

Gastgewerbe Trend & Test

Digitalisierung #5



Foto: © pixel/fit, iStockphoto

PERSONALPLANUNG

PAYMENT

SELF ORDERING

WLAN

KASSENSYSTEME

HOTEL-SOFTWARE



Inhalt

Self-Ordering

Seite 2-3

WLAN im Hotel

Seite 4-5

Unabhängige Bestellmöglichkeiten

Seite 6

Google Guide für Gastronomen

Seite 7

Gastro-Software der nächsten Generation

Seite 8-9

Kassensysteme und Meldepflicht

Seite 10-11

Payment

Seite 12-14

Hotelsoftware

Seite 15-17

Fehler bei der Digitalisierung

Seite 18

Personalplanung

Seite 19-23

Die Zukunft des Gastgewerbes: Selbst ist der Gast

Das vergangene Jahr hat das Gastgewerbe hart getroffen: Lange Schließungszeiten im Rahmen der Lockdowns, bürokratischer Aufwand bei der Beantragung der Soforthilfen und als dann endlich wieder geöffnet werden durfte, kam die bittere Erkenntnis: Das Personal ist weg. Verständlich, aber nun müssen neue Lösungsansätze her, um die verbliebenen Mitarbeiter zu unterstützen und zu halten.



Foto: © Tobit

Impressum

Gastgewerbe Trend & Test**Redaktion und Layout**

Miriam Grothe, Tel.: 0202 247988-15,
E-Mail: m.grothe@inproma.de

Anzeigen

Verlagsbüro Lapp media sales,
Thorwaldsenstraße 17, D-80335 München
Tel.: 089 18921900, Fax 089 18921901,
E-Mail: lapp@gastgewerbe-magazin.de

Produktion, Controlling, Druck

Inproma GmbH, Geschäftsführer: Eberhard
Fiedler, Am Hofe 10, 42349 Wuppertal,
Telefon 0202 247988-0

Druck

Bonifatius GmbH, Karl-Schurz-Str. 26,
33100 Paderborn
Titelfoto: © pixelfit, iStockphoto

gastgewerbe-magazin.de

Wie befürchtet und auch nachvollziehbar haben sich zahlreiche Mitarbeiter aus der Gastronomie im Lauf der Pandemie beruflich verändert und stehen nun unwiederbringlich nicht mehr zur Verfügung. Es ist Zeit für Veränderungen und viele Betreiber von Restaurants, Cafés und Bars haben die langen Auszeiten für das häufig vernachlässigte Vortreiben der Digitalisierung im eigenen Betrieb genutzt. Während in Zeiten des Lockdowns Webseiten und Bestellsysteme für den Liefersdienst im Fokus standen, rücken nun die Abläufe im Tagesbetrieb in den Fokus. Vor einigen Jahren noch belächelt erobern immer mehr digitale Speisekarten und komplette Self-Ordering Systeme die Herzen von Gastgebern und Gästen. Die Vorteile sind vielfältig, doch primär ersparen sie jede Menge Zeit – die Mangelware in der Gastronomie. Das Smartphone – ständiger Begleiter nahezu aller Generationen – spielt hierbei die tragende

Rolle seitens des Gastes. Inspirieren lassen, bestellen und bezahlen – alles kann in einem durchgehenden Prozess abgewickelt werden, bevor es dann ans Genießen geht. Für den Gastronom und seine Mitarbeiter bedeutet dies: Wenn die Bestellung eingeht, wird gezaubert – Entlastung garantiert. Das Aus für unleserliche Bestellzettel, Warten am Tisch auf die finale Entscheidungsfindung und das Handeln von Bargeld.

Flexibilität garantiert

Der Laden brummt und einzelne Gerichte von der Karte sind während des mittäglichen Hochbetriebs ausverkauft. Während im Normalfall nun an jedem Tisch erwähnt werden muss, was bereits nicht mehr verfügbar ist, kann bei der Nutzung der digitalen Speisekarte das Gericht mit nur einem Klick gesperrt werden und ist nicht mehr für die Gäste sichtbar. Wenn im entgegengesetzten Fall noch

eine größere Menge eines Gerichtes vorrätig ist, kann über ein für den Gast unwiderstehliches Tagesangebot der Absatz gesteigert werden. Positiver Nebeneffekt: Zusätzlich zum Zeitgewinn wird auch noch aktiv der Lebensmittelverschwendung entgegengewirkt.

Hygiene-Vorteil

Die digitale Bestellung über das Smartphone nimmt dem Service nicht nur die Aufnahme der Bestellung ab, sondern spart auch noch an anderer Stelle Zeit und Material: Je mehr Gäste die digitale Abwicklung nutzen, desto weniger Speisekarten werden genutzt, müssen also weder verteilt, noch eingesammelt und desinfiziert werden. Hat sich das System einmal durchgesetzt, genügt eine Handvoll an Karten und spart auch noch die Produktionskosten ein.

Einfache Bedienung

Wer sich für eine Self-Ordering Lösung entscheidet, sollte unbedingt darauf achten, dass die Benutzerfreundlichkeit gegeben ist und sich der Bestellprozess für den Gast intuitiv erschließt. Tobit Software, bekannt für digitale Komplettlösungen, hat mit der chayns®

Lösung bereits viele Gastronomiebetriebe digitalisiert und ist überzeugt, dass das digitale Self-Ordering die Zukunft der Gastronomie abbildet. „Die Bestellung funktioniert im Prinzip so schnell und einfach, wie die Kommunikation bei WhatsApp“, sagt Mark Sander, Product Owner bei Tobit. „Und sie ist auch genauso beliebt. Entscheidend für den Gastronom ist, dass bei der Bestellung schon direkt online bezahlt und abgerechnet wird. Das entlastet die Mitarbeiter im Service extrem.“ Auch die Kunden der Ahauser Software-Entwickler sind überzeugt: „Ich kann nur jedem empfehlen, sich damit auseinander zu setzen. Für mich ist es unumgänglich, dass das die Zukunft ist“, so Kerstin Rapp-Schwan, Schwan Restaurants und Vorstand Leaders Club Deutschland. „Ich finde nicht, dass wir in Zukunft die Herzlichkeit und das Gastgebertum ausschließen dürfen. Aber die Ergänzung, die durch die Technik hier möglich ist, ist mega. Ich bin mittlerweile überzeugt, dass sich die Umsätze dadurch eher positiv als negativ verändern.“ **tobit.com**



Advertorial

Gastgewerbe-Magazin und Tobit Software: Limitiertes Angebot für Leser

chayns Self Order ist das populäre Bestellsystem für Gast und Gastronom. In hunderten Betrieben in ganz Deutschland macht es den Arbeitsalltag effizienter, wirtschaftlicher – und für bereits über eine Millionen Gäste zum echten Bestell-Erlebnis. Gäste bestellen und bezahlen einfach mit ihrem eigenen Handy und die Bestellung kommt direkt auf einem beliebigen Smartphone an der Theke an. Das Komplettsystem von Tobit Software ist die erste Lösung, die ganz ohne Anschaffung von Hardware und ohne technisches Know-How in wenigen Minuten einsatzbereit ist. In einem Kit stellt sie alles bereit, was es braucht: Die digitale Speisekarte mit Bestell- und Bezahlfunktion, QR-Codes für die Tische, ein Smartphone-Stativ für die Theke, sowie Marketingmaterial.



Gemeinsam mit dem Gastgewerbe-Magazin verschenkt Hersteller Tobit Software nun exklusiv an die ersten 50 Leser, die das Angebot beanspruchen, je ein chayns Self Order Kit für den einfachen Einstieg.

Jetzt exklusiv eines von 50 Kits kostenlos anfordern:
www.tobit.com/gastgewerbe-magazin





Die 5 größten WLAN-Mythen und Irrtümer im Hotel

Im Hotel ist instabiles, langsames oder gar fehlendes WLAN nach wie vor einer der häufigsten Gründe für schlechte Bewertungen im Internet. WLAN gehört für Urlauber und Geschäftsreisende zur Grundausstattung im Hotel. Ohne den unsichtbaren Begleiter geht nichts mehr, ganz gleich ob die Zielgruppe Businessgäste oder Urlauber sind. Betterspace klärt die größten Irrtümer auf.

Störungsanfälliges WLAN oder im schlimmsten Fall kein WLAN führt immer wieder zu Unmut und hat erhebliche Auswirkungen auf die Gästezufriedenheit. Warum WLAN-Hotspots nicht einwandfrei funktionieren oder das Internet bis in den letzten Winkel transportieren, hat vielfältige Gründe. In diesem Zusammenhang halten sich unter den Hoteliers hartnäckige Mythen rund um WLAN-Hotspots und den Internetempfang. Das liegt teilweise an fehlendem Wissen rund um die Funktionsweise – hier die fünf größten WLAN-Hotspot-Irrtümer im Hotel.

1 Wozu noch WLAN im Hotel – Es gibt doch mobiles Internet

„WLAN im Hotel ist dank dem mobilen Internet überflüssig.“ Das ist ein weit verbreiteter Irrglaube. Mobiles Internet erfreut sich dank Flatrates und schnellem 4G/LTE-Internet immer größerer Beliebtheit. Jedoch sind die vier oder acht Gigabit schnell aufgebraucht, wenn man Videos streamt oder Netflix via Smartphone schaut. Zudem schwankt

die verfügbare Bandbreite gerade im ländlichen Raum sehr stark und ist abhängig von der Anzahl der Nutzer im Umkreis. Die verfügbare Bandbreite oder auch Kapazität teilt sich der Gast mit allen parallel verbundenen Gästen. Dadurch werden teilweise nur sehr geringe Geschwindigkeiten erreicht, die gerade noch zum Lesen von WhatsApp-Nachrichten oder E-Mails im Hotel ausreichen. Das mobile Netz hilft, unterwegs online zu sein, jedoch kann es nicht das WLAN im Hotel ersetzen. Gerade Businessgäste sind zumeist auf eine stabile und schnelle Internetverbindung angewiesen. Eine vollwertige Internetverbindung, wie Gäste sie von Zuhause gewohnt sind, kann nur zuverlässiges WLAN im Hotel bieten.

2 Die Sendereichweite im Hotel ist das Wichtigste

„Hauptsache jedes Zimmer empfängt das WLAN-Signal im Hotel“ ist eine weit verbreitete Devise. Gerade im Hotel wird zumeist akribisch darauf geachtet, dass es genügend

WLAN-Sender gibt. Diese Sender, oder auch Access Points, verteilen das WLAN-Signal bis in den letzten Winkel des Hotels. Leider ist dies einer der häufigsten Fehler, der zu einem instabilen und störanfälligen WLAN-Netz im Hotel führt. Denn jeder WLAN-Sender kann nur eine begrenzte Anzahl an Hotelgästen und Mitarbeitern bedienen. Wird diese Anzahl an Empfängern überschritten, was gerade im Hotel häufig passiert, gibt es zwar ein verfügbares Signal aber keine stabile Verbindung zum WLAN. Es empfiehlt sich, einfach einen zweiten oder dritten Access Point zu installieren. Wichtig ist es, diese per Kabel und nicht per Funk anzubinden. Zusammenfassend kommt es also nicht so sehr auf die Reichweite der WLAN-Sender an, sondern viel mehr auf die Anzahl der möglichen Gäste, die ein Access Point maximal mit einem stabilen WLAN versorgen kann.

3 Egal, welchen ich habe – WLAN-Router sind alle gleich

„WLAN-Router sind alle gleich und haben nur einen Zweck: Das WLAN Signal im Hotel zu verteilen. Schließlich kann der Router zu Hause ja auch bis zu 20 Personen gleichzeitig versorgen.“ Das ist natürlich Quatsch und dafür gibt es gleich zwei Gründe. Erstens unterscheiden sich Router in der eingesetzten Technologie, mit welcher der Router das





WLAN-Signal aussendet. Das wiederum wirkt sich direkt auf die Stabilität des Signals aus. Zum anderen ist jeder Router eine Art kleiner Computer. Wie jeder normale PC besitzt der Router eine gewisse Rechenleistung und von dieser ist es abhängig, wie viele Gäste er gleichzeitig versorgen kann. Nur weil der Router zu Hause bei einer Gartenparty zwei Leute gleichzeitig auf YouTube streamen lässt und drei andere per WhatsApp Bilder versenden, ist er noch lange nicht für das Hotel geeignet. Gerade im Hotel wird die Leistungsgrenze von einfachen und nicht auf die Bedürfnisse des Hotels ausgerichteten Routern schnell erreicht. Das führt zu Verbindungsabbrüchen sowie zu unzufriedenen Gästen. Das wiederum spiegelt sich im schlimmsten Fall in der Bewertung des Hotels wider. Fest steht also, es gibt sehr wohl und sogar sehr große Unterschiede zwischen Routern. Für Hotels sollten immer leistungsstarke und hotelspezifische Router verwendet werden, um allen Gästen des Hotels ein störungsfreies Surfvergnügen zu beschermen.

4 Gäste-WLAN kostet mich nur unnötig Geld im Hotel

„Gäste-WLAN ist einfach nur ein Kostenfaktor im Hotel. Sowohl der Internetanschluss als auch die Hardware kosten unnötig viel Geld.“ Der Betrieb und Aufbau eines zuverlässigen WLAN-Hotspots verursachen natürlich erstmal Kosten im Hotel. Doch muss an dieser Stelle bedacht werden, dass sich eine stabile Internetverbindung für Hotels durchaus schnell rentiert und die Kasse klingeln lässt. Kostenloses WLAN ist ein Mehrwert für die Gäste und das ausschlaggebende Buchungskriterium für 80 Prozent der Gäste.

5 Freies WLAN im Hotel für alle – Störerhaftung abgeschafft

„Die Störerhaftung wurde durch die Novellierung des Telemediengesetz 2017 abgeschafft. Das trifft natürlich auch auf Hotels zu.“ Aber Achtung! Das Gesetz erklärt das WLAN nicht zum rechtsfreien Raum, in dem jeder

machen kann, was er will, ohne jegliche Konsequenzen fürchten zu müssen. Der Gesetzgeber hat mit der Abschaffung der Störerhaftung dafür gesorgt, dass kostenpflichtige Abmahnungen aufgrund von Urheberrechtsverletzungen nicht mehr auf den Anbieter von öffentlichem WLAN zurückfallen. Dies impliziert aber nicht, dass der Anbieter von WLAN keine Strafverfolgung mehr fürchten muss. Da der Anschlussinhaber meist die einzige zu ermittelnde Person ist, ist der Hotelier als Anbieter eines öffentlichen WLANs natürlich der erste Ansprechpartner für Polizei und Staatsanwaltschaft. Auch durch Anwälte eingeleitete Gerichtsverfahren sind nach wie vor möglich. Es ist lediglich die kostenpflichtige Abmahnung, die gesetzlich unterbunden wurde. Zudem kann der Anschlussinhaber zur Sperrung bestimmter Inhalte, Webseiten und Plattformen verpflichtet werden. Die Annahme, dass man als Hotelier bei Gesetzesverstößen im Internet keine Haftung mehr zu befürchten hat, ist demzufolge nicht richtig.

beterspace360.com

— Anzeige —

MEHR GÄSTE & PROFIT DANK

DISH PREMIUM:



HOL DAS BESTE AUS DEINER ONLINE-PRÄSENZ HERAUS

DISH WEBSITE

- ✓ Google-Optimierte Inhalte
- ✓ Unterschiedliche Designvorlagen
- ✓ Übersetzung in 18 Sprachen

SEI UNABHÄNGIG VON DRITTANBIETERN

DISH RESERVATION

- ✓ Reservierungen über die eigene Website und Google
- ✓ Grafischer Tischplan
- ✓ SMS-Erinnerung zur Reduzierung der no-shows

SEI PROFITABLER MIT DEINEN BESTELLUNGEN

DISH ORDER

- ✓ 0% Kommission für Online-Bestellungen
- ✓ Order mit Google
- ✓ Einfache Menü-Anpassung

UNSER ALL-INCLUSIVE PAKET:

NUR 69€
IM MONAT!*



WEITERE LÖSUNGEN FÜR DEIN
RESTAURANT UNTER **dish.co**

*Plus einmalige Einrichtungsgebühr von 279€ inkl. Order Terminal mit Drucker. Monatlich kündbar.



DISH Order

Unabhängige Bestellmöglichkeiten – für und mit Gastronomen entwickelt

Hospitality Digital ist die Tech-Unit von METRO, die die Digitalisierung der Gastronomie unterstützt – besonders in der Corona-Zeit erfuhren diese eine erhebliche Beschleunigung.

Um eine der Kernkundengruppen von METRO in den Lockdown-Phasen zu unterstützen, entwickelte Hospitality Digital in einem Pilotprojekt in Frankreich für und gemeinsam mit Gastronomen DISH Order. Davon profitieren jetzt auch deutsche Gastronomen. Durch DISH Order wird eine Bestellfunktion in die bestehende Restaurant Webseite integriert. So können Gäste ihre Bestellungen direkt über die Restaurant Webseite aufgeben. Der Gastronom kann die Gerichte zum Abholen zur Verfügung zu stellen oder Lieferung anbieten, was ihn oder sie

flexibler und unabhängiger von Lieferdiensten macht. Das Ganze ist kommissionsfrei – Voraussetzung für DISH Order ist eine eigene Webseite, die ebenfalls über DISH erstellt werden kann. „Corona hat zu einer immens hohen Nachfrage an digitalen Tools geführt. Gerade durch die Verlängerung des 2. Lockdowns war es besonders wichtig, dass Gastronomen über Außer-Haus-Verkauf Umsatz erwirtschaften konnten, der durch die Gastraumschließungen von einem auf den anderen Tag wegfiel. Mit DISH Order geben wir den unabhängigen, selbstständigen Unternehmen eine wichtige Option an die Hand: nicht nur im Internet gefunden zu werden, sondern auch die direkte Bestellung anzubieten. Der große Unterschied zu den bekannten Lieferdiensten: der Inhaber zahlt einen Fixpreis, keine Kommission pro Bestellung – und behält so den Umsatz in der eigenen Tasche“, sagt Dr. Volker Glaeser, CEO von Hospitality Digital.

In Frankreich pilotierten die Digitalexperten von Hospitality Digital das neue digitale Tool DISH Order. Nutzten die teilnehmenden Restaurants DISH Order, so lag der durchschnittliche Warenkorb – die Höhe der Online-Essensbestellung pro Kunde – bei 31 Euro. „Das Feedback unserer französischen Kunden war sehr positiv, teilweise konnten Belieferungsgebühren von bis zu 30 Prozent eingespart werden, wenn die Lieferung auch noch in eigener Regie realisiert wurde“, so Glaeser weiter.

Das bestätigt auch Vincent Töpsch, Inhaber des Café Blattgold in Kiel. Er nutzte vor der Pandemie bereits den Website-Builder und auch das Reservierungstool von DISH. Während des Lockdowns hat Vincent Töpsch angefangen, DISH Order als Bestelllösung zu nutzen. „Wir sparen mit

DISH Order mehrere Hundert Euro im Monat ein“, so Töpsch. Für ihn wichtig: das Tool ist übersichtlich und intuitiv, die Integration über die Webseite ist leicht und die Kosten sind überschaubar. Das Angebot enthält viele Serviceleistungen: So erhält der Gastronom über ein Support Center techni-

» DIGITALE TOOLS MÜSSEN
LEICHT ZU INSTALLIEREN
UND ZU BEDIENEN SEIN. «

sche Unterstützung, von Anfang an bei allen Schritten. Das DISH Order Support Team übernimmt die gesamte Installation und Einrichtung des Order Terminals, des User Accounts und des gesamten Menüs. Statt Provisionszahlungen, die bei jeder Bestellung anfallen, zahlen die Gastronomen einen festen Preis, der sich bereits nach wenigen Online-Bestellungen amortisiert.

„Seit Januar ist DISH Order in Deutschland erhältlich. Unser Vertriebsteam ist in ständigem Austausch mit unseren Kundinnen und Kunden aus der Gastronomie. Wir wissen also sehr genau, welchen Bedarf an digitalen Lösungen sie gerade haben, entwickeln und optimieren unser Angebot stetig weiter“, erklärt Tim Kruppe, Head of Sales Management bei METRO Deutschland. „Was uns immer wieder zurückgemeldet wird, ist, dass technische Lösungen gebraucht werden, die das Leben der Unternehmerinnen und Unternehmer vereinfachen. Digitale Tools müssen also vor allem leicht zu installieren und bedienen sein – und einen klaren Mehrwert bieten. Dadurch, dass die direkte Bestelloption auch in der Google Suche und bei Google Maps eingebunden werden kann, steigern Gastronominnen und Gastronomen ihre Reichweite und Sichtbarkeit“, so Kruppe weiter.

dish.co



Foto: © METRO



Der Google-Guide für Gastronomen

Sichtbarkeit bringt Gäste. Diese rufen in der Regel zunächst Google bzw. Google Maps auf, um sich zu informieren und inspirieren zu lassen – vor allem per Smartphone. Der Gastro-Google-Guide von resmio zeigt Gastronomen, was einen erfolgreichen Google Eintrag ausmacht.



Erster Schritt: Google verstehen

Die gute Nachricht vorweg: Das Anlegen und die Pflege eines Restaurantprofils ist nicht kompliziert und kostet nur wenig Zeit. Das Ziel der Suchmaschine ist es, möglichst das anzuzeigen, was die Suchenden glücklich macht. Das Anlegen eines verifizierten Google-Profiles läuft über das kostenfreie Werkzeug Google My Business.

Sechs Tipps im Schnelldurchlauf

1. Name und Adresse

Der vollständige Name sowie Anschrift und Telefonnummer werden als „NAP“-Daten bezeichnet und sollten einheitlich mit anderen Branchenverzeichnissen sein. Auf diese Weise signalisieren sie Suchenden die Echtheit des Unternehmens und begünstigen eine obere Position in lokalen Suchergebnissen.

2. Speisekarte

Neben der Möglichkeit, die Karte als PDF zu verlinken, empfiehlt Bauer, die Gerichte und Kategorien zusätzlich manuell bei Google anzulegen. „Gäste, die mit Smartphone unterwegs sind, sehen die Gerichte dann direkt als eigenständigen Menüpunkt und wissen sofort, worauf sie sich freuen können“.

3. Angebote

Neben großartigen Drinks und Speisen gibt

es viele andere Merkmale, die Gäste anlocken. Diese Dinge sollten unbedingt erwähnt sein. Highlights wie „Sitzplätze im Freien“, „WLAN vorhanden“ oder „kinderfreundlich“ können ebenso relevant sein wie das richtige Gericht.

4. Öffnungszeiten

Stehen hungrige Gäste vor verschlossenen Türen, kommen sie nur selten wieder. Die angegebenen Zeiten sollen vor allem also eins sein: aktuell. Auch Besonderheiten und saisonale Ausnahmen wie Weihnachtsfeiertage können und sollten hier vermerkt sein.

5. Unternehmensbeschreibung

Beim Google-Profil kann und sollte auch die eigene Homepage verlinkt werden. Die Anzahl von Suchenden, die keine andere Seite anklicken, wächst allerdings stetig. „Wir empfehlen einen möglichst einzigartigen Text für das Kurzporträt, der im besten Falle nicht von der Webseite kopiert ist“, rät Christian Bauer.

6. Reservierungs- oder Bestelloption

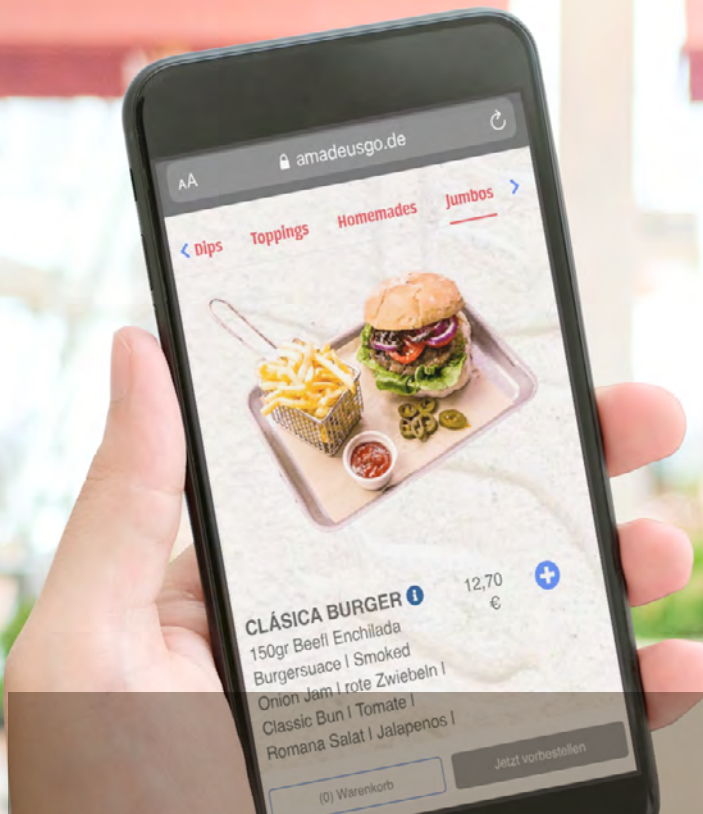
Ein großer Benefit für Gastronomen ist die Einbindung von „Tisch reservieren“ bzw. „Online bestellen“. Auf diese Weise kann das Lokal direkt via Google gebucht werden. „Für die Gäste ist dies ein sehr komfortabler Weg, direkt zu ordern oder einen Tisch zu

reservieren – eine Provision an Google wird nicht fällig“, so Bauer. Um für die Sofortbuchungsoption freigeschaltet zu werden, müssen die Gastronom:innen mit einem entsprechenden Partner, wie beispielsweise resmio zusammenarbeiten.

Bewertungen aktiv gestalten

Wichtiger als die Worte, die die Betreibenden selbst wählen, sind jedoch die Rezensionen, die Gäste auf dem Profil hinterlassen. Positive Kommentare verbessern laut Google die Sichtbarkeit des Brancheneintrags und wirken somit gleich doppelt. Bewertungen im geschäftlichen Alltag zu sammeln, wird damit kurz- und langfristig zur wichtigen Aufgabe. „Restaurants sollten nicht nur daran erinnern, eine Rezension zu schreiben. Sie sollten es ihren Gästen auch so einfach wie möglich machen. Eine Kurz-URL zum Profil, die Gästen zur Verfügung gestellt wird, kann hier ein erster Schritt sein. Eine automatische Erinnerung via Mail ist mit Systemen wie resmio der noch einfachere Weg“, beschreibt Bauer. Auch die Reaktion auf Bewertungen sei demnach wichtig. „Google bietet die Möglichkeit, auf Kommentare der Gäste zu antworten. Auf Lob und auch auf Kritik zu reagieren, ist damit ein wichtiger Teil der Pflege des Profils“, so der Experte.

resmio.de



Gastro-Software der nächsten Generation

Foto: © Amadeus360

Daniele ist im Stress. Biergarten und Gastraum sind voll. Neue Gäste erscheinen unkontrolliert in Schüben und wollen platziert werden. Die ersten sind bereits fertig und verlangen nach der Rechnung. Andere warten ungeduldig, bis sie endlich bestellen können. Tisch 26 beschwert sich bereits... und die Familie an Tisch 10 steht gerade auf und verlässt das Lokal – ohne überhaupt bestellt zu haben. Jetzt muss er diesen Tisch auch noch umsonst COVID-19 konform reinigen... Dabei ist die Belegschaft doch eh schon stark unterbesetzt.

So oder so ähnlich sieht es derzeit in vielen Gastro-Betrieben aus. Auch nach Ende des Lockdowns erschwert die Pandemie noch vielerorts das gesellschaftliche Leben. Die große Freude über die Wiedereröffnung ist schnell verpufft. Allzu gegenwärtig ist der Personalmangel in vielen Betrieben. Ein lösbares Problem, wie Stefanie Milcke von Amadeus360 erklärt: „Viele wiederkehrende Aufgaben lassen sich dank Digitalisierung automatisieren und einige Prozesse zum Gast verlagern. Das Smartphone hat sich insbesondere während der Pandemie als ständiger Begleiter etabliert: Ticket buchen, Tisch reservieren oder die Kontaktdaten hinterlegen. Alles inzwischen ganz normal.“

Tatsächlich hatte die Pandemie zumindest für die Digitalisierung positive Effekte: Der Anteil der Smartphone-Nutzer ist in allen Altersgruppen bis 69 Jahre auf über 80 Prozent gestiegen und selbst bei den über 70-jährigen liegt er bei ca. 50 Prozent (Quelle: Statista).

„Die Zeit war nie besser, um das Gäste-Smartphone in die Gastro-Prozesse einzubeziehen und dadurch die Kosten-Nutzen-Bilanz ein gutes Stück Richtung Profitabilität zu verschieben“, ergänzt Milcke.

Vor dem Besuch – Frequenz-Booster digitale Reservierung

Das neue digitale Kundenerlebnis, die „Customer Journey“, beginnt bereits bei der Reservierung, welche der Gast auch in der letzten Minute noch direkt mit dem Smartphone erledigen kann. Besonders komfortabel ist der Prozess bei Reservierungsanbietern, die restaurantübergreifende Accounts anbieten. Die Reservierung ist dann in unter einer Minute erledigt. Bei Verknüpfung von Kasse und Reservierungssystem (z.B. AmadeusKasse und OpenTable) profitiert der Gastronom doppelt: Dank Kassensynchronisation sind Bestellhistorien und damit Hinweise für Zusatzverkäufe verfügbar. Intelligente Wartelisten berechnen laufend mit, wann der nächste Tisch frei wird und erhöhen so die Frequenz der Tischwechsel. Häufig wird inzwischen auch die geforderte Gästedatenerfassung abgedeckt – eine Barriere für den Gast weniger.

Während des Besuchs – Umsatz-Booster digitale Bestellung

Weiter geht es mit der Gastronomie 2.0 direkt am Tisch. COVID-19 konform wird die Speisekarte per QR-Code am Smartphone geöff-

net. Ständiges desinfizieren der Karten entfällt – wertvolle Minuten gespart! Auch die Bestellung erledigt der Gast selbst, und zwar direkt am Tisch, ohne Laufwege, ohne Wartezeit. Insbesondere Getränke-Bestellungen bzw. Nachbestellungen gehen wesentlich schneller raus, was eine Erhöhung der Bestellfrequenz und damit auch des Umsatzes bewirkt. Menü-, Splitting-, Trinkgeld-Funktionen und eine automatische Weiterleitung an Kasse, Küche und Buchhaltung sind bei professionellen Self-Ordering-Tools längst integriert.

„Erst neulich sprach ich mit einer begeisterten Wirtin, die am liebsten nur noch mit der digitalen Gästebestellung arbeiten würde. In ihren Lokalen werde Self-Ordering sehr gut angenommen. Das Personal sei das A und O dabei“, berichtet die Gastro-Software-Expertin.

Nach dem Besuch – Loyalitäts-Booster digitale Gästekommunikation

Nach dem Besuch ist vor dem Besuch... oder vor dem Absprung. Welche Option es wird, haben Gastronomen selbst in der Hand. Wer seine Gäste regelmäßig wieder sehen will, muss den Bedarf wecken oder zumindest



daran erinnern. Der direkteste Draht zum Gast ist sein Smartphone, das er bereits für die Reservierung oder die digitale Bestellung verwendet hat. Für Push-Nachrichten braucht es eine App, entweder eine eigene oder eine per Anzeigenschaltung gebuchte Fremd-App wie Facebook. Einfacher gestaltet sich die Kommunikation per Newsletter, WhatsApp-Service oder Social-Media-Newsfeed. Je persönlicher der Kanal, desto intensiver die Wahrnehmung. Gut, wenn man die Kontaktdaten DSGVO konform im digitalen Bestellprozess bereits eingesammelt hat! Die gesamte Kommunikation, also Kommunikationsweg und -inhalt, sollten zur Wahrung der Authentizität zum Gastronom passen, damit die Botschaften glaubwürdig wirken.

Ideales Szenario:
Daniele hat alles im Griff

Drei Monate später. Daniele hat mit der Digitalisierung begonnen und bereits einige Prozesse umgestellt. Wieder ist sein Haus gut besucht – aber diesmal bestens organisiert. Die Gäste im Biergarten bestellen selbstständig per Smartphone. Alle Gästewünsche im Innenraum nimmt er direkt mit der mobilen Kasse auf. Dank Reservierung kann er drei Viertel seiner Gäste vorausplanen und ist sogar so weit vorbereitet, dass er für Jenny schon beim zweiten Besuch ihren Lieblings-Aperitif und für Max, der wie immer ausgehungert direkt von der Arbeit kommt, schon die Vorspeise bereithält. Auch im Nebenraum ist einiges los. Dort findet heute eine Zaubershow statt, für die Daniele fast alle Tickets schon im Vorfeld via Social Media verkaufen konnte. Daniele ist zufrieden und hat sogar noch Zeit für einen Plausch.

amadeus360.de

Best Practice: Prozesse in der Gastronomie nachhaltig optimieren

Die Anforderungen im Bier-Restaurant Hopfen & Salz in Dortmund sind hoch. Allein 800 Gästen bietet der weitläufige Biergarten in normalen Zeiten Platz, hinzu kommen 500 Plätze im Innenbereich. Die Digitalisierung erleichtert Abläufe und spart viele Wege.



Geschäftsführer Toni Link setzt bereits seit vielen Jahren auf die Digitalisierungsexperten von gastronovi, deren digitale Tools im Arbeitsalltag unterstützen, ihn stetig weiterentwickeln und effizient gestalten. Vom Kassensystem über Warenwirtschaft, Kundenbindung und Tischreservierung – die gastronovi Lösung wird im Hopfen & Salz vollumfänglich genutzt. „Wir arbeiten seit über zwei Jahren stabil mit der All-In-One-Lösung von gastronovi. Es ist ein großer Vorteil, so viele Tools unter einem Dach zu haben. Mit gastronovi mache ich ein, zwei

Klicks an Stellen, an denen ich sonst zehn unterschiedliche Tools benötigen und allein schon durch das Anmelden Zeit verlieren würde“, berichtet der Dortmunder Gastronom. Neben dem Tool für Warenwirtschaft ist Toni Link vor allem vom Bestellsystem begeistert: „Das Bestellsystem ist mein absoluter Favorit unter den Modulen von gastronovi. Sein Einsatz bedeutet für uns eine extreme Erleichterung, und es ist vom Handling sehr einfach.“ So wird wertvolle Zeit gespart, die für eine persönliche Beratung genutzt werden kann. gastronovi.de

— Anzeige —

**Stress in Service,
Küche und Büro?
Keine Zeit für nichts?**

DAS MUSS NICHT SEIN.

www.gewinnblick.de

**GEWINN
BLICK**
Kassen- und
Bezahlsysteme

**14.000 Kunden setzen bereits auf
DAS GEWINNBlick ERFOLGSKONZEPT.**

Alles aus einer Hand:

- Flexible Kassen- und Bezahlösung
- Individuelle Beratung
- 365 Tage persönlicher Service vor Ort

**Für entspannte Prozesse, zufriedene Mitarbeiter
und begeisterte Gäste.**



„Einmal Kasse mit alles, bitte!“



Foto: © Lightspeed



Stefan Brehm ist Director Marketing Germany beim E-Commerce- und Kassenanbieter Lightspeed. Der gelernte Hotelkaufmann hat Start-ups wie BookaTable und Gastrofix groß gemacht und gilt als ausgewiesener Digitalisierungsexperte und Visionär des Gastgewerbes der Zukunft.

Lightspeed hat den Spätsommer mit der Verkündung seines neuen iPad-Kassensystems, Lightspeed Restaurant, eingeläutet. Was ist das Besondere an der Software?

Lightspeed Restaurant ist in seiner Programmierung tatsächlich einzigartig, denn in dem Produkt kommen zum ersten Mal die Stärken von vier unterschiedlichen, ehemals konkurrierenden POS-Systemen zusammen. Das ist möglich geworden, weil Lightspeed in den letzten Jahren im Zuge seiner globalen Expansionsstrategie mit iKentoo (Schweiz), Kounta (Australien), Gastrofix (Deutschland) und Upserve (USA) vier äußerst erfolgreiche Gastronomie-Kassenanbieter übernommen hat, die jeder für sich genommen zu den Marktführern gehörten. Wir glauben jedenfalls, dass wir damit einen der mächtigsten Hybriden erschaffen haben, den die Gastro-Tech-Branche je gesehen hat.

Welche Vorteile bieten sich Gastronomen?

Zum einen strotzt das neue Lightspeed Restaurant nur so vor Gastronomie-Know-how und Expertise. Durch die Übernahmen haben wir die Top-Talente der Gastro-Technologie um uns geschart. Zum anderen handelt es sich bei Lightspeed Restaurant um eine All-in-one Gastronomie-Plattform mit zahlreichen verfügbaren Add-ons und Partner-Integrationen. Der Kunde kann sich also genau das Kassensystem zusammenstellen, das er

braucht, und bekommt trotzdem alles aus einer Hand und mit nur einem einzigen Ansprechpartner.

Wie funktioniert der Umstieg für Kunden, die bereits Lightspeed im Einsatz haben?

Kundinnen und Kunden, die bereits das bisherige Lightspeed Kassensystem in Deutschland im Einsatz haben, brauchen sich um nichts zu kümmern. Ihre Software bleibt erhalten und wird auch in Zukunft weiter existieren. Viele neue Funktionen wie Lightspeed Payments wurden bereits daran angeschlossen. Es besteht für sie aber in den kommenden Monaten die Möglichkeit, auf die neue Plattform Lightspeed Restaurant umzusatteln. Dazu werden Bestandskunden rechtzeitig informiert. Neukunden hingegen arbeiten bereits seit September mit der neuen Lightspeed-Restaurant-Software.

Der Bestell- und Bezahlprozess wird immer digitaler – welche Elemente können von Lightspeed Restaurant übernommen werden?

Das digitale Bestellen und Bezahlen ist gekommen, um zu bleiben, so viel ist sicher. Deshalb haben wir Order Anywhere entwickelt, eine vollständig in die Lightspeed-Plattform eingebettete Online-Bestellfunktion. Der Gastronom erstellt damit einfach eine Online-Speisekarte inklusive komplettem Waren-

korb und Checkout. Gäste können so von überall aus bestellen und bezahlen. Apropos Bezahlen: Wir haben vor kurzem unsere erste eigene Payment-Lösung präsentiert, die auch schon in Lightspeed Restaurant eingebunden ist. Unsere Kunden bieten ihren Gästen damit das Bezahlen per Karte, Smartphone oder Smartwatch an. Unterstützt werden die Girocard (besser bekannt als EC-Karte), alle gängigen Kreditkarten sowie Apple Pay und Google Pay.

Datenschutz ist ein stets präsent Thema, besonders bei cloudbasierten Systemen. Wie gehen Sie mit den Anforderungen der DSGVO um?

Einer der Vorteile eines Großunternehmens wie Lightspeed ist, dass wir sowohl über eine Rechtsabteilung als auch über ausgewiesene Datenschutz-Profis verfügen. All unsere Prozesse und Vorgänge im Unternehmen werden also immer auch unter dem Aspekt der Datenschutzgrundverordnung geprüft.

Gerade bei technischen Produkten spielt der Support eine wichtige Rolle. Wie leisten Sie Hilfe jenseits der Standard-Arbeitszeiten?

Die Standard-Arbeitszeiten sind in der Gastronomie definitiv andere, das stimmt. Genau deshalb bieten wir unseren Kundinnen und Kunden auch einen kostenlosen 24/7-Support. Denn nur das hilft wirklich, wenn es im



stressigen Abendgeschäft mal ein Problem gibt. Darüber hinaus stellen wir unseren Kundinnen und Kunden aber selbstverständlich auch eine Support-Plattform zur Verfügung, auf der sie alle wichtigen Infos in Textform, über einen Chat oder als Videos finden.

Der Gastronom von heute muss sich mit schnell wechselnden Situationen auseinandersetzen – wie in der Corona Pandemie. Dazu ist der Einblick in die aktuelle Geschäftssituation unabdingbar. Wie kann Ihre Software hier unterstützen?

Lightspeed Restaurant ist eine cloudbasierte Kassen- und Gastronomie-Plattform. Sie gibt Restaurant-Betreibern eine bisher nie dagewesene Entscheidungsfreiheit, wie und von wo aus sie ihren Betrieb überwachen und steuern – was in der heutigen Zeit von entscheidender Bedeutung ist. Darüber hinaus können unsere Kunden durch die neuen kontaktlosen Zahlungs- und Bestellmöglichkeiten flexibel entscheiden, wie sie ihr Geschäft führen wollen, während sie ihren Gästen gleichzeitig maximalen Komfort und Sicherheit bieten.

Auch die Forderungen des Finanzamtes sind jederzeit im Blick zu behalten. Obwohl die Integration der TSE mehrfach verzögert wurde, kam es gegen Ende häufig zu Engpässen. Auch bei Ihren Kunden?

Nein, das war bei uns zum Glück anders. Wir zählten zu den ersten Anbietern, die eine zertifizierte Hardware-TSE präsentieren konnten und waren dementsprechend gut auf das endgültige Inkrafttreten der Kassensicherungsverordnung vorbereitet. Mittlerweile haben wir aber auch eine zertifizierte Cloud-TSE im Programm, die unter anderem beim neuen Lightspeed Restaurant zum Tragen kommt. lightspeedhq.de

Meldepflicht zu elektronischen Kassensystemen verzögert sich weiter

TSE-, Bon- und Meldepflicht

Das „Kassengesetz“ will vor Manipulationen an digitalen Grundaufzeichnungen schützen. Seit dem 1. Januar 2020 sind Gastronomen dazu verpflichtet, den Einsatz elektronischer Kassensysteme durch eine zertifizierte technische Sicherheitseinrichtung (TSE) zu schützen. Daneben wurde auch die Belegausgabeverpflichtung ab dem 1. Januar 2020 eingeführt. Außerdem ist der Einsatz von elektronischen Kassensystemen der Finanzverwaltung gegenüber auf einem amtlichen Vordruck seit dem 1. Januar 2020 anzuzeigen. Sobald ein elektronisches Kassensystem in Gebrauch genommen wird, gibt es einen Monat Zeit zur Meldung. Auch ältere Systeme, die also vor dem 1. Januar 2020 in Nutzung standen, hätten gemeldet werden müssen. Außerbetriebnahmen gemeldeter Kassensysteme sind ebenfalls zu melden.

Warum muss aktuell noch nichts unternommen werden, obwohl die Bestimmung es so vorsieht?

Es existiert kein amtlicher Vordruck. Die Finanzverwaltung will dafür eine elektronische Meldemöglichkeit schaffen. Diese gibt es aber noch nicht. Formlose Meldungen per Brief oder E-Mail können nicht verarbeitet werden und sind deshalb auch überflüssig.

Notwendige Details der Kassenmeldung

- ✓ Name des/der Steuerpflichtigen
- ✓ Steuernummer des/der Steuerpflichtigen

- ✓ Art der zertifizierten technischen Sicherheitseinrichtung
- ✓ Art des verwendeten elektronischen Aufzeichnungssystems
- ✓ Anzahl der verwendeten elektronischen Aufzeichnungssysteme
- ✓ Seriennummer des verwendeten elektronischen Aufzeichnungssystems
- ✓ Datum der Anschaffung und der Außerbetriebnahme des verwendeten elektronischen Aufzeichnungssystems

Mit Schreiben vom 18. August 2020 gab das BMF eine Nichtbeanstandungsregelung bekannt. Solange keine elektronische Meldemöglichkeit vorliegt, gilt diese Nichtbeanstandungsregelung. Sobald die Finanzverwaltung eine Möglichkeit geschaffen hat und diese im Bundessteuerblatt I offiziell bekannt gegeben wird, müssen Gastronomen aktiv werden. Nach einer internen Auskunft der Finanzverwaltung in Mecklenburg-Vorpommern wird eine elektronische Übermittlungsmöglichkeit wohl erst im September 2023 möglich sein. ecovis.de



Lars Rinkewitz,
Steuerberater
und
Diplom-Kaufmann

— Anzeige —



„Mit der Umsatzübertragung aus der Kasse und der Personaleffektivität bei Amadeus360 habe ich meine Personalplanung perfekt im Blick und kann jederzeit nachbessern.“

Jens Müller, Geschäftsführer
Aposto Bamberg

Personalmangel? Wir haben die Lösung!

- Küchenmonitoring – 40% Zeitersparnis
- Kassenbuch – Kassenabschluss in 5 Minuten
- Personal – Dienstplan in 15 Minuten
- Onlineshop – 50% höherer Bestellwert
- Selfordering – mehr Bestellungen, mehr Umsatz

Nutzen Sie jetzt unser Herbstspecial mit einem Gratis-Modul!



SCANN MICH



vertrieb@gastro-mis.de | (089) 8 98 78 69 – 2 00



Foto: © Glory Global Solutions

Automatisierte Bargeldverarbeitung: ein weiterer Schritt in Richtung Digitalisierung

Die Digitalisierung hat längst viele Branchen erreicht. Seit der COVID-19-Pandemie ist sie allerdings sprunghaft vorangeschritten. So wurden im Gastgewerbe Prozesse zunehmend digitalisiert, zum Beispiel durch den Einsatz von Online-Tools zur Reservierung, digitale Speisekarten und Gästemappen oder den Zugang zu Hotelzimmern und Zusatzangeboten per Smartphone-App. Neben den offensichtlichen Ansatzpunkten zur Modernisierung der Strukturen lohnt sich auch ein Blick auf versteckte Potenziale, wie der Verarbeitung von Bargeld.

Manuelles Cash Management bindet wichtige Ressourcen

Trotz des hohen Bargeldaufkommens erfolgt in Hotels und Restaurants das Cash Handling häufig noch manuell. Dies ist für die Mitarbeitenden insbesondere in Kombination mit neuen Hygienebestimmungen mit hohem Aufwand verbunden, sei es an der Rezeption, im Restaurant oder im Kassens-

büro. Ob Wechselgeldausgabe, Zählen und Sortieren der Banknoten und Münzen oder die Abrechnung bei Schichtwechsel und Tagesabschluss – der manuelle Umgang mit dem Bargeld ist zeitaufwendig, fehleranfällig und bedeutet zusätzlichen Stress für das Personal. Zudem stellen frei zugängliche Bargeldmengen ein Sicherheitsrisiko dar. Hoteliers und Gastronomen stehen daher vor der Herausforderung, die Weiterentwicklung des Geschäfts im Rahmen ihrer Digitalisierungsstrategie mit einer – allen Prognosen zum Trotz – bargeldaffinen Kundschaft in Einklang zu bringen.

Erhöhte Sicherheit, zufriedene Mitarbeitende und verbesserte Hygiene

Den entscheidenden Brückenschlag bilden moderne Cash-Management-Lösungen. Damit lässt sich die gesamte Prozesskette der Bargeldverarbeitung digital abbilden: Von der Barzahlung der Gäste an einem automatisier-

ten System über die Verbuchung der Transaktion bis hin zu einer geschlossenen Anbindung der Lösungen im Backoffice mit effizienter Steuerung der Werttransportunternehmen. Der Einsatz macht sich bezahlt, denn Abrechnungsdifferenzen und Sicherheitsrisiken lassen sich so vermeiden und Abläufe, auf die sich der gesamte Cash-Management-Prozess auswirkt, optimieren. Indem die Lösungen Mitarbeitende von unproduktiven Routineaufgaben und der Verantwortung für Bargeldbestände und Kasse entlasten, werden Kapazitäten freigesetzt, die an anderer Stelle, zum Beispiel in der Beratung der Gäste, gewinnbringender investiert werden können. Ein weiterer Pluspunkt: Weil Gäste das Bargeld direkt in die Cash-Management-Systeme einzahlen und auch die Weiterverarbeitung im Backoffice automatisiert verläuft, kommt das Personal nicht mehr in direkten Kontakt mit Münzen und Banknoten. So tragen die Lösungen auch zur Umsetzung verbesserter Hygiene- und Abstandsregelungen bei.

glory-global.com



Die Zukunft des bargeldlosen Bezahlens

Der Wunsch nach kontaktlosen Zahlungsmöglichkeiten in der Gastronomie hat seit der Corona-Pandemie deutlich zugenommen. Auch bei Kleinstbeträgen erwarten Kunden zunehmend Kartenzahlung. Für Gastronomen ist das ein Vorteil – vor allem, wenn die Bezahlterminals perfekt mit der digitalen Infrastruktur sowie der mobilen Kasse verknüpft sind.



Wer als Gastronom ein modernes Image pflegt, kommt an bargeldlosem Bezahlen nicht mehr vorbei. Zumal Gäste häufig sogar mehr konsumieren, wenn sie mit Karte bezahlen können. Der Gastgeber profitiert zusätzlich, wenn das Bezahlssystem in ein digitales Kassensystem integriert ist. „Kassen- und Bezahlssysteme optimieren alle Abläufe in Service, Küche und Büro – insbesondere, wenn sie miteinander verschmelzen. Der Arbeitsalltag wird so wesentlich effizienter und entspannter“, sagt Michael Ebner, CEO von Gewinnblick, einem der führenden Anbieter für Kassen- und Bezahlssysteme. Dadurch profitiert der Service am Gast ebenso wie die Zufriedenheit der Mitarbeiter: Diese sparen Zeit und Laufwege durch mobile Terminals und dank der Vernetzung mit der Kasse werden Beträge und Kartentyp direkt ins Bezahlterminal übernommen und der Bondruck ausgelöst.

Innovationstreiber Gewinnblick verknüpft Kassieren und Bezahlen

Um unnötige Wartezeiten zu vermeiden, bewähren sich mobile Terminals für alle Servicekräfte. Gerade in Stoßzeiten können so Tische schneller neu besetzt werden. Nun trägt eine innovative Lösung dazu bei, dass Kassieren und Bezahlen noch einfacher wer-

den: Schlank und leicht wie ein kleines Handy kommt das Link 2500 von ingenico daher und ermöglicht das mobile Bezahlen am Tisch mit bereits angeschafften Handhelds wie dem Orderman. „Wir arbeiten mit unseren Technologiepartnern ständig an der Weiterentwicklung bewährter Lösungen, die den Arbeitsalltag unserer Kunden noch weiter erleichtern, so wie mit diesem schlanken, verknüpften Bezahlterminal. In Zukunft streben wir jedoch die Bündelung möglichst vieler Prozesse in nur einem Gerät an. Diese Innovation treiben wir aktuell sehr erfolgreich voran“, verrät Ebner. Mit dem Link 2500 kommt Gewinnblick als Digitalisierungsgestalter für die Gastronomie also diesem Ziel für die eigenen Bestandskunden schon ein Stück näher: Die smarte Bezahlösung passt in jede Hosentasche und kommuniziert selbstverständlich mit der Kassenslösung. Und der Gast kann ganz bequem am Tisch bezahlen.

gewinnblick.de/bezahlssysteme

Michael Ebner,
CEO Gewinnblick



Advertorial

Digital bestellen und bezahlen



Die Digitalisierung hat in vielen Lebensbereichen einen gewaltigen Sprung nach vorne gemacht und die Relevanz von digitalen Bestell- und Bezahlmöglichkeiten ist stark gestiegen. Gastronomen haben längst erkannt, wie bedeutend der Einfluss digitaler Tools auch für die eigenen Betriebe ist.

Mithilfe der intelligenten All-In-One-Lösung von gastronovi lässt sich der gesamte Bestell- und Bezahlvorgang digitalisieren und automatisieren, abgestimmt auf Bedürfnisse und Ziele des eigenen Betriebs – ob Vorbestellungen, Self-Ordering vor Ort oder das Anbieten von Online-Bestellungen zur Abholung bzw. Lieferung.

Durch diesen Service wird eine stressfreie Planung der Kapazitäten und Organisation aufseiten des Gastronomen gewährleistet. Zudem wird das Serviceteam entlastet und Personalmangel abgefedert, denn die Gäste können den Bestell- und Bezahlvorgang selbstständig und unabhängig abschließen – damit bieten Self-Service-Lösungen einen entscheidenden Mehrwert an Flexibilität.

www.gastronovi.com

Digitalisierung nutzen: Vollintegriertes Payment für Hotels

Reservieren, Anzahlen, Einchecken, Serviceleistungen buchen, Auschecken – je nahtloser diese Prozesse in Hotels laufen, desto unsichtbarer sind sie für den Gast. Und desto mehr kann er den Aufenthalt genießen. Davon abgesehen: Viele Gäste setzen digitalisierte und verknüpfte Prozesse offline wie online mittlerweile voraus. Das bietet für Hoteliers zahlreiche Chancen.

Die Digitalisierung nutzen heißt für Hoteliers vor allem, dass alle Prozesse automatisiert ineinandergreifen, über verschiedene Systeme hinweg. Property-Management-Systeme (PMS) liefern genau das: Die Verzahnung aller hotelrelevanten Prozesse – mit vollintegrierter Schnittstelle inklusive Bezahlen über eine Lösung wie das Concardis Payment Gateway. Wenn bei einer Online-Buchung beispielsweise eine Anzahlung gemacht wird, sind alle Daten des Gastes bereits im System erfasst und können richtig zugeordnet werden. Zahlt er beim Check-out den restlichen Betrag plus in Anspruch genommener Serviceleistungen, kann alles bequem beispielsweise per Kreditkarte bezahlt werden. Kompatibel mit den führenden PMS-Systemen von Oracle, SIHOT, Protel, Infor oder Chapp lässt sich das Concardis Payment Gateway in großen sowie kleineren Häusern und auch bei bereits etablierten Lösungen einsetzen.

Komplett kontaktlos: Check-in und Check-out

Gerade in der aktuellen Zeit wichtiger denn je: Mit Partnern wie Hotelbird können dank volldigitalisierter Prozesse komplett kontaktlose Check-ins und Check-outs abgewickelt werden. Was in manchen Ohren immer noch nach Zukunftsmusik klingt, ist bei vielen renommierten Hotels mittlerweile gern angenommene Routine. Integriert in das Online-Buchungssystem, können Reser-



vierungen, Anzahlungen und Buchungen ebenso abgewickelt werden, wie Angebote, die erst vor Ort in Anspruch genommen werden – sowohl die Reservierungen wie auch die Umsätze laufen in einem System zusammen. Die vollintegrierte Schnittstelle macht hierbei sowohl für den Gast vieles einfacher als auch vor allem für den Hotelier selbst. Durch eine Referenznummernübergabe zwischen verschiedenen Systemen entfällt der manuelle Belegabgleich. Zudem macht es anschließende Prozesse in der Finanzbuchhaltung schneller und es schließt vor allem Fehler aus.

Durch die Automatisierung der Prozesse werden allerdings nicht nur die Abläufe entschlackt, was Zeit und Geld spart, sie maximiert auch die Sicherheit – beispielsweise beim Datenschutz. Mit standardmäßiger Tokenization kommen Hoteliers und

andere Systeme gar nicht mehr mit sensiblen Zahlungsdaten in Kontakt.

Spezielle Lösungen für die Bedarfe von Hoteliers

Die Anforderungen von Hotels unterscheiden sich von denen der meisten anderen Branchen. Buchungen im Voraus mit Hinterlegung von Zahlungsdaten zur Sicherheit gibt es sonst selten, ebenso wie die Vielzahl an Services und Zusatzleistungen, die zu unterschiedlichsten Zeitpunkten hinzugebucht und bezahlt werden können. Frühstück, Wellness-Angebote, Leihfahrräder, Minibar oder Zimmerservice – die Übernachtung ist nur einer von vielen Umsatztreibern für Hoteliers. Ebenso flexibel und genau auf diese Bedarfe zugeschnitten müssen die Lösungen sein. Andernfalls hat entweder der Hotelbetreiber Mehraufwände

oder der Gast ist genervt und in seiner Customer Journey beeinträchtigt, weil er permanent mit den Prozessen des Hotels in Berührung kommt. Je unsichtbarer diese sind, desto größer ist die Chance, dass er sich rundum wohl fühlt.

Wichtig ist dabei, auf die unterschiedlichen Bedürfnisse insbesondere internationaler Gäste einzugehen. Akzeptiert werden können beim Concardis Payment Gateway online und offline alle gängigen Zahlungsmittel wie die Girocard oder internationale Kreditkartenmarken – inklusive dem kostengünstigen Lastschriftverfahren CLV+. Auch spezielle Zahlungsverfahren für Gäste aus dem Ausland – wie beispielsweise die in Asien beliebte Lösung Alipay – können integriert werden. Für den reibungslosen Ablauf im Hotel selbst gibt es das Zahlungsterminal „PAD Next“, das leicht in den bestehenden Netzwerk integriert werden kann. Mit Touch-Display, integrierter Frontkamera zum Auslesen von QR- und Barcodes für bestimmte Zahlverfahren, ist das Kartenlesegerät für den Einsatz am Counter ebenso geeignet, wie im Hotelrestaurant. Gerade für Gäste aus Ländern mit anderer Währung ist der DCC-Service hilfreich: Auf Wunsch kann der Gast über intuitive Flaggen-Symbole den Betrag direkt in Heimatwährung auswählen und so in seiner gewohnten Währung bezahlen – ohne Umrechnen im Kopf.

Fazit

Welche Zahlungslösungen und Services für das jeweilige Hotel die richtigen sind, hängt in erster Linie von der Zielgruppe, also den Gästen ab. Eine gute und umfassende Beratung bringt dabei Klarheit und Fokus. Payment ist im Hotel längst mehr als das reine Bezahlen beim Auschecken. In Summe ermöglichen es gut verzahnte Systeme dem Gast, seinen Aufenthalt unbeschwert zu genießen – und dem Hotel, sich voll darauf zu konzentrieren, diesen so schön wie möglich zu gestalten.

concardis.de



Jarno-Alexander Stuth,
Vice President Large &
Key Accounts Hospitality Concardis

Cleverer Check-in für zufriedene Gäste



Der Check-in Automat erleichtert nicht nur dem Hotelpersonal die Arbeit, er kommt auch dem Bedürfnis der Gäste nach flexibler Anreise entgegen.

„Kundenbedürfnisse und Abläufe zu erkennen, gemeinsame Lösungen zu entwickeln und neue Projekte mit den Anwendern gemeinsam umzusetzen, ist unsere Maxime“, sagt Axel Backwinkel, Projektleiter der Citadel Hotelsoftware GmbH. Dabei geht es einerseits immer darum, wiederkehrende, umständliche oder zeitaufwendige Prozesse durch intelligente Schnittstellen zu optimieren. Andererseits gilt es aber auch, moderne Technologien einzubinden, den Online-Vertrieb zu optimieren und nicht zuletzt geht es auch immer um eine deutliche Verbesserung des Services für den Gast.

Digitalisierung im Dienst der Effektivität

Inzwischen erwartet der Gast einen Check-in Automaten am Eingang seines Hotels, wenn die Rezeption nicht mehr besetzt ist. Mit dem Buchungs- oder QR-Code der Hotelanwendung, der Reservierungsnummer seiner Portalbuchung oder seinem Personalausweis identifiziert er sich, kontrolliert und bearbeitet seine Reservierungsdaten, aktualisiert und unterschreibt den Meldeschein. Der eCOUNTER ist die zeitgemäße Antwort auf den Fachkräftemangel, die Arbeits-

zeitverordnung, Ruhetage oder eingeschränkte Öffnungszeiten. Er begrüßt den Kunden und händigt den benötigten Zimmerschlüssel oder die jeweilige Schließkarte aus. Der Gast gelangt ohne Wartezeiten ins Hotel und auf sein gebuchtes Zimmer. Neben der Check-in Funktion und der Option, auch Walk-in Gäste mit entsprechender Bezahlfunktion aufnehmen zu können, übernimmt der eCOUNTER, abhängig von dem jeweiligen PMS-System, auch die Aktualisierung der Belegungsdaten, berechnet die gewünschten Leistungen und steuert weitere Interfaces. Die komplette Einbindung in den vorhandenen Online-Vertrieb ist gewährleistet.

Um vielfältige Kundenwünsche bedienen zu können, wird eine große Auswahl an Kiosk-Systemen mit einer Vielzahl aus Ausstattungsoptionen angeboten. Bemerkenswert ist auch der Umfang erfolgter Integrationen namhafter PMS-Systeme, vieler Schließanlagen und Kreditkartenprovider. Der eCOUNTER ist für den In- und Outdoor-Einsatz konzipiert und wird auf Wunsch in allen gängigen RAL-Farbtönen geliefert. Für witterungskritische Standorte, zu Beispiel salzhaltige Umgebungen an der Küste oder auf Inseln, stehen besondere Modellvarianten zur Verfügung.

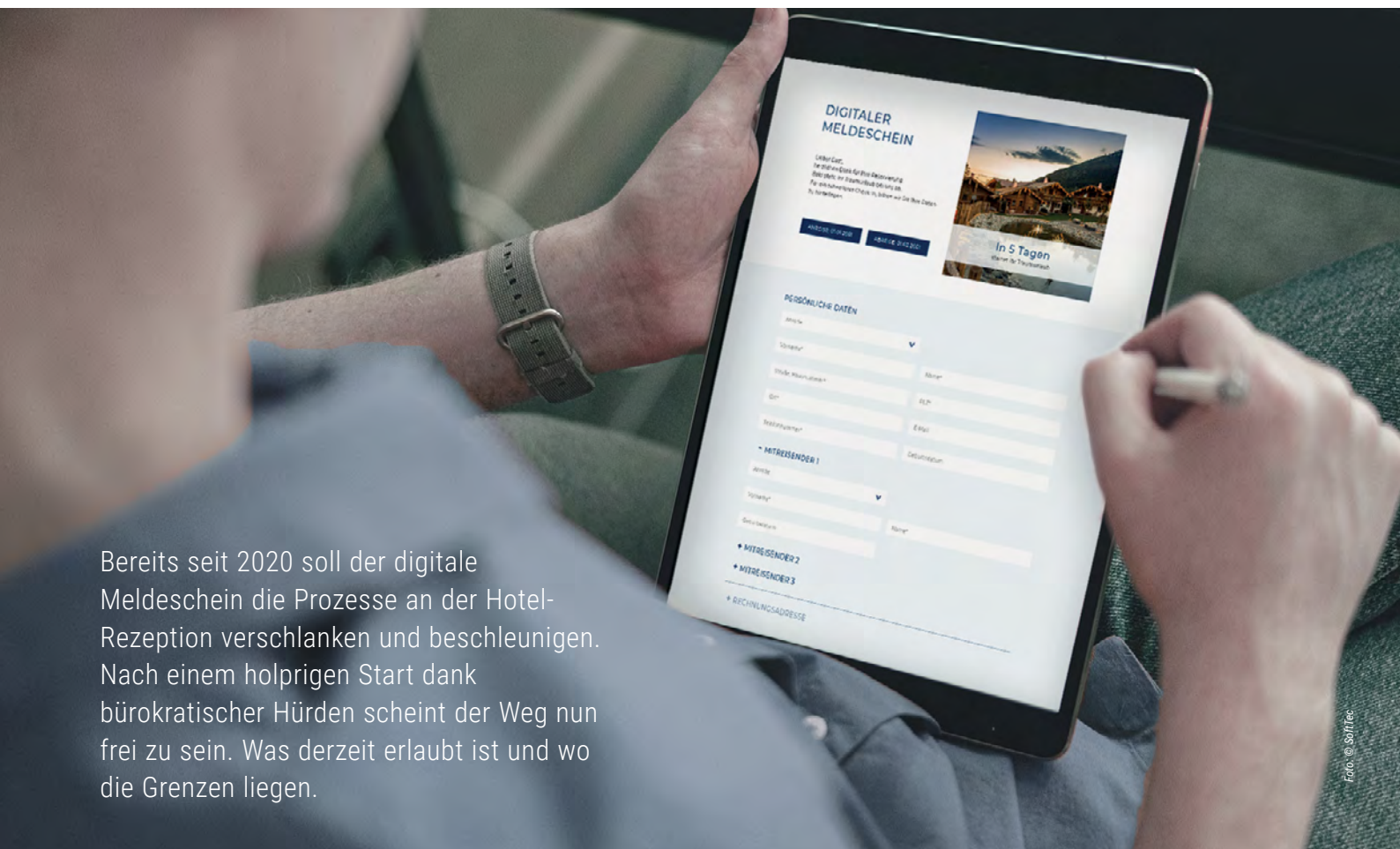
Das Dienstleistungsangebot umfasst die Beratung bei der Auswahl des geeigneten Modells mit den jeweils benötigten Komponenten, die Prüfung der Einbindung der vorhandenen EDV-Infrastruktur, die Erstellung valider Angebote und die vollständige administrative Betreuung der Aufträge bis zur Übergabe in den Hotels.

ecounter.info

Axel Backwinkel,
Citadel Hotelsoftware GmbH



Update zum digitalen Meldeschein



Bereits seit 2020 soll der digitale Meldeschein die Prozesse an der Hotel-Rezeption verschlanken und beschleunigen. Nach einem holprigen Start dank bürokratischer Hürden scheint der Weg nun frei zu sein. Was derzeit erlaubt ist und wo die Grenzen liegen.

Im vergangenen Jahr ist zum 1. Januar das Dritte Bürokratieentlastungsgesetz (BEG III) in Kraft getreten, die besondere Meldepflicht in Beherbergungsstätten für digitale Lösungen wurde damit umgesetzt. Zusätzlich wurde ein digitales Meldeverfahren eingeführt, bei dem die Authentifizierung nicht mehr über die eigenhändige Unterschrift, sondern sichere Alternativen erfolgt. Die Nutzung einer digitalen Unterschrift, wie zum Beispiel bei Paketdienstleistern, wurde nicht gestattet. Der digitale Meldeschein soll datenschutzkonform eine sichere Alternative zur Weiterleitung der Meldedaten darstellen. Laut BEG III bieten drei Optionen eine sichere Umsetzung.

- 1 Die Überprüfung durch die Kreditkarte des Gastes über die „starke Kundenauthentifizierung“, SCA (Strong Customer Authentication). Die Daten müssen ein Jahr im PMS des Hotels gespeichert werden.
- 2 Auch der elektronische Personalausweis kann dank des integrierten Chips zur Identitätsprüfung herangezogen werden. Dafür muss die beherbergte Person einer

Erfassung der Daten unter Nutzung des elektronischen Identitätsnachweises des Personalausweises zustimmen. Nach Einsichtnahme in die ausgelesenen Daten muss der Gast über die Eingabe der PIN zustimmen. Hotelseitig muss ein entsprechendes Kartenlesegerät angeschafft sowie die nötigen digitalen Schnittstellen integriert werden, der Gast muss seine Ausweis-PIN parat haben.

- 3 Die dritte Möglichkeit bietet die Online-Ausweisfunktion, über die der Gast von überall aus identifiziert werden kann. Doch auch hier muss die entsprechende Technik in Form eines Kartenlesegerätes oder eines Smartphones mit entsprechender App vorhanden sein.

Da bislang bei weniger als einem Drittel der Personalausweise der Chip aktiviert ist, sind die Optionen 2 und 3 noch nicht wirklich relevant. Im Februar 2020 ergänzte der Bundestag zur Erleichterung der Einführung des Verfahrens die sogenannte „Experimentierklausel“ im Bundesmeldegesetz. Auf dieser

Grundlage sollen in 24 Monaten laut einer Meldung des Bundestages neue Möglichkeiten herangezogen werden, um „die Vorgaben zur besonderen Meldepflicht in Beherbergungsstätten durch innovative Verfahren im Identitätsmanagement zu erfüllen“. Software-Anbieter haben reagiert und bieten als Ergänzung der digitalen Gästemappe oder als Alleinlösung Alternativen an. Wer eine digitale Lösung mit einer Verifizierung jenseits der zuvor genannten Möglichkeiten in seiner Beherbergungsstätte einsetzen möchte, muss dies laut dem Gesetzesentwurf aus dem Jahr 2020 vom Bundesministerium des Innern, für Bau und Heimat genehmigen lassen. So sollen weitere elektronische Verfahren getestet werden können – ob nach Ablauf der Frist selbige bei erfolgreicher Umsetzung wieder eingestellt werden, ist jedoch fraglich.

Direkte Übergabe an die Hotel-Software

Mit IDEFIX, einer Entwicklung des Software-Unternehmens SoftTec, können die



von den Hotelgästen erfassten Daten ohne doppelte oder manuelle Eingabe durch das Personal direkt in die Hotelsoftware importiert werden. „Das spart nicht nur Zeit, reduziert Fehler in der Übertragung und vereinfacht Gästen und Personal den Check-in, sondern schont gleichzeitig die Umwelt und spart enorme Kosten“, erklärt Oliver Anschütz, Geschäftsführer der SoftTec GmbH. Die Idee dahinter ist denkbar einfach. Der digitale Meldeschein wird automatisch von IDEFIX generiert, vorausgefüllte Gästedata müssen nur noch digital vom Hotelgast selbst vervollständigt werden. Auch eine separate Rechnungsadresse, vor allem bei Geschäftsreisenden, wird in diesem Schritt mit erfasst. Außerdem können Mitreisende pro Zimmer in einem Meldeschein ergänzt werden.

All diese Daten werden direkt und automatisch in die hotline Hotelsoftware übertragen. Eine doppelte und manuelle Datenpflege entfällt somit komplett. Ein weiterer Vorteil: Der digitale Meldeschein kann bereits vor Anreise an die Gäste per E-Mail verschickt werden. Das sorgt am Tag der Anreise dafür, dass der Check-in schneller und reibungsloser abgewickelt werden kann. Der digitale Meldeschein ist einfach zu bedienen, voll responsiv und kann von allen Endgeräten, wie Smartphone oder Tablet,

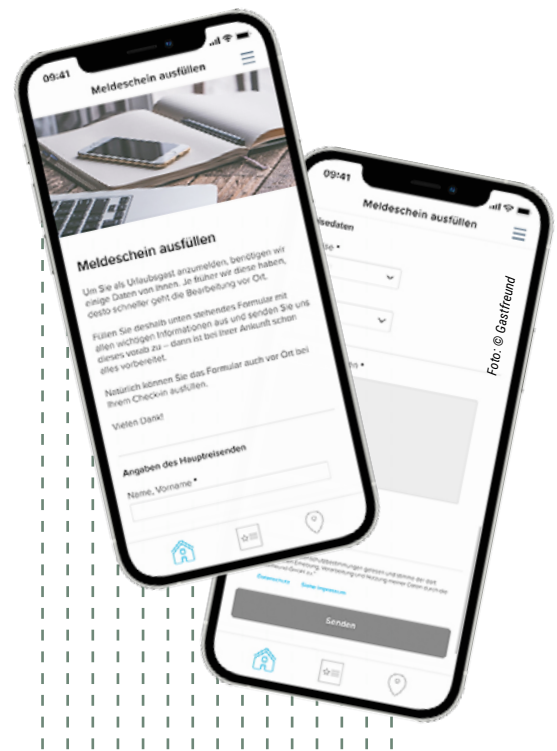
aufgerufen werden. Sollte es an der Rezeption am Anreisetag doch mal etwas eng werden, gibt es auch hierfür eine Lösung. Vor Ort können die Gäste den digitalen Meldeschein an hoteleigenen Geräten (zum Beispiel Tablets oder All-in-Ones), oder am eigenen Endgerät über QR-Codes aufrufen und ausfüllen.

Dadurch können mehrere Gäste gleichzeitig erfasst und die Daten importiert werden. IDEFIX ist in kürzester Zeit eingerichtet. Außerdem lässt sich das Design des digitalen Meldescheins, wie Logo, Bilder und Farben, individuell anpassen.

hotelmeldeschein.de

Digitale Gästemappe als Allrounder

Gastfreund begleitet Hoteliers mit der digitalen Gästemappe schon seit einigen Jahren auf der Digitalisierungsreise. Auch bezüglich des digitalen Meldescheins hat das Unternehmen reagiert und bietet folgende Möglichkeiten an: Entweder integrieren die Hoteliers ein digitales Unterschriftenfeld und wickeln die Abfrage der Check-in-Daten digital ab oder sie drucken den ausgefüllten Meldeschein wie gewohnt aus und lassen ihn vor Ort unterschreiben. Beide Varianten vereinfachen den Check-in-Pro-



zess, sparen wertvolle Arbeitszeit und vermeiden Wartezeiten an der Rezeption. Noch dazu wünschen sich die Gäste solche digitalen Services: So haben sie auf dem eigenen Smartphone, Tablet oder Laptop neben den Hotelinformationen, Angeboten und einem digitalen Reiseführer alles an einem Ort. Und das sogar kontaktlos und rund um die Uhr.

gastfreund.net

— Anzeige —

DIGITALISIERUNG IM DIENSTE DER EFFEKTIVITÄT

Es darum umständliche oder zeitaufwendige Prozesse durch neue Technologien und intelligente Schnittstellen zu optimieren, um den Service für den Gast zu verbessern.

Inzwischen erwartet der Gast einen Check-In Terminal am Eingang des Hotels, wenn die Rezeption nicht mehr besetzt ist.

Der eCOUNTER begrüßt Ihre Gäste und händigt den benötigten Zimmerschlüssel aus.



sales@eCOUNTER.info / www.eCOUNTER.info

Die 5 größten Fehler von Gastronomen bei der Digitalisierung ihrer Betriebe

Kein erfolgreicher Gastronom kommt um die Digitalisierung herum. Lohnt es sich wirklich, wenn sich ein Betrieb gegen die heutige Zeit in Sachen Web wehrt? Der Profi Thomas Holenstein ist ein Schweizer Gastro-Profi und Experte für Digitalisierungsmanagement. In diesem Artikel teilt er die 5 größten Fehler, die in Sachen Digitalisierung nicht passieren sollten.

1 Seminare und Weiterbildungen in Sachen Digitalisierung werden nicht genutzt

Fast nichts ist heute zu Tage so schnelllebig wie das Internet. Hier sollten sich Gastronomen immer auf dem Laufenden halten. Es ist wichtiger denn je, in den gängigen Plattformen im Internet Präsenz zu zeigen. Dazu gehört es zwingend mit dazu, dass jeder Unternehmer im großen Betrieb einen Beauftragten in Sachen Digitalisierung benennt, der weiß, worauf es ankommt. Viele Wirte und Restaurantbesitzer haben die Zeit der Krise nicht genutzt, um Seminare und Webinare rund um das Thema Digitalisierung zu besuchen. Spätestens jetzt sollten alle Chancen dazu genutzt werden, um nicht unter „ferner liefen“ zu landen.

Tipp: Die Investition in Weiterbildung kostet nicht zwingend ein Vermögen.

2 Fehlende Übersicht und Menüführung von Webseiten

Jeder Internetauftritt und die Plattformen von Instagram, Facebook und Co sind nur so gut, wie sie der User bzw. Besucher findet. Je besser die Menüführung und je übersichtlicher der Webauftritt, desto mehr freut sich das Auge des Betrachters. Eine stimmige, persönliche Ansprache des Lesers sollte berücksichtigt werden, das „Du“ ist in der heutigen Zeit durchaus gängig. Zudem sollten stimmungsvolle Bilder die Sprache des Erfolgs sprechen lassen. Ein Bild sagt oft mehr, viel mehr, als 1.000 Worte. Vor allem Gastronomen können mit guten Fotos und Videos für Appetit auf Gaumenfreuden der Extraklasse sorgen.

Tipp: Wer im Internet veröffentlicht, was er selber finden wollen würde, kann auch die meisten Besucher überzeugen.

3 Schlechtes oder mangelndes Social-Media-Marketing

Ist das professionelle Onlinemarketing für lokale Dienstleister wirklich nicht notwendig? Das Marketing sollte nicht dem Zufall überlassen werden. Wer clever in Sachen soziale Netzwerke aktiv sein möchte, weiß, dass guter Content die Besucher und Gäste bei Laune hält. Kein erfolgreicher Gastronom kommt in der jetzigen Zeit drum herum, Präsenz im Netz zu zeigen. Es sollte regelmäßig das gepostet werden, was die eigenen Gäste interessiert, das Teilen von Beiträgen Dritter sorgt für Sympathie. Außerdem zieht dies nach sich, dass auch die eigenen Inhalte im Web geteilt werden, was für eine bessere Reichweite sorgt.

Tipp: Denken Sie daran: Die sozialen Netzwerke machen es möglich, sehr preiswerte Werbung mit guten Fotos und Videos zu machen.

4 Emotionen wie Angst nehmen Überhand

Angst vor Veränderung? An Altem festhalten, obwohl kein Erfolg eintritt? Kein Mut, für einen Webauftritt eine professionelle Agentur anzusprechen? Mit das größte Problem stellt es für viele Gastronomen dar, wenn sie nicht im Zeichen der Zeit leben. Gerade durch die Pandemie und im Zeitalter der Digitalisie-

rung ist es aber zwingend nötig, konkurrenzfähig zu bleiben. Gastronomen sollten aus einer Blockade der Angst heraus nicht den Aufsprung auf den Erfolgszug verpassen. Nur so können auch in Zukunft (egal, ob Lockdown oder nicht) gute Geschäfte generiert werden.

Tipp: Angst ist kein guter Begleiter. Eine gewisse Risikobereitschaft gehört zu jedem Unternehmer dazu.

5 Es wird zu viel von der Digitalisierung erwartet

Vor allem zu Zeiten des Lockdowns haben einige Gastronomen, die bisher kaum etwas in Richtung Digitalisierung unternommen haben, in Webauftritt und Co investiert.

Doch Erfolge können auch hier nicht von „Null auf 100 Prozent“ in sehr kurzer Zeit erreicht werden. Alle User müssen sich erst einmal daran gewöhnen, dass der Betrieb jetzt im Netz professionell vertreten ist. Das gilt nicht nur für die sozialen Netzwerke, sondern auch für die Homepage und die Kommunikation mit den Gästen.

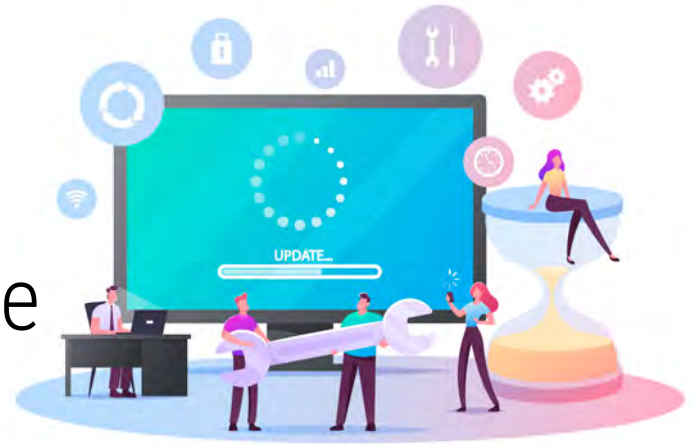
Tipp: Geduld ist gefragt, damit die eigene Homepage im Internet von Gästen und den gängigen Suchmaschinen gefunden wird.

Thomas Holenstein,
Geschäftsführer der
Precom Group AG
pogastro.com
sichergenießen.com





Personal digital managen –welche Features die Software haben sollte



Während die Excel-Liste zum Erstellen der Dienstpläne zum Glück endgültig der Vergangenheit angehört, haben sich Software-Anwendungen und Apps zur Organisation des Personals durchgesetzt. Wer bei den zahlreichen Anbietern den richtigen herausuchen muss, tut sich in Anbetracht der Vielzahl an Optionen, Abonnements und Funktionen oft schwer. Wichtig ist die richtige Selbsteinschätzung: Welche Features benötige ich, müssen ein oder mehrere Betriebe verwaltet werden und soll auch eine Dokumentenverwaltung integriert sein? Eine Zusammenfassung der wichtigsten Bausteine für die optimierte Personalplanung.

- ✓ Dienstplanerstellung mit Vorlagen-Funktion
- ✓ Umfangreiches Personalmanagement
- ✓ Urlaubsplanung unter Berücksichtigung vorab eingestellter Anzahl an Urlaubstagen und direkter Abgleich mit Urlaubszeiten der anderen Mitarbeiter
- ✓ Mobile App für Apple- und Android-Geräte
- ✓ Schicht-Tausch durch die Mitarbeiter, der Administrator muss dem nur noch zustimmen.
- ✓ Lohnerstellung anhand der Stundenzettel und automatische Weitergabe über Schnittstellen an den Steuerberater.
- ✓ Einige Software-Anbieter ermöglichen die Verwaltung mehrerer Betriebe

Rundum-Service aus einer Hand

Eigens für Gastronomie und Hotellerie entwickelt wurde die rota Software. Logisch aufgebaut und einfach zu bedienen bietet sie die perfekte Lösung mit Rundum-Service. Wenn nötig, kann das Komplettpaket inklusive Hardware und Server-Hosting gebucht werden. Es gibt bereits eine große Anzahl an Schnittstellen zu Lohnverrechnungsprogrammen, Hotel-Management-Software sowie Kassen- und Wirtschaftsprogrammen und Schließ- und Zeiterfassungssystemen.

rota-zeiterfassung.com

Cloudbasierte Lösung für den Überblick

In der Gastronomie stellt das Personal den größten Kostenpunkt dar. Es ist wichtig, die Personalkosten immer im Blick zu behalten und mit dem Umsatz abzugleichen, denn zu viel Personal bedeutet auch weniger Umsatz. Im Gegensatz dazu führt fehlendes Personal zu einer gestressten Arbeitsatmosphäre und unzufriedenen Kunden. Mit einem Online-Dienstplan erkennt man Personallücken bereits im Voraus und kann den Dienstplan schnell und effizient anpassen. Auch die Angestellten können sich in die Schichtplanung integrieren und mit wenigen Klicks ihren Urlaub

beantragen oder sich krankmelden. Dies steigert die Motivation und damit auch die Leistungsfähigkeit. Am Ende lassen sich alle Daten schnell und leicht auswerten. Mit einem Online-Dienstplan, wie beispielsweise der cloudbasierten Lösung von Aplano, behält man immer den Überblick. Die Personalleitung spart sich wertvolle Zeit und das Personal weiß genau, wann welche Schicht ansteht. Das Ergebnis sind ein optimales Arbeitsklima, erstklassiger Service und zufriedene Kunden.

aplano.de

— Anzeige —

Effiziente Personalplanung für das Gastgewerbe

conga. eine Marke der **42**



Dem Personalmangel mit Digitalisierung im Betrieb begegnen

Kaum durften Restaurants, Bars und Hotels nach dem Lockdown wieder öffnen, standen Gastronomen und Hoteliers vor dem nächsten Problem: Die Gäste waren da, aber es fehlten Mitarbeitende. Die Rekrutierung neuer Arbeitskräfte läuft nur schleppend. Eva-Maria Bleifuss, operative Leitung von Guestline Deutschland, einem Anbieter von cloudbasierten Hospitality-Softwarelösungen, zeigt einige Möglichkeiten auf, wie Jobs im Gastgewerbe wieder attraktiver gestaltet werden können.

Wie ist der Stand im Hotel- und Gastgewerbe nach dem letzten Lockdown?

Hotels und Restaurants sind wieder gut besucht, die Menschen wollen endlich raus und etwas erleben. Doch viele Angestellte im Gastgewerbe, die während der Pandemie in Kurzarbeit geschickt wurden oder gar ihren Job verloren haben, sicherten sich neue Jobs in anderen Bereichen und fehlen nun. Laut der Jobbörse Stepstone ist die Zahl der ausgeschriebenen Stellen in Hotellerie und Gastronomie im Vergleich zum Vorjahr um 62 Prozent gestiegen. Der ohnehin schon bestehende Fachkräftemangel wurde durch die Pandemie noch einmal verstärkt. Bisher galt das Hotel- und Gastronomiegewerbe als krisenfest und sicher, doch auch diese Ansicht änderte sich durch die Corona-Krise schlagartig. Daher wechselten viele in den Einzelhandel oder fanden Jobs im Gesundheitswesen. Nach Angaben des Deutschen Hotel- und Gaststättenverbands (DEHOGA) sind es mehr als 325.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die sich notgedrungen umorientiert haben. Der Grund dafür ist allerdings nicht allein Corona.

Hat das Hotel- und Gastgewerbe ein Imageproblem?

Fragt man Beschäftigte in Hotellerie und Gastronomie nach ihrem Job, hört man oft von der guten Stimmung im Team, der familiären Atmosphäre und wie erfüllend es sein kann, im Service andere Menschen glücklich zu machen. Der Arbeitsalltag ist abwechslungsreich und das Trinkgeld oft auch nicht schlecht. Doch die Arbeit in dieser Branche birgt auch so manche Schattenseiten. Man arbeitet, wenn andere frei haben und besonders in der Gastronomie ist das Umfeld oft laut und stressig, die Tätigkeiten körperlich anstrengend. Die Bezahlung lässt teils zu wünschen übrig und die anspruchsvollen Arbeitszeiten sind oft nur schwer mit dem Privat- oder Familienleben vereinbar. Schon vor Corona wechselten Beschäftigte im Gastgewerbe häufig den Job, wie eine Statistik der Bundesagentur für Arbeit zeigt. Das gilt nicht nur für berufserfahrenes Personal, sondern auch für Einsteiger: Fast jeder zweite Koch-Azubi bricht seine Ausbildung ab. Hauptgründe dafür sind die Bezahlung und die vielen, oft nicht vergüteten Überstunden, aber auch das durchgehend hohe Stresslevel und eine Kultur, in der man schnell als zu weich gilt,



wenn man sich die Erschöpfung einmal anmerken lässt. All diese Faktoren mögen so manchen Bewerbungswilligen abschrecken, aber es gibt Möglichkeiten, dem entgegenzuwirken.

Wie kann das Gastgewerbe für Arbeitnehmende wieder attraktiver gestaltet werden?

Es ist dringend notwendig, Jobprofile im Gastgewerbe zu überdenken und Arbeitsplätze deutlich aufzuwerten. Durch Digitalisierung können auch im Gastgewerbe grundlegende Veränderungen herbeigeführt werden, die zu flexiblen Arbeitsmodellen, neuen Jobprofilen und faireren Vergütungsmöglichkeiten führen.

Hotels und Gastronomie müssen ihre betrieblichen Abläufe genauestens unter die Lupe nehmen und erkennen, wo diese automatisiert werden können und müssen, um mit der technischen Entwicklung Schritt zu halten. Besonders das Back Office mit Marketing, Vertrieb, Buchhaltung und Personalplanung bietet sich dafür an. Mitarbeitende können durch die Nutzung intuitiver, leicht zu bedienender Cloud-Software ortsunabhängig arbeiten und wären so deutlich flexibler, was ihre Arbeitszeiten und Zeiteinteilung angeht. So wächst außerdem der Pool an Bewerbungen, da der Wohnort nun nicht mehr ausschlaggebend ist und sich auch Kandidatinnen und Kandidaten bewerben können, die aufgrund ihrer Lebensumstände auf eine flexible Stelle und Remote-Arbeit angewiesen sind. Einzig die fachliche Qualifikation entscheidet dann darüber, wer die offene Stelle schließlich bekommt. Remote-Work-

Modelle und flexible Arbeitszeiten machen das Gastgewerbe nicht nur für den Nachwuchs attraktiver, sondern bieten auch erfahrenen Mitarbeitern eine interessante Alternative zu ihrem bisherigen Berufsalltag.

Auch im direkten Kundenkontakt kann durch digitale Neuerungen viel verändert werden. Administrative, immer wiederkehrende Aufgaben, wie Buchungstätigkeiten,

» ES IST DRINGEND NOTWENDIG, JOBPROFILE IM GASTGEWERBE ZU ÜBERDENKEN UND ARBEITSPLÄTZE DEUTLICH AUFZUWERTEN. «

das Ein- und Auschecken der Gäste oder Bezahlvorgänge, können vom Gast bereits vor der Ankunft, vor Ort an einem Tablet oder Self-Service-Terminal, oder auch komplett automatisiert erledigt werden. Dadurch bleibt den Servicemitarbeitern viel mehr Zeit, in die Rolle wirklicher Gastgeber zu schlüpfen. Anstatt den ganzen Tag mit Verwaltung und Papierkram zu verbringen, hätten sie nun deutlich mehr Zeit, sich um individuelle Wünsche und Anfragen der Gäste zu kümmern und deren Aufenthalt so zu einem echten Erlebnis zu machen.

Worauf sollten Hoteliers künftig bei der Rekrutierung neuer Mitarbeiter Wert legen?

Statt administrativer Aufgaben sollte die Interaktion mit den Gästen in Zukunft deutlich mehr in den Vordergrund rücken. Menschenkenntnis, Fremdsprachenwissen, Kultur- und Ortskenntnisse, Freude am Improvisieren und vorausschauendes Denken werden zu Schlüsselqualifikationen für ein qualitativ hochwertiges, individuelles Gästemanagement. Sowohl im Gastgewerbe als auch in vielen anderen kundenorientierten Bereichen geht es vor allem darum, unvergessliche Service-Erlebnisse zu schaffen – und mit genügend Anpassungsfähigkeit sowie der richtigen Einstellung können auch Quereinsteiger aus fachfremden Branchen in diesem Bereich glänzen. Auch in leitenden Positionen in Vertrieb, Marketing oder Finanzwesen können Fachfremde punkten, nachdem sie durch Trainings mit den Branchen- und Produktspezifika vertraut gemacht worden sind. Intuitive Software erleichtert auch dabei das Erlernen neuer Arbeitsprozesse.

Durch die Automatisierung bestimmter Aufgaben sinkt auch der Arbeitsaufwand und es muss nicht mehr zwangsläufig die gleiche Anzahl Mitarbeiter rekrutiert werden, die vor der Krise beschäftigt waren. So werden Ressourcen freigesetzt, die anderswo gewinnbringend eingesetzt werden können. Frei gewordene Lohnkostenbudgets können genutzt werden, um andere Stellen attraktiver und wettbewerbstauglicher zu vergüten. Wer bereit ist, den Schritt in die Digitalisierung zu wagen, der investiert in die Zukunft seines Unternehmens und seiner Beschäftigten und schafft es so, neues und vielversprechendes Potenzial zu locken und zu halten.

guestline.com

— Anzeige —



Die effektivste Software zur Personalverwaltung

- einfache Bedienung
- schnelle Dienstplanerstellung
- Dokumentenverwaltung
- arbeitsrechtliche Warnungen im Dienstplan
- Stundenlisten nach den arbeitsrechtlichen Vorgaben



rota GmbH & Co KG
Mattigplatz 8-9, 5162 Obertrum am See | E office@rota.at | T + 43 (0)662 481290

www.rota.at







Wie KI die Stellensuche revolutioniert

Mit JOBMATCH.ME, einer Jobplattform, die mittels KI den Bewerbungsprozess für Fachkräfte digitalisiert und Stellenanzeigen, Lebensläufe und Anschreiben überflüssig macht, will Gründer Daniel Stanke die digitale Stellensuche auf ein neues Level führen.



Warum ausgerechnet ein Jobportal für das Gastgewerbe und nicht für eine andere Branche?

Unsere Jobplattform ist vor vier Jahren für Fachkräfte aus der Logistikbranche gestartet. Mittlerweile ist sie auch für die Pflegebranche und nun auch für das Gastgewerbe verfügbar. Die Branche hat in der Pandemie besonders gelitten, da Fachkräfte in andere Branchen abgewandert sind, zurück bleiben tausende unbesetzte Stellen. An dieser Stelle setzt JOBMATCH.ME an und gibt Arbeitsuchenden und Unternehmen eine einfache, schnelle und effektive Möglichkeit, zur Normalität zurückzukehren.

Was ist das Besondere an Jobmatch.me?

Die Jobplattform arbeitet mit einer künstlichen Intelligenz, die Jobs mit passenden Bewerbenden "matcht", ähnlich wie bei Tinder. Dadurch vereinfachen, beschleunigen und digitalisieren wir den gesamten Bewerbungsprozess, ganz ohne Lebenslauf, Anschreiben und Co. Dies spart Arbeitgebenden bei der Personalsuche Zeit und Geld. Arbeitsuchende können sich hingegen einfach und transparent auf zu ihnen passende Stellen bewerben.

Wie funktioniert intelligentes Matching?

Intelligentes Matching beschreibt den automatisierten Abgleich verschiedener Kriterien mit dem Ziel, bestmögliche Passungen zu finden. JOBMATCH.ME gleicht dank des Algorithmus die Angaben von Arbeitnehmer:innen und Arbeitgebenden auf drei Dimensionen ab: Was wünschen sich beide Seiten, was bieten sie und wie ticken sie. Konkret funktioniert das so: Kandidat:innen registrieren sich einmalig auf der Plattform, der Algorithmus berechnet zeitgleich die individuell passenden Jobs und zeigt sie nach Abschluss der Registrierung an. Mit einem Klick können sich Kandidat:innen nun auf Jobs bewerben - das nimmt meist weniger als zehn Minuten ein

Welche Jobs können Bewerber finden?

Aktuell gibt es vier Kategorien: Service, Bar, Lieferservice und Küche. Je nach Arbeitserfahrung und Qualifikation werden Jobs mit und ohne Führungsverantwortung vorgeschlagen.

Werden nur Vollzeitkräfte auf Jobmatch.de fündig?

Nein, auch hier orientiert sich die Plattform an den Bedürfnissen des Marktes: Sowohl Vollzeit-, als auch Teilzeitjobs oder Minijobs können inseriert werden.

Welche Kosten entstehen für Hotelier oder Gastronom?

Unternehmen können entweder 10 bis 20 Euro pro erhaltene Bewerbung oder einen monatlichen Fixbetrag bezahlen und unbegrenzt viele Bewerbungen erhalten. Durch die Bezahlung pro Bewerbung wird maximale Flexibilität geboten: Es gibt keine Mindestlaufzeit oder Mindestabnahme. Zudem kann die Stellenanzeige flexibel aktiviert und deaktiviert werden. Die Bewerbermanagement-Software ist immer inkludiert.

Bislang gibt es Jobmatch.me nur für Hamburg und Berlin – wann folgen weitere Städte?

Großstädte sind von der Abwanderung und dem Fachkräftemangel besonders betroffen. Deswegen ist der Rollout von JOBMATCH.ME für das Gastgewerbe in Hamburg und Berlin gestartet. Das Angebot wird zukünftig sukzessiv ausgebaut.





4 Praxistipps für die effektive Nutzung der Personalsoftware

Gerade in schwierigen Zeiten ist die Digitalisierung ein unentbehrlicher Helfer. Neben allen Systemen, die im Umgang mit dem Gast zum Einsatz kommen, werden digitale Helfer bei Verwaltung, Controlling und Planung immer wichtiger. Doch wer auf die Digitalisierung der Personalplanung setzt, sollte auch alle daraus resultierenden Vorteile nutzen.

Produktivitätszahlen zur Personalbedarfsplanung nutzen

Eine gute Orientierung für die Personalbedarfsplanung bieten die Produktivitätszahlen aus den Vorjahren. Ist die Kasse mit der Personalsoftware über eine Schnittstelle verbunden, kann aus dem Umsatzverlauf und dem Personaleinsatz die Produktivität der ersten Öffnungstage ermittelt werden. Im Idealfall ist es möglich, den erzielten Umsatz mit dem geplanten Umsatz sowie den Vorjahreszahlen zu vergleichen und darauf basierend eine Prognose zu erstellen.

IT-Tools zur schnellen Reaktion nutzen

Kurzfristige Veränderungen können dynamische Anpassungen der Planungen erforderlich machen. Professionelle Controllingtools, eine digitalisierte Dienstplanung und Zeiterfassung unterstützen bei der schnellen zuverlässigen Adaption an die neue Situation. Wichtig ist, die Mitarbeiter darauf vorzubereiten und mitzunehmen. Im Team kann dies besprochen, die individuelle flexible Einsatzmöglichkeit geklärt und im System bei den Mitarbeiterinformationen hinterlegt werden.

Präferenzen der Mitarbeiter in den IT-Tools berücksichtigen

Die Krise hat die bereits angespannte Personalsituation weiter verschärft. Mitarbeiter sind abgewandert und die Personaldecke ist vielfach

dünn geworden. Die verbliebenen Mitarbeiter gilt es zu halten, ihnen Wertschätzung zu zeigen und bestmöglich beim Restart nach der langen Pause zu unterstützen. Dazu gehört, die Präferenzen der Mitarbeiter bei den Arbeitszeiten, Urlaubstagen usw. nach Möglichkeit bei der Dienstplanerstellung zu berücksichtigen.

Hygienekonzepte genau dokumentieren

Nicht nur im Umgang mit den Gästen, sondern auch mit den Mitarbeitern sind alle Corona-Regeln strikt einzuhalten. Dazu gehört zum Beispiel die Dokumentation der Impfnachweise, beziehungsweise Tests. Bei Kontrollen müssen die Nachweise vorhanden sein.

Übernahme mit Mehrwert

Im Frühjahr 2021 hat die 42 GmbH, Anbieter individueller IT-Komplettlösungen für das Gastgewerbe, die Conga AG – Spezialist für branchenspezifische Lösungen im Personalbereich – übernommen. Bereits vor der Übernahme arbeitete die 42 eng mit Conga zusammen und integrierte die Personalsoftware in ihre individuell auf die Kundenanforderungen abgestimmten IT-Infrastrukturen. Im Mittelpunkt stand die Anbindung der Conga-Produkte an das von der 42 entwickelte Gastronomie-Kassensystem Matrix POS sowie an die Hotelmanagementsoftware protel. Durch die strategische Übernahme kann die 42 jetzt ein noch breiteres Leistungsangebot für das Gastgewerbe aus einer Hand anbieten.



Die Conga-Software der 42 deckt alle Personalbereiche umfassend ab, von der Personalverwaltung, Personaleinsatzplanung, Abrechnung bis zur Zeiterfassung. Außerdem kann die Zuschlagsberechnung für Wochenend- oder Feiertagsarbeit durchgeführt und die Produktivität ermittelt werden. Für die Kommunikation mit den Mitarbeitern gibt es die App „MyConga“. Sie unterstützt bei der Veranstaltungsorganisation und Schichtdienstplanung: Wunscheinsatztermine können eingetragen sowie Urlaubsanträge gestellt werden.

„Durch die Vernetzung zentraler IT-Komponenten wie Kassen- und Hotelmanagementsysteme mit Personalsoftware schaffen Hoteliers und Gastronomen die Voraussetzung für höhere Produktivität und Wirtschaftlichkeit. Sie steigern die Effizienz durch optimierte Prozesse, haben jederzeit Einblick in die aktuelle Situation und können ihr Unternehmen kennzahlenorientiert steuern“, fasst Thomas Hoffstiepel, Gründer und Geschäftsführer der 42 GmbH, die Vorteile vernetzter Systemlösungen zusammen.

42-gmbh.de



WLAN-Vernetzung, Smart-TV, Infokanal & digitale Gästemappe

Mit goingsoft alles aus einer Hand für Ihr Hotel

Begeisterte Gäste, informierte Kunden, entlastete Mitarbeiter:
Mit unseren Lösungen verbessern Sie ganz leicht die Servicequalität,
erreichen jeden Gast im Haus persönlich, platzieren und bewerben
gezielt besondere Angebote und steigern so Umsatz und Zusatzverkäufe.

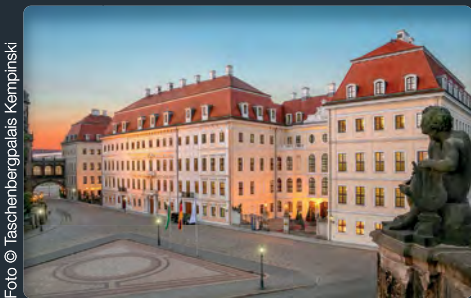


Foto © Taschenbergpalais Kempinski

Taschenbergpalais Kempinski Dresden

„Wir sind ein Zuhause für Reisende aus aller Welt – unsere Gäste wollen jederzeit mit Freunden, Familie und Geschäftspartnern kommunizieren können, dafür braucht es ein zuverlässiges WLAN im ganzen Haus.“

Marten Schwass, General Manager

📍 Dresden, DE

🏠 213 Zimmer

★ 5*

www.goingsoft.com/projekte