

# DIE WICHTIGSTEN TREIBER DER GASTRONOMIE

*Mitarbeiter,  
Digitalisierung,  
Nachhaltigkeit und  
Preis-Leistung*

Unsere Branche musste sich in den letzten drei Jahren so häufig verändern, anpassen und neu ausrichten, wie noch nie zuvor in so kurzer Zeit. Auch in Zukunft werden die Herausforderungen mehr: Veränderung wird ein fixer Bestandteil im Arbeitsleben bleiben. In den kommenden Jahren wird sich unsere Branche stark nach den Themen Mitarbeiter, Digitalisierung, Nachhaltigkeit, und Preis-Leistung ausrichten. In zahlreichen Betrieben werden diese Themen über Erfolg und Scheitern entscheiden.

## **Mitarbeiter**

In den kommenden 15 Jahren erreichen 12,9 Millionen Erwerbspersonen das gesetzliche Rentenalter (\*), was bei momentan ca. 45 Millionen Erwerbstätigen nicht durch nachkommende Generationen abgedeckt werden kann.

Hinzu kommt, dass sich deren Ansprüche nur bedingt mit dem Bedarf der Gastronomie und Hotellerie decken. Einige Lösungsansätze haben wir in den letzten Jahren gesehen – wie beispielsweise zur kreativen Mitarbeitergewinnung in Kampagnen: von einer 4-Tage-Woche über gratis Tätowierungen bis hin zu zehn Tagen bezahltem Vaterschaftsurlaub. Eine starke Mitarbeitermarke, die auf die Bedürfnisse der gewünschten Zielgruppe eingeht, ist sicher ein Baustein.

Eine Lösung, die bereits jetzt viele Betriebe praktizieren: flexible Arbeitszeitmodelle und reduzierte Öffnungszeiten, um sich auf die tatsächlichen Umsatzzeiten zu konzentrieren. Um Mitarbeiter an den Betrieb zu binden, ist eine Erfolgsprämie eine Option. Das Thema Rente und Altersarmut wird

gerade viel besprochen – Privatrenten für Mitarbeiter könnten eine weitere Lösung sein.

## **Digitalisierung**

Die Digitalisierung ist neben der qualifizierten Zuwanderung und der Systematisierung der größte Hebel, um in Zukunft eine erfolgreiche Gastronomie umzusetzen – wenn nicht gar der wichtigste Treiber mit dem größten Potenzial. Bei der Umsetzung ist es wichtig, das ganzheitliche Gästelerlebnis jeder einzelnen Zielgruppe zu betrachten.

Es gibt keine 0815-Lösung für alle Betriebe. Jeder Gastronom muss sich für seinen Betrieb das individuell passende Angebot erarbeiten. Ein gutes Beispiel ist der „Schachtelwirt“, der uns gezeigt hat, dass auch ohne persönliche Inter-

aktion eine Bestellung am Terminal durch Ihre Gäste angenommen wird.

## **Nachhaltigkeit**

Immer mehr Mitarbeiter und Gäste fragen sich, was Betriebe zum Thema Nachhaltigkeit umsetzen. Die vegane und die vegetarische Ernährung ist aufgrund der großen Nachfrage der Flexitarier inzwischen vom „Nice to have“ zum „Must have“ und damit für viele Speisekarten einer der Hauptbestandteile geworden.

Eine persönliche Erfahrung: Als mich mein neuer Kollege (27 Jahre) im Außendienst nach dem Firmenwagen gefragt hat, habe ich ihm ganz selbstverständlich die Marke gesagt. Er aber wollte wissen, ob ich ein E-Auto oder ein Hybridfahrzeug fahre. Der nächsten Generationen sind solche Angebote


wichtig und Arbeitgeber können sich durchaus gut darauf einstellen, sobald sie die wirklichen Bedarfe ihrer Zielgruppe kennen.

Betriebe sollten in Sachen Nachhaltigkeit jedoch nicht nur Ökologie und Soziales betrachten, sondern auch die Ökonomie und wie diese auf das Unternehmensergebnis einzahlen kann. Denn nur ein nachhaltig erfolgreiches Unternehmen kann auch nachhaltig handeln.

## **Preis-Leistung**

In den letzten 12 Monaten sind die Energie-, Einkaufs- und Personalkosten deutlich gestiegen, was auch die Verkaufspreise in Restaurants, Bar und Cafés hat ansteigen lassen. Fehlende Mitarbeiter und Re-Openings fühlten sich nach den Schließungen wie eine

komplette Neueröffnung an. Dieser Umstand hat es noch schwieriger gemacht, gleichzeitig auch die Qualität zu steigern, bzw. auf Vorcoronna-Niveau zu halten.

Mit der Preissteigerung ging aber auch einher, dass die Ansprüche der Gäste gestiegen sind, was wiederum viele Betriebe vor enorme Herausforderungen stellt. Um auch noch in Zukunft die passenden Preise durchzusetzen, ist es wichtig, seine Mitarbeiter stetig weiterzubilden. Durch eine Zielgruppenanalyse können auch die Bedürfnisse und Erwartungen der Gäste abgefragt und darauf eingegangen werden. Das Ziel sollte also darin bestehen, zugleich die gebotene Qualität zu steigern und den Preis anzuheben. 

*Quelle: Statistisches Bundesamt  
Redakteur: Tobias Scheibel*