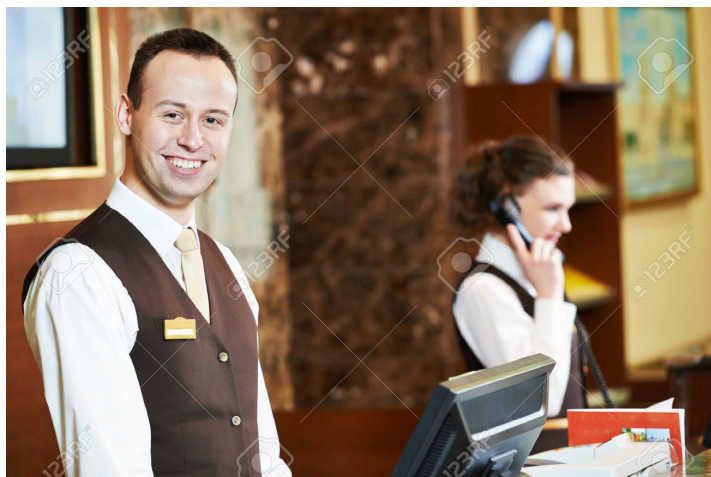


PROFESSIONELT VÆRTSKAB

Opgavehæfte til undervisning i værtskab



HENRIK VEJLGAARD

INTRODUKTION

Velkommen! Dette enkle udsagn er af stor betydning, når man udøver rollen som vært, uanset om man er vært i private sammenhænge eller i kommercielle sammenhænge på spisesteder og overnatningssteder. Men værtskab er meget mere end at byde ordentligt velkommen til sine gæster. Hvad værtskab helt præcist handler om, vil du have lært, når du har løst opgaverne i dette hæfte.

Det er vigtigt at være opmærksom på, at værtskab, altså hvordan man udøver rollen som vært, kan gøres på mange forskellige måder – helt afhængig af spisestedets eller overnatningsstedets koncept (fx cafe, take-away, buffet-restaurant, cafeteria, gourmetrestaurant mv. eller hostel, hotel med få eller mange stjerner).

Værtskab med den tilgang, som beskrives i dette materiale, handler *ikke* om at lave manualer for værtskab. I princippet kan man godt lave en manual, men risikoen er, at samspillet med gæsten bliver kunstigt, fordi man skal følge en instruktion. Desuden kan manualen blive meget tyk, hvis den skal tage hensyn til alle de mange forskellige situationer, hvor man udøver rollen som vært. Tykke manualer bliver sjældent læst, og de kan være svære at huske.

Alternativet til en manual er en klar forståelse af, hvad det vil sige at udøve rollen som vært. Med en sådan forståelse kan man udøve rollen naturligt – uden at skulle tænke på, hvad der måtte stå i en manual.

I det følgende er der 10 opgaver, som vil give dig indsigt i, hvad det vil sige at udøve rollen som vært. I takt med at du løser opgaverne, får du et begrebsapparat og værktøjer til at udøve rollen som professionel vært.

God fornøjelse!

HVORDAN ER DU SOM VÆRT?



OPGAVE 1

Gruppeopgave; kan også løses individuelt.

- A. Lav en beskrivelse af din adfærd og din kommunikation, når du har gæster i private sammenhænge hjemme hos dig selv. Beskrivelsen skal fylde ca. 1.200 anslag.
- B. Del din beskrivelse med de andre medlemmer i gruppen. Når I har læst hinandens beskrivelser, sætter I jer sammen og sammenligner jeres beskrivelser.
- C. Lav en skriftlig opsamling med de lighedspunkter, som I har identificeret. Opsamlingen skal fylde ca. 1.200 anslag.
- D. Besvar derefter følgende spørgsmål: Kommer der bestemte værdier til udtryk i jeres opsamling? Vil de have betydning for, hvordan en vært udøver rollen som vært?
- E. Diskuter og fremhæv de aspekter af jeres opsamling, som I mener også kan beskrive, hvordan man kan agere som vært på en restaurant og/eller på et hotel. Besvar derefter følgende spørgsmål: Er der bestemte personlighedsegenskaber, som det vil være en fordel at have, hvis man skal udøve rollen som vært i kommercielle sammenhænge?

ORDBOG

Værdier	Personers tanker, følelser og viden, baseret på deres moral, religion eller politiske overbevisning. Forskellige værdier kan være positive eller negative, afhængig personens moral, religion og/eller politiske overbevisning. Værdier er typisk tillægsord. Eksempler på værdier: generøs, tolerant, konservativ, frisindet, moralsk, individualistisk, kollektivistisk, uformel. Værdier præger grupper, organisationer og samfund.
----------------	--



Herunder er der en ordbog, der definerer syv vigtige begreber relateret til værtskab på engelsk og dansk.

Du vil muligvis få brug for ordbogen, da dele af opgavehæftet er på engelsk.

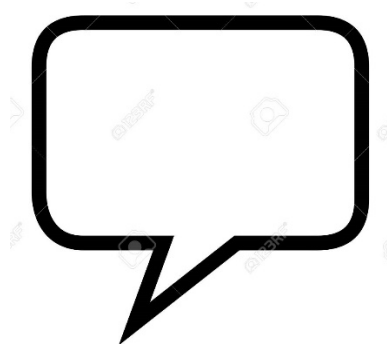
ORDBOG – Engelsk-dansk

Words	Definition	Dansk oversættelse	Dansk oversættelse
Host (noun)	Someone who serves food and drink to guests and/or provides a bed to sleep in for guests.	Person som serverer mad og drikke for gæster og/eller stiller en seng at sove i til rådighed for gæster.	Vært (navneord)
Hospitality (noun)	Reception of guests	Modtagelse af gæster	Gæstfrihed (navneord), her forstået som adfærd.
Hospitality management	Having a core, which addresses the management of food and/or drink and/or accommodation in a service context.	Ledelse af og i virksomheder og afdelinger, der beskæftiger sig med mad og drikke og/eller overnatning.	Ledelse af og i virksomheder, der har fokus på gæster (i modsætning til fokus på kunder).
Hospitable (adjective)	Disposed to treat guests with warmth and generosity.	Tilbøjelig til at behandle gæster med varme og generøsitet.	Gæstfri (adjektiv)
Hospitableness (noun)	A disposition to treat guests with warmth and generosity.	En tilbøjelighed til at behandle gæster med varme og generøsitet.	Gæstfrihed (navneord), her forstået som en værdi
Hosting (gerund)	Exercising the role of host.	Udøvelse af rollen som vært.	Værtskab (navneord)
Guest (noun)	Someone for whom a host serves food and drink and/or provides a bed to sleep in.	Person for hvem en vært serverer mad og drikke og/eller stiller en seng at sove i til rådighed.	Gæst (navneord)

Kilde: Vejlgård (2020a).

FORSKELLEN MELLEM SERVICE OG VÆRTSKAB

I et forskningsprojekt om professionelt værtskab i Danmark spurgte man en række ansatte i hotel- og restaurationsbranchen, hvordan de opfatter forskellen på service og værtskab. Herunder er nogle af de svar, som de ansatte kom med (kilde: Nissen, Simonsen og Vejlgård, 2020).



Værtskab handler om at påtage sig en værtsrolle, hvor man tager sig mere af gæsterne. Man er lidt mere personlig. Det gode værtskab er mere personligt. Service er alt, der er skrevet ned, man skal gøre.

- **Teamleder i reception**, hotel i Odense

Værtskab handler om, at du gerne vil lytte og være der for gæsten. Det er ikke bare at checke gæsten ind. Det er ikke bare det her samlebåndsfænomen, som gæsten kommer igennem og så næste, næste, næste. I værtskabet er du der for at mærke og høre gæsten.

- **Receptionist**, hotel i København

Service er det, gæsten forventer. Værtskab er at vise omsorg for gæsten og spørge ind.

- **Receptionschef**, hotel i Nordjylland

Servicen er det faktuelle. Den gode service handler om at tænke gæsten ind. Den gode service er også, at du kan vise gæsten hen til den nærmeste restaurant. Værtskabet er den menneskelige relation mellem gæsten og værten.

- **Lobby & Bar Manager**, hotel i København

Du kan godt få service, men dårlig service. Jeg kan sagtens give værelsesnøglerne til en gæst med ordene "Hej og værsgo". Værtskab er i min verden lidt mere. Der er du smilende, du er på og interesseret i den, der står over for dig. Ved værtskab interesserer du dig lidt mere for din gæst.

- **Receptionist**, hotel i Nordsjælland

Der er en forskel på service og på værtskab. Med service leverer du det produkt, du har lovet. Så kan man gøre noget ekstra, som gæsten måske ikke havde forventet. Det ser jeg heller ikke som værtskab. Værtskabet er den lidt mere personlige kontakt. Det er ikke muligt at udøve værtskab, hvis du ikke kommer op på et følelsesmæssigt niveau. Værtskab er også, når man kommer under huden på gæsterne.

- **Konferencechef**, konferencehotel i Storkøbenhavn

Service er de basale ting, der skal være, for at man får en god service. Værtskab er en eller anden form for filosofi om at være imødekommende og være åben. Det er lige et lille skridt videre end bare service.

- **Receptionschef**, konferencehotel på Fyn

Service handler om nogle ting, vi skal gøre. Det er procedurer. Værtskab er mere det, at personliggøre det, så man ikke bare går igennem en liste, men måske prøver at spørge ind til gæsten: "Hvorfor er I her? Skal I ud og fejre noget i aften?" eller "Jeg kan se, at du er kommet fra Odense. Er der stadig den restaurant i Odense, som er så omtalt?" Altså prøve at få en dialog i gang. Spørge ind til dem.

- **Receptionist**, hotel i København

Service og værtskab er to begreber, der er svære at skille ad. Service kan handle om at man kan sætte et glas og fjerne en tallerken. Med værtskab kommer der nærvær ind over. Når man kan læse sin gæst og sætte sig ind i deres behov, så kommer der noget nærvær ind over. Nærvær handler om tilstedeværelse, engagement og nysgerrighed.

- **Tjener**, hotelrestaurant på Fyn

OPGAVE 2

Gruppeopgave; kan også løses individuelt.

A. Lav en ultrakort opsummering af, hvad værtskab er ifølge citaterne.

B. Beskriv mindst fem forskellige aspekter af værtskab, som du kan læse ud af citaterne.

På de næste sider er der to interviews med henholdsvis en restauratør og en tjener. Når du har læst dem, kan du gå videre til opgave 3.

VÆRTSKAB PÅ RESTAURANT PHI MO I ODENSE

Interviewer: **Dorthe Simonsen** (D), lektor på UCL

Informant: **Yasar Nazir** (Y), ejer af bla. den thailandske restaurant Phi Mo i Odense

Uddrag af interview gennemført i efteråret 2019.



D: Vil du fortælle lidt omkring restauranten Phi Mo og din rolle i det og også gerne lidt om din baggrund fra branchen?

Y: Restaurant Phi Mo er jo en thailandsk restaurant, som vi startede i 2016. Vi har overtaget et lokale i byen, som var svært at drive – det lå lidt i udkanten af gågaden, men vi valgte at sige, at hvis vi kom ind med et koncept, der var seriøst, hvor kvalitet og service ville være i højsædet, så troede vi faktisk på, at vi godt kunne slå igennem. Maden skulle være noget, der laves fra bunden, og gæsten skulle faktisk vejledes igennem forløbet. Så det er ikke nok at lave et menukort og så lade gæsten vælge selv... Du er faktisk nødt til at gå ned til gæsten, når du byder dem velkommen og så fortælle, at vi laver det her mad her fra bunden.

Noget af det er saltet, noget af det det er krydret, og noget af det bliver over i det søde. Når vi har to gæster, der spiser på Phi Mo, så ligger de mellem 600 til 1000 kroner.

D: Men I må også investere noget tid i det, for den her vejledning er jo ikke hurtigere end bare lige smække et menukort på bordet og så værsgo!

Y: Vejledningen er jo bare alfa og omega. Den gør, at man godt kan mærke, at der er nogle tanker bag det – altså konceptet – og dem, der driver det, de har ”hands on”. Det betyder rigtig rigtig meget, at gæsten kan mærke: ”Jeg er i gode hænder her – det er ikke min hjemmebane, men jeg er inde for at spise thaimad... men jeg er i gode hænder. Den, der står over for mig – værten – er én, der som ved noget om det”. Og det gør vi rigtig meget i – vi gør rigtig meget i at træne personalet i de værdier her – sætte dem ind i konceptet. Altså hos os lærer man, at vi er ikke er robotter: Vi er ikke lige som McDonalds, hvor man har seks trin: Så kommer man ind, så er der øjenkontakt, så skal du sige sådan, og så skal du gøre sådan ... Hos os der er det: Du er en god vært! Prøv at forestille dig, du har en fredag aften derhjemme, hvor du inviterer din familie eller gæster over. Så vil du sikkert ha’ en kold Asti på køl, du vil sikkert sørge for, at du lige har gjort rent, du har tændt nogle stearinlys, du tager imod dem i døren, du giver kindkys måske eller kram ... Når du så kommer ind, så sørger du for, at de hele tiden befinder sig godt hos dig i dit selskab ...

Rent faktisk får vi penge for at gøre samme øvelse i Restaurant Phi Mo. Fra starten fortæller vi medarbejderne: ”Jamen du skal egentlig være dig selv. Glem det der med at du er en rolle – Nej! Du er herinde, du ta’r værtskabet, og du sørger for at gæsten føler sig tilpas.” Så forstår de det. ”Du må komme i dit eget tøj – sørg for at forestille dig at det som jeg siger er en fredag aften – du vil gerne selv være en pæn vært. Du må gerne ha’ smykker på.” Hos os handler det egentlig om, at den gæst, der kommer ind, føler sig godt tilpas og får den rigtige vejledning.

D: Hvordan oplever du, medarbejderne ta’r imod oplæringen?

Y: Inden vi ansætter dem, har de en prøvevagt på en halv time til en time for lige at prøve at få lov til at stille alle spørgsmålene og få lov til at se, hvordan vi arbejder. Så finder vi ud af, om det faktisk er nogen, vi skal arbejde videre med ...

D: Hvad ser du specielt efter hos medarbejderne – eller en potentiel medarbejder?

Y: Jeg ser faktisk efter to ting, Som er meget vigtige for mig i Phi Mo. Den ene det er: Kan de *smalltalke* – smalltalk det er i hvert fald afgørende i en restaurant, hvor du har det modne publikum. Har du det, der hedder *fingerspitzengefühl* – altså har du en situationsfornemmelse. Hos os kommer der faktisk rigtig mange gæster på date, og det har man aldrig tænkt over, men du kan se det – du kan fornemme det, og hvis du har situationsfornemmelse, så ved du også godt, de gider ikke dig – de vil gerne have lov til at snakke om sig selv. Så nytter det ikke noget, du prøver at fortælle en masse og stå der, du ved, og afbryde dem, komme ned hele tiden og spørge om maden er okay.

Så det er noget med, at et ægtepar, der er vant til at stå op sammen og være sammen hele dagen, og nu’ de ude, og nu vil de gerne høre lidt omkring oplevelsen, fordi de skal til Thailand eller har været i Thailand, og så vil de gerne fortælle en eller anden historie. Så lytter du, og du smiler og du er med på den. Så det gælder om at kunne smalltalke, og det gælder om at have situations-fornemmelse. Og i det her er der jo rigtig mange punkter – er du naturlig. Ka’ du egentlig stille dig op på en ølkasse og så stå og snakke om et eller andet. Hvis jeg nu siger til dig: har du lyst til at stille dig op på en ølkasse, og du må snakke frit fra leveren om et eller andet, ka’ du det? Og så når du snakker om et eller andet – det kan være, du

interessere dig for biler – så fortæller du et eller andet i to minutter. Hvis du kan det, så ved jeg, at jeg kan overlade gæsterne trygt til dig – du skal nok kunne komme ud af alle situationer.

Det er også noget med at ansætte folk, der er lidt kvikke - altså du kan lære folk meget, men... men nogen har det jo med sig – nogen har det i bagagen, og så er der nogen, der har taget uddannelser osv., men de kan måske aldrig komme efter det. Så det har noget at gøre med din personlighed – og i Phi Mo er man nødt til at kigge lidt på personligheden, fordi jeg er selv typen, der er meget på, og det forventer jeg egentlig også, at mine ansatte er.

D: Så forstår jeg dig ret i, at hvis du siger, du skulle vælge mellem personlighed og uddannelse, så er det helt klart personlighed?

Y: Det er 100% personlighed.

D: Har I har et bestemt gæstesyn i Phi Mo? Hvordan vil du sige, at I ser på jeres gæster?

Y: Vi ser vores gæster som et modent publikum, som er ude for at få en god oplevelse, men også ude for at tale sammen. Og det er faktisk en mangelvare i det her samfund. Vi ser næsten aldrig vores publikum sidde med mobiltelefonerne fremme.

D: Kan du så sætte ord på de følelser, I vil skabe hos gæsten?

Y: Det skal være glæde og så skal det være go' stemning. Det er virkelig glæde og god stemning - go' atmosfære. Jeg går meget op i, at gæsterne synes, det er en god oplevelse. I Phi Mo der handler det meget om, at det er en stor oplevelse at sidde og tale med hinanden og være sammen. Så jeg vil sige - det er det der med at maden den er bare i top, serviceniveauet er højt, og den personlige service, det er de følelser, vi prøver at vække.

D: Du opfordrer medarbejderne - sagde du indledningsvist - til at de skal være værter, lige som de ville være i deres eget hjem. Hvis du skulle sætte ord på forskellen mellem service og værtskab, hvordan ville det så være?

Y: Jeg synes, at der er kæmpe forskel. Du betaler for en vare, og så får du en service. Værtskab er, når du faktisk er der for gæsterne, og de ligesom kan mærke, jamen det her, det er oprigtigt. Altså den person, der står med det her, det er én, der kan noget - der ved noget om det her, så du er i trygge hænder. Værtskab er, at du er i de trygge hænder, hvorimod service det er - jamen du har bestilt en burger, den har du fået på bordet. Værsgo!

D: Tusind tak fordi jeg måtte spørge dig om alt det her - tak for det og for din tid.

INTERVIEW 1

VÆRTSKAB PÅ RESTURANT FORMEL B I KØBENHAVN

Interviewer: **Rasmus Nissen (R)**, adjunkt, Copenhagen Business Academy.

Informant: **Kristine Slott Olsen (K)**, tjener på restaurant Formel B, København.

Uddrag af interview gennemført i efteråret 2019.



R: Jeg vil gerne spørge dig om jeres tilgang til værtskab.

K: Hos os fungerer det på den måde, at som tjener er du også vært. Også fordi der er ikke én som er fastansat til at være det, men det står i din arbejdsbeskrivelse mere eller mindre.

I værtskab er der et psykologisk aspekt, da vi vurderer virkelig meget på gæsterne. Når de kommer ind af døren, alt efter hvad giver du udtryk for, at du har brug for i aften fra mig, så skal jeg kunne imødekomme det og disponere min tid, så kan imødekomme det ved alle bordene, men samtidig også nå hvad jeg skal, for jeg er vært, tjener og sommelier på én gang.

R: Hvordan imødekommer I gæstens behov? Hvad kunne det for eksempel være?

K: Det er meget forskelligt. Du er helt klart ude for gæster, som er meget eksplicitte om, hvad de vil have, men du er oftest ude for, at gæsterne ikke helt selv ved, hvad de ønsker. Men det skal ikke være nogen hemmelighed, at hvis du tager på Michellin restaurant, så er du næsten altid ude efter, at jeg skal bære dig igennem, for det er også lidt det du betaler for. Det er det, jeg gør for dig, eller det gør mine kollegaer for dig.

Det er sådan set lige meget hvor du er henne. Ud over det, så noget af det der betyder rigtig meget, det er det første du gør. Altså, der er også et førstehåndsindtryk for os. Hvilket tøj har du på, hvilke smykker har du på, hvilke sko har du på.

R: Så det kigger du simpelthen efter?

K: Ja. Allerede der kan du vurdere rigtig mange ting. Hvordan taler du til mig, hvordan opfører du dig, er du måske lidt nervøs, kigger du meget ned i bordet, hvordan kigger du vinkortet, allerede der kan du bestemme dig ind på, ok hvor ligger vi henne sådan nogenlunde vinmæssigt, eller prismæssigt, hvor skal vi være henne, fordi for guds skyld, det værste du kan gøre mod en gæst inde i restauranten, det er at få dem til at føle sig pinlige.

R: Du sagde, at det handler om at kunne guide gæsten igennem aftenen, kan du prøve at sætte nogle flere ord på det, altså hvad betyder det? Det er selvfølgelig nogle funktioner, som når man tager ind og spiser hos jer, som du også siger, det er en del af det at gå på Michellin restaurant, at der er en, der står og tager imod i døren, at der er en som hænger ens overtøj ind i garderoben, at der er en som følger en hen til bordet også siger velkommen og alle de her ting... Men hvad betyder det her med at guide gæsten?

K: Det første er, de første 30 sekunder og de sidste 30 sekunder er det, du husker bedst i løbet af aftenen. Det er der du vinder flest point. Der skal stå én i døren, du skal føle dig varm og velkommen. Det betyder sindssygt meget. Det er det første punkt. Og så allerede der, der bliver du *pampered*. Allerede der sænker du paraderne og tænker, her er rart at være. Ok, der er nogle som tager sig af det, så bliver du fulgt ned til et bord, altså du skal ikke bestemme noget, du skal ikke beslutte noget. Det eneste du skal beslutte, det er når du sætter sig ned til bordet, så skal du tage beslutningerne, og det skal ske hurtigst muligt at du tager de beslutninger, så du ikke behøver at lave flere beslutninger resten af aftenen, men bare skal sætte dig ned og slappe af, slappe af i hovedet, sænke paraderne.

R: Når nu et selskab har besluttet sig for, det er det, vi skal have at spise, og vi skal have det og det vin til, hvordan er din funktion så i løbet af den aften ud over det åbenlyse med at servere maden og fortælle om vinen og den slags ting? Altså hvilke små "tricks" har du i ærmet i forhold til at gæsten skal føle sig godt tilpas?

K: Det må ikke gå for hurtigt, men det må heller ikke gå for langsomt. Hvor hurtigt drikker I, hvor meget drikker I, hvor hurtigt spiser I? Er der en i selskabet som taler hele tiden og ikke spiser, så er det min opgave stadig at sørge for, at [det glider alligevel] Det er sådan nogle små ting, som man ikke lægger mærke til. Men ok, lad os sige der sidder et selskab på 10 mennesker, og der er én som hele tiden taler, alle de andre har været færdige med at spise i 10 min. Skal jeg stadig vente med at rydde alle tallerknerne indtil personen er færdig, eller begynder der at være et irritationsmoment for ham oppe i den anden ende, som ikke rigtig ved, hvorfor ham dernede ikke spiser? Og han er faktisk sulten. Det er ikke særligt høfligt at gå rundt og tage tallerkenerne mens der stadig er nogle, som sidder og spiser, men på et tidspunkt gør jeg det, og så fortæller jeg ham der helt ubevidst, så spiser du op. Der foregår rigtig mange af de der små ting i løbet af en

middag, som man ikke lægger mærke til, og som det er meningen at man ikke skal lægge mærke til, fordi det er meningen at jeg skal tænke for jer.

K: Den slags tjener, som jeg er, er et uddøende fag. Der er ikke nogen som bliver uddannet som det, ikke nok i hvert fald, så det jeg kan, det er at prøve at lære mine elever det. Og prøve at give det videre, og huske at det er gæsten, som er i centrum. Huske det er dem der betaler din løn for det første, men det er dem vi er der for. Du er der ikke for kokken, du er der ikke for ejeren af restauranten, du er der for gæsten.

R: Så det er ligesom den tilgang, man skal have til det?

K: Ja.

R: Det er jo ikke nødvendigvis noget som er naturligt for alle, tænker jeg.

K: Nej, det er det ikke.

R: Det har måske også noget at gøre med ens personlighed?

K: Sindssygt meget.

R: Hvis du skal prøve at sætte ord på, du siger du har elever, hvad er det for nogle kvaliteter, de skal have, hvis de skal være en rigtig god tjener og vært?

K: Opmærksom. Du skal være opmærksom på detaljen. For mig er det perfekt hvis du er detaljeorienteret. Hvis du ikke kan kigge mig i øjnene, så kommer det nok heller ikke med gæsten.

R: Hvordan er det egentlig med jeres interaktion med gæsterne undervejs? Har I nogle procedurer for hvordan I taler med jeres gæster? Er der noget I altid gør, og andre ting som I aldrig gør?

K: Der står som sagt altid én i døren og siger velkommen og hjælper gæsterne af med jakkerne. Derefter kommer der en ny tjener, som følger gæsterne hen til bordet og sørger for, at alle kommer på plads. Hvis der er ældre med trækker denne tjener også stolen ud. Når alle sidder kommer den tjener, som skal være den primære tjener for selskabet. Som den primære tjener, byder jeg så også velkommen og spørger, om gæsterne kunne tænke sig at starte med et glas bobler eller en drink. Det vil langt de fleste, hvilket gør, at stemningen typisk bliver dejligt afslappet. Men det gør også, at jeg får meget lettere arbejdsbetingelser, når jeg så skal til at præsentere maden, det er altid dejligt med glade gæster.

Men ellers er alle mine opgaver jo alle de klassiske med at servere og præsentere mad og vin, holde øje med selskabet og deres behov undervejs i løbet af aftenen, og det er både de behov som de udtrykker, fx må vi bede regningen, når aftenen er ved at være overstået, men også de mere usagte behov. Har de noget at drikke i glassene, har de brug for ekstra brød, eller hvad det nu end måtte være.

K: Man spiller en rolle [som vært].

R: Rolle?

K: Ja, at være tjener er jo et stort skuespil. Når jeg møder ind på arbejde påtager jeg mig en rolle. Den rolle går ud på, at jeg skal skabe den bedst mulige aften for vores gæster gennem min faglighed og min personlighed. Men en vigtig del af den rolle er samtidig, at jeg er opstillingsparat og kan tage eventuelle problemet i opløbet, så gæsten ikke får en fornemmelse af, at der er noget under opsejling. Det handler hele tiden om, at gæstens behov skal være i første række.

R: Jeg tror vi er ved at være igennem min liste af spørgsmål. Har du selv nogle afsluttende kommentarer eller spørgsmål her til sidst?

K: Nej, det har jeg ikke. Jeg håber, du kan bruge det til noget.

R: Det kan jeg helt sikkert. Tak fordi du ville være med.

OPGAVE 3

Gruppeopgave; kan også løses individuelt.

Besvar følgende spørgsmål efter have læst de to interviews.

1. Hvordan beskriver de to informanter værtskab?
2. De to informanter taler om deres restaurants kerneydelse, altså servering af mad. Hvor i interviewene kan man se, at de taler om at servere mad, og hvor kan man se, at de taler om at udøve rollen som vært?
3. Fremhæv mindst tre aspekter ved udøvelsen af rollen som vært, som de to informanter fremhæver?
4. Hvor i interviewene kommer det frem, at personlighed betyder noget, når man udøver rollen som vært?
5. Hvilke aspekter af udøvelsen af rollen som vært minder om det værtskab, som også bliver udøvet i private hjem?
6. De to informanter ser forskelligt på rollen som vært. Hvad er den centrale forskel?
7. Kommer der bestemte værdier til udtryk i de to interviews? Er der sammenfald mellem værdierne? Hvis ja, beskriv de sammenfaldende værdier.

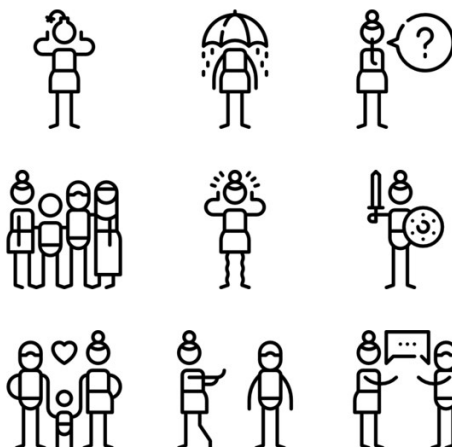
Individuel del

8. Hvilke tanker gør du dig om udøvelsen af rollen som vært efter at have læst interviewene? Vil den værtsrolle, som informanterne beskriver, passe til din personlighed?

Emotionel Intelligens

Inden for psykologien taler man om forskellige typer af intelligens, herunder emotionel intelligens, der bl.a. handler om empati og hvor god man er til at håndtere interpersonelle relationer. Hvis du vil have indsigt i din egen emotionelle intelligens, kan du tage en test fra det amerikanske magasin *Psychology Today* via dette link: <https://psychologytoday.tests.psychtests.com/bin/transfer>

EMOTIONELLE RELATIONER



OPGAVE 4

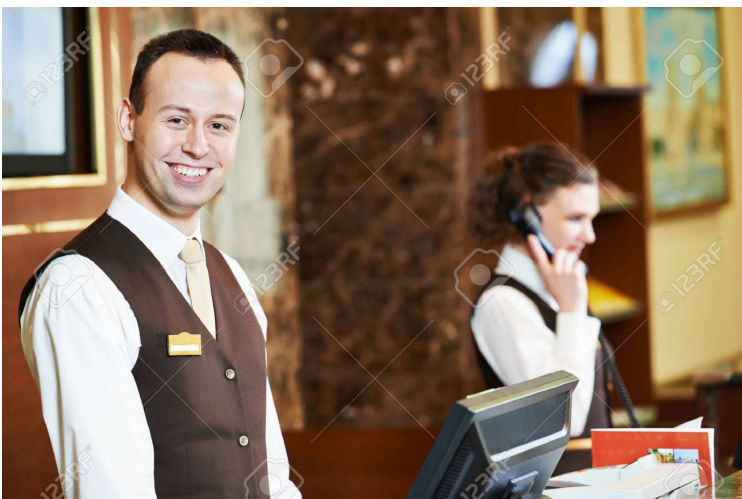
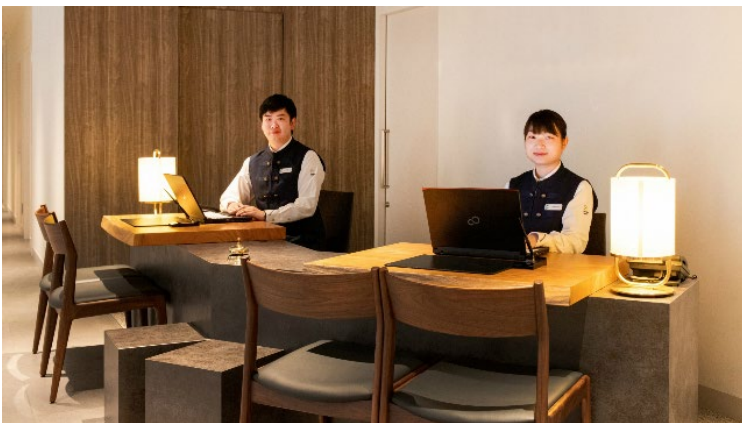
Individuel

- A. Udvælg en sportsbegivenhed, en film/TV-serie eller en koncert, et teaterstykke, en musical, en opera, en ballet eller anden *live* forestilling, som har påvirket dig følelsesmæssigt i en positiv retning. Hvilke følelser følte du? Hvor stærkt følte du disse følelser på en skala fra 1-10, hvor 10 er den stærkeste følelse? Hvad var det der påvirkede dig?
- B. Udvælg en serviceydelse, fx på et spisested, overnatningssted, charterrejse, anden arrangeret rejse eller arrangeret udflugt med en rejseleder, som har påvirket dig følelsesmæssigt i en positiv retning. Hvilke følelser følte du? Hvor stærkt følte du disse følelser på en skala fra 1-10? Hvad var det der påvirkede dig?
- C. Er der ligheder mellem dine to eksempler? Hvis ja, hvilke? Vær så præcis som muligt i din beskrivelse af, hvad der påvirkede dig. Handler det om adfærd eller ord eller begge dele?
- D. Kan du forestille dig at blive følelsesmæssigt påvirket af en person, der arbejder på en restaurant eller på et overnatningssted? Hvilken adfærd og kommunikation skal du møde på en restaurant, et hotel, en arrangeret rejse eller lignende, for at din følelse vil være 1 på en skala fra 1-10? Hvilken adfærd og kommunikation skal du møde på en restaurant, et hotel, en arrangeret rejse eller lignende for at din følelse vil være 3 på en skala fra 1-10? Kan du forestille dig adfærd og kommunikation på en restaurant, et hotel, en arrangeret rejse eller lignende, der kan give en højere placering på skalaen fra 1-10? Beskriv den adfærd og kommunikation, der kunne give dig en højere placering på skalaen.
- E. Kan du som ansat i en restaurant, på et hotel, i en rejsevirksomhed eller anden virksomhed udøve den adfærd og den kommunikation, som du beskrev i punkt D? Hvis nej, hvorfor ikke?

KOMMUNIKATION MED OG UDEN ORD

Herunder og på næste side er der i alt fem fotos, der viser forskellige aspekter af værtskab. Når du har nærstuderet hvert enkelt foto, kan du gå til opgave 5





OPGAVE 5

Individuel

A. Hvilken kommunikationskanal illustrerer fotoene?

B. Hvilken non-verbal kommunikation kan du identificere på de fem fotos?

C. Sæt ord på en eller flere talehandlinger, som du tænker, at personen/erne på de enkelte fotos vil kommunikere til gæster.

D. Sæt ord på de følelser, du vil føle, hvis du møder den situation, du kan se i de enkelte fotos kombineret med den opfundne talehandling fra punkt C.

ORDBOG

Kommunikationskanal	Mediet man kommunikerer igennem. Typiske personlige kommunikationskanaler er: ansigt-til-ansigt, telefon, breve, og emails.
Non-verbal kommunikation	Kropssprog, gestikulering, ansigtsmimik, øjenbevægelser, øjenkontakt, berøring, og hvor tæt man står.
Para-verbal kommunikation	Toneleje, stemmeføring, hastighed hvormed man taler.
Talehandling	Et udsagn, der samtidig angiver eller vises med en handling. Fx at sige "Vær venlig at gå denne vej" og så pege i den retning, man skal gå.
Verbal kommunikation	Det talte ord

TEST-DIG-SELV: HVOR GÆSTFRI ER DU?

Gæstfrihed hænger tæt sammen med værtskab. Gæstfrihed handler om os som mennesker, om vores personlighed og vores værdier. I en stor videnskabelig undersøgelse (Blain, 2012) blev det undersøgt, hvad det vil sige at være gæstfri. Et resultat af forskningen var de tre grupper af udsagn om gæstfrihed, du kan se herunder.

Du kan få et indtryk af, hvor gæstfri du er ved at sætte et kryds ud for de udsagn i nedenstående tabel, som passer på dig. Jo flere krydser du sætter, jo mere gæstfri er du. For at være gæstfri skal du dog have mindst et kryds i hver af de tre hovedkategorier. Brug mini-ordbogen med hospitality ord, hvis du er usikker på, hvad hospitality og hosting betyder.

Desire to put guests before yourself	I put guests' enjoyment before my own I do whatever is necessary to ensure that guests have a great time I always try to live up to my idea of what makes a good host The comfort of guests is most important to me
Desire to make guests happy	I get a natural high when I make my guests feel special I enjoy taking responsibility for the wellbeing of guests It means the world to me when guests show their approval of my hospitality It's important to do the things that people expect of a good host I seek out opportunities to help others
Desire to make guests feel special	When hosting I try to feel at one with the guests I try to get on the same wavelength as my guests Guests should feel that the evening revolves around them I find it motivating to take accountability for other people's welfare

Kilde: Blain & Lashley (2014).

OPGAVE 6

Indivuel

- Lav en ultrakort opsummering af, hvad gæstfrihed er ifølge udsagnene i testen. Svarer det til, hvad du opfatter som gæstfrihed?
- Beskriv med nogle tillægsord, hvilke værdier der gennemsyrrer udsagnene.
- Beskriv hvordan man kan omsætte mindst tre af udsagnene i testen til adfærd og kommunikation.
- Vurder hvad der skal til, for at du kan mestre den adfærd og kommunikation, du beskrev i punkt C.

HOW TO DESIGN A HOSTING PRACTICE

There appear to be some elements that it will be meaningful to include in a hosting practice in international, commercial hospitality settings. The elements that are suggested can be seen in the box text below:

Behavior
Desired emotional quality
Forms of address
Speech acts
Para-verbal language
Non-verbal language
Desired outcome

Hosting Practice in Practice: An Example

An example of how to unfold a hosting practice, based on the suggested elements in a hosting practice can be seen in the box text below. The hosting practice is designed to be appropriate for a four star hotel in Denmark, a relatively informal culture, that is low in power distance and in masculinity, and high in individualism (Hofstede, 2020).

Behavior: A pro-active role when the guest arrives; a re-active role when the guest departs.

Forms of address: The use of name, title, and form of address should be determined by familiarity with the guest and the formality of the guest. If the name of the guest is known, this may be used; however, not incessantly.

Emotional quality: Friendly and helpful.

Specific speech acts: When interacting, you should use phrases that make the guest feel welcome, expected, and at home. A “Welcome” must always be part of the greeting when you are face-to-face with the guest. The exact phrases used when greeting and saying goodbye can otherwise be varied based on how formal/informal/intimate you have become with guest.

Specific para-verbal language: The tone of voice should be warm, the pitch natural, and the pacing of the host’s speech must be comprehensible and non-routine.

Specific non-verbal language: Eye contact and acknowledgement of the guest as soon as the guest is within three meters of you. When interacting with the guest, you should smile warmly and use gestures that signal “Welcome”, for instance, giving a nod with the head. In some instances, a handshake may feel natural when welcoming of the guest.

Desired outcome: That the guest feels welcome, expected, and at home.

Source: Vejlggaard (2020b).

OPGAVE 7

Gruppeopgave

I skal beskrive en værtskabspraksis for en konkret restaurant. Det er bedst at vælge en restaurant, som I kender i forvejen eller som I har mulighed for at besøge og/eller som har en hjemmeside med oplysninger om selve restauranten. Man skal så vidt muligt tage udgangspunkt i restaurantens værdier, hvis disse kan identificeres. Ellers må man selv udtænke nogle meningsfulde værdier for en restaurant.

Inden I starter skal I genlæse introduktionsteksten i dette opgavehæfte og være påpasselige med ikke at lave en instruks eller manual. Diskuter hvordan I vil tolke det tredje afsnit i dette hæftes Introduktion. Der kan være nogle elementer, der adresseres på forskellige måder, fx "skal", "bør" eller "kan". Generelt kan der godt være elementer, der adresseres som "skal", men disses skal være velovervejede og få.

Man skal overveje, hvordan vil man vil kommunikere til den, man skriver til. Generelt kan man vælge mellem den afsender-orienterede vi-form eller den modtager-orienterede du-form. Hvis man har en meget tydelig virksomhedskultur, og det er værdierne, der skal være styrende, kan det være meningsfuldt at bruge vi-form. Hvis man derimod ikke kan identificere en tydelig virksomhedskultur eller man vil skabe en medarbejderkultur, kan det være relevant med du-form.

Det kan være relevant at inddrage servicebegreber i beskrivelsen, men som udgangspunkt skal beskrivelsen *ikke* have fokus på, hvordan man leverer serviceydelsen, dvs. mad og drikke. Fokus skal være på værtskab, dvs. den emotionelle relation man vil skabe til sine gæster. Beskrivelsen skal handle om adfærd og kommunikation, men skal *ikke* give præcise instruktioner for alle situationer, men må gerne indehold eksempler på talehandlinger til visse situationer.

Beskrivelsen kan bestå af tekst, illustrationer og fotos. Den skal fylde 4.000 – 5.000 anslag.

ORDBOG

Praksis	Gentagen adfærd eller sædvane; noget man sædvanligvis gør.
----------------	--

VÆRTSKAB I FORSKELLIGE BRANCHER

Værtskab er et begreb, der historisk set knytter sig til servering af mad og drikke og/eller overnatningsteder. Men "hospitality industrien" omfatter også andre brancher end restauranter og hoteller, nemlig "travel, leisure, attractions, and conventions" (Ottenbacker, Harrington, and Parsa, 2009). I Tabel 1 ses en oversigt over de brancher, hvor det er meningsfuldt at tale om værtskab.

Tabel 1. *Oversigt over brancher hvor personalet kan have en værtsrolle*

Engelsk ord	Branchens fokus	Dansk oversættelse	Bemærkninger
Event Industry		Event branchen	Event branchen består af virksomheder i forskellige størrelser, fra små enkelt-mands virksomheder til bureauer med mange ansatte. Begge virksomhedstyper kan arrangere events som fx festivaller, konferencer, bryllupper, virksomhedsarrangementer, koncerter, messer m.v..
Hospitality industry	Food and services, and sleeping accommodation	Hotel- og restaurant-erhvervene	Disse brancher omfatter overnatningssteder og/eller steder, der tilbereder måltider, snacks og drikke for umiddelbart forbrug, dvs. også cafeer, barer, værtshuse, natklubber m.v. Omfatter også hostels og andre typer overnatningssteder.
Hospitality sector	A conglomerate of industries that includes the hospitality industry plus all other industries that have an element of hospitality, such as, for instance, the travel industry, the leisure industry, and the event industry.		Der er ikke en egentlig dansk oversættelse.
Leisure industry	The arts, entertainment, and recreation sector [14].	Kultur, underholdning og forlystelses-sektoren	I denne sektor er der ofte også servering af mad og drikke. Madsteder i sektoren hører til i hotel- og restaurantbranchen.
Meeting, Convention, and Event Planners (MICE)	Meetings, Incentives, Conventions, Exhibitions	Møde- og congress-sektoren.	I denne sektor er der ofte også servering af mad og drikke. virksomhedens kundeforplejning.
Tourism industry		Turismeerhvervet	I denne sektor er der ofte også servering af mad og drikke. En samlebetegnelse for en række sektorer.



Disney theme parks in the United States have been calling their front stage employees “hosts”, and their customers “guests” at least since the 1970s. In 1979, one Disney World theme park host (“WDW Host”) explained his job as follows: “Our job, every minute, is to help the Guest enjoy the park” (Pope, 1979).

OPGAVE 8

Individuel opgave; kan også løses som gruppearbejde.

- A. Vælg en af brancherne, der er nævnt i Tabel 1. Find en konkret virksomhed fra denne branche. Det kan være en virksomhed, som du kender godt, eller som du kan finde relevante informationer om online eller på anden måde.
- B. Du skal nu lave et stillingsopslag til en stilling som vært i den pågældende virksomhed. Den tekst, du skal skrive, skal omfatte følgende tre elementer: a. jobbeskrivelse og ansvarsområde. b. Ansøgerens ideelle personlighed. c. Virksomhedens værdier.
- C. Nu skal du skrive en kort ansøgning til den stilling, som du beskrev i punkt B. Ansøgningen må max. fylde 2.000 anslag.

VÆRTSKABSPRAKSIS



OPGAVE 9

Gruppeopgave. Delopgave A kan også laves individuelt.

A. I denne opgave skal I bruge den værtskabspraksis, som I udarbejdede i opgave 7. Eller alternativt beskrive en værtskabspraksis for en anden virksomhed, fx den virksomhed som I arbejdede med i opgave 8. Diskuter hvordan I kan se værtskabspraksissen udspille sig i forhold til en typisk gæst.

B. I skal nu lave en videofilm: I skal nu gennemføre et rollespil, som I videofilmer. Videoen skal vise, hvordan den beskrevne værtskabspraksis kan blive praktiseret på det pågældende madsted/-overnatningssted. Tænk på jeres personligheder inden I beslutter, hvem der skal være vært, og hvem der skal være gæst. Inden optagelsen finder sted, skal I have gjort jer overvejelser om, hvem gæsten(e) er, og hvilke følelser I ønsker, at gæsten skal have til sidst. Længden på videoen skal være ca. 10 minutter.

OPGAVEN MED ET SERVICEPERSPEKTIV

Hvis man kender serviceteoretiske begreber som kunderejse, servicekoncept, kvalitetsniveauer, servicepakker, service management systemet, serviceleverance, touch points, servicemøde og service kvalitet kan man lave en indledende analyse af restauranten med disse begreber. Denne analyse kan bruges som udgangspunkt for at lave beskrivelsen af den ønskede værtskabspraksis

AFSLUTTENDE REFLEKTIONSSPØRGSMÅL



OPGAVE 10

- A. Hvad er de tre vigtigste ting, du nu har lært om værtskab?
 - B. Hvordan kan du bruge, det du har lært om værtskab, i praksis?
 - C. Hvor har du senest oplevet godt værtskab? Hvad gjorde, at det var godt værtskab?
-

KILDER

Blain, M. J. (2012). Hospitableness. Can the sub-traits of hospitableness be identified, measured in individuals and used to improve business performance? Document 1: Research Proposal. Doctoral Dissertation, Nottingham Trent University, England.

Blain, M. & Lashley, C. (2014). Hospitableness: the new service metaphor? Developing an instrument for measuring hosting. *Research in Hospitality Management*, 4(1&2), pp. 1–8.

Hofstede (2020). <https://www.hofstede-insights.com/product/compare-countries/>

Nissen, Simonsen & Vejlgård (2020). Upublicerede data. Copenhagen Business Academy, København.

Ottenbacher, M., Harrington, R., and Parsa, H. G. (2009). Defining the Hospitality Discipline: A Discussion of Pedagogical and Research Implications. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 33(3).

Pope, N. W. (1977). Mickey Mouse Marketing. *American Banker*. July 25, 1979.

Vejlgård, H. (2020a). Hospitality Definitions in an Inter-lingual Comparison: A Semantic Study. Working Paper, Copenhagen Business Academy, Copenhagen, Denmark.

Vejlgård, H. (2020b). Social Rituals in Host-Guest Emotional Bond Development: A Prescriptive Study. Working Paper, Copenhagen Business Academy, Copenhagen, Denmark.

ANBEFALET SUPPLERENDE MATERIALE

Katja Hessel, Gry Asnæs og Nille Presskorn (2020): *Nordisk Servicesyn*. København: Praxis.



KOLOFON

PROFESSIONELT VÆRTSKAB – Opgavehæfte til undervisning i værtskab

Første udgave

Denne udgave er en foreløbig udgave fremstillet til at blive testet i undervisningen i foråret 2020. Ny udgave forventes at foreligge august 2020.

DENNE UDGAVE

Tekst: Henrik Vejlgård

Interviews ved Dorthe Simonsen og Rasmus Nissen

Copyright 2020 © forfatterne

Fotos: Google Royalty Free, Royalty Free Shatterstock, private m.fl.

Opgavehæftet er delvist baseret på et forskningsprojekt under ledelse af Henrik Vejlgård, Rasmus Nissen og Dorthe Simonsen og med bidrag fra en række adjunkter og lektorer på Copenhagen Business Academy og University College Lillebælt.

Resultater fra projektet kommunikeres på www.eaviden.dk under dette link:

<https://www.eaviden.dk/project/professionelt-vaertskab-i-danske-servicevirksomheder/>

Her er også kontaktinformation til projektledelsen.



Vejledning til undervisere

Opgavehæftet er en del af undervisningsmaterialet til kurset "Professionelt værtskab" på Copenhagen Business Academy.

Opgavehæftet opfylder også læringsmålene i værtskab på serviceøkonomuddannelsen og en del af læringsmålene på International Hospitality Management uddannelsen.

Opgavehæftet kræver ikke en indledende teoretisk gennemgang. Den grundlæggende tilgang er induktiv, dvs. at kursisten/den studerende skal ikke først have en teoretisk gennemgang af værtskab. I det omfang at kursisten/den studerende skal forholde sig til teori i en opgave, er teorien en del af opgaven. Opgaverne kan dog selvfølgelig suppleres med teori før og/eller efter opgaverne. Ellers er det tænkt, at det didaktiske princip er, at underviseren i høj grad faciliterer diskussioner og laver opfølgning på opgaverne.

Opgaverne i hæftet handler *ikke* om service. Det kan være en fordel, hvis kursisten eller den studerende har en forudgående viden om serviceteoretiske begreber som kunderejse, servicekoncept, kvalitetsniveauer, servicepakker, service management systemet, serviceleverance, touch points, servicemøde og service kvalitet.

Opgaverne er tiltænkt at skulle løses i grupper; visse opgaver kan eller skal dog løses individuelt. Tilgangen er baseret på en udstrakt brug af feedback på de løste opgaver. Feedback kan fx gives som følger: efter opgave 1, efter opgave 2, efter opgave 3, 4, og 5, efter opgave 6 og 7 og efter opgave 8.

Opgavehæftet dækker et forløb, der er tænkt at skulle vare ca. 15 timer, hvoraf ni timer er gruppearbejde og 6 timer er diskussion og feedback.

Bogen *Nordisk Servicesyn* (2020) vil være et godt supplement til dette opgavehæfte.