

24

STUNDEN
GASTLICHKEIT

FACHMAGAZIN FÜR GASTRONOMIEKONZEPTE



SERVICE LEBEN | ERFOLGSKONZEPTE | PERFEKT AUFGEBREZELT

AUSGABE: 04|21

HEFTPREIS: 8 € (INLAND) | 9 € (AUSLAND)

Service leben

Was macht einen guten Gastgeber aus? Und warum ist der Service der emotionalste Bereich eines Betriebes?



Christine Friedreich

war schon als Kind gerne Gastgeberin, hatte eine Liebe für Details und ein Auge für besondere Dinge. Diese Leidenschaft verstärkte sich auf ihrem bisherigen Lebensweg und wurde über die Jahre durch viele Erfahrungen erweitert. Das Handwerkszeug eignete sich die 37-Jährige in der Tourismusschule HLF Krems und im Studium für Sport-, Kultur- und Veranstaltungsmanagement an der FH Kufstein sowie durch die damit verbundenen, zahlreichen Praktika im Hospitality-Bereich, an.



Mit Menschen auf Augenhöhe zu kommunizieren, das Gefühl vermitteln, sich wirklich und ehrlich für ihre Anliegen zu interessieren, also Service zu leben – das bereitet Christine Friedreich Freude. Hier verrät die Hospitality und Guest Experience-Expertin, was einen guten Gastgeber ausmacht und warum der Service der emotionalste Bereich eines Betriebes ist.

Frau Friedreich, wie sind Sie ins Gastgewerbe gekommen?

Meine Leidenschaft für das Kochen und Gastgeben wurde mir in die Wiege gelegt und von klein auf hat mich eine Faszination für die Branche begleitet. Deshalb bin ich letztendlich auch an der Tourismusschule HLF Krems gelandet und begann dort, meine Berufung in einen konkreten Berufsweg zu verwandeln.

Ihrer Meinung nach ist der Service der emotionalste Bereich eines Unternehmens. Wie meinen Sie das?

Der Service ist der Bereich, wo man Menschen spürt, sich willkommen und gut aufgehoben fühlt und somit das wichtigste Element für ein Erlebnis, das im Endeffekt den Unterschied ausmacht – egal ob in der Gastronomie oder jeder anderen Branche.

Und welche Schlüsse sollten Gastgeber daraus ziehen?

Jeder Gastgeber sollte – bevor sie oder er sich Gedanken über die Kunden macht – im ersten Schritt hinterfragen, welche Services den Mitarbeitern geboten werden. Denn wird Begeisterung für Service und das Unternehmen geschaffen und an die Mitarbeiter transportiert, werden diese die Herzlichkeit auch an die Gäste weitergeben.

Was macht grundsätzlich einen guten Gastgeber aus?

Ein guter Gastgeber ist jemand, der die Menschen in seinem Umfeld wie langjährige Freunde behandelt und so für eindrucksvolle Begeisterungs- und Überraschungsmomente sorgt.

Wie schule ich meine Mitarbeiter bzw. wie bringe ich sie dazu, dem Gast das „Gut aufgehoben-Gefühl“ zu vermitteln?

In erster Linie muss man dafür sorgen, dass sich die Mitarbeiter im Unternehmen gut aufgehoben fühlen und man als Vorgesetzter täglich vorlebt, was guter Service am Gast bedeutet und einzelne fachliche Komponenten durch Schulungen erweitert.

Bevor ich dieses Gefühl auslösen kann, muss ich ja auch erst einmal wissen, welche Erwar-

tungen, Bedürfnisse und Wünsche der Gast mitbringt. Wie kann ich diese für den jeweiligen Betrieb definieren?

Am Beginn ist es wichtig, die Werte und Identität des eigenen Unternehmens für sich selbst zu definieren und darauf aufbauend zu überlegen, welche Zielgruppe man erreichen und was man seinen Gästen bieten möchte.

Der Austausch mit den Gästen und die Beschäftigung mit den Menschen sind hier immer der effektivste Weg ans Ziel. Im Idealfall schlüpft man dafür sozusagen in die Rolle des Gastes und evaluiert die gesamte Serviceerfahrung aus seiner Sicht, um so die Bedürfnisse und Wünsche ganzheitlich wahrzunehmen und sich dementsprechend zu entwickeln.

Inwieweit unterscheiden sich Gäste im Gastgewerbe von Kunden in anderen Dienstleistungsbereichen?

Meiner Wahrnehmung nach, gibt es keinen Unterschied. Jeder Kunde ist wie ein Gast zu behandeln, unabhängig von der Branche. Denn nur so entsteht eine emotionale Verbindung, durch die der Gast gerne wiederkommt und das Unternehmen weiterempfiehlt.

Lange Zeit galt das Motto „Der Gast ist König“ – ist das heute immer noch so?

Der Spruch ist für mich nicht mehr zutreffend, weil es nicht mehr um die Kunden allein geht, sondern viel mehr darum, dass sich alle Menschen mit Wertschätzung, Respekt und auf Augenhöhe begegnen sollten, egal in welchem Verhältnis sie zueinanderstehen.

Inwieweit hat sich das Gastgeber-sein durch die Corona-Pandemie verändert?

Langfristig wird das Gastgeber-sein und alle Maßnahmen, die sich um den Service und das Wohlbefinden des Gastes kümmern, enorm an Bedeutung gewinnen. Wir haben nun Monate der Isolation hinter uns und sehnen uns nach Menschlichkeit und Nähe. Folglich ist es für jeden Unternehmer essenziell, sich mit einer durchdachten Guest Experience Strategy auseinander zu setzen und die Menschen in den Mittelpunkt zu stellen.

Wie sieht Ihrer Meinung nach das Gastgewerbe der Zukunft aus?

Das ist eine wirklich gute und anspruchsvolle Frage. In meiner Welt wünsche ich mir, dass der Branche und dem Gastgewerbe per se ein höherer Stellenwert zugeschrieben wird. Es geht nicht mehr nur um Fakten und Zahlen, sondern ums Mensch-sein und darum, einen Ort des Wohlfühlens zu schaffen – mehr denn je nach der Stille der Pandemie.

Danke für das Gespräch! Jeanette Lesch

24 Mit STUNDEN GASTLICHKEIT Energiekosten sparen

Profitieren Sie als Abonent von unserer Vorteilskampagne und sparen Sie demnächst bei den Energiekosten.

Unsere Kooperationspartner Johannes Schuetze AG und InTime Media Services GmbH überprüfen unverbindlich Ihre bisherigen Energiekosten und können diese durch einen gebündelten Energieeinkauf zukünftig deutlich verringern. Wollen auch Sie Ihren Vorteil nutzen und bei Ihren Energiekosten sparen? Kontaktieren Sie uns gerne!

Johannes Schuetze AG
Johannes Schuetze
(0176) 98 35 00 00
Johannes.Schuetze@johannes-schuetze.com

InTime Media Services GmbH
Friedrich Streng
(0176) 23 86 35 44
Friedrich.Streng@itms-gmbh.de

B&L MedienGesellschaft mbH & Co. KG
Basak Aktas
(089) 370 60 270
b.aktas@blmedien.de