

DIGITALISIERUNG IM GASTGEWERBE IN RHEINLAND-PFALZ

Report zur Umfrage in 2019

Inhalt

Digitalisierung im Gastgewerbe in Rheinland-Pfalz	3
Eckdaten der Befragung	4
Stellenwert Digitalisierung	5
Stand der Digitalisierung	6
Umsetzung der Digitalisierung	8
Zukunft der Digitalisierung	9
Digitalisierung im Gastgewerbe: Zusammenfassung und Empfehlungen	10
Über Guter Gastgeber – Guter Arbeitgeber	11
Impressum	12

Gefördert durch:



Im Rahmen der Initiative:



Fachlich begleitet durch:



Gefördert durch:



Digitalisierung im Gastgewerbe in Rheinland-Pfalz

Digitalisierung ist derzeit einer der Haupttreiber der Unternehmensentwicklung in vielen Branchen: er verändert Arbeitsprozesse, stellt Kundenbeziehungen auf andere Grundlagen und ermöglicht neue Geschäftsmodelle. Das Gastgewerbe zählt – wie andere Branchen mit personen-nahen Dienstleistungen auch – nicht zu den Vorreitern der Digitalisierung. Dennoch ist Digitalisierung auch hier eine unumkehrbare Entwicklung. Digitalisierung richtet sich sowohl an Hotellerie als auch an Gastronomie, jedoch in unterschiedlichem Ausmaß. Hotellerie ist durch komplexere und umfangreichere Prozesse gekennzeichnet und weist somit auch ein höheres Potential an Digitalisierung auf. Die Digitalisierung umfasst alle Maßnahmen zur Optimierung von Prozessen mithilfe von Daten und Software. Digitalisierung

dient einerseits dazu Arbeitsprozesse zu optimieren, z.B. durch Automatisierung der Buchungsprozesse, andererseits der Stärkung der Kundenbindung, z.B. durch Bestellung von Services per digitaler Gästemappe.

Um den Stand der Digitalisierung im Gastgewerbe in Rheinland-Pfalz zu untersuchen, führen wir im Rahmen des Projektes „Guter Gastgeber – Guter Arbeitgeber“ in Kooperation mit dem DEHOGA Rheinland-Pfalz e.V. eine Umfrage bei den rheinland-pfälzischen DEHOGA Mitgliedsbetrieben durch. Die Umfrage analysiert den Stellenwert der Digitalisierung, den Digitalisierungsgrad der Betriebe, die Art der Umsetzung von Maßnahmen, sowie die Zukunft der Digitalisierung in den Betrieben.

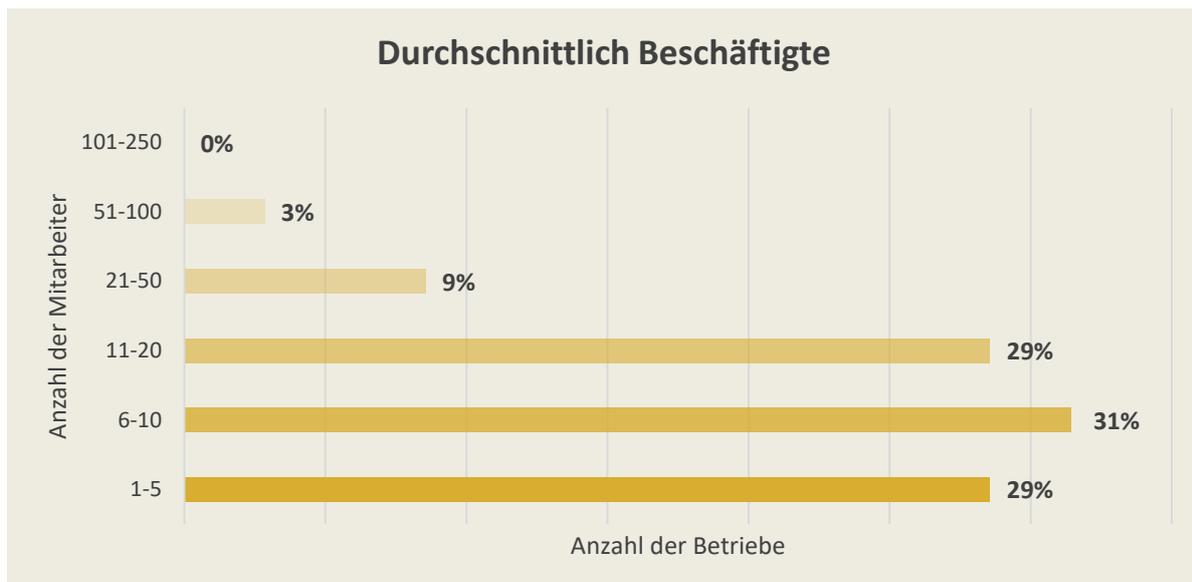
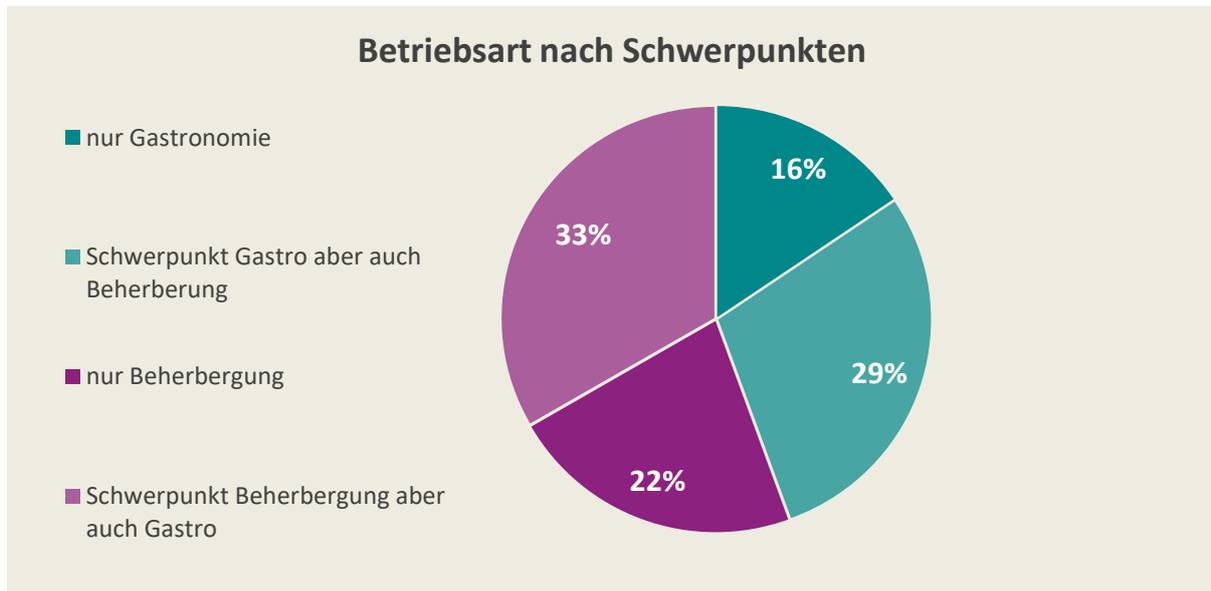


Eckdaten der Befragung

Von insgesamt ca. 4.000 Mitgliedsbetrieben des DEHOGA Rheinland-Pfalz e.V. haben von April bis September 2019 45 Unternehmen mit vollständigen Datensätzen an der Befragung teilgenommen: davon 25 Beherbergungsbetriebe (10 reine Beherbergung, 15 Beherbergung plus Gastron-

mie) sowie 20 Gastronomiebetriebe (7 ausschließlich Gastronomie und 13 mit Beherbergung).

Fast 90 Prozent der teilnehmenden Unternehmen beschäftigen zwischen 1 bis 20 Mitarbeiter/-innen.



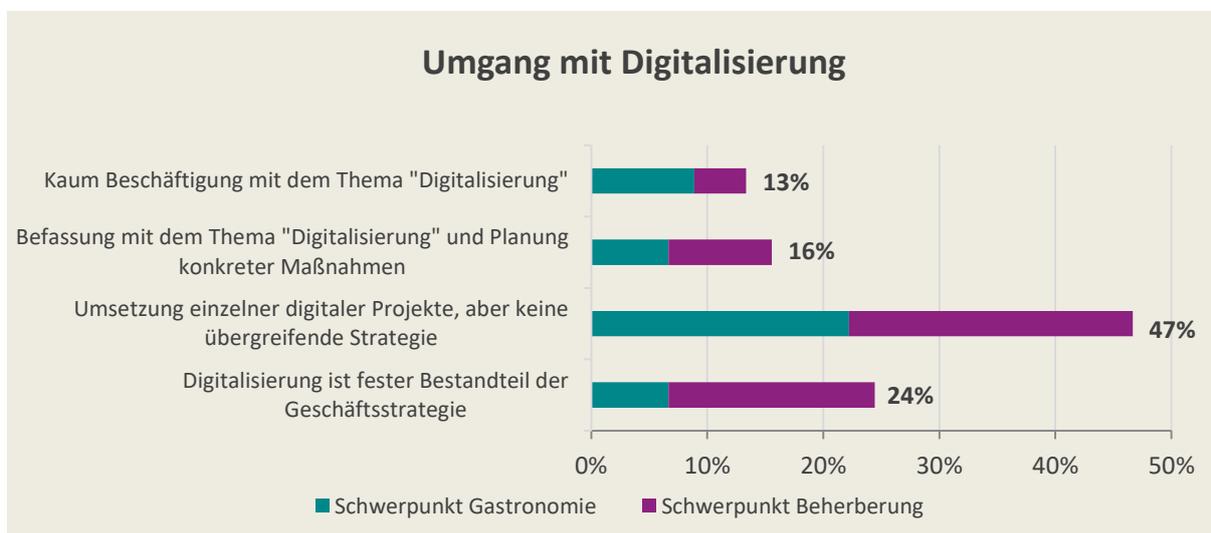
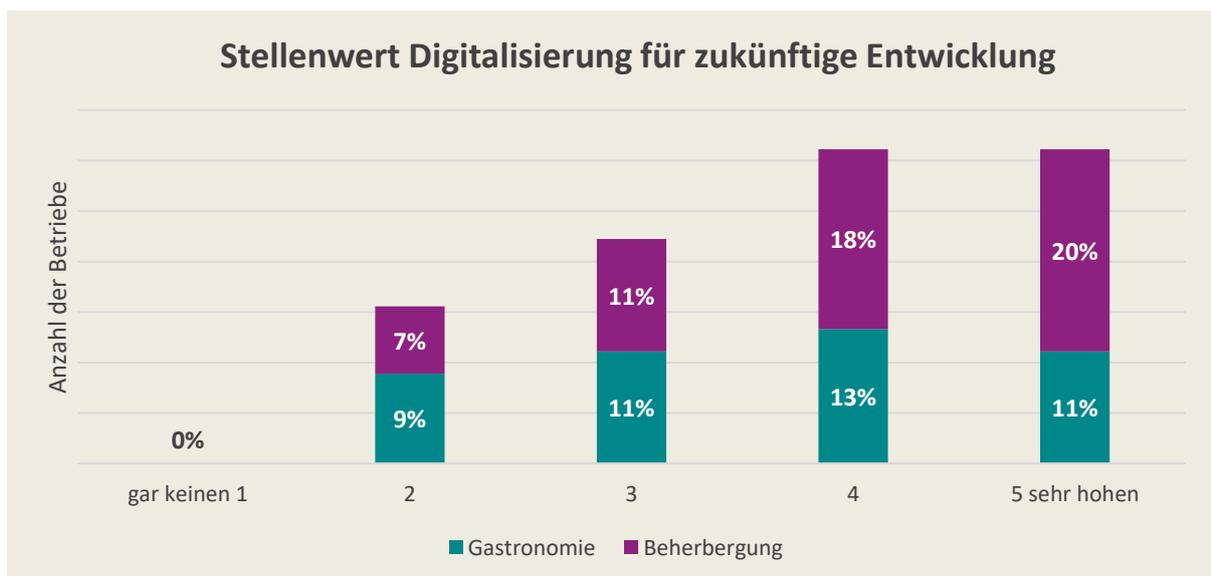
Stellenwert Digitalisierung

62 Prozent der Betriebe schätzen den Stellenwert der Digitalisierung für ihre zukünftige Entwicklung hoch bis sehr hoch ein.

Insgesamt betrachtet hat die Digitalisierung einen hohen bzw. sehr hohen Stellenwert für die zukünftige Entwicklung der Betriebe, so äußern sich 28 von 45 Unternehmen (62 Prozent). Dabei stufen Beherbergungsbetriebe die Dringlichkeit der

Digitalisierung etwas höher ein als Gastronomiebetriebe: 38 Prozent „hoch“ bis „sehr hoch“ gegenüber 24 Prozent.

Dem entspricht, dass 11 Unternehmen (24 Prozent) Digitalisierung als festen Bestandteil ihrer Geschäftsstrategie betrachten und weitere 21 Unternehmen (47 Prozent) einzelne digitale Projekte umsetzen. Die übrigen 13 Unternehmen (29 Prozent) haben sich kaum mit dem Thema beschäftigt oder befinden sich erst in der Planung einzelner Maßnahmen.



Stand der Digitalisierung

Die Betriebe wurden gefragt, wie der Stand der Umsetzung in verschiedenen Bereichen bei ihnen aussieht. Anhand dieses abgefragten Digitalisierungsstandes, wurde der Grad der Digitalisierung ermittelt. Er ergibt sich aus der Anzahl der mit „ja“ beantworteten Fragen im Verhältnis zu den gesamten relevanten Fragen.

Die einzelnen Betriebsarten unterscheiden sich in der Stärke des Digitalisierungsgrades: Die reinen Betriebe scheinen stärker digitalisiert. Dies liegt ggf. darin begründet, dass es weniger Prozesse gibt und konzentrierteres Vorgehen möglich ist.

Digitalisierungsgrad

reine Gastronomiebetriebe	0,44
Gastronomie, plus Beherbergung	0,34
reine Beherbergungsbetriebe	0,49
Beherbergung, plus Gastronomie	0,35

Bei der nächsten Befragung im Jahre 2020 können dann auch Vergleiche zum Vorjahr in Bezug auf die Entwicklung hergestellt werden.

Stand der Digitalisierung in folgenden Bereichen



Information und Buchung

93 Prozent der teilnehmenden Betriebe (42 von 45 Unternehmen) verfügen über einen **Internet-auftritt**, der mindestens einmal im Monat aktualisiert wird. Er ist somit für Unternehmen im Gastgewerbe Standard und zugleich eine unabdingbare Notwendigkeit, um am Markt gefunden zu werden.

Dies bedeutet allerdings nicht, dass alle Internetauftritte professionell wären; z.B. hinsichtlich Aufbau der Seiten, Informationsgehalt, emotionaler Ansprache, Direktbuchbarkeit etc.

Neben dem Internetauftritt ist das **Marketing über soziale Medien** wie beispielsweise Facebook, Twitter, Pinterest etc. unentbehrlich geworden. 37 von 45 Unternehmen (69 Prozent) nutzen sozialen Medien als Kommunikationsmöglichkeit; Betriebe des Gastgewerbes stärker als die Hotellerie.

Bei 68 Prozent der Betriebe können auf der Website Zimmer direkt online gebucht werden.

Nicht nur die Präsentation des Unternehmens (Bilder, Informationen, Geschichten etc.), son-

dern auch die Möglichkeit der **Direktbuchung Online** ist von Bedeutung für die Entscheidungen potentieller Gäste.

Bei 26 von 38 Unternehmen (68 Prozent), die Übernachtungsmöglichkeiten anbieten, können Zimmer auf der Internetseite direkt online gebucht werden. Diese Möglichkeit der Direktbuchung ist bei den Gastronomiebetrieben mit Übernachtungsmöglichkeiten deutlich geringer ausgeprägt als bei den reinen Beherbergungsbetrieben bzw. den Beherbergungsbetrieben mit Gastronomie.

Im Bereich Gastronomie gaben immerhin 11 von 35 Unternehmen (35 Prozent) an, die **Online-Reservierung von Tischen** anzubieten.

Gastservices

Ebenso wie der Internetauftritt ist auch eine dem Bedarf der Gäste entsprechende **WLAN-Ausstattung** unabdingbar und wird von 82 Prozent (37 von 45 Betrieben) als ausreichend vorhanden angegeben.

Weitergehende Gastservices, wie mobiles Ein- und Auschecken oder eine digitale Gästemappe haben noch wenig Verbreitung.

Prinzipiell zunehmende Bedeutung für Gäste hat das **Ein- und Auschecken per Smartphone oder Tablet**. Diese digitale Möglichkeit bieten nur 5

Prozent der teilnehmenden Unternehmen, die Übernachtungsmöglichkeiten anbieten (2 von 38 Unternehmen). Die Bedeutung davon wird im Zuge der Umsetzung des digitalen Meldescheines in 2020 voraussichtlich rasant zunehmen.

Wenig verbreitet ist die **digitale Gästemappe** und die eigene Hotel-App, die sich Gäste herunterladen können, um Informationen oder Push-Nachrichten zu erhalten. Nur 6 von 38 Unternehmen (16 Prozent) bieten die digitale Gästemappe an. Und nur 12 von 45 Unternehmen (27 Prozent) offerieren ihren Gästen **digitale personalisierte Angebote**.

Interne Geschäftsprozesse und IT-Systeme

79 Prozent der Beherbergungsbetriebe (30 von 38) arbeiten mit einem internen **Reservierungssystem**, um ihre Buchungen zu verwalten und damit die händische Arbeit zu reduzieren. Eine weitere digitale Unterstützungsmöglichkeit im Reservierungsgeschäft ist das Channel Management. Von 38 Unternehmen verfügen 21 (55 Prozent)

über einen **Channel Manager**, um die Reservierungen (z.B. aus den Online-Buchungsportalen) automatisch aufeinander abzustimmen.

Einige der teilnehmenden Unternehmen (32 Prozent) arbeiten mit einer **spezifischen Hotelsoftware**, die neben der Reservierung die täglichen

Arbeitsprozesse unterstützt. Dies sind vorwiegend reine Hotelbetriebe (6 von 10 Unternehmen der Hotellerie), während von den Beherbergungsbetrieben mit Gastronomie und den Gastronomiebetrieben mit Beherbergung nur 6 von 28 mit einer speziellen Hotelsoftware arbeiten.

Auch die interne **Kommunikation zwischen den Beschäftigten** lässt sich mittels Digitalisierung effizient organisieren. Davon machen 18 von 45 Unternehmen (40 Prozent) Gebrauch; die Gastronomiebetriebe etwas stärker als die Beherbergungsbetriebe.

Die klassische Fortbildung von Beschäftigten wird generell zunehmend ergänzt durch **digitale Lernangebote** (z.B. E-Learning). Diese Möglichkeiten werden allerdings nur von wenigen Unternehmen angeboten und unterstützt. Nur 7 von 45 Unternehmen (16 Prozent) bieten ihren Beschäftigten die Möglichkeit an sich mit Hilfe digitaler Medien fortzubilden.

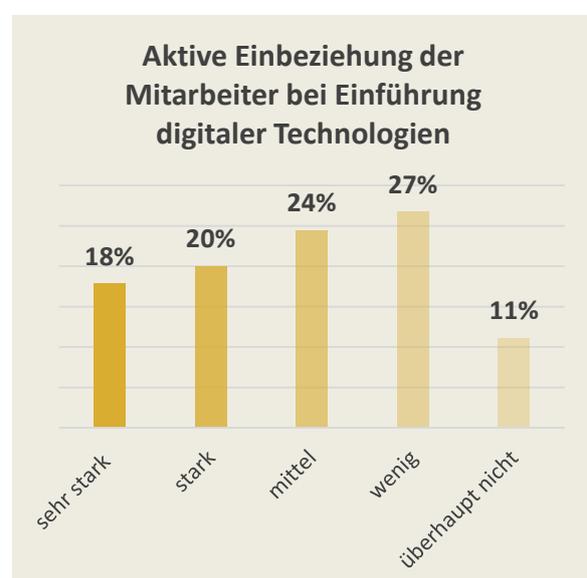
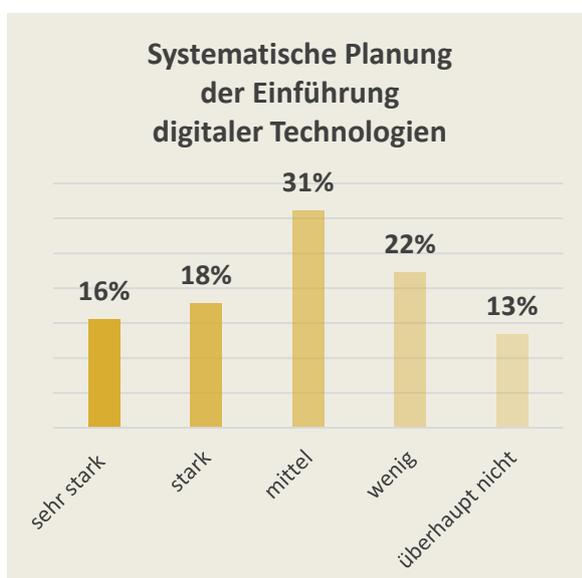
Spezifische IT-Systeme für die Arbeitsorganisation und die Kommunikation haben noch keine breite Anwendung.

80 Prozent der Unternehmen aus der Gastronomie geben an ein **modernes Kassensystem** (Tablet- oder PC-basiert) zu nutzen. Ein weiterer Blick auf Gastronomiebetriebe zeigt, dass die Nutzung von **Kalkulationssoftware für Speisen und Getränke** als auch der Einsatz **digitalisierter Küchentechnik** noch wenig verbreitet ist. Dabei zeigt ein genauerer Blick, dass 57 Prozent der reinen Gastronomiebetriebe Kalkulationssoftware und 43 Prozent digitalisierte Küchentechnik nutzen. Dagegen nutzen die Gastronomiebetriebe mit Beherbergung als auch die Beherbergungsbetriebe mit Gastronomie diese Möglichkeiten kaum (2 von 28 digitale Küchentechnik und 7 von 28 Kalkulationssoftware).

Umsetzung der Digitalisierung

Gefragt wurde, wie die Unternehmen die Digitalisierung umsetzen. Bei der **systematischen Planung der Digitalisierung** zeigt sich eine relative Gleichverteilung. Somit gibt es ein fast Drittel Unternehmen, bei denen die Planung im mittleren Bereich liegt und jeweils ein Drittel Unterneh-

men, die entweder weniger systematisch oder ausgeprägter systematisch planen. Die Einbeziehung und Beteiligung der Beschäftigten bzw. der Führungskräfte ist in der Tendenz eher polarisiert: 38 Prozent beziehen die Beschäftigten stärker ein und 38 Prozent machen dies eher nicht.



Zukunft der Digitalisierung

Die Unternehmen wurden danach befragt, welche **konkreten Schritte der Digitalisierung** geplant sind. Dabei zeigt sich, dass viele Unternehmen konkrete Vorstellungen davon haben, was die nächsten Schritte sind. 17 von 45 Unternehmen haben angegeben, dass sie Schritte planen. Das sind beispielsweise die Einführung einer digitalen Gästemappe, ein verbesserter Internetauftritt, die Digitalisierung des Rezeptbuchs der Küche, digitale Zeiterfassung, eine Hotel App, Bezahlmöglichkeit per Handy.

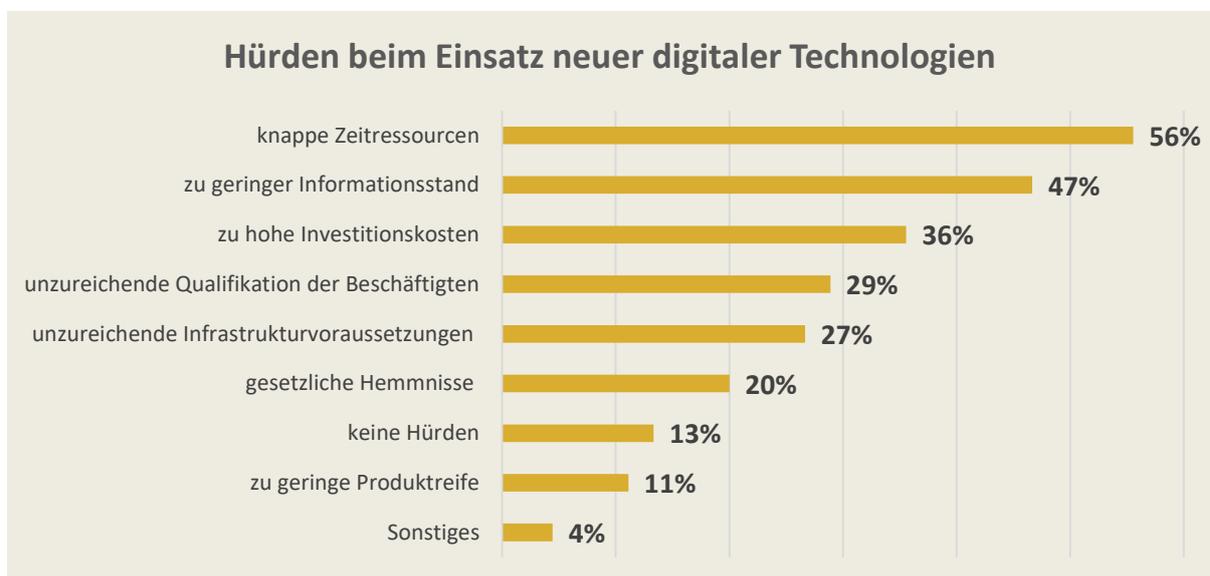
Allerdings sind nicht alle genannten Schritte bzw. Maßnahmen auch solche der Digitalisierung.

Schließlich wurde nach den **Hürden der Digitalisierung** sowie dem Unterstützungsbedarf gefragt.

Als höchste Hürden der Digitalisierung werden knappe Zeitressourcen und zu geringer Informationsstand genannt.

Wie bei ähnlichen Untersuchungen auch werden knappe Zeitressourcen, zu hohe Investitionskosten und zu geringer Informationsstand als hauptsächliche Hindernisse genannt. Auffällig ist, dass auch unzureichende Qualifikationen der Beschäftigten als Hindernis von einigen Unternehmen genannt werden.

Der von den Unternehmen genannte **Unterstützungsbedarf** fokussiert sich auf die Themen „Information“ und „Beratung“ (Kosten, rechtliche Themen, Möglichkeiten der Digitalisierung).



Digitalisierung im Gastgewerbe: Zusammenfassung und Empfehlungen

45 Mitgliedsbetriebe aus dem DEHOGA in Rheinland-Pfalz haben an der Befragung teilgenommen. Die Umfrage ist nicht repräsentativ. Es lassen sich jedoch, aufgrund der Analyse sowie durch die gemachten Beratungserfahrungen, einige Empfehlungen ableiten.

1 Jedes Unternehmen ist individuell zu betrachten: dies bedeutet, dass eine Maßnahme der Digitalisierung in einem Unternehmen adäquat ist, aber in einem anderen Unternehmen nicht. Den Betrieben wird empfohlen eine **Digitalisierungsstrategie** auszuarbeiten, die sich letztlich aus der Unternehmensstrategie ableiten lässt und die somit mehr ist als eine Summe von Einzelmaßnahmen.

Die Befragung zeigt dieses Defizit auf, denn nur bei einem Viertel der 45 Unternehmen ist Digitalisierung fester Bestandteil der Geschäftsstrategie. Das Denken und Planen in einzelnen Maßnahmen der Digitalisierung ist vorherrschend.

2 Trotz der Individualität der Betriebe, gibt es **existentiell notwendige Schritte** der Digitalisierung. Hierzu gehören das Marketing über die Internetpräsenz und die sozialen Medien sowie die Online-Direktbuchung von Zimmern und Tischen.



Weitere Schritte können in Richtung der Optimierung der Arbeitsprozesse gehen (z.B. zentrales Reservierungssystem, Hotelsoftware) oder in Richtung Digitalisierung der Kommunikation mit Gästen (z.B. Hotel-App, Push-Nachrichten).

Hier muss sorgfältig ausgewählt werden, welche Schritte sinnvoll sind – im Hinblick auf Effizienz der Arbeitsprozesse und die Kundenbindung.

Die Ergebnisse der Befragung zeigen genau diese Abstufung: Internetauftritt, Social Media Marketing, Reservierungssystem, Gästekommunikation und letztlich digitale Organisation der Arbeit. Die Befragung zeigt, dass vor allem der Bereich der Gastkommunikation ausbaufähig ist. Es gilt zu fragen, was ist sinnvoll, welche Anforderungen haben die Gäste und wer kann die Aufgaben systematisch durchführen?

3 Die befragten Unternehmen äußern **Beratungs- und Informationsbedarf**. Unternehmer müssen Zeit aufwenden, um sich mit Möglichkeiten der Digitalisierung zu befassen. Neben dem zu *geringen Informationsstand* verweisen die befragten Unternehmen auf zu *knappen Zeitressourcen* und die *hohen Investitionskosten* als Haupthindernis beim Einsatz neuer digitaler Technologien. Die Betriebe wissen also nicht genau, wie sie die Digitalisierung angehen können und insbesondere, ob sich der Aufwand rechnet. Sie hätten gerne Informationen und Transparenz über das Kosten-Nutzen-Verhältnis.

Somit gibt es eine zweifache Herausforderung: die Unternehmer müssen **Digitalisierung als Teil der Geschäftsstrategie** begreifen und dieser auch Zeit einräumen – zu Lasten operativer Tätigkeiten. Die Ausarbeitung und Umsetzung einer Digitalisierungsstrategie ist eine Investition und kostet somit Zeit und Geld. Die zweite Herausforderung betrifft die **Bereitstellung von professioneller Beratung und Information**: Auf der politischen Ebene ist vor allem das Förderprogramm *unternehmensWert: Mensch plus* des BMAS zu nennen. Hierüber können kleinere und mittlere Betriebe geförderte Beratung erhalten. Dem DEHOGA Rheinland-Pfalz e.V. wird empfohlen, seine vorhandenen Unterstützungs- und Beratungsangebote in Richtung Digitalisierung auszubauen. Denn auf dem Markt finden sich vor allem viele Verkäufer und wenig neutrale Berater.

4 Während einerseits die fehlende **Qualifikation der Beschäftigten** im Thema Digitalisierung als Hindernis genannt wird, findet eine entsprechende Fortbildung der Beschäftigten *mit Hilfe digitaler Medien* nur wenig statt. Von Seiten der Betriebe wird aber nach Informationen zu speziellen Weiterbildungsangeboten nachgefragt. Hierzu wird empfohlen **Weiterbildungen zum Thema Digitalisierung** für Beschäftigte zu entwickeln und anzubieten. 38 Prozent der Betriebe beziehen ihre Beschäftigten bei der Einführung digitaler Technologien

stark oder sehr stark mit ein. Während 38 Prozent dies kaum oder gar nicht machen. Dieser Befund spricht auch dafür die Digitalisierung als strategisches Projekt anzugehen und dabei **Mitarbeiter einzubeziehen**, die digitale Kompetenz junger Menschen zu nutzen, Verantwortung zu delegieren, digitale Lernmethoden einzuführen. Für die Unternehmen des Gastgewerbes besteht die größte Herausforderung in der Rekrutierung und Bindung von Personal. Dies wird nur gelingen, wenn die Unternehmen modern und zeitgemäß aufgestellt sind – somit auch medienaffin.

Über Guter Gastgeber – Guter Arbeitgeber

„Guter Gastgeber – Guter Arbeitgeber“ ist 2014 als ein Projekt zur Fachkräftesicherung und Förderung guter Arbeitsbedingungen im Gastgewerbe entstanden. Es wurden zahlreiche Betriebe beraten und dabei Erfahrungen gemacht, die in hilfreiche Praxishilfen geflossen sind. Aktuell widmet sich die Initiative den Auswirkungen der Digitalisierung im Gastgewerbe. Dabei werden zwei Betriebe bei der Umsetzung der Digitalisierung in

sogenannten Experimentierräumen bis ins Jahr 2020 begleitet.

Das Projekt wird im Rahmen der Initiative Neue Qualität der Arbeit vom Bundesministerium für Arbeit und Soziales und dem Arbeitsministerium in Rheinland-Pfalz gefördert.

Weitere Informationen unter www.guter-gastgeber-guter-arbeitgeber.de.

Kontakt

PATRICK SCHACKMANN
ed-media e.V.
+49 631 3724 5513
schackmann@ed-media.org

ALFRED GETTMANN
a und o Gettmann
+49 6588 4313907
gf@gettmann.de

Impressum

Herausgeber

Guter Gastgeber – Guter Arbeitgeber
www.guter-gastgeber-guter-arbeitgeber.de

Projektleitung

ed-media e.V.
Amerikastr. 1
66482 Zweibrücken

Autoren und Redaktion

Alfred Gettmann (a und o Gettmann)
Patrick Schackmann, Sabine Roschy, Susanne Egler (ed-media e.V.)

Fotos

Adobe Stock/zhu difeng (Titelbild)
Adobe Stock/vegefox.com (Seite 3)

Stand

Oktober 2019

Projektnehmer:



Partner:



Gefördert durch:



Im Rahmen der Initiative:



Fachlich begleitet durch:



Gefördert durch:

