
essentials

Essentials liefern aktuelles Wissen in konzentrierter Form. Die Essenz dessen, worauf es als „State-of-the-Art“ in der gegenwärtigen Fachdiskussion oder in der Praxis ankommt. Essentials informieren schnell, unkompliziert und verständlich.

- als Einführung in ein aktuelles Thema aus Ihrem Fachgebiet
- als Einstieg in ein für Sie noch unbekanntes Themenfeld
- als Einblick, um zum Thema mitreden zu können.

Die Bücher in elektronischer und gedruckter Form bringen das Expertenwissen von Springer-Fachautoren kompakt zur Darstellung. Sie sind besonders für die Nutzung als eBook auf Tablet-PCs, eBook-Readern und Smartphones geeignet.

Essentials: Wissensbausteine aus Wirtschaft und Gesellschaft, Medizin, Psychologie und Gesundheitsberufen, Technik und Naturwissenschaften. Von renommierten Autoren der Verlagsmarken Springer Gabler, Springer VS, Springer Medizin, Springer Spektrum, Springer Vieweg und Springer Psychologie.

Claus Lampert

Einführung in die Hotel- und Barpsychologie



Springer

Claus Lampert
Frankfurt am Main
Deutschland

ISSN 2197-6708
essentials

ISBN 978-3-658-08472-1

DOI 10.1007/978-3-658-08473-8

ISSN 2197-6716 (electronic)

ISBN 978-3-658-08473-8 (eBook)

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

Springer

© Springer Fachmedien Wiesbaden 2015

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsgesetz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlags. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Der Verlag, die Autoren und die Herausgeber gehen davon aus, dass die Angaben und Informationen in diesem Werk zum Zeitpunkt der Veröffentlichung vollständig und korrekt sind. Weder der Verlag noch die Autoren oder die Herausgeber übernehmen, ausdrücklich oder implizit, Gewähr für den Inhalt des Werkes, etwaige Fehler oder Äußerungen.

Gedruckt auf säurefreiem und chlorfrei gebleichtem Papier

Springer Fachmedien Wiesbaden ist Teil der Fachverlagsgruppe Springer Science+Business Media (www.springer.com)

Was Sie in diesem Essential finden können

- Dieses Essential bietet Ihnen Einblicke in den derzeitigen Stand der Hotel- und Barpsychologie.
- Darüber hinaus werden erstmalig Überlegungen zur Helferbeziehung und Gästeberatung vorgestellt, die im weiter oben genannten Lehrbuch noch nicht enthalten sind.
- Gemeinsamkeiten und Unterschiede zwischen Beratendem bzw. Gastwirt und Psychologe werden herausgearbeitet und miteinander verglichen.
- Acht Hypothesen könnten erklären, warum manche Gäste dem Bartender bzw. Gastwirt ihre Lebensgeschichte erzählen und ihr Leid klagen.
- Es wird dargestellt, wie das Konzept der Übertragung beitragen könnte zu verstehen, warum dieser ihnen geduldig zuhört und sich als un(ter)bezahlter Berater zur Verfügung stellt.

Vorwort

In meinem Lehrbuch „Hotel- und Barpsychologie“, erschienen bei Springer (2013), vermittele ich den Leserinnen und Lesern psychologisches Grundlagenwissen mit Blick auf die tägliche Arbeit von Hoteliers und Gastronomen. Viele Übungen und Merksätze sollen dazu anregen, die Theorie mit der Praxis zu verbinden. Intuition und Erfahrung können hierdurch manchmal infrage gestellt und überprüft werden. Sie werden jedoch letztlich als sehr wichtige Fähigkeiten geachtet und gewürdigt.

Ist es möglich, die Marotten der Gäste zu verstehen? Wie hängen Licht und Nahrungsaufnahme der Gäste zusammen? Was bewegt einen Gast, mehr Trinkgeld zu geben? Oder wodurch erkenne ich, ob es Sinn macht, eine Frau in einer Bar anzusprechen oder besser nicht? Antworten auf diese und viele andere Fragen aus der gastronomischen Alltagswelt zu geben sind Gegenstand und Aufgabe der „Hotel- und Barpsychologie“.

Da ich in der Begrifflichkeit nicht ständig wechseln möchte, verwende ich häufiger den Begriff „Bartender“ für Gastwirt, Hotel- und Restaurantkaufmann bzw. fachmann, Kellner, Servicemitarbeiter, Manager und auch für beide Geschlechter gleichermaßen.

Frankfurt am Main, im November 2014

Claus Lampert

Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung	1
2	Grundlagen der Hotel- und Barpsychologie	5
2.1	Einleitung	5
2.2	Wahrnehmung, Kognition und Lernen	6
2.3	Emotion und Motivation	9
2.4	Persönlichkeit und Gehirn	11
3	Soziale Aspekte in der Gastronomie	15
3.1	Wie ähnlich sind sich Bartender und Psychologe denn nun wirklich?	16
3.2	Zur Existenzberechtigung des Faches	23
3.3	Fantasien über die Zukunft	24
4	Zusammenfassung	27
	Was Sie aus diesem Essential mitnehmen können	29
	Literatur	31

Der Autor



Claus Lampert Diplom-Psychologe, Psychologischer Psychotherapeut, Lehrtherapeut und Supervisor, arbeitet als niedergelassener Psychotherapeut in Frankfurt am Main und ist seit vielen Jahren in der Berufsausbildung und Weiterbildung tätig. Seit 2004 hält er Vorträge und Seminare und veröffentlicht Artikel zum Thema Hotel- und Barpsychologie. www.barpsychologie.de.