

# QUALITÄTSSICHERUNG: MYSTERY CHECKS VON GÄSTEN, DIE TESTEN

Mystery Checks sind eines der wenigen objektiven Qualitätsprüfungs- und damit gleichzeitig -sicherungsmöglichkeiten in der Hotellerie und Gastronomie. Das umfangreiche „Unter-die-Lupe-nehmen“ eines Betriebes ist nicht jedermanns Sache. Wird der Gastwirt oder Hotelier doch umfassend über die Stärken, aber auch Schwächen seines Hauses aufgeklärt.

TEXT: DORIS MITTNER UND GERALD ZEMANN

Der Produkt- und Dienstleistungsbereitschaft kommt in der Hotellerie und Gastronomie eine so hohe Beutung zu wie in kaum einer anderen Branche. Doch wie erkennt man, ob die Qualität stimmt, bevor sich die Gäste beschweren? Die Antwort heißt Mystery Quality Control.

## MYSTERY CHECK KONTRA BETRIEBSBLINDHEIT

„Wir halten Quality Checks oder Qualitätsprüfungen in der Hotelbranche für unverzichtbar. Denn nur eine einheitliche, dauerhafte und rigorose Kundenorientierung ohne Leistungslücken garantiert uns auch in der Zukunft ein kontinuierliches Wachstum. Ziel ist es, die Fehlerquote möglichst nahe an Null heranzubringen. Eine lückenlose Qualität lässt sich aber nur durch eine nachhaltige neutrale Beobachtung erreichen“, bricht Siegfried Prange, Vorstand der Familotels Deutschland, die Lanze für Quality Checks.

**Elke Schade**, Vorstand der Ring-Hotels, geht noch einen Schritt weiter: „Um am Markt gegen den steigenden Wettbewerb zu bestehen und als Marke wiedererkannt zu werden, ist es wichtig, ein durchgängiges Qualitätsniveau zu bieten. Nur eine ständige Qualitätskontrolle gewährleistet, dass die Hotels den hohen Ansprüchen gerecht werden. Dabei verstehen sich die Hotelchecks aber nicht ausschließlich als Test, sondern dienen ebenso der individuellen und professionellen Beratung jedes einzelnen Betriebes.“



**Kornelia  
Schäffert-Fuchs**

**So sieht das auch Kornelia Schäffert-Fuchs**, die sich vor rund fünf Jahren mit ihrer Firma Schäffert-Fuchs communication in Wien auf Quality control spezialisiert hat.

**Ihre Mystery Quality Checks** umfassen mehrere Komponenten und sind auf drei Säulen aufgebaut.

**Der Auftraggeber** erhält nach dem Testing



BILDAGENTUR WALDHÄUSL

nicht nur einen detaillierten schriftlichen Bericht des Testings, sondern auch eine statistische Auswertung mit grafischer Optik und schließlich, einzigartig in Österreich, ein Audio- und Videoprotokoll. „Die Kamera ist nicht beeinflussbar und verschleiert nicht den Blick“, ist Schäffert-Fuchs stolz auf die Aufzeichnungen der „versteckten Kamera“, die auch den Mitarbeitern später im Gespräch deutlich vor Augen führen, wie sie agieren. Nach der Videopräsentation greifen Verbesserungs-

maßnahmen deutlich besser, weil die Überzeugungsarbeit beim Mitarbeiter wegfällt. Die Kamera zeigt wahrheitsgetreu, wie das Personal agiert und reagiert, wie es Mimik und Gestik einsetzt.

**Schließlich präsentiert** die Chefin persönlich das Hoteltesting in einem Gespräch unter vier Augen mit dem Auftraggeber, nach Wunsch auch mit den Abteilungsleitern oder Mitarbeitern. „Ich will die Auswertung dem Hoteldirektor nicht nur per Post schicken, sondern mit ihm gemeinsam ein Stärken- und Schwächenprofil erarbeiten.“

**Die Mitarbeiter** in sämtlichen Abteilungen werden bezüglich Fachwissen, Kommunikation, sprachlicher Kompetenz, Aufmerksamkeit, verbalen und nonverbalen Umgang mit dem Gast, Kundenbetreuung und auch Präsentation der eigenen Person geprüft. Im Restaurant und in der Bar werden weiters Weinservice oder Getränkeempfehlungen, Sauberkeit, Begrüßung und Verabschiedung und das Service allgemein unter die Lupe genommen.

**Das Hoteltesting** erstreckt sich über rund 48 Stunden vor Ort. Für anfallende Spesen, wie Hotelaufenthalt, F & B-Leistungen sowie An- und Abreise kommt der Hotelier auf. Der Preis für die gesamte Leistung beträgt 2490 Euro.

**Eine zusätzliche Dienstleistung** wird den SFC-Kunden geboten. Vor kurzem konnte Unicon-Lothner als Kooperationspartner gewonnen werden. Unter dem Begriff „Quality Improvements“ werden dem Hotelier nicht nur ein konstruktives Beratungsgespräch und operative Empfehlungen, sondern auch adäquate Mitarbeiterschulungen angeboten.

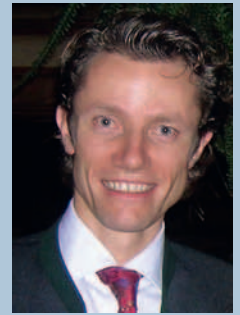
**Schäffert-Fuchs** sieht sich selbst „als Hilfeleister für Hoteliers und Hoteldirektoren, die ein qualitativ hochwertiges Dienstleistungsunternehmen führen und bieten“.

## KRITISCH BETRACHTET

### FRANZ JOSEF PIRKTL

#### Hotel Schwarz, Mieming

Für uns sind die Auswertungen eines Mystery Checks extrem wertvoll. Wir arbeiten mit KHC Kadner Hotel Consulting und sind von der kritischen und detaillierten Dokumentation begeistert. Wir halten nach einem solchen Hoteltesting einen systematischen Überblick in Händen, der Ansatzpunkte zur Verbesserung liefert. Auch wenn dem Hotelier und auch dem Gast nicht alle Kriterien wichtig erscheinen, so kann man selbst entscheiden, in welcher Abteilung man sich welches Detail genauer anschaut und an dessen Qualitätsverbesserung arbeitet. Oft sind auch Beobachtungen der Mystery Guests dabei, die uns als Hoteliers zunächst gar nicht wichtig erscheinen, dem Gast auch nicht direkt auffallen, aber den Gesamteindruck des Hauses für den Gast beeinflussen können.



**Die gebürtige Kärntnerin** weiß, wovon sie spricht. Hat sie doch einen interessanten und abwechslungsreichen touristischen Lebenslauf. Schäffert-Fuchs war unter anderen vier Jahre in Amerika bei der Four-Seasons-Kette, auf diversen Kreuzfahrtschiffen sowie als Destination Marketing Specialist für Reiseveranstalter tätig. Nach Österreich zurück-

# WIFI

gekehrt, führte sie unter anderem das Hotel Biedermeier im Wiener Sünnhof und das Feriendorf in Litschau.

Ihre Tester müssen touristische Ausbildung nachweisen können und auf eine rund zehnjährige Berufserfahrung, davon mindestens die Hälfte im Managementbereich, zurückblicken können. Werden Kosmetikbehandlungen oder Golfkurse im Hotel angeboten, übernehmen jene Tester den Mystery Check, die in diesem Bereichen kompetent sind und sowohl die Kosmetikerin als auch den Golftrainer beurteilen können. Rund 40 Betriebe werden jährlich getestet.

[www.schaeffert.at](http://www.schaeffert.at)

### STRENGE PRÜFUNG DER KONZERNHOTELLERIE

Ein weiterer Spezialist für hochwertige Quality Audits ist Karl Kadner. Rund 800 Testkriterien überprüft der Inhaber der Firma KHC – Kadner Hotel Consulting im deutschen Kolochau bei zwei Übernachtungen. Mit einem Kern-Team von sieben Mitarbeitern absolviert er rund 200 Testings im Jahr. „Wir arbeiten ausschließlich mit Profis“, betont auch Kadner, selbst ein weitgereister Hotelier mit 13 Jahren Auslandserfahrung in Arabien, Südost-Asien, USA und Europa bei Hilton, Sheraton und Robinson Club.



BILDAGENTUR WALDHÄUSL

## KRITISCH BETRACHTET

### DIREKTOR LUDWIG KLEINLEHNER

**Hotel Schloss an der Eisenstraße, Waidhofen/Ybbs**



Für uns ist ein Mystery Check die beste Gelegenheit und Möglichkeit, Schwachstellen im eigenen Betrieb zu sehen und präsentiert zu bekommen. Nach einem solchen Testing kann man kundenorientierter und kundengerechter arbeiten.

Wir verlassen uns auf SFC (Schäffert Fuchs Communication) und geben ein bis zweimal pro Jahr so ein Testing in Auftrag.

Als Auftraggeber sollte man unterschiedliche Zeitpunkte für einen solchen Mystery Check auswählen, weil in schwachen Zeiten mit verminderter Mitarbeiterzahl trotzdem eine optimale Serviceleistung geboten werden soll.

Wir bekommen die Auswertung sowohl in schriftlicher als auch in filmischer Ausarbeitung. Letztere setze ich gerne bei diversen Qualitätsverbesserungs-Sitzungen mit meinen Mitarbeitern ein. Denn die behaupten oft, dass eine von einem Tester beschriebene Szene gar nicht so gewesen ist. Nach den ersten Testings hat sich dieser Widerspruch von selbst aufgelöst und es gibt keine Diskussionen mehr, weil sie wissen, ich kann es beweisen.

Ein Quality Check hilft mir nicht nur dabei, die Qualität in sämtlichen Hotelbereichen konstant zu halten beziehungsweise zu verbessern, sondern ich kann auch die Mitarbeiter dort einsetzen, wo sie ihre Stärken haben. Denn die Stärken und Schwächen meiner Leute lassen sich aus diesen Berichten sehr gut herauslesen.

**Seine Tester sind nicht angestellt.** „Nicht zuletzt deshalb, weil sie bei der Bewertung eines Hotels auch wissen sollen, mit welchen Problemen man als Selbstständiger konfrontiert ist. Das macht die Beurteilung praxisnäher.“

**Kadner prüft** in erster Linie Konzernhotellerie und hat sich da vor allem auf die Überprüfung der Zertifizierung von Wellness-Hotels im Deutschen Wellnessverband (DWW e.V.) spezialisiert. Im Jahre 2002 entwickelte er sogar mit dem DWW die Prüfkriterien. Hin und wieder tritt aber auch ein Hotelier eines Familienhotel an ihn heran, der in seinem Betrieb an der Qualitätsentwicklung arbeitet und wissen will, was noch verbessert werden kann.



**Karl Kadner**

**Nach einer intensiven Vorbereitung** mit dem Auftraggeber wird der umfangreiche und individuelle Prüfkatalog erarbeitet, wobei ein Check aus mehreren modularen Bausteinen besteht, die je nach Betrieb eingesetzt oder gestrichen werden. Der Hotelier kann außerdem festlegen, welche Kriterien für ihn am wichtigsten sind.

**Kadner** liefert ein minutiöses Protokoll des Testaufenthaltes sowie Fotos zur Dokumentation. Der Auftraggeber erhält einen umfangreichen Dokumentations-Ordner, anhand dem er die Qualitätsentwicklung in seinem Betrieb ausbauen kann.

**KHC übernimmt** aber auch einwöchige Testing. „Bei Kunden wie TUI müssen Clubs rund sieben Tage unter die Lupe genommen werden,

um zu überprüfen, ob das Speiseangebot für die Gäste, die eine oder zwei Wochen buchen, abwechslungsreich ist oder ob das Sportprogramm gut betreut wird“, beschreibt Kadner die Aufgabenstellung.

**An seine Tester** stellt er hohe Anforderungen. Sie müssen fünf Jahre Erfahrung in der Hotellerie in leitender Funktion nachweisen können und vor allem Sachkompetenz mitbringen. „Die Beurteilung einer Nordic-Walking-Stunde erfordert eine NW-Trainerausbildung und die Prüfung einer Kosmetikbehandlung erfordert fundierte Sachkenntnisse der Vorgänge bei Massagen und Anwendungen“, gibt Kadner zu bedenken. Ein Check, der sich über zwei Nächtingungen erstreckt, kostet 1750 Euro.

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

#### **MIT MYSTERY-CHECK ZU „SUPERIOR“**

Österreichische Hotelbetriebe der Vier-Stern-Kategorie können ab dem kommenden Jahr auch mit „Superior“ ausgezeichnet werden. Voraussetzung dafür ist ein Mystery Check.

**Etliche Hoteliers**, die viel in ihre Betriebe investierten, waren in den vergangenen Jahren wegen ihrer Kategorisierung nicht unbedingt glücklich. Im Bereich der Vier-Stern-Hotels gab und gibt es gewaltige Qualitätsunterschiede. Nicht wenige Betriebe werden vom Gast locker als Fünf-Stern-Haus gesehen, andere hingegen wieder nur als Drei-Stern. Im Zuge der Eröffnung der Hotels „Le Meridien“ und des renovierten „Hilton“ in Wien flammte die Sterne-Diskussion in Österreich erneut auf. Warum bekommen Betriebe dieser Kategorie im Ausland locker fünf Sterne, in Österreich müssen sie sich, unter anderem da



BILDAGENTUR WALDHAUSL

# REED

Bad und WC nicht räumlich getrennt sind, mit nur vier Sternen begnügen?

**Um dies zu lösen**, gab es eigentlich nur zwei Möglichkeiten: Entweder man reduziert die Vorgaben für fünf Sterne, oder man bietet eine Zwischenkategorie an. Österreich entschied sich, im Gleichklang mit etlichen anderen europäischen Ländern, für die zweite Variante Hotels mit derzeit vier Sternen können sich nun um die Auszeichnung „Superior“ bewerben. Um sie zu erhalten, müssen sie sich einem Mystery Check unterziehen. Von welcher Firma diese Überprüfung erfolgen soll, steht derzeit noch nicht fest. Der Fachverband Hotellerie der Wirtschaftskammer Österreich veranstaltet derzeit eine Ausschreibung, wer zum Zug kommen wird, soll im November veröffentlicht werden. Für den Mystery Check müssen die interessierten Hotels rund 1000 bis 1300 Euro bezahlen, laut Vorgabe der Wirtschaftskammer ist ein Mindestaufenthalt der Test-Gäste von zwei Nächten zwingend. Dass sich nicht nur Vollprofis für diesen Auftrag bewarben, verrät Gabriele Leitner, Geschäftsführerin des Fachverbandes Hotellerie: „Es gab teilweise recht skurrile Bewerbungen, so wollte etwa ein Pensionistenpärchen Testschläfer werden.“ Laut einer Prognose der Wirtschaftskammer gibt es in Österreich ein Potenzial von 120 bis 160 Hotelbetrieben, die Richtung „Superior“ tendieren könnten. Für eine Testfirma also nicht unbedingt ein kleines Kundenpotenzial.

#### **HARTES GESCHÄFT:**

##### **MYSTERY CHECK IN DER GASTRONOMIE**

Klaus Schrötter ist ein g'standener Tourismusprofi. So war er unter anderem FV-Chef von Saalbach-Hinterglemm oder Direktor des Steier-

mark Tourismus. Im Zuge seiner Betreuung der Aktion „Gute Steirische Gaststätte“ hat er rund 400 Gastronomiebetriebe besucht, oft auch als Mystery Guest. Was dabei auffallend war, erklärt er heute so: „Man erkennt sofort, ob der Betrieb einen Gewinn macht oder nicht. Wenn das Geld fehlt, wird an der Qualität gespart. Dann werden etwa die Fenster nicht jede Woche geputzt, sondern nur alle drei Monate. Dann werden die kaputten Fliesen auf den Toiletten einfach nicht gewechselt, die bleiben für ewig. Wenn ein Gastronom keinen Gewinn erwirtschaftet, kann er nicht mehr lächeln, nicht mehr aktiv verkaufen.“ Viele meinten auch, so eine Überprüfung sei zwar recht interessant, aber da kein Geld für die notwendigen Investitionen vorhanden sei, hat auch das Ergebnis des Tests relativ wenig Bedeutung.

**Im Burgenland** ist derzeit der Aufbau der Gruppe der „Pannonischen Schmankerlwirte“ voll im Gang. „Schmankerlwirte“ existierten bereits im Südburgenland, daraus soll nun eine landesweite Aktion entstehen. Betriebe, die daran teilnehmen wollen, müssen sich einer Überprüfung unterziehen. Mystery Guest ist Gert Baldauf, Journalist, Gourmet und ehemaliger Landwirt. Nachdem er in einem Lokal gespeist hat, gibt er sich „zu erkennen“ und bespricht mit dem Patron des Hauses das Ergebnis: „Die Reaktionen dabei sind völlig unterschiedlich. Manche Gastronomen reagieren sehr harsch und ablehnend, andere hingegen freuen sich, sind an einer Hilfestellung und Verbesserung sehr interessiert.“

**Was Baldauf** manchmal schmerzt, sind jene Betriebe, „die oft hervorragende Produkte verwenden, sehr gute Speisen servieren, dies aber nicht dementsprechend überbringen, also dem fremden Gast nicht dementsprechend verkaufen.“

# SAECCO