

Hallo... Hier bin
ich wieder!



Wissen ist Macht!

Die Gästekartei – unverzichtbar im erfolgsorientierten Betrieb

Die – selbstverständlich digitale – Gästekartei kann mehr als »nur« für bessere Kundenbindung sorgen. Wer es richtig angeht, hat mit ihr auch ein höchst nützliches Ruder an der Hand, um die künftige Strategieausrichtung seines Betriebes passgenauer einstellen zu können. Was für eine zeitgemäße Gästekartei nötig ist, welche Informationen man im Idealfall sammelt und welche Rolle der Datenschutz dabei spielen muss – HOGAPAGE hat die besten Tipps. *Text: Petra Sodtke*

Ich hab noch mehr getan als nur gut kochen. Meine Philosophie war immer die Maßarbeit am Gast«, sagt Jahrhundertkoch und Branchenlegende Eckart Witzigmann. Daher habe er schon vor Jahrzehnten, zu Zeiten seines Restaurants Aubergine, begonnen, Karteikarten über seine Gäste zu führen, sagt er: »Darin haben wir deren Vorlieben und die konsumierten Gerichte notiert, den Tag ihres Besuchs, die Unverträglichkeiten, welchen Wein sie zum Essen hatten und auch, was sie nicht mochten. Ebenso die Geburtstage, um einen Kartengruß senden bzw. im Lokal mit Gugelhupf und Blumen überraschen zu können.«

Witzigmann ist bekannt dafür, ein guter Zuhörer zu sein – die Grundlage, um Gästen beim nächsten Besuch die vielzitierten »Wünsche von den Lippen ablesen« zu können. Denn die für den Service relevanten Details aus den persönlichen Gesprächen und Interaktionen zwischen Gastgeber und Kunden



Für Alexander Ehrhart ist eine Gästekarte ein wichtiges Informationstool für die Mitarbeiter.

fanden regelmäßig ihren Eingang in die Gästekartei – die perfekte Gedächtnisstütze fürs Team zur individuellen Vorbereitung. Genau dieser aufmerksame Service kann ausschlaggebend dafür sein, wiederzukommen, wieder zu buchen, weiterzuempfehlen. Im Hotel-Betrieb ist das nicht viel anders: Das Extra-Daunenkissen genau wie beim letzten Mal und ohne eigenes Zutun automatisch vom Personal gerichtet, das kommt an. Witzigmann: »Der Gast ist der beste Multiplikator, um neue Gäste dazuzugewinnen.«

Warum die Gästekartei heute unersetzlich ist

Was man früher auf handgeschriebenen Karten oder in Excel-Listen zusammentragen musste, erfolgt heutzutage über modernste Informatik-Technologien: Die Eingabe der Daten geht automatisch (ab Zeitpunkt der Buchung über die gesamte Customer Journey hinweg: Name, Telefonnummer, Mailadresse, Interessensabfrage, Surf- und Buchungsverhalten usw.) sowie manuell durch das Personal (z.B. »Gast will jeden Tag frische Handtücher«, »Gast leiht sich Fahrrad aus und macht eine Biketour«). Durch entsprechende Programmierung bzw. Motiv-Vergabe wird das Housekeeping via Gästekartei informiert und handelt entsprechend, und der radsportbegeisterte Kunde qualifiziert sich als Empfänger des Newsletters »Aktiv- und Sporttage im Hotel XY«, erklärt Alexander Ehrhart, Geschäftsführer der Casablanca Hotelsoftware GmbH.



Eckart Witzigmann

Meine Philosophie war immer die Maßarbeit am Gast

Jana Popp vom Best Western Plus Kurhotel an der Obermaintherme

schildert ihre Praxis-Erfahrungen mit der digitalen Gästekartei: »Sie ist für uns ein zentrales Hilfsmittel für den bestmöglichen Service beim wiederholten Aufenthalt der Gäste. Mit ihr können wir maßgeschneiderte Angebote und zielgruppengerechte Newsletter senden statt ungefiltert alles an alle schicken zu müssen. Das bedeutet zeit- und kostensparendes Arbeiten.« Die Kunden werden nicht mehr mit für sie irrelevantem Material bombardiert, sondern punktgenau bedient: Der Sommer-Urlauber erhält Mailings exklusiv für »seine« Saison, der Wellness- oder Business-Reisende Newsletter mit Inhalten seinem Fokus entsprechend.

Eine weitere zentrale Funktion der Gästekartei: Seit jeher war sie auch Feedback-Quelle für den Unternehmer zur Optimierung der Speisekarte oder



Eine digitale Gästekartei ist für Michael Toedt ein Muss.

diverser Dienstleistungen. Sie offenbart, was gut ankommt und was weniger. Heutzutage lassen sich mit ein paar Klicks alle nötigen Aufzeichnungen verfü- und verwertbar machen. Christian Saliger, Director CRM & Loyalty bei der Steigenberger Hotels AG, gewährt Praxis-Einblicke: »Die zentrale Gästekartei ist für uns wichtige Basis für die individuelle Kundenansprache. Und sie ist Grundlage für unsere strategischen Entscheidungen und unsere zukünftige Ausrichtung im Sinne unserer Gäste.«

Stimmt die Basis nicht, bringt die dickste Kartei nichts

»Die digitale Gästekartei sollte das Herzstück eines Unternehmens sein«, sagt Michael Toedt, Managing Partner, CEO von dailypoint-Software made by Toedt, Dr. Selk & Coll (www.dailypoint.com), sie lohne sich für nahezu jeden Betrieb unabhängig von seiner Größe. Um sie auch wirklich nutzen zu können, reicht es aber nicht, einfach nur Informationen zu sammeln. Christian Saliger rät Branchenkollegen: »Besonders wichtig ist es auch, früh auf die

Datenschutz: nur nicht verzweifeln!

Seit Mai 2018 müssen sich Unternehmer an das EU-weit geltende, einheitliche Datenschutzrecht (DSGVO) halten. Die neuen Bestimmungen haben anfangs für viel Verunsicherung und mitunter etwas Panik unter den Unternehmern gesorgt – nicht zu Unrecht, denn ganz ohne ist das detaillierte Werkstück auch nicht. Bei Verletzung drohen empfindliche Strafen bis zu 20 Millionen Euro (!). Was sollte man in Hinblick auf die Gästekartei wissen? Man muss im Detail darlegen können, welche Gästedaten verarbeitet werden, wo diese liegen, wohin sie weitergegeben werden, und den Zweck der Verarbeitung angeben. Michael Toedt (dailypoint) empfiehlt, für die Erstellung dieses s.g. Verfahrensverzeichnisses – jener Liste, die ein Hotelier führen muss, um den Ist-Zustand der Datenverarbeitung im Betrieb abbilden zu können – einen externen Datenschutzbeauftragten zu engagieren.

Außerdem: Bisher genügte es, dass der Gast der Nutzung seiner Daten nicht aktiv widersprach, heute ist die aktive Einwilligung erforderlich. In Gästekarteien werden notwendigerweise personenbezogene oder gar sensible Daten (Name, Adresse, E-Mail-Adresse, Kfz-Zeichen, Gesundheitsdaten etc.) verarbeitet. Daher ist

es unumgänglich und Chefsache, sich mit der Thematik vorab intensiv auseinanderzusetzen und sich interne und ggf. auch externe Datenschutzbeauftragte als Unterstützung zu suchen. Eine gute Anlaufstelle sind die nationalen Hoteliersvereinigungen und Vereine mit ihren übersichtlichen Broschüren, FAQs, Checklisten, Muster für Einwilligungserklärungen.

Privatsphäre zu schützen ist selbstverständlich

Christian Saliger (Steigenberger Hotels AG): »Die Privatsphäre unserer Kunden zu schützen, hat für uns oberste Priorität. Dies gewährleisten wir u.a. durch eigene Datenschutzbeauftragte, die für die Einhaltung der Verordnung zuständig sind. Unser CRM-System ist hierbei ein wichtiges Instrument und hilft uns, Anfragen schnell zu beantworten. Hier gibt es also mehrere Hände, die zusammenwirken und ineinandergreifen, die für die Rechtssicherheit sorgen.« Toedt empfiehlt: »Hoteliers haben einen Anspruch auf eine rechtskonforme Software, der Datenschutz ist

in jeder Software schon konzeptionell zu berücksichtigen (Privacy by Design). Es sollten nur Anbieter und Produkte eingesetzt werden, die eine rechtskonforme Software bieten können. Es ist davon auszugehen, dass EU-Software-Unternehmen, die sich schon seit Jahren mit dem Thema Datenschutz befassen müssen, besser gerüstet sind als solche, für die die komplexe DSGVO völliges Neuland darstellt.«

Web-Tipps: Datenschutz & Gästekartei

YouTube

»DSGVO Datenschutzgrundverordnung in 3 Minuten«, Wirtschaftskammer NÖ Musterdokumente (Einwilligungserklärung), Checklisten, Verzeichnisse, FAQs:

www.wko.at/branchen/tourismus-freizeitwirtschaft/datenschutz.html

DEHOGA

Musterdatenschutzzerklärung
Gastronomie:

www.dehogasaar.de/media/19447/Datenschutzzerklärung-Impressum.pdf

Datenqualität in der Gästekartei zu achten, denn die saubere Basis ist entscheidend für den späteren Erfolg.«

Leider hapert es in der Realität gerade bei diesem Punkt, denn sehr viele Betriebe haben ein massives Datenproblem, weiß Michael Toedt: »Da sieht man häufig falsche oder unvollständige Gästeprofile, oder ein Gast hat mehr als nur ein Gästeprofil, gepaart mit manuellen Fehlern. Außerdem betreiben selbst Einzelbetriebe oft mehr als 15 verschiedene Systeme mit relevanten personenbezogenen Daten.« Die Gästekartei kann man in solchen Fällen brav füttern, wie man will - der Output wird trotzdem unbrauchbar.

Was also tun? Zunächst sollte man sich einen seriösen Anbieter für Qualitätssoftware suchen (Tipp: Empfehlungen der nationalen Hoteliersvereinigungen checken). Kleinere Betriebe mit weniger Budget sollten sich an dieser Stelle nicht abschrecken lassen: Schon ab circa 300 Euro Einmalkosten ist man dabei, sagen die von HOGAPAGE befragten Software-Anbieter - das sollte auch für kleinere Betriebe leistbar sein. Jana Popp (Kurhotel Obermaintherme): »Die Investition in die digitale Gästekartei zahlt sich langfristig auf jeden Fall aus.«

Mit dem geeigneten Software-Partner geht es nun an die digitale Frischzellenkur im Unternehmen, erklärt Toedt: »Wichtige Punkte: die Erarbeitung einer zentralen digitalen Gästekartei (zentrales Daten-Management), wo alle Daten des Gastes an einer Stelle konsolidiert werden, die automatische Datenbereinigung und -Strukturierung (Duplikate zusammenführen, Fehler korrigieren) sowie die Sicherstellung, dass das zentrale Gastwissen überall im Betrieb einsetzbar wird. Damit erreichen Hotels eine Datenbasis, die ihnen zu strategischen Entscheidungen, zufriedenen Gästen, korrekten Analysen und einem personalisierten Sales- und Marketingansatz verhilft.«

Persönliche Ansprache ist wichtiger als die Kartei

Bleibt noch ein Punkt, und zwar ein essenzieller. Die perfekte Vorbereitung

mittels Gästekartei zählt nichts, wenn das Persönliche auf der Strecke bleibt. Das sagt Eckart Witzigmann: »Auch der Ansprechpartner des Gastes bei uns im Restaurant musste stets freundlich sein und immer den richtigen Ton treffen. Das fängt schon am Telefon an. Ebenso die Verabschiedung, wir haben die Gäste bis zum Taxi begleitet, bei Regen auch mit Schirm.« Jana Popp: »Bei aller Wichtigkeit der Digitalisierung: Die persönlichen Ansprechpartner, die Hotel-Mitarbeiter, bleiben in der Dienstleistungsbranche zentral. In unserem Hotel haben wir trotz digitaler Gästekartei und all den tech-

nischen Erleichterungen nach wie vor ein großes Rezeptionsteam.« Das Herzstück ist die Gästekartei, aber Herz zeigt und lebt das Personal. ■

Adressbox

**Best Western Plus Kurhotel
an der Obermaintherme**
www.kurhotel-staffelstein.de

Steigenberger Hotels AG
www.deutschehospitality.com

GEHEN SIE AUF NUMMER SICHER



VEGA

Immer eine Idee mehr

Immer eine Idee mehr: Das Produktionsverfahren VEGA Duo Protect macht die Glas-Serie SURINA erheblich bruchsicherer als herkömmliches Glas. Eine Investition, die sich langfristig rechnet!

www.vega-direct.com