

verpflichtet, Angebote nicht ohne eine solche Nummer zu veröffentlichen. Daneben wird eine Auskunftspflicht für Beschäftigte und Beauftragte von auskunftspflichtigen Personen eingeführt, um diesbezüglich Rechtssicherheit zu schaffen.

Und das soll helfen? Wie wäre es mit Neubau? ☐

### **\*Der\*5 Minuten\*Hospitality\*Experte\***

## **Mehr Empathische Frauen. Mehr handwerkliche Exzellenz plus Meisterbrief und MBA.**

**Mehr qualifizierte und empathische Frauen in die Hotelleitung. Mehr handwerkliche Exzellenz auf allen Ebenen. Meisterbrief plus MBA als Zeugnis von Führungs- und Leistungskompetenz, nicht nur für die Selbstständigkeit, sind für mich der Schlüssel für die Zukunft der Branche. Schluss mit Stöhnen und Meckern. Raus aus der Schockstarre. Die Pandemie „isch over“. Blicken wir nach vorne und machen unsere Läden wieder auf. Die 15 jährige Boom-Welle in Hotellerie und Gastronomie „isch over, too“.**



Winfried D. E. Völcker, Hotelier  
[www.voelcker-hospitality.de](http://www.voelcker-hospitality.de)

Die Ebbe ist unsere Chance uns neu aufzustellen, neu zu erfinden und dabei alles zu vergessen, was bislang richtig schien. Dafür braucht es Visionen, neue Konzepte, unternehmerischen Mut, Bottom-up-Kalkulationen, Mut zum Preis und den festen Glauben an uns selbst, gepaart mit Umsetzungsstärke und klarem Ziel- und Zeitmanagement. Es braucht „Diversity“: Vielfalt, Verschieden-artigkeit und Vielfältigkeit

und von all dem ganz viel.

Die Hospitality Branche steht für die „Kunst der Gastlichkeit.“ (Hotellerie & Gastronomie) Die Kulinarik, „The Culinary Art“, für die Kunst des Kochens. Ein emotionales, hochkreatives und generalstabsplanmäßiges, heißes Geschäft: „High Touch & High Tech. Tief verwurzelt, hoch hinaus.“ Die FAZ erleuchtete ihre Leserschaft jüngst mit dem Artikel „Kochen macht klug“: Seit der Beherrschung des Feuers hat die Menschheit zu kochen gelernt und sich vielfältiger ernährt. Ergebnis: Wir wurden größer und klüger. Unser Gehirn wuchs um 20 Prozent. Mein Reden: Wir müssen aufhören weniger Fleisch zu essen und endlich die Restaurants öffnen. Unseren Politikern empfehle ich vier Mahlzeiten am Tag und weniger Salat, damit das Meckern ein Ende nimmt und kluges Handeln obsiegt.

Wollten wir mit der globalen Entwicklung Schritt halten, und wie es sich für uns gehört, besser sein als alle anderen, dann braucht es für die vier Kernbereiche eines Voll-Hotels (Beherbergung, Gastronomie, MICE und Wellness) künftig „Handwerker mit Meisterbrief“ und MBA. Angefangen bei den Assistenten und Stellvertretern, die von emotionslosen Finanzhaien über Jahrzehnte weggespart wurden. Heute wundern sich selbst die Wegsparer, dass es keine zweite Reihe und keinen Nachwuchs mehr gibt, denn das macht das Expandieren nicht leichter. Heinrich Heine: „Deutschland, Land der Eichen und des Stumpfsinns“.

Ohne starke zweite Reihe muss die Führungsriege 12-Studentage schieben und oft auch am sechsten Tag arbeiten. Ist man nicht Generaldirektor im Adlon, so schafft die Hotelleitung, im Vergleich zu anderen Branchen, für zu wenig Lohn. Alles unter 12.000 Euro im Monat, ist für Hotelmanager, bei deren Erfahrung, Einsatz, Verantwortung und Können unzureichend. Stichwort Effizienzgehälter. Ein wenig sind die Damen und Herren Kollegen vielleicht selber schuld: Wer keine angemessenen Preise durchsetzt, keine top Qualität liefert und die Hütte nicht täglich füllt, muss mit dem leben, was er „verdient“.

Stichwort Fachkräftemangel: Dieses Dilemma führt dazu, dass die Besten in andere Branchen wechseln, wo unsere Leute, mehrsprachig, mit Stil, Etikette, Arbeitsethos und Fleiß, gerne gesehen sind. Ein hausgemachtes Problem also, dass bisher kaum einer gelöst hat. Vielleicht ist das so, weil uns eine althergebrachte „Köche-Kellner-Mentalität“ im Wege steht? Die Hotellerie und Gastronomie braucht auf jeden Fall mehr Menschen mit hoher sozialer Kompetenz plus Unternehmer-Gen und Meisterbrief und, und, und.

Ich habe die Krisen nicht gezählt, die ich in meinen 5 Dekaden Berufserfahrung auf drei Kontinenten in 19 Städten durchlebte. Aber ich lebe noch und werde auch jede neue Krise meistern. Ich denke, das Geschäft kommt in Kürze sowas von zurück, seien wir besser gut vorbereitet, wollen wir davon in vollen Zügen profitieren. Zum Beispiel nur noch anbieten, was Gäste wirklich wollen, was wir jederzeit leisten können und womit wir Geld verdienen. Erbar-mungslos scharf kalkulieren. Jeder „Handschlag“ kostet Geld. Stichwort Grenzkosten. Jede Leistung muss Gewinn bringen. Mut zum Preis. Me-too-Preise führen ins Aus. Gäste zahlen jeden Preis, wenn sie doch nur bekommen, was sie wirklich wollen und das immer gleich gut. Kommt noch Freundlichkeit hinzu, ist der Erfolg nicht zu verhindern.

„KISS“ ist eine Antwort: „Keep It Short and Simple“: Erlöse rauf, Kosten runter. Die nächste Krise wird als „Naturkatastrophe“ etikettiert, egal, was kommt. Das heißt, jeder muss selber sehen wo er bleibt. Der Amerikaner sagt: „Be aware, it’s a jungle out there“. Der China rät: „Du musst den Brunnen graben, bevor du Durst hast. Und wir? ☐