

Das eigentliche Erlebnis wird über Kommunikation geregelt *und deshalb braucht sie in der Ausbildung einen viel stärkeren Fokus.*

INTERVIEW

CHRISTINE FRIEDREICH

Wo drückt der Schuh in der Gastronomie, Hotellerie und Hospitality Branche?

Die meisten reden vom Personalmangel. Ich sehe das aber anders. Ich glaube, dass es kein Arbeitnehmer- sondern ein Arbeitgeberthema ist. Dort ist, aus welchen Gründen auch immer, versäumt worden, die Begeisterung für diese Branche an das Team weiter zu geben. Es geht um Gemeinschaft und eine große Begeisterung für das Gastgeber zu entfachen.

Ist Österreich da im Vorteil?

Historisch gesehen vielleicht ein bisschen, weil wir als Land mit viel Tourismus als sehr gastfreundlich gelten. Ich glaube

aber, dass das ein bisschen verloren gegangen ist und man diese Tugend und Fähigkeit immer wieder neu vermitteln und auch trainieren muss. Während der Pandemie war der Fokus der Unternehmen zu sehr auf das finanzielle Überleben gerichtet und zu wenig auf die Menschen, die die Branche eigentlich tragen.

Diese Vermittlung ist ja eine Kommunikationsleistung. Kann die Branche keine Kommunikation?

Das ist eine provokante Formulierung. Ich glaube, dass der Kern dieser Branche Kommunikation ist. Wir sind ständig in Kommunikation mit unseren Gästen und entsprechend auch mit unseren Mitarbeitern. Ich mache viele Veranstaltungen dazu unter dem Thema „Keine Guest Experience

ohne Employee Experience“, also es geht nur, wenn der Mitarbeiter befähigt ist und selbst Spaß an seiner Aufgabe hat. Er kann nur das weitergeben, was er selbst erlebt.

Kommunikation ist aber nicht Teil der Ausbildung in der Branche. Warum nicht?

Da gebe ich Ihnen vollkommen Recht. Dort müsste Fachkompetenz geschult werden. Wie führe ich einen Gast, wie kommuniziere ich mit einem Gast, wie schaffe ich dem Gast ein unvergessliches Erlebnis? Das gilt es zu vermitteln. Das Gästerlebnis und die entsprechende Kommunikation entstehen beim herzlichen Willkommen. Die richtige Küche und der passende Wein, das erwarte ich. Das eigentliche Erlebnis wird über Kommunikation geregelt und deshalb braucht sie in der Ausbildung einen viel stärkeren Fokus.

Hat die Branche ein Problem mit ihrem Image als Gastgeber?

Ja. Zum einen ist der Begriff Gastgeber nicht wirklich gut besetzt. Zum anderen sehe ich, dass anderen Branchen viel offener sind für Beratung als die Gastgeberbranche. Auch hier wieder Thema Kommunikation. Das können wir ja alle. Das ist wie bei der Fußball-Weltmeisterschaft. Dann sind auf einmal alle Trainer. Dabei ist trainieren genau das richtige Wort. Ich muss Kommunikation trainieren. Ich sehe aber, dass da Veränderung kommt und es eine Bewusstseins-schärfung gibt.

Inwiefern?

In Österreich hat sich die Verbandsarbeit auf gemeinsame Werte und eine Zusammenarbeit geeinigt, ist also eine wirkliche Interessensvertretung geworden. Der Hotellerie-Verband ist da ein gelungenes Beispiel. Weg vom kleinklein, sondern ein gemeinsam. Die Gastronomie spricht noch nicht so mit einer Stimme.

Was macht Österreich besser als Deutschland?

Dazu kenne ich Deutschland nicht gut genug. Ich glaube aber, dass das Gastgebersein uns im Blut liegt, wir auch über unsere vielen ländlichen Familienbetriebe und Signaturgerichte eine echte Identität mit unserem Gastgewerbe haben und wir mit Stolz auch Exportland für gutes Personal sind. Eine Zeit lang waren viele Top Hotels der Welt unter der Führung eines österreichischen Direktors.

Was macht Österreich, um junge Menschen für die Branche zu begeistern?

Es gibt viele Kampagnen und Wettbewerbe, wo Unternehmen auch konkret finanziell unterstützt werden, um jungen Menschen das Hineinschnuppern in die verschiedenen Be-



Christine Friedreich ist Gründerin und Chefin von Friedreich Hospitality, einem österreichischen Beratungsunternehmen für die Hospitality und Hotellerie Branche.

Das Handwerkszeug eignete sie sich in der Tourismusschule HLF Krems und im Studium für Sport-, Kultur- und Veranstaltungsmanagement an der FH Kufstein sowie durch die damit verbundenen, zahlreichen Praktika im Hospitality-Bereich, an. Ihre Karriere startete bei der UEFA EURO 2008 als Social Program Coordinator, gefolgt von einem Engagement bei der Ski-WM in Val d'Isère. Im Anschluss war Christine Friedreich bei A1 Telekom als Projektleiterin tätig, bevor sie sich 2011 mit ihrer Agentur selbstständig machte.

rufe der Branche zu ermöglichen. Auch für Umschulungen gibt es Angebote. Selbst für die, die die Branche verlassen wollen, was manchmal ein wenig gegen uns arbeitet. Letztendlich ist Fachpersonal aus der Hospitality, Hotellerie und Gastronomie überall gefragt. Wir haben ausgezeichnete Tourismusschulen und Universitäten. Trotzdem sehe ich hier noch Bedarf, den Lehrplan ins Jahr 2022 zu bringen.

Wie passt die heutige Lebensrealität der jungen Menschen zur Branche?

Das ist tatsächlich ein gewisses Problem. Die meisten jungen Menschen heute sind in einem gewissen Wohlstand aufgewachsen, die ein anderes Verhältnis zu Disziplin und Leistung haben, um sich etwas leisten zu können. Das ist natürlich schon eine heikle Aussage, aber eben auch Realität, dass dieses sich etwas aufbauen zu wollen heute eine andere Rolle spielt. Da steht das Privatleben schon eher

im Vordergrund. Da ist es dann auch Aufgabe der Unternehmer, sich teilweise diesen Bedingungen anzupassen. Ich habe in meiner Agentur die 4 Tage Woche eingeführt.

Geht das auch in einem Restaurant, einem Hotel?

Als Mitarbeiter dort muss ich jeden Tag Höchstleistung in Sachen Kommunikation oder Gastgebersein bringen. Ich muss mich selbst sehr stark einbringen, von mir preisgeben. Das geht nicht ohne entsprechende Pausen oder Ruhephasen. Ich glaube, dass da die Branche umdenken muss. Vielleicht ist es eine 30 Stunden Woche, vielleicht eine 4 Tage Woche, um dann entsprechend performen zu können. Ich glaube auch, dass es ganz andere Benefiz für Mitarbeiter, außer Geld und Zeit, geben muss. Aber damit sind wir bei einer wirtschaftlichen Frage, die eh gestellt werden muss. Wird der Restaurantbesuch demnächst ein Luxusgut?

Wo sind da Lösungen?

Ich glaube, dass es außer Geld und Zeit auch weitere Benefits für Mitarbeiter geben muss, Weiterbildungen, Community-Arbeit, ein Netzwerk im Unternehmen, Freizeitaktivitäten. Die Dienstleistung gilt nicht nur für den Gast, sondern auch für den Mitarbeiter. Der Mensch muss in den Fokus, weil durch die Digitalisierung echte Dienstleistung am Menschen notwendiger wird.

Also doch mehr analoge Erlebnisse?

Ich glaube, man muss da differenzieren. Die Digitalisierung sollte da eingesetzt werden, wo sie uns wirklich das Leben erleichtert. Auf der anderen Seite muss ich den ganzen Fokus in die Dienstleistung und in den Service stecken. Die Digitalisierung bietet uns Möglichkeiten, uns auf das konzentrieren zu können, was wir gerne machen und was bleibende Erinnerungen schafft. In der Hotellerie und bei Geschäftsreisenden, die um 23 Uhr einchecken und um 6 Uhr wieder abreisen, kann ich mir schon vorstellen, dass alles nur digital abläuft. Bei der Ferienhotellerie wäre das natürlich undenkbar.

Was sind die häufigsten Anfrage Ihrer Kunden?

Wie kann ich das Erlebnis für meine Gäste und Mitarbeiter optimieren und sehr stark aktuell eben auch Mitarbeiter. Wie kann ich mein Recruiting verbessern? Wie kann ich dafür sorgen, dass meine Mitarbeiter wieder lieber ins Büro oder in den Betrieb kommen?

Haben Sie positive Beispiele?

Da gibt es in Österreich einige. Vielleicht gilt generell, dass es überall dort gut läuft, wo Selbstverwirklichung passiert, die Mitarbeiter mitbestimmen dürfen und ihre Meinung sagen können, wo die Kommunikation auf Augenhöhe läuft und die Mitarbeiter sich einbringen können. Da ist übrigens spannend zu beobachten, dass kaum jemand wegen zu wenig Geld kündigt, sondern meistens, wenn die Unternehmenskultur nicht stimmt.

Sind die Führungskräfte fit für diese zukünftigen Aufgaben?

Da muss man sicherlich auch differenzieren. Auf der einen Seite beschäftigen sich alle irgendwie mit Mitarbeiterführung, Empathie, Selbstverwirklichung etc. Auf der anderen Seite erlebe ich immer wieder Events, wo das genaue Gegenteil der Fall ist. Ich glaube, dass das langsam ankommt in der Branche, aber durch den finanziellen Druck der letzten Jahre, der Blick mehr auf andere Themen gerichtet wurde. Es sollte aber auf jeden Fall Hauptaugenmerk werden.

Wo sehen Sie die Branche in der Zukunft?

Ich glaube, dass jede Krise auch etwas Gutes hat. Wir werden irgendwann wieder schätzen, was wir haben oder geschaffen haben. Ich kenne viele, die ganz glücklich und motiviert sind, endlich wieder Gastgeber sein zu dürfen. Mein Wunsch für die Zukunft wäre aber, dass wir uns mehr auf die Regionalität und Nachhaltigkeit konzentrieren, die Lieferwege reduzieren, nicht zu jeder Jahreszeit alles brauchen. Die momentanen Lieferengpässe haben da vielleicht auch was Gutes. Ich brauche keine Himbeeren im Dezember und nicht 7 Tage die Woche Fleisch. Das ist etwas, was ich mir für Österreich wünsche. Und eigentlich für die ganze Welt.

Ihr schönstes Erlebnis als Gast?

Ich war letztes Jahr im Noma, immerhin einem der besten Restaurants der Welt, und wie ich dort als Gast wie ein bester Freund behandelt worden bin. Das hat mir sehr imponiert. Das war eine Art von Gastgeber- und Servicespirit, den ich mir wünsche. Weg von dem Steifen, hin zu einem Umgang auf Augenhöhe, authentischer und ehrlich. Das ist das, was wir alle brauchen.

Sollten Sie Beratung in Sachen Kommunikation benötigen, wir stehen Ihnen gerne zur Verfügung.



Matthias Grenda

ist gelernter Hotelkaufmann und verfügt über langjährige internationale Erfahrungen als Medienschaffender, Kommunikations-, Event- und Entertainmentberater, ist Kommunikationstrainer (IHK), Kurator verschiedener (Essen & Trinken) Fotoausstellungsformate und versierter kulinarischer Storyteller.



Peter Feierabend

ist der Spezialist für Bücher, Corporate Publishing und Editorial Design. „In fast jedem Bücherregal findet sich eines der fast 3.000 Buchtitel (darunter viele Kochbücher) an denen Peter Feierabend gearbeitet hat. Die Trefferquote ist wirklich erstaunlich hoch. „Do things with passion – or not at all“ ist einer seiner wichtigsten Grundsätze. Leidenschaft für Schönes, für glücklich Machendes, für Überraschendes. Denn Peter Feierabend ist überzeugt, dass Leidenschaft ansteckend ist.“



Joerg Lehmann

ist ein „Freigeist des guten Geschmacks“. Seit 1994 arbeitet er als Food & Wine Fotograf und Stylist. Aus seinen Fotos sind über 90 internationale großformatige Koch & Kulinarik Bücher entstanden. Nach 20 Jahren in Paris und mehr als 1.000 Reisen um die Welt lebt er heute in Berlin. Dort betreibt Joerg Lehmann ein Fotostudio mit Tageslichtverhältnissen und mehr als 5.000 Requisiten, Props und allem, was er für die perfekte Inszenierung von Genuss und Gaumenfreuden braucht.