,  
die Feinarbeit – das Tuning an bereits vorhandenen Dingen,  
die am Ende dafür sorgten,  
dass wir mehr Effekte  
und einen Wettbewerbsvorteil herausarbeiten konnten.

Nötig war dafür aber die Einsicht  
und daraus folgend die Einstellung,  
dass scheinbar  
Nebensächliches  
Hauptsächliches sein kann.

So mag zum Beispiel  
eine Wegbeschreibung  
heutzutage als nebensächlich empfunden werden –

in Zeiten, in denen fast jeder Autofahrer mit Hilfe  
satellitengestützter Navigation sein Ziel, also unser Hotel findet.

Aber wenn man erkennt,  
dass die kunstsinnige Clientel am Wochenende  
zum Theaterbesuch nach Meiningen kommt  
und 60 + ist, bekommt eine Wegbeschreibung  
wieder ein ganz andere Bedeutung.

Da gehört eine hervorragende Wegbeschreibung  
zur guten Gastfreundschaft.

Einen Freund lasse ich nicht im Dunkeln tappen.  
Zu fühlen, welchen Wunsch hat der Gast? -  
und dann zu spüren, wie man mit ein wenig mehr Kreativität,  
ein bisschen mehr Fürsorge einen Gast erreichen kann -

schon vorher zu beherzigen, was man tun kann,  
damit dieser Gast einen Teil seiner Karriere  
bei uns im Haus erfährt, mit uns bestreitet -

das zaubert mir und meinen Mitarbeitern  
immer wieder ein Lächeln ins Gesicht -

sobald der Gast bereits unmittelbar nach der Ankunft  
nicht mehr bloß Gast,  
sondern für die Zeit seines Aufenthaltes  
Teil unseres Hotels ist.

Ein Gast – ein Freund.

Ich bin davon überzeugt,  
dass bereits jeder hier im Raum  
diese Art „Gefühl für den Gast“  
mit einer inneren Zufriedenheit durchlebt hat.

Es ist ein Stück Verantwortung für den Gast,  
für das eigene Hotel ...

Aber auch für die dazugehörigen Mitarbeiter,  
diese „Karriere des Gastes“ zu entwickeln,  
zu fördern und am Ende täglich neu zu erfahren.

Dankbar zu erfahren.

Um dieses Glücksgefühl zu erleben,  
reicht es manchmal aus,  
einfach mal miteinander zu reden –

und im passenden Moment zuzuhören.

Die Frage ist nur, verehrte Kollegen:

Wo beginnt Service und Qualität –  
und wo endet sie?

Ich denke, ..... Sie endet ... nie.

In unserem Haus sagen wir uns heute:  
Service und Qualität beginnt  
mit der Entscheidung, in einem Ort übernachten zu wollen –  
  
und beginnt erneut,  
wenn der Gast  
seine Empfehlung ausgesprochen hat  
und uns als Stammgast weiterhin besucht.

Unser Haus  
ist inzwischen 1 von 149 Unternehmen in Thüringen,  
die sich den Ansprüchen der Servicequalität gestellt haben  
und entweder die Zertifizierung Q I oder Q II tragen.

Der Sächsische Hof in Meinigen, hat das Siegel Q II.

Dieses Siegel ist für alle sichtbar im Hotel am Hoteleingang  
und auf unserer Internetseite zu sehen.

Und jetzt stellen Sie sich einmal vor,  
Sie tragen dieses Siegel ebenso wie wir.

Ihr potenzieller Gast weiß –  
dank der unermüdlichen Bemühungen des DEHOGA -Thüringen,  
Ihr potenzieller Gast weiß, was es bedeutet,  
wenn Ihr Hotel ein Gütesiegel trägt:

Ihr potenzieller Gast weiß, dass er in ihrem Hotel  
mehr als nur drei, vier oder fünf Sterne erwarten kann und darf.

Er weiß zuverlässig,  
dass Qualität und Service des Hauses stimmen –

und es spielt dabei keine Rolle,  
ob dieser Gast in einer Woche, in einem Jahr  
oder erst in zwei Jahren kommt – oder wiederkommt.

Der Gast weiß:  
In Ihrem Haus kann er  
beste Qualität und besten Service erwarten.

Er wird zu schätzen wissen,  
dass es im Hotel  
Qualitätsbeauftragte gibt -

was beweist,  
dass man sich in Ihrem Hause  
der Aufgaben bewusst ist.

Was wird der Gast dann tun?

Er wird es anderen erzählen.

Und was muss ich dafür tun?

Ich tue ... und ich bitte auch meine Kollegen darum:

Lesen Sie  
in den Augen Ihres Gastes,  
was er denkt,  
wenn er  
sein Zimmer betritt.

Fühlen Sie mit Ihrem Gast,  
wenn er in Ihrem Restaurant genau das, was er von der regionalen Küche Thüringens  
erwartet, auch findet –  
und es dann genießt.

Überlegen Sie,  
was es für einen Gast bedeutet,  
wenn er Ihr Angebot an Kuchen und Torten erblickt –  
und Diabetiker ist.

Erleben Sie mit ihm,  
wie er sich - bereits wieder daheim - online  
über die Aktionen Ihres Hauses informieren wird –  
und spontan einen Hotel-Gutschein bestellen möchte.

Aus solcher Empathie,  
die nur mit der nötigen Sympathie für den Gast-  
Freund entstehen kann –

das ist der Stoff aus dem unsere Aktionspläne entstehen.

Unser derzeitiger Aktionsplan Q-II.

Er zeigt,  
was wir im Sächsischen Hof konkret getan haben.

Ich nenne einige Beispiele.

Unser Gast kann nun in unserer Wegbeschreibung lesen,  
welche der Autobahnabfahrt er am besten nehmen sollte.  
Oder Navi Fahrer sollten nicht unsere Postanschrift,  
also die Georgstrasse eingeben,  
sondern Marienstrasse, um direkt zum Parkplatz zu finden.

Er darf sich nun sicher sein,  
dass die Beleuchtung in seinem Zimmer augenfreundlich ist.

Er darf sich freuen  
über ein abwechslungsreicheres Angebot an Süßem -  
wechselnde Torten!

Probierstücke ... Und Diabetikerkuchen.

Der Gast kann nun schneller  
sozusagen über unsere Internetseite einchecken –

und bei uns auch mit weniger Zeitverlust  
wieder auschecken.

Denn wir haben eine schnellere Telefonleitung  
für unser Kreditkartenterminal angeschafft –

und auf unserer Homepage ein Bestellformular eingepflegt,  
die Gutscheine online buchbar machen.

Es sind, wie gesagt, manchmal nur – vermeintliche - Nebensächlichkeiten.

Kleinigkeiten, die aber am Ende dem Mitarbeiter  
große, wunderbare Erfahrungen und Danksagungen schenken –  
was ihn motiviert - und inspiriert.

Jede Veränderung  
ist eine potenzielle Quelle der Inspiration  
für weitere Veränderungen.

Ist ein Rad erst einmal mit Kraft in Schwung gebracht,  
dann dreht es sich fast von alleine weiter.

Doch wir wissen alle:

Wenn Inspirationen für den Mitarbeiter  
auch zu Effekten führen sollen,

damit guten Ideen auch gute Taten folgen –

dann braucht es was...?

Eigenverantwortung.

Ich bin stolz  
auf den gewissen Grad an Eigenverantwortung  
meiner Mitarbeiter.

Sie können selbst  
den Wert ihrer Arbeit, ihrer Leistung einschätzen –

anhand von Teambesprechungen,  
Zielvorgaben und Protokollen.

Sie sind heute in der Lage,  
sich gegenseitig und vor allem aufrichtig zu kontrollieren.

Sie bringen so immer mehr eigene Ideen ein,  
zur Verbesserung von Qualität und Service,  
gerade an die sensiblen Schnittstellen –

beispielsweise  
zwischen Marketing

und Erwartungen  
am Empfang –

oder  
zwischen dem Hotel

und der  
gastronomischen Versorgung.

Liebe Kollegen – und das abschließend:

Auch wir vom Sächsischen Hof in Meiningen  
sprechen von der „Karriere eines Gastes“.

Und wir wissen alle,  
dass ein Gast erst zu einem Stammgast wird,  
wenn er uns das vierte Mal besucht.

Allein das könnte man bereits  
als eine Erfolgs-Karriere eines Gastes bezeichnen.  
Die Karriere eines Gastes  
kann auch bedeuten,

dass er - so wie einst der Komponist Brahms -  
aufgrund einer zufriedenstellenden Gastlichkeit  
das Unternehmen weiterempfiehlt -

oder gleich ganz kaufen will.

Doch die für uns alle erfolgreichste,  
sozusagen die Bilderbuch-Karriere  
eines Gastes ist,  
wenn er von dem Service, der Qualität, der Dienstleistung  
so fasziniert und beeindruckt ist,  
dass er seine Persönlichkeit damit stärken konnte.

Der Mensch entdeckt  
in der Qualität anderer  
oft seine eigene Qualität -

und ist diese hoch -  
dann wächst er mit ihr.  
Und kommt wieder.

Verehrte Kollegen,  
ein Wachstum in jeglicher Hinsicht  
ist genau das,  
was wir uns alle wünschen.  
Eine höhere Servicequalität  
in den thüringischen Hotels  
verbessert auch insgesamt  
den Ruf der thüringischen Hotels -

und hilft damit allen Hotels in Thüringen.

Ich rufe Sie daher auf:

„Q I und Q-II ...  
seien Sie dabei!“

Jedes Hotel besitzt sein eigenes Charisma.  
Jedes Hotel besitzt seinen eigenen Geist.  
Jedes Hotel ist der Spiegel für die Karriere eines Gastes.

Das Thüringer Qualitätssiegel hilft,  
diesen Spiegel individuell zu polieren,  
den Geist und den Charme Ihres Hotels  
individuell zu stärken.

Tun Sie dies - damit wir alle  
gemeinsam weiter vorankommen.

Und vergessen Sie Karl Valentin nicht:

Es gibt nichts besseres als wie was Gut's

Herzlichen Dank  
für Ihre Aufmerksamkeit!