

PROFIL

GESAMT-
AUFLAGE
40.000

DIE STELLENBÖRSE FÜR HOTELLERIE, GASTRONOMIE UND TOURISMUS
LA BOURSE DE L'EMPLOI POUR LA RESTAURATION, L'HÔTELLERIE ET LE TOURISME

EIN GEMEINSCHAFTSPROJEKT
VON

htr **hotelrevue**

**HOTELLERIE
GASTRONOMIE ZEITUNG**

www.stellenPROFIL.ch

Nr. 25 · 18. Juni 2015

AUS- UND WEITERBILDUNG ····· DIREKTION/KADERSTELLEN ····· DEUTSCHE SCHWEIZ ····· SUISSE ROMANDE
SVIZZERA ITALIANA ····· INTERNATIONAL ····· STELLENGESUCHE ····· IMMOBILIEN



THEMENBILD: KEYSTONE

INNOVATION – ERFINDUNGEN ODER GUTE IDEEN?

Seit geraumer Zeit gehört das Wort «Innovation» wohl zu den Top Five der beliebtesten Wörter in unserer Branche. Ich beschäftige mich intensiv mit der Innovation im Tourismus. Dabei stelle ich immer wieder fest, dass Innovation sehr unterschiedlich ausgelegt wird.

Innovation ist:

«Die letzte grosse Innovation war die Erfindung der Grandhotels» – «... war das fließende Wasser im Hotelzimmer» – «... war die Elektrizität in der Hotellobby» oder ganz anders «... ist das Self-check-in in der Hotellobby» – «... ist der inkludierte Nachhausefahrdienst im Luxuswagen nach dem Abendessen» – «... ist die im Voraus geschickte Koffereinpack-Checkliste für unsere Wandergäste».

Wir werden das Schlafen, Essen und Trinken in der Hotellerie nicht neu erfinden können. Wenn wir mit Innovation nur die grossen Erfindungen meinen, würden diese nur einmal pro Jahrhundert stattfinden, und wir würden unsere eigenen Anstrengungen wohl kaum erleben. Wenn wir jedoch auch die grossen und kleinen guten Ideen im Arbeitsalltag als Innovation bezeichnen, haben wir gute Chancen, uns in diesem herausfordernden Umfeld bestens zu positionieren. Als innovativer Betrieb wird derjenige beschrieben, in welchem die Gäste immer wieder mit Dienstleistungen, Angeboten und Infrastruktur überrascht werden, die sie nicht erwartet haben. Testen Sie in Ihrem eigenen Betrieb, ob ausreichend dieser Begeisterungsmerkmale vorhanden sind. Dies können Sie ganz einfach mit dem Kano-Mo-

dell tun. Nehmen Sie Ihre Prozesse zur Hand, welche den direkten Gästekontakt beschreiben. Prüfen Sie, welche Anforderungen durch Ihren Prozess erfüllt werden: Basis-/Grundanforderungen sind grundlegend und selbstverständlich. Werden diese nicht erfüllt, entsteht Unzufriedenheit. Qualitäts- und Leistungsanforderungen sind den Gästen bewusst, werden vom Hotel kommuniziert und lösen darum Erwartungen aus. Begeisterungsanforderungen erwarten unsere Gäste nicht, diese lösen jedoch Freude und Glück aus. Begeisterte Gäste werden zu Botschaftern und gehören zum A und O unseres Empfehlungs-Marketings. Jedes Hotel ist fähig, Begeisterungsmerkmale in seine Abläufe einzuplanen, denn hier sprechen wir vor allem von den grossen und kleinen guten Ideen. Es gilt jedoch, diese konsequent umzusetzen und immer wieder zu erneuern. Für die einfache Ideenfindung lassen sich verschiedene Kreativmethoden anwenden. Die Brainwriting-Methode ist sehr beliebt, weil sie einfach einsetzbar ist, das ganze Team involviert und auf der Kreativität anderer aufbaut. Das World-Café eignet sich besser für grössere Gruppen und profitiert von der «Lernenden Organisation». Wagen Sie sich an Kreativmethoden heran, denn sie machen Spass.



Nicoletta Müller
Inhaberin
Innovation, Sales & Marketing GmbH
www.nicolettamueller.ch

ZITAT
DER WOCHE

«Kleine Gelegenheiten
sind oft der Anfang
zu grossen
Unternehmungen»

Demosthenes, griechischer Rhetoriker (382–322 v. Chr.)

AGENDA

26. JUNI

«Was heisst Querschnittlähmung – Sensibilisierung für die Hotelbranche», von hotelleriesuisse, im Schweizer Paraplegiker-Zentrum, Nottwil
www.hotelbildung.ch/agenda

30. JUNI

«Expertenforum Input 2/2015», von hotelleriesuisse, im Hotel Europe, Luzern
www.hotelbildung.ch/agenda

19. AUGUST

«L-GAV Workshop», von hotelleriesuisse, im Hotel ABC, Chur
www.hotelbildung.ch/agenda

AB 4. AUGUST

«Lehrgang Diätetik und gesunde Ernährung», vom Schweizer Kochverband, Luzern, Bern, Gränichen
www.hotelgastrounion.ch

9. SEPTEMBER

«Gastrozesse Upgrade», vom Schweizer Kochverband, im Hotel Continental, Luzern
www.hotelgastrounion.ch

29. SEPTEMBER

«Schwierige Gespräche leicht gemacht», von der Hotel & Gastro Union, bei der Hotel & Gastro Union, Luzern
www.hotelgastrounion.ch



Für Gesundheit in Afrika.

**SOLIDAR
MED**

www.solidarmed.ch