

Forscher der EHL Hospitality Business School veröffentlichen Bericht über Aussichten des Gastgewerbes für 2023

Im Bericht wurden 10 Schlüsseltrends analysiert und für eine Branche im Umbruch zusammengefasst. © EHL Hospitality Business School

Das Gastgewerbe muss sich in einer Welt nach der Pandemie und vor dem Hintergrund zahlreicher Krisen neu erfinden, um wieder attraktiv zu werden und sein Wachstumspotenzial auf globaler Ebene zu behaupten. Forscherinnen und Forscher der Fakultät der EHL Hospitality Business School, welche als führende Einrichtung im Bereich des Hospitality-Managements weltweit anerkannt ist, haben wegweisende Forschungsergebnisse zu 10 Themen einer Branche präsentiert, die sich in einer bedeutenden Transformationsphase befindet.

«Im Laufe des letzten Jahres haben wir alle die neuesten äusseren Kräfte kennengelernt, die an das Fenster der Industrie gehämmert haben: eine post-pandemische Landschaft, die die Arbeitswelt und ihre Werte verändert hat, ein andauernder Krieg und die daraus resultierende Energiekrise, den positiven und negativen Einflüsse der Digitalisierung und vor allem die dringende Forderung



nach nachhaltigen, regenerativen Verfahren. Was in dieser Aufzählung jedoch oft fehlt, ist die menschliche Komponente. Ob Manager, Mitarbeitende oder Kunden, das Bedürfnis nach Verbundenheit, Anerkennung und Weiterentwicklung wird heute zum wichtigsten Instrument der Analyse, um unsere künftige Welt zu verstehen – sowohl persönlich als auch beruflich», sagt Dr. Markus Venzin, CEO der EHL Gruppe.

Der Bericht gibt einen Überblick über die Aussichten der Branche für das

Jahr 2023 und enthält 10 wichtige Aussagen zu den Einflussfaktoren, die die Zukunft der Branche weltweit beeinflussen. Im gesamten Bericht finden die Leserinnen und der Leser Forschungserkenntnisse, die helfen sollen, die Auswirkungen der jüngsten Ereignisse zu verstehen, sowie innovative Ideen, die aus den neuesten Daten und Analysen abgeleitet werden.

www.ehlgroup.com

1. Arbeitskräftemangel in der Hotelbranche:

Lösungen sollten Technologie, Flexibilität, und Fortbildung beinhalten – aber vor allem einen Paradigmenwechsel -Die Vorteile der neuen Technologien zur Erledigung von administrativen Aufgaben und zur Verbesserung der Arbeitsbedingungen und der Mitarbeiterbindung. **Dr. Stefano Borzillo**

2. Lösungen im Bereich Nachhaltigkeit:

Die Rolle von digitalen Technologien und Tech-Startups -Es sind die Tech-Startups, die den Übergang des Dienstleistungssektors zur Nachhaltigkeit ermöglichen. Der Artikel schlägt drei grundlegende Änderungen vor, die Dienstleistungsunternehmen vornehmen müssen, um nachhaltig zu werden. **Dr. Carlos Martin-Rios**

3. Nachhaltige Immobilien – steigender Druck für Hotelinvestoren

Wie sich das Verhalten von Verbrauchern und Verbraucherinnen sowie Investoren und Investorinnen verändert und welche Herausforderungen und Chancen sich für Hotelbetreibende in den kommenden Jahren ergeben. **Dr. René-Ojas Woltering und Dr. Rémy Rein**

4. Authentizität in der Lebensmittel- und Getränkeindustrie

Die Verbraucher legen immer mehr Wert auf Authentizität: Was bedeutet das genau und wie können Lebensmittel-Marken Tradition und Regionalität von Produkten nutzen, um ihre Authentizität zu zeigen? **Dr. Margarita Cruz**

5. Menschenzentriertes Nachhaltigkeitsmarketing zur Steigerung der Verbrauchernachfrage

Die Nuancen, die mit Nachhaltigkeitsmarketing verbunden sind. Nicht jeder nimmt Nachhaltigkeit auf die gleiche Weise wahr, manche finden sie sogar lästig. **Dr. Matthias Fuchs**

6. Diversifizierung der Restaurantereinnahmen

Ein Blick auf die verschiedenen Möglichkeiten, einen Gastronomiebetrieb zu diversifizieren, je nach Betriebsniveau und den verfügbaren Ressourcen. **Dr. Guy Llewellyn**

7. Neue Einstellungen zur Kreislaufwirtschaft: Überdenken und neu gestalten

Warum Hotels bereit sein müssen zu zeigen, dass bei Investitionen in die

Kreislaufwirtschaft die Gewinnerzielung nicht ihre einzige Priorität ist.

Dr. Florent Girardin und Dr. Luciano Lopez

8. Personalanalyse: Chancen und Herausforderungen für das Gastgewerbe

Die neue Art und Weise, in der Daten in Unternehmen genutzt werden, um effizientere und zeitsparende Entscheidungsprozesse rund um das Personalmanagement zu ermöglichen. **Dr. Sébastien Fernandez**

9. Fasswein: Tradition trifft auf Innovation

Die Qualität des Weins bleibt in vollem Umfang erhalten, und der Wein aus dem Fass ist nachhaltig und auch wirtschaftlich – 96 % der Weinkonsumenten- und konsumentinnen befürworten Wein aus dem Fass, vor allem wegen seiner Nachhaltigkeit. **Dr. Stéphanie Pougnet**

10. Kunden und Kundinnen durch Erlebnisse stärker einbinden

Die Theorie hinter einem wachsenden Verbrauchertrend: Erlebnisgastronomie. Das perfekte Gegenmittel gegen die Einsamkeit: Viele Menschen kaufen lieber Erlebnisse als Produkte. **Dr. Maggie Chen Meng-Mei**