

Gastgewerbe poliert Image auf

„Warum ist es so wichtig, Erlebnisse für die Kunden zu inszenieren? Bei der Vielfalt an Möglichkeiten in der globalisierten und digitalen Welt muss man hervorstechen, um erfolgreich zu sein. Man muss innerhalb weniger Momente seinen potenziellen Kunden davon überzeugen, die beste Wahl zu sein. Die Erwartungen müssen nicht nur erfüllt, sondern übertroffen werden. Nur dann kommt der Kunde wieder, spricht über seinen Aufenthalt beim Gastgeber und teilt die Informationen in den Sozialen Medien.“ Mit diesen Worten eröffnete Christoph Brünger, Leiter des Geschäftsbereichs Standortpolitik, Existenzgründung und Unternehmensförderung der SIHK zu Hagen den „Tag des Gastgewerbes“ in Lüdenscheid.

Gastgeber stehen heute vor der Herausforderung, dass sie als „Trendscout“ immer die Wünsche ihrer Zielgruppe kennen müssen, um diese dann umsetzen zu können. Gleichzeitig ist man immer auch Chef und somit für die Stimmung im eigenen Team verantwortlich. Nur zufriedene und motivierte Mitarbeiter können auch beim Gast für Zufriedenheit sorgen. Aber wie lässt sich das im stressigen Alltag umsetzen?

Um sich der Antwort auf diese Frage zu nähern, haben die IHKs in Arnsberg, Hagen und Siegen im Juni 80 Gäste in die Kochschule Capitol in Lüdenscheid eingeladen. „Für das Gastgewerbe führen wir alle zwei Jahre gemeinsam einen Branchentag durch. Heute möchten wir gerne einen Blick darauf werfen, wie man das „kleine bisschen Mehr“ - das Erlebnis - für den Kunden eindrucksvoll inszenieren und dann auch perfekt servieren kann“, sagte IHK-Handelsreferent Stephan Britten.

Im Gespräch mit dem Tourismusberater Oliver Becker wurden zahlreiche Ideen geliefert und Impulse für das eigene Handeln gegeben. Becker hat sich 2002 als Tourismusberater selbstständig gemacht und bietet ein breites Beratungsportfolio für die Hotellerie und Destinationen in Deutschland an. Seine Schwerpunkte liegen seit einigen Jahren in Trainings, Workshops und Seminaren. Mit den Worten: „Es ist angerichtet und ich darf Sie bitten, sich zu platzieren!“, läutete der „Maitre d’hotel des Tages“ die Veranstaltung ein und startete mit einem Vortrag zum Thema „Verblüffung“.

Danach schlossen sich Impulse zu Facebook, Service Q und Tourismusstrategien an, die Hinweise darauf gaben, wie der Gastgeber die Kundenwünsche erkennen kann. Um den Alltag im Griff zu behalten, folgten Tipps für eine höhere Auslastung im Betrieb, rechtliche Hinweise zum Arbeitsrecht und den richtigen Umgang mit Kundenbeschwerden.

Wie macht man Kunden und Mitarbeiter glücklich? „Durch Glücklichein bei der Arbeit“, so die Aussage der Hotelchefin Marion Steinberg. Sie erklärte, wie man es Tag für Tag schafft, sich selbst und sein Team zu motivieren. Mindestens genauso wichtig ist es aber auch den Nachwuchs für das Gastgewerbe zu begeistern. Mit dem Slogan „Check in and find out“ setzte Angela Rademacher (IHK) genau das um: In Zusammenarbeit mit engagierten Gastgebern aus der Region und dem Kolpingwerk hat sie die Messe „KostBar“ organisiert.

„Trends erkennen und verblüffen“ war die Überschrift für den letzten Part der Veranstaltung. Jörg Bachmann vom Arcadeon in Hagen erläuterte, wie er den Tagungstourismus für sich und sein Team neu definiert hat. „Aus meiner Sicht ist es wichtig, von der Konzeptionierung über die Planung bis zur Umsetzung einer neuen Idee mitzuarbeiten. Nur so entwickelt man ein tiefes Verständnis für das Konzept und kennt die Stellschrauben, an denen man drehen muss.“ Und dass man auch in alten Mauern ein absolut trendiges, modernes Konzept auflegen kann, beweist Georg Voss von den Braubrüdern in Arnsberg.

Blieb dem Moderator des Tages zum Schluss nur noch den Teilnehmern „stets einen Durst nach Wissen und Appetit auf innovative Erlebnisse“ zu wünschen.