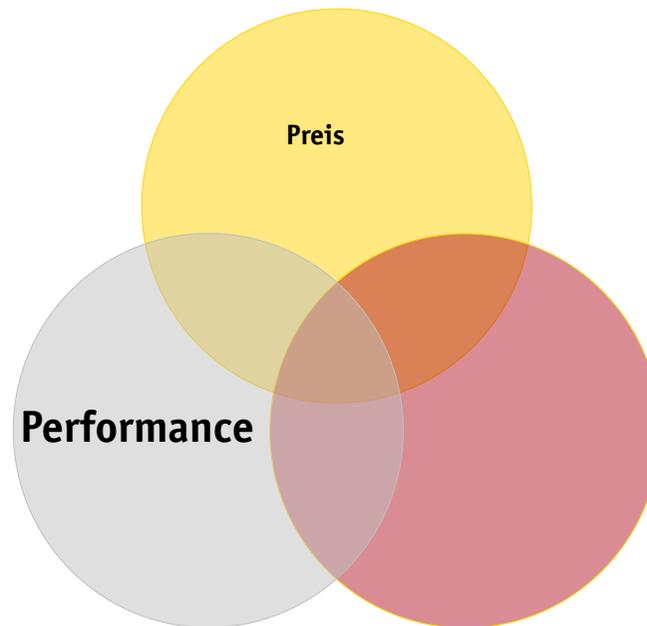




**Kaufentscheidungen werden maßgeblich durch drei Kriterien beeinflusst:**



**Kunden/Gäste/Patienten - Nutzen ergibt sich aus diesen drei Komponenten!**



Spät zu Mittag essen oder sehr früh zu Abend?  
Wir freuen uns auf Sie pausenlos und täglich  
von 12.00 bis 22.00 h!

"Wer gegen den Strom schwimmt, kommt schneller zur Quelle!"

Mehr und mehr Kollegen schränken ihre Öffnungszeiten ein  
und haben gar schon zwei Ruhetage eingeführt.

Bei uns stehen Ihnen Küche, Keller und Service stets zu Diensten,  
an sieben Tagen in der Woche von 12.00 h bis 22.00 h.

Fürs verspätete Mittagsmahl genauso wie  
fürs frühe Abendessen.  
Ab sofort!



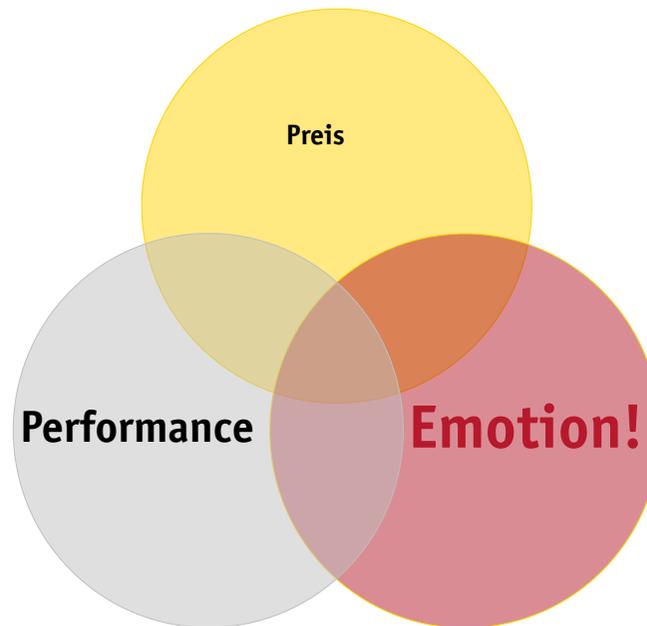
RESTAURANT  
**unvergesslich**

Öffnungszeiten	Opening hours
Täglich von 11.00 Uhr morgens bis 24.00 Uhr nachts gibt es die Leckereien von der kleinen Karte.	Appetisers from the small snack menu are available daily from 11 am to 12 midnight.
Von 12.00 bis 14.00 Uhr und 18.00 bis 22.30 Uhr gibt es das volle Programm an Köstlichkeiten.	The full range of delicacies is available from midday to 2.00 pm and from 6.00 pm to 10.30 pm.
Guten Appetit wünscht das Schindlerhof-Team!	The Schindlerhof team would like to wish you bon appetit!

 Schindlerhof



**Kaufentscheidungen werden maßgeblich durch drei Kriterien beeinflusst:**



**Kundennutzen ergibt sich aus diesen drei Komponenten!**



# Erlebnisse & Emotionen



Kundenbegeisterung entsteht

1. durch die Summe  
gut balancierter Details  
im Ambiente (*Erlebnisse*)
2. und im Verhalten  
der MitarbeiterInnen! (*Emotionen*)





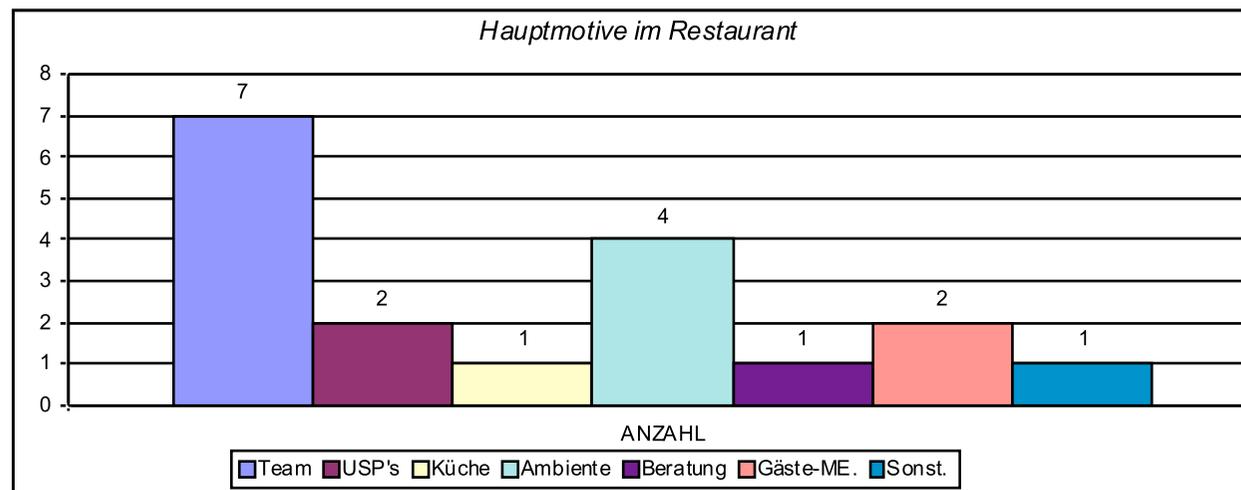
## AUSWERTUNG KUNDENZUFRIEDENHEITSGESPRÄCHE

### RESTAURANT

Monat    Jahr  
07    2018

#### Frage 1

	Anz.	Team	USP's	Küche	Ambiente	Beratung	Gäste-ME	Sonst.
ANZAHL	7	7	2	1	4	1	2	1







**Beispiele:**

- \* Küchenplanung Nbg.
- \* Coplanning Fensterbau Luxemburg

# Alleinstellungsmerkmale

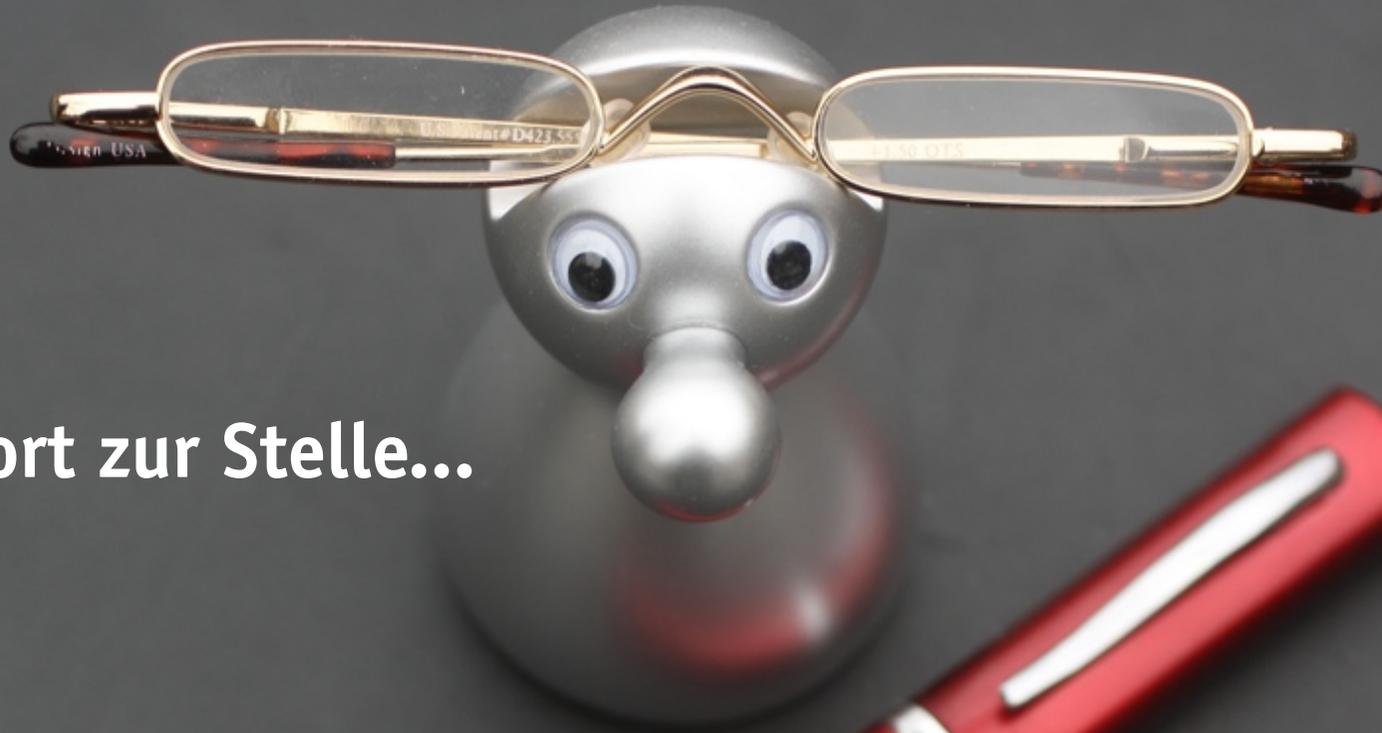
durch systematischen Aufbau hoher Service-Qualität



Details für alle Kunden gleich



Sofort zur Stelle...







Stets gut informiert...





**Radarfallen  
auf I-Pad**

**Staumeldungen  
dtto.**





## Dankbrief für rechtzeitige Bezahlung

Guten Tag, Herr Meier!

Wir möchten uns ganz herzlich bei Ihnen dafür bedanken,  
dass Sie unsere Rechnung so prompt beglichen haben!

Das ist in der heutigen Zeit alles andere als selbstverständlich...  
... und wir – als Mittelständisches Unternehmen - wissen dies wirklich  
sehr zu schätzen!

Als kleines Dankeschön möchten wir Ihnen unsere Schindlerhof  
Wellness CD schenken;

wir wünschen viel Freude und Entspannung zu der Musik!

Herzliche Grüsse aus dem Schindlerhof







Maracujá  
Passions  
Colúmbien

Chiquita

Chiquita

AVOCADO

# Alleinstellungsmerkmale

durch systematischen Aufbau hoher Service-Qualität



Individuelle Leistungen für Stammkunden

Details für alle Kunden gleich



# \*CRM-Tool seit 2000



**Schindlerhof**

**Kunden-Service**

Mitarbeiter -> Management-Tool  
Mitarbeiter -> Neuer Mitarbeiter  
Mitarbeiter -> Classification Tool

Kunden -> Profil-Management  
Kunden -> Neuregistrierung

Aktivitäten -> Aktivitäten anzeigen  
Aktivitäten -> laufende Aktivitäten  
Aktivitäten -> neue Aktivität erstellen  
Aktivitäten -> Bildbearbeitung

Abmelden

Schindlerhof Mitarbeiter  
Nicola Redjell

**In diesem Bereich können Sie die Daten des Kunden ändern**

Felder mit einem \* müssen ausgefüllt werden. Erlaubte Bildformate sind jpg und gif

Vorname \* Eugen

Nachname \*

Titel

Anrede \* Herr   
Sprache \* Deutsch

e-Mail-Adresse Eugen.\*

Telefon 06402/

e-Mail Newsletter \*  Ja  Nein  Kunde wünscht keine Mail

e-Mail Format  HTML  Text

Hinry  
Beispiel: 01791234567

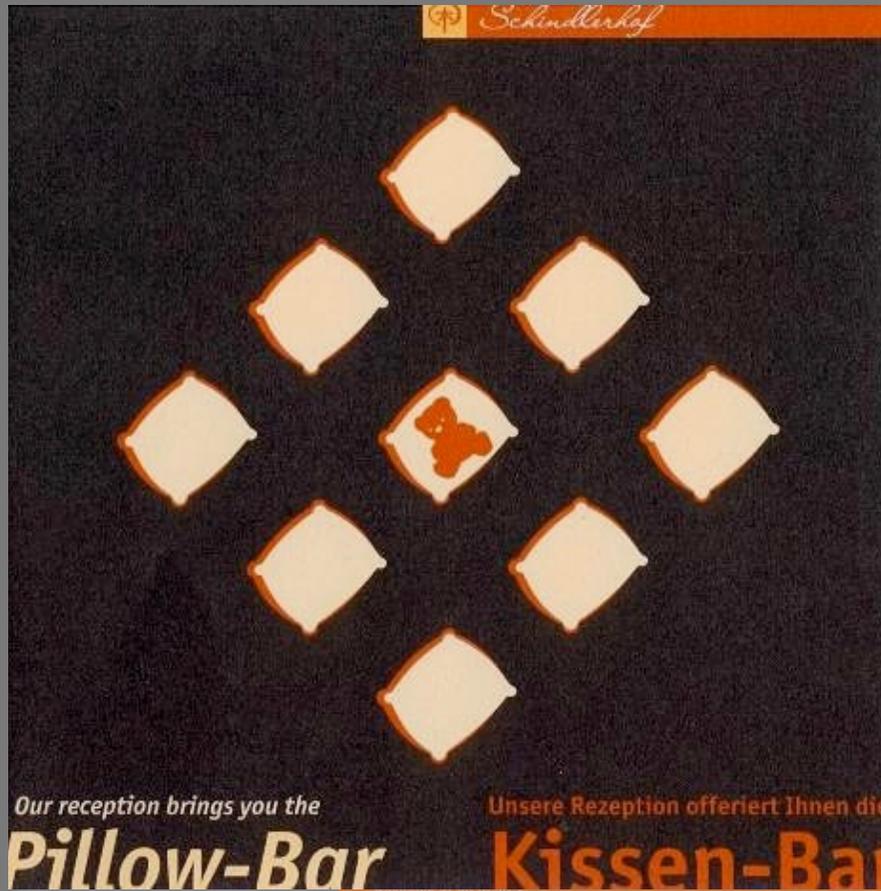
SMS Newsletter  Ja  Nein

  
Bild löschen

Felder mit einem \* müssen ausgefüllt werden.

**Vorsicht: Datenschutzgesetz!!!**





Our reception brings you the  
**Pillow-Bar**

Unsere Rezeption offeriert Ihnen die  
**Kissen-Bar**

**3 Visco pillow**

Special pillow made of visco foam (from space research labs). Adapts to the position of your head for perfect support. Designed in accordance with the latest physiological research. Provides relaxation for the neck and upper back. Improves blood circulation in the head. Aloe vera cover: to keep you comfortable, washable at up to 60°C.

**6 Comfort Line pillow**

Temperature-regulating concept. Super light and cosy. Highly breathable. Optimum comfort. High-tech textiles. Machine washable and tumble dry.

Die Kissen-Bar im Schindlerhof... alle neu!

**1 Airflex-Kissen »Feng-Shui«**

Bezug aus Micromodal, gesteppt auf Markenfaser Trevira® Fil für optimales Schlafklima, waschbar bis 60°C. Extrem elastisch und offenporig für hervorragende Luftzirkulation. Hochwertiger Polyurethan Kern. Stabil und anpassungsfähig. Hohe Punkteelastizität.

**4 Trevira®-Kissen 50 Plus**

Natürlichkeit durch edle, feinfädige, reine Baumwolle. Kuschelweich, anschmiegsam, atmungsaktiv. Markenpolyester Trevira® Bioactive, waschbeständiger Schutz vor Bakterien durch antimikrobielle Ausrüstung. Sauber, hygienisch, allergieneutral. Waschbar bis 60°C.

**2 Talalay-Latexkissen**

Anatomische Form. Offenporige Zellstruktur. Feuchtigkeitsregulierender Talalay-Latexschaum. Höhenverstellbar. Bezug 100% Microfaser, waschbar bis 60°C.

**5 Softschaumkissen**

Anatomische Form. Antiallergisch. Höhenverstellbare Platte aus Softschaum mit Wellenstruktur. Bezug 100% Microfaser, waschbar bis 60°C.

**3 Visco-Kissen**

Spezialkissen aus Visco-Schaum (aus der Weltraumforschung). Drucksensorische Kopflagerung. Geformt nach den neuesten physiologischen Erkenntnissen. Entspannung für den Halswirbelsäulenbereich. Bessere Kopfdurchblutung. AloeVera-Bezug, waschbar bis 60°C. für angenehmes Kopfklima.

**6 Comfort Line-Kissen**

Temperaturregulierendes Konzept. Besonders leicht und kuschelig. Hohe Atmungsaktivität. Optimaler Komfort. Hightech-Textilien, Maschinenwaschbar und trocknargeeignet.





## Kunden-Service

Mitarbeiter -> Management-Tool  
Mitarbeiter -> Neuer Mitarbeiter  
Mitarbeiter -> Classification Tool

Kunden -> Profil-Management  
Kunden -> Neuregistrierung

Aktivitäten -> Aktivitäten anzeige  
Aktivitäten -> laufende Aktivitäten  
Aktivitäten -> neue Aktivität erstellen  
Aktivitäten -> Bildbearbeitung

Abmelden

Schindlerhof Mitarbeiter  
Nicole Koboll

### Schindlerhof => Branche => Lebensmittel

Aktionen: **löschen / editieren**  
Zahl: 0  
Datum: 06.04.2004

### Schindlerhof => Gäste-Status => Stammgast

Aktionen: **löschen / editieren**  
Zahl: 0  
Datum: 06.04.2004

### Schindlerhof => **Eigenheiten unserer Gäste** => **Trainerwünsche**

Aktionen: **löschen / editieren**  
Zahl: 0  
Datum: 06.09.2005  
Text: -beim AE Minibuffet mit 2/3 Dessert und 1/3 Käse aufbauen-mag Baiersdorfer Kremsuppe-  
Herr Stoll ist einer der längsten Tagungsgäste im Haus-Herr Stoll ist mit KK per DU-Herr  
Stoll ist niederlassungsleiter REWE Hungen-Falls Herr Stoll normalen Kaffee

### Schindlerhof => **Eigenheiten unserer Gäste** => **Speisen/Getränke**

Aktionen: **löschen / editieren**  
Zahl: 0  
Datum: 05.04.2004  
Text: trinkt Champagner im Sektglas

Alle Fakten, Schrullen und Vorlieben im CRM-Tool abgespeichert:  
Lieblingsweine - Whiskyliebhaber - Zigarrenraucher - Lieblingssport  
-Hobbies - Hochzeitstag - Leseratte - Hundehalter



Lieber Herr Dr. [redacted] ...  
als treuer Gast bekommen Sie nun  
bei jedem Aufenthalt Ihre ganz eigene  
Whisky-Flasche - trinken Sie soviel  
Sie möchten!  
Wir stellen die Flasche dann jedes Mal  
wieder auf Ihr Zimmer.

Viele Grüße + Cheers

Catrina Welmer



Oscar Wilde, MAHLZEIT  
Best.-Nr. 2015138  
cedon-kollektion.de





## Büffelhautknochen & Geburtstagskarte für den Hund

# Alleinstellungsmerkmale

durch systematischen Aufbau hoher Service-Qualität



Höchste Stufe der Wertschöpfungskette:  
**Erlebnis plus Lernen**

Individuelle Leistungen für Stammkunden

Details für alle Kunden gleich



**W**ahre Feinschmecker prüfen und genießen die Qualität von edler **Chokolade** mit allen Sinnen. Sie betrachten, riechen und schmecken **Chokolade** nicht nur, sie **erfühlen** und **hören** sie sogar. **Erst auf diese Weise** kann man nämlich einzelne **Charakteristika** einer **Chokolade** wirklich erkennen. **Unsere kleine Degustationskunde** zeigt Ihnen, wie auch Sie zu einem **Chocoladen-Gourmet** werden können – folgen Sie einfach den **Empfehlungen der Maitres Chocolatiers von Lindt**.

#### VORBEREITUNG DER DEGUSTATION

Die ideale **Raumtemperatur** liegt bei **20° C**. Vorher möglichst nicht rauchen oder stark gewürzte Speisen essen. Wenn Sie mehrere **Sorten** probieren möchten, stellen Sie vor der Verkostung am besten **Weißbrot**, eine milde **Teesorte** (z.B. **Hagebuttentee**) oder **Mineralwasser** zur **Neutralisierung** des **Geschmackes** bereit. **Wichtig: Beginnen** Sie bei der **Chocoladen-Degustation** mit dem **niedrigsten Cacao-Anteil** und steigern Sie sich auf **hochprozentige Sorten**.

## Milch-Chocoladen Degustationskunde

WERDEN SIE MIT **Lindt** EXCELLENCE ZUM CHOCOLADEN-GOURMET



### SEHEN

Zunächst betrachten Sie das **allgemeine Erscheinungsbild**: die **Farbe** der **Chokolade** (von schwärzlich über hellbraun bis weiß), die **Oberflächenstruktur** (z.B. **ebennmäßig**, **Farbunterschiede**, **Luftbläschen**) sowie **ihren Glanz** (von hoch glänzend bis matt). **Hochwertige Chocoladen** haben eine **homogene Farbe**, sind **seidig bis hoch glänzend** und **zeichnen sich** durch eine **gleichmäßige Struktur** aus.



### TASTEN

Nun analysieren Sie mit den **Fingern** die **Oberfläche** (**glatt oder rau**) der **Chokolade**. **Darüber hinaus** ertasten Sie den **Schmelz** im **Mund** und **bewerten** das **Mundgefühl**. **Hochwertige Chocoladen** haben eine **glatte Oberfläche** und eine  **feste Konsistenz**. Sie **zergehen** schnell und **cremig-zart** – ohne **raue Partikel** – auf der **Zunge** und **hinterlassen** ein **angenehmes Mundgefühl**.



### HÖREN

Im nächsten Schritt halten Sie ein **Stück Chokolade** ans **Ohr** und **zerbrechen** es mit den **Fingern**. Das **Bruchgeräusch** kann **sehr deutlich** sein oder **eher stumpf**. **Hochwertige Chocoladen** zerbrechen durch ihre  **feste Struktur** mit einem **eindeutig erkennbaren Knackgeräusch**. **Außerdem** ist die **Bruchkante** des **Stückes** **glatt** und **ohne Krümel**.



### RIECHEN

Halten Sie ein **Stück direkt unter die Nase** und **atmen** Sie **tief ein**; so **nehmen** Sie die **primären Aromen** wahr. **Durch „Schlüpfeln“** können Sie die **Geruchswahrnehmung** mit der **Zunge**, um **viele noch intensivieren**. **Danach** lassen Sie ein **Stück im Mund** **zerschmelzen**, **atmen** aus und **riechen** so die **Aromen**. **Diese zusätzlichen** vieljährigen **Eindrücke** bezeichnet man als **sekundäre Aromen**. **Bei hochwertigen Chocoladen** ist der **Geruch** **angenehm** **ausgewogen, intensiv** und **andauernd**.



### SCHMECKEN

Der **Geschmack** ist die **intensivste Erfahrung**. Sie lassen dafür die **Chokolade langsam im Mund** **zergehen** und **verteilen** sie mit der **Zunge**, um **viele Geschmacksknospen** zu **erreichen**. **Hochwertige Milch-Chocoladen** sind **milchig-süß bis salzig**, **leicht vanillig** und **cremellig**. **Viefältige andere Aromen** – wie zum **Beispiel** eine **dezent Honig- oder Malznote** – **vervollkommen** den **Geschmack**.

200800



## Lindt EXCELLENCE Milch-Chocoladen Degustation: EIN FEST FÜR DIE SINNE



#### Excellence Walnuss

Das **Erscheinungsbild** wird durch einen **seidigen Glanz** geprägt sowie eine **nussbraune, gleichmäßige Farbe**. Die **kleinen Walnussstückchen** sind **erkennbar**.



Die **Oberflächenbeschaffenheit** ist **unregelmäßig**. Die **Walnussstückchen** sind **gleichmäßig verteilt**. Sie **ist sehr cremig im Gaumen**, so **dass im Mund** ein **angenehmes Schmelzgefühl** entsteht.



Das **Bruchgeräusch** ist ein **verhalteneres, aber gut erkennbares, klares Knacken**.



Ihr **Duft** ist **intensiv und lang anhaltend** mit **sekundären Aromen** nach **Vanille**, **gepaart** mit **Caramel, Honig** und **Malz**.



Sie **besitzt** ein **vollständiges, nachhaltig intensives Aroma**. Die **caramelistierten Walnussstückchen** verleihen ihr eine **angenehm nussige und leicht cremelige Note**.



#### Excellence Caramel

Ihr **Aussehen** ist **seidig glänzend**. Die **gleichmäßige nussbraune Farbe** wird nur vor **kleinen erkennbaren** und im **Farbton** etwas **helleren Caramelstückchen** unterbrochen.

Die **Oberfläche** hat eine **unregelmäßige Beschaffenheit**. Die **Caramelstückchen** sind **gleichmäßig verteilt**. Das **Mundgefühl** ist zu **Beginn** **glatt** und **zartschmelzend**, **später kernig** durch die **Caramelstückchen**.

Das **Bruchgeräusch** ist ein **verhalteneres, aber gut erkennbares, klares Knacken**.

Ihr **Duft** ist **sehr intensiv, lang anhaltend** und **verbreitet** dabei ein **rustiges, vollmundiges Aroma**. Als **sekundäre Aromen** treten **Honig, Caramel** und **Vanille** hervor.

Ein **sehr rahmiger Geschmack**, der von einem **vollständigen und nachhaltigen Aroma** begleitet wird. **Der intensive Caramel-Geschmack** zeigt **feine Nuancen** von **Alazienhonig**. **Später** entwickelt sich ein **intensives Caramelnokanbouquet** mit einer **deutlichen Malznote**.

#### Excellence Extra Cremig

Ihr **Erscheinungsbild** ist **seidig glänzend** und von einer **sehr einheitlichen hellbraunen Färbung**.

Die **Oberflächenbeschaffenheit** ist **glatt**. **Außergewöhnlicher Schmelz** und **cremig**es **Mundgefühl** machen den **Genuss** **vollkommen**.

Das **Bruchgeräusch** ist ein **mildes Knacken**.

Ein **intensives und anhaltendes Dufterlebnis**. Die **sekundären Aromen** von **Milch, Sahne** und **Caramel** **vermischen** sich zu einem **harmonischen Ganzen**.

Die **ausgewogene Mischung** aus **Milch** und **Cacao** **verwöhnt** den **Gaumen** des **Genießers**. Sie **entfaltet** ein **sahnig-cremelliges** und **malzig-würziges Aroma** mit einem **Hauch** von **Vanille**.





	<p><b>Red Duke of York</b></p> <p>Schottland von 1942, auch Rudi-Erstling genannt vorwiegend festkochend rote Schale gelbes Fleisch rund-ovale Knolle frühreifend angenehm cremiger guter Geschmack rosa Blüte</p>		<p><b>La Ratte</b></p> <p>Frankreich 1872 festkochend gelbe Schale gelbes Fleisch längliche und höcker- förmige Knollen sehr guter Geschmack mittelfrühreifend empfindlich im Anbau rosa Blüte</p>		<p><b>Sieglinde</b></p> <p>Deutschland von 1935 festkochend langovale Knollen gelbe Schale gelbes Fleisch frühreifend angenehm kräftiger Kartoffelgeschmack wenig weiße Blüte auch im Handel erhältlich</p>		<p><b>Blauer Schwede</b></p> <p>auch Blue Congo genannt Herkunft und Alter unbekannt vorwiegend festkochend blaue Schale blaues Fleisch rund-ovale Knolle kräftiger Kartoffel- geschmack mittelfrühreifend blaue Blüte</p>
---	--	---	--	---	---	---	--

**Alexander Herrmanns Romantikhotel „Zur Post“ Wirsberg**



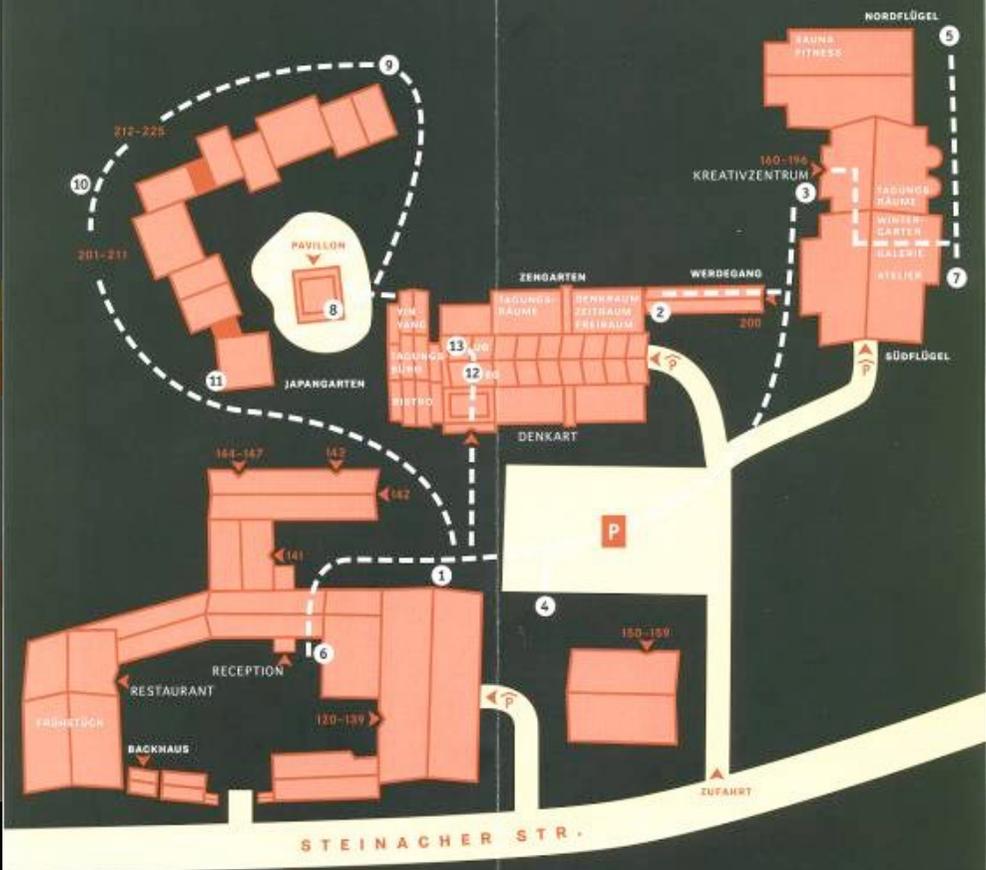
Schindlerhof Klaus Kobjoll GmbH  
 Steinacher Straße 6-8  
 90427 Nürnberg-Boxdorf  
 Fon +49 (0)9 11/93 02-0  
 Fax +49 (0)9 11/93 02-620  
 E-Mail hotel@schindlerhof.de  
 www.schindlerhof.de

- 1 DenkWeise *Lines of thought*
- 2 Die vier Säulen der Servicequalität  
*The four cornerstones of quality service*
- 3 Vorbild gesucht? *In search of a role model?*
- 4 Wanted! Aber bitte lebendig. *Wanted! Alive, please.*
- 5 ZeitGeist *ZeitGeist*
- 6 Wer fragt, gewinnt! *He who asks wins!*
- 7 ISO ist okay - aber wo bleibt die Herzlichkeit?  
*ISO is okay - but where is the cordiality?*
- 8 Mach mal Pause. *Take a break.*
- 9 Wissen ist Macht! *Knowledge is power!*
- 10 Learning by doing
- 11 VerBesser! *Get TUNED!*
- 12 MAX MAX
- 13 Eigenlob stinkt... *Don't blow your own trumpet...*

Glow & Tingle  
 Unternehmensberatung GmbH  
 Steinacher Straße 6-8  
 90427 Nürnberg-Boxdorf  
 Fon +49 (0)9 11/93 02-630  
 Fax +49 (0)9 11/93 02-639  
 E-Mail info@kobjoll.de  
 www.kobjoll.de

# servicepfad

Hier geht's lang! *This way please!*









Wein-Degustationen  
Schokolade-Verkostungen  
Kochen in Verbindung mit Präsentationen (Banken, Steuerberater, usw.)  
Sensorik-Seminare...



# Alleinstellungsmerkmale

durch systematischen Aufbau hoher Service-Qualität



Individualität statt Service-Design

Höchste Stufe der Wertschöpfungskette:  
Erlebnis plus Lernen

Individuelle Leistungen für Stammkunden

Details für alle Kunden gleich



# Bilderbuch der Herzlichkeit



Was sind meine individuellen  
„Herzlichkeits-Erlebnisse“?





„Stellt Euch vor,  
- ihr seid Gast im Schindlerhof.  
- *ihr seid Kunde bei...*

An welchen konkreten Verhalten  
von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern,  
die Euch über den Weg laufen  
könnt Ihr erkennen, dass Ihr als ein  
ganz besonderer Kunde wirklich  
herzlich willkommen seid?“





# Überlisten Sie Ihr Gehirn... ... durch Satzergänzungsübungen

Eine effiziente Methode wenn es darum geht,  
sich selbst und die eigene Entwicklung  
verstehen zu lernen.

Dabei ist es fast so, *als wäre die zweite Hälfte  
der Sätze mit unsichtbarer Tinte geschrieben,*  
die Sie **JETZT** sichtbar machen!





## Die folgenden Fragen sollen Euch dabei helfen:

- Herzlichkeit bedeutet für mich vor allem...
- Herzlichkeit am Empfang heißt zum Beispiel...
- Herzlichkeit am Telefon ist, wenn...
- Herzlichkeit in Situationen, bei denen etwas schief läuft, zeigt sich durch...
- Das schönste Herzlichkeitserlebnis, an das ich mich erinnere ist...
- Herzlichkeit in der Kommunikation heißt...
- Herzlichkeit bedeutet bei unserer Begrüßung, bei unserer Verabschiedung und „für zwischendurch“ folgendes...





## BILDERBUCH DER HERZLICHKEIT

NAME C. Veeg Leistungsbereich Reception

„Stellt Euch vor, - ihr seid Gast im Schindlerhof.  
An welchen konkreten Verhalten von Mitarbeitern, die Euch über den Weg  
laufen (in Eurem eigenen Leistungsbereich!) könnt Ihr erkennen,  
dass Ihr als ganz besonderer Gast herzlich willkommen seid?

Diese Fragen sollen Euch dabei helfen:

- Herzlichkeit bedeutet für mich vor allem... *daß ich jemanden begrüße und ihn in die Augen schaue!*
- Herzlichkeit an der Reception heißt zum Beispiel... *daß ich ihn die ungeteilte Aufmerksamkeit schenke und mit Namen begrüße.*
- Herzlichkeit im Tagungsbereich ist... *immer einen Ansprechpartner zu finden*
- Herzlichkeit im Restaurant zeigt sich durch... *Aufmerksamkeit, Begrüßung durch Händedruck!*
- Herzlichkeit in Situationen, bei denen etwas schief läuft, bedeutet... *ehrlich sein, eine "ehrliche, herzliche" Entschuldigung*
- Das schönste Herzlichkeitserlebnis, an das ich mich erinnere ist...

*Als es mir nicht gut ging & ein Gast mir eine*

- Herzlichkeit in der Kommunikation heißt... *Blume geschenkt hat!*  
*jemanden zuhören, ausreden lassen, Verständnis*
- Herzlichkeit bedeutet bei unserer Begrüßung, bei unserer Verabschiedung und „für zwischendurch“ folgendes ... *haben!*  
*freundliche Begrüßung mit Namen, zwischendurch "nette Worte" Verabschiedung mit einer "Persönlichkeit"!*

Jahreszielplan 2005



## ... Begrüßung durch Händedruck





**Sonja Böhm**

Leistungsbereich: Azubi

**Herzlichkeit bedeutet für mich vor allem...**  
einem Menschen gegenüber zu stehen, der sich ehrlich über meine Entscheidung freut, dass

**Herzlichkeit am Telefon ist...**  
dass ich das Gefühl habe, derjenige hätte gerade nur Zeit für mich und davon unbegrenzt.

**Herzlichkeit am Telefon ist...**  
dass ich das Gefühl habe, derjenige hätte gerade nur Zeit für mich und davon unbegrenzt.

**Herzlichkeit im Schindlerhof zeigt sich durch...**  
Freude an der Spielzeit

**Herzlichkeit in Situationen, bei denen etwas schief läuft, bedeutet...**  
besonders herzliche Reaktion auf das Misslungene, eine Wiedergutmachung und Entschuldigung. Das man sich beim nächsten Besuch daran erinnert.

**Das schönste Herzlichkeitserlebnis, an das ich mich erinnere ist...**  
immer der Versuch, die Wünsche des Gastes schon bevor er diesen äußert zu erfüllen. ☺

**Herzlichkeit in der Kommunikation heißt...**  
den anderen ausreden lassen, ihm das Gefühl geben, dass seine Gedanken das Wichtigste sind.

**Herzlichkeit bedeutet bei unserer Begrüßung, bei unserer Verabschiedung und „für zwischendurch“ folgendes...**  
Händedruck, Interesse am persönlichen Befinden



<p>Jonja Böhm <b>AS</b>          Jonja Weiser <b>UMB</b>          Laura Kircheis</p>	<p>Jan-Philipp Seifert</p>	<p>Joshua Eichkorn          Robert Baake          Alina Lange <b>UMB</b></p>	<p>Benjamin Feineberg          Jessica Dähne          Thomas Maier</p>	<p>Samir Bennani Smires          Simon Scheiring          Daniel Jank</p>	<p>Anna Finster-Hofmann <b>ASS</b>          Marlies Rauscher          Natalie Huhn</p>	<p>AS – Azubisprecher          ASS – AS Stellvertreter          EH – Ersthelfer</p>
<p><b>Leistungsbereich HOTEL 608</b></p>	<p><b>Leistungsbereich HOUSEKEEPING 618</b></p>	<p><b>Leistungsbereich RESTAURANT 604 und</b></p>	<p><b>BANKETT/BISTRO 605</b></p>	<p><b>Leistungsbereich KÜCHE 607</b></p>	<p><b>Leistungsbereich TAGUNG</b></p>	<p><b>Leistungsbereich GLOW &amp; TINGLE 630</b></p>
<p><u>Receptionisten:</u>          Jan Schif</p>	<p><u>Zimmermädchen:</u>          Angelika Rudolph          Monika Lachmann          Sabine Pfaffenritter          Sidonia Halbherr          Angelina Dietel</p>	<p><u>Chef de rangs:</u>          Susanne Vetterlein          Mathias Eickel          Markus Meier</p>	<p><u>Chef de rang Frühstück:</u>          Renate Luber          Sabine Fernandes          Susann Lentzsch</p>	<p><u>Küchenhilfen:</u>          Balon Siventhiran          Mahavevan Selvalingam          Filomen Coppola          Veratharajan Kulasingam          Kandiah Mohanathas</p>	<p><u>Tagungsassistenten:</u>          Christian Bärwinkel <b>EH</b>          Saskia Schenk</p>	<p>Markus Wiesmann 635          Projektmanager <b>MAX</b>          Aquisition, Organisation,          Projektumsetzung,          Programmierung,          Workshops und Vorträge</p>
<p><u>Buchhaltung: (halbtags)</u>          Andrea Mc Anarney 601</p>	<p>Hausmeister Assistent:          Augusto Fernandes 617 <b>EH</b>          Manuel Sandhöfer 655</p>	<p>Stellv. Chef de service &amp; stellv. RTI  <u>Schwerpunkt: Servicequalität</u>          Susanne Werner</p>	<p><b>Mahsa Amoudadashi</b>          Herzlichkeitsbeauftragte</p>	<p><u>Köche:</u>          Ingrida Lindgraf <b>EH</b>          Jacky Duclos          Matthias Glaser          Christopher Pope          Antonia Kuzanin          Sven Schulte</p>	<p><u>Vorbereitungsküche --&gt; 646</u>  <u>Showküche --&gt; 645</u></p>	<p>Nicole Kobjoll 624          Vorträge zu den Themen          ? Innovation          ? Kundenzufriedenheit          ? Unternehmensphilosophie          ? Mitarbeiterorientierung</p>
<p><u>Stellvertreter:</u>          Tina König</p>	<p><u>Assistentin:</u>          Gertrud Schönauer</p>	<p><u>Chef de service und Sommelier und Restaurantleitung:</u>          Walter Springer (610)</p>	<p><u>Bereichsleitung Bankett:</u>          Zita Lettenmeier</p>	<p><u>Demi Sous-Chef:</u>          Jan Buchholz</p>	<p><u>Stellvertreter:</u>          Nicole Schulz <b>EH</b></p>	<p>Klaus Kobjoll 613          Vorträge und Seminare          ? TQM und seine          Weiterentwicklungen          ? Mitarbeiterorientierung          inkl. MAX und Führung          ? TUNE          ? Servicequalität          ? Strategische Planung</p>
<p><u>Teamleader:</u>          Caterina Wehner  <u>Hotelleitung:</u>          Sauberkeit und Behaglichkeit im ganzen Anwesen  <u>Controlling Abrechnungen:</u>          Controlling, Dienstplanung  <u>Freidirenerstellung:</u>          Ulrike Fischer (QMB) 642</p>	<p><u>Teamleader:</u>          Petra Rödl          Sauberkeit und Behaglichkeit im ganzen Anwesen          Controlling, Dienstplanung</p>	<p><u>Teamleader Restaurant und Bankett:</u>          Kristina Bantle - On-Stage          Generalintendanz Bühne          Restaurant          Verkauf, Controlling          Abrechnung, Dienstplanung</p>	<p><u>Teamleader Bankett:</u>          Dennis Kober - Back-Stage          Generalintendanz Bühne          Bankett          Verkauf, Controlling</p>	<p><u>Teamleader:</u>          Jean-Michel Rödl (603)          Qualitätskontrolle,          Einkauf,          Verkaufsförderung,          Dienstplanung</p>	<p><u>Teamleader:</u>          Sabine Bauer (699)          Verkauf, Einkauf,          Abrechnung, Dienstplan,          Drucksachen</p>	<p>Cornelia Balleis (630)          Organisation,          Planung, Kaufeinladungen,          Rechnungswesen,          Assistenz KK          Meike Wilnowicz          Externe QMB</p>
<p>Klaus Kobjoll 613</p>	<p>Nicole Kobjoll 624</p>	<p>Nicole Kobjoll 624</p>	<p>Renate Kobjoll 602</p>	<p>Renate Kobjoll 602</p>	<p>Sabine Bauer 699</p>	<p>Klaus Kobjoll 613</p>

<p>Sonja Böhm <b>AS</b>  Ronja Weiser <b>UMB</b>  Laura Kircheis</p>	<p>Jan-Philipp Seifert</p>	<p>Elisa Obert-Rauser  Joshua Eichkorn  Robert Baake  Alina Lange <b>sUMB</b></p>	<p>Benjamin Feneberg  Jessica Dähne  Thomas Mair</p>	<p>Christian David  Samir Bennani Smires  Simon Scheiring  Daniel Jank</p>	<p>Jean-Fielbrandt  Anna Finster-Hofmann <b>ASS</b>  Marlies Rauscher  Natalie Huhn</p>	<p>UMB – Umweltbeauftragter  <b>AS</b> – Azubisprecher  <b>ASS</b> – AS Stellvertreter  <b>EH</b> – Ersthelfer</p>
<p><b>Leistungsbereich HOTEL 608</b></p>	<p><b>Leistungsbereich HOUSEKEEPING 638</b></p>	<p><b>Leistungsbereich RESTAURANT 604 und</b></p>	<p><b>BANKETT/BISTRO 605</b></p>	<p><b>Leistungsbereich KÜCHE 607</b></p>	<p><b>Leistungsbereich TAGUNG</b></p>	<p><b>Leistungsbereich GLOW &amp; TINGLE 630</b></p>
<p><u>Receptionisten:</u>  Dan Schif</p> <p><u>Buchhaltung: (halbtags)</u>  Andrea Mc Anarney 601</p> <p><u>Stellvertreter:</u>  Tina König</p> <p>Teamleader:  Caterina Wehner  Hotelleitung  Dienstplanung  Controlling Abrechnungen  Kreditorenstellung</p> <p>Elke Fischer (QMB) 642  Mitglied der Unternehmensführung</p>	<p><u>Zimmermädchen:</u>  Angelika Rudolph  Monika Lachmann  Sabine Pfaffenritter  Sidonia Halbherr  Angelina Dietel</p> <p>Hausmeister Assistent:  Augusto Fernandes 617 <b>EH</b>  Manuel Sandhöfer 655</p> <p>Assistentin:  Gertrud Schönauer</p> <p>Teamleader  Petra Rödl  Sauberkeit und Behaglichkeit im ganzen Anwesen  Controlling, Dienstplanung</p> <p>Klaus Kobjoll 613  Geschäftsführer der</p>	<p><u>Chef de rangs</u>  Susanne Vetterlein  Mathias Eckle  Markus Meier</p> <p>Stellv. Chef de service  <u>Schwerpunkt: Servicequalität</u>  Susanne Werner</p> <p><u>Chef de service und Sommelier und Restaurantleitung</u>  Walter Springer (610)</p> <p>Teamleader Restaurant und Bankett:  Kristina Bantke - On-Stage  Generalintendantz Bühne  Restaurant  Verkauf, Controlling  Abrechnung, Dienstplanung</p> <p>Nicole Kobjoll 624  Prokuristin "Klaus Kobjoll" GmbH</p>	<p><u>Chef de rang Frühstück:</u>  Renate Luber  Sabine Fernandes  Susann Lentzsch</p> <p><u>Bereichsleitung Bankett</u>  Zita Lettenmeier</p> <p>Dennis Kober - Back-Stage  Generalintendantz Bühne  Bankett  Verkauf, Controlling</p>	<p><u>Küchenhilfen:</u>  Balin Siventhiran  Maharajan Selvalingam  Filomen Coppola  Veratharajan Kulasingam  Kandiah Mohanathas</p> <p><u>Köche:</u>  Thomas Lindig <b>EH</b>  Ily Ducloux  Thomas Glaser  Christopher Pope  Annika Kusanin  Ina Schulte</p> <p>Vorbereitungsküche --&gt; 646  Showküche --&gt; 645</p> <p><u>Demi Sous-Chef</u>  Jan Buchholz</p> <p><u>Sous-Chef:</u>  Heiner Stephan</p> <p>Teamleader:  Jean-Michel Rödl (603)  Qualitätskontrolle,  Einkauf,  Verkaufsförderung,  Dienstplanung</p>	<p><u>Tagungsassistenten</u>  Christian Bärwinkel <b>EH</b>  Saskia Schenk</p> <p>Stellvertreter  Nicole Schulz <b>EH</b></p> <p>Teamleader:  Sabine Bauer (699)  Verkauf, Einkauf,  Abrechnung, Dienstplan,  Drucksachen</p> <p>Sabine Bauer 699  VerkaufsArt</p>	<p><u>Markus Wiesmann 635</u>  Projektmanager <b>MAX</b>  Aquisition, Organisation,  Projektumsetzung,  Programmierung,  Workshops und Vorträge</p> <p>Nicole Kobjoll 624  Vorträge zu den Themen  ? Innovation  ? Kundenzufriedenheit  ? Unternehmensphilosophie  ? Mitarbeiterorientierung</p> <p><u>Klaus Kobjoll 613</u>  Vorträge und Seminare  ? TQM und seine Weiterentwicklungen  ? Mitarbeiterorientierung inkl. MAX und Führung  ? TUNE  ? Servicequalität  ? Strategische Planung</p> <p>Cornelia Balleis (630)  Organisation,  Planung, Kaufeinladungen,  Rechnungswesen,  Assistenz KK</p> <p>Meike Wilnowicz  Externe QMB</p> <p>Klaus Kobjoll 613  Vorträge und Seminare</p>



**Mahsa Amoudadashi**  
Herzlichkeitsbeauftragte





## Ausbau unserer Soft Skills:

Von Alexander Christiani, unserem langjährigen Strategieberater, haben wir wieder etwas Neues gelernt.

Dieses Mal in Sachen Überzeugungspsychologie beim Kunden.

Mit Hilfe der neuesten Brain Scans (Aufnahmen vom Gehirn im Computertomographen) konnte von Wissenschaftlern herausgefunden werden, dass es sieben „JA Sensoren“ im Gehirn gibt, die uns immer als Erstes signalisieren, ob wir von einer Sache überzeugt sind oder nicht.

Alle Reize, die im Gehirn ankommen, werden zunächst in einem bestimmten Teil des Gehirns, der sogenannten **Amygdala** gefiltert.

Dieses Zentrum trifft spontane Entscheidungen – fragt jedoch vorher diese sieben JA-Sensoren ab.

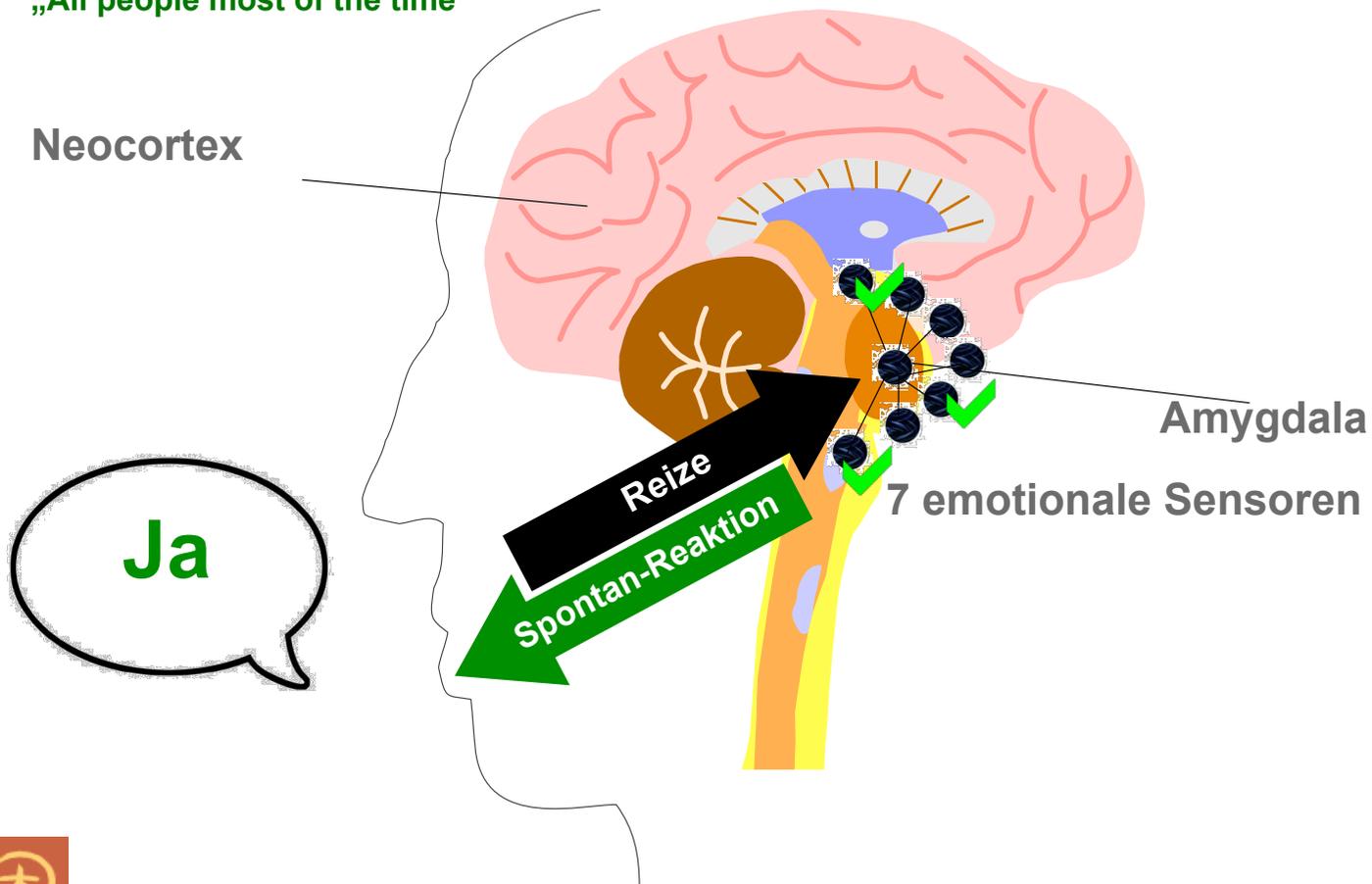




# Überzeugungs-Prozesse im Brain-Scan

## Der Entscheidungs-Normalfall:

„All people most of the time“





Wenn möglichst viele davon JA sagen, ist die Entscheidung bereits getroffen, ohne dass andere Areale im Gehirn zusätzlich beansprucht werden.

Signalisieren diese 7 JA Sensoren ein NEIN – dann muss das Gehirn anfangen über eine Entscheidung nachzudenken bzw. vorzudenken und es wird kompliziert und anstrengend.

Diese Anstrengung lässt sich sogar zeigen.

Denn die (im brain-scan sichtbaren) „Leuchtfeuer im Gehirn“ signalisieren quasi – bildlich gesprochen - Eiswasser und Schmerz, - also Anstrengung.

Jetzt hat unser Hirn einen um 300% höheren Energieverbrauch, und es dauert jetzt lange, bis wir, oder eben auch unsere Gäste eine (Kauf-)Entscheidung treffen.





**Ich bin blind!**

**Es ist Frühling,  
die Blumen blühen,  
und ich kann sie nicht sehen.**



Beispiel von Alexander Christiani



# Die Kaufeinladung!

Das Wort „Verkauf“ gibt es nicht mehr im Schindlerhof.

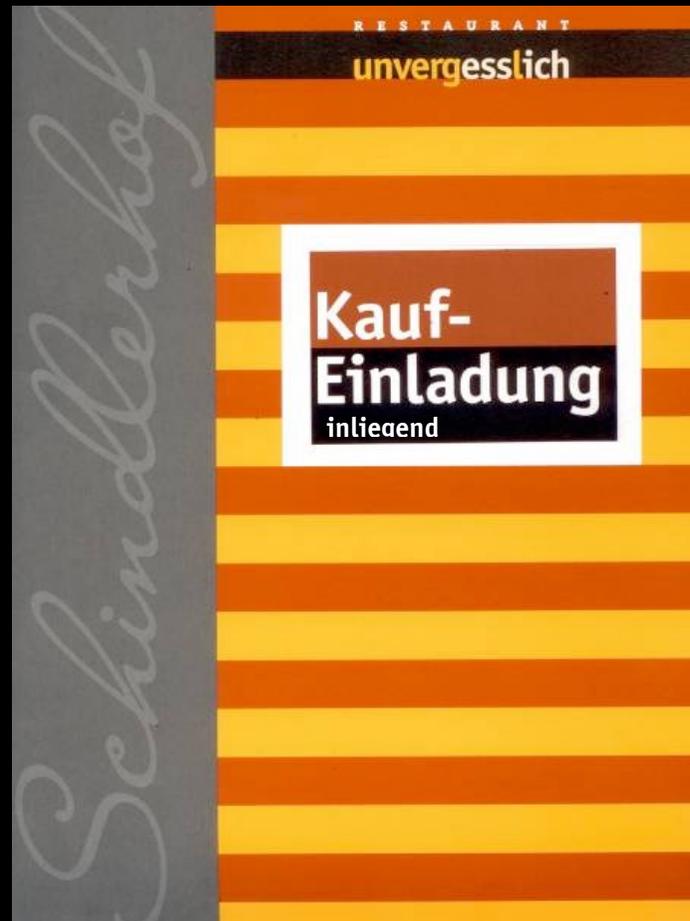
Wir sprechen Kaufeinladungen aus – wie private Gastgeber es bei einer privaten Feier tun.

Je mehr wir erreichen wollen,  
desto geschickter müssen wir werden,

**in der Kunst, Menschen zum Kaufen einzuladen.**



Attraction sells! Product, - find your market...



...weg vom Druck  
hin zum Sog!



„Magnet-Marketing“



Menschen wollen  
auf charmante Weise

*verführt* werden;

am liebsten von Personen,  
die von ihrer Sache

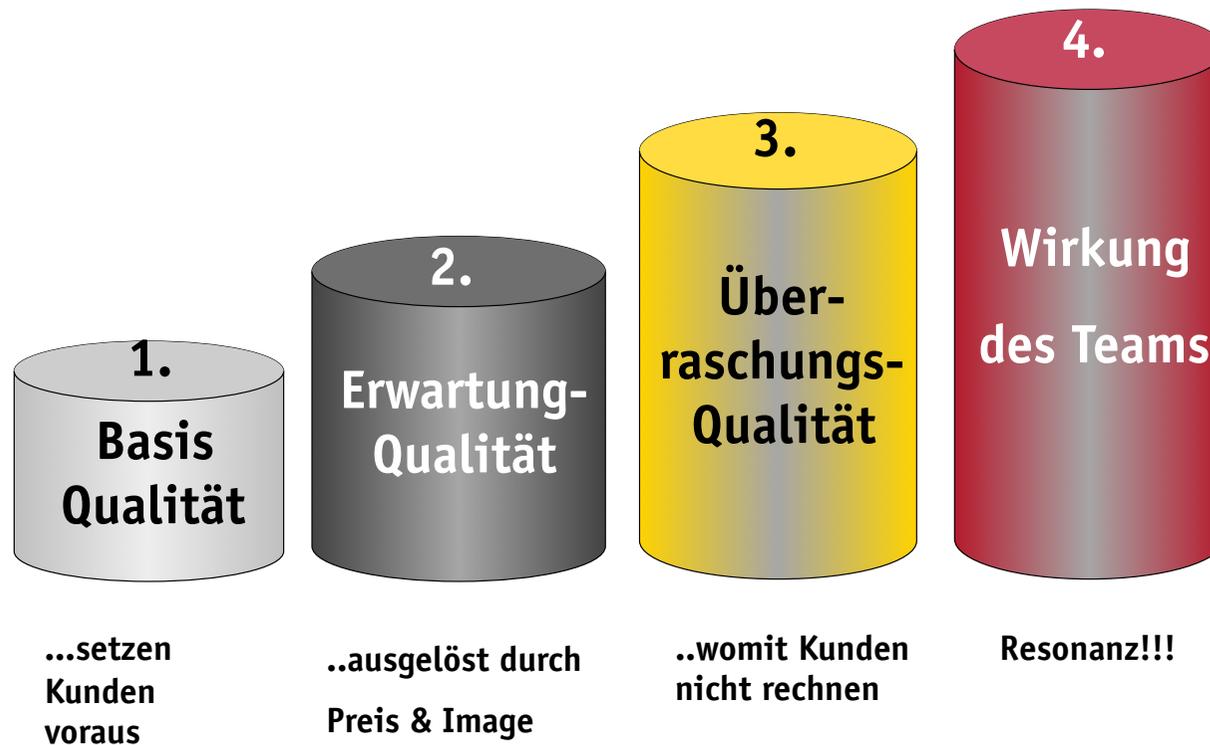
*begeistert* sind

und dafür wirklich *brennen!*





# Die vier Säulen der Qualität





*Psst!* der Nacht für Garten  
und in der hellen Tag.

*Silence!* is right in the garden.

♥ Ich bin dankbar  
Thank you

*Dr. Schindler Team*

**Projektstart:**

# ***„Heilige Gastfreundschaft“***

Workshop am 9. Juli 2018

für unser Hochleistungsteam „Tagung“

im Schindlerhof

Dieses Dokument ist Teil einer Präsentation  
und ohne mündliche Erläuterungen unvollständig!



**Zusätzliche Wettbewerbsvorteile sind nur noch durch weitere Optimierung der Soft Skills, - also der gelebten Herzlichkeit – zu erzielen. (das gilt auch für unsere anderen Leistungsbereiche) Hierzu wird es ein eigenes Projekt mit hohem Stellenwert geben, - unter der Leitung von Klaus Kobjoll.**

**Denn unsere vielen Details, (von uns ah's und oh's genannt) auf die wir in der Vergangenheit so stolz waren, wie Brillenputztücher in den Tagungsräumen, Gummibärchen, - ja sogar täglich wechselnde „Goodies“ am Platz jedes Teilnehmers, aber auch das Betthupferl „with compliments“ im Hotelzimmer, der kleine „Gruß aus der Küche“ und vieles mehr reichen nicht mehr aus.**

**Diese internationalen Gesten der Gastlichkeit sind lediglich leere Vokabeln eines „Willkommens!“**

**Diese inflationären Aufmerksamkeitsbezeugungen kaschieren nur den Verlust von echter Begegnung.**

***Gibt es heute noch so etwas wie heilige Gastfreundschaft?  
Wie können wir Gastlichkeit als eine Kultur der Begegnung stärken?***

**Genau hier wird dieses Projekt ansetzen, genau hier werden wir aktiv werden, denn „wahre Gastlichkeit“ droht generell zu verschwinden!**

**Wer gastlich ist, übt sich in Freigiebigkeit,  
heißt einen Menschen Willkommen,  
gibt ihm zu essen, zu trinken und mehr.  
Kultiviert die eigene Empfänglichkeit,  
denn *hospitalitas* ist die Fähigkeit, das Fremde zu bewirten.**

**Der Austausch zwischen Gast und Gastgeber ist eine Möglichkeit zur Erweiterung des Vertrauten und zur Hingabe.**

