

HOTELGASTRO: GANZ ODER GAR NICHT!

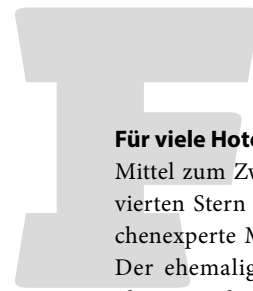


FOTOS: Empire Riverside Hamburg, Nicolas Maack



Pflicht oder Kür?

Die Zukunft der Hotelgastronomie war Thema des 2. Top hotel / FCSI-Talks auf der Internorga in Hamburg. Eine kontroverse Debatte um Erträge, Engagement und Emotionen.



Für viele Hotels sei die Gastronomie lediglich Mittel zum Zweck, bei der Klassifizierung den vierten Stern zu rechtfertigen, berichtet Branchenexperte Mario Pick aus seiner Erfahrung. Der ehemalige Welcome-Geschäftsführer ist überzeugt davon, dass moderne Hotelkonzepte zunehmend ohne klassische Gastronomie-Angebote auskommen und sich aus ökonomischen Gründen stärker auf den Logisbereich konzentrieren. »Das Geld kommt die Treppe herunter« – und werde nicht im Restaurant verdient. Der eklatante Fachkräftemangel werde diese Entwicklung zwangsläufig verstärken, so Pick weiter. Marek Gawel, Inhaber des Bellevue Rheinhotel in Boppard, sieht das Thema differenzierter. Für ihn ist es unerlässlich, jungen Menschen die komplette Bandbreite an Ausbildungsberufen im Hotel anzubieten, wenn man im »War of Talents« punkten wolle. Dennoch muss auch er eingestehen, Schwierigkeiten bei der Rekrutierung von Restaurantfachleuten zu haben.

Für Björn Grimm, Vize-Präsident des FCSI Deutschland-Österreich e.V., ist es eine strategische Entscheidung, ob man als Hotelier eine Gastronomie betreibt oder nicht. »Motel One legt den Fokus auf die Betten, da die Häuser ohnehin an Standorten zu finden sind, wo man abends gern mal um die Ecke geht«, sagt der Berater. Er bricht aber dennoch eine Lanze für das Hotelrestaurant als »Ort der Begegnung und Kommunikation«, das als Teil eines Gesamtkonzeptes eine wichtige Rolle spielen kann.



DIE TEILNEHMER (v.li.)

- Marek Gawel**, Inhaber Bellevue Rheinhotel Boppard
- Michael Nemecek**, F&B-Manager Empire Riverside Hamburg
- Nina Fiolka**, Chefredakteurin Top hotel
- Thomas Karsch**, Geschäftsführer Freizeit-Verlag Landsberg GmbH
- Björn Grimm**, Vizepräsident FCSI Deutschland-Österreich e.V.
- Marco Metge**, GM at Diaoyutai MGM Hospitality
- Mario Pick**, Hotelperte und Berater
- Frank Wagner**, Präsident FCSI Deutschland-Österreich e.V.

Dem pflichtet auch Michael Nemecek, F&B-Manager im Empire Riverside Hamburg, bei. Restaurants oder Bars dienen auch zur Profilierung eines Hotels. Er verweist auf die Rooftop-Bar 20up, die inzwischen bekannter ist als das Empire Riverside selbst und einen beachtlichen Beitrag zum F&B-Umsatz leistet.

Wichtig sei in diesem Zusammenhang, ein stimmiges Gastronomiekonzept nicht nur für die Hausgäste anbieten zu können, sondern vor allem den lokalen Markt im Blick zu haben, ergänzt Marco Metge, General Manager at Diaoyutai MGM Hospitality. Der asienerfahrene Hotelier berichtet von Hotelrestaurants in Bangkok, die vornehmlich von Einheimischen besucht werden und weniger von Hotelgästen. »Ein Hotel ohne Gastronomie ist in Asien nicht denkbar«, sagt Metge. Zudem müsse man dem Restaurant in Sachen Marketing die gleiche Aufmerksamkeit schenken wie dem Hotel selbst. Das werde in Deutschland häufig vernachlässigt. Metge: »Und dann wundert man sich, dass es nicht funktioniert.«

Michael Nemecek, F&B-Manager
Empire Riverside Hamburg



»WER IM ›WAR OF TALENTS‹
PUNKTEN WILL, MUSS JUNGEN
LEUTEN ETWAS BIETEN.«

Frank Wagner, Präsident des FCSI Deutschland-Österreich e.V. und Inhaber der K3 Planungsgesellschaft Berlin, stellt fest, dass zunehmend Budgethotels auf den internationalen Markt kommen, die auf eine klassische Gastronomie verzichten. Sie besitzen zwar kleine Küchen, kooperieren aber lieber mit Lieferdiensten, um sich stärker auf den Logisbereich konzentrieren zu können.

Einig sind sich alle Teilnehmer darin, dass Gastronomie im Zeitalter der Digitalisierung einen maßgeblichen Beitrag zur Emotionalisierung eines Hotelproduktes leisten kann. Der direkte Kontakt mit Menschen sei für die Gäste ebenso wichtig wie für die Mitarbeiter. »Ich habe mich aus genau diesem Grund für die Hotellerie entschieden«, sagt Mario Pick.

Fazit: Hotelgastronomie hat durchaus Zukunft, wenn das Konzept passt und sie mit Leidenschaft betrieben wird. Sie hat im digitalen Zeitalter auch eine soziale, emotionale und kulturelle Funktion. Nichtsdestotrotz werden sich Betriebsformen verbreiten, die ganz bewusst auf klassische Gastronomieangebote verzichten.

THOMAS KARSCH

Mario Pick, Hotelexperte
und Berater



Marco Metge,
GM at Diaoyutai
MGM Hospitality



Björn Grimm
(li.) und Frank
Wagner, FCSI
Deutschland-
Österreich e.V.



Marek Gawel,
Inhaber Bellevue
Rheinland
Boppard