

SUPERIOR HOTEL

MANAGEMENT & STRATEGIEN

Krise als Chance für neue Wege



Behördliche Auflagen, mangelnde Planbarkeit und zögerliches Buchungsverhalten der Gäste sind durch Corona zum ständigen Begleiter der Hotellerie geworden. Doch nur zu beklagen, wie schwierig alles ist, bringt Hotels weder voran noch neue Umsätze. Hansjörg Kofler, Geschäftsführer des Hoteleinrichtungs- und Finanzierungsspezialisten furniRENT, plädiert dafür, die Krise so gut es geht als Chance zu begreifen.

Denn es gibt kaum einen besseren Zeitpunkt, um unliebsame Gewohnheiten abzulegen und neue Lösungswege einzuschlagen. Das gilt sowohl für den Umgang mit Gästen und Mitarbeitern als auch für längst notwendige, zeitgemäße Veränderungen. Hansjörg Kofler tritt dafür ein, in der Krise nicht nur die wirtschaftlichen Probleme zu sehen, sondern auch Chancen zu erkennen. ?So herausfordernd es derzeit auch ist, sollten Hoteliers versuchen, das Beste aus der Situation zu machen. Es gibt kaum einen besseren Zeitpunkt, um festgefahrene Strukturen zu hinterfragen und Neuem Raum zu geben?, so Kofler.

Neue Wertschätzung für Gastgeber

Einen positiven Aspekt sieht der furniRENT-Chef etwa darin, dass Hoteliers von ihren Gästen in der derzeitigen Situation wieder verstärkt als Gastgeber geschätzt und respektiert werden. Denn vieles ist nun nicht mehr selbstverständlich, weshalb es der Gast jetzt eher versteht, wenn etwas einmal nicht möglich ist. ?Aktuell ist es wesentlich einfacher, einem Gast zu erklären, dass er beispielsweise nicht immer auf demselben Tisch Platz nehmen kann?, sagt Kofler. Freundlichkeit und Gastfreundschaft seien zwar immer Voraussetzung, doch die Regeln im Hotel solle sich kein Betrieb von fordernden Gästen diktieren lassen.

Stärkerer Zusammenhalt

Auswirkungen hat die von Corona geprägte Phase auch auf das Verhältnis zwischen Hoteleigentümern und Geschäftsführern sowie ihren Mitarbeitern. Vielerorts hat die Krise Chefs und ihre Mitarbeiter enger zusammengeschweißt, wo es vorher ein Tauziehen um Macht und internen Einfluss gab, ist das Wir-Gefühl nun stärker ausgeprägt. Durch die einschneidenden Änderungen während der vergangenen Monate ist vielen Mitarbeitern klar geworden, dass es oft flexible und rasche Lösungen braucht, um als Betrieb wettbewerbsfähig zu bleiben und Jobs zu erhalten und schaffen zu können?, erkennt Kofler nun eine höhere Loyalität der Belegschaft gegenüber den Betrieben.

Doch auch Entscheidungsträger hätten verstärkt erlebt, was sie ihren leistungsbereiten Teams zu verdanken haben und dass der Weg aus der Krise ein Kraftakt ist, den es gemeinsam zu bewältigen gilt. Corona war bisher zudem ein Treiber für die Digitalisierung, etwa in Form von neuen Softwarelösungen und Video-Konferenzen und hat den bereits bestehenden Trend zum Home-Office noch einmal verstärkt. Viele Betriebe haben in der Krise gesehen, dass ihre Back-Office Mitarbeiter auch bei der Arbeit von zu Hause produktiv sind und es wurden die technischen Vorkehrungen getroffen, um dies langfristig zu ermöglichen. Manche Mitarbeitergruppen werden dadurch flexibler und vor allem Angestellte, die etwas weiter weg wohnen, sparen sich wertvolle Wegzeit.

Quer denken und erneuern

Weil das gewohnte Geschäftsmodell ins Stocken gerät, ist es für viele Betriebe alternativlos, sich mit kreativen Übergangslösungen zu befassen und andere Zielgruppen anzusprechen. So können etwa Restaurants, die normalerweise Hotelgästen vorbehalten sind, in à la carte Restaurants für Passanten umgewandelt werden, hoteleigene Wellness-Bereiche mittelfristig zum Day Spa für Tagesgäste umfunktioniert werden oder leer stehende Hotelzimmer Angestellten, die sich im Home-Office befinden, als Ort mentaler Auszeit dienen und angeboten werden. Eine Phase mit geringer Auslastung ist zudem der ideale Zeitpunkt, um die allenfalls notwendige Modernisierung von Hotelzimmern und -bädern in Angriff zu nehmen.