

Wenn der Kunde brüllt

Die Tophotel Academy – eine Initiative von Tophotel und dem IST-Studieninstitut – befasst sich in loser Folge mit Themen, die für die Hotellerie und ihre Führungskräfte von besonderem Interesse sind. In diesem Beitrag geht es um den professionellen Umgang mit Besserwissern, Nörglern und Aufschneidern

von FLORIAN AX, Inhaber von Florian Ax – Training for Business

Eine Studie der Hochschule Darmstadt hat das bestätigt, was Mitarbeiter in der Hotellerie längst wissen: Kunden werden immer häufiger ausfallend, beleidigend und aggressiv. Sie stehen daher vor einer besonders großen Herausforderung: Einerseits müssen sie kundenorientiert agieren und eine herausragende Dienstleistungsbereitschaft demonstrieren, andererseits wird ihnen genau das aufgrund des oftmals inakzeptablen Kundenverhaltens erschwert.

Dabei kennen wir doch alle das Sprichwort:

»Der Kunde ist König!« Allerdings weiß König Kunde nicht immer, wie sich ein solcher Monarch zu benehmen hat und beschimpft beispielsweise Empfangsmitarbeiter in einem Businesshotel, wenn die Schlange beim Check-out nicht kleiner wird. Durch die gereizte Stimmung in der Empfangshalle aufgeregt, entstehen unterdessen noch Flüchtigkeitsfehler bei der Rechnungsstellung und schon heißt es schnell: »Erst warte ich hier endlos rum und dann schaffen Sie es nicht einmal, eine Rechnung richtig auszudrucken!« Er donnert weiter, er werde sich bei der Geschäftsleitung beschweren. Eine beruhigende Ansprache ist oftmals in dieser Situation unmöglich.

Die wichtigste Strategie bei solchen Kunden: ruhig bleiben und tief durchatmen. Je mehr man sich aufregt, desto schneller schnappt die Emotionsfalle zu – man kann nicht mehr angemessen reagieren. Und ein frecher »Du mich auch!«-Spruch ist kaum passend, denn der verärgerte Gast hat weniger Grund, eine nette Person zu beschimpfen als eine ebenso unfreundliche. Mit folgenden Verhaltensweisen können Sie Ihren Gast von Ihrer Dienstleistungsbereitschaft und Professionalität überzeugen:

• **Positiv denken:** Gerade stressige Situationen verlangen nach positivem Denken, damit die Servicequalität nicht leidet. Durch die richtige innere Einstellung entsteht eine Stimmung, welche die Leistungsbereitschaft fördert. Sehen Sie Probleme als Herausforderung und freuen Sie sich darauf. Selbst ein Lächeln kann hier schon hilfreich sein.

• **Negatives positiv formulieren:** Alles, was zunächst negativ er-



scheint, kann auch so formuliert werden, dass es positiv ist. Zum Beispiel anstatt »Dafür bin ich nicht zuständig« könnten Sie sagen, »Da kann Ihnen unser Geschäftsführer weiterhelfen, einen kleinen Augenblick bitte, ich rufe ihn für Sie.«

• **Hören Sie aufmerksam zu und zeigen Sie Verständnis:** Klar – es gibt sie, die notorischen Nörgler, aber es gibt auch viele andere, denen wirklich etwas auf dem Herzen liegt. Lassen Sie Ihr Gegenüber ausreden und versuchen Sie den wahren Beweggrund zu verstehen. »Das verste-

he ich gut, ich wäre an Ihrer Stelle auch nicht ganz zufrieden« ist der Satz, den der Gast hören möchte. Er will das Gefühl haben, ernst genommen zu werden.

• **Loben:** Wer wird nicht gern gelobt? Wenn Sie den Gast loben, wird er sich geschmeichelt fühlen und sein Ärger wird langsam verrauchen. Sie können beispielsweise sagen: »Gut, dass Sie das ansprechen, so können wir immer wieder an uns arbeiten. Danke dafür!«

• **Fragen stellen:** Wer fragt, der führt! Ein Satz, den viele kennen, aber wenige wirklich einsetzen. Denn was Gäste gar nicht gern hören möchten, sind Absagen und Widersprüche. Statt einem Gast zu widersprechen, können Sie auch Fragen stellen und somit die Situation entschärfen. Anstelle von: »Ich denke ...« sollten Sie den Gast fragen: »Meinen Sie nicht, dass ...?«. Achten Sie aber darauf, dass Sie die Fragen stets höflich und freundlich stellen.

• **Hilfe anbieten:** Sie können nicht alles wissen. Der Gast erwartet aber zügige Abhilfe. Was tun in einem solchen Fall? Am besten zeigen Sie, dass Sie sich um Hilfe bemühen. Rufen Sie gleich den richtigen Ansprechpartner, der dem Gast weiterhelfen kann, hinzu. Geben Sie nur Antwort, wenn Sie sich ganz sicher sind. Halb-Auskünfte sind schlimmer als keine. Man muss auch den Mut haben, eine Frage unbeantwortet zu lassen. Sie können auch erst einmal Gegenfragen stellen, um Zeit zu gewinnen und mehr Verständnis zu erlangen.

• **Humor zeigen:** Erfahrene Mitarbeiter können sich mit dem nötigen Fingerspitzengefühl auch an Humor heranwagen. Gerade

bei lustig gestimmten Gästen kommt dies gut an und hinterlässt einen bleibenden Eindruck. Allerdings sollten Witze niemals den Gast beleidigen. Auch sollten humorvolle Einschübe nicht gekünstelt oder auswendig gelernt rüber kommen.

Diese ganzen Verhaltensweisen machen aber natürlich auch nur dann Sinn, wenn sie von allen Mitarbeitern und vor allem von der Geschäftsleitung bzw. der Direktion gelebt werden. Denn gerade in Zeiten austauschbarer und erklärungsbedürftiger Produkte ist der Umgang mit schwierigen Gästen und der Bereitschaft zu kontinuierlicher Verbesserung der Standards ein zentrales Differenzierungsmerkmal gegenüber Wettbewerbern. Hoteliers, die ihren Service – und damit zugleich auch einen wichtigen Vertriebsweg für zusätzliche Umsatzpotenziale – perfektionieren möchten, sollten daher auf eine systematische Optimierung setzen. Kundenbefragungen in der Hotellerie ergeben nämlich, dass Gäste...

- zu 68 Prozent wegen mangelnder Kundenorientierung,
- zu 14 Prozent wegen des Produkts,
- zu 9 Prozent wegen des Preises,
- und zu 6 Prozent wegen des Wettbewerbs das Stammhotel wechseln. Also sollten Sie gerade bei einem nörgelnden oder sogar reklamierenden Gast die Chance zum Dialog ergreifen. Denn wird dieser Dialog vernünftig geführt, können dadurch...
- die Kundenbeziehung erhalten oder sogar vertieft werden,
- Schwachstellen innerhalb des Unternehmens aufgedeckt
- und Qualitätsverbesserungen erreicht werden.

Was aber ist, wenn wir es mit einem ständig cholerischen oder nörgelnden Gast zu tun haben? Denn immer wieder passiert es: Schwierige Gäste verlieren die Fassung, sind hochgradig genervt oder werden ausfällig. Es gibt mehrere Typen von schwierigen Gästen, auf die man individuell eingehen muss:

• **Der Besserwisser:** Dieser Gast ist wenig offen für Argumente. Diesem übersteigerten Geltungsbedürfnis begegnet man am besten, indem man ihn immer wieder bestätigt und das Gesagte ergänzt: »Gerade erst vor Kurzem habe ich gelesen, dass ... aber das kennen Sie sicherlich auch.«

• **Der Vielredner:** Solchen Monologrednern sollte man höflich und geschickt begegnen. Unterbrechen Sie ihn durch die direkte Ansprache mit Namen und kommen Sie ihm mit einer positiven Be-

merkung oder einem Lob entgegen. Führen Sie ihn anschließend mit geschlossenen Fragen durch das Gespräch und läuten Sie dann den Abschluss ein.

• **Der Provokateur:** Bleiben Sie immer wertschätzend und sachlich auf Distanz. Hören Sie interessiert zu und starten Sie keine Gegenangriffe. Senden Sie Ich-Botschaften, wie zum Beispiel »Ich kann Sie verstehen ...« und bewahren Sie Ruhe, indem Sie selbst positiv denken: »Du schaffst es nicht, mich aufzuregen. Im Gegenteil – ich nehme die Herausforderung an.« Spielen Sie das Spiel freundlich und sachlich mit, auch wenn es schwerfällt.

• **Der Aggressive:** Meist möchten aggressive Gäste mit ihren Angriffen ihre eigene Unsicherheit überspielen. Hier sollte man Ruhe bewahren und dabei auf keinen Fall »zurückschießen«. Dann wird es auch gelingen, diese Gäste zu überzeugen. Bleibt Ihr Gegenüber trotz allem aggressiv oder sogar beleidigend, beenden Sie das Gespräch. Es hat keinen Sinn, wenn sich der Gast nicht beruhigt und nur einen Frustablasser braucht. Anschließend sollten Sie das Gespräch protokollieren und die Geschäftsleitung informieren, denn nicht selten gibt es ein Nachspiel.

• **Der Nörgler:** Hören Sie zu und kommentieren Sie sparsam, denn meist liegt ihm mehr am »Meckern« als an einer wirklichen Lösung. Bedanken Sie sich für wertvolle Hinweise und machen Sie sich Notizen. Stellen Sie geschlossene Fragen, um das Gespräch schnell zu Ende zu führen.

Grundsätzlich gilt, dass besonders in schwierigen Gastsituationen ein guter Gesprächsumgang an mehreren

Fronten Vorteile bringt:

- keine lange negative Gesprächsverhaftung
- keine quälenden Gedanken im Nachgang
- keine unnötige Geschäftsschädigung
- schnellere Konzentration auf wichtige Folgeaufgaben.

So sollte man sich immer vor Augen führen, dass man einen Gast nur dadurch für sich einnimmt, wenn man seine Bedürfnisse kennt. Durch aktives Zuhören und gezielte Fragen lassen sich die Anforderungen des Gastes ermitteln. Kontert man sofort mit Gegenmaßnahmen, erhält der Gast das Gefühl, dass es nicht um ihn als Person geht. Kundenorientiert zu handeln, heißt auch, zu überlegen, wie man angemessen reagieren kann. Das gelingt, indem man nur zusagt, was man halten kann und letztlich den Gast berät und nicht belehrt.

