

## „Stimme kommt von Stimmung“

Die Big Five für Hotellerie und Gastronomie Von Ortrud Tornow

Das ganze Leben ist ein Prozess wechselseitiger Wahrnehmungen. Jeder Mensch nimmt sein Gegenüber nach einem speziellen Muster und in dieser Reihenfolge wahr: Auftritt, Blickkontakt, Stimme und Inhalt. In der Gastronomie ist vieles kopierbar - nicht jedoch der Auftritt der Mitarbeiter. Zum Auftritt zählen die Körpersprache, die gepflegte Kleidung, Frisur, Gang, Körperhaltung, Gestik, Mimik und der Wortschatz. Passt der Auftritt der Mitarbeiter zum Image des Hauses? In unserem Kulturkreis signalisiert der Blickkontakt während des Gesprächs Aufmerksamkeit, Selbstsicherheit und Kompetenz. Wegschauen ist gleichbedeutend mit Unsicherheit, oft auch als Arroganz interpretiert. Das wiederum macht es schwer, eine vertrauensvolle Atmosphäre aufzubauen. Wie heißt es so schön? „Stimme kommt von Stimmung“, daher sind die Struktur des Betriebes und das Arbeitsumfeld wichtig. Wie ist die Stimmung des Mitarbeiters im Team? Denn eines ist sicher: Der Umgang mit Gästen spiegelt zu 100 Prozent das interne Betriebsklima wieder. Über welchen Sprachschatz verfügen Mitarbeiter? Hier sollte Wert auf die richtige Ausdrucksweise gelegt werden.

Werden „Stammkunden“ als Stammkunden erkannt und behandelt? Erhalten Gäste, die das erste Mal das Haus betreten, die Chance, gerne wiederzukommen? Jede gesellschaftliche Schicht hat ihre eigene Sprache und Körpersprache. Wie sicher sind die Mitarbeiter auf dem gesellschaftlichen Bankett? Sind diese vertraut mit Etiketteregeln und modernen wirksamen Kommunikationsmethoden und -techniken? Erfolg im Kundenkontakt setzt eine positive Kontaktfähigkeit voraus. Signalisieren und leben die Mitarbeiter die sogenannten „Big Five“? Die großen Fünf, das sind jene Eigenschaften, mit deren Hilfe wir uns und andere beurteilen - und zwar weltweit.

Gewissenhaftigkeit: Wie zuverlässig und organisiert ist mein Gegenüber?  
Verträglichkeit: Wie geht er mit anderen um?  
Offenheit für Neues: Ist er bereit, etwas auszuprobieren?  
Emotionale Stabilität: Ist er zufrieden, ausgeglichen und selbstsicher?  
Extraversion: Hat mein Gegenüber viel Energie? Geht er schnell auf andere zu?



Übrigens: Aktuelle Studien aus der Sozialpsychologie beantworten die Frage „Wie kommt das Dienstleistungsgewerbe zu einem besseren Einkommen?“ Taxifahrer, Friseure oder Servicekräfte - eigentlich alle Mitarbeiter, die Kundenkontakt haben, sollten ihre Kunden im positiven Sinne im Verhalten nachahmen. Mimikry, der Fachbegriff für Nachahmung, schaffe ein Band zwischen den Menschen und lasse sie großzügiger werden. Nach Untersuchungen lässt sich das Verhalten im Kundenkontakt mit dem Verhalten von Delphinen und Haien vergleichen: Mitarbeiter, die im Team als „Delphine“ auftreten und agieren, können danach nur gewinnen. Delphine sind: sympathisch, freundlich, kooperativ, kommunikativ, sozial, fürsorglich, teamfähig, beziehungsstark, mutig, schnell, kraftvoll, ausdauernd, selbstbewusst, attraktiv, lernfähig, strategisch überlegen, intelligent, taktisch klug, entscheidungsfähig, anpassungsfähig. Ganz im Gegensatz zu Haien: Haie besiegen ihre Kunden.