



Aurora Courtyard Hotel

Lernaufgabe: Ein besseres grünes Gästerlebnis gestalten – Aurora Courtyard Hotel



Fallüberblick

Lernaufgabe zum Modul **Gestaltung nachhaltiger Gästerlebnisse**.



Ausgangslage

Das Aurora Courtyard Hotel ist ein Boutiquehotel mit 31 Zimmern in der Altstadt von Tallinn. Es zieht Städtereisende, Remote-Arbeitende und internationale Kurzzeitgäste an. Eingeführt wurden mehrere Maßnahmen: Reinigung auf Wunsch, nachfüllbare Badprodukte, Wasserspender und digitale Gästefinfos statt Mappen.

Die Leitung hält diese Änderungen für verantwortungsvoll und zeitgemäß, doch die Gäste reagieren gemischt. Manche schätzen den Ansatz, andere sehen darin Serviceabbau oder Sparmaßnahmen. Auch im Housekeeping herrscht Unklarheit: wann Zimmer gereinigt werden, welche Artikel aufgefüllt werden und wie das System bei Beschwerden erklärt wird.

Vorliegende Informationen

Das Hotel hat Folgendes zusammengetragen:

- Online-Bewertungen loben wiederholt Stil und Lage, fallen aber bei Zimmerreinigung und Ausstattung gemischt aus.
- Die Rezeption berichtet: Gäste fragen oft, ob täglich gereinigt wird.
- Housekeeping-Protokolle: viele kurzfristige Wünsche stören den Arbeitsablauf.
- Willkommens-E-Mails nennen die Nachhaltigkeit, werden aber selten geöffnet.
- Gäste unter 35 reagieren positiver auf digitale Informationen und Nachfüllsysteme als ältere Gäste.
- Das Team wünscht klarere Kommunikationsmittel und einheitliche Regeln.

Ziele des Betriebs Das Aurora Courtyard Hotel möchte:

1. nachhaltige Entscheidungen klar, bewusst und gästefreundlich wirken lassen,
2. Unklarheiten rund um Zimmerreinigung und Zimmerservice abbauen,
3. den Gästekomfort erhalten und die Nachhaltigkeitsmaßnahmen beibehalten,
4. das Team mit klareren Abläufen und Kommunikationsmitteln unterstützen,
5. die Bewertungen zum Serviceerlebnis verbessern.

Lernaufgabe Ihre Rolle

Sie beraten das Aurora Courtyard Hotel dabei, die Kommunikation und das Erleben von Nachhaltigkeit neu zu gestalten.

Aufgabe

Erstellen Sie einen kurzen Vorschlag, der die folgenden Fragen beantwortet:

1. Wo liegen die größten Reibungspunkte in der heutigen Guest Journey?
2. Welche 2–3 Änderungen machen nachhaltige Servicewahl für Gäste klarer und akzeptabler?
3. Wie ließe sich die Kommunikation vor der Anreise, beim Check-in und im Zimmer verbessern?
4. Was sollte das Team anders sagen oder tun, um Verwirrung zu vermeiden und die Servicequalität zu sichern?
5. Welche monatliche Kennzahl empfehlen Sie für die folgenden Bereiche?
 - Gästezufriedenheit
 - Einheitlichkeit des Service
 - Mitwirkung der Gäste an Nachhaltigkeit



Co-funded by
the European Union

Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the European Education and Culture Executive Agency (EACEA). Neither the European Union nor EACEA can be held responsible for them.

