

Behandelst du dich, wie deinen besten Gast?

Wir sind alle Gastgeber – jeden Tag und unabhängig von der Rolle, die wir in dem Unternehmen, in dem wir tätig sind, innehaben.

Hospitality bzw. den Wert, Gastfreundschaft zu leben, ist nicht nur für jedes Unternehmen ein Gamechanger, sondern für jeden Menschen ganz persönlich. Denn Gastfreundschaft beginnt bei uns selbst und erst, wenn wir für uns die beste Gastgeberin oder der beste Gastgeber sind, können wir das auch für unsere Mitmenschen sein.

Gastfreundschaft ist die Basis für Wohlbefinden, ein schönes Miteinander und gesunde Kommunikation – und somit der Schlüssel zu authentischen Verbindungen und der Grundstein, andere Menschen mitsamt ihren Bedürfnissen zu sehen.

Wie bin ich ein guter Gastgeber für mich? Dazu braucht es Vertrauen, Zeit und das richtige Umfeld. Vertrauen in sich selbst und darauf, dass unser Innerstes uns die richtigen Impulse sendet, die wir in dem Moment brauchen. Ruhe für Reflektion, Zeit zum Zuhören und das richtige Umfeld – sowohl persönlich bei Freunden und Familie, als auch das Umfeld am Arbeitsplatz.



Expert

Christine Friedreich

Geschäftsführerin Friedreich Hospitality
Fragen bitte an christine@friedreich.at

Foto: Friedreich Gastgeberberatung e.U.

Klingt banal? Ist es ganz und gar nicht. Es ist eine schwierige Übung, die wir allerdings selbst in der Hand haben. So finden wir heraus, was uns selbst guttut und was wir brauchen. Das ist dann in den meisten Fällen auch das, was unseren Kund:innen und unseren Gästen guttut. Gastfreundschaft ist gelebte Zuneigung und Wertschätzung. Für einen selbst und für alle Menschen. So ist es die treibende Kraft und die Quelle für authentische Gastfreundschaft, Innovation und gute Zusammenarbeit. Durch gegenseitige Anerkennung und Wertschätzung schaffen wir so eine positive Arbeitsumgebung und das Fundament für nachhaltigen Unternehmenserfolg.

Es ist egal, in welcher Branche wir tätig sind oder welche Position wir innehaben. Wir sind stets Gast und Gastgeber. Für uns und für andere. Nimm dir ein paar Minuten Zeit, schließe die Augen und stelle dir ehrlich die Frage: Behandelst du dich, wie deinen besten Gast?

#itsallabouthospitality

In der nächsten Ausgabe geht es um den Wert der Gastfreundschaft.

Zustellgeschäft nach wie vor im Boom

Der österreichische C&C-Zustell-Großhandel konnte den Umsatz von 2023 gegenüber 2022 um 9,8 % auf ~ 2,5 Mrd. EUR steigern. Die hohe Inflation und die damit verbundenen Preisanpassungen im Großhandel sowie auch die Erholung im Tourismus tragen wesentlich zum Wachstum bei.

Überproportional legt das Zustellgeschäft mit +13,2 % zu – die Abholung in den Großmärkten verzeichnete dazu ein vergleichbar geringeres Wachstum von 1,2 %. In einigen Monaten war der Abholumsatz sogar unter dem Vorjahr 2022.

Nach den Covid-19 bedingten Rückgängen im Zustellbereich in 2020/2021 legt der Zustellanteil seit 2022 wieder kontinuierlich zu. Er lag 2023 bereits bei ~ 74 % (gg. Abholung 26 %), d.h. rund 3/4 aller Warenflüsse zur Gastronomie und Gemeinschaftsverpflegung werden vom Großhandel bereits zugestellt.

In der Sortimentsbetrachtung sind die Molkereiprodukte mit 13,0 % am stärksten gewachsen, eine deutlich höhere Entwicklungsrate wie das umsatzstärkste Sortiment Lebensmittel mit 10,1 %. Das seit Jahren

Expert

Dipl. BW Stefan Obergantschnig,

Geschäftsführender Gesellschafter Gastro-Data GmbH
Fragen bitte an office@gastro-data.at



Foto: Dipl. BW Stefan Obergantschnig

am stärksten wachsende Segment Tiefkühl (Convenience) konnte um 11,0 % zulegen. Nochmals stärker sind die Wachstumsraten in der Zustellung (MOPRO +17 %, TK +15 %).

Im Bundesländerranking 2023 hat Wien Tirol wieder als umsatzstärkstes Bundesland überholt. Der Städtetourismus erholt sich – die höchsten Zuwachsraten 2023 vs. Vorjahr verzeichnet Salzburg mit +20,6 % (in der Zustellung sogar 25 %). Dagegen weist Tirol ein vergleichbar geringes Wachstum von +1,6 % aus – allerdings hat Tirol in den Covid-Jahren 2020/2021 geringere Verluste verzeichnet.

Das GastroPanel® konzentriert sich auf den Gastronomie- und Großverbraucher-Markt und analysiert alle Warenströme bis auf Ebene Einzelartikel, die über den österreichischen C&C-Zustell-Großhandel zur Gastronomie und Gemeinschaftsverpflegung vertrieben werden. Mit den Scanning-Abgangsdaten wird ein Abdeckungsgrad von 85-90 % am gesamten Vollsortiments-Großhandel Österreich erreicht.

Datenlieferanten sind: AGM/METRO/EUROGAST/TRANS-GOURMET/KASTNER/WEDL

Österreich, das Land der Gastfreundschaft?



Expert

Christine Friedreich
Geschäftsführerin Friedreich Hospitality
Fragen bitte an hospitality@friedreich.at

Foto: friedreich.gastgeberberatung.e.U.

Ich befinde mich gerade auf einer Reise durch den Oman, wo der Wert Hospitality bzw. Gastfreundschaft tief in der Kultur verankert ist. Selten habe ich das in einem Land so gespürt und erlebt wie hier – Fremde werden nach Hause auf einen Kaffee eingeladen oder beim Warten auf ein Taxi bleibt jemand stehen und bringt dich an dein Ziel.

Wow. Von Klein auf wurde mir gesagt, dass Österreich das Land der Gastfreundschaft ist. Ist das heute noch so? Was hat es mit dem Begriff auf sich und wie können wir ihn tagtäglich leben?

Gastfreundschaft ist ein zentraler Wert in der Gastronomie, der oftmals strapaziert wird. Ziel ist es, Gästen ein Gefühl von Willkommen sein, Zugehörigkeit und Wertschätzung zu vermitteln. Es geht darum, Gästen nicht nur ein kulinarisches oder anderes touristisches Erlebnis zu bieten, sondern eine positive Atmosphäre herzustellen und persönliche Aufmerksamkeit zu schenken. Es bedeutet, sich auf die Bedürfnisse und Vorlieben der Gäste einzustellen und sich zu bemühen ihre Erwartungen zu übertreffen. Durch das persönliche Gespräch, Herzlichkeit und Empathie.

Unvergessliche Erinnerungen zu schaffen ist das Ziel. Indem man positive Emotionen weckt und den Aufenthalt so angenehm wie möglich gestaltet. So werden Kund:innen zu Fans, die nicht nur gerne wiederkommen, sondern positive Erfahrungen teilen und so das beste Marketinginstrument sind.

Wie oft setzt du dich mit der individuellen Gastfreundschaft deines Betriebes auseinander? Ist deinem Team klar, was diese ausmacht?

EIN PAAR TIPPS, WIE DU HIER NACHSCHÄRFEN KANNST:

1. Erarbeite mit deinem Team, wie der Wert Gastfreundschaft gelebt und sichtbar gemacht werden kann.
2. Sei tagtäglich Vorbild und zeige durch dein Verhalten, wie wichtig dir die tägliche Umsetzung ist.
3. Teile und wiederhole laufend was euch wichtig ist.
4. Fragt eure Gäste proaktiv, was gut ankommt und warum.
5. Investiere in Schulungen und Weiterbildung, damit ihr euch als Team gemeinsam weiterentwickelt.
6. Teilt und feiert, was gut ankommt – und lobe dein Team!
7. Überprüft gemeinsam einmal im Jahr, ob ihr etwas verbessern und neue Prozesse einführen könnt.

Ich wünsche dir viel Freude beim Umsetzen und lass' mich gerne per E-Mail wissen, wie es dir dabei geht!

#itsallabouthospitality

In der nächsten Ausgabe folgen drei praktische Beispiele.

Chat GPT & Co.:

Wie Künstliche Intelligenz Ihr Social Media Marketing transformiert



Expert

Stephanie Zorn,
Beraterin bei Kohl > Partner
Fragen bitte an stephanie.zorn@kohl-partner.at

Foto: Hannes Pachauer

In einer Welt, die sich immer schneller dreht, bietet Künstliche Intelligenz (KI) spannende Wege, um Ihre Social Media Arbeit effizienter zu gestalten. Damit der erste Schritt leichter fällt, haben wir vier konkrete Praxistipps für Sie:

1. DIE PASSENDE GRUNDLAGE SCHAFFEN.

Mit der KI verhält es sich wie mit allen Kolleg:innen: Je besser man sich kennt, desto leichter klappt die Zusammenarbeit. Starten Sie neue Konversationen mit ChatGPT als kurzes Rollenspiel. Etwa mit der Aufgabenstellung: „Formuliere eine konkrete Rollenbeschreibung für eine Rezeptionistin in einem 4-Sterne-Hotel in der Region XY. Beantworte alle Fragen aus dieser Rolle heraus.“ Alternativ können Sie Beispieltexte einkopieren und

ChatGPT bitten, sich in Tonalität, Format und Länge daran zu halten.

2. CONTENT-IDEEN GENERIEREN.

Im hektischen Betriebsalltag kommt Kreativität oft zu kurz. Hier kann die KI der ideale Sparring Partner sein. Fragen Sie etwa nach „10 Ideen für interaktive Gewinnspiele in Restaurants“ oder 25 Posting-Ideen zum Frühjahrsurlaub in den Bergen. Die Möglichkeiten sind unbegrenzt. Gefällt Ihnen etwas besonders gut, nehmen sie diesen Vorschlag als Basis und fragen nach weiteren Beispielen.

3. ÜBERSETZUNGEN BESCHLEUNIGEN.

Hier empfiehlt sich DeepL.com. Wählen Sie aus einer Vielzahl von Sprachen und

überlassen Sie die erste Übersetzung der KI. Mit nur einem Klick können Sie alternative Formulierungen wählen. Die finale Prüfung übernehmen Sie selbst.

4. EIGENE TEXTE ÜBERARBEITEN.

Es fehlt nur der letzte Schliff? Bitten Sie ChatGPT um eine Rechtschreibkontrolle oder Tipps, wie das Geschriebene leichter lesbar wird. Spielen Sie einen Newsletter-Bertrag ein und lassen sich kreative Titelvorschläge geben. Oder arbeiten Sie eine Vorlage für die Gästekorrespondenz in Windeseile von „Sie“ auf „Du“ um.

Und wenn Sie gar nicht weiterkommen, fragen Sie doch die KI selbst: „Welche Informationen brauchst du, um XY zu erstellen?“

Gastfreundschaft:

So kommst du in die Umsetzung.

Gastfreundschaft täglich leben – Mitarbeiterinnen, Lieferanten und Gästen gegenüber. Aber wie stelle ich das an, wenn ich in der Hektik des Alltags immer wieder mal den Fokus verliere?

Du hast dir wohl auch gedacht, dass sich die zuletzt genannten sieben Ansätze, den Wert Gastfreundschaft im Unternehmensalltag zu verankern, nur im perfekten Paradebetrieb mit einem Heer an Mitarbeiterinnen und einer eigenen Personalabteilung umsetzen lassen?

Genau das dachte ich auch lange. Prozesse und klare Strukturen aufsetzen, ist etwas für Unternehmen ab 50 Mitarbeiterinnen. Ist es das tatsächlich? Nein. Es geht auch im Kleinen – denn wie bei jeder Veränderung fängt sie bei einem selbst an. Und lässt sich in Folge auch ab der ersten Mitarbeiterin implementieren. Doch es benötigt Klarheit und Beharrlichkeit – mit einem klaren Ziel vor Augen.

EINE IDEE, WIE DU BEI DIR SELBST ANFANGEN KANNST UND HERZLICHE GASTFREUNDSCHAFT IN DEINEM ALLTAG IMPLEMENTIEREN KANNST:

1. Notiere dir am Beginn deines Arbeitstages, wer dein Gast ist. Halte eine konkrete Person fest – Mitarbeiterin, Lieferant, Gast, Kollegin – ganz egal. Überlege dir, wie du dieser Person eine Freude machen kannst. Wie du etwas geben kannst, ohne eine Gegenleistung zu erwarten. Das kann



Expert

Christine Friedreich

Geschäftsführerin Friedreich Hospitality
Fragen bitte an hospitality@friedreich.at

Foto: friedreich.gastgeberberatung.e.U.

eine nette Geste sein, eine physische Aufmerksamkeit oder ein wertschätzendes Wort der Dankbarkeit.

2. Halte jeden Abend auf deinem Handy oder in einem Notizbuch fest, worauf du stolz bist und was du an diesem Tag geleistet hast. Schreibe dies als Lob nieder – so, also ob es dir ein Kollege oder eine Vorgesetzte persönlich gesagt hat. So fällt es dir auch in Zukunft leichter Lob und wertschätzende Worte anderen gegenüber auszusprechen.
3. Hänge an einem sichtbaren Ort bei dir zu Hause einen Zettel auf und mache nach jedem Arbeitstag ein Kreuz oder Hakerl, wenn du beide Dinge erledigt hast. Sei nicht zu streng mit dir, wenn du einmal nicht dazu kommst. Mach einfach am Folgetag weiter, bis du 90 Wiederholungen geschafft hast.

Nun blicke mit Stolz auf die Veränderung, die es bei dir, bei deinen Kolleginnen, deinen Vorgesetzten – in deinem gesamten Umfeld – bewirkt hat. Gastfreundschaft fängt bei uns selbst an und erst dann können wir diese Wertschätzung und Herzlichkeit auch mit anderen teilen.

Ich wünsche dir viel Freude beim Ausprobieren und lass' mich bitte wissen, wie es dir bei der Umsetzung geht. Du hast eine Frage, die wir beim nächsten Mal besprechen sollen? Sende sie mir gerne via E-Mail.

#itsallabouthospitality

Reservierung erforderlich!

Wie sinkendes gastronomisches Angebot die Urlaubsqualität beeinträchtigt.

Eine von Kohl > Partner durchgeführte Studie zum Gastronomieangebot in den deutschsprachigen Urlaubsdestinationen zeichnet ein trübes Bild: 90 Prozent der 155 befragten Destinationsmanager:innen haben in den letzten fünf Jahren einen Rückgang des Angebots festgestellt. Und das trotz steigender Nachfrage. Denn die Zahl der Unterkünfte ohne Gastronomieversorgung nimmt zu. Für den Rückgang verantwortlich sind also nach Meinung der Befragten keine nachfrageorientierten, sondern vor allem betriebliche Aspekte: Engpässe beim Personal, fehlende Betriebsnachfolge und hohe Mieten und Betriebskosten wurden als Hauptgründe genannt.

Alarmierend ist das für die Verantwortlichen in den Urlaubsregionen allemal. Denn dieser Rückgang im gastronomischen Angebot droht Urlaubern wie Einheimischen den Platz am Wirtshaustisch zukünftig zu erschweren. Spontane Gasthausbesuche könnten bald der Vergangenheit angehören. Immer öfter ist eine Reservierung obligatorisch. Eine solche Einschränkung der Flexibilität führt schnell zum Sinken der Urlaubsqualität. Im gleichen Maße wirkt sich das auf die Lebensqualität der Einheimischen aus.

Dies schlägt sich schon jetzt im Gästefeedback nieder. Mehr als die Hälfte der Befragten (51 Prozent) stellen fest, dass sich die Bewer-



Expert

Gernot Memmer,

Geschäftsführer von Kohl > Partner
Fragen bitte an gernot.memmer@kohl-partner.at

Foto: Kohl Partner

tungen der Gäste in Bezug auf das reduzierte Angebot an geöffneten Restaurants, Gasthäusern, Cafés und Bars verschlechtert haben. Zu den Hauptkritikpunkten zählen verkürzte und unklare Öffnungszeiten, überfüllte Restaurants und dadurch notwendig werdende Reservierungen sowie gestiegene Preise bei Abnahme von Qualität und Service.

Konkrete Gegenmaßnahmen gibt es in den Destinationen bisher nur vereinzelt – häufig auch, weil sie außerhalb des unmittelbaren Wirkungsbereichs der Verantwortlichen liegen. Wünsche an die Politik wären hier unter anderem ein Bürokratieabbau sowie die Senkung der Lohnnebenkosten. Gleichzeitig wären seitens der Gastronomiebetriebe innovative Konzepte in Sachen attraktive Arbeitsbedingungen und -zeiten sowie auch an die aktuellen Trends angepasste Geschäftsmodelle wünschenswert. Aber die Destinationsmanager:innen können auch selbst aktiv werden, beispielsweise in Form von koordinierten Öffnungs- und Schließtagen (Gastro-Kalender), einer regionalen Plattform für Stellenausschreibungen und speziell auf die Gastronomie zugeschnittenen Schulungen in Bereichen wie zum Beispiel Mitarbeiterführung, Pricing oder Betriebsnachfolge.

KONWAY GmbH: 25 Jahre Expertise und fachliches Know-how für das Gastgewerbe

Ein Standesgemässer Platz für den Gast.

Seit 25 Jahren wenden sich Hoteliers und Gastronomen in Sachen maßgeschneiderte Sitzgelegenheiten vertrauensvoll an Markus Conway. Denn: Die gastronomischen Bereiche eines Hotels bringen nur dann Umsatz, wenn die Gäste sich dort auch wohl fühlen und verweilen möchten. Eine stimmige Gestaltung von Zimmer, Spa, Frühstücks- und Kofferraum, Balkon und Lobby sowie bequeme Sitzgelegenheiten können dabei helfen, wobei das Design immer auch zum Hotel passen sollte. Die Kunden von Markus Conway und seinem Team erhalten auf Wunsch komplette, individuell maßgeschneiderte, In- und Outdoorkonzepte inklusive Beschattungssysteme.

Professionelle Fachberater unterstützen Hoteliers, Gastronomen, Architekten und Ladenbauer – angefangen von der Planung und Visualisierung des gewünschten Designs über die Beschaffung der Materialien und Fertigung der Produkte bis hin zur Montage vor Ort. Kunden schätzen den Service des inhabergeführten Unternehmers aus Stockstadt am Rhein. „Bei uns bekommen die Kunden alles aus einer Hand, vom Erstgespräch bis zur Endabnahme“ erklärt der Geschäftsführer und Inhaber Markus Conway.

KOMPLETTANGEBOT FÜR INNEN UND AUSSEN

Auf über 1.000 Quadratmeter Fläche können Kunden im Conway-Showroom in Stockstadt am Rhein eine umfangreiche Auswahl an unterschiedlichen Biergarten- und Geflecht-möbel, Indoor- und Outdoor Konzepten mit Bänken, Stühlen, Tischen und Lounge-Elementen sowie Bankett- und Seminarlösungen besichtigen. Ein 500 Quadratmeter großer Outdoor-Schirmpark mit acht unterschiedlichen Modellen ergänzen das Sortiment. Wer nicht bis in den Showroom nach Stockstadt fahren kann oder möchte, kann sich die Fachberater auch jederzeit vor Ort nach Hause bestellen. Mehr dazu:

www.konway.de



Expert

Christine Friedreich

Geschäftsführerin Friedreich Hospitality
Fragen bitte an hospitality@friedreich.at

Foto: friedreich gastgeberberatung e.U.

Menschliche Beziehungen:

Das Herzstück des modernen Tourismus

In einer Ära, in der Digitalisierung und Technologie immer mehr Raum in unserem Alltag einnehmen, rückt ein elementarer Aspekt der Tourismusbranche in den Vordergrund: die Bedeutung menschlicher Beziehungen. Der persönliche Kontakt, das Eingehen auf individuelle Bedürfnisse und das Schaffen einzigartiger Erlebnisse bleiben Schlüssel zum Erfolg.

Als Obfrau des Alumni Vereins der Tourismusschule HLF Krems stand meine Ansprache anlässlich der Matura ganz im Zeichen von menschlichen Beziehungen, sowie der Bedeutung von Netzwerken und Gastgeberqualitäten in der modernen Arbeitswelt.

NETZWERKEN ALS ERFOLGS- KATALYSATOR

Mir ging es darum, den jungen Menschen zu zeigen, dass Netzwerken weit mehr als nur berufliches Kontakte knüpfen ist – es ist eine Methode, voneinander zu lernen und gemeinsam zu wachsen. Jede Begegnung und jede neue Beziehung ist Potenzial für wertvolle Erkenntnisse und Chancen. Wenn man offen ist, sind es Chancen, die niemals durch die Anzahl von Likes oder Followern auf einem Social Media Kanal zu ersetzen sind. Netzwerken spielt im Tourismus zudem eine zentrale Rolle. Ob bei der Zusammenarbeit mit Kollegen, der Pflege von Partnerschaften oder im direkten Kontakt mit Gästen – gute Beziehungen sind das Fundament für beruflichen und unternehmerischen Erfolg. Netzwerke bieten die Möglichkeit, Erfahrungen auszutauschen und gemeinsam neue Ideen zu entwickeln. Die Bereitschaft, sich zu vernetzen, fördert Innovationen und trägt dazu bei, im dynamischen Marktumfeld des Tourismus wettbewerbsfähig zu bleiben.

Besonders am Herzen liegt mir beim Netzwerken die Rolle des Gastgebers. Denn un-

abhängig von der beruflichen Richtung, die man einschlägt. Die Fähigkeit, Menschen willkommen zu heißen und sich um sie zu kümmern, ist entscheidend. Diese Rolle erfordert nicht nur Fachwissen, sondern auch die Fähigkeit, Menschen das Gefühl zu geben, willkommen und wertgeschätzt zu sein. Ein guter Gastgeber versteht es, Erwartungen zu erkennen und darauf einzugehen, sei es durch individuelle Beratung, besonderen Service oder das Schaffen von unvergesslichen Momenten.

Diese Fähigkeit, Menschen zusammenzubringen und positive Erfahrungen zu schaffen, ist heute mehr denn je gefragt. Eine Ausbildung im Tourismus vermittelt daher nicht nur fachliche Exzellenz, sondern auch die Kunst, Menschen zu verbinden und ihnen Wertschätzung entgegenzubringen. Diese Eigenschaften machen alle Menschen dieser Branche zu wertvollen Akteuren in einer sich ständig verändernden Berufswelt.

EINE ZUKUNFT MIT MENSCHLICHEM FOKUS

Die Zukunft des Tourismus wird durch die Balance zwischen Technologie und menschlicher Interaktion geprägt sein. Während digitale Tools und Automatisierung Prozesse erleichtern, bleibt die persönliche Note unverzichtbar. Das Bestreben, Gästen ein Gefühl von Heimat zu vermitteln, erfordert eine gute Beziehungspflege. In einer Welt, die sich stetig verändert, bleibt das Herz des Tourismus unverändert: der menschliche Kontakt. Die Kunst der Gastfreundschaft, die Fähigkeit zu vernetzen und der wertschätzende Umgang mit Gästen sichern langfristig Erfolg und Zufriedenheit in der Tourismusbranche. Menschen machen den Unterschied – und sie werden es auch in Zukunft tun.

#itsallabouthospitality