

# MYSTERY CHECK ALS BAUSTEIN DES QUALITÄTSMANAGEMENTS

## **Warum sind die Tests von KHC anonym? Sind Qualitäts-Audits immer anonym?**

Nur durch eine verdeckte Überprüfung erhält der Hotelier ein klares Spiegelbild der aus Gastsicht erlebten Eindrücke. Hierbei ist es nicht wichtig, ob die Abteilungsleiter am Prüfungstag am Arbeitsplatz sind oder nicht, denn ein Hotelbetrieb muss immer funktionieren, wenn Gäste da sind. Wenn ein Auftraggeber es wünscht, den Tester anzukündigen, weisen wir auch darauf hin, dass das Testergebnis damit verfälscht wird. Diese Variante wird aber nur von 5% unserer Auftraggeber gewählt.

## **Was genau untersucht der Tester?**

Prinzipiell das, was der Auftraggeber vorgibt. Natürlich beraten wir diesbezüglich unsere Kunden und können aus einem großen Portfolio von Prüfkriterien auswählen. Man sollte sich einfach vorstellen, dass alle Bereiche, die ein Gast erlebt, bei einem Quality-Audit durch einen Hotelprofi schriftlich festgehalten und kommentiert werden.

## **Warum inszeniert er zusätzlich „Testfälle“ (Verunreinigung von Hotelböden etc.)?**

Um eine richtige Aussage darüber treffen zu können, ob in regelmäßigen Abständen z.B. WCs gereinigt werden, müssen (unsichtbare) Markierungen angebracht werden, die eben nur mit einer gründlichen Reinigung entfernt werden können.

## **Von wem bekommt der Tester seine Direktiven?**

Qualitätsmanagement ist immer Chefsache. Dies kann der Inhaber des Hotels, der Geschäftsführer oder Vorstandsvorsitzende einer Hotelgruppe oder eines Touristikunternehmens sein.

## **Bekommen die anderen Gäste etwas vom Test mit?**

Nein, der Tester unterscheidet sich nicht von den Hotelgästen. Im Urlaubshotel ist er der typische Tourist, im Businesshotel eben der Geschäftsmann.

## **Welche Kompetenzen muss ein Tester von KHC haben?**

Eine langjährige Erfahrung in der Operation ist zwingend notwendig. Für KHC-Tester heißt dies, mindestens 5 Jahre als Abteilungsleiter in der Hotellerie gearbeitet zu haben. Ehemalige Hoteldirektoren mit internationaler Erfahrung und sehr guten Fremdsprachen-Kenntnissen sind unsere Wunschkandidaten. Außerdem sind ein hohes Maß an Flexibilität, Engage-

ment und Verantwortungsbewusstsein, eine sehr gute Beobachtungsgabe und besonders gute Kenntnisse der Deutschen Sprache unabdingbar.

## **Was unterscheidet ihn von anderen Testern?**

Bei der KHC arbeiten ausschließlich Hotelprofis mit einer fundierten Hotelausbildung und einer langjährigen Erfahrung. Wir sind sehr froh, auch „alte Hasen“, d.h. Hoteldirektoren i.R. in unserem Team zu haben. Wir wissen, dass es leider viele schwarze Schafe unter den Beratern gibt. Diese „Kollegen“ sind meist One-Man-Shows. Man erkennt sie aber bereits an den angebotenen Dumping-Preisen, zu welchen die Profis niemals arbeiten würden.

## **Mit welcher Erwartungshaltung geht der Tester ins Hotel?**

Der Tester schlüpft in die Rolle des Gastes und stellt sich auf die vom Auftraggeber geforderten Anforderungen ein.

## **Hat er sich vorher mit dem Hotel beschäftigt?**

Natürlich hat er ausführliche Recherchen angestellt. Er kennt den Internetauftritt und sämtliche Printmaterialien, die es über das Hotel gibt und informiert sich natürlich auch beim Auftraggeber.

## **Welche Gefühle haben Hotelangestellte gegenüber einem Qualitäts-Audit?**

Kaum jemand lässt sich gerne auf die Finger schauen und wir kennen dieses Gefühl alle, da auch wir einmal „auf der anderen Seite des Tresens“ standen. Ein gestandener Hotelier jedoch weiß, dass er sein Produkt, sich und sein Team und damit das Wohlfühlen des Gastes nur mit konstruktiver, ehrlicher Kritik optimieren kann. Bereits nach dem ersten Audit wird das Team erkennen, wie hilfreich es ist, diesen „Spiegel“ vorgehalten zu bekommen und wird mit Spannung auf das Ergebnis des nächsten Audits warten. Die wirklich Guten wollen doch wissen, wie gut sie sind.

## **Warum ist es ein „Sport“, anonyme Tester zu entlarven?**

Das machen meist nur die unerfahrenen Neulinge in der Branche, die, wie wir meinen, offenbar zuviel Zeit haben, sich damit auseinander zu setzen. In aller Regel werden genau diese Profilierungsversuche (z.B. anderen Kollegen gegenüber) durch die Hard-Facts im Keime erstickt.

## **Wie aufwändig ist für das Hotel/ den Hotelier der Qualitäts-Test?**

### **Wie viel Zeit muss er investieren?**

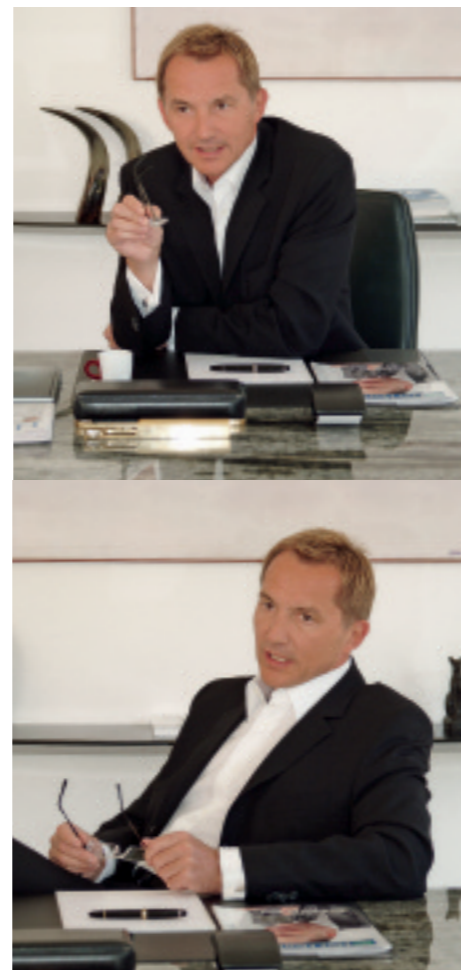
Meist übernehmen wir die gesamte Vorarbeit. Der Auftraggeber muss dann lediglich den Prüfkriterienkatalog durcharbeiten und absegnen. Dies dauert max. 2-4 Stunden. Bei der Nacharbeit wird weit mehr Zeitaufwand erforderlich sein, wenn wirklich der gesamte Audit durchgeführt wird. Je nach Ergebnis sollten Aktions- und Maßnahmenpläne die Folge sein, um die aufgedeckten Schwachstellen zu eliminieren.

## **Welche Meinung hat der Hotelier zum Qualitätsaudit, Ihrer Erfahrung nach?**

Diese Frage sollten die Auftraggeber beantworten, d.h. die Entscheider in der obersten Führungsebene. Der angestellte Hoteldirektor, der schlecht abgeschlossen hat und nicht konstruktiv mit dem Ergebnis umgeht, wird aus Angst und Selbstschutz behaupten, dass das Quality-Audit-Ergebnis nicht stimmt. Hier sprechen aber unsere Fotodokumentationen meist eine klare Sprache. Für den Entscheider ist der Quality-Audit ein wesentlicher Baustein des Qualitätsmanagements und ist zur Qualitätssicherung unabdingbar.

## **Wodurch sind Mystery Checks ein Baustein der Qualitätsentwicklung und -sicherung?**

Die hierbei ermittelten Fakten sind nachvollziehbar, vergleichbar und quantifizierbar und außerdem geeignet zum Benchmarking.



## **In welcher Weise verbindet sich der Qualitäts-Audit mit anderen Maßnahmen der Qualitätsentwicklung und -sicherung?**

Nehmen Sie z.B. das Thema Gästefragebögen. Von den wenigen brauchbaren Statements erhalten Sie meist nur die besten und die schlechtesten Qualitätsaussagen. Die Masse und damit der wichtigste Wert bleibt im Verborgenen. Hier ist der Quality Audit die ideale Ergänzung. Auch bei der Erstellung des Stärken-/Schwächenprofils als Bestandteil des Marketingplanes, ist der Quality Audit eine wertvolle Hilfe.

## **Warum sollte ein Quality Audit jährlich wiederholt werden?**

Ein stetig gleiches Dienstleistungslevel zu halten oder ein schlechtes zu verbessern ist nicht leicht. Woran sollen sich die Mitarbeiter orientieren? Die Beurteilung des Vorgesetzten reicht doch nicht aus! Die konstruktiven Aussagen unabhängiger Prüfer haben da schon eine andere Wirkung – und die sind zum Erhalt der Dienstleistung immer mehr auch als Motivationsschub zu sehen.

## **Kommt dann der gleiche Tester?**

Nicht zwingend, aber sollte dies gewünscht sein, lässt es sich meist arrangieren.

## **Was ist für Sie die außergewöhnlichste Schlussfolgerung gewesen, die ein Hotelier nach Übergabe der Audit-Dokumentation gezogen hat?**

Da gab es schon die ein oder andere einschneidende Maßnahme, welche wir jedoch zum Schutz unserer Kunden nicht präzisieren wollen. Die Freigabe längst überfälliger Budgets für Renovierungs- und Umbaumaßnahmen kommt sehr häufig vor, es gab aber auch schon personalpolitische Entscheidungen.

## **Haben Sie auch schöne Erlebnisse?**

Wenn ein Tester nach Südfrankreich in ein Luxushotel fliegt oder mit seinem Lap-Top auf dem Balkon eines Ferienhotels am Meer sitzt, ist das natürlich schöner als irgendwo ein Low-Budget-Hotel in einer Großstadt zu testen. Leider ist die verfügbare Zeit aber meist so kurz, dass man von der Umgebung gar nichts sieht. Größte Freude bereitet es uns immer, wenn wir Vollblut-Profis erleben, die mit Herzlichkeit und Elan ihre Aufgaben erledigen.

## **In welcher Weise profitiert ein Hotel von jährlichen Wiederholungen gegenüber dem Hotel, das sich alle fünf Jahre überprüfen lässt?**

Bei der in der Hotellerie üblichen Fluktuation kann es durchaus sein, dass die Hälfte des Teams innerhalb von zwei Jahren durch andere Mitarbeiter ersetzt werden muss. Bei Saisonbetrieben kann es aber auch vorkommen, dass sie jedes Jahr mit einer neuen Mannschaft arbeiten müssen. Immer zu wissen, wie gut der Hotelbetrieb wirklich läuft, gibt dem

Hotelier und dem Team Sicherheit und das motiviert natürlich. Ein solches Gefühl wirkt sich auch auf die Zufriedenheit der Gäste aus und sichert somit langfristig Erfolge.

## **Ihre Meinung: Welche Bedeutung messen deutsche Hoteliers der Qualitätsentwicklung bei? Wie sieht das im internationalen Vergleich aus?**

Bei den großen international vertretenen Hotelgruppen gehören Quality Audits seit langer Zeit zum festen Bestandteil des Marketingbudgets, aber auch in D, CH und A werden zunehmend mehr Mystery-Checks beauftragt. Der Erfolg der Hotels, die sich hiermit konsequent auseinandersetzen, spricht Bände.

## **Legen die Hoteliers mehr Wert auf eine Top-Ausstattung oder auf erstklassiges Personal?**

Würden Sie als Gast goldene Wasserhähne einem schlechten Service vorziehen? Sicherlich nicht! Es sind die Softfaktoren, d.h. die Dienstleistungsqualität, die ein Hotel auszeichnet.

## **Wenn der Mystery-Check beendet ist, erhält der Hotelier eine Fülle von Anregungen zur Verbesserung. Nennen Sie bitte Vorschläge, die sich wiederholen.**

Die Definierung und Schulung der Hotel-Standards, Durchführung konsequenter Kontrollen und die Implementierung von Kontrollmechanismen sowie die Optimierung der Kommunikation innerhalb des Hotels werden häufig von uns empfohlen.

## **Finden sich hochwertige Hotels eher in der Kettenhotellerie oder in privater Hand? Haben diese beiden Zielgruppen unterschiedliche Einstellungen zu Qualität?**

Erstklassige Hotels finden Sie in beiden Segmenten. Wer aber wirklich erstklassig ist und bleiben möchte, muss die richtige Einstellung zur Qualität haben.

## **Sie waren selber im Top-Management der Hotellerie tätig – welche Erfahrungen haben Sie mit Mystery Checks gemacht? Was haben Sie daraus für Ihren jetzigen Beruf gezogen?**

Ich habe erkannt, wie wichtig es ist, dass die Kritik im Quality-Audit-Bericht authentisch und konstruktiv sein muss. Damit hatte ich nie Probleme. Da alle in unserem Team ähnliche Erfahrungen gemacht haben versetzen wir uns beim Verfassen der Texte immer in die Lage der Personen, deren Leistungen gerade geprüft werden. Sie müssen sich in dem Bericht wieder finden und sollten eher Anregungen erfahren, als sich vorgeführt zu fühlen.

## **Sie sagen „Qualitätsbewusste Hoteliers gehören zu den Siegern“ – wie kennzeichnen Sie die Verlierer?**

Ich möchte kein Öl ins Feuer gießen, bitte verstehen Sie das.



## **Was ist Ihr Wunsch an die deutsche Hotellerie bezüglich Qualität?**

Als ich in den 80er Jahren im Mittleren und Fernen Osten arbeitete, bemerkte ich mit Stolz, dass gerade im Ausland „made in Germany“ immer mit herausragender Qualität gleichgesetzt wurde. Es hieß immer: die besten Hoteliers sind Deutsche, Österreicher und Schweizer. Leider hat sich dieses Bild durch die teilweise unzureichende Dienstleistungsbereitschaft, Servicequalität und Professionalität zu unseren Ungunsten verändert. Ich würde mir wünschen, dass wir in punkto Gastlichkeit wieder zur Weltspitze zählen würden.

## **Welchen Nutzen hat der Gast von einem Quality Audit?**

Im produzierenden Gewerbe werden Betriebe mit DIN-ISO Zertifizierungen von den Kunden bevorzugt. Es gibt Hoteliers, die dem Gast mitteilen, dass sie sich fortwährend durch unabhängige Experten überprüfen lassen. Der Gast wird dies als ehrliches Engagement erkennen, was Vertrauen weckt. Er wird die Auswirkungen spüren und sich in solchen Hotels einfach wohler fühlen.

## **Wodurch zeichnet sich ein qualitativ hochwertiges Hotel aus? Woran merkt der Gast, dass er sich in einem solchen Hotel befindet? Am Preis?**

Nein, am Spirit! In einem guten Hotel bemerken Sie schon beim Betreten der Hotel-Lobby, dass Sie willkommen sind. Wenn es das Team schafft, dieses gute Gefühl bis zur Verabschiedung aufrecht zu erhalten – Daumen hoch!