„Absolute Perfektion ist im Moment sehr schwer“

Hotelier und Berater Marcus Fränkle analysiert die Ergebnisse des Tophotel-Hoteltests des Fünfsterne-Superior-Retreats Schloss Elmau. Sein Fazit: Auch ein einzigartiges Haus wie dieses kämpft noch gegen die Coronafolgen, das Team muss sich erst wieder finden.



Marcus Fränkle leitet seit 2006 als Geschäftsführer die Geschicke des Privathotels Der Blaue Reiter in Karlsruhe-Durlach.

Dietmar Müller-Elmau ist ein Leuchtturm in der deutschen Hotellerie. Er setzt sich unermüdlich für die Belange der Hospitality und seines einmaligen Luxury Spa Retreats und Cultural Hideaways ein. Innovativ, zukunftsorientiert, unermüdlich und positiv anders, hat er mit Schloss Elmau ein internationaleinzigartiges Luxushotel erschaffen. Das spiegelt auch das sehr gute Ergebnis des aktuellen Tophotel Mystery-Checks wider.

Check-in / Cancel-Policy

Es ist erfreulich, dass im Test immer wieder der sympathische und aufmerksame Gastgeber Rafael gelobt wird. Es zeigt einmal mehr,

TOPHOTEL HOTELTEST RELAUNCH

Konstruktiv Potenziale heben – das ist das Motto des neuen Tophotel-Hoteltests, der aus zwei Elementen besteht: Im ersten besucht die Redaktion anonym das ausgewählte Haus und testet es nach klar definierten Kriterien. Anschließend ordnet ein erfahrener Consultant, der sowohl Hotelier als auch Berater sein muss, die Ergebnisse ein und reflektiert konstruktiv, wie sich ein noch besseres Ergebnis erzielen ließe.

In dieser Ausgabe hat dies Marcus Fränkle übernommen. Er ist seit 2006 Geschäftsführer des Hotels Der Blaue Reiter in Karlsruhe-Durlach. Als Mitglied der Hoteldirektorenvereinigung Deutschland (HDV), der Union der Wirtschaft sowie Vorstandsmitglied von Fair Job Hotels und Dehoga Karlsruhe engagiert sich der Privathotelier für seine Branche. Seit vielen Jahren suchen Hoteliers Rat und Unterstützung bei ihm, weshalb er sich seit 2019 als Berater bei Vorreiter Consulting engagiert. Das Motto dabei: Aus der Branche für die Branche.

Bild: Hotel Der Blaue Reiter

dass der erste Kontakt zu den Gästen entscheidend für den Gesamteindruck ist. Gastgeber wie Rafael verdienen es, gefördert und gefordert zu werden; ohne sie würde unsere Dienstleistungsbranche nicht funktionieren.

Zum Thema Stornieren von Leistungen, wie die gebuchte Biketour: Warum erwarten viele Gäste immer wieder, dass wir alles kostenfrei stornieren? Wer bezahlt uns die Arbeit im Vorfeld? Wer kommt für den Umsatzausfall auf? In keiner anderen Branche wird mit solch einer Selbstverständlichkeit erwartet, Leistungen gratis zu canceln. Hier muss ein Umdenken stattfinden, ganz besonders im Sinne unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die faire Löhne verdient haben. Dies ist nur möglich, wenn wir alle restriktiver werden und Kosten für die Gäste nicht einfach übernehmen, nur weil wir im falschen Gastgeberdenken gefangen sind. Im genannten Fall ist es völlig in Ordnung, wenn gebuchte Leistungen auch berechnet werden.

Hygienekonzept

Das Corona-Hygienekonzept mit den eigenen Yoga-Matten ist tatsächlich nicht sehr gastfreundlich. Besser wäre es, die Matten, wie vorgeschlagen, einfach zu desinfizieren. Die Hygiene in öffentlich zugänglichen Räumen ist eine Momentaufnahme – trotz regelmäßiger Stichproben und eines guten Reinigungsturnus gibt es kein Hotel, das zu jeder Zeit klinische Reinheit garantieren kann. Trotzdem würde ich empfehlen, die Endkontrollen zu intensivieren.

Zimmer & Raumklima

Sicher wäre es ratsam, an heißen Tagen die Jalousien der Zimmer zu schließen, um eine optimale Zimmertemperatur zu gewährleisten. Das gilt – aus Nachhaltigkeitsgründen – auch für Hotels, die mit Klimaanlagen kühlen. Es ist jedoch schwierig, wenn Gäste bei der Ankunft ein verdunkeltes Zimmer betreten. Der nachhaltige Grund sollte ihnen positiv kommuniziert werden.

Der Verzicht auf eine Klimaanlage ist in dieser Region durchaus üblich. Ob der Klimawandel in Zukunft eine Nachrüstung notwendig machen wird, können wir zum jetzigen Zeitpunkt nicht sagen – die Gäste werden Klimaanlagen immer öfter als selbstverständlich ansehen. Dagegen spricht, dass es umweltschonender ist, die Zimmer nicht 24 Stunden zu kühlen. Angesichts der Energiekrise kann hier schnell ein Umdenken beim Gast stattfinden. Aufgrund des historischen Gebäudes und der naturbelassenen Lage ist für uns die fehlende Klimatisierung in diesem Fall kein Mangel. Sicher ist es nicht optimal, in ein abgedunkeltes Zimmer zu kommen, aber der Moment beim Öffnen des Vorhangs oder der Jalousien bringt den „Wow-Effekt“ und zeigt die Schönheit der Natur umso deutlicher. Vielleicht ein Ansatz für zukünftige Anreisen an heißen Tagen?

> „Warum erwarten viele unserer Gäste immer wieder, dass wir alles kostenfrei stornieren?“

Roomservice

Im Luxussegment zeigt sich, dass ein kurzer Anruf für beide Seiten mehr bewirken kann als jedes digitale Tool. Die Gastgeberinnen und Gastgeber sind zudem leider noch nicht zu 100 Prozent für neue Techniken zu begeistern. Dieser Übergang wird sicher noch Zeit in Anspruch nehmen. Bei Hotels im Premiumbereich stellt sich die Frage, wie viel Digitalisierung nötig und möglich ist, um die Gäste mit individueller Qualität zu begeistern. Unser Credo für die Luxushotellerie: lieber ein persönlicher als ein maschineller Kontakt, gerade in Ferienhotels.

Frühstück

Das sehr gute Frühstück wurde von der Qualität der gekochten Eier getrübt: Heute gibt es gute Lösungen, ein weichgekochtes Ei warmzuhalten. Hier lässt sich schnell optimale Qualität schaffen. Die Qualität der Speisen und Getränke sollte jeden Tag gleich gut sein. Der Vorgang bei der Kaffeezubereitung sollte daher geprüft werden. Der Abräumservice ist elementar wichtig – hier sollte der Fokus des Abteilungsleiters auf die Qualitätssicherung gesetzt werden.

Nachhaltigkeit

Die Herausforderungen, die wir nach der langen Schließung haben, sind klar: wir müssen für unsere Gäste und für unsere Beschäftigten attraktiver werden. Für viele ist es gleichermaßen wichtig, in einem nachhaltigen Betrieb Urlaub zu machen oder dort zu arbeiten. Hier ist Schloss Elmau schon immer Pionier gewesen. Dieser Aspekt sollte bei der Mitarbeiterakquise und Arbeitgeberattraktivität in der Zukunft nicht unterschätzt werden. Jetzt müssen die Weichen für echte Nachhaltigkeit gestellt werden.

Front Office / Check-out

Die interne Kommunikation leidet noch unter den Nachwehen der Pandemie. Die Teams müssen sich erst wieder finden. Von Null zurück auf 100 Prozent, neues Personal, viele Krankheitsfälle und ständig neue Abläufe haben keine Stabilisierung erlaubt. Ich bin sicher, dass das Team täglich besser zusammenwächst. Regelmäßige Schulungen sind unerlässlich, um die Prozesse zu optimieren. Aber auch die Gäste sollten verständnisvoll reagieren: Viele andere Branchen stellen ihren Betrieb bei Mitarbeitermangel vorrübergehend ein oder beschränken Sortimente. Das sollte man auch der Hotellerie zugestehen, da sie mit am schwersten von Krise betroffen war und ist. Wir dürfen diesen Punkt selbstbewusst nach außen tragen und Aufklärungsarbeit leisten. Momentan ist es durch verschiedene Faktoren einfach schwer, absolute Perfektion zu leisten. Wenn mit Zulieferern – wie dem Fahrradguide – gearbeitet wird, muss die Kommunikation aber zu 100 Prozent funktionieren, denn die Gäste verbinden alle Vorgänge mit dem Hotel. Auch der Informationsweg von der Rezeption zum Gast muss bei Änderungen eingehalten werden.

Eine zweite Rechnung ohne Kennung „Duplikat“ ist rechtlich schwierig. Solche speziellen Modalitäten sollten von den Gästen möglichst im Vorfeld geklärt werden.