

SERVICE HOTEL

BEGRIFF "SERVICE"

Aus betriebswirtschaftlicher Sicht ist eine Hotelnacht eigentlich keine interessante Ware, denn sie ist nicht lagerbar, auch nicht übertragbar und benötigt einen kaum zu beeinflussenden Kaufgrund. Kaufgrund und Nutzung fallen meist zeitlich zusammen, wenn man einmal vom Reservierungszeitraum absieht.

HOTELNACHT

Somit ist die Dienstleistung „Hotelnacht“ vorwiegend als immateriell zu betrachten.

Der immaterielle Wert dieser Dienstleistung unterliegt unterschiedlichen Betrachtungsweisen, deshalb ist die Messung der Dienstleistungsqualität auch nur dem jeweiligen Betrachter (oder der Zielgruppe) zuzuordnen.

Zusätzlich zum Leistungsergebnis einer Dienstleistung erlangen insbesondere der Leistungserstellungsprozess sowie das Leistungspotenzial (z.B. Ausstattung und Servicekompetenz) an Bedeutung. Diese „Leistungsdimensionen“ werden in die Bewertung der Dienstleistungsqualität mit einbezogen.

DIENSTLEISTUNG

Bei einer Dienstleistung unterscheidet man zwischen einer standardisierten und individuellen Dienstleistungen. Individuelle Leistungen werden für ein konkretes Individuum erstellt, standardisierte Dienstleistungen sind für einen Durchschnittsgast erstellt.

Diese unterschiedlichen Dienstleistungskomponenten sind kaufentscheidend und Hauptbestandteil jedes Produktes. Wobei aus heutiger Sicht eine Vielfalt von Zielgruppen für unterschiedliche Dienstleistungskomponenten vorhanden sind, sodass es für einen Hotelbetrieb außerordentlich schwierig ist, seine Dienstleistungskomponenten zu formulieren, um eine Vielzahl von Gästen zu erreichen.

Man kann an Verkaufsstrategien am Markt erkennen, dass der Versuch aufgegeben wurde, Dienstleistungen von Sachleistungen abzugrenzen.

SERVICE

Sämtliche Angebote und Servicebemühungen werden als eine Leistung verstanden, deren Leistungsergebnis einerseits eher materiell oder immateriell, der Leistungserstellungsprozess eher autonom oder integrativ ausgeprägt ist.

Einfacher ausgedrückt: Es wird nicht mehr der Unterschied gemacht, dass ein preiswertes Hotel weniger Service hat als ein höheres Preisangebot, es wird die Serviceleistung immer als gegeben dargestellt, auch wenn sie ein geringeres Maß an Intensität hat.

Ein derartiges Verständnis erlaubt eine differenzierte Konzeption des absatzpolitischen Instrumentariums.

SERVICEQUALITÄT

Servicequalität ist ein Begriff der Betriebswirtschaftslehre und bezeichnet den Grad der Zielerreichung einer angestrebten Dienstleistung. Hierbei wird zwischen objektiver und subjektiver Dienstleistungsqualität unterschieden.

Objektive Servicequalität in der Hotellerie ist die konkret messbare Übereinstimmung des Serviceergebnisses mit dem definierten Nutzen für den Gast.

Die Messbarkeit der Servicequalität hängt von der Genauigkeit der Definition von Zielanforderungen ab. Oft stellt sich aber ein vermeintlich messbares Qualitätskriterium leicht als ein subjektives heraus.

DER GAST

Subjektive Servicequalität ist die vom Gast empfundene Übereinstimmung des Serviceerlebnisses mit dem gewünschten Nutzen des Gastes. Diese Empfindung ist überlagert von der Vorstellung des Gastes sowie dem Geschick des Hoteliere, das Ergebnis positiv und „just in time“ umzusetzen.

Manchmal kann sich eine definierte Serviceleistung als nicht erreichbar herausstellen. Dann wäre betriebswirtschaftlich betrachtet das bestmögliche erreichbare Ergebnis das objektiv optimale, aber subjektiv, aus Sicht des Gastes, dennoch eine unbefriedigende Serviceleistung.

SERVICEERGEBNIS

Eine Servicequalität kann sich auf das Servicepotenzial, den Serviceprozess oder das Serviceergebnis beziehen. So kann unter Servicequalität z.B. die Qualifikation von Mitarbeitern verstanden werden, aber auch die Zufriedenheit mit dem Zimmerangebot oder die Qualität der Speisen.

Damit ist das Ergebnis der Servicequalität immer nur die Leistung, die dem Wunsch des Gastes entsprochen hat.

Das Serviceergebnis und damit die Servicequalität ist daher immer eine subjektive Betrachtung, die von der Erwartungshaltung des jeweiligen Gastes abhängig ist.

SERVICE-HOTELS

In der Fachwelt gibt es jahrelang erprobte Grundmodule, die eine Servicequalität ergeben.

Unabhängig von der Kategorie eines Betriebes, die eine jeweils andere Servicequalität verlangt, müssen die Grundmodule in jedem Service-Hotel umgesetzt sein, um Mitglied der Service-Hotels werden zu können.