

# Informations-, Beratungs- und Verkaufsgespräch im Tourismus

## Blended Learning Tool



**Schriftliche Arbeit zur Erlangung des Diploms der Schweizerischen Tourismusfachschule Siders.**

**Eingereicht am 12. Juni 2009**

---

### **Verfasserin**

Karin Kobel  
Ilfis 108 A  
3550 Langnau  
+41 (0)79 306 99 51  
karinkobel@yahoo.com

### **Hauptreferent**

Martin Blatter  
lic. phil I / dipl. publ.  
Hes-so Wallis  
Route de la plaine 2  
3960 Siders  
+41 (0)79 276 55 28  
martin.blatter@hevs.ch

### **Co-Referentin**

Chantal Glenz-Mounir  
lic. phil. I  
Foscha 25  
3970 Salgesch  
+41 (0)79 703 93 63  
chantal.glenz@hevs.ch





## Zusammenfassung

Die vorliegende Diplomarbeit beinhaltet ein Blended Learning Tool über Gespräche im Tourismus, welches sich auf [www.ritzycampus.ch](http://www.ritzycampus.ch) befindet. Der Kurs richtet sich vorwiegend an Mitarbeiter oder angehende Mitarbeiter im Tourismus, deren Arbeit vor allem aus schriftlichem, telefonischem oder persönlichem Gästekontakt besteht.

Mit den richtigen Worten lässt sich im Berufsalltag viel verwirklichen. Ein Gast kann sich nur mit einem treffenden Satz bei der Ankunft in einem Hotel sofort zu Hause fühlen. Andererseits kann er sich bei unprofessionellem Verhalten der Angestellten gleich unwohl fühlen. Aus diesem Grunde ist es unerlässlich die Mitarbeiter bezüglich Gesprächen mit Gästen zu schulen. Oftmals lauert nicht nur bei längeren Gesprächen, sondern gerade bei kurzen Small Talks die Gefahr einen Gast ungewollt zu beleidigen.

Durch das Erarbeiten der Übungslektionen besteht die Möglichkeit für die Benutzer sich ins Thema einzuarbeiten. Mit dem Lösen der Selbsttests, kann anschliessend das Wissen getestet und erweitert werden. Durch das Anwenden der Tests gelangen die Teilnehmer an nützliche Informationen und Tipps, welche im Berufsalltag direkt umgesetzt werden können. Der Kurs kann selbständig durchgeführt werden und eignet sich deshalb nicht nur für den Unterricht in der Schule sondern ebenso für Unternehmungen.



## Résumé

Le présent travail de diplôme contient un cours e-learning sur les conversations qui se font dans le domaine tourisme. Il se trouve sur le site web [www.ritzycampus.ch](http://www.ritzycampus.ch) et s'adresse principalement aux employés ou futurs employés du domaine du tourisme qui sont souvent en contact avec les hôtes, soit par correspondance écrite ou téléphonique, soit en personne.

Le fait de choisir les « bons mots » peut avoir un important effet sur le quotidien professionnel. D'un côté, il suffit parfois de prononcer une phrase correcte pour que l'hôte se sente à l'aise dès son arrivée à l'hôtel. D'un autre côté, un comportement amateur de la part de l'employé peut mettre mal à l'aise le client. C'est pour cela qu'il est indispensable de former les employés aux conversations habituelles dans le tourisme. Généralement on risque d'offenser un hôte sans le vouloir lors de conversations plutôt longues mais aussi en ayant juste une petite conversation.

Au fur et à mesure que les internautes travaillent les leçons e-learning, ils approfondissent le sujet. En résolvant les autodiagnostic, ils peuvent tester leur savoir et l'enrichir. De plus, ils ont accès à des informations et tuyaux utiles qu'ils peuvent appliquer directement dans leur vie professionnelle. Comme le cours peut être effectué seul, il se prête autant pour l'enseignement scolaire que pour des entreprises.



## Vorwort

Die Kommunikation mit den Gästen ist im Tourismus das A und O. Doch wie alles andere auch muss Kommunikation gelernt werden. Während meines Praktikums an der Rezeption im Beau-Rivage Hotel Neuenburg bemerkte ich, dass es zum Teil schwierig ist, in verschiedenen Situationen die richtigen Worte zu finden. Im persönlichen, aber auch im schriftlichen Gästekontakt fiel mir auf, dass die Wortwahl gegenüber den Gästen oft von Mitarbeiter zu Mitarbeiter unterschiedlich ist.

Ein Leben ohne Internet kann man sich heute kaum noch vorstellen. Als Student ist es heutzutage unerlässlich täglich Internetzugang zu haben. Im Marketingunterricht an der Schweizerischen Tourismusfachschule lernten wir oft anhand von Blended Learning Tools. Für mich war diese Art von Studieren immer eine tolle Abwechslung neben dem Lesen von Büchern. Aus diesem Grund entschied ich mich, ein Blended Learning Tool über Gespräche als meine Diplomarbeit zu erstellen. Es motivierte mich zu wissen, dass nachfolgende Studenten der STF anhand dieses Tools ihr Wissen prüfen und erweitern werden.

An dieser Stelle bedanke ich mich bei allen, die mir bei der Realisierung der Diplomarbeit geholfen haben. Martin Blatter als mein Hauptreferent für die Betreuung, die Inputs und die nützlichen Feedbacks sowie Chantal Glenz-Mounir als meine Co-Referentin. Ein herzliches Dankeschön gilt auch Leonie Schmutz, Sonja Kunz und Elsbeth Kobel, die mich bei der Korrektur der Arbeit tatkräftig unterstützten. Ausserdem möchte ich mich auf diesem Weg auch ganz herzlich bei meinen Eltern bedanken, die es mir überhaupt möglich gemacht haben, die Schweizerische Tourismusfachschule zu besuchen.

Der Inhalt dieser Arbeit stellt einen persönlichen Standpunkt dar, der weder die Autorin noch die Schweizerische Tourismusfachschule in irgendeiner Art und Weise verpflichtet. Ich bitte ausserdem die Leser und Leserinnen um Verständnis, dass der Leserfreundlichkeit zuliebe nicht durchgehend männliche und weibliche Formen für Personenbegriffe verwendet wurden. Obwohl ich mich auf die männliche Form beschränkt habe, sind Männer wie auch Frauen gemeint.



## Inhaltsverzeichnis

<b>ZUSAMMENFASSUNG .....</b>	<b>II</b>
<b>RÉSUMÉ .....</b>	<b>III</b>
<b>VORWORT .....</b>	<b>IV</b>
<b>INHALTSVERZEICHNIS .....</b>	<b>V</b>
<b>ABBILDUNGSVERZEICHNIS .....</b>	<b>VI</b>
<b>TABELLENVERZEICHNIS .....</b>	<b>VI</b>
<b>ABKÜRZUNGSVERZEICHNIS .....</b>	<b>VII</b>
<b>1 EINLEITUNG .....</b>	<b>1</b>
1.1 ZIELSETZUNG .....	1
1.2 ABGRENZUNG DES THEMAS .....	1
1.3 METHODISCHES VORGEHEN .....	1
<b>2 BEDEUTUNG DER KOMMUNIKATION .....</b>	<b>4</b>
2.1 GESPRÄCHSFÜHRUNG LERNEN .....	4
2.2 KOMMUNIKATIONSWEGE .....	5
2.2.1 Die vier Aspekte einer Botschaft .....	5
2.2.2 Der Weg vom Sender bis zum Empfänger .....	6
2.2.3 Nonverbale Kommunikation .....	7
2.2.4 Zusammenfassung .....	9
<b>3 KURSIINHALT RITZYCAMPUS .....</b>	<b>10</b>
<b>4 FAZIT .....</b>	<b>13</b>
<b>QUELLENVERZEICHNIS .....</b>	<b>VIII</b>
<b>EIDESSTATTLICHE ERKLÄRUNG .....</b>	<b>IX</b>

## Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Print Screen Multiple-Choice Frage .....	2
Abbildung 2: Print Screen Zuordnungsfrage .....	2
Abbildung 3: Print Screen Drag-and-Drop-Zuordnungsfrage .....	3
Abbildung 4: Print Screen Wahr/Falsch Frage .....	3
Abbildung 5: Print Screen ritzy-campus .....	10
Abbildung 6: Print Screen ritzy-campus - Marketing und Verkauf .....	10
Abbildung 7: Print Screen Verkaufsgespräch .....	11
Abbildung 8: Print Screen Telefonverkauf .....	11

## Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Die vier Aspekte einer Botschaft .....	6
Tabelle 2: Modell zur Beschreibung zwischenmenschlicher Kommunikation .....	7
Tabelle 3: Kanäle der nonverbalen Kommunikation .....	8



## Abkürzungsverzeichnis

STF	Schweizerische Tourismusfachschule
Hes-so	Haute Ecole Spécialisée de Suisse occidentale / Fachhochschule Westschweiz
inkl.	inklusive
MC	Multiple-Choice
sog.	sogenannte
S.	Seite
vgl.	vergleiche
etc.	et cetera

# 1 Einleitung

## 1.1 Zielsetzung

Die vorliegende Diplomarbeit hat das Ziel, ein Blended Learning Tool über Gespräche im Tourismus auf [www.ritzycampus.ch](http://www.ritzycampus.ch) zu erarbeiten. Der Kurs soll als Training für Mitarbeiter oder angehende Mitarbeiter im Tourismus dienen, damit sie in der Kommunikation mit Gästen sicher auftreten können. Es ermöglicht den Anwendern speditives Lernen ohne grossen Papierkrieg.

## 1.2 Abgrenzung des Themas

In der Arbeit wurden folgende drei Kategorien bearbeitet: der persönliche, telefonische sowie schriftliche Gästekontakt inkl. E-Mail. Der Bereich Beschwerde wurde nicht behandelt, da dieser auf [www.ritzycampus.ch](http://www.ritzycampus.ch) bereits vorhanden ist. Der Hauptteil der Arbeit besteht aus dem Blended Learning Tool, der schriftliche Teil dient als Ergänzung.

## 1.3 Methodisches Vorgehen

Der erste Teil der Arbeit ist die notwendigen Informationen zum Thema aus verschiedenen Büchern, Artikeln und Internetseiten zu sammeln.

Als zweiter Teil wird mit Hilfe der Anleitung für MC Fragen und einem Einführungskurs zum Erstellen des Blended Learning Tools, die Fragen erarbeitet. Es wird zwischen folgenden vier Fragetypen unterschieden:



## Multiple-Choice:

**1** Welche Botschaften hinterlassen Sie auf dem Anrufbeantworter?  
 Punkte: 1/1  
 Antwort(en) wählen:

<input checked="" type="checkbox"/>	a. Dass der Kunde Sie erreichen kann, wenn er möchte	✓	Richtig
<input checked="" type="checkbox"/>	b. Wann sie erreichbar sind	✓	Richtig
<input checked="" type="checkbox"/>	c. Ihre Telefonnummer	✓	Richtig
<input type="checkbox"/>	d. Dass Sie sich nicht mehr melden werden		
<input checked="" type="checkbox"/>	e. Dass Sie sich wieder melden werden und in welchem Zeitraum	✓	Richtig
<input checked="" type="checkbox"/>	f. Der Grund des Anrufes	✓	Richtig
<input checked="" type="checkbox"/>	g. Verabschiedung	✓	Richtig
<input type="checkbox"/>	h. Der Name Ihres Hundes		
<input checked="" type="checkbox"/>	i. Ihr Name, Vorname und der Name des Unternehmens	✓	Richtig

Abschicken  
 Richtig  
 Punkte: 1/1.  
 Seite bewerten lassen Abgabe

Abbildung 1: Print Screen Multiple-Choice Frage<sup>1</sup>

Die Multiple-Choice Frage hat mehrere Antwortmöglichkeiten, wovon die Richtigen ausgewählt werden.

## Zuordnung:

**1** Ein Gast ruft im Hotel Sonne an, wie lautet die professionelle Begrüssung?  
 Punkte: 1/1  
 mein Name ist 3. Schritt  
 Kohler 5. Schritt  
 Günther 4. Schritt  
 Pause 1. Schritt  
 Hotel Sonne 2. Schritt

Abschicken  
 Lösung: **Pause - Hotel Sonne mein Name ist Günther Kohler**  
 Richtig  
 Punkte: 1/1.  
 Seite bewerten lassen Abgabe

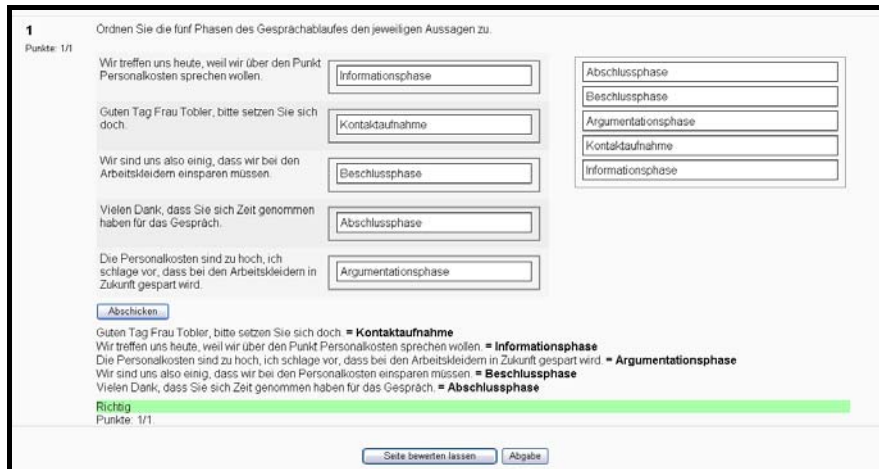
Abbildung 2: Print Screen Zuordnungsfrage<sup>2</sup>

Bei der Zuordnungsfrage werden Begriffe oder Schritte einer Aussage zugeordnet.

<sup>1</sup> Informations Gespräch.  
<http://www.ritzycampus.ch/question/preview.php?continue=1&quizid=1334&id=31112>. Stand: 31.05.09.

<sup>2</sup> Informations Gespräch.  
<http://www.ritzycampus.ch/question/preview.php?continue=1&quizid=1334&id=31053>. Stand: 31.05.09.

## Drag-and-Drop-Zuordnung:



**1** Ordnen Sie die fünf Phasen des Gesprächsablaufes den jeweiligen Aussagen zu.  
Punkte: 1/1

Wir treffen uns heute, weil wir über den Punkt Personalkosten sprechen wollen.

Guten Tag Frau Tobler, bitte setzen Sie sich doch.

Wir sind uns also einig, dass wir bei den Arbeitskleidern einsparen müssen.

Vielen Dank, dass Sie sich Zeit genommen haben für das Gespräch.

Die Personalkosten sind zu hoch, ich schlage vor, dass bei den Arbeitskleidern in Zukunft gespart wird.

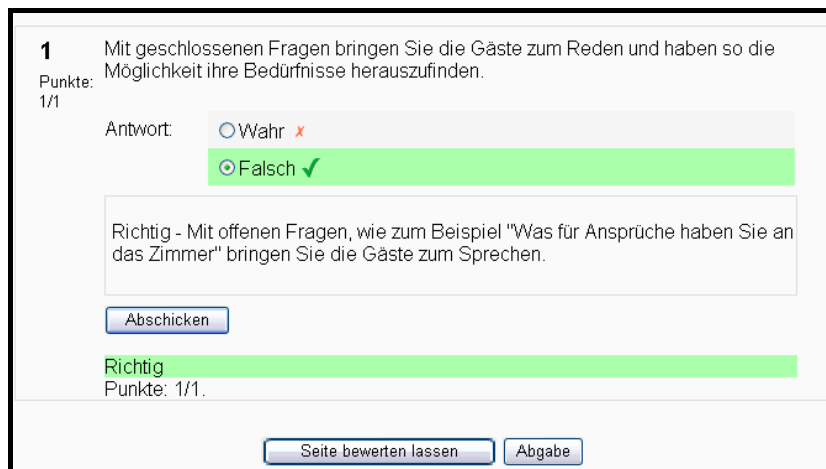
Wir treffen uns heute, weil wir über den Punkt Personalkosten sprechen wollen. = **Informationsphase**  
Guten Tag Frau Tobler, bitte setzen Sie sich doch = **Kontaktaufnahme**  
Wir sind uns also einig, dass wir bei den Personalkosten einsparen müssen. = **Beschlussphase**  
Vielen Dank, dass Sie sich Zeit genommen haben für das Gespräch. = **Abschlussphase**  
Die Personalkosten sind zu hoch, ich schlage vor, dass bei den Arbeitskleidern in Zukunft gespart wird. = **Argumentationsphase**

Richtig  
Punkte: 1/1

Abbildung 3: Print Screen Drag-and-Drop-Zuordnungsfrage<sup>3</sup>

Die Drag-and-Drop Frage ist ähnlich wie die Zuordnungsfrage. Verschiedene Begriffe werden den jeweiligen Aussagen zugewiesen.

## Wahr/Falsch:



**1** Mit geschlossenen Fragen bringen Sie die Gäste zum Reden und haben so die Möglichkeit ihre Bedürfnisse herauszufinden.  
Punkte: 1/1

Antwort:  Wahr  Falsch ✓

Richtig - Mit offenen Fragen, wie zum Beispiel "Was für Ansprüche haben Sie an das Zimmer" bringen Sie die Gäste zum Sprechen.

Richtig  
Punkte: 1/1.

Abbildung 4: Print Screen Wahr/Falsch Frage<sup>4</sup>

Bei der Wahr/Falsch Frage wird wie es der Name bereits sagt, eine Behauptung aufgestellt, die wahr oder falsch sein kann.

Aus den Fragen werden anschliessend Selbsttests und Übungslektionen erstellt. Dabei werden die Fragen nach Schwierigkeitsgrad eingeteilt, damit pro Kategorie ein einfacher und ein schwieriger Test entwickelt werden kann.

<sup>3</sup> Informations Gespräch.  
<http://www.ritzycampus.ch/question/preview.php?continue=1&quizid=1334&id=31831>. Stand: 31.05.09.

<sup>4</sup> Informations Gespräch.  
<http://www.ritzycampus.ch/question/preview.php?continue=1&quizid=1334&id=32804>. Stand: 31.05.09.



## 2 Bedeutung der Kommunikation

### 2.1 Gesprächsführung lernen

Gespräche führen gehört zum Alltag wie essen und schlafen. Jeder Mensch führt täglich verschiedene Gespräche, sei es Small Talk mit einem alten Bekannten, Gespräche unter Mitarbeitern oder ein kurzer Schwatz mit der Verkäuferin in der Bäckerei. Trotzdem ist es heute üblich, dass die Lehre des Sprechens fest im Schulunterricht integriert ist. Oft schicken auch Firmen aus verschiedensten Branchen ihre Mitarbeiter in eine Kommunikationsweiterbildung.<sup>5</sup>

Die Frage, weshalb etwas geschult werden soll, was man bereits als Kind begann auszuüben, ist durchaus berechtigt.

*„Obwohl ein Pilot gut fliegen kann, verbessert und optimiert er laufend sein Können im Simulator. Permanentes Training ist für ihn eine Selbstverständlichkeit.“<sup>6</sup>* So lautet die Antwort von Kommunikationsexperte Marcus Knill.

Rein die Begabung und das tägliche Schwatzen unter Freunden reichen nicht, um professionell zu kommunizieren. Die Kommunikation erfordert eine permanente Weiterentwicklung, welche nur anhand von regelmässigem Training erreicht werden kann.<sup>7</sup>

Psychotherapeut Theo Gehm sieht die technischen Entwicklungen, welche in den letzten Jahren in manch einer Unternehmung zu enormen Veränderungen beigetragen haben, als die Notwendigkeit der Kommunikationslehre. Oftmals werden Mitarbeiter durch Roboter oder Maschinen ersetzt.<sup>8</sup> Was bedeutet, dass sich die Mitarbeiter ständig mit neuen Abläufen und Verfahren auseinandersetzen müssen. Heutzutage reicht es nicht mehr, eine Ausbildung zu absolvieren und das ganze Leben lang der gleichen Arbeit nachzugehen. Stattdessen muss man sich laufend neuen Entwicklungen anpassen. Dadurch gewann das Lernen von Gesprächsführungen stark an Bedeutung, da es durch den Wechsel des

<sup>5</sup> vgl. Gehm (2006), S. 16

<sup>6</sup> Knill, Marcus: Natürliche Kommunikation. <http://www.rhetorik.ch/Natuerlich/Natuerlich.html>. Stand: 29.05.09

<sup>7</sup> vgl. a.a.O.

<sup>8</sup> vgl. Gehm (2006), S. 17



Arbeitsplatzes oder durch die Einführung neuer Maschinen immer notwendiger wurde, mit Menschen zu reden.<sup>9</sup>

*„Gespräche sind eben nicht nur der Austausch von Informationen, sondern ein Zusammenspiel von Menschen, die mit ihrer individuellen Ausstrahlung, unterschiedlichen Erfahrungen und Wünschen gemeinsam etwas Neues gestalten,“*<sup>10</sup> gemäss Psychotherapeut Theo Gehm.

## 2.2 Kommunikationswege

Um Kommunikation zu lernen, muss als erstes der Grundvorgang der zwischenmenschlichen Kommunikation verstanden werden. In der Fachsprache spricht man vom Sender, der dem Empfänger in Form einer Nachricht etwas mitteilt. Die Aufgabe des Empfängers ist nun die Nachricht zu entschlüsseln, um das Gehörte zu verstehen.<sup>11</sup>

### 2.2.1 Die vier Aspekte einer Botschaft

Bei den zahlreichen Gesprächen, die jeder Mensch täglich führt, kommt es oft vor, dass der Sender etwas sagt, was für den Empfänger schwer zu entschlüsseln ist.

Zahlreiche Psychologen und Kommunikationswissenschaftler suchten nach Erklärungen, weshalb die Menschen bei manchen Aussagen nicht verstehen, was eigentlich gemeint wäre. Der Hamburger Kommunikationswissenschaftler Friedemann Schulz von Thun zeigt die Folgen anhand der vier Aspekte auf, was mit einer Botschaft passieren kann, wenn diese nicht klar formuliert wird.<sup>12</sup>

<sup>9</sup> vgl. Gehm (2006), S. 18

<sup>10</sup> a.a.O. S. 25

<sup>11</sup> vgl. Schulz von Thun (1981), S. 25

<sup>12</sup> vgl. Gehm (2006), S. 29

„Botschaft: Das müssen Sie nicht wissen.“	
Sachinhalt:	Worüber jemand informiert „Diese Informationen brauchen Sie nicht.“
Selbstoffenbarung:	Was jemand von sich selbst bekanntgibt „Das reicht, wenn ich das weiss.“
Beziehung:	Wie der Sprecher zum Empfänger steht „Ich kann entscheiden ob Sie etwas wissen sollen oder nicht.“
Appell:	Was jemand machen sollte „Helfen Sie sich selbst“

**Tabelle 1: Die vier Aspekte einer Botschaft**<sup>13</sup>

Friedemann Schulz von Thun erweiterte mit diesem Modell die Anfänge von Bühler und Watzlawick, die drei, beziehungsweise zwei Aspekte der Sprache unterschieden. Mit diesem Modell lassen sich die Kommunikationsstörungen und Probleme besser einordnen.<sup>14</sup>

### 2.2.2 Der Weg vom Sender bis zum Empfänger

Die wohl bekannteste Theorie über das Gesprächsverhalten stammt von den Wissenschaftlern Shannon und Weaver. Sie entwickelten 1949 ein Modell zur Erklärung der Rahmenbedingungen und Störquellen beim Informationsaustausch. Das Modell von Shannon und Weaver besagt, dass die Kommunikation folgende sechs Elemente enthält:

- die Informationsquelle
- die Verschlüsselung
- die Nachricht
- den Kanal
- die Entschlüsselung
- den Empfänger<sup>15</sup>

<sup>13</sup> vgl. Schulz von Thun (1981), S. 26-29

<sup>14</sup> vgl. a.a.O. S. 30

<sup>15</sup> vgl. Stangl, Werner: Das Kommunikationsmodell von Shannon & Weaver.

<http://arbeitsblaetter.stangl-taller.at/KOMMUNIKATION/Kommunikation.shtml#Shannon>. Stand: 29.05.09.

Durch die Weiterentwicklung des Modells entstand schliesslich die sog. Informationsverlusttreppe, welche besagt, dass die Gedanken des Sprechers auf dem Weg zum Hörer verändert oder sogar verloren gehen können.<sup>16</sup>

Modell zur Beschreibung zwischenmenschlicher Kommunikation		
Sprecher (Sender)	Nichtsprachliche Information	Hörer (Empfänger)
	Ausgesprochene Information	
	Meinen – Sagen – Hören - Verstehen	
	Informationsverlusttreppe	

Tabelle 2: Modell zur Beschreibung zwischenmenschlicher Kommunikation<sup>17</sup>

Dies beginnt bereits beim Aussprechen der Gedanken durch den Sprecher. Schon hier stimmen oft Meinen und Sagen nicht genau überein. Ein weiterer Verlust findet beim Übergang der Information statt. Der Empfänger hört aufgrund von akustischen Schwierigkeiten oft nicht alles, was vom Sender ausgesprochen wird. Ausserdem bestehen zwischen Hören und Verstehen, wie dies bereits im Modell von Friedemann Schulz von Thun (vgl. Tabelle 1, Die vier Aspekte einer Botschaft, S. 6) aufgezeigt wurde, ebenfalls Probleme.

Doch trotz dieser starken Verluste versteht der Empfänger oft auf Anhieb, was der Sprecher mitteilen will. Das ist auf die oberste Stufe im Modell zurückzuführen. Dank den nichtsprachlichen oder nonverbalen Informationen die der Sprecher übermittelt, ist es dem Menschen möglich, sofort zu verstehen was mit einer Botschaft gemeint ist.<sup>18</sup>

### 2.2.3 Nonverbale Kommunikation

Wie bereits im oberen Abschnitt erläutert, ist es dem Empfänger oft nur dank den nonverbalen Signalen möglich, eine Botschaft richtig zu verstehen. In der folgenden Abbildung sind die verschiedenen Kanäle der nonverbalen Kommunikation aufgezeigt.

<sup>16</sup> vgl. Gehm (2006), S. 31-33

<sup>17</sup> Gehm (2006), S. 30

<sup>18</sup> vgl. a.a.O. S. 31-33



Paraverbale Mittel	Körpersprache	Raumverhalten	Erscheinungsbild
Tonfall	Körperhaltung	Distanz	Fitness
Tonhöhe	Gestik	Gang	Kleidung
Rhythmus	Mimik		Frisur
Lautstärke	Blickkontakt		Make-up
Tempo			Schmuck etc.
Pausen etc.			

**Tabelle 3: Kanäle der nonverbalen Kommunikation**<sup>19</sup>

Die paraverbalen Mittel dienen dem Sprecher dazu, seine Aussage anhand der Tonhöhe, der Lautstärke oder passend eingesetzten Pausen zu verstärken. Ist der Sender gegenüber dem Empfänger nicht aufrichtig, kann dies durch die Stimme verraten werden.<sup>20</sup>

Das wohl wirkungsvollste nonverbale Signal ist aber die Körpersprache, insbesondere der Blickkontakt. Durch den Blickkontakt ist es möglich, jemanden zum Reden oder zum Schweigen zu bringen. Die Signale, die die Menschen mit dem Gesicht weitergeben, waren bereits früher, als die gesprochene Sprache noch keine grosse Bedeutung hatte, ein wichtiges Signal zur Übermittlung einer Botschaft. Der Blickkontakt wird zudem von der Gestik unterstützt. Durch die Bewegungen der Arme und Hände während des Sprechens kann eine Aussage verstärkt werden.<sup>21</sup> Allerdings muss beachtet werden, dass die Körpersprache auch falsch gedeutet werden kann. Sicher beim Interpretieren einer Botschaft aufgrund der Körpersprache kann der Empfänger nur sein, wenn ihm die Gewohnheiten, die Gestik und Mimik des Senders bekannt sind.<sup>22</sup>

Schlussendlich ist auch der Winkel, der zwischen zwei Gesprächspartnern gebildet wird, ein wichtiges Signal. Zum Beispiel Worte wie „sehr interessant“ kriegen je nach Winkel, den die Gesprächspartner zueinander haben, eine völlig andere Bedeutung. In der Regel wird ein Winkel von 120 Grad als angenehm empfunden, denn bei diesem Winkel besteht für die kommunizierenden Personen

<sup>19</sup> Franken (2007), S. 152

<sup>20</sup> vgl. a.a.O. S. 152

<sup>21</sup> vgl. Gehm (2006), S. 34-36

<sup>22</sup> vgl. Franken (2007), S. 151-152

die Möglichkeit selber zu entscheiden, ob sie Blickkontakt aufnehmen wollen oder nicht.<sup>23</sup>

#### **2.2.4 Zusammenfassung**

Eine Botschaft kann rein durch das Sprechen zahlreiche verschiedene Bedeutungen haben. Ausserdem gehen zwischen Meinen und Verstehen oft Informationen verloren. Das Zusammenspiel vom Sprechen und den nonverbalen Informationen ermöglichen aber dem Empfänger trotzdem, die Botschaft richtig zu verstehen.

---

<sup>23</sup> vgl. Gehm (2006), S. 43-44



### 3 Kursinhalt ritzycampus

Der Hauptteil der Diplomarbeit befindet sich auf [www.ritzycampus.ch](http://www.ritzycampus.ch). Alle drei Teilbereiche sind im bereits bestehenden Kurs Marketing und Verkauf - Verkauf abgelegt.



Abbildung 5: Print Screen ritzycampus<sup>24</sup>

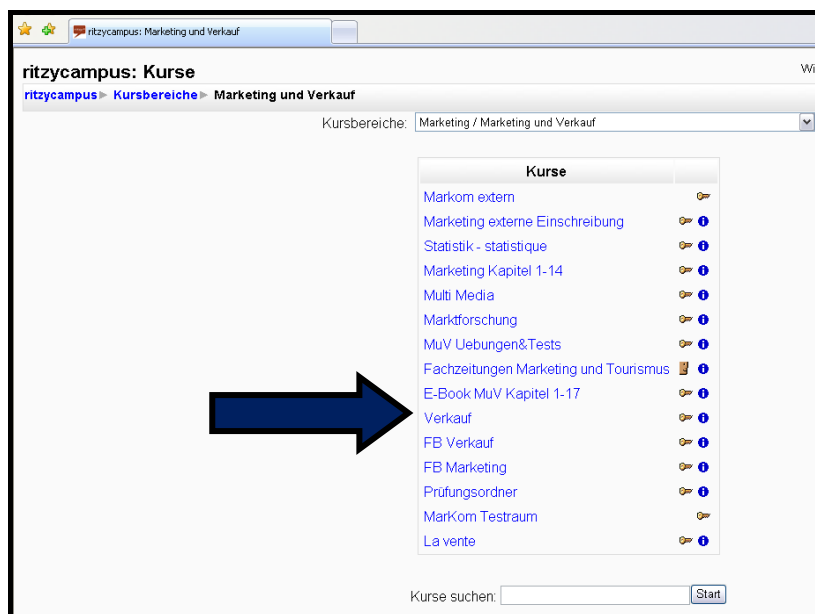


Abbildung 6: Print Screen ritzycampus - Marketing und Verkauf<sup>25</sup>

<sup>24</sup> <http://www.ritzycampus.ch/>. Stand: 07.06.09.

<sup>25</sup> Marketing und Verkauf. <http://www.ritzycampus.ch/course/category.php?id=27>. Stand: 07.06.09.

Klickt man auf die Unterkategorie Verkauf, befinden sich die Übungslektionen und die Selbsttests zum schriftlichen und persönlichen Gästekontakt im Unterthema Verkaufsgespräch.

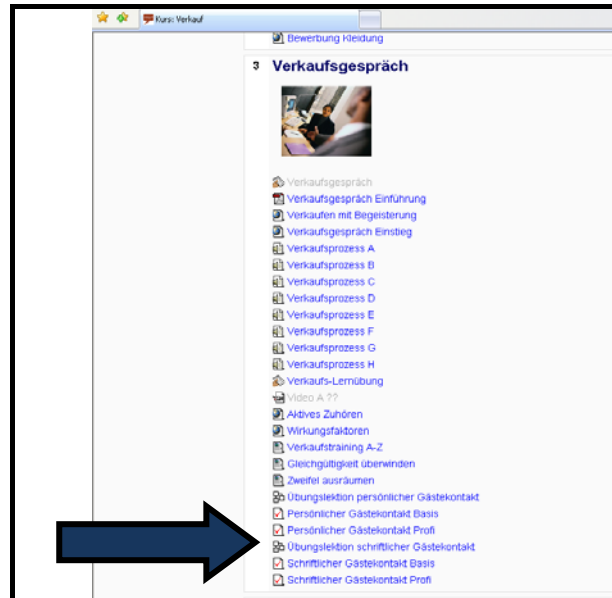


Abbildung 7: Print Screen Verkaufsgespräch<sup>26</sup>

Die Übungslektion und die Selbsttests zum telefonischen Gästekontakt sind im Unterthema Telefonverkauf.

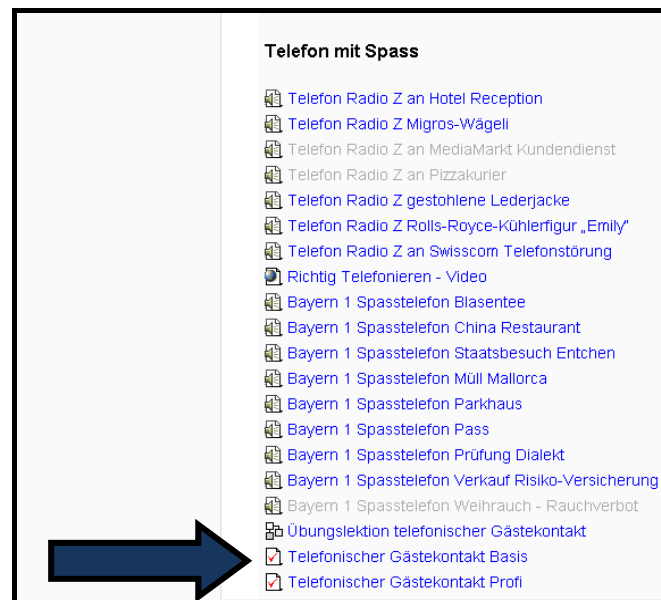


Abbildung 8: Print Screen Telefonverkauf<sup>27</sup>

<sup>26</sup> Verkauf. <http://www.ritzycampus.ch/course/view.php?id=183&edit=0&sesskey=eAnvKzzTai>. Stand: 07.06.09.

<sup>27</sup> a.a.O.



Um die Selbsttests und die Übungslektionen durchzuführen ist ein Login notwendig. Um dies zu erhalten, kann bei Martin Blatter eine Anmeldung angefordert werden.



## 4 Fazit

Gespräch auf höchstem Niveau zu führen ist heutzutage Pflicht für jede touristische Unternehmung. Dank den richtigen Worten, können die Gäste gehalten werden und zu einem nächsten Besuch motiviert werden. Oftmals werden aber anstelle von passenden Wendungen, veraltete Floskeln verwendet. Um nicht in diese Sprechfallen zu tappen, ist es unerlässlich die Mitarbeiter in diesem Thema immer wieder zu schulen. Das erarbeitete Blended Learning Tool soll die Mitarbeiter oder angehenden Mitarbeiter von touristischen Unternehmen auf den Gästekontakt so vorbereiten, dass sie die Gäste dazu bringen können, gleich ihren nächsten Besuch zu planen.

Alle drei Teile, befinden sich im bereits bestehenden ritzy Kurs Verkauf. Der gesamte Kurs könnte anhand von weiteren Arbeiten noch ausgebaut werden. Zu den verschiedenen Themen ist bereits viel Material vorhanden, Übungslektionen und Selbsttests sind allerdings nur beschränkt vorhanden.

Eine interessante Methode wäre ausserdem zwischendurch mit Videos zu arbeiten. Im Marketingunterricht an der Schweizerischen Tourismusfachschule wurde diese Art von Lernen auch eingesetzt. Dies lockert die Übung auf und motiviert den Benutzer zum weiterlernen.

Das erarbeiten des Blended Learning Tools auf [www.ritzycampus.ch](http://www.ritzycampus.ch) war für mich eine sehr interessante Arbeit und zugleich eine grosse Herausforderung. Das Lesen verschiedener Bücher um die nötigen Informationen zu erhalten, war sehr lehrreich. Die anschliessende Erstellung der Selbsttests bereitete mir viel Freude, da ich durch das formulieren der Fragen und den falschen Antworten meine Kreativität ausleben konnte. Ich versuchte dabei die gesamte Arbeit so benutzerfreundlich wie möglich zu gestalten.

## Quellenverzeichnis

### Literatur

Franken, Swetlana (2007): Verhaltensorientierte Führung. Band 2. Wiesbaden: Betriebswirtschaftlicher Verlag Dr. Th. Gabler GmbH.

Gehm, Theo (2006): Kommunikation im Beruf. Band 4. Weinheim und Basel: Beltz Verlag.

Schulz von Thun, Friedemann (1981): Miteinander Reden. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt Taschenbuch Verlag GmbH.

### Internetquellen

<http://www.ritzycampus.ch/>. Stand: 07.06.09.

Informations Gespräch.

<http://www.ritzycampus.ch/question/preview.php?continue=1&quizid=1334&id=31112>. Stand: 31.05.09.

Informations Gespräch.

<http://www.ritzycampus.ch/question/preview.php?continue=1&quizid=1334&id=31053>. Stand: 31.05.09.

Informations Gespräch.

<http://www.ritzycampus.ch/question/preview.php?continue=1&quizid=1334&id=31831>. Stand: 31.05.09.

Knill, Marcus: Natürliche Kommunikation.

<http://www.rhetorik.ch/Natuerlich/Natuerlich.html>. Stand: 30.05.09.

Marketing und Verkauf. <http://www.ritzycampus.ch/course/category.php?id=27>. Stand: 07.06.09.

Stangl, Werner: Das Kommunikationsmodell von Shannon & Weaver.

<http://arbeitsblaetter.stangl-taller.at/KOMMUNIKATION/Kommunikation.shtml#Shannon>. Stand: 29.05.09.

Verkauf.

<http://www.ritzycampus.ch/course/view.php?id=183&edit=0&sesskey=eAnvKzzT> ai. Stand: 07.06.09.

### Quellen der Abbildungen auf dem Titelblatt:

<http://www.batman.gov.tr/manual-uploads/iletisim.jpg>. Stand: 09.06.09.

<http://www.bergheim.de/img/Hauptmenue/Rat-Verwaltung/startseite.jpg>.

Stand: 09.06.09.

<http://www.gedankendeponie.net/wp-content/fueller.jpg>. Stand: 09.06.09



## Eidesstattliche Erklärung

Ich erkläre hiermit, dass ich die vorliegende Diplomarbeit alleine recherchiert und geschrieben habe und dass ich ausschliesslich die erwähnten Quellen benutzt habe.

Siders, 12. Juni 2009

Karin Kobel