



Links: Wurden für ihre Idee und ihre Mühen belohnt: HKK-Gründerinnen Andrea Pflieger (l.) und Gabriele Perklitsch.

Ganz links: Angeregter Austausch: Housekeeping-Kongress im Kultur- und Kongresshaus in St. Johann im Pongau.

Anlauf für neuen Selbstwert

St. Johann im Pongau: Erfolg für 1. Housekeeping-Kongress

Erstmals gab es eine fachliche Bühne für ein Berufsfeld, das normalerweise „nur“ diskret im Hintergrund arbeitet. Wie groß der Aufholbedarf an Standortbestimmung, Weiterbildung und Gedankenaustausch im Housekeeping, der Arbeit auf der Etage, in den Hotelwäschereien und den Gästezimmern ist, zeigte ein gut gebuchter und hervorragend besetzter Kongress zu diesem Thema in St. Johann im Pongau.

„Ich freu mich, dass mein Baby lebt“ – diese Worte kamen nicht von irgendwem. Irmi Schüttelkopf, Grande Dame des Housekeepings, setzte sich über jedes Konkurrenzdenken hinweg und lobte die Initiatorinnen Andrea Pflieger und Gabriele Perklitsch ausdrücklich und ehrlichen Herzens. „Alles, was dazu beiträgt, das Image der Zimmermädchen zu verbessern, findet meine volle Unterstützung, und das vorbehaltlos.“

Mit derartigem Lob ausgestattet, konnte der 1. Housekeeping-Kongress in St. Johann im Pongau nur mit einem restlos positiven Echo ausklingen. Dem Ver-

anstalter-Duo Pflieger-Perklitsch ist nicht nur gelungen, die Branche zu versammeln, sondern die Tagung auch mit interessanten Themen zu füllen.

Als erster Redner legte Josef Meringer ein flammendes Bekenntnis zu mehr Wertschätzung im Berufsbild des Housekeepings ab. Sein reicher Erfahrungsschatz aus vielen Berufsjahren in der internationalen High-Class-Gastronomie brachte zum Ausdruck, wie stark untergeordnet die Arbeit auf der Etage ist. Starre Hierarchien, mangelnde Transparenz, nicht stattfindende Kommunikation, enormer Budgetdruck – das sind nur die

Bilder: PRAXIS



Csilla Prosser, Hausdame im Hotel „Das Tigra“ in Wien.



Kurzweilig und attraktiv: die Modenschau für Berufsbekleidung.



Gut frequentiert: die Fachausstellung rund um den Housekeeping Kongress.

größten negativen Eckpunkte mit denen das Housekeeping auskommen muss. Als Ausdruck einer neuen Wertschätzung schlug Meringer die Umbenennung von Zimmermädchen in „Chambrice“ vor.

Die deutsche Expertin für Qualitätsmanagement Christine Klöber verdeutlichte auf nachvollziehbare Weise, um wie viel einfacher die tägliche Arbeit auf der Etage ist, wenn es gemeinschaftlich erarbeitete Qualitätsziele gibt. Qualität wird von jeder Person subjektiv empfunden und dennoch gilt im Hotel: Qualität ist genau das, was der Kunde da-



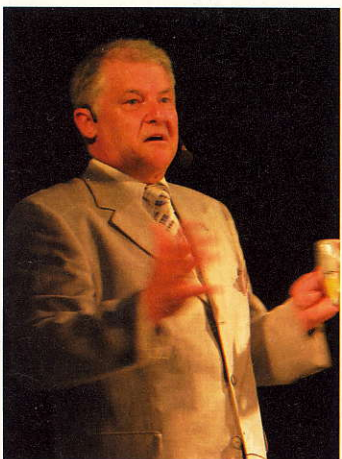
Aufmerksame Zuhörerin: Christine Hilebrand, Hausdame im Hotel Berghof in Lech.



Zufriedener Aussteller: Heinz Schüller vom gleichnamigen Hotel-Service aus Haid.



Irmi Schüttelkopf – die Grande Dame des Housekeepings – freute sich nicht nur, dass ihr Pioniergeist weitergetragen wird, sondern kündigte auch an, dass im Herbst die „ersten diplomierten Hausdamen“ in ihrem Schulungsunternehmen den Abschluss machen.



Verstand es nicht nur, das Publikum zu fesseln, sondern legte ein flammendes Bekenntnis für mehr Wertschätzung im Berufsbild des Housekeepings ab: Referent und Berater Josef Meringer.



Was ist Qualität? Christine Klöber führte souverän durch das Thema „Qualitätsdenken“ und seine subjektiven Ausformungen. Qualität ist schließlich, was der Gast dafür hält und wofür er letztendlich bezahlt.



„Verblüffen Sie mich, verkaufen kann jeder“, Daniel Zanetti, Keynote-Speaker aus der Schweiz, stellte den Aufenthalt eines Gastes im Hotel in den direkten Zusammenhang mit einer Liebesbeziehung.

für hält und wofür der Gast letztendlich auch zahlt. Und um Qualität zu bieten, muss man erst einmal wissen, was der Gast will. Danach sollten Standards vereinbart werden. Der Sinn dieser definierten Standards liegt vor allem darin, Fehler im Vorhinein zu vermeiden, als sie – wenn bereits geschehen – zu beheben. Klöbers Vortrag war mit zahlreichen Bildern gespickt, die zum Teil haarsträubende Situationen über Hygiene-Zustände illustrierten – aus der tatsächlichen Praxis wohlgemerkt.



Moderator Martin Ferdiny führte souverän durch die Veranstaltung.

Auch Keynote-Speaker Daniel Zanetti aus der Schweiz erfüllte die Erwartungen. Der Spezialist für Empowerment verstand es, das Publikum mitzureißen. „Verblüffung wirkt viel stärker als zehn Prozent Rabatt“, war eine seiner Kernaussagen. Um die Mitarbeiter-Gast-Beziehung ohne Umstände mit einer Liebesbeziehung zu vergleichen. „Die Beziehung zwischen Geschäft und Kunde ist wie die Beziehung zwischen Mann und Frau“, erklärte Zanetti. Von der Kennenlern- bis zur Trennungsphase verglich er jeden Prozess im Geschäft und mit dem im Ehebett. „Bis wir den Kunden haben, geben wir uns wahnsinnig viel Mühe, dann aber vergessen wir oft, ihn zu pflegen“, so lautete das Fazit seiner Lovestory. Um dennoch zu resümieren: „Wenn die Leistung stimmt, liegt im Tourismus das Geld auf der Straße.“



Expertinnen-Talk, v.l.n.r.: Monika Feuerstein (Hausdame im Kuschelhotel Gams in Bezau), Sabine Höß (Verkaufsleiterin des Bettwarenspezialisten Haidenthaler), Mary Barna (Hausdame der Schick-Hotels Stefanie, Capricorno und City-Central) und Elisabeth Preyer (Hausdame im Hotel Erzherzog Rainer).



Susanne Braun, Hausdame im Hotel Kaiserhof in Wien (I.), und Manuela Cziegler, Hausdame im Hotel Sonnentherme in Lutzmansburg.



HKK-Zitate

„Das Anforderungsprofil im Housekeeping ist ganz einfach: Alles vom Dach bis zum Keller.“ **Andrea Pfleger und Gabriele Perklitsch**

„Houskeeping-Management – ist das ein riesiger Berg Bügelwäsche, und da gehört Management dahinter?“

Moderator Martin Ferdiny als Eröffnungsfrage

„Ein Tadel tut immer weh, wie Ratschläge – das sind auch Schläge.“ **Josef Meringer**

„Qualität hat überhaupt nichts mit Qual zu tun.“ **Christine Klöber**

„Verblüffung wirkt nachhaltiger als zehn Prozent Rabatt.“ **Daniel Zanetti**

ADA-Guest-Supplies-Verkaufsleiter Ewald Heindl mit Marianne Buchegger von den Tourismusschulen Bischofshofen.

2008: Same time same station

Mit einem verblüffenden Rahmenprogramm ging der HKK dann in die kommunikative Phase. Eine attraktive Modenschau für Berufsbekleidung – begleitet durch Livemusik der Band „fantastic“ sorgte für angenehme Kurzweil, bevor der Galaabend auf dem Tanzparkett ausklang. Rund 150 Teilnehmer fanden den Weg nach St. Johann, was für die Premiere ein respektables Ergebnis ist. Dennoch haben sich die Veranstalter das Ziel für nächstes Jahr höher gesteckt. 200 Gäste sollen es werden. An neuen Themen wird bereits getüftelt. Der Termin für den 2. Housekeeping Kongress steht bereits fest: 9. und 10. Juni 2008, wieder im Kultur- und Kongresshaus in St. Johann im Pongau. Infos gibt es unter: www.housekeepingkongress.at und kann bereits gebucht werden. -sax-