

# Als Gast in geheimer Mission

Immer mehr Hoteliers sehen im Mystery Check einen Baustein zur Qualitätsentwicklung und Qualitätssicherung

■ AHGZ, 22.10.05 / uju

STUTTGART Einchecken unter falschem Namen, eine kleine Kamera immer griffbereit und doch verdeckt – hat man sich so einen Hotel-Tester vorzustellen und vor allem: Für wen testet dieser Anonymus ein Haus auf Herz und Nieren? Karl Kadner (40), Inhaber der Kadner Hotel Consulting (KHC), bietet der bundesdeutschen

Hotellerie seit nunmehr drei Jahren mit seinen Mystery Checks einen entsprechenden Service an, den er weniger spektakulär formuliert „als probates Mittel zur Entwicklung und Steigerung von Qualitätsbewusstsein“ verstanden wissen will. Sowohl die Hardfacts (etwa Ausstattung und Sauberkeit) als auch Softfacts (wie Dienstleistung und Freundlichkeit) werden dabei überprüft.

Aber warum mit falschem Bart, warum anonym? Kadner ist überzeugt, dass nur durch eine verdeckte Überprüfung der Hotelier ein klares Spiegelbild der aus Gastsicht erlebten Eindrücke erhält. Dabei ist es aus seiner Sicht nicht zwingend notwendig, dass die Abteilungsleiter am Prüfungstag am Arbeitsplatz sind oder nicht. „Ein Hotelbetrieb muss immer funktionieren, wenn Gäste da sind“ – so Kadners lapidare Sicht der Dinge. Wenn ein Auftraggeber es wünscht, den Tester anzukündigen, wird er von Kadner allerdings darauf hingewiesen, dass

dann in der Regel die Testergebnisse in hohem Maße verfälscht werden.

Was genau die Tester untersuchen, das wird vom jeweiligen Auftraggeber vorgegeben. Kadner: „Natürlich beraten wir unsere Kunden, wir haben da ein großes Portfolio an Prüfkriterien zusammengestellt. Alle Bereiche, die der Gast erlebt, sollten bei einem Quality-Audit durch einen Hotelprofil schriftlich festgehalten und kommentiert werden.“

Das schließt mit ein, dass die Tester auch „Testfälle inszenieren“, etwa im hoch sensiblen Bereich von Toiletten. „Da werden dann schon mal verdeckte Markierungen angebracht“ schmunzelt Kadner.

Wer aber testet den Tester? Hier hat KHC die Messlatte relativ hoch gelegt. Eine langjährige Erfahrung in der Operation ist bei Kadner zwingend erforderlich. „Unsere Tester müssen mindestens 5 Jahre als Abteilungsleiter in der Hotellerie gearbeitet haben. Dabei sind natürlich ehemalige Hoteldirektoren mit internationaler Erfahrung und sehr guten Sprachenkenntnissen unsere Wunschkandidaten.“



**Recherche unter falschem Namen. Wo liegen die Stärken, wo die Schwächen des Hotels.**

**Foto: Imago**

Der Tester hat sich vorher mit dem Hotel beschäftigt, hat ausführliche Recherchen gemacht, kennt den Internet-Auftritt des Hauses und hat die Printmaterialien studiert, die es über das Haus gibt. Wichtigste Vorabinformation ist natürlich aber das ausführliche Gespräch mit dem Auftraggeber.

Über die Gefühlslage der Hotelangestellten beim Qualitäts-Audit macht sich Kadner nichts vor: „Niemand lässt sich gerne auf die Finger schauen. Das kennen wir doch, denn wir waren ja alle selbst viele Jahre auf der anderen Seite des Tresens.“ Aber gestandene Hoteliers – davon ist er überzeugt – wüssten was dabei Sache ist. Nur

durch konstruktive und ehrliche Kritik lasse sich das Produkt „Wohlfühl-atmosphäre“ nachhaltig verbessern. „Die wirklich Guten wollen doch wissen, wie gut sie sind.“

Deshalb plädiert Kadner auch dafür, das Quality Audit regelmäßig zu wiederholen – am besten jährlich. Aus seiner Sicht sofort nachvollziehbar, aber Kadner weiß das in der Sache zu begründen: „Ein immer gleich hohes Level zu halten oder ein schlechtes zu verbessern, das ist nicht eben leicht. Woran sollen sich die Mitarbeiter denn halten? Die Aussage eines unabhängigen Prüfers hat doch ein ganz anderes Gewicht.“

## Touristikkonzerne und Hotelgruppen schätzen Quality-Audits

Die Branche selbst ist von den Mystery Checks durchaus angetan. Elke Schade etwa, Geschäftsführender Vorstand der Ringhotels. „Als Hotelkooperation legen wir größten Wert darauf, dass die Leistung in den Betrieben stimmt und verlässlich bestehen bleibt. Deshalb setzen wir auf das Know How von Kadner Hotel Consulting.“ Aber auch bei den Big Playern der Touristikbranche genießen die Checks einen guten Ruf. „Die von KHC durchgeführten Quality-Audits sind bei uns als Ergänzung zu den konzerneigenen Standards und Qualitätskontrollen ein unverzichtbares Instrument, um schnell und umfassend festzustellen, wie der Gast unser Produkt erlebt“, weiß Karl J. Pojer, Direktor TUI Hotels & Resorts zu berichten.

► [www.kadner-hotelconsulting.de](http://www.kadner-hotelconsulting.de)



**Karl Kadner.**