

Mice-Buchungen

Lauert da eine neue Abhängigkeit?



Redakteurin
Raphaela Kwidzinski
r.kwidzinski@ahgz.de

Wer Expedias Meeting-Market-Lösung auf seiner eigenen Webseite implementiert, braucht sich nicht mehr über die zunehmende Macht der Buchungsportale zu beschweren. Denn Expedia ist immerhin weltweit der zweitgrößte unter diesen Portalanbietern, von denen sich die europäischen Hotelverbände mit ihrer Kampagne „Direkt buchen“ ja eigentlich unabhängig machen wollen. Doch an diese Kampagne scheint derzeit kaum jemand zu denken. Große deutsche Hotelketten setzen auf Meeting Market für die hoteleigene Webseite, um dort Tagungsbuchungen zu bekommen. Dabei könnte man vom Individualbuchungsbereich lernen. Denn da waren die Warnungen laut, als die Booking.com-Mutter Priceline vor einigen Monaten mit der Booking Suite angefangen hat, in den direkten Vertrieb auf der hoteleigenen Webseite einzugreifen. Doch nichts anderes macht Expedia: Eine Buchungsmaske für die eigene Webseite. Und wenn sie noch so praktisch sein mag, sollte man die drohende neue Abhängigkeit nicht ignorieren. (Seite 9)

Hier will ich arbeiten!

Die aktuellen Veröffentlichungen der Azubizahlen und der Einstiegsgehälter für Akademiker haben in den vergangenen Wochen in Fachmedien und sozialen Netzwerken hitzige Diskussionen ausgelöst. Mal wieder, möchte man fast sagen. Mich hinterlässt das etwas ratlos. Wir sehen in Sachen Human Resources (HR) und Employer Branding aller Orten hohes Engagement, innovative Ideen, großartige Projekte und Initiativen. Spannende HR-Kampagnen werden hochprofessionell entwickelt. Sie sind jung, modern und auf die Bedürfnisse und Erwartungen der Generationen Y und Z zugeschnitten. Branchenweit, völlig unabhängig von Struktur, Größe und Lage der Betriebe. Wir sehen einen echten Wandel, das Thema Human Resources ist da, wo es mit Blick auf den akuten Mangel an Fachkräften hingehört: In Chefetagen und auf den Agenden weit nach oben – als Teil der Unternehmensstrategie. Doch trotz aller Bemühungen sinken die Azubizahlen weiterhin. Trotzdem verlassen nach wie vor viele derjenigen die Branche, die ihre Ausbildungen oder dualen Studiengänge erfolgreich absolviert haben, die wir vorher in aufwendigen Recruiting-Prozessen für unsere Branche begeistert haben. Warum

GASTBEITRAG
Von **Merle Losem**,
Geschäftsführerin Deutsche
Hotelakademie, Köln



Merle Losem: „Jeder einzelne Betrieb ist gefordert.“

ist das immer noch so? Wir stehen vor einem klassischen „Käufermarkt“. Nachwuchskräfte haben die Wahl: Dienstleistungsunternehmen unterschiedlichster Couleur suchen gezielt nach gut qualifizierten Absolventen aus Hotellerie und Gastronomie, locken mit 5-Tage-Wochen, geregelten Arbeitszeiten und einer Entlohnung, die häufig

deutlich über dem liegt, was Arbeitgeber aus Hotellerie und Gastronomie bieten. Was können wir dem entgegensetzen? Ein Schlüssel zum Erfolg sind Absolventen, sind Mitarbeiter, die all das, was wir auf unseren Jobseiten versprechen, wirklich erleben und weitertragen: Ein spannende Branche mit interessanten Perspektiven. Dazu gehört – vor dem Hintergrund der Diskussion um die geringen Einstiegsgehälter für Akademiker – auch eine adäquate Entlohnung mit den entsprechenden Aufstiegsprospekten. Arbeitgeber, die beides bieten, werden mit ihrer Personalarbeit erfolgreich sein und ihre Mitarbeiter halten können. Wer dazu nicht bereit ist, verspricht Einstiegeern schlicht etwas, das nicht gehalten wird und trägt so auch zu Frustration, Branchenausstieg, negativer Berichterstattung und der Enttäuschung über eine ganze Branche bei. Gib es denn Alternativen? Ich finde ja! Die Energie und die Ressourcen, die beispielsweise in die Ausbildung angehende Akademiker gesteckt werden, die später oftmals die Branche verlassen, könnte man alternativ in die Ausbildung von Fachkräften stecken, in die gezielte Entwicklung von Quereinsteigern und angehenden Mitarbeitern, die der Branche

dauerhaft zur Verfügung stehen. Jeder einzelne Betrieb ist gefordert, seinen Beitrag zu leisten, um die Branche wieder attraktiver zu machen und für jeden Mitarbeiter ein möglichst faires und motivierendes Arbeitsklima zu schaffen. Leider sind es oft die negativen Einzelfälle, die zu publikumswirksamen Nachrichten werden und die nach wie vor das Bild unserer Branche prägen. Hotellerie und Gastronomie sind und bleiben ein People Business, es bedarf mehr denn je motivierter Menschen, die dafür brennen, in einer Branche zu arbeiten, in der man als Gastgeber auftreten und Menschen glücklich machen kann. Unsere Aufgabe ist es, den Rahmen hierfür zu schaffen, Mitarbeiter zu begeistern, unsere Versprechen zu halten und das Image unserer Branche damit zu verbessern. Wir müssen die vielen positiven Projekte der HR-Arbeit in das Zentrum der Berichterstattung bringen. Dann wird es dauerhaft hoffentlich viel häufiger heißen: Hier will ich arbeiten!

Wer gute Mitarbeiter will, muss heutzutage einiges bieten

Wie läuft das in Ihrem Haus? Schreiben Sie uns.

redaktion@ahgz.de



Was Leser denken ...

DIE MEINUNG DER WOCHE

Wirt beklagen Abwerbeaktionen

Zum Artikel: „Kontroverse unter Stuttgarter Gastronomen“ (AHGZ.de vom 16. Mai)

„Naja, junge Leute suchen sich halt auch mal etwas Neues. Sie wollen dazulernen und neue Sachen testen. Eventuell bekommen sie ja bei dem neuen Arbeitgeber mehr Geld, müssen weniger schuften, oder andere Dinge kommen hinzu. Ein Jobwechsel kann viele Gründe haben. Und Stuttgart ist ja voll von Gastronomie. Und ob das wirklich ein ‚Abwerben‘ war, glaube ich auch noch nicht. Und wenn

– es gibt ja leider kein Gesetz dagegen, oder? Außerdem: die Rede von ‚Mangel an Fachkräften‘ ist eine alte Masche, die ich wirklich nicht mehr hören kann. Es gibt diesen immer wieder beschriebenen Fachkräftemangel definitiv nicht. Die Jobs in der Gastronomie will eben keiner mehr machen – aus den ganzen bekannten Gründen.“

Dieter Linnstedt, Hauswirtschaftliche Berufsschule, Heilbronn-Böckingen

Neues Küchenkonzept in der Kritik

Zum Artikel: „Budersand Hotel verabschiedet sich von Sterne-Gastronomie“ (AHGZ.de vom 16. Mai)

Rolle rückwärts

„Das Restaurant Kai 3 war vor einigen Jahren häufig in den einschlägigen Publikationen, weil es dort vegane Küche auf Sternenniveau gab. Das fand ich super. Und jetzt also Gänsestopfleber – das nenne ich aber mal eine Rolle rückwärts, ich bin entgeistert.“

Annalissas Hotelworld

Keine Zirkuskunststücke

„Nein, Gäste wollen eine ehrliche Küche! Sie wollen gutes Essen genießen, und sich nach der Molekular-Unsinn nicht schon wieder auf Zirkuskunststücke einlassen.“

Rai Stever

Ein großer Koch verabschiedet sich

Zum Artikel: „Harald Wohlfahrt verlässt die Schwarzwaldstube“ (AHGZ.de vom 16. Mai)

Hochachtung

Mit größtem Respekt und Hochachtung verneige ich mich vor einem der größten unserer Zunft.

Walter Eberl

Leben ohne Stress

„Eine lange erfolgreiche Ära geht zu Ende. Aber keinem sei es mehr gegönnt, das Leben ohne Stress zu führen und zu genießen. Aber: ‚Niemand geht man so ganz‘. Seine Handschrift wird man noch lange spüren.“

Hage Schröder

Verdienter Ruhestand

„Er hat sich seinen Ruhestand wirklich verdient.“

Sebastian Kober

Gastronomen zur 7-Prozent-Mehrwertsteuer

Es droht ein Einheitsbrei

„Ich hoffe, dass wir schnellstmöglich eine Reduzierung des Mehrwertsteuersatzes auf 7 Prozent bekommen. Ich glaube, dass das essentiell für das Überleben der Gastrobranche ist. Die deutsche Bevölkerung hat einen der niedrigsten Pro-Kopf-Umsätze für Lebensmittel in Europa. Dadurch entsteht eine extreme Preissensibilität gegen-



James Ardinast
IMA, James Ardinast & David Ardinast GbR, Culinary Entrepreneurs & Berater, Frankfurt/M.

über Gastronomien, was es immer schwieriger macht Restaurants, wie die unseren zu führen. Wir versuchen weitgehend ohne Convenience zu arbeiten, wodurch wir einen erhöhten Waren- und Personalaufwand haben. Das muss in der Preisgestaltung natürlich berücksichtigt werden. Und oben drauf kommen dann noch die 19 Prozent. Imbisse & Co. können da ganz anders kalkulieren, da sie meistens mit Convenienceprodukten arbeiten und zusätzlich den geringeren Mehrwertsteuersatz haben. Das verzerrt die Preiswahrnehmung beim Gast. Resultat ist oft, dass unsere Gäste, trotz hoher Produkt-



qualität und gängiger Kalkulation, die Preise als extrem hoch empfinden.

Die Renditen in der Individualgastronomie liegen in der Regel unter 10 Prozent. Die Auflagen und die dadurch entstehenden Kosten werden immer mehr. Sollte es bald keine Angleichung oder Reduzierung der Mehrwertsteuer geben, werden wir in Zukunft nur noch einen Einheitsbrei an Systemgastronomien haben.“