

02.2021 | „Aufbruch – Selbst-Disruption“
Cooking & Catering Inside

66 CORPORATE


AUFBRUCH SELBST-DISRUPTION

Kolumne

Wenn ich meinem FCSI-Kollegen Pierre Nierhaus folge, dann sagt er nach der Pandemie eine positive Zukunft für die Gastronomie voraus, wenn auch mit einigen Veränderungen in den Rahmenbedingungen und Geschäftsmodellen. Das betrifft auch das Catering. Häufig erleben wir jedoch, dass gerade diejenigen, die weitsichtig auf Entwicklungen und Veränderungen im Markt hinweisen, entweder nicht ernst genommen oder wegen gerade gut laufender Geschäfte ignoriert werden. Wer den Finger in die Wunde legt und unbequeme Wahrheiten äußert, wird nicht gerne gehört, denn Veränderung bedeutet, das Verhalten zu erneuern, das eigene Geschäftsmodell infrage zu stellen. Veränderung geht mit Angst einher und birgt die Gefahr, persönliche Privilegien zu verlieren. Dabei ist der Bedarf, in Zukunft besser und schneller auf kurzfristige Marktentwicklungen reagieren zu können, sehr hoch. Und nachher folgt das Klagen: „Hätte ich doch damals besser

zugehört, die Veränderungen im Markt ernst genommen.“ Es ist im Übrigen sehr typisch, dass Unternehmen keine Veränderungen vornehmen, wenn die Prognosen noch nicht eingetreten, also noch nicht direkt im Unternehmen spürbar sind. Wie spürbar z. B. der Fachkräftemangel ist, wird sich mit dem Restart zeigen.

Eine weitere Ausprägung ist die Betriebsblindheit. Betrachten wir das Gastgewerbe im Hinblick auf den Megatrend Digitalisierung, könnte man fast von Ignoranz oder Überheblichkeit sprechen. Jetzt kommt der Druck von außen mit Macht. Natürlich ist die Frage nachvollziehbar: Wem traue ich und wem folge ich? Bei Pierre behaupte ich zu wissen, dass er das als angesehener Experte aus einer Art Pflichtbewusstsein für die Branche tut. Daher sind seine Thesen ernst zu nehmen. Wer so weit ist, kann den nächsten Schritt tun und Veränderung initiieren bis hin zu dem Schritt, das eigene Geschäftsmodell disruptiv zu verändern. Haben Sie sich schon einmal die Frage gestellt, ob die Kunden nach der Pandemie Ihre Produkte oder Ihre Dienstleistung noch benötigen? Stellen Sie sich vor, Sie würden nur einen Teil dieser Frage mit einem Nein beantworten, wie wollen Sie in Zukunft Ihren Lebensunterhalt sichern? Wie können Sie weiterproduzieren, wenn 60 Prozent Ihrer Kunden weiterhin im Homeoffice oder noch bis zum Jahresende 2021 in Kurzarbeit sind? Das klingt für manche möglicherweise pessimistisch, ist es aber nicht. Es sind Fragen, die dazu dienen, auf die neue Situation und auf zukünftige Krisen besser vorbereitet zu sein. Für die Lösungen sind Sie selbst verantwortlich. „Die Gastronomie als Klebstoff der Gesellschaft wird in zwei bis drei Jahren gefragter sein als je zuvor“, so die Prognose von Pierre Nierhaus, aber anders. Um das „anders“ zu erreichen ist manchmal auch die Selbst-Disruption des bis heute erfolgreichen Geschäftsmodells vonnöten.

Mit etwas mehr Aufmerksamkeit hätte aus Quelle vielleicht Amazon werden können. 

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