

Fremde Augen sehen mehr

Zur Steigerung von Dienstleistung und Service ist jedes Mittel recht: Mystery Guesting bringt wertvolle Punkte für die Vergabe von Hotelsternen

STUTT GART. Bei der Polizei würde man den Vorgang wohl verdeckte Ermittlung nennen und der Begriff selbst deutet auf etwas Mysteriöses hin. Nun taucht der Begriff Mystery Guesting seit Jahresbeginn auch im neuen Kriterienkatalog der Deutschen Hotelklassifizierung auf, welcher immerhin die Grundlage für die Vergabe der Hotelsterne bildet.

Doch was steckt genau dahinter? Wikipedia verweist bei der Suche nach Mystery Guesting zu dem Oberbegriff Mystery Shopping und erklärt dies mit der „Subsumierung von Verfahren zur Erhebung von Dienstleistungsqualität, bei denen geschulte Beobachter als normale Kunden auftreten und reale Kundensituationen wahrnehmen.“ Übertragen auf die Hotellerie bedeutet dies die Bewertung aller Dienstleistungs- und Servicebereiche eines Hotels durch einen unabhängigen Test-Gast und anhand eines festgelegten Kriterienkataloges. Es geht dabei nicht um subjektive Wahrnehmungen, sondern um die rein objektive Beurteilung von Qualitätsaspekten aus Gastsicht.

Objektiv und anonym

Damit dieser objektive Blick nicht beeinflusst wird, sollte der Hotelier einen professionellen externen Anbieter beauftragen. Dadurch kann gewährleistet werden, dass der Test-Gast auch keinem Mitarbeiter bekannt ist und kein beschönigtes Ergebnis zustande kommt. Obwohl durch die Hotellerie selbst beauftragt, ist in der Regel



Zwischen Top und Flop: Hotelsterne gibt es nur nach einem streng definierten Regelwerk

Foto: Imago

auch nicht der Zeitpunkt des Test-Besuches bekannt. „Auf keinen Fall geht es dabei um das oftmals befürchtete Bloßstellen einzelner Mitarbeiter, sondern vielmehr um die Erkennung einzelner Defizite im Gesamtbild eines Hauses. Daraus können dann klare Ansatzpunkte zur Verbesserung der Qualität und somit letztendlich der Gästezufriedenheit lokalisiert werden“, beruhigt Thomas Gruber. Er hat in seiner mehr als zehnjährigen Erfahrung als Direktor in der internationalen Hotellerie bereits mehrere Mystery-Guest-Analysen beauftragt und be-

treut diese nun selbst als Geschäftsführer der Hotelberatung Green apple.

Viele größere Hotelkonzerne haben den umfangreichen Nutzen bereits erkannt und lassen bereits seit vielen Jahren regelmäßige Mystery-Guest-Analysen in ihren Häusern durchführen. Die Aufnahme in den Kriterienkatalog der Deutschen Hotelklassifizierung folgt konsequent dessen Neuausrichtung zum erhöhten Einfluss von Service und Ambiente und bestätigt gleichzeitig den Stellenwert dieser Tests. Für die Vergabe der Kategorien 4-Sterne-superior und 5-Sterne stellt

die regelmäßige Durchführung durch einen spezialisierten Drittanbieter nun sogar ein Mindestkriterium dar.

Aber auch allen anderen Betrieben bringt dies wertvolle 15 Zusatzpunkte für die Erlangung der jeweils angestrebten Sterne-Kategorie und damit sogar dreimal soviel wie die Durchführung einer systematischen Gästebefragung.

Hintergrund für diese hohe Bewertung ist sicherlich nicht alleine die Tatsache der Durchführung, sondern vielmehr die damit dargelegte aktive Beschäftigung mit der Qualität am Gast.

Ein rundes Bild ergibt sich, wenn nach einer durchgeführten Analyse konkrete Handlungsvorschläge erarbeitet und entsprechende Maßnahmen dazu eingeleitet werden.

Defizite werden beseitigt

Idealerweise werden diese dann in einem nächsten Mystery-Guest-Check überprüft und bei Bedarf neue Maßnahmen eingeleitet. „So entsteht ein kontinuierlicher Verbesserungsprozess“, bekräftigt Gruber. Oft sei aber auch eine gewisse Skepsis gegenüber Mystery-Guesting festzustellen und vor allem Mitarbeiter fürchteten die Ergebnisse. In einer konstruktiven Atmosphäre sei dies aber unbegründet, so Gruber. „Gerade die Verbesserung erkannter Defizite führt durch erhöhte Gästezufriedenheit zu stabileren Umsätzen, kann somit die einzelnen Arbeitsplätze langfristig sichern.“

Gästezufriedenheit bildet laut Gruber seit jeher die Grundlage für Fortbestand und Erfolg im Gastgewerbe. Neben einer strukturierten Befragung und einem immer größer werdenden Einfluss von Bewertungsportalen im Internet, hat sich Mystery Guesting als erfolgreiches Instrument zur Verbesserung der eigenen Dienstleistungen etabliert. Gruber: „Wer die aktuelle Preisdiskussion in der Hotellerie möglichst weit umgehen möchte, muss vor allem durch eines überzeugen: Qualität am Gast.“

Thomas Krüger

► www.green-apple.de

► www.hotelsterne.de