

KOSTENEXPLOSION UND ARBEITSKRÄFTEMANGEL

Wie können die Gastgewerbe-Betriebe
aktiv darauf reagieren?

Rebecca Schwerdt, Consultant

virtuell, 15. August 2023

Alle Bestandteile dieses Dokuments sind urheberrechtlich geschützt. © 2023 dwif
Dieses Dokument ist Teil der Präsentation und ohne die mündliche Erläuterung unvollständig.

Fokussierter Weitblick: unser Portfolio

DATENSCHÄTZE
HEBEN



Markt-
forschung

GESTALTEN
& COACHEN



Destinations-
management

MACHBARKEIT
PRÜFEN



Infrastruktur-
entwicklung &
Betriebsberatung

FAKTEN
CHECKEN



Ökonomische
Analysen

AKTUELLE
RAHMENBEDINGUNGEN

GASTGEWERBE IM
SPANNUNGSFELD



Konsumzurückhaltung
als Risiko

Konsumklima
auf niedrigem Stand

anhaltende
Sparneigung



Lieferengpässe

Inflation

Personalnot

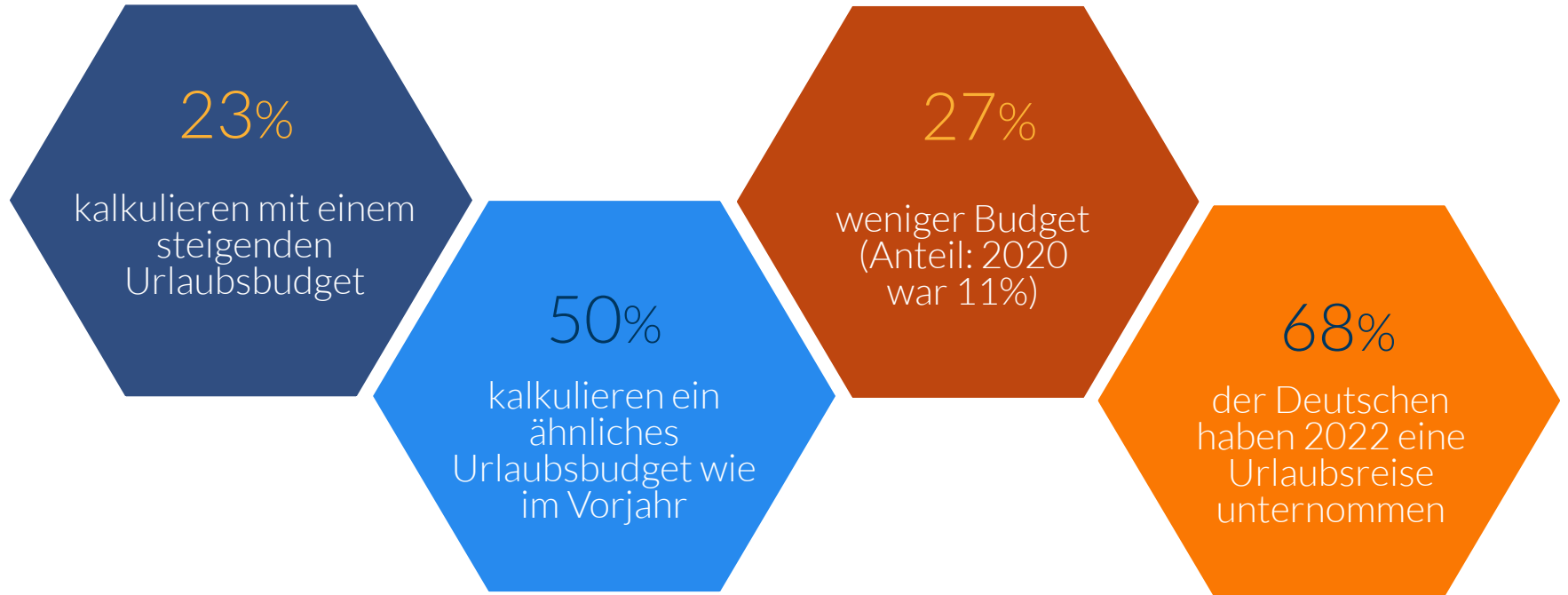
Energie-/Personalkosten

Ukraine-Krise

Reiselust

Reisebudget

Aktuelle Studie tendenziell mit positiven Signalen!





WATCH THE GAP

**ARBEITSKRÄFTELÜCKE BIS 2023
RUND 8 MIO MENSCHEN**

Im Zuge der Corona-Pandemie sind **Mitarbeitende/Fachkräfte** aus meinem Betrieb in **andere Branchen** abgewandert.

60%

Beherbergung

66%

Gastronomie

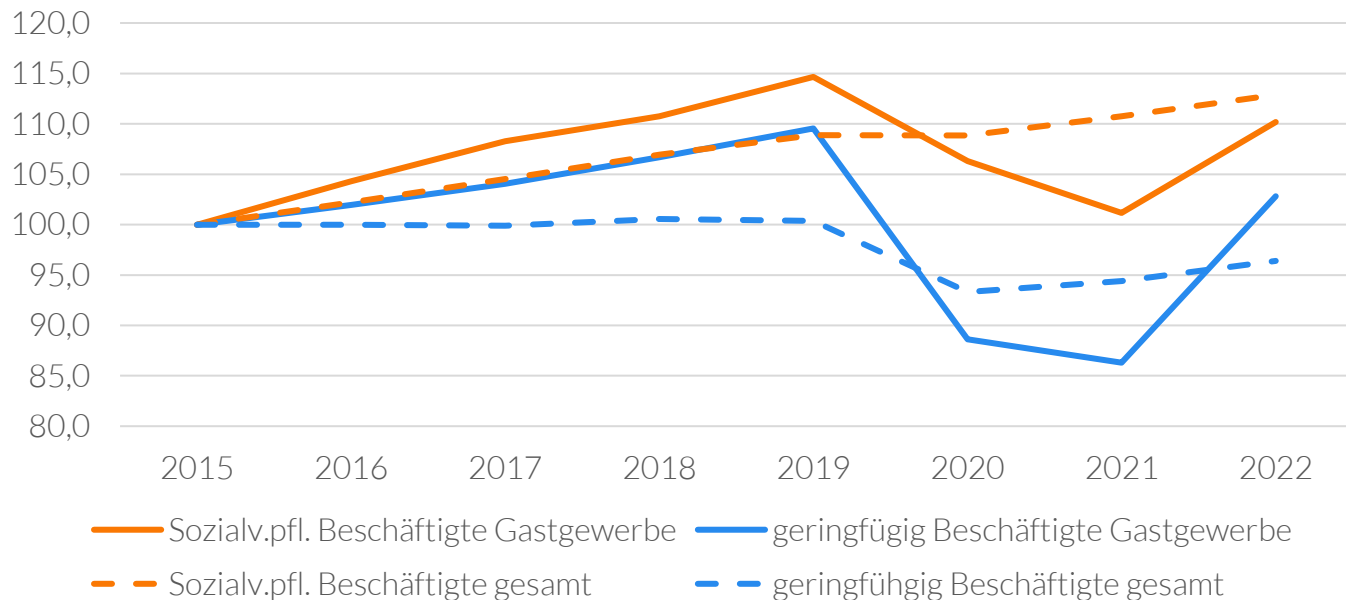
Stimme zu/stimme voll zu



Nach Corona zeigt sich ein positiver Trend im Gastgewerbe – es gibt wieder mehr Beschäftigte

Entwicklung der Beschäftigungsart

(2015=100)



Gleichzeitig hat die Anzahl an **GEMELDETEN STELLEN** 2022 einen neuen **REKORDWERT** erreicht im Vergleich zu den letzten 12 Jahren.

Die Kosten steigen an!

Inflationsrate in Deutschland (in %)

Jan.*	Mai.*	Jun.*	Jul.*	Aug.*	Sep.*	Okt.*	Nov.*	Dez.*	2022	2023
4,9%	7,9%	7,6%	7,5%	7,9%	10,0%	10,4%	10,0%	8,6%	7,8%	Juli*
										6,2%
			Heizöl			+82,8%	+55,0%	+45,0%		
			Erdgas			+109,8%	+112,2%	+26,1%	Prognose	Prognose
			Kraftstoffe			+22,3%	+14,6%	+8,9%	6,1%	5,1%
			Strom			+26,0%	+27,1%	+27,2%	Vorjahr	
			Waren			+17,8%	+17,1%	+13,9%	3,1%	
			Nahrungsmittel			+20,3%	+21,1%	+20,7%		

Quelle: Statista 2023, Statistisches Bundesamt, *Veränderung des Preises gegenüber dem Vorjahresmonat

Die größten Risiken aus Unternehmenssicht (aktuell)



aktuell

84% Energie-/Rohstoffpreise

68% Arbeitskosten

67% Fachkräftemangel

44% Wirtschaftspolitische Rahmenbedingungen

Steigender Qualitätsanspruch vs. geringerer Handlungsspielraum

8 von 10 Betrieben in Deutschland sagen:
„Die Ansprüche meiner Gäste an Qualität sind in
den letzten 10 Jahren stärker gestiegen als ich
die Preise erhöhen konnte.“

„Egal was ich bezahlen müsste, um die Leute zu bekommen,
ich kann nur zahlen, was ich erwirtschaftete.“

Zitat aus Expertengespräch



DAZU KOMMT:

DER MARKT
VERÄNDERT SICH



C₃ H₄ A₁ N₁ G₂ E₁



Globalisierung

- intern. Gäste
- Internet/
Transparenz
- globaler
Wettbewerb
- authentische
Produkte



Individualisierung

- Positionierung
- Zielgruppen
- Alleinstellungs-
merkmale
- Vertrieb



Demographi- scher Wandel

- ältere Gäste
- Qualität
- Barriere-
freiheit
- Gesundheit



Erlebnis- orientierung

- Auswahlfaktor
- Sinngehalt &
Design
- Schaffung von
Erlebnissen
- Positionierung

Die Polarisierung der Nachfrage nimmt zu.



Quelle: dwif 2022, Bilder: Homepage der jeweiligen Anbieter


2 TRANSFORMATIONSTREIBER, an denen niemand (mehr) vorbei kommt!



Die Unternehmensführung wird komplexer.

Innovative und gleichzeitig
pragmatische Konzepte und
Lösungsansätze sind gefragt!

Zwei mögliche Wege



PROZESS-
OPTIMIERUNG
und damit
Senkung Kosten



WERTORIENTIERTE
UNTERNEHMENSKULTUR
und damit sozial
nachhaltiges Handeln



Corona Zeit: die Betriebe haben z. T. Optimierungsmaßnahmen ergriffen, die sie dauerhaft beibehalten wollen.



38%...

...haben **dauerhafte Änderungen** im Betrieb(-sablauf) eingeführt.

Ausgewählte Nennungen der Befragten:

- Änderung der Öffnungszeiten
- 4-Tage-Woche, Optimierung der Arbeitszeit, Home-Office Angebote
- Angebotsreduktion (zu Stoßzeiten)/-optimierung
- Außer-Haus-Angebot
- Optimierung von Energieeinsparungen und Lagerhaltung
- Digitalisierung: Buchhaltung digitalisiert, cloudbasiertes Arbeiten, digitales Prozessmanagement, Einarbeitungspläne erstellt
- ...

Prozessoptimierung: Kostencheck



Kostenblöcke
regelmäßig
überprüfen

Beispiele für SOFORTMAßNAHMEN

- ✓ LED Lampen
- ✓ Bewegungsmelder in nicht durchgängig genutzten Räumen
- ✓ Heizkörper freihalten und regelmäßige Entlüftung
- ✓ Nachtabsenkung für Heizkörper
- ✓ Standby Betrieb bei Geräten vermeiden
- ✓ Waschtemperatur senken

- ✓ Wassertemperatur um 1 Grad senken
- ✓ Betriebszeiten der Wellnessanlagen anpassen
- ✓ Lufttemperatur im Hallenbad anpassen
- ✓ Wassersparende Armaturen

- ✓ Leitungswasser in Wert setzen
- ✓ Kleinere Teller bei Buffets
- ✓ Reduktion des Fleischanteils
- ✓ Wahlmenü mit fleischlosen Alternativen
- ✓ Volle Ladung bei Geschirrspüler
- ✓ Kühltruhen regelmäßig abtauen und Temperatur prüfen

Mögliche Alternativen suchen: z. B. Regenerative Energien



AZIMUT Hotel Dresden

- Energiemanagement-Software mit Heizkörper-Thermostat und Wärmemengen-Zähler
- Energieverbrauch, -kosten und CO₂-Emissionen um 28 % gesenkt
- Personalaufwand & Wartungskosten reduziert

Können Technik & veränderte
Prozesse zu
Kosteneinsparungen führen?

„WENN DER
ARBEITSKRÄFTEMANGEL
WEITER ZUNIMMT, MUSS
ICH MEINE ANGEBOTS-
STRUKTUR AUF WENIGER
PERSONALINTENSIVE
DIENSTLEISTUNGEN
UMSTEIGEN.“

(STIMME VOLL ZU/STIMME ZU)

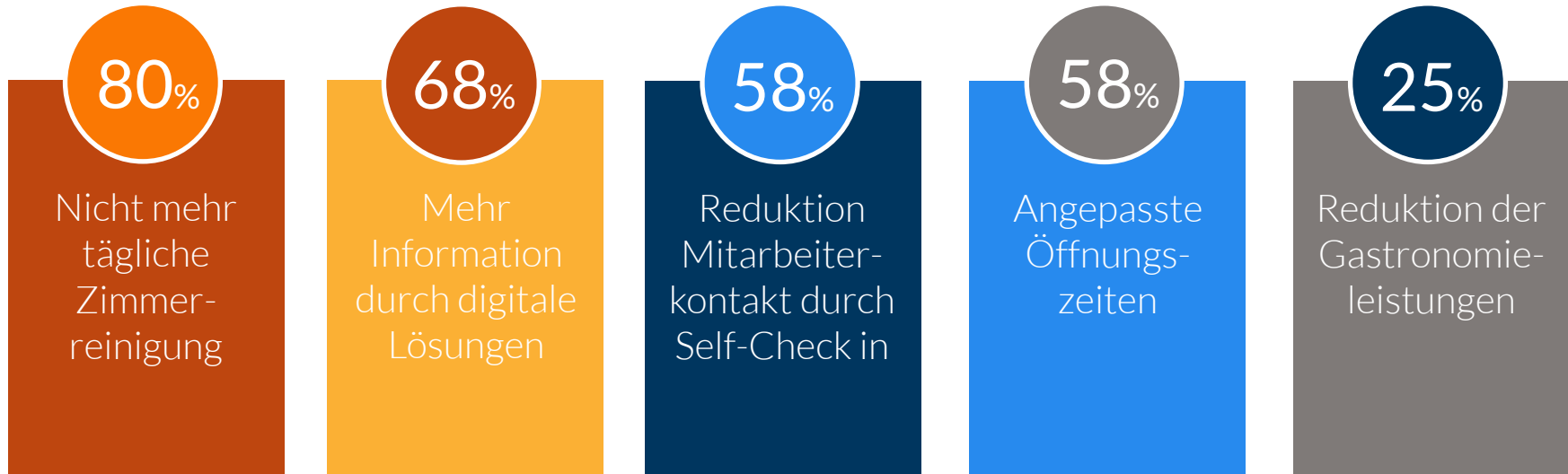
82% Beherbergung

93% Gastronomie

69% Freizeitwirtschaft

Akzeptanz von Maßnahmen im Beherbergungsgewerbe

Inwieweit würden Sie bei Ihren Übernachtungen in entgeltlichen Beherbergungsbetrieben folgende Maßnahmen/ Angebotsreduktionen bei gleichbleibenden Preisen akzeptieren?



Quelle: dwif 2021/ 2022, Repräsentative Online-Panel-Umfrage in Deutschland, n= 1.027

BUDDY HOTEL

Selbst-Check-In, Snacks und Getränke vom Automaten



HOTEL BERLIN BERLIN

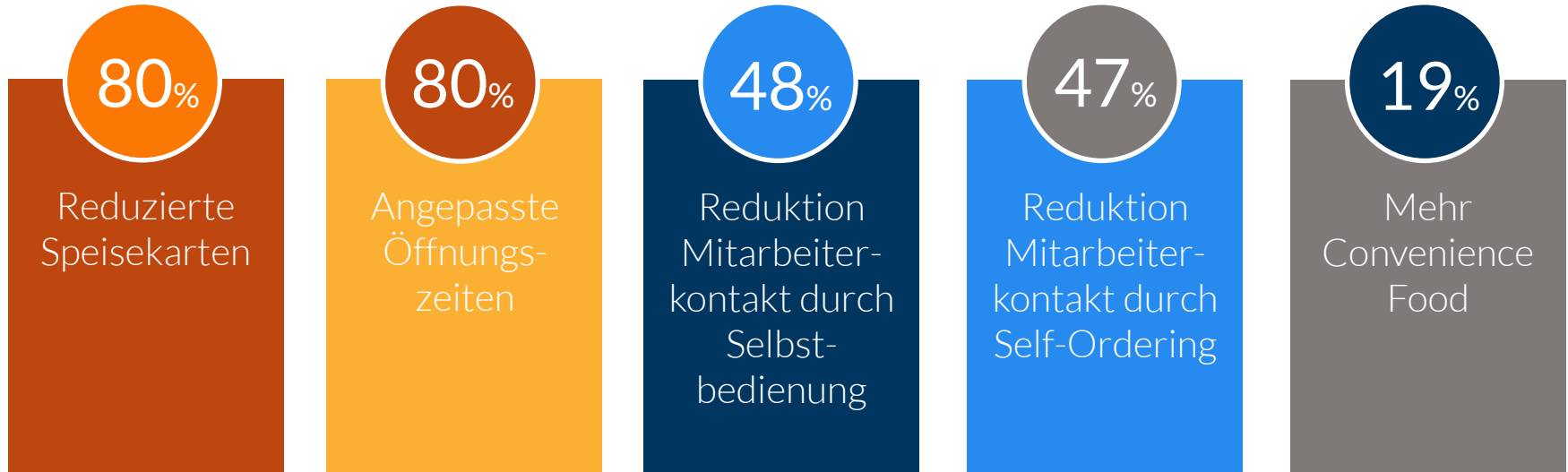
KI-Chatbot „Mia“ beantwortet Gästeanfragen 24/7



Bilder: www.hotel-berlin.de und DialogShift

Akzeptanz von Maßnahmen in der Gastronomie

Inwieweit würden Sie bei einem Restaurantbesuch folgende Maßnahmen/ Angebotsreduktionen bei gleichbleibenden Preisen akzeptieren bzw. in Kauf nehmen?



Quelle: dwif 2021/ 2022, Repräsentative Online-Panel-Umfrage in Deutschland, n= 1.027



Kosten & Aufwand reduziert !

"Um Telefon & WhatsApp Bestellungen kümmert sich foodcall. Gerade zu Stosszeiten eine enorme Entlastung fürs Team."



Richard Wesner
Inhaber Pizza- und Nudelhaus Domizil, Altenburg

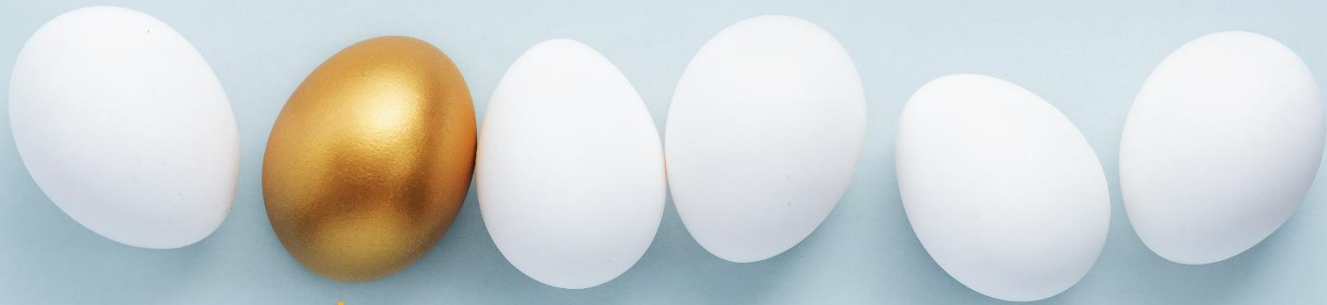
STRANDHAUS LINDAU

AM WOCHENENDE GESCHLOSSEN





Prozesse optimieren – Kosten
sparen – aber Preiserhöhungen
sind auch unerlässlich!



Warum Positionierung bei der
Preisbildung so wichtig ist?

Beispiel: Fokus auf Nachhaltigkeit

64%

der Deutschen möchten 2022 in einer **nachhaltigen Unterkunft** übernachten

56%

werten Nachhaltigkeit/Umweltfreundlichkeit als Qualitätsmerkmal

63%

der Gäste würden höhere Preise für ökologisch-zertifiziertes Essen bezahlen

Akzeptanz für Preisanstieg vorhanden!

Für welche der nachfolgenden Methoden zur Qualitätssteigerung würden Sie grundsätzlich einen Preisanstieg akzeptieren?

95%

Höhere Löhne der Mitarbeiter*innen in gleichem Umfang des Preisanstieges, um die Qualität zu halten oder zu steigern

62%

Qualitätsverbesserung des Betriebes durch höhere Investitionen in die Infrastruktur

59%

Qualitätssteigerung des Betriebes durch mehr Aus-/Weiterbildungen der Mitarbeiter*innen

45%

Qualitätssteigerung durch Einführung eines Qualitätsmanagement-Systems

Gleiche Leistung –
höherer Preis.

Was tun die Gäste?

Bei Preissteigerungen um...

10%

... ändern rund zwei Drittel ihr
Verhalten nicht.

20%

... kommt die Hälfte der Gäste
seltener.

30%

... suchen sich 6 von 10 Gästen
eine Alternative.

FAZIT:

PREIS-
ERHÖHUNGEN
SIND DURCHAUS
MÖGLICH

Empfehlung:

Transparente und klare
Kommunikation mit dem Gast!



WAS TUN GEGEN EXPLODIERENDE KOSTEN & ARBEITSKRÄFTEMANGEL?



Kostenblöcke prüfen und (Sofort-)Maßnahmen ergreifen



Konzept ganzheitlich überdenken



Investitionen tätigen



Mitarbeitenden zufriedenstellen & an den Betrieb binden



Höhere Preise durchsetzen

ÖKONOMISCHE NACHHALTIGKEIT ALS BASIS

FÜR SOZIALE &
ÖKOLOGISCHE
NACHHALTIGKEIT



Ihre Ansprechpartnerin



REBECCA SCHWERDT

Consultant

r.schwerdt@dwif.de

Tel. +49(0)30 / 757 949 27

dwif

WEGWEISEND IM TOURISMUS

Büro Berlin	Büro München
Marienstraße 19-20	Sonnenstraße 27
10117 Berlin	80331 München

www.dwif.de

URHEBERSCHUTZ

Alle Rechte vorbehalten. © 2023 dwif
Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes und des Vertrags zwischen auftraggebender und auftragnehmender Institution/Organisation ist ohne Zustimmung des dwif unzulässig und strafbar.