

# OSCARS

Das internationale Fachmagazin für Hotellerie, Gastronomie, Tourismus & Karriere

**Mystery  
Check**

GEHEIMWAFFE DER  
**HOTELIERS**

**Special:**

NEUN SEITEN  
**SOMMELIER  
MAGAZIN**



**Jan Lucas Härle**

# SO WHAT?!

**NULL STERNE, NULL HAUBEN, NULL BOCK**

... Ausgabe Nummer 156 • 13. Jahrgang  
Pfl. • CZ 0420359904 • Verlags-  
preis € 4,99 • CHF 6,00 • EUR 5,00



# MYSTERY CHECK ALS ERFOLGSFAKTOR

JEDES UNTERNEHMEN, OB KLEIN UND MITTELSTÄNDISCHER HOTELBETRIEB ODER GROSSKONZERN, STREBT DANACH, EINE HERAUSRAGENDE WETTBEWERBSPOSITION EINZUNEHMEN, UM IN DEN IMMER ENGER WERDENDEN TOURISTISCHEN MÄRKTEN DIE EIGENE POSITION ZUNÄCHST ZU FINDEN UND DANN ZU BEHAUPTEN.

**D**en Anforderungen fortwährend anspruchsvoller werdender Gäste bei gleichzeitig steigendem Wettbewerb zu begegnen, stellt zwischenzeitlich eine der größten Herausforderungen für den Hotelier dar. Grund genug, die in den diversen Abteilungen eines Hotelbetriebes zu erbringenden Leistungen regelmäßig zu betrachten, nach objektiven und auch subjektiven Kriterien zu bewerten. Wie aber kann ich nun als Hotelier feststellen, ob mein Produkt – damit sind sowohl die Hardware wie auch die Software gemeint - noch zeitgemäß ist und den Ansprüchen meiner Gäste genügt? Das dazu eingesetzte Instrument der externen, meist anonymen Qualitätsprüfung hat viele Namen. Es ist bekannt als Silent Shopper, Testkunde, Mystery Shopper, Mystery Guest, Mystery Check, Quality Check, Quality Audit oder Mystery Audit. Gemeint ist stets dasselbe: Beobachter und Testpersonen, die verdeckt als Dienstleistungskunden auftreten, um durch das Erleben der verschiedenen Services innerhalb eines Hotelbetriebs Hinweise auf wesentliche Mängel, Stärken und Schwächen zu erhalten. Bedauerlicherweise scheuen sich jedoch viele Hoteliers vor dem Einsatz von Qualitätssicherungsmaßnahmen. Einer der Hauptfaktoren, die dagegen sprechen, entsprechende Schritte einzuleiten, ist das geringe Budget.

## Tester oder Gast?

Der Tester schlüpft dabei in die Rolle des Gastes, durchlebt unter anderem aktiv beteiligt ein Reservierungsgespräch, einen

Check-in, erfährt die Beratungsqualität im Wellness-Bereich, durchläuft den Frühstücksservice, nimmt an Sport- und Animationsprogrammen teil oder erlebt passiv eine Hotelzimmerreinigung. Mal tritt der Mystery Guest als Geschäftsreisender auf, mal als Freizeitreisender, mal als erfahrener Vielreisender, mal als anspruchsvoller Wellnessgast, mal als alleinreisende Mutter mit Kind, mal als Tiernarr mit Hund, der Fantasie der Tester sind keine Grenzen gesetzt. Je nach zu überprüfender Leistung erfolgt der Einsatz des anonymen Hotelgastes persönlich (ein Aufenthalt vor Ort), telefonisch (eine Veranstaltungs- oder Reservierungsanfrage) oder auch schriftlich (Online-Buchung, E-Mail-Anfrage). Auch die Aufenthaltsdauer variiert. Reicht bei einem Stadthotel, welches primär Geschäftsreisende beherbergt, oft schon eine Übernachtung, um einen Eindruck der Abläufe und Prozesse zu erhalten, so sind in Ferienresorts und Clubanlagen Aufenthalte bis zu sieben Nächten keine Seltenheit. Bei der Bewertung der erlebten Dienstleistungen werden (spezifische) Erwartungen aus Gastsicht ebenso berücksichtigt, wie Anforderungen aus Wettbewerber- und Unternehmenssicht.

## Quality Check

Nicht zuletzt fließen Erfahrungen mit dieser oder jener Serviceleistung in der Vergangenheit ein. Auch die Marketingaktivitäten des zu prüfenden Hotels, vor allem Aussagen zum Qualitätsniveau, zur Ausstattung und zur Serviceorientierung, beeinflussen das Ergebnis des Quality Checks. Nicht zuletzt muss sich ein anonymes Hotelgast

seiner Verantwortung bewusst sein. Als Prüfer im Auftrag der Servicequalität gilt es nicht, mit erhobenem Zeigefinger Schwächen oder Fehler aufzudecken, nur um des Aufdeckens willen. Vielmehr fungiert der Tester als Partner und/oder Coach, der das ausspricht, was Gäste üblicherweise für sich behalten, oder im Nachgang zum Hotelaufenthalt auf den wohl bekannten Bewertungsportalen der breiten Öffentlichkeit kundtun.

## Abmahnung oder gar Entlassung

Ein Qualitätsauditor muss seine Erkenntnisse stets objektiv und vor allem wahrheitsgetreu darlegen. Bei festgestelltem, gravierendem Fehlverhalten eines Mitarbeiters kann sein Bericht eine Abmahnung oder Entlassung zur Folge haben. Diplomatie oder das berühmte „Herumreden um den heißen Brei“ sind hier schlichtweg fehl am Platz. Auch dieses Kriterium stellt häufig ein K.O. für den potenziellen Auftraggeber dar. Wer mag sich schließlich von einem Betriebsfremden Verfehlungen oder Schwächen aufzeigen lassen. 🐛

## Oscar's Buchtipp:

Hospitality Consulting-Erfolgskonzepte für die Hotellerieberatung  
Herausgeber: Burkhard Freyberg  
1. Auflage 2012  
Schmidt, Erich Verlag  
ISBN: 978-3-503-13843-2





## Vorzeige-Hotelier in Sachen Qualität

DAMIT DER LUXUS AUCH IM DETAIL FÜR DIE GÄSTE IMMER SPÜRBAR IST, LÄSST HOTELIER FLORIAN WERNER SEINEN FIRSTCLASS-BETRIEB GLEICH DREIMAL PRO WINTERSAISON DURCH SOGENANNT „MYSTERY CHECKER“ AUF HERZ UND NIEREN TESTEN.

Das 5-Sterne-Hotel Arlberg Hospiz in St. Christoph zählt zu den nobelsten Adressen im Arlberger Wintersportgebiet. Die Erwartungen und Wünsche der elitären Gäste sind denkbar hoch. Im Oscar's-Interview spricht Florian Werner über seine Erfahrungen solcher Tests und warum es Sinn macht, dafür auch viel Geld auszugeben.

**OSCAR'S:** NORMALERWEISE ÜBERPRÜFT ODER BESUCHT DIE 5-STERNE-KOMMISSION DER WIRTSCHAFTSKAMMER DIE KATEGORISIERTEN HOTELS IM ZEITRAUM VON ZWEI BIS MAXIMAL FÜNF JAHREN. BEI IHNEN GESCHIEHT DAS DREI MAL PRO WINTERSAISON DURCH EINE EXTERNE FIRMA, DIE „MYSTERY CHECKS“ DURCHFÜHRT. WIESO DIESER AUFWAND?

**Florian Werner:** Erstens finde ich es gar nicht so geeignet, dass mein Hotel von der 5-Sterne-Kommission bewertet wird. Da besuchen dich Hotelier-Kollegen. Woher nimmt sich ein Hotelier das Recht, einen anderen Hotelier zu bewerten, was du bist und was du nicht bist. Der „Mystery Checker“ darf das sehr wohl, denn er oder sie ist eine neutrale, fremde Person, die als völlig fremder Gast im Zeitraum von vier bis fünf Tagen den ganzen Betrieb von der Fußmatte am Eingang über Restaurant, Speisen, Angebote, Mitarbeiter und unzähligen anderen Dingen, bis hin zur automatischen Sonnenblende beim Dachfenster in der höchst gelegenen Suite, einfach alles wird komplett durchgecheckt und überprüft – und natürlich bewertet.

**OSCAR'S:** WIE LÄUFT EIN „MYSTERY CHECK“ AB? Seit drei Jahren lassen wir uns durch die Fir-

ma „Kadner Hotel Consulting“ testen und ich gebe vor Saisonbeginn schon den Auftrag, dass die Tests einmal im Dezember, im Jänner und im März durchzuführen sind. Meist dauert der Aufenthalt der Tester vier bis fünf Tage. Das war es dann schon. Nicht einmal ich weiß dann, wann wer kommt oder wer die Personen sind. Die Tester zu erkennen ist fast unmöglich, da die wirklich sehr raffiniert und professionell arbeiten und sich alles Mögliche einfallen lassen, um ja nicht erkannt zu werden. Zum Beispiel war einmal eine Testerin mit Kind und Hund bei uns zu Gast. Dabei hat der Einfallsreichtum der Tester keine Grenzen, da werden Haare im Badezimmer verteilt, Flecken auf die Tische gemacht, Schischuhe irgendwo liegengelassen, „lästige“ Sonderwünsche gepostet usw. – wie wird reagiert? Das ist dann die große Frage. Kein Mensch hätte darauf getippt, dass die Lady den „Mystery Check“ macht. Aber das ist ja der Sinn der ganzen Sache. Erst wenn sie auschecken, geben sich die Tester zu erkennen und dann gibt es gleich das erste Feedbackgespräch.

**OSCAR'S:** WIE TEUER KOMMT SO EIN „MYSTERY CHECK“?

Das kommt ganz auf die Wünsche an die man hat und wie viel Tage die Tester im Hotel sein sollen. Aber mit zwischen 2.500 und 4.000 Euro ist schon zu rechnen. Viele schrecken vor dieser Investition zurück. Dabei finde ich, dass dies sicher kein rausgeschmissenes Geld ist und sich immer rechnet. Man investiert ja in das eigene Qualitätsmanagement, das im Endeffekt jedem zu Gute

kommt - den Mitarbeitern, dem Hotelier und vor allem den Gästen.

**OSCAR'S:** DANN IST ALSO ZEUGNISVERTEILUNG?

Richtig. Der große Vorteil liegt darin, dass man genau weiß, wo man steht und welche Mängel oder Verbesserungen möglich sind. Es geht dann meist nicht um schwerwiegende Dinge, da man eh ständig versucht, alles so gut wie nur möglich zur Zufriedenheit der Gäste zu tun. Es geht dann meist um Kleinigkeiten. Etwas zu wenig Aufmerksamkeit des Service für die Gäste beim Frühstück, das Houskeeping ist im Detail zu ungenau, der Check-in wurde zu hastig abgewickelt, dies und vieles mehr. Aber genau diese, ich spreche jetzt mal von Kleinigkeiten, die jedoch sehr viel bedeuten, machen es aus. Solche Mängel dürfen nicht sein. Bei einer Größe von 150 Mitarbeitern ist das ein sehr nützliches „Tool“, um sich selber ein Zeugnis auszustellen. Diese Herausforderung gibt einem auch die Gewissheit, wirklich sein Bestes zu geben. Man wird ja oft betriebsblind und übersieht dies oder das. Und es wird ja niemand von den Mitarbeitern auf einen Meter fünfzig mit Hut zusammengestaucht, sondern im Gegenteil: Es wird analysiert und die Verbesserungsvorschläge werden gemeinsam ins Gebet genommen. Und vor allem ist es, wie schon erwähnt, ein ungeschminktes Zeugnis für alle. Im Grunde sind es positive Momentaufnahmen und es ist für mich als Hotelier schön und ich bin stolz auf das ganze Team, wenn man dann sieht, wie die ganzen Verbesserungen zum Wohle der Gäste fruchten. 🍷