



PFANNEBERG

HOTEL & GAST

2. Ausbildungsjahr

Frank Brandes
Hans-Peter Sattler
Tanja Bechtoldt
Olaf Dupke
Simone Klett
Andrea Stewen

1. Auflage

Für das 2. Ausbildungsjahr der 2022 neu geordneten Berufe:

- Hotelfachmann/-frau
- Kaufmann/-frau für Hotelmanagement

Fachbuchverlag Pfanneberg GmbH & Co. KG
Düsselderger Str. 23
42781 Haan-Gruiten
Bestell-Nr.: 08418

Autorinnen und Autoren

Frank Brandes (Arbeitskreisleitung), Bad Doberan
Hans-Peter Sattler (Arbeitskreisleitung), München
Tanja Bechtoldt, Villingen-Schwenningen
Olaf Dupke, Bayerisch Gmain
Simone Klett, Leverkusen
Andrea Stewen, Haltern am See

Projektmanagement

Nico Freitag

1. Auflage 2024

Druck 5 4 3 2 1

Alle Drucke derselben Auflage sind parallel einsetzbar, da sie bis auf die Korrektur von Druckfehlern identisch sind.

ISBN 978-3-8057-0841-8

Alle Rechte vorbehalten. Das Werk ist urheberrechtlich geschützt.
Jede Verwertung außerhalb der gesetzlich geregelten Fälle muss vom Verlag genehmigt werden.

© 2024 by Fachbuchverlag Pfanneberg GmbH & Co. KG, 42781 Haan-Gruiten
www.europa-lehrmittel.de

Umschlag: braunwerbeagentur, 42477 Radevormwald,
unter Verwendung eines Motivs von © Georgii - Adobe Systems Software
Ireland Companies, Adobe Stock, Dublin, Irland
Layout und Satz: tiff.any GmbH, 10999 Berlin
Druck: Himmer GmbH, 86167 Augsburg

Hotel & Gast – modern und zukunftsorientiert

Nach der Neuordnung der gastgewerblichen Berufe in 2022 haben sich die Unterrichtsabläufe in den Ausbildungsberufen für **Hotels und weitere Beherbergungsbetriebe** allmählich etabliert. Das Autorenteam und der Verlag haben den Markt beobachtet, Stimmungen und Resonanzen bei Auszubildenden, Auszubildenden und Berufsschulen ausgewertet und diese bei der Erstellung dieses Werkes „Hotel & Gast“ einfließen lassen.

Entstanden ist dabei ein modernes und zukunftsorientiertes **Lehr- und Lernwerk für das 2. Ausbildungsjahr** im Beruf „**Hotelfachmann/Hotelfachfrau**“ und „**Kaufmann/Kauffrau für Hotelmanagement**“, das **Auszubildende, Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter** als Menschen in den Mittelpunkt stellt. Im neuen „Hotel & Gast“ sind die steigende **Internationalität**, die **Unterschiedlichkeit**, die **Individualität** in der Branche und die Vielfalt der Hotels/Beherbergungskonzepte, in denen sie arbeiten, grundlegende Elemente für die Gastlichkeit, die hier zum Ausdruck gebracht werden soll. Wichtig ist schließlich die Wertschätzung für die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter dieser wundervollen Branche, die jeden Tag bereit sind, Gäste glücklich zu machen!

„Hotel & Gast“ umfasst in Band 2 die **Lernfelder 6–9 gemäß Rahmenlehrplan**. Die Inhalte tauchen dort etwas tiefer in die spannende Materie des Hotelfachs ein, wo es inhaltlich wichtig ist und die Betriebsvielfalt verschiedene Möglichkeiten zulässt:

- **Lernfeld 6:** Am Empfang arbeiten
- **Lernfeld 7:** Dienstleistungen und Angebote verkaufen
- **Lernfeld 8:** Im Housekeeping arbeiten
- **Lernfeld 9:** Marketingpläne erarbeiten

Was ist das Besondere an „Hotel & Gast“?

- Gliederung nach den Lernfeldern der Lehrpläne
- Neuester Stand von Ausstattung, Technik und Brancheninnovationen
- Praxisorientierte und fundierte pädagogische Wissensvermittlung
- Alle neu geordneten Lerninhalte neu und mitarbeiterzentriert behandelt, u. a. Interkulturelle Kompetenzen für das Empfangsteam, Angebote, Pauschalen und Programme planen, Nachhaltigkeit und Umweltschutz im Housekeeping und Employer Branding als betriebliche Marketingmaßnahme sowie das Thema Digitalisierung in allen Kapiteln
- Ausführliche und bildliche Darstellung, erweitertes und fremdsprachliches Stichwort- und Fachvokabularverzeichnis
- Hohe Praktikabilität auch für Berufsfachschulen, Bachelorstudiengänge und Meisterschulen

Ihr Feedback ist uns wichtig!

So vielfältig wie das Gastgewerbe ist, so vielfältig sind betriebliche Standards, Herangehensweisen und Lösungen von Challenges im betrieblichen Alltag. Deswegen sind wir, das Autorenteam und der Verlag, offen für Ihre Anregungen, Kritiken und Verbesserungsvorschläge, die uns dabei helfen, unsere Reihe stetig zu verbessern und somit die Branche fit für die Zukunft zu machen! Über Zuschriften freuen wir uns wie gewohnt gerne unter lektorat@europa-lehrmittel.de

Autorinnen, Autoren und Verlag, Sommer 2024

Inhalt

Vorwort	3
Inhalt	4

LF 6: AM EMPFANG ARBEITEN

VON DER REISEAUSWAHL BIS ZUR ABREISE	7
1 Einführung: Arbeiten am Empfang	7
1.1 Reisen, um empfangen zu werden	7
1.2 Historische Entwicklung des Empfangs	8
2 Den Empfangsbereich lokalisieren und organisieren	11
2.1 Anlage des Empfangsbereichs	11
2.2 Geografische Lage des Empfangs	12
2.3 Design und Einrichtung des Empfangs	12
2.4 Spezialisierte Empfangsbereiche	15
2.5 Die Empfangshalle als Aufenthalts- und Durchgangsort	17
2.6 Arbeitsmittel und -ausstattung am Empfang	19
3 Im Empfangsteam mitarbeiten	29
3.1 Hierarchie und Verantwortungsbereiche	30
3.2 Empfangsmitarbeitende und Arbeitsaufgaben	32
4 Kompetenzen für das Empfangsteam	34
4.1 Führungskompetenzen	34
4.2 Fachkompetenzen	35
5 Im Empfangsteam kommunizieren	38
5.1 Betriebliche und abteilungsspezifische Kommunikationskultur	38
5.2 Betriebliche und abteilungsspezifische Kommunikationsinstrumente und -anlässe	39
5.3 Interkulturelle betriebliche und abteilungsspezifische Kommunikation	43

6 Bei der Gästebetreuung am Empfang mitwirken	45
6.1 Vor der Anreise – Die Search & Explore-Phase	45
6.2 Anreise – Die Travel & Arrival-Phase	52
6.3 Aufenthalt – Die Stay & Experience-Phase	60
6.4 Abreise – Die Departure & Reflection-Phase	73
6.5 Nach der Abreise – Die Evaluation & Re-Connection-Phase	82
7 Fremdsprachliche Fachbegriffe am Empfang	84
8 Rechtsvorschriften	91

LF 7: DIENSTLEISTUNGEN UND ANGBOTE VERKAUFEN

DIENSTLEISTUNGEN UND ANGBOTE IM HOTEL	92
1 Hotelinformationen einholen	92
1.1 Hotelklassifizierung	92
1.2 Zimmerkategorien	96
1.3 Zimmertypen	98
2 Angebote planen	99
2.1 Planung	99
2.2 Gästegruppen und Anlässe	99
2.3 Pauschalen und Programme	101
3 Buchungsmanagement	103
3.1 Vertriebskanäle	103
3.2 Channel-Management	107
3.3 Revenue-Management	110
3.4 Marktvergleich und betriebliche Kennzahlen	115
4 Schriftverkehr	120
4.1 Geschäftsbriefe nach DIN 5008	120
4.2 Angebotsschreiben	125
4.3 Reservierungsbestätigung	128
4.4 Rechnungen & Co.	131

5	Beratungs- und Verkaufsgespräche	134	9	Gästebetten	161
5.1	Gesprächsvorbereitung	135	9.1	Das Standard-Hotelbett	161
5.2	Gesprächseröffnung	136	9.2	Boxspringbetten	161
5.3	Bedarfsanalyse	137	9.3	Decken, Kissen und Inletts	162
5.4	Angebotsphase	138	9.4	Bettwäsche	162
5.5	Abschlussphase	139	9.5	Das Bett als Marketinginstrument	163
5.6	Schlüsselkompetenzen	140	9.6	Betthygiene	163
6	Rechtsvorschriften	144	10	Arbeitsabläufe	164
PROJEKT			10.1 Vorbereitungsarbeiten		
145			164		
Erstellung und Verkauf eines Arrangements			10.2 Reinigung von Abreisezimmern		
145			167		
			10.3 Reinigung von Bleibezimmern		
			167		
			10.4 Badreinigung		
			168		
			10.5 Turn-down-Service/Aufdeckservice		
			168		
			10.6 VIP-Service		
			168		
			11 Weitere Reinigungsarbeiten		
			169		
			11.1 Gänge, Foyers, Treppenhäuser, Lifte		
			169		
			11.2 Konferenzräume		
			169		
			11.3 Toiletten		
			169		
			12 Nachhaltigkeit und Umweltschutz im		
			Housekeeping		
			170		
			13 Ergonomie		
			172		
			14 Arbeitssicherheit		
			174		
			14.1 Unfallursachen		
			174		
			14.2 Unfallverhütung		
			174		
			15 Digitalisierung im Housekeeping		
			175		
			15.1 Digitale Tools		
			175		
			15.2 Einsatz von Künstlicher Intelligenz		
			176		
			16 Outsourcing der Abteilung		
			Housekeeping		
			176		

LF 8: IM HOUSEKEEPING ARBEITEN

GRUNDLAGEN DES HOUSEKEEPINGS

146

1	Einführung in das Housekeeping	146
2	Aufgaben im Housekeeping	146
3	Organisation der Abteilung	
	Housekeeping	147
3.1	Räumliche Organisation der Abteilung	
	Housekeeping	147
3.2	Zusammenarbeit mit anderen Abteilungen	147
3.3	Zuständigkeitsbereiche der Abteilung	
	Housekeeping	148
4	Reinigungsarten	148
5	Materialkunde	149
5.1	Werkstoffe im Hotel	149
5.2	Textilien aus Natur- und Chemiefasern	150
6	Reinigungs- und Pflegematerialien	152
6.1	Reinigungsmittel und deren Wirkung	152
6.2	Pflegemittel und deren Wirkung	154
6.3	Desinfektionsmittel und deren Wirkung	154
6.4	Reinigungsgeräte	155
7	Reinigungsabläufe	156
7.1	Reinigung von Böden und Wänden	156
7.2	Reinigung von Teppichböden	157
8	Wäschepflege	158
8.1	Inhouse-Wäscherei vs. externe Wäschereien	
	(Outsourcing)	158
8.2	Der Wäschekreislauf	159
8.3	Gästewäscheservice	159

LF 9: MARKETINGPLÄNE ERARBEITEN

MARKETING IM GASTGEWERBE


177


1	Marketing und Markt	177
1.1	Marktsituation	177
1.2	Entstehung des Marketings	178
1.3	Aufgaben und Ziele des Marketings	178
1.4	Marketingmaßnahmen	179
1.5	Instrumente des Marketings	181
2	Strategische Marketingziele	182
2.1	Marketingstrategien	182
2.2	Definition der Strategie	183
2.3	Marktwahlstrategie	183
2.4	Marktbearbeitungsstrategie	185
2.5	Kommunikationsstrategie	186

3	Marketing-Mix	187	8	Personalpolitik	209
3.1	Die vier marketingpolitischen Planungsfelder (4P-Modell)	187	8.1	Instrumente der Personalpolitik	209
3.2	Erweiterung auf sieben marketingpolitische Planungsfelder (7P-Modell)	188	8.2	Employer Branding	211
4	Produktpolitik	189	8.3	Die Wichtigkeit der Mitarbeiterbindung	216
4.1	Überblick über das Leistungsprogramm eines Hotels	189	9	Prozesspolitik	219
4.2	Produktlebenszyklus	190	9.1	Gästeorientierung	219
4.3	Produktportfolio	191	9.2	Kostenorientierung	220
4.4	Veränderungen im Leistungsprogramm	193	10	Ausstattungs politik	220
4.5	Produktpolitische Instrumente	193	10.1	Standort	220
5	Distributionspolitik	195	10.2	Inneneinrichtung und Ambiente	221
5.1	Der Weg zum Gast	195	11	Marketingpläne erstellen	222
5.2	Kooperationen zwischen Hotels	196	11.1	Inhalte eines Marketingplans	222
5.3	Franchising	197	11.2	Vorbereitung und Planung eines Marketingplans	223
6	Preispolitik	198	11.3	Form und Gestaltung einer Präsentation	224
6.1	Grundlagen der Preispolitik	198	12	Marktforschung	224
6.2	Preisstrategien	199	12.1	Verfahren der Marktforschung	225
6.3	Preisdifferenzierung	200	12.2	Arten der Marktforschung	226
7	Kommunikationspolitik	202	12.3	Systematische Gästebefragungen	226
7.1	Formen der Kommunikationspolitik: Werbung	202	12.4	Wettbewerbsbeobachtung	229
7.2	Formen der Kommunikationspolitik: Sales Promotions	205	13	Wirtschaftlichkeit von Marketingmaßnahmen prüfen	230
7.3	Formen der Kommunikationspolitik: Product Placement	205	13.1	Angebotsvergleiche durchführen	231
7.4	Formen der Kommunikationspolitik: Public Relations	206	13.2	Kosten-Nutzen-Analyse	235
7.5	Formen der Kommunikationspolitik: Sponsoring	206	14	Fallstudie: Praktische Umsetzung der theoretischen Inhalte	237
7.6	Formen der Kommunikationspolitik: Direktmarketing	207	14.1	Entstehung des Marketingplans	238
7.7	Formen der Kommunikationspolitik: Guerilla-Marketing	207	14.2	Werbemittel und Werbeträger auswählen	240
7.8	Formen der Kommunikationspolitik: Social Media	207	14.3	Werbemittel gestalten	241
				SACHWORTVERZEICHNIS	242
				BILDQUELLENVERZEICHNIS	247

Von der Reiseauswahl bis zur Abreise

1 Einführung: Arbeiten am Empfang

 Working at the front desk (Office)

 Travailler à la réception




LF6

Herzlich willkommen, bienvenue, welcome, أهلاً وسهلاً، Chào mừng, Hoş geldin und אבה לך in der internationalen Welt des Empfangs, dem pulsierenden und repräsentierenden Herzstück jedes Beherbergungsbetriebs, sei es in einem gemütlichen Landgasthof, einem smarten Designhotel oder einem luxuriösen Grand Hotel. Der Empfang ist nicht nur ein sichtbarer Anlaufpunkt, sondern vielmehr ein Ort für unzählige Geschichten, Bedürfnisse und Erlebnisse von nationalen und internationalen Gästen und Empfangsmitarbeitenden. Hier, an diesem Schnittpunkt zwischen Ankunft und Abreise entfaltet sich eine einzigartige Atmosphäre, die geprägt ist von Professionalität, Gastzentrierung und der Kompetenz, Gäste bindende Erlebnisse zu gestalten. Der Empfang ist eine Welt, in der die Kommunikationskompetenz aufblüht, in der der Fluss von Informationen nahtlos von einem Punkt zum nächsten übergeht und in der Empathie der Wert ist, der den reibungslosen Austausch von internationalen Gästen und Mitarbeitenden im perfekten Zusammenspiel von Höflichkeit, Effizienz und einem Hauch von Charme ermöglicht.

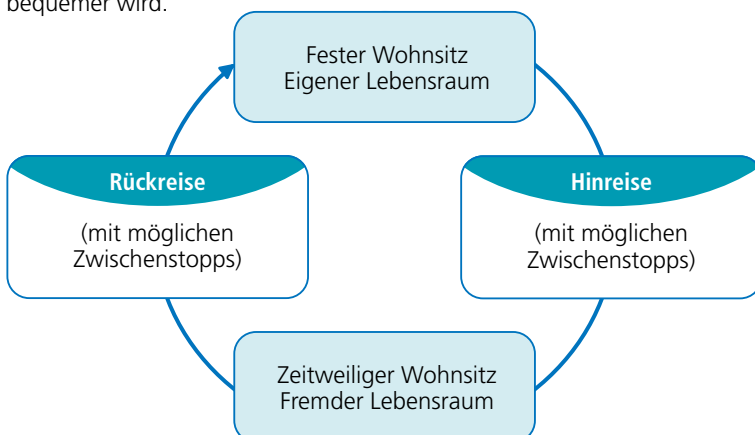
Zur besseren Lesbarkeit wird für alle auszubildenden Beherbergungsbetriebe der Begriff Hotel verwendet.

1.1 Reisen, um empfangen zu werden

 From the past to the future of the front desk

 Du passé au future du réception

Touristisches Reisen kann grundsätzlich als eine Form der Bewegung, als eine vorübergehende, zeitweilige Abwesenheit von einem Wohnsitz zu einem vorübergehenden, zeitweiligen Aufenthaltsort bezeichnet werden. Touristen benötigen zur Überwindung dieser Distanz eine bestimmte Zeit und ein bestimmtes Reisemittel. In der touristischen Entwicklungsgeschichte kann festgestellt werden, dass Reisen immer schneller und bequemer wird.



ursprüngliche Reisemotive

- (wirtschaftliche) Not und Armut
- Naturkatastrophen und Wetterphänomene
- Krieg und Vertreibung
- Religion und Spiritualität

sich entwickelnde Reisemotive

- Entdeckungen
- Handel
- Ausbildung
- Politik und Freundschaftsbesuche

sich individualisierende Reisemotive

- Gesundheit und Entspannung
- Bildung
- Status und Geltungsbedürfnis

1.2 Historische Entwicklung des Empfangs

Wer reist, will standesgemäß empfangen werden. Dies verändert sich im Verlauf der Geschichte.

Schwellenrituale

In den meisten Unterkünften der Antike und des frühen Mittelalters gibt es keinen expliziten Empfangsbereich. Reisende werden am Tor des Anwesens oder des Hofes aufgenommen. Tauschgeschäfte, bestehend aus Verpflegung und Lager gegen Informationen und Neuigkeiten, sichern die Gastfreundschaft ab und werden in vielen europäischen Regionen mittels Freundschaftsabzeichen oder geteilten Medaillen besiegelt.



Verhandlungen am Schanktisch



Mit der Verstädterung im Mittelalter entstehen insbesondere an Handelswegen, Kirch- und Marktplätzen **Gasthäuser** und **Gasthöfe**. Diese verfügen über eine **frühe Form des Tresens**, den **Schantisch**. Die Anbahnung der Beherbergung verlagert sich in die **Gaststube**, an den **Ausschank**. Alle Reisenden sind **Walk-in-Gäste**. Übernachtungs- und Verpflegungspreise werden direkt mit dem Gastwirt oder seinen Handlangern ausgehandelt.



Impuls:

Mit den ersten Postkutschen werden Fahrpläne üblich. Erst damit werden Reservierungen möglich. Diskutieren Sie diese Aussage und überlegen, welche Reisemittel bis heute Fahrpläne haben.

Einlass und Empfangsbüro

Der Beginn der ersten industriellen Revolution markiert schließlich einen epochalen Wendepunkt und verändert die Weltwirtschaft und gesellschaftliche Systeme radikal. Als kulturelle Gegenbewegung entwickelt sich in elitären, künstlerischen und philosophischen Kreisen eine Form von Suche nach Freiheit, heiler Natur, nach Authentischem und nach Möglichkeiten, zeitweise dem Alltag entfliehen zu können. Insbesondere englische Adelige und elitäre Kreise machen sich auf, um den europäischen Kontinent, die Alpenländer und schließlich die Ausgrabungsstätten in Italien und Griechenland zu besuchen.

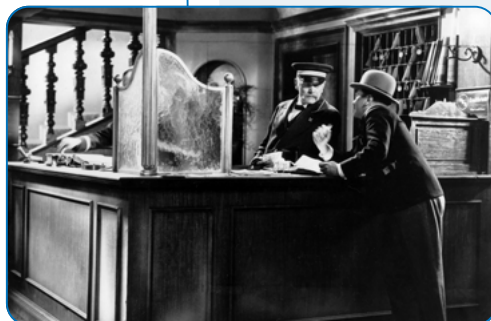
Für die standesgemäße Unterbringung entstehen auch in Deutschland erste **Hotels**, deren Vorbilder in der Schweiz, in Frankreich und England zu suchen sind. Diese Hotels werden an **Prachtstraßen** und bevorzugten landschaftlichen **Aussichtspunkten** gebaut. Sie sehen aus wie herrschaftliche Anwesen, Schlösser oder Residenzen. Sie werden wie große Privathäuser geführt. Es gibt keine Rezeption, die Gastaufnahme erfolgt, indem der **Portier (Concierge)** den Einlass überwacht und der Besitzer bzw. sein eingesetzter Geschäftsführer das **Aufnahmegespräch** sowie die **Aushandlung der Beherbergungs- und Verpflegungsleistungen** im **Empfangsbüro** vollzieht.

Am Front Office

In der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts verändert sich der **Gästemix** in den vornehmen Hotels, die nun oft **Grand Hotel** oder **Palasthotel** genannt werden, im deutschsprachigen Raum deutlich. Es reisen nun vermehrt auch reiche amerikanische Reisende an. Der Komfortanspruch dieser ist enorm, da Hotelbetriebe in Amerika öffentliche Gebäude sind und über sämtliche technischen, architektonischen und organisatorischen Innovationen verfügen. So sind es amerikanische Gäste z. B. gewohnt an einem offenen **Front Office**, zumeist zentral in der Eingangshalle, der **Lobby**, notwendige Auskünfte zu erhalten, Tickets und Schiffspassagen zu kaufen, Rechnungen zu begleichen oder sogar die Post aufzugeben. An diese Gewohnheiten passen sich zunehmend einheimische Hotelbetriebe an.

Am Rezeptionstresen

In der ersten Hälfte des 20. Jahrhunderts verzögern wirtschaftliche Krisen und Weltkriege die Weiterentwicklung des deutschen Beherbergungsgewerbes erheblich. 1945 – in der sogenannten Stunde null – ist Deutschland fast vollkommen zerstört. Der Zweite Weltkrieg entwurzelt zudem Millionen Menschen, die fliehen, vertrieben oder ausgesiedelt werden. Hotels und andere Beherbergungsangebote sind zerbombt oder durch die Besatzer zweckentfremdet. Ausweichquartiere für die wenigen Reisenden sind zunächst Privatunterkünfte, Pensionen und Zeltplätze.



Am Front Desk

Hotelneubauten werden ab den 1950er Jahren unter modernen und wirtschaftlichen Gesichtspunkten nach amerikanischem Vorbild entwickelt. Aufenthaltsflächen werden minimiert, Verkaufsflächen ausgebaut. Verwaltungs- und Vorbereitungsräume werden optimiert oder räumlich getrennt. Damit beginnt die bis heute anhaltende architektonische Entwicklung des Rezeptionstresens als zentralem und repräsentativem Element des Empfangs und der Hotelhalle.



- Der heutige, für den Gast sichtbare Bereich am Empfang wird klassisch Front Office oder Front Desk genannt. Der unsichtbare Bereich im Hintergrund, das Empfangsbüro, verwaltende Räume oder Bereiche von abteilungsspezifischen Führungskräften werden unter dem Begriff Backoffice zusammengefasst. Sie liegen heute häufig auch im „Back of House“-Bereich, umgangssprachlich „hinter den Kulissen“.


Digitale Revolution

Mit dem Beginn der digitalen Revolution tritt auch der Empfang in ein neues Zeitalter ein. Innovative Technologien werden zukünftig noch nachhaltiger das Empfangsteam bei der Ermöglichung von Gästelerlebnissen unterstützen. Die traditionelle Rezeption verwandelt sich somit in einen digitalen Hub, der Gästen ein nahtloses und personalisiertes Erlebnis bietet.



2 Den Empfangsbereich lokalisieren und organisieren


 Locating the front office area

 Localiser la zone de réception

Das deutsche Beherbergungsgewerbe ist heute wie seine Mitarbeitenden international, bunt, kreativ und vielfältig. Glamouröse **Campingplätze**, smarte **Hostels**, gemütliche **Landgasthöfe**, chice **Designhotels**, elegante **Luxushotels** oder stylische **Serviced Apartments** ... für jede Betriebskategorie und jedes Beherbergungskonzept existiert eine passende Form von Empfang. Aufgrund der Vielfältigkeit nennen Mitarbeitende deswegen ihren Arbeitsbereich am Empfang entweder **Empfang**, **Rezeption**, **Front Desk** oder **Front Office**, kurz F.O.

Bei der architektonischen Gestaltung des Empfangsbereichs bewegen sich Architekten zumeist zwischen „Design Follows Function“ (Design ist der Funktionalität angepasst) und „Function Follows Design“ (Funktionalität ist dem Design untergeordnet). Dabei gilt es eine Balance herzustellen zwischen den Anforderungen eines ergonomischen, gleichzeitig repräsentativen und sicheren Arbeitsplatzes sowie eines visuell identifizierbaren Anlaufpunktes für Hotelgäste, Einheimische bis hin zu Lieferanten bzw. Lieferdiensten.

Das Hotel- und Gaststättengewerbe – Betriebsarten im Überblick

Gastgewerbe		
Hotels	Gastronomie	
Hotellerie	Speisewirtschaften	Schankwirtschaften
Hotel Gasthof Motel Aparthotel Hotel garni Kurheim All-Suite Hotel Boardinghouse Wellnesshotel (Spa) Kurhotel	Restaurant Bistro Sternrestaurant Imbiss Kantine Autobahnrestaurant Schnellrestaurant mobile Verpflegung Systegstronomie	Trinkhalle Kneipe Pub Dorfkrug Biergarten Schänke Schwemme
Para-Hotellerie	Unterhaltungs-gastronomie	Sonstige
Pension Gästehaus Ferienwohnung Sportheim Internat Bauernhof Serviced Apartments Schülerheim Almhütte Jugendherberge Campingplatz	Vergnügungsort Diskothek Bar Variété Tanzlokal Nachtklokal Club	Café Kaffeehaus Imbisshalle Eisdiele Catering Coffeeshop

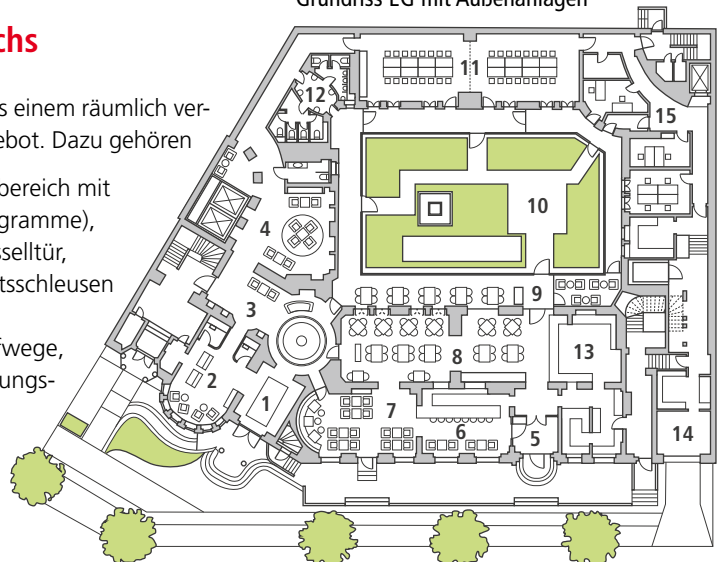
LF6

2.1 Anlage des Empfangsbereichs

Der Empfangsbereich besteht heute zumeist aus einem räumlich verdichteten, ineinander übergehenden Raumangebot. Dazu gehören

1. ein geschützter bzw. überdachter Vorfahrtsbereich mit Wegeleitsystem (Hinweisschilder oder Piktogramme),
2. der Eingangsbereich mit (elektrischer) Karusselltür, automatischen Schiebetüren oder Sicherheitsschleusen (in Hochsicherheitszonen),
3. Personenflussbereiche wie Gänge oder Laufwege,
4. die Hotelhalle als kommerzialisierter Bewegungs- und Begegnungsbereich,
5. Einzelhandelsbereiche mit Kaufvitruen und/oder Shops,
6. das Empfangsmöbel als sichtbarer Arbeits- und Repräsentationsbereich (Front Office),
7. der Transitbereich vor dem Empfangsmöbel mit sich kreuzenden Gästebewegungen,
8. ein Verwahrungsbereich für Gepäckstücke und/oder Gästeigentum (Storage),
9. ein (zumeist) nicht sichtbarer Planungs- und Verwaltungsbereich (Back Office).

Grundriss EG mit Außenanlagen



- | | | |
|----------------------|------------------|-------------------|
| 1 Haupteingang | 6 Bar | 11 Konferenzräume |
| 2 Empfang | 7 Bistro | 12 WC Gast |
| 3 Lobby | 8 Restaurant | 13 Küche |
| 4 Lounge | 9 Foyer/Umgang | 14 Lager |
| 5 Eingang Restaurant | 10 Begrünter Hof | 15 Büros |

2.2 Geografische Lage des Empfangs



Grundsätzlich gibt es für die Lage des Empfangsmöbels zwei architektonische Hauptansätze, die den optimalen Gästefluss gewährleisten. Diese sollen organisatorische und sicherheitstechnische Aspekte berücksichtigen.

In der Vorhalle

Das Empfangsmöbel ist in einer Vorhalle installiert. Die Hotelhalle als eigentlicher Aufenthaltsort ist räumlich getrennt. Diskretion und häusliche Bedürfnisse der Hotelgäste können so bestmöglich gewahrt bleiben.

In der Empfangshalle

Der Empfang ist in die Hotelhalle integriert und entweder direkt gegenüber dem Haupteingang oder seitlich zu diesem platziert. Empfangsmitarbeitende haben so einen sehr guten Überblick über alle Bewegungen und Begegnungen in den öffentlichen Bereichen.

Die Ankunft in einem Hotel kann für jeden Gast aus verschiedenen Gründen stressig sein: Verspätungen, Staus, schlechtes Wetter oder persönlicher Stress können unangenehme Gefühle hervorrufen. Auch die Lage und die Einrichtungsgestaltung des Empfangsbereichs sind wichtig, weil viele Gäste schlechte Erfahrungen an Schaltern, Rezeptionen oder Auskunftsposten gemacht haben, z. B. in Ämtern, Flughäfen oder im Handel. Das auftretende „Bauchgefühl“ ist als „Schaltersyndrom“ zu bezeichnen und tritt auf, wenn Gäste in einer Warteschlange stehen oder den Empfang als zu langsam oder zu abfertigend empfinden.

2.3 Design und Einrichtung des Empfangs



Insbesondere durch die zunehmende Digitalisierung wird das klassische Empfangsmöbel heute häufig infrage gestellt. Architekten und Hotelplaner haben in den letzten Jahren einige innovative Variablen des klassischen Rezeptionstresens bzw. -möbels entwickelt und setzen diese passend zur jeweiligen Hotelkategorie und zum jeweiligen Hotelkonzept um.

Empfangstresen

Der Empfang ist als repräsentativer Tresen gestaltet. Dieser besteht normalerweise aus einer erhöhten Arbeitsfläche oder Theke, die mit einem Schrank oder Regalen kombiniert sein kann, um zusätzlichen Stauraum für Büromaterialien, Akten, Formulare oder andere technische Gegenstände bereitzustellen. Alle Interaktionen mit Gästen und anderen Betriebsbesuchern laufen an unterschiedlichen Posten nebeneinander ab.



Empfangscounter

Der Rezeptionstresen ist in mehrere Counters aufgeteilt. Alle Interaktionen mit Gästen und anderen Betriebsbesuchern laufen an diesen Schaltern nebeneinander ab. Manchmal unterstützen Haltelinien oder Absperrbänder die Einreihung der Aufsuchenden.



Impuls:

Diskutieren Sie mögliche Vor- und Nachteile der unterschiedlichen Empfangsmöbel aus Sicht der Mitarbeiter, Gäste und Betriebsbesuchern.

Empfangssekretär

Empfangssekretäre bezeichnen bequeme Sitzmöbel, an denen Interaktionen mit Gästen und anderen Betriebsbesuchern weitestgehend im Sitzen ablaufen. Die entspannte Begegnung auf Augenhöhe steht hier im Fokus.



Empfangsinsel

Empfangsinseln sind Empfangscountern sehr ähnlich. Die sichtbare Barriere zwischen Gästen bzw. Betriebsbesuchenden und Mitarbeitenden ist bei den Interaktionen weitestgehend aufgehoben. Empfangsmitarbeitende geleiten Ankommende an eine freie Insel.



Multifunktionsempfang

Besonders in smarten (digitalisierten) Hotels sind oft Empfangs-, Bar- und Shoppingbereiche (z. B. Minibarprodukte) miteinander verbunden.



Barrierefreier Empfang

Der Empfangsbereich ist besonders auf die Bedürfnisse von Menschen mit Handicap ausgerichtet. Dazu gehört z. B. ein unterfahrbares Möbel für Gäste mit mobiler Einschränkung, tastbare bzw. taktile Punkte oder besondere farbliche Kontraste für Gäste mit eingeschränkter Sehfähigkeit.



Digitaler Empfangsterminal/Empfangskiosk

Humanoide Roboter, digitale Terminals mit Chatbots oder Avatar-Empfang mit Sprachassistenten. Die Digitalisierung übernimmt erfolgreich Empfangsbereiche. Gäste und Betriebsbesucher interagieren und assistieren dabei die Empfangsaufgaben mittels Touch-Funktion, Tastatur und Sprachsteuerung.



2.4 Spezialisierte Empfangsbereiche

Umso größer ein Hotelbetrieb, desto wahrscheinlicher sind bestimmte Empfangsbereiche dezentralisiert und ausgegliedert. Auch die Betriebskategorie hat einen starken Einfluss darauf, ob die Empfangsmitarbeitenden spezialisiert oder Allrounder sind.

Die Concierge-Loge – der Concierge-Desk

Der Arbeitsbereich von Concierges ist zumeist eingangsnah positioniert und wird traditionell Loge genannt. Concierges finden heute immer noch hauptsächlich Beschäftigung in der Luxushotellerie. Sie stehen Gästen und Betriebsbesuchenden in nahezu allen Belangen betreuend zur Seite und begleiten sie nicht nur während des Aufenthaltes als fester Ansprechpartner. Sie und ihre Mitarbeitenden kümmern sich ebenso um die **Gästefahrzeuge**, die **Gepäcklogistik** bis hin zu **Botengängen** und **persönlichen Besorgungen**.



Das weltweite Netzwerk der Concierges heißt „Les Clefs d’Or“, zu Deutsch „Die goldenen Schlüssel“. Nahezu in allen Ländern weltweit gibt es Sektionen dieser Hotelspezialisten, die sich selbst als Türöffner zur Destination verstehen.

Concierges waren in den ersten Grand- oder Palasthotels nicht angestellt, sondern selbstständig tätig und lebten hauptsächlich vom lukrativen Trinkgeld und Vermittlungsprovisionen. Ihr gepachteter Arbeitsplatz war deswegen verschließbar, ähnlich einer Theaterloge.

Da Concierges den Gästen während ihrer Zeit im Hotel sehr nahe stehen, gewinnen sie oft einen persönlichen Eindruck von deren Bedürfnissen und Vorlieben. Es ist deshalb ihre Aufgabe, diese in der Gästekartei, in den **Traces**, festzuhalten. Hierin werden alle Informationen rund um Gäste dokumentiert und aktualisiert und können von Kolleginnen und Kollegen in Schwesterhotels übernommen und zum Wohle der Gäste angewendet werden.



Die Gästebetreuung (Guest Relation und Guest Animation Desk)

Gäste betreuende und animierende Mitarbeitende haben oft in der Hotelhalle einen prominenten Platz, zumeist an einem Schreibtisch mit bequemen Sitzgelegenheiten für Gäste. Oft wird dieser Service visuell betont, sei es in Form einer eindeutigen Uniform oder eines Tischaufstellers. Gästebetreuende und Gästeanimierende sind damit nicht nur Ansprechpartner für persönliche Belange der Besuchenden, sondern sollen zudem Hotelgäste untereinander vernetzen, sei es im Rahmen eines Gästecocktails, im Rahmen von Sport- und Spielangeboten oder bei Hotelführungen hinter die Kulissen. Insbesondere in Ferienhotels und auf Kreuzfahrten moderieren sie häufig auch Showangebote und begleiten Gäste am Alleinreisenden-Tisch.



In Deutschland war der Hotelier Egon Steigenberger der Erste, der Gästebetreuende nach amerikanischem Vorbild in seinen Kur- und Ferienhotels einsetzte.



Egon Steigenberger

Die Hotelkasse

In internationalen Großhotels an Flughäfen oder anderen Verkehrsknotenpunkten gibt es einen gesonderten Diskretionsbereich, die **Hotelkasse**. Gäste können dort geschützt und abgesichert Ein- und Auszahlungsvorgänge, Geldwechsel und Tauschgeschäfte von Fremdwährungen vornehmen. Zu den weiteren Aufgaben der Hotelkasse gehören:



- **Abrechnung:** Erstellung und Bearbeitung von Tagesabrechnungen anderer Abteilungen sowie Abrechnung von Kreditkarten- und Debitkartenzahlungen
- **Geldmanagement:** Überwachung und Verwaltung des Bargeldbestands einschließlich dem Vorhalten angemessener Bargeldreserven für den täglichen Betrieb und die Abwicklung von Bankgeschäften
- **Buchhaltung:** Erfassung und Verarbeitung aller empfangsrelevanten finanziellen Transaktionen im Hotelbuchhaltungssystem, um genaue Aufzeichnungen zu führen und Finanzberichte zu erstellen
- **Kontrolle:** Implementierung interner Kontrollen und Überwachungssysteme, um Betrug und finanzielle Unregelmäßigkeiten zu verhindern und sicherzustellen, dass alle Transaktionen den geltenden Richtlinien und Vorschriften entsprechen.

2.5 Die Empfangshalle als Aufenthalts- und Durchgangsort

Die Empfangshalle ist der zentrale Bereich in einem Hotel, der oft als Eingangsbereich und Aufenthaltshalle dient. Dies war historisch gesehen nicht immer so.

Vorhalle, Wohnhalle und Gesellschaftsräume

Die ersten Hotelbetriebe sind Abbilder von adeligen Wohnsitzen und imitieren auch deren Architektur. Ähnlich wie in vornehmen Residenzen betreten Gäste daher zunächst die Vorhalle, die reiner Durchgangsort ist. Dahinter liegen die exklusiven Wohnhallen und geschlechterspezifischen Gesellschaftsräume, die nur für Gäste zugänglich sind. Dazu gehören Aufenthaltsräume exklusiv für Frauen (Damensalons) genauso wie solche für Herren (Rauchsalons). Begrünte Innenhöfe und Parks runden das Angebot an Begegnungs- und Bewegungsräumen ab.



Einladende Empfangs- und Aufenthaltshalle

Im Verlauf der Internationalisierung der Hotels wurden im Verlauf der Geschichte fortwährend diese Hallenanlagen, Gesellschafts- und Aufenthaltsräume an den Zeitgeist und die sich wandelnden Gästebedürfnisse angepasst, umgebaut und verdichtet sowie auch für Einheimische öffentlich zugänglich gemacht. Empfangshallen sind heute repräsentative, multifunktionale Bewegungs-, Begegnungs- und Aufenthaltsorte sowohl für Gäste als auch andere Besuchende. Ohne Einschränkungen laden sie zum Verweilen ein. Aus den weitläufigen Hallenbereichen sind gemütliche Wohnzimmer mit Genuss-, Arbeits- und Relaxbereichen entstanden, die mit einem durchdachten Design sowohl Raum für Kommunikation als auch für Rückzugsmöglichkeiten bieten. Empfangshallen sind damit soziale als auch kommerzielle Orte, an dem Fremde und Einheimische aufeinandertreffen, um ganz verschiedenen Aktivitäten nachzugehen – unabhängig von Sterne-Kategorien oder räumlichen Voraussetzungen.



LF6

Der Hotelier César Ritz begründet die Tradition von Wintergärten als Aufenthaltsräume in Grand- oder Palasthotels. Er schafft damit für Gäste das Erlebnis ganzjährig sich geschützt in der Natur aufhalten zu können.



Impuls:

Diskutieren Sie die Aussage: „Empfangshallen sind heute als Durchgangsräume zur Stadt zu betrachten.“

Innovative Ausprägungen

Zeitgemäße Empfangshallen sollen helfen, einen gelungenen ersten Eindruck vom Inneren des Hotels zu festigen und Schwellenängsten vorzubeugen.

Co-Working-Space



Neben dem Home-Office können Gäste und Betriebsbesuchende, die zum Arbeiten auf Hotels ausweichen, oft auch die Hotelhalle als Co-Working Space sogar mit exklusiven Buchungsoptionen nutzen.

Open Lobby und Food Market

Immer häufiger gestalten Hotelbetriebe ihre Hotelhallen auch zu Food Markets mit Wohnzimmerflair um. Dabei werden Chill-out-Lounge-, Bar-, Café-, Restaurant- und Einkaufsbereiche fließend miteinander verbunden und mit Spielbereichen sowie Club- und Bühnenelementen angereichert. Solche Konzepte orientieren sich z. B. in Flughafen-, aber auch Ferienhotels an den All-Day-Gewohnheiten und Bedürfnissen von Gästen und Betriebsbesuchenden einerseits, sollen andererseits aber auch für **Wow-Effekte** und besondere Erlebnisse sorgen.



Ein Co-Working-Space ist ein flexibler und effizienter Arbeitsort für Freiberufler, Unternehmer, Start-ups und auch größere Unternehmen, die ihren Mitarbeitenden eine alternative Arbeitsumgebung bieten möchten. Durch die gemeinsame Nutzung von Ressourcen und die Möglichkeit, sich mit anderen Anwesenden zu vernetzen, können Co-Working-Spaces eine dynamische und inspirierende Umgebung für produktives Arbeiten schaffen.

Der „Wow-Effekt“ bezieht sich auf eine unmittelbare, beeindruckende Reaktion oder emotionale Resonanz, die durch etwas Außergewöhnliches, Überraschendes oder besonders Beeindruckendes ausgelöst wird. Es ist eine starke und positive emotionale Reaktion, die oft mit Staunen, Bewunderung oder Faszination verbunden ist.

2.6 Arbeitsmittel und -ausstattung am Empfang

Eine effektive Arbeitsplatzgestaltung am Empfang ist von entscheidender Bedeutung für die lückenlose Gästebetreuung vor, während und nach dem Aufenthalt. Die Gestaltung und Ausstattung dieses Arbeitsbereichs kann sowohl die Arbeitsleistung der Mitarbeitenden als auch die Zufriedenheit der Gäste maßgeblich beeinflussen. Ergänzt mit einer ansprechenden Arbeitsatmosphäre sorgen die Motivation und das Wohlbefinden der Empfangsmitarbeitenden dafür, dass Gäste den Wunsch verspüren, sich an das Hotel zu binden und zu Stammgästen zu werden.

Informationsmittel

Informationsmittel am Empfang bezeichnen alle Arten von Werkzeugen, Medien oder Ressourcen, die verwendet werden, um Informationen zu sammeln, zu speichern, zu verarbeiten, zu übertragen oder zu präsentieren. Informationsmittel am Empfang können physischer oder digitaler Natur sein und reichen von traditionellen Medien wie Katalogen, Nachschlagewerken, Zeitungen und Zeitschriften bis hin zu modernen Technologien wie Computern, Datenbanken, Internet oder Cloud-basierten Sprachservices mit KI. Informationsmittel dienen dazu, Wissen aufzufrischen bzw. zu vermitteln, die Gäste- als auch die Teamkommunikation zu erleichtern und den Zugang zu Informationen sowohl für alle Gäste als auch für die Teammitglieder anderer Bereiche und Abteilungen zu ermöglichen. Darum neigen immer mehr Hotels dazu, sämtliche Informationsmittel für Gäste in einer digitalen Guest Directory oder einer digitalen Gästemappe zu bündeln, während die Empfangsmitarbeitenden und andere Teammitglieder über ein Intranet oder eine Betriebs-App verfügen.

Digitale Gästemappe

Gäste erwarten digitale Services wie die digitale Gästemappe, da Smartphones und Tablets nahezu ständige Begleiter geworden sind. Darum setzen viele Hotels auf das Motto „Bring Your Own Device“ (BYOD) und stellen Gästen alles Wichtige rund um ihren Aufenthalt auf deren eigenen Smartphones und Tablets zur Verfügung:

- **Gästeinformation**
Gästeinformationen von A bis Z, Angebote, Telefonnummern, (E-Mail-) Adressen, Hygieneregeln, Speisekarten, Tagesprogramme u. v. m.
- **Digitaler Reise- und Aufenthaltsguide**
Maßgeschneiderte Tipps zu Sehenswürdigkeiten, Ausflügen, Touren, Veranstaltungen, Konzerten, Shopping, Wetter u. v. m.
- **Anfragen, Buchungen und Reservierungen**
Interaktive Formulare für Buchungen wie Spa-Termine, Frühstücksreservierungen oder Anfragen für situative Angelegenheiten u. v. m.
- **Digitale Dienstleistungen und Services**
Interaktive Formulare für Late-Check-out-Anfrage, Zimmerreinigung abbestellen, Room Service bestellen, Meldeschein oder Gästedaten ausfüllen u. v. m.

- Stammgäste tragen dazu bei, dass Kosten gesenkt werden können, da der Arbeitsaufwand bei ihnen bekannt und daher planbar ist. Bei Neugästen werden Empfangsmitarbeitende oft vom (noch) unbekanntem Arbeitsaufwand überrascht und müssen situativ improvisieren.



- **Chat-Funktion und Push-Nachrichten**
Gäste können Betriebsansprechpartner via Chat-Funktion erreichen und/oder erhalten Push-Benachrichtigungen mit Link zur Gästemappe z. B. vor der Anreise
- **Zeitungs- und Zeitschriftenkiosk**
Tageszeitungen, Zeitschriften oder Inhouse-Gästemagazine mit Wochenprogramm
- **Veranstaltungen und Inhouse-Events**
Kulinarische Aktionen, Happy Hour an der Bar, Sportkurse, Wellness-Programme, Tagesmenü für Feriengäste u. v. m.
- **Werbematerialien**
Kataloge, Prospekte z. B. von Partnerhotels, Broschüren u. v. m.
- **Feedback und Bewertungen**
Vorlagen für aufenthaltsbezogene Feedbacks und Bewertungen

Betriebliches Intranet bzw. Mitarbeitenden-App

Eine gelungene Guest Journey ist eine Teamleistung. Jeder einzelne Mitarbeitende wird dafür gebraucht. Durch die vielen Beteiligten wird die Arbeit aber auch komplexer, aufwendiger und tendenziell fehleranfälliger. Digitale Tools zur Aufgabenerfüllung, Ideenfindung und Terminorganisation unterstützen nicht nur die Organisation von ganzen Bereichen bis hin zu einzelnen Arbeitsabläufen, sondern helfen auch die Teamkommunikation transparent, ortsunabhängig und sicher zu gestalten. Zu den typischen Bereichen eines betrieblichen Intranets bzw. zu den Tools einer Mitarbeitenden-App gehören:

- **Wissensmanagement**
Handbücher, Checklisten, Mitarbeitenden- und Azubitrainings
- **Kommunikation**
Digitales schwarzes Brett (Informationen, Memoranden, Ankündigungen, Feedback und Verbesserungen, Auszeichnungen und Beförderungen, offene Stellen, Werbung für Mitarbeitenden-Benefits)
- **Dienst-, Urlaubs- und Freizeitplanung**
Digitales Planungstool inklusive Wunschbriefkasten, Änderungsanzeige und Zeiterfassung inkl. Überstunden
- **Reparatur und Wartung**
Reporting über den Zustand von öffentlichen und nichtöffentlichen Bereichen, der Zimmer und anderer Bestandteile des Betriebs, Terminierung von Instandhaltung, Wartung und Reparatur



Digitale Ordnungs- und Organisationsmittel

Ordnungsmittel am Empfang dienen dazu, den Arbeitsbereich analog oder organisiert zu halten und den Empfangsmitarbeitenden dabei zu helfen, ihre Arbeitsaufgaben effizient und ressourcenschonend zu erledigen. Viele Hotels verfolgen deswegen die Strategie des „papierlosen bzw. digitalen Hotels“ und haben die wesentlichen Ordnungsbereiche und damit auch Ordnungsmittel am Empfang digitalisiert. Dafür benötigt werden: