

Leseprobe

Hotelbetriebswirt (IST-Diplom)

Studienheft

Hotelorganisation

Autorin

Simone Sörström (Diplom-Kauffrau)

Kapitel 1

- 1. Die grundlegende Struktur des Hotelbetriebes**
 - 1.1 Der Beherbergungsbereich**
 - 1.1.1 Der Empfangsbereich
 - 1.1.2 Der Etagenbereich
 - 1.2 Der Bewirtungsbereich**
 - 1.3 Der Veranstaltungsbereich**



1.1 Der Beherbergungsbereich

Der Beherbergungsbereich umfasst die baulichen Anlagen und die Dienstleistungen des Hotelpersonals, die mit der Nutzung von Räumlichkeiten im Zusammenhang mit dem kurzfristigen und vorübergehenden Aufenthalt von Gästen verbunden sind.

Beherbergungsbereich

Beherbergungsbereich				
Bauliche Anlagen (Hardware)			Dienstleistungen des Hotelpersonals (Software)	
Hotelzimmer	Sonstige bauliche Anlagen		Empfangsbereich	Etagenbereich
Produktive Flächen	Produktive Flächen	Unproduktive Flächen		

Tab. 1 Aufteilung des Beherbergungsbereichs (vgl. HENSCHEL 2013, S. 57)

Hierbei sind unter baulichen Anlagen folgende Bereiche zu verstehen:

- Gästezimmer
- Etagenflächen
- Empfangsbereich/Lobby
- öffentliche Bereiche
- Tagungs- und Banketträumlichkeiten
- Sport- und Wellnesseinrichtungen
- Technik- und Betriebsräume
- Garagen und Parkplätze
- sowie weitere Räume wie z. B. Ladengeschäfte oder Büros

Unter all diesen baulichen Anlagen stellen die Gästezimmer den bedeutsamsten Teil für den Beherbergungsbereich dar. Der Gast nutzt diese Räumlichkeiten als Schlaf-, Wohn- oder Arbeitsfläche, womit die Zimmer den unterschiedlichsten Ansprüchen gerecht werden müssen. Hieraus ergeben sich die verschiedenen Flächen innerhalb eines Hotelzimmers, wie z. B. der Schlaf-, Sanitär-, Wohn- und Arbeitsbereich. Aus diesen Nutzungsmöglichkeiten eines Hotelzimmers lassen sich unterschiedliche Notwendigkeiten für verschiedene Marktsegmente ableiten. Vergleicht man ein Stadt-/Businesshotel mit einem Ferienhotel, so sind in ersterem sicherlich die Arbeitsmöglichkeiten stärker ausgeprägt als der Wohnbereich.

Nutzungsmöglichkeiten Hotelzimmer



1. Die grundlegende Struktur des Hotelbetriebes

Unter Gasträumen (oder auch Gastbereich) versteht man generell alle Räume, die den Gästen zugänglich sind. Als Gästezimmer bezeichnet man die Wohn- und Schlafräume der Gäste. Je nach der Ausstattung mit Schlafgelegenheiten kann man folgende Einteilung vornehmen:

- a) Einzelzimmer, die mit einer Schlafgelegenheit ausgestattet sind (Single Room)
- b) Doppelzimmer, die für zwei Personen Schlafgelegenheiten bieten, wobei die Betten zusammenstehen (Double Room)
- c) Zweibettzimmer, die ebenfalls zwei Schlafgelegenheiten enthalten, die jedoch nicht zusammenstehen müssen (Twin Bed Room)

Drei- und Mehrbettzimmer sind eher seltener.

Die Zimmerausstattung erfolgt nach verschiedenen, aber meist gleichzeitig zu beachtenden Kriterien:

- Anspruch der Gäste (auch unterschiedliche Zielgruppen, z. B. Geschäftsreisende versus Urlauber oder spezielle Zielgruppen wie Familien oder Gäste mit körperlichen Beeinträchtigungen)
- Sicherheitsaspekte
- Raumbedarf
- Finanzierungs- und Wirtschaftlichkeitsüberlegungen

Die zuvor genannten Grundfunktionen eines Gästezimmers (Wohn-, Schlaf- und Sanitärbereich) sind je nach Klassifizierung mit Minimalausstattungen belegt. Jedes Angebot, das über dieses Minimum hinaus geht, kann vom Hotel besonders beworben werden, um sich im Angebot von der Konkurrenz abzuheben (z. B. Föhn, Minibar, Wireless LAN, Balkon/Terrasse etc.).



Praxisbeispiel

In Europas Metropolen werden seit zwei Dekaden die Hotelzimmer immer kleiner. Furore machten in den Nullerjahren die Billighotels, die sich viel aus Japan abgeguckt hatten. Zum Beispiel die Easyhotels des britischen Easyjet-Unternehmers Stelios Haji-Ioannus, die für rigorose Systemgastronomie bekannt sind und normierte Zellen, die nicht mehr als 7,5 Quadratmeter messen.

Längst hat sich das Konzept Minizimmer weiterentwickelt. Es wird nun in der coolen Designversion überall da angeboten, wo die Immobilienpreise in den Himmel schießen. Die Rechnung ist ganz einfach: Viele kleine Zimmer in einem Gebäude in Amsterdams oder New Yorks Innenstadt zu saisongerechten Preisen bringen mehr als größere Gemächer zu sehr hohen Raten.



Praxisbeispiel (Fortsetzung)

Herausgekommen ist dabei die Idee des Mikrohotels, das wie alles zurzeit nur auf eine Zielgruppe schießt: die Millennials, auch Generation Y genannt, deren älteste Vertreter inzwischen auch schon die 35 überschritten haben.

100 Euro für ein Kabuff

Gegen den Charme privater Wohnungen von ortskundigen Vermietern stemmt sich das Hotelgewerbe mit durchdesignten Mikrohotels. Zwar sind die Zimmer aus Renditegründen geschrumpft. Bei Marriott ist ein Standardzimmer um die 28 Quadratmeter groß, die Mikrohotel-Marke Moxy kommt jedoch mit 17 Quadratmetern aus. Es geht auch noch kleiner: Die New Yorker Pod-Hotels packen bei einem Einzelzimmer alles auf sechs Quadratmeter, andere Ketten bringen auf sieben Quadratmeter zwei Personen unter.

Doch diese Minizimmer dürfen auf keinen Fall billig aussehen und müssen Extras bieten. Wer mehr als 100 Euro pro Person für ein Kabuff ausgibt, will nicht den Charme einer Jugendherberge, sondern eine Hightech-Kabine. Gratis-WLAN gehört bei allen zum Standard, kostenlose Minibar oder Snacks sowie Filme bieten vor allem die teureren Mikrohotels an. Integrierte Flachbildschirme, iPod-Docks sowie alle gängigen Anschlüsse für Computer sind selbstverständlich. Einen Safe für Laptops gibt es außerdem bei Yotels.

Während die Gästezimmer der Mikrohotels also immer mehr zu stylischen Hightech-Kabinen mutieren, fließen die öffentlichen Räume, also Lobby, Rezeption und Café, Bar beziehungsweise Restaurant, ineinander. Grenzen gibt es nicht mehr, genauso wenig wie das gute alte Check-in mit richtigem (teurem) Personal. Insider sprechen nicht mehr von Lobby oder Restaurant, sondern Neudeutsch vom „Living Room“, wo die Gäste - die so begehrten Millennials - an großen Tischen snacken, in Sofazonen kommunizieren und Mails checken und in anderen Bereichen automatisch einchecken oder spielen.

Wie sehr nicht nur junge Ketten wie Yotel, CitizenM oder Pod mit dem Trend Mikrohotel den Ton angeben, ist an den Hotelriesen abzulesen. Marriott sprang auf den Zug auf, als es bereits Ende 2014 sein erstes Moxy Hotel in Mailand einweihte. Geplant ist, innerhalb der nächsten zehn Jahre die Welt mit 150 Häusern zu überziehen. Demnächst zieht Hilton mit der neuen Mikrohotel-Marke Tru by Hilton nach. Auch hier werden ehrgeizige Ziele verfolgt, die Rede ist von 189 Tru-Häusern, die in naher Zukunft eröffnen sollen. Mikrohotels werden also bald kein Trend mehr sein, sondern Mainstream.

(Quelle: <http://www.spiegel.de/reise/aktuell/microhotels-trend-zu-kleinen-hotelzimmern-a-1087018.html>)

1. Die grundlegende Struktur des Hotelbetriebes

Produktive und unproduktive Flächen

Wie aus der Abbildung „Aufteilung des Beherbergungsbereichs“ hervorgeht, teilen sich die baulichen Anlagen in produktive und nicht-produktive Fläche auf. Die zuvor beschriebenen Gästezimmer nehmen den Großteil der produktiven Fläche ein, d. h. mit diesen Flächen wird ein (Logis-)Umsatz erzielt. Ebenfalls zu den produktiven Flächen zählen die Bereiche, in denen zusätzlich Umsätze generiert werden können, wie z. B. Ladenlokale oder Wellness-Einrichtungen. Manchmal werden diese Bereiche an Dritte verpachtet (siehe auch Kapitel 6 „Outsourcing in der Hotellerie“)

QV

Die unproduktiven Flächen, zu denen u. a. die Offices – also die Büros der Abteilungen Empfang und Housekeeping – sowie Technik- und Etagenflächen sowie Betriebsräume zählen, sind für reibungslose Abläufe notwendig. Jedoch lassen sich mit diesen Flächen keine Umsätze erzielen, sodass es im Sinne des Hoteliers ist, diese Flächen so gering wie möglich zu halten. Oftmals besteht ein direkter Zusammenhang zwischen der Kategorie/dem Standard eines Hauses und dem Umfang dieser Flächen (je einfacher die Kategorie, desto kleiner die Flächen).

Die für den Beherbergungsbereich ausschlaggebenden Dienstleistungen werden in folgenden Abteilungen erbracht:

- Empfangsbereich (oder auch Front Office)
- Etagenbereich (oder auch Hausdamenbereich/Housekeeping)

1.1.1 Der Empfangsbereich

Der Empfang ist die zentrale „Kontakt- und Anlaufstelle“ für Gäste – nicht nur zu Beginn und während des Aufenthalts, sondern bereits vor der Anreise. Die Begriffe Empfangsabteilung, Front Office und Logis-Bereich werden gleichermaßen hierfür genutzt und beschreiben ein und dieselbe Abteilung.

Die Aufgaben des gesamten Empfangsbereichs lassen sich grob wie folgt beschreiben:

- Pflege der Verkaufsplattformen (mit tagesaktuellen Preisen)
- Beantworten und Bearbeiten von Reservierungsanfragen
- Verkauf von Gästezimmern unter der Berücksichtigung der aktuellen Nachfrage- und Buchungssituation
- Empfang der Gäste (Check-in)
- Betreuung der Gäste während ihres Aufenthalts (Guest Relation)
- Erbringen von Serviceleistungen

1. Die grundlegende Struktur des Hotelbetriebes

- Erstellen von Hotelrechnungen und Abrechnung derselben (Check-out)
- Erstellen von Tagesabschlüssen
- Erstellen von Statistiken
- Zusammenarbeit mit Reisebüros und Kreditkartenunternehmen (jeweilige Abrechnungen)
- Informationsstelle für weitere Hotelabteilungen

Um diesen vielfältigen Aufgaben gerecht werden zu können, stellt sich das Organigramm einer Empfangsabteilung sehr vielschichtig dar, wie dieses Beispiel zeigt:

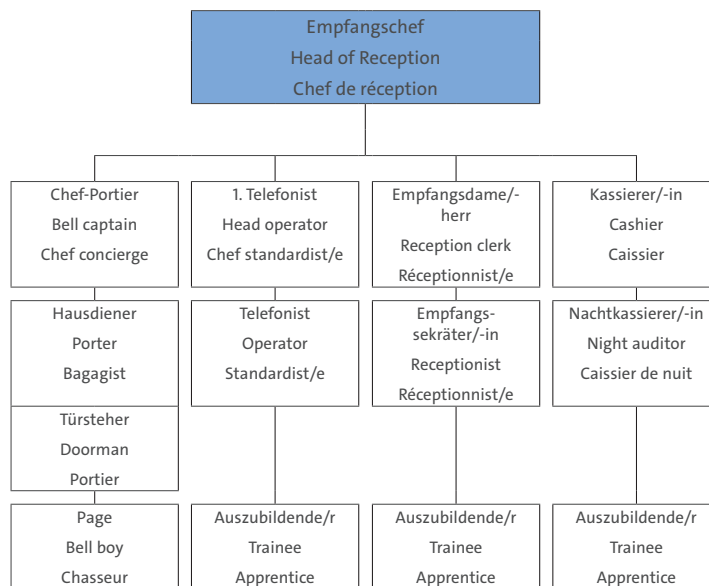


Abb. 1 Organigramm einer Empfangsabteilung (eigene Darstellung)

Wie in der oben exemplarisch aufgeführten Abbildung „Organigramm einer Empfangsabteilung“ dargestellt, sieht die klassische Arbeitsteilung im Empfangsbereich verschiedene Aufgabenbereiche vor. Im Folgenden finden Sie einen allgemeinen Auszug aus den Aufgaben am Empfangsbereich:

Arbeitsteilung im Empfangsbereich

1. Die grundlegende Struktur des Hotelbetriebes

1. Empfang/Rezeption:

Die wesentlichen Aufgaben bestehen in der Zimmerdisposition, der Kontrolle von Ankunft und Abreise der Gäste (Check-in und Check-out), der Gästekorrespondenz, der Pflege der Meldescheine, der Gästebetreuung, Führen einer Kasse und entsprechende Abrechnungen.

2. Nachtdienst/Night Audit:

Der Nachtdienst verbucht die vom Gast im Haus in Anspruch genommenen Dienstleistungen (Restanten), nimmt die Abrechnungen der anderen Abteilungen entgegen und verbucht diese, sofern dies nicht per sogenannten Interfaces durch die hauseigene IT-Struktur automatisch erfolgt. Er sorgt dafür, dass die täglichen Logisbuchungen vorgenommen sind, führt den Tagesabschluss durch (Nachtlauf und Datensicherung) und rechnet die Empfangskasse ab.

3. Concierge/Portiersloge:

Der Concierge kümmert sich sehr intensiv um die Gästebetreuung, händigt Zimmerschlüssel aus und trägt für die Gästepost sowie Zeitungen Sorge. Eine wesentliche Dienstleistung des Concierge ist das Organisieren von Theater-, Bahn- und Flugtickets sowie Tischreservierungen. Von ihm wird der Gepäckservice veranlasst; er koordiniert die Hausdiener und Pagen.

4. Telefonzentrale:

Aus der Telefonzentrale werden Gespräche weitervermittelt und Nachrichten an die Gäste weitergeleitet. Zudem wird hier der Telefax- und Telex-Service koordiniert. Außerdem ist die Telefonzentrale für Weckrufe verantwortlich.

5. Reservierung/Revenuemanagement:

Die Reservierung arbeitet im Gegensatz zum Front Office im sogenannten „Back of the House Bereich“ – d. h. hinter den Kulissen und ohne persönlichen Gästekontakt. Denn dieser findet hauptsächlich telefonisch oder mittels modernen Kommunikationsmitteln statt. Die Reservierungsabteilung ist für den Zimmerverkauf, die optimale Zimmerauslastung, die Bearbeitung von Anfragen, das Buchen und Bestätigen von Reservierungen sowie für die Erstellung von Belegungsvorschauen verantwortlich.

Im der Reservierungsabteilung ist auch das Revenue Management angesiedelt. Es arbeitet eng mit dem Verkauf und dem Front Office zusammen und ist dabei für die Pflege der Reservierungssysteme verantwortlich und aktualisiert täglich die wichtigen Daten in Bezug auf Raten, Belegungszahlen und Belegungszeiträume. Das Revenue Management ist maßgeblich für die Preisgestaltung im Hotel verantwortlich. Als Verantwortlicher hat der Revenue Manager immer ein Auge auf neue Vertriebskanäle. Unter Berücksichtigung der Jahresbelegung, Zimmerauslastung und der Durchschnittsrate RevPAR wirkt er bei der Erstellung des Logis-Budgets mit (vgl. auch Kapitel 5 „Kennzahlen in der Hotellerie“).

QV