

Wildmannli Tafel



Wildmannli Tafel uf Tafaas

c/o Wildmannli-Schreiber
Dr. Patrik Wagner
Rosenhügelweg 6
CH-7270 Davos Platz
Telefon +41 (0)81 413 50 15
Telefax +41 (0)81 413 47 90
info@wildmannli-tafel.ch

auf Initiative der Wildmannli Tafel

die Sofort-Massnahme 2015/16
**Exzellenz Gastfreundschaft und
Service-Excellence**

Davos, November 2015

Zyklus „Exzellenz Gastfreundschaft und Service-Excellence 2015/16“

Mit diesem Zyklus soll die Dienstleistungsqualität der Tourismusanbieter in Davos und Klosters in neue Sphären gehievt werden.

Die Wildmannli Tafel uf Tafaas will anregen und zusammen mit den örtlichen Branchenvertretern aus Davos und Klosters auf einen grundlegenden Punkt hinweisen. Die Wildmannli Tafel uf Tafaas initiiert diesen Themenzyklus und tritt dabei als Sponsor auf.

Die Gastgeber sind die örtlichen Hotelier-, Gastro- und Gewerbevereine aus Davos und Klosters.

Einleitende Thesen

These 1

Der Tourismus muss sich auch selber helfen.

(Auszug aus dem Editorial von Andrea Masüger, SO, im Februar 2015)

„.... Bequem ist auch die Ausrede, dass der starke Franken nicht nur Ausländer nicht kommen lässt, sondern auch Einheimische gegen Italien oder Österreich treibt. Vielerorts verpasst man im Schweizer Tourismus aber nur, das eigene Angebot attraktiver zu machen oder die Bar im 5-Stern-Hotel so lange offen zu lassen, wie Gäste da sind. Wer Schweizer Hotels besucht, steht oft vor der ernüchternden Erkenntnis, dass nicht der Gast im Mittelpunkt steht, sondern das Bestreben des Besitzers oder Geschäftsführers, alles möglichst reibungslos hinter sich zu bringen. Man wird ein Rädchen in einem Effizienzgetriebe, und das ist der grösste Killer der Gastfreundschaft. Es wäre Zeit, dass nicht nur die Superhoteliere dies begreifen würden, sondern eine ganze Branche. ...“

These 2

Nur der Gastfreundliche kann seine Preise und Umsätze halten, ja gar steigern ...

Das Bewertungsportal von airbnb verdeutlicht dies in eindrücklicher Weise. Diese Kunden bewerten und schreiben über den Gastgeber. Alles und jedes Detail wird bewertet: ... auch die Art und Weise der Begrüssung, die mit dem Gastgeber geführten Gespräche, die Vertrautheit, die Persönlichkeit des Gastgebers und seiner Familie, die Umarmung beim Abschied und dergleichen. Wer gute Noten erhält, ist gut im Geschäft.

Grundsatz

Der Tourismus hat seit dem 15. Januar 2015 zur Hauptsache ein Kostenproblem.

Aber es gibt weitere Problemfelder, die teilweise hausgemacht sind und einer Lösung bedürfen. Mit mehr staatlichen Werbegeldern oder Rabatt-Aktionen sowie höheren Kur- und Gästetaxen wird sich

kaum etwas verändern; geschweige mit Sonderregelungen bei Gebühren und Steuern. Imagewerbung vermag die Situation auch nicht zu verbessern, wissen doch alle, dass die Schweiz schöne Landschaften aufweist ...

Es ist in den Köpfen der Gastgeber ein Meinungswandel herbei zu führen.

Das bisherige Geschäftsmodell auf den Schnee und den Gast zu warten, reicht für die Zukunft nicht mehr aus. Überleben werden nur die Grösseren, die Besseren und die Innovativeren. Gerade die Erkenntnis, dass der Gast, der noch zu uns kommt und sich diese Preise noch leisten will, noch mehr auf Qualität, guten Service und Gastfreundschaft pochen wird, muss sich überall durchsetzen.

Die Forderung nach mehr Qualität, mehr Service und mehr Freundlichkeit ist unser Mantra. Dies lässt sich auch ohne Kostenfolgen relativ leicht und schnell umsetzen.

Die Schweiz ist teuer, sie steht für hohe Qualität und ist sehr sauber, aber so sauber wie die Schweiz ist, so müssen auch die Herzlichkeit, die Gastfreundschaft und die Servicebereitschaft aller sein.

Ziele

Ein grundlegendes Umdenken muss stattfinden, und zwar auf höchster Stufe, in den Köpfen der Eigentümer und Hoteldirektoren, der Restaurateure (Eigentümer und Pächter) sowie der Ladenbesitzer. Im Tourismus arbeiten bedeutet „Dienen“, die Dienstleistung und Gastfreundschaft zelebrieren, die Arbeit nicht nur als Job sondern vielmehr als Passion betrachten. Freundlichkeit und Servicequalität vermögen als gewichtiges Argument der Hochpreisinsel Schweiz entgegenzuwirken.

1. Der Servicegedanke steht bei allen, von den Eigentümern über Chefs/Manager bis zum Commis und in jedem Betrieb, stets im Mittelpunkt.
2. Mehr Respekt gegenüber dem Gast zeigen mit dem Motto „den Gast als Freund gewinnen“.
3. Freundlichkeit der Tourismusanbieter gegenüber unseren Gästen verbessern
primär in der Hotellerie/Parahotellerie,
sekundär Gastgewerbe/Restaurateure,
tertiär im Detailhandel wie Läden, und
schließlich alle Tourismusanbieter wie Bergbahnen, Tourismusorganisationen etc.
4. Die Wildmannli wollen sensibilisieren - die Gastgeber in Davos Klosters „wachrütteln“.
Nur diejenigen Betriebe, in denen der Gast nicht als störend empfunden wird, werden künftig Erfolg haben; nur diejenigen Betriebe, für die „das Dienstleistungserbringen eine Passion“ ist und die dem Motto, „Service-Qualität hochheben“ und die „den Servicegedanken mit Freundlichkeit und Preis-Leistung in den Mittelpunkt“ rücken, werden erfolgreich die Zukunft meistern. ... Für alle Betriebe, die Gastfreundlichkeit pflegen und den Servicegedanken hochheben, ist der Gast ihr bester Freund.
5. Wir wollen mehr freundliche und servicequalität-orientierte Betriebe in Davos Klosters
Freundlichkeit ist selbstverständlich,
Freundlichkeit wird vorausgesetzt,
Qualität ist höchste Richtschnur.
Wir wollen, dass Service gelebt wird.
Wir wollen, dass auf den Gast eingegangen wird.

Motivation

Wir leben alle vom Tourismus; für Davos/Klosters ist er nach wie vor der wichtigste Wirtschaftszweig und alle hängen an diesem Tropf.

„Es kostet nichts, zu unseren Gästen freundlich zu sein“ – auch dürfen wir mit unseren Preisen nicht übertreiben bzw. wir müssen hohe Qualität zu angemessenen Preisen anbieten. Was nichts kostet, ist nichts wert, soll unser Motto sein. Unsere Angebote dürfen etwas kosten; wir müssen und wollen Qualität verlangen und diese dem Gast liefern. Der Gast ist König.

Zielpublikum

Wir „wecken“ die Tourismusanbieter (vor allem die Eigentümer und Hotel-, Gastro- und Store-Direktoren, Detailhändler, aber auch andere Dienstleister wie Touristiker, Gemeinden, Bergbahnen, Busbetriebe, Spital) in Davos und Klosters und wir geben mit dem Zyklus „Exzellenz Gastfreundschaft“ Anhaltspunkte für gästefreundliches Verhalten.

Wie soll ein Betrieb gastfreundlich sein, wenn der Chef und die Chefin dies nicht wissen und gar nicht zu zeigen und/oder vorleben imstande sind? Wie sollen die Angestellten Gastfreundlichkeit leben, wenn der Chef oder Chefin auf diesen Punkt nicht hinweist und dieses Thema nicht zur Chefsache erklärt wird?

Wir wollen auf die Chefs der Leistungsträger einwirken, sie sensibilisieren – auf ein Change-Management hinweisen.

Diese Problematik ist Chefsache, nicht delegierbar. Die Motivation geht vom Chef zu jedem Angestellten nach unten. Der Eigentümer ist Vorbild.

Konkreter Nutzen

Weshalb ist Gastfreundschaft so wichtig? Was ist der konkrete geldwerte Nutzen?

Freundlichkeit schafft Vertrauen in den Gastgeber.
Guter Service beeindruckt den Gast.
Das Aufeinanderzugehen schafft Emotionen.
Das Wohlbefinden führt zu wiederkehrenden Gästen.
Stammgäste-Kultur schaffen – dies hat Werbewirkung für neue Gäste.

Vertrauen in den Gastgeber ist wichtig – dies zeigt das **Bewertungsportal von airbnb** in eindrücklicher Weise. Diese Kunden bewerten und schreiben über den Gastgeber. Alles und jedes Detail wird bewertet: neben Hardware-Kritik spielt das Emotionale, die Beziehung Gast-Gastgeber eine entscheidende Rolle. Nicht nur die Aussicht der Wohnung, die Sauberkeit des Zimmers, die vergangene Zeit bis zur Beantwortung der E-Mail-Anfrage, der Papayasaft zum Frühstück, der kühle Prosecco bei der Ankunft, sondern die Art und Weise der Begrüssung, die mit dem Gastgeber geführten Gespräche, die Vertrautheit, die Persönlichkeit des Gastgebers und seiner Familie, die Umarmung beim Abschied und dergleichen sind matchentscheidend. Diese gesammelten Plus-Punkte beeinflussen schliesslich auch den Preis der Unterkunft. Was gute Noten erhält, ist gut fürs Geschäft. Man bekommt mehr Kunden, kann es sich eher leisten den Preis nach oben anzupassen -dies steigert den Umsatz

Kann der Gast als Fan gewonnen werden, hat dies einen Nutzen. Es kommen dann neue Gäste, gerade dessen Freunde und Bekannte. Die gelebte Servicekultur führt zu mehr Umsätzen.

Die Wege dazu führen zum Ziel.

Gastfreundschaft und Service sind sehr gute Marketinginstrumente; man muss sie nur umsetzen.

Ablauf des Zyklus „Exzellenz Gastfreundschaft- Service Excellence“

1. Teil

Grundsatz und Motivations-Referat als Einführung in die Problematik (Gast-)Freundschaft Motivations-Coach Philipp Johner weist auf die Notwendigkeit des Change-Management hin.

Gastfreundschaft/Freundlichkeit gegenüber dem Gast darf nicht Mittel zum Zweck sein; es ist eine Grundhaltung, etwas Selbstverständliches.

Es geht um Lebensqualität für eine Tourismus-Region – es befruchtet eine Region.

Man erreicht es durch innere Überzeugung, Eigenverantwortung, dass etwas geändert werden muss, kein Zwang und keine Schmerzen (dann ist es zu spät bzw. zu hart, es wieder zu erlangen)
Gruppendruck unter den Unternehmern – man muss es selber wollen.

Dienstag, 08. Dezember 2015, 14.30 Uhr in der Aula der Mittelschule Davos

Vitamin Gastfreundschaft

Grundsatz-Referat von Philipp Johner zum Thema „Freundschaft-Gastfreundschaft“
Anregungen für gelingende Freundschaften und das Gewinnen von Gästen.

(Manres AG, Zollikerstrasse 90, 8702 Zollikon, 044 396 22 44, hub@manres.ch)

Er ist ein bekannter Coach für „Changemanagement“; er hat u.a. ein Buch zum Thema Freundschaft publiziert und er will sich dem Thema annehmen. Er wünscht ein grosses Publikum von 100 Leuten, um so mehr Wirkung zu bekommen.

Für Johner sind Gastfreundschaft und Freundlichkeit Grundhaltungen, die man durch innere Überzeugung erreicht. Gruppendruck oder Zwang bewirken nichts. Man muss es selber wollen. Aus seiner reichhaltigen Erfahrung als Psychologe hat er alltagstaugliche Anregungen für gelingende Freundschaften und damit auch zum Gewinnen von Gästen gegeben. Der Gast muss ein Freund des Betriebes und der Region werden. Der Freund wird Stammgast und bringt eigene Freunde mit. Das konsequente Umsetzen des besonderen Augenmerkes gastfreundschaftliches Gebaren bringe der Region Davos Klosters klare touristische Wettbewerbs-Vorteile, zeigte sich der Referent überzeugt.

2. Teil

Impulsvortrag von Carsten C. Rath „Service is Excellence! Wie Ihre Kunden Fans fürs Leben werden.“

Referat Carsten K. Rath, erfahrener Grand-Hoteldirektor und Coach, bekannt geworden mit Echte Service-Excellence – Wertschätzung Service und was Kunden loyal macht und wie man den nächsten Level in Sachen Service erreicht. Er ist ein Service-Qualität-Enthusiast, auf Topniveau, ohne Wenn und Aber. Seiner Meinung nach ist die reine Optimierung der Abläufe die „kalte Perfektion“. Die formale und technische Seite sei eine Selbstverständlichkeit der Service-Dienstleistung und mehr denn je vom Gast vorausgesetzt - hingegen die spontane, herzliche und überraschende Dienstleistung ist der Beginn der Service-Excellence, was beim Gast Emotionen und Anerkennung auslöst.

Dienstag, 08. März 2016, 14.30 Uhr in der Aula der Mittelschule Davos

3. Teil

Workshops zur gelebten Gastfreundschaft – Gastfreundschaft und Servicekultur bedeuten Vorsprung, weil Haltung nicht kopierbar ist.

Workshops mit zwei bis vier branchen-spezifischen Gruppen über zwei Tage.

Dienstag und Mittwoch, 14. und 15. Juni 2016

Ziel Verabschiedung eines Manifestes „Exzellenz Gastfreundschaft – Service-Excellence“ für die Region Davos Klosters.

Verantwortung, Ort, Zeitpunkt und Lokalitäten werden noch bekannt gegeben.
Mit von der Partie sind die bekannten Coaches Carsten C. Rath und Sabine Hübner.

4. Teil

neuerliche Überprüfung und Anpassung des Manifestes

Ende Wintersaison 2016/17/Anfangs Sommersaison 2017

Details folgen.

5. Teil

Beginn interne Schulung in den einzelnen Betrieben in Davos und Klosters.

Kostenfolgen

Die Kosten (Referenten, Säle/Technik, Inserate, Drucksachen und Apéros etc.) übernimmt die Wildmannli Tafel uf Tafaas. Sie sponsert diesen Zyklus für die Hotel- und Gastrovereine in Davos und Klosters und die beiden Handels- und Gewerbevereine Davos und Klosters.

Vorgehen

Die Wildmannli Tafel uf Tafaas reserviert den Saal, engagiert Referenten, bezahlt alle Kosten und stellt Texte, Inserate und dergleichen zur Verfügung.

Grundsätzliche Absprache über das Mitmachen und Auftreten als Gastgeber

Die örtlichen Hotel- und Gastro-Vereine, der HGD Davos und der Hotelierverein Klosters-Serneus sowie die beiden Handels- und Gewerbevereine, der HGD und der HG Klosters laden ihre Mitglieder und die Öffentlichkeit dazu ein und motivieren zum Mitmachen.

Auch die Presse und weitere Persönlichkeiten aus der Region Davos und Klosters werden eingeladen.

Es ist ein bekannter Moderator dazu zu gewinnen; leider hat der Comedian Claudio Zuccolini absagen müssen.

Begrüssung durch die einladenden Branchenvertreter.

Am Ende wird allen Teilnehmern ein Apéro offeriert.

Die Organisation wird von der Wildmannli Tafel uf Tafaas übernommen.

Der Detailablauf wird mit den Betroffenen noch frühzeitig vorbesprochen werden müssen.

wagner/11.11.2015

Kurzzusammenfassung

Wildmannli „Exzellenz Gastfreundschaft – Service-Excellence“

Wildmannli-Zyklus „Exzellenz Gastfreundschaft – Service Excellence

Gastfreundschaft ist im Tourismus eine Geisteshaltung und Lebenseinstellung. Dies müssen wir uns in Davos Klosters noch vermehrt verinnerlichen. Der Servicegedanke, der Respekt vor dem Gast, der Dienstleistung am Gast, die Steigerung der Service-Qualität, das sich um den Gast kümmern, das Grüezi- und Danke-Sagen sowie unseren Gast als Freund zu gewinnen, verdient unsere vorrangige Aufmerksamkeit. Die Wildmannli Tafel uf Tafaas führt darum verschiedene Motivations-Veranstaltungen durch. Freundliche und „outstanding“ Leistungen stehen im Vordergrund, egal auf welcher Leistungserbringungs-Stufe sie stehen. Die Wildmannli Tafel uf Tafaas will Betriebe, die mit ihren Chefs und ihren Angestellten die gelebte Gastfreundlichkeit zelebrieren, auszeichnen. Die Wildmannli wollen Hoteliers, Restaurateure, Ladenbesitzer, Garagen, Kioske, Spital, Skilifte und auch öffentliche Institutionen zu einem grundsätzlichen Umdenken anregen. Nur der besonders gastfreundliche wird Mehrwerte schaffen, mehr Gäste als Freunde der Gastgeber und Fans der Region gewinnen und als Gewinner im hart umkämpften Tourismusgeschäft hervorgehen. Davon wird die ganze Tourismusregion Davos Klosters, der Gast und selbst jeder einzelne Betrieb profitieren.

wagner/25.09.2015