

Interview mit einem Hoteltester

Karl Kadner, 47, war früher selbst Hoteldirektor und in Führungspositionen bei Hilton, Sheraton und Robinson Club tätig. Seit 1990 jedoch führt er - als Inhaber der Kadner Hotel Consulting in Siegenburg - verdeckt Hoteltests, so genannte „Quality Audits“, durch. Sein Unternehmen unterhält inzwischen Zweigbüros in Skandinavien und in Fernost und beschäftigt insgesamt 17 Mitarbeiter. Nur weil diese als „Mystery Guests“ die Arbeit in den Hotels erledigen und Karl Kadner im Inland kaum mehr selber auf Testreise geht, kann er sich hier im Foto offen zeigen und über seine Tätigkeit Auskunft geben.



Süddeutsche Zeitung: *Wie wahren Ihre Mitarbeiter vor den Hoteliers Ihre Anonymität?*

Karl Kadner: Sie buchen immer unter falschem Namen. Auch die Kreditkarten lauten dann auf diesen Decknamen. Darüber hinaus führen wir ganz genau Buch, wer wann unter welchem Namen und mit welchem Fahrzeug schon einmal im Hotel abgestiegen ist. Was die Camouflage angeht, ist alles denkbar - außer der angeklebte Schnäuzer: Drei- oder Fünf-Tage-Bart, Brille, Käppi und Kleidung verändern das Aussehen eines Testers bereits stark genug. Manchmal reist einer auch

als Hippie verkleidet an - das Outfit haben wir auf dem Flohmarkt erstanden. Sollte ein Tester dennoch das Gefühl haben, aufgefliegen zu sein, checkt er verfrüht aus. Nach Möglichkeit reist dann noch am selben Tag eine andere Person an und beginnt den Test auf's Neue.

Süddeutsche Zeitung: *Wie gut muss sich ein Tester im Hotelgewerbe auskennen?*

Karl Kadner: Er muss schon auf eine fundierte Hotelausbildung und auf Erfahrung in der Hotellerie zurückblicken. Mindestens drei Jahre sollte er in einem Haus zumindest Abteilungsleiter gewesen sein - schließlich muss er die Qualität der gebotenen Dienstleistungen gut einordnen können. Dazu verlangen wir Beobachtungsgabe und das Talent, die Eindrücke richtig zu Papier zu bringen. Schon mit den Bewerbungsunterlagen müssen uns Kandidaten deshalb probeweise einen Muster-Testbericht über ein Restaurant ihrer Wahl zusenden. Alle Tricks der „Mystery Guests“ lernt man aber nur in der Praxis: Neulinge reisen deshalb zunächst mehrmals mit erfahrenen Testern mit.

Süddeutsche Zeitung: *Wie schnell ist so ein Test-Gutachten erstellt?*

Karl Kadner: Nach Möglichkeit liegt es dem Kunden eine Woche nach dem Besuch vor. Es umfasst normalerweise 50 bis 60, in Einzelfällen auch 150 Seiten. Beigefügt ist eine Dokumentation mit bis zu 90 Fotos, wobei gilt: Je besser das Hotel, desto weniger Fotos. Wir lichten beispielsweise die Haare in der Badewanne ab, die Stoßstellen der Möbel und vor allem die präparierten Stellen, mit denen die Qualität der Zimmerreinigung bleibender Gäste gecheckt wird.

Süddeutsche Zeitung: *Wie reagieren die geprüften Hotels auf Ihre Kritik?*

Karl Kadner: Teilweise wird sie mit Erstaunen oder auch mit leichter Erschütterung zur Kenntnis genommen. Die allermeisten Hoteliers aber betrachten unsere Ergebnisse als große Hilfe, denn selbst in hervorragend geführten Häusern fallen den Mitarbeitern bestimmte Mängel nicht auf. Wir liefern ihnen fundierte Momentaufnahmen aus Sicht des Gastes, aber mit professionellem Auge.

Süddeutsche Zeitung: *Wurden Ihre Testergebnisse schon einmal mal angezweifelt?*

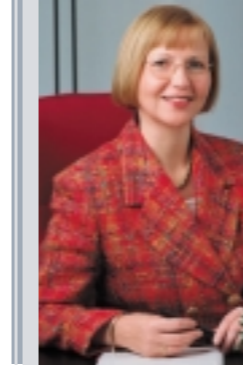
Karl Kadner: Nein, noch nie. Dazu sind sie zu detailliert und zu aussagekräftig. Es lässt sich für einen Hotelier einfach nicht bestreiten, wenn der Zustand seiner „Hardware“ mangelhaft ist: Ob die Fenster geputzt sind oder der Teppichboden Flecken hat, ist für uns zweifelsfrei zu erkennen, und das sehen die Hoteliers auch ein. Kritischer verhält es sich bei subjektiven Einschätzungen wie dem des persönlichen Wohlbefindens. Aber allgemein wird akzeptiert, dass unsere Tester auch da auf reicher Erfahrung aufbauen.

Süddeutsche Zeitung: *Können Sie privat noch in einem Hotel Urlaub machen oder sehen Sie dieses sofort durch die Testerbrille?*

Karl Kadner: In einem Hotel richtig zu entspannen fällt mir sehr, sehr schwer. Genau genommen wird es sogar immer schwerer. In der Tat buche ich für den Urlaub deshalb lieber ein Ferienhaus.

Quelle: Süddeutsche Zeitung, Nr. 213, vom 16.09.2003, S. 36, Interview: Helge Sobik

Kontakt: www.kadner-hotelconsulting.de / S. 30



Elke Schade, geschäftsführender Vorstand Ringhotels e.V.

RINGHOTELS – EINE MARKE MIT QUALITÄT

Die Ringhotels sind mit rund 150 Mitgliedern die größte Kooperation in Deutschland, doch die Größe allein ist nur ein Indiz für Leistungsfähigkeit. Der gute und interessierte Hotelier wird immer prüfen, welche Vorteile er von einer Kooperation erwarten kann.

„Wir unterstützen unsere Mitglieder bei der Profilierung ihrer Betriebe und können den Gästen ein zuverlässiges Portfolio ausgesuchter Hotels bieten, verbunden mit modernen Informations- und Buchungsmöglichkeiten“, erklärt der Geschäftsführende Vorstand Elke Schade. „Ringhotels unterstützt die Vermarktung der Hotels in allen Segmenten, wie z.B. Privat- und Geschäftsreisen, Tagungen, Gruppenreisen, etc. und gewährleistet den Mitgliedern die gleiche Vertriebsmöglichkeiten wie die großen Ketten. Besonderes Augenmerk wird auch auf die Vermarktung der Angebote für den Individualgast, wie z.B. Wellness, Rundreisen, Kultur- und Naturarrangements gelegt. Eine ständige Qualitätskontrolle gewährleistet, dass die Hotels den hohen Ansprüchen der Gäste gerecht werden.“

Um am Markt gegen den steigenden Wettbewerb zu bestehen und als Marke wiedererkannt zu werden ist es immer wichtiger, ein durchgängig

hohes Qualitätsniveau zu bieten. Deshalb legt die Hotelkooperation besonderen Wert darauf, dass die Leistung in den bestehenden und zukünftigen Mitgliedsbetrieben stimmt und verlässlich bestehen bleibt. Dafür sorgen bereits seit 1993 individuelle und regelmäßige Qualitätskontrollen. Die kooperationseigenen Qualitätskriterien umfassen dabei sowohl Hardware als auch Software der Häuser. So findet sich hier die Frage nach der Einrichtung der Hotelzimmer, des Restaurants und der Ausstattung im allgemeinen genauso, wie Aufmerksamkeit und Professionalität von Küche und Service als auch die Erfüllung der Corporate Identity und der Identifikation mit der Marke Ringhotels. Der Besuch des Qualitätsprüfers im Hotel soll jedoch nicht nur Kontrolle sondern gleichzeitig auch Beratung sein. Das Prüfungsergebnis wird persönlich mit dem Hotelier besprochen. So können umgehend und individuell etwaige Fragen beantwortet und Anregungen geben werden. Abschließend fertigt der Tester einen detaillierten Bericht für die Geschäftsleitung der Kooperation an. Nach gründlicher Analyse wird das Ergebnis dann an den Ringhotelier weiter geleitet; entweder in Form von Lob oder mittels eines Maßnahmen-

kataloges, dessen Durchführung dann durch den Qualitätsberater überwacht und verfolgt wird. Gravierende Qualitätsmängel, die nicht innerhalb der gesetzten Frist behoben werden, können zum Ausschluss des Mitgliedshauses führen. So wird gewährleistet, dass sich Gäste auch in Zukunft auf den Markennamen Ringhotels verlassen können.

Unter den Ringhotels befinden sich professionelle Anbieter für Tagungen und Kongresse, wunderschöne Wellness-Oasen, Cityhotels für abwechslungsreiche Städtetrips und familienfreundliche Hotels für den Urlaub mit den Kleinen. Um sich in die Riege der Ringhotels einreihen zu können, sollte das Hotel mit 4 Sternen, mindestens aber mit 3 Sternen (DEHOGA) ausgezeichnet sein, individuell geführt werden und vorzugsweise ein Restaurant mit guter bis sehr guter Küche haben. Das gepflegte Haus mit individueller Note sollte ebenso freundliche wie professionelle Mitarbeiter und eine persönliche Atmosphäre bieten, um in das Portfolio der Ringhotels zu passen. Jedes potentielle neue Ringhotel unterzieht sich der kooperationsinternen Qualitätskontrolle, die von dem Team der Kadner Hotel Consulting (KHC) durchgeführt wird.

Kontakt: www.ringhotels.de / S. 30



Ringhotel Weißer Hirsch, Wernigerode



Ringhotel Zeller Tor, Zelle


RINGHOTELS