

## **Interview mit Ute Rieger und Robert Cordes von Cordes und Rieger aus Kiel zum Thema: Generation Global – Innovation – Service Design**

### **1. Social Media, Digitalisierung, Konnektivität – unsere Welt vernetzt sich immer mehr und die daraus entstandene Generation Global ist gegenwärtig wie nie zuvor. Wie kommt das Gastgewerbe mit dieser digitalen Transformation klar, vor allem die kleineren Hotels und Restaurants? Oder existiert diese Welt für sie einfach (noch) nicht?**

Digitalisierung, Social Media und Konnektivität sind Begriffe, die aus dem Alltag nicht mehr wegzudenken sind. Wie selbstverständlich wird gepostet, geliked, verknüpft, gechattet.

Im Alltag von KMUs hingegen meint man manchmal, die Zeit sei stehen geblieben: da werden Reservierungen mit Hand in ein Reservierungsbuch eingetragen, Checklisten ausgedruckt und manuell ausgefüllt. Es liegt eine Gastinfomappe auf den Zimmern, bei der man mit dem Aktualisieren und Nachdrucken nicht hinterherkommt. Und der eine oder andere Hotelier ist der Meinung, wenn der Gast in den Portalen oder auf der eigenen Website online nicht mehr buchen kann, dass er es bestimmt noch telefonisch direkt im Hotel versucht.

Aber der Wandel ist da: Gäste wollen verlässliche Informationen, in Echtzeit, sofort. Zimmer werden online gebucht, Bewertungen verglichen, Tische für das Restaurant online reserviert. Besonders im ländlichen Raum ist das Bewusstsein dafür noch nicht ausreichend vorhanden.

Dabei bietet die vernetzte Welt optimale Chancen für wirtschaftlichen Erfolg, spannende innovative Wege, mit dem Kunden in Kontakt zu treten und ihn punktgenau zu informieren – kostenneutral und effizient.

### **2. Wie können KMUs die Werte der Generation Global (Pioniergeist, Postmaterialismus, Erden- statt Nationalbürger) für sich nutzen, vor allem im Hinblick auf Innovation und Servicedesign?**

KMUs tun gut daran, Mitarbeiter der „Generation Global“ – affin für Technologie und selbstverständlich im Umgang mit neuen Medien – in Innovationsprozesse einzubinden, von deren Know-how und Lebenseinstellung zu profitieren.

Natürlich gehört eine ordentliche Portion Mut dazu, sich auf vermeintlich unsicheres und unbekanntes Terrain zu begeben, Grenzen zu öffnen. Aber Unternehmer sind gut beraten, sich dabei die Unterstützung aus den eigenen Reihen zu Nutzen zu machen.

Die sogenannte Generation Global sucht Sinn und Orientierung in ihrer Tätigkeit, versteht sich als Teil des Ganzen. Es bedarf durchlässiger Organisationsstrukturen bzw. flacher Hierarchien, um das Selbstbewusstsein dieser Mitarbeiter zu stärken, sie an kreativen Innovationsprozessen zu beteiligen und auf diese Weise neue Wege zuzulassen.

Führen bedeutet ermöglichen – sagen wir gern, denn das trifft es im Kern. Unternehmer schaffen organisatorisch und inhaltlich Rahmenbedingungen, in denen Mitarbeiter innovative Prozesse eigenverantwortlich erarbeiten und umsetzen können. Dabei brauchen Unternehmen Querdenker, Offenheit und Flexibilität, um sich immer wieder neu zu erfinden, um Wettbewerbsfähigkeit zu erhalten und auszubauen.

Wir sind uns sicher, das Gastgewerbe wird die Chancen nutzen, die Social Media, Digitalisierung und Konnektivität bieten. Auf diese Weise werden Gastgeber Veränderungen in Prozessen, in Unternehmenskultur und der Kommunikation intern und extern zulassen. Denn dann hat man wieder Zeit für das Wesentliche: die Dienstleistung und das Zwischenmenschliche. Wir haben wieder Zeit, uns dem Mensch an sich – dem Gast – zu widmen.

### 3. Wie wirkt sich die Entwicklung auf das Thema Nachfolge aus?

Diverse wissenschaftliche Untersuchungen der Industrie- und Handelskammern – aber auch die konkreten Nachfragen bei unseren Gesprächen mit Kunden zeigen klar: Der Wunsch nach Unterstützung im Bereich Nachfolgeregelung steigt stetig an. Neben Fachkräftemangel wohl eine der wichtigsten Herausforderungen, der sich Hoteliers und Gastronomen derzeit stellen müssen. Dabei liefert der Nachfolgeprozess den perfekten Zeitpunkt, Innovationen umzusetzen, erfolgreiche Konzepte zu etablieren und das Unternehmen zukunftssicher aufzustellen. Existenzgründer von heute sprudeln vor innovativen Ideen, Gastgeber der neuen Generationen sind Digital Natives – und sicher im Umgang mit Technologie. Das gilt es im Zuge der Nachfolgediskussion sinnvoll und gewinnbringend einzusetzen.

### 4. Gibt es bei all der digitalen Entwicklung auch eine Gegenbewegung in Ihrem Kundennetzwerk (Stichwort „Digital Detox“)?

Wie bei jedem Megatrend gibt es immer auch eine Gegenbewegung. So wollen Kunden von Zeit zu Zeit „digital entschlacken“ – d. h. nicht online, nicht erreichbar, nicht vernetzt sein.

Individualisierung, Nachhaltigkeit, Bewusstsein für sich und die eigene Umwelt ganz analog erleben - das steht in dieser Zeit im Fokus. Druck und Stress, den Digitalisierung nach sich ziehen kann, sollen gezielt vermieden werden.

Hotels reagieren damit, dass sie in einigen Bereichen bewusst kein W-Lan anbieten. Das Hotel STRANDKIND in Pelzerhaken zum Beispiel wirbt mit elektrosmogfreien Zimmern, Jess... am Meer in Büsum mit Wattwandern ohne Handy – Achtsamkeit ist das Stichwort für Aktionen rund um das Thema „Abschalten“.

### 5. Können Sie uns einige Beispiele aus Ihrem Netzwerk nennen, die es geschafft haben, die Flexibilität der digitalen Kultur für sich zu erkennen und ein neues Verständnis von Führung aufzubauen?

Wir haben ganz viele Beispiele, die vor allem das Thema Nachfolge gut widerspiegeln. Da ist zum einen das neue [Hotel Waastwinj auf Föhr](#), ehemals Hotel „Zur Post“. Es wurde durch einen Käufer, der sich in die Insel verliebt hatte, komplett modernisiert, für neue Zielgruppen aufgewertet und an die ehemalige Gastgeberfamilie Hennig weiterverpachtet, die auf der Insel verwurzelt ist, aber die Herausforderung der neuen Zeit angenommen hat. Oder das [Mein Inselhotel auf Amrum](#), das nach seinem Relaunch nun seit mehreren Jahren durch innovatives Denken und serviceorientiertes Handeln den Gast immer wieder positiv überrascht und sich so im modernen Markt etabliert hat. Dass die Verknüpfung eines stimmigen Konzept – konsequent umgesetzt – der Einsatz von zeitgemäßen Technologien und innovativer Vertriebs- und Kommunikationswege, aber ebenso der Fokus auf traditionelle Gastgeberqualitäten unabhängig von der Unternehmensgröße zu langfristigem Erfolg führen wird, zeigen Kunden wie Villa Wellenrausch in Travemünde und Das Kubatzki in St. Peter Ording.

*Ute Rieger und Robert Cordes, beide auch Dozenten, greifen auf über 20 Jahre Erfahrung in der Touristikbranche zurück. Gemeinsam begleiteten die Experten zahlreiche Projekte, bis sie sich 2013 entschlossen, ihr langjähriges Know-how und breites Leistungsspektrum für touristische Unternehmen zu bündeln und ein gemeinsames Beratungshaus zu gründen. Im Fokus steht die ganzheitliche Beratung ihrer Kunden in Deutschland und vereinzelt im europäischen Ausland. Sie verhalfen bereits Hunderten von inhabergeführten Hotels und Gastronomieeinrichtungen zum Erfolg. [www.cordes-rieger.de](http://www.cordes-rieger.de)*