

MIT DEN AUGEN ...



GERHARD J. VATER,
MANAGEMENTTRAINER
UND COACH,
BEOBACHTET GERNE,
WAS ER SO SIEHT,
IST MANCHMAL
SPASSIG, MANCHMAL
LEHRREICH ...

EINFACH SPRECHEN ... !

Es war ein entspannendes Wochenende im Wellness-Hotel. Eine Annehmlichkeit: Am Tag der Abreise kann der Wellnessbereich noch besucht werden, auch wenn der Gast das Zimmer schon geräumt hat. Er bekommt dazu an der Rezeption nach der Bezahlung einfach ein Armband mit einem anderen Chip, der nur mehr den Wellnessbereich öffnet. Nicht jeder Gast nimmt dieses Angebot in Anspruch. Daher muss die Rezeptionistin herausfinden, ob das Service gewünscht wird. Ihre Frage an die Gäste lautet: „Brauchen Sie noch einen Datenträger?“ Eine Dame, die gerade ihre Logisrechnung beglichen hat, antwortet mit überraschtem Gesichtsausdruck: „Nein danke, aber in den Wellness-Bereich möchte ich noch gehen!“

Eine ähnlich ungewollt komische Situation entsteht, wenn der Kellner den Gast im Rahmen eines mehrgängigen Abendmenüs fragt: „Kann ich den Hauptgang schon abrufen?“ und der Gast antwortet „Nein danke, aber mein Schnitzel hätte ich jetzt gerne!“

Menschen können nur das verstehen, wofür sie Muster im Kopf haben. Verständigungsschwierigkeiten entstehen durch unterschiedliche Muster im Kopf. Gute Kommunikation mit Gästen bedeutet, in Mustern zu sprechen, die in den Gästeköpfen vorkommen. Erst dadurch entsteht beiderseitiges Verständnis.

Auch wenn es noch so gescheit und korrekt ist - Fachchinesisch und Expertensprache überfordert uns Gäste, wir mögen es einfach nicht. Die schönste Sprache ist die, die wir verstehen - höflich, einfach und direkt.

...DES GASTES



Wer nicht wirbt, der....

Sterben werden Sie hoffentlich nicht gleich, aber die betriebswirtschaftliche Empfehlung, zumindest einen kleinen Teil seiner Umsätze in Werbung beziehungsweise in die Kommunikation nach außen zu investieren, kommt natürlich nicht ganz von ungefähr. Geschickt und sinnvoll platzierte Werbung bringt nachweislich „was“ – sonst würde wohl nicht die halbe Welt darauf hoffen, nach Genuss picksüßer Limonade plötzlich fliegen zu können ...

Die Königsdisziplin für Überflieger ist und bleibt sicher das bewegte Bild: „Ein TV-Spot, das wär's“, träumen viele kleine Produzenten (und Gastronomen...), trauen sich aber nicht drüber, weil „zu teuer, zu aufwändig und überhaupt ...“ Eine auf Product Placement spezialisierte Agentur hat es sich zur Aufgabe gemacht, diese kleinen Unternehmen – und ein paar größere – vom Gegenteil zu überzeugen. „Product-Placement“ ist das Zauberwort, nicht nur der Aston Martin kam so zu Weltruhm, auch die Mannerschnitte hat es damit bis nach Hollywood geschafft: Was Arnold Schwarzenegger nascht, muss einfach besonders sein ...

In Arnolds ‚True Lies‘-Fußstapfen treten seit über einem Jahr jetzt diverse Agentinnen – benannt von A bis X, je nach bürgerlichem Vornamen – und machen sich im Zwei-Wochen-Takt ‚auf die Suche nach dem guten Geschmack‘, sprich einem besonderen Rezept. Derzeit ist Agentin S. – Sonia Kaiblinger – unterwegs. Vor Weihnachten wurde sie im Hotel Bristol in Wien fündig, zuletzt besuchte sie Kommerzialrat Franz Bläuel am Tulbinger Kogel und der hatte in seinem Bergrestaurant einiges an gutem Geschmack versteckt: 20.000 Flaschen Wein und – mhhh, Kaninchen! Dass die Agentin ihre Missionen mit einem E-Mobil vom Autohaus Waldviertel unternimmt, unterwegs Wiesbauer Würstl snackt und nach dem Kochen den Topf schnell mit scotch-Brite putzt, ist Teil des Werbespiels.

Die kurzweiligen Spots dürften jedenfalls den Nerv des Publikums treffen – bis zu 140.000 Zuseher verfolgen jede der achtminütigen Folgen. Gelegenheit dazu gibt es im TV-Kanal des Kurier – schau-TV, im Kultursender Österreich III und online auf leaders-net TV. Ob's was bringt? Petra Führich vom Restaurant Führich in Wien ist jedenfalls Fan – sie hat bereits ihre zweite Agentinnenmission in Auftrag gegeben; Nachzuverfolgen auf www.oesterreichhatgeschmack.at.

Vielleicht buchen Sie ja den nächsten Agentinnenbesuch für Ihrem Betrieb – 1000e Klicks verleihen – glänzende Augen?

Wir bleiben dran – der GASTWIRT – auf der Suche nach der besten Information ... ☛