



KOMMENTAR

Personifizierte Benchmarks

Dieter Koffler

Was macht eigentlich einen guten Unternehmer oder Manager in Gastronomie, Hotellerie bzw. ganz generell im Tourismus aus? Welche Kompetenzen muss er haben? Dieser Frage ist die Fachhochschule Wien im Rahmen eines umfassenden Forschungsprojekts nachgegangen. Nun gibt es zu dieser Fragestellung gleich eine ganze Palette von Antworten. Ganz wesentlich daran ist, dass diese vom Faktor Zeit ganz wesentlich beeinflusst werden. Gästeansprüche, Marktstrukturen und Wettbewerb stellen sich heute deutlich anders dar als vor zehn Jahren und werden sich weiter dynamisch entwickeln. Eine besondere Komponente ist der sehr universelle Anspruch, der an die Managementfähigkeiten in dieser Dienstleistungsbranche gestellt wird. „Ich bin Spülmaschinenmonteur, Baumeister, Mediator und Rechtsexperte“, zeichnet der Gastronom Berndt Querfeld, der am Forschungsprojekt mitgearbeitet hat, ein bezeichnendes Bild für das Anforderungsprofil. Womit sich die Frage aufdrängt, was unter Kompetenz im Tourismus überhaupt zu verstehen ist. Die Antwort, die das Forschungsprojekt liefert, lässt nicht zu wünschen übrig: Kompetenzen sind Fähigkeiten zur Selbstorganisation. Darauf aufbauend wurde untersucht, wie weit es mit den Kompetenzen der Branchenunternehmer und -manager her ist, und es wurde eine interessante Schwachstelle gefunden. Der größte Entwicklungsbedarf herrscht in den Bereichen Kommunikationsfähigkeit, Initiative, Ausfuhrungsbeurteilung und Sprachgewandtheit. Das ist umso bemerkenswerter, als gerade diese Faktoren zugleich die besonderen Stärken der heimischen Tourismuswirtschaft ausmachen. Bekanntlich ist Österreich geprägt von Klein- und Mittelstandsunternehmen. Anders als etwa in großen Hotelkonzernen ist der Wirt und Hotelier im Regelfall eine Persönlichkeit zum Anfassen, eine authentische Identifikationsfigur für die Gastlichkeit, die dem Touristen entgegen gebracht wird. Die unternehmerische Struktur ist üblicherweise auch ideale Basis für Flexibilität und damit für Initiative und rasche Umsetzung ohne lange Entscheidungswege. Dieselben Anforderungen als Schwächen und Stärken sind freilich kein Widerspruch, sie bestätigen nur die Schlussfolgerung des Forschungsprojekts, in dem empfohlen wird, sich an Leitbetrieben und erfolgreichen Branchenpersönlichkeiten als personifizierte Benchmarks zu orientieren. Denn damit lassen sich Kompetenzen am besten schulen.

DIETER KOFFLER

Beruflich verreisen

abta-Studie: Geschäftsreisen weiter im Aufwind



Sabine Pirkner, Hewitt Associates, Norbert Draskovits, Vorstandsdirektor Verkehrsbüro Group, Christine Hafner, abta-Präsidentin und Martin Sturzlbaum, Vorstandsdirektor Europäische Reiseversicherung (v. l. n. r.) präsentierten die Geschäftsreisestudie 2008

Die Österreicher fahren nicht nur privat auf Urlaub, sie müssen auch dienstlich reisen. Die aktuelle abta-Studie, durchgeführt von Hewitt Associates, hat erhoben, dass im Jahr 2007 von österreichischen Unternehmen 12,6 Millionen Geschäftsreisen durchgeführt wurden – im Vergleich dazu gibt es laut Statistik Austria 15,68 Millionen Urlaubsreisen – und dabei werden 5,4 Milliarden Euro (inklusive Fahrtkosten, Nächtigungen und Aufwandsentschädigungen) umgesetzt.

„Unsere Geschäftsreisestudie liefert erstmals repräsentative Daten, die den österreichischen Markt adäquat abbilden und die große Bedeutung der Geschäftsreisen innerhalb des Gesamttourismus belegen“, erklärt

häufige Destination. Zwar zeichnet sich ein internationaler Trend ab, Geschäftsreisen vermehrt über das Internet zu buchen, dennoch werden die Flugbuchungen bevorzugt über Online-Reisebüroportale abgewickelt, da die Neutralität der Angebotsdarstellung gegeben ist und eine persönliche Beratung in Anspruch genommen werden kann. „Im Geschäftsreise-Sektor sind nach wie vor die Low-Cost Airlines unterrepräsentiert. Nur knapp 40 Prozent der Unternehmen buchen zwischen 1 und 10 Prozent aller Flugreisen bei Billigfluglinien, bedienen doch diese vorrangig den touristischen Markt, erklärt“, erklärt Norbert Draskovits, Vorstandsdirektor der Verkehrsbüro Group. **RENE STELMÜLLER**

abta-Präsidentin Christine Hafner. Die Auswahl der Destinationen bei Geschäftsreisen bestätigt die Funktion Österreichs als Drehscheibe zwischen Ost-, Zentral- und Westeuropa, nennen doch 63,8 Prozent der Unternehmen Zentral- und Osteuropa als wichtiges Reiseziel. Für 61 Prozent ist Westeuropa eine

Gastronomischer Kick

Die EURO eröffnet vielfältige gastronomische Potenziale und schafft neue Big Player im Catering-Geschäft – allen voran: Impacts in Wien

Fortsetzung von Seite 1

Uneingeschränkt verknüpft sind Gastronomie und EURO letztlich in den Fanzonen und im Public Viewing-Bereich.

86 Gastronomiestände allein sind es, die in Österreichs größter Fanzone am Wiener Ring ihre Speisen und Getränke an täglich bis zu 75.000 Fußball-Fans verkaufen.

Dabei verändert die EURO durchaus auch die heimische Catering Szene. So ist in Wien mit der Impacts Event & Catering GmbH ein gemeindenahes Unternehmen mit der Gesamtorganisation der Fanzone betraut und zum Gastro-Giganten gewachsen.

„Insgesamt werden wir rund 3,5 bis vier Millionen Gästen verköstigen. Allein an der Fanmeile werden drei Millionen Krügel Bier und eine halbe Million antialkoholische Getränke ausgeschenkt. Gegen den Hunger gibt es unter anderem 60 Tonnen Leberkäse in 600.000 Semmeln und 300.000 Paar Würstel“, belegt Christian Chytil, CEO von impacts, stolz anhand von Zahlen, in welchen Dimensionen sein Gastronomieunternehmen da agiert. Für die Logistik stehen allein in der Wiener Fanzone 120 begehbbare Kühlhäuser zur Verfügung.

Dazu sorgt das Impacts-Team auch



im internationalen Medienzentrum, in den exklusiven Skyboxen direkt am Rathausplatz und im riesigen „Meinl Café“ zwischen dem Naturhistorischen und dem Kunsthistorischen Museum für das Wohl der Millionen Gäste. Und zu guter Letzt hat impacts die komplette Publikumsrestaurants im Salzburger EM-Stadion übernommen.

Meinl's KaffeeWelt, platziert zwischen Natur- und Kunsthistorischem Museum in Wien, ist eine weitere außergewöhnliche Inszenierung zur EURO. Zur Eröffnung kamen Promis wie Caroline Vasicek mit Familie

Foto: Meinl's KaffeeWelt

Aus dem Gewinnspiel der ÖGZ namens „Event cool“ wurde ein gastronomisches Event unter dem Titel „Forelle mit Kick“. Für diesen sorgten (v. l.) Kabarettist und Stimmenimitator Oliver Hochkofler, Daniel Wiesinger, der sich als Eventmanager in das Projekt einbrachte, sowie die Wirtsleute Erich Tösch und Sonja Pfeiffer und ihr engagiertes Team, die im nahegelegenen Dorfstadl von Rettenegg an die 200 Gäste vorwiegend mit Fischspezialitäten und ausgezeichneten Weinen verwöhnten. Foto: artmund

Aber auch außerhalb der Fanzonen prägt der Fußball die Gastronomie. Hunderte haben das Euphorio-Projekt der Wirtschaftskammer aufgegriffen, allein 209 weist die Website im EURO-Bundesland Kärnten aus. Ähnlich erfolgreich auch die Initiative „Fußball beim Wirt“ im Osten Österreichs. 750 Gastronomen haben sich an der von Raiffeisen, WK Wien und dem Wiener Bezirksblatt ins Leben gerufenen Aktion angeschlossen. **KOF**



Mit freundlicher Unterstützung von:



Mysterium

Tourismusinformation zur EURO mittelmäßig

Europas größtes Mystery Shopping Unternehmen INTERNATIONAL SERVICE CHECK hat von Mitte bis Ende Mai 2008 die Beschilderungen sowie Parkmöglichkeiten aller Stadien und zentrale Tourismusinformationen mit verdeckten Testkunden überprüft. Das Fazit der Studie: Sowohl um die Stadien herum als auch bei den Informationsstellen sieht es mehrheitlich düster aus. Insgesamt schnitt Salzburg am Besten und Genf am Schlechtesten ab.

Die Ergebnisse für die Tourismusinformationen fielen allgemein besser aus als für die Stadenumfelder. Hier traten die Tester ihre Mission mit einer konkreten Aufgabenstellung an: „Lassen Sie sich bei einer zentralen Tourismusinformation zu Übernachtungsmöglichkeiten für Freunde während der EURO 2008 beraten.“ Bei den 24 Tests bekamen drei Tourismusinformationen die Note „sehr gut“, fünf „gut“, zwei „befriedigend“, drei „ausreichend“, allerdings die Mehrheit mit elf wieder „mangelhaft“. Hier wurde in den Kriterien Erscheinungsbild, Beratung (Service/Kompetenz) und Kundenbindung getestet. Der am Häufigsten bemängelten Schwachpunkt: fehlende Namensschilder.

Erfurt kann kommen

Der Verband der Köche präsentiert seine neue Jugendnationalmannschaft inklusive Betreuer

Die österreichische Jugendnationalmannschaft ist ein Team, das aus Schülern, Lehrlingen und ausgebildeten Köchen besteht, die das dreundzwanzigste Lebensjahr noch nicht erreicht haben. Unter professioneller Führung erzielt diese Mannschaft seit drei Jahren beachtliche Erfolge.

Der notwendige Umbau der Mannschaft, der durch altersbedingtes Ausscheiden mancher Mitglieder notwendig war, wurde jetzt abgeschlossen. Es ist dem Verband der Köche wieder gelungen, ein tatkräftiges Team für die Olympiade der Köche in Erfurt zusammenzustellen. Und auch ein neues tatkräftiges Betreuungsteam steht den Jungköchen zur Seite: Es handelt sich um das Trio Hans Peter Fink vom Gasthaus Haberl in

Walkersdorf/Ilz sowie die langjährigen VKÖ-Stützen Heinz Pinaucic und Walter Mayer.



Team Austria 08: Paulina Sperl, Hotel Sacher; Manuela Moc, Restaurant Futterboden; Jörg Goby, Johanna Maier; Dominik Fitz, Christina Hatvan, Peter Troißinger, Gebrüder Obauer; Marlies Löscher, Thomas Mauerhofer, beide Landesnervenklinik Sigmund Freud; Elisabeth Luttenberger, Meinl am Graben und Lukas Kaiblinger vom Gartenhotel Altmandorf