



Abenteuer Housekeeping

„Hotelflüsterer“ nennt sich Tia Vassiliou. Die gebürtige Griechin erarbeitet als neutrale Ratgeberin Marketing- und Trainingskonzepte für Hotels. Besonders wichtig ist ihr dabei die Abteilung Housekeeping. rhw management sprach mit ihr.

► **Warum ist eine gut funktionierende Abteilung Housekeeping oder Hauswirtschaft generell so wichtig?**

Tia Vassiliou: Sie ist das Kernstück eines Betriebes. Schauen Sie sich die Schnittstellen zu anderen Abteilungen wie zum Beispiel Küche, Restaurant, öffentliche Bereiche an – sie ist so etwas wie das Herz des betrieblichen Organismus.

Ich plädiere schon seit Jahren dafür, dass Housekeeping sichtbarer gemacht werden muss, auch beim Gast. Warum kann die Hausdame nicht durch einen Frühstücksraum laufen und mit den Gästen reden? Schließlich hat ihre Abteilung alle Gäste zu Gast. Sobald hinter der Abteilung auch eine Person steht und für den Gast erkennbar ist, können viele Dinge schneller gelöst werden.

Housekeeping braucht eine Lobby. Die Arbeit ist zu wichtig, um vernachlässigt zu werden. Hausdamen müssen sich ihre Position innerhalb des Betriebes sichern und einfordern. Saubere Zimmer, Tischwäsche und Uniformen erachten viele als eine Selbstverständlichkeit. Wie viel Logistik und Arbeit dahinter steckt, ist einem Laien oft nicht klar. Sobald Housekeeping versagt und die Zimmer unordentlich oder im schlimmsten Fall gar nicht gemacht sind, wird die Wichtigkeit dieser Abteilung deutlich. Wenn Sie keine sauberen Zimmer haben, können Sie nichts verkaufen.

► **Sie raten in diesem Bereich eher zum Insourcing als zum Outsourcing. Warum?**

Tia Vassiliou: Die Frage kann man nicht pauschal beantworten. Ich rate auf jeden Fall dazu, Insourcing als Option immer zu berücksichtigen. Es gibt auch eine breite Auswahl an Dienstleistern, die alle ihre eigene Spezialisierung haben. Dennoch sollten auch andere Faktoren, außer der angebotene Preis, bei der Wahl des Anbieters eine

Rolle spielen, zum Beispiel kann ein Dienstleister keinen Service am Gast leisten.

Die Mitarbeiter der Dienstleister sind in der Regel nicht der Kommunikationskultur des jeweiligen Betriebes verbunden. Weiterhin sind die „Handgriffe“ bei einer Zimmerreinigung im Hotel abgezählt und auch strikt vorgegeben. Da bietet sich für den Einzelnen nicht viel Spielraum. Guter Service entsteht an der Stelle, wo der Mitarbeiter „mehr tut“. Das kann er hier nicht, weil er dafür keine Zeit hat und kein Geld dafür bekommt, sollte er sich die Zeit dafür nehmen. Der Mitarbeiter des Dienstleisters wird den Gast wahrscheinlich nicht mit Namen ansprechen, weil er den Namen gar nicht kennt. Aus Sicherheitsgründen bekommen die Reinigungskräfte oft Zimmerlisten, wo der Name des Gastes nicht drauf steht. Der Umstand, dass die Mitarbeiter eines Dienstleisters sehr häufig Akkordkräfte sind und nach gereinigten Zimmern bezahlt werden, lässt nicht viele Möglichkeiten zu, Service am oder Kommunikation mit dem Gast zu praktizieren.

Die Fluktuation innerhalb der Teams erschwert es ebenfalls, Stammgäste eines Hotels zu erkennen und eine Identifikation der Mitarbeiter mit dem Betrieb zu kreieren. Es ist also die Mischung aus wenig Zeit, hoher Fluktuation und standardisierten Prozessen, die letztendlich die Kernkompetenz des Dienstleisters darstellen. Er ist im Hotel, um saubere Zimmer zu übergeben. Dort hört seine Verantwortung auf.

► **Wie füllt die Hausdame oder die hauswirtschaftliche Führungskraft die Rolle einer perfekten Gastgeberin professionell aus?**

Tia Vassiliou: Als Hausdame oder als hauswirtschaftliche Führungskraft haben Sie die große Aufgabe, Menschen fernab ihrer

gewohnten Umgebung zu verpflegen und ihnen ein Dach über dem Kopf anzubieten. Der Wunsch nach Schutz und Geborgenheit ist ein elementares Bedürfnis des Menschen. Ein guter Gastgeber freut sich über Besuch. Er tischt das Beste auf, was er zu bieten hat. Er ist sich seiner sicher, wohlwollend, und nimmt die Bedürfnisse anderer Menschen wahr – und ernster als seine eigenen. Er ist glücklich, wenn er andere Menschen glücklich machen kann. Er zeigt sich von seiner Schokoladenseite.

Im Zeitalter der Individualisierung tun wir uns jedoch etwas schwer damit, die Bedürfnisse anderer zu befriedigen, da wir doch die meiste Zeit mit uns selbst beschäftigt sind. Im professionellen Kontext kommen die Komponenten Kompetenz, Dynamik und eine positive Grundhaltung dazu.

► **Dass Mitarbeiter im Hotel freundlich und kompetent sein sollen, ist eine Binsenweisheit, aber was macht einen perfekten Service in einem Luxus-Hotel aus?**

Tia Vassiliou: Ganz klar: Wir brauchen Mitarbeiter, die lieben, was sie tun. Es geht um die Fähigkeit, sich in den anderen hineinzuversetzen und sich zu überlegen: Was braucht er jetzt – zum Beispiel nach einer langen Autofahrt? Stellen Sie sich folgende Situation vor: Sie rufen im Hotel an, fragen nach der genauen Adresse und kündigen Ihre Anreise in zehn Minuten an. Sie werden am Telefon gefragt, ob Sie einen Kaffee oder einen Tee haben möchten und der steht dann für Sie bereit. Die Zauberformel lautet hier „Tun Sie mehr als nötig – und als andere“.

Natürlich stehen in einigen Hotels Wasser und Säfte herum und der Gast kann sich selbst bedienen. Ich rede von etwas anderem. Die Anatomie einer Dienstleistung besteht aus mindestens zwei Personen und einer interaktiven Handlung. Das Produkt ist hier nur Mittel zum Zweck. Freundlichkeit und Kompetenz sind wichtig. Das alleine reicht jedoch nicht. Der absolute Wille, den anderen glücklich zu machen, das Interesse an dem anderen Menschen – das ist der Bereich, wo perfekter Service stattfindet.

All das gepaart mit einem verständlichen Konzept ist sichtbare Gastfreundschaft. Als gebürtige Griechin sehe ich Gastfreundschaft auch als kulturelles Erbe und eines der wichtigsten Formen von Wertschätzung einem anderen Menschen gegenüber.

► **Gäste zufrieden zu stellen war gestern, heute muss man Gäste begeistern. Wie geht das?**

Tia Vassiliou: Ich bin jedes Mal erstaunt, wie einfach es ist, Menschen zu begeistern. Bei einem Mitarbeiter-Workshop in einem Hotel ging es darum, neue Dienstleistungen zu erfinden. Dinge, die Mitarbeiter tun können, um den Gast glücklich zu machen. Ein Resultat war „Windschutzscheiben frei kratzen“ an kalten Wintertagen. Stellen Sie sich vor, Sie kommen zu Ihrem Auto und haben schon freie Sicht und müssen nicht im teuren Business-Outfit mit unhandlichem Werkzeug Ihr Auto frei kratzen. Das ist eine Idee, die Gäste und auch Mitarbeiter begeistert hat. Die Idee kam aus den Reihen der Mitarbeiter und enthielt eine ungeheure Dynamik. Sie stritten sich darum, wer zuerst den Job übernimmt.

Oder nehmen wir das gesprochene Wort. Setzen Sie Sprache bewusst im Umgang mit anderen ein. Zum Beispiel die konkrete Aufforderung an den Gast, wenn er das Hotel verlässt: „Wenn es Ihnen gefallen hat, erzählen Sie es weiter, wenn nicht, erzählen Sie es bitte mir“. Das ist die eloquentere Form von dem traditionellen „War’s recht?“. Oder wünschen Sie anderen Menschen eine gute Zeit anstatt einem abgedroschenen „Tschüss“.

In einem privat geführten Hotel in Südtirol haben wir rote und grüne Samtschleifen nähen lassen. Diese hingen dann an den Türen, anstatt der rot/grünen Karten, die überall auf der Welt gleich aussehen.

► **Sie bieten als Trainerin auch Selbstmanagement- und Persönlichkeitstrainings-Bausteine an. Warum ist meine Wirkung auf andere, also meine Körperhaltung, mein Aussehen, meine Umgangsformen als Hausdame oder hauswirtschaftliche Führungskraft so wichtig für den Erfolg des Hotels oder der Einrichtung?**

Tia Vassiliou: Service ist keine Abteilung, sondern eine Einstellung. Die Qualität meiner Kommunikation wird bestimmt durch die Reaktionen, die ich ernte. Nur der andere kann mir zeigen, wie gut oder wie schlecht ich kommuniziere. Diese Erfahrungen wiederum sind die Zutaten meiner Lebensqualität. Jeder Mitarbeiter ist mitprägend für die Kultur eines Unternehmens.

Welche Werte tummeln sich in Form von Menschen an meinem Arbeitsplatz? Wie gehe ich mit mir selbst um? Das ist die ent-



Die Hotelflüsterin

Persönlichkeitstraining, Kommunikation im Betrieb, Körpersprache und Reklamations-Management: Zu diesen und vielen anderen Themen bietet Tia Vassiliou Kompetenztrainings an. Außerdem erarbeitet sie maßgeschneiderte Marketingkonzepte für Hotels, Gästehäuser, etc. Weitere Infos auf ihrer Internet-Seite: www.hotelfluesterer.com

scheidende Grundlage für den Umgang mit anderen. Einstein hatte mal gesagt: „Wir müssen unser Bestes tun. Das ist unsere heilige menschliche Verantwortung“. Den Ansatz zur Weiterentwicklung kann nur die eigene Persönlichkeit bieten. Wenn ich weiß, wie Kommunikation funktioniert, welchen Gesetzmäßigkeiten sie folgt – dann, nur dann, kann ich Einfluss darauf nehmen und mich entscheiden, wer ich sein will.

Alles, was ich tue oder auch alles, was ich unterlasse, ist Kommunikation. Will ich andere Ergebnisse in meinem Leben? Dann ist es an der Zeit, mein Verhalten zu überprüfen. Wenn ich etwas nicht mehr möchte, muss ich alles dafür tun, um dies abzustellen. Der Mensch kann sich bei seiner Arbeit weiterentwickeln. Das ist neu und viele Menschen nutzen diese Chance.

► **Viele Mitarbeiter fürchten sich regelrecht vor Beschwerden der Gäste. Kann man den richtigen Umgang mit Beschwerden trainieren?**

Tia Vassiliou: Angst ist ein schlechter Ratgeber. Eine Beschwerde ist für alle Beteiligten eine schwierige Situation. Das bedeutet Stress. Hier hilft oftmals Wissen um die Dynamik einer Beschwerde. Worum geht es wirklich? Es geht fast nie um die Sache, sondern nur um Emotionen wie Anerkennung, Wertschätzung und Vertrauen. Wenn ich da keine Kompetenz aufgebaut habe, vor allen Dingen emotionale Kompetenz, empfinde ich diese Situation als äußerst schwierig und im schlimmsten Fall nehme ich es persönlich. Mein eigener Umgang mit Reklamationen kann bei mangelnder Übung zu einer Falle und bei ausreichendem Wissen zu einer Chance für das Unternehmen werden.

Beschwerden kann man in einer Laborsituation üben und Formulierungen finden, die der eigenen Persönlichkeit entsprechen und die Situation entschärfen. Die Teilnehmer bekommen die Dynamik und Phasen ei-

nes Reklamationsgespräches vermittelt. Anschließend geht es um die Reflexion der eigenen Kommunikationsgewohnheiten und schließlich um gewinnbringende Formulierungen, die dem Einzelnen auch entsprechen und die er/sie dem Gast authentisch sagen kann. Hier sind Rollenspiele eine äußerst wirksame Methode, die das neu erworbene Wissen mit dem eigenen Erleben verknüpft.

► **Wie beurteilen Sie die Karrierechancen im Hotel, gerade im Bereich Housekeeping?**

Tia Vassiliou: Die Chancen sind gut. Es gibt viele offene Stellen im Housekeeping, auch in der internationalen Hotellerie. Das Anforderungsprofil hat sich im Laufe der Zeit sicherlich verändert. Betriebswirtschaftliche Grundlagen wie zum Beispiel Budgetierung werden immer wichtiger. Führungskompetenzen sollten auch immer wieder aufgefrischt werden, da sich auch dort viel verändert und jedes zusätzliche Handwerkzeug der Karriere zuträglich sein kann. Mein Tipp: Mindestens eine Weiterbildung pro Jahr, bei der Sie eigene Kompetenzen und Fähigkeiten weiter veredeln. Stillstand ist ein Feind der Entwicklung – auch der eigenen.

► **Wie sieht ein Hotel im 21. Jahrhundert aus?**

Tia Vassiliou: Hohe Qualität in der Ausstattung und persönlicher, außergewöhnlicher Service. Das Hotel der Zukunft muss dem Gast Geborgenheit, Authentizität und nicht weniger als gute Emotionen entgegenbringen. Ein gutes Produkt ist der Einstiegspreis, der Unterschied zu den Wettbewerbern wird an der Schnittstelle stattfinden, an der das Produkt auf den Gast trifft. Genau dort steht der Mitarbeiter und wenn der seine beste Version von sich selbst zur Arbeit mitnimmt, sind die Gäste begeistert. Diese Magie gilt es zu entfachen.

► **Vielen Dank für das Gespräch!**

ALEXANDRA HÖSS

Tia Vassiliou ist Referentin beim 10. rhw-Symposium in München.



„Service ist keine Abteilung, sondern eine Einstellung. Die Qualität meiner Kommunikation wird bestimmt durch die Reaktionen, die ich ernte. Nur der andere kann mir zeigen, wie gut oder wie schlecht ich kommuniziere“, sagt Tia Vassiliou