

MIKRO-BUSINESS CATERING ALS NISCHE

Kolumne

Die Hotelwelt ist in einem turbulenten Wandel. Fast täglich neue Marken, neue Hoteltypen, die Anzahl der Betreiberunternehmen wird unübersichtlich, Konsolidierung in den Konzernen, die Investitionen in Hotelimmobilien wachsen jährlich, Investoren aus China sind fast hyperaktiv und selbst Catering-Unternehmen wie die SV Group betreiben verschiedene Hotelmarken und expandieren. Viele neue Marken orientieren sich an Gästegruppen wie Arbeitsnomaden, Homeoffice-Worker, Digital Natives und Langzeitgäste. Gleichzeitig gilt es, diese Marken in das soziale Umfeld des Hotels zu integrieren. Das bedeutet, man will die Menschen, die im Umfeld des Hotels wohnen und arbeiten, als Kunden gewinnen. Das geht im weitesten Sinn bis hin zur Annahme von Paketen, die die Anwohner dann am Empfangscounter des Hotels abholen. Da durch die neue Arbeitswelt auch der Verpflegungsmarkt einem starken Wandel unterliegt und immer mehr

Menschen außer Haus essen oder den Snack für zwischendurch suchen, finden sich zukünftig Nischen für ein Hotel-Mikro-Business-Catering. Vielleicht blüht bald das alte „Stammessen“ wieder auf. Schnell serviert, preiswert und in verschiedenen Formen erhältlich. Also vor Ort in den mittlerweile sehr kommunikativen neuen Hotel-Wohnzimmern (früher Halle genannt), oder professionell verpackt zum Abholen bereit und heiß gegessen in der eigenen Wohnung oder im Homeoffice. Und als weitere Variante serviert durch Lieferdienste. Über soziale Medien täglich frisch gepostet und schmackhaft präsentiert ist dieses Mikro-Catering auch für kleine Bürogemeinschaften wie Anwaltskanzleien interessant. Nicht jeder braucht eine Auswahl und nicht jeder isst Tag für Tag, wichtig sind die tägliche Abwechslung, die Kreativität und natürlich die Qualität. Darüber hinaus ist aus meiner Sicht diese Form der Verpflegung auch im Luxussegment der Hotellerie ein Zukunftsthema. Sobald die technischen Umsetzungsmöglichkeiten vorhanden sind, die die Lieferung einer Top-Qualität auf Sternenniveau zulassen, werden wir das am Markt erleben. Auf der anderen Seite stellt sich die Frage, wie die Investitionen in eine Küche einen optimalen ROI erreichen. Quer gedacht stellen sich die Fragen, warum keine „Geisterküche“, die zusätzlich standardisierte Produkte für kleine Caterings und Büroverpflegung anbietet und in Kooperation mit Lieferdiensten versendet? Vielleicht auch unter einem bekannten Markennamen, der bundesweit präsent ist! Warum nicht mehrere Unternehmen in einer Küche, in der verschiedene Speisen produziert werden, eventuell zu verschiedenen Tageszeiten und ins Umfeld geliefert werden? Der Wandel in der Verpflegungsmentalität der Menschen, der Individualisierungszwang, flexible Arbeitszeiten und -modelle, moderne Technik und Digitalisierung können Basis eines attraktiven Mikro-Business-Caterings für Hotels sein. **CC**

KLAUS HÄCK



unterstützt als Professional Coach Führungskräfte und Unternehmer in ihrer persönlichen und beruflichen Entwicklung. Dabei ist er auf die Branchen Catering, Gastronomie und Hotellerie spezialisiert. Außerdem ist er Beirat Wissen & Bildung bei der Foodservice Consulting Society International (FCSI).

Kontakt: www.hommequadrat.de