

Transkript der Podcastfolge

„On the MIC with Petra Hedorfer“

Episode 19: Gastgeberum im Wandel: Ein Gespräch mit dem DEHOGA Bundesverband über Krisendruck und Zukunftschancen

Gastgeberin: Petra Hedorfer, Vorstandsvorsitzende der Deutschen Zentrale für Tourismus

Gast: Jana Schimke, Geschäftsführerin des DEHOGA Bundesverbandes

Petra Hedorfer: Willkommen und Hallo bei "On the Mic" with Petra Hedorfer, dem Podcast der Deutschen Zentrale für Tourismus, dem National Tourist Sport für das Reiseland Deutschland. Als Vorstandsvorsitzende der DZT spreche ich hier mit Experten aus der internationalen Reisebranche über den deutschen Incoming-Tourismus. Es erwarten Sie Hintergrundinformationen und spannende Insights.

Heute widmen wir uns einem Bereich, der für den Tourismusstandort Deutschland von zentraler Bedeutung ist: dem Gastgewerbe. Hotellerie und Gastronomie sind nicht nur Gastgeber für internationale Gäste und natürlich auch deutsche Gäste, sondern auch ein wichtiger wirtschaftlicher Motor.

Allein in Deutschland gibt es mehr als 200.000 Unternehmen im Gastgewerbe, darunter rund 40.000 Beherbergungsbetriebe und über 160.000 gastronomische Unternehmen. Werden wir gleich hören, ob das der letzte Sachstand ist. Die Branche ist auf alle Fälle damit ein Kernbereich des deutschen touristischen Mittelstands. Gleichzeitig steht das Gastgewerbe vor großen Veränderungen: wirtschaftliche Entwicklungen, Fachkräftesicherung, Digitalisierung, neue politische Themen und Rahmenbedingungen. Und über diese Entwicklung spreche ich heute mit Jana Schimke, der neuen Hauptgeschäftsführerin des DEHOGA-Bundesverbands, der wichtigsten Interessenvertretung für Hotellerie und Gastronomie in Deutschland.

Liebe Jana, herzlich willkommen hier heute in meinem Podcast. Ich freue mich sehr, dass du bei uns bist. Du bist seit Januar Hauptgeschäftsführerin des DEHOGA

Bundesverbandes und davor warst du viele Jahre im Deutschen Bundestag und sicherlich auch hattest du auch schon andere berufliche Stationen zuvor. Und ich würde mich freuen, wenn du uns vielleicht noch mal so kurz dich und deine Vita vorstellen kannst heute, also sei herzlich willkommen.

Jana Schimke: Ja, ganz herzlichen Dank, liebe Petra, für die Einladung, die ich sehr, sehr gerne angenommen habe.

In der Tat, ich habe schon ein paar Stationen tatsächlich hinter mich gebracht in meinem bisherigen beruflichen Leben. Was ich aber sagen darf, ist dass die Politik immer mein persönlicher roter Faden war. Ich bin sehr geprägt durch den Fall der Mauer, durch die Ereignisse zur Wendezeit. Ich komme ursprünglich aus den neuen Bundesländern, bin geboren und aufgewachsen in Cottbus und das hat so ein Stück weit auch meinen beruflichen Weg dann am Ende geebnet. Ich habe Politikwissenschaften studiert in Dresden und in Berlin und ich habe meine ersten beruflichen Erfahrungen sogar im Deutschen Bundestag gesammelt als Mitarbeiterin, bin dann in die politische Interessenvertretung gegangen, zuletzt bei der Bundesvereinigung der Deutschen Arbeitgeberverbände.

Ja, und bin dann in die Berufspolitik gewechselt, wie das manchmal so ist im Leben, sowas kann man nicht planen, das passiert einem, man braucht ein bisschen Glück und ganz viel Engagement. Ich habe das die letzten 12 Jahre dann im Deutschen Bundestag gemacht, in verschiedenen Positionen und bin dann jetzt nach meinem Ausscheiden dann hier beim DEHOGA angekommen und freu mich sehr darüber, bin sehr herzlich aufgenommen worden durch die Branche und ja, versuche jetzt mein Bestes dafür zu geben, dass es unseren Mitgliedern, dass es der ja dem Gastgewerbe in Deutschland künftig wieder besser geht.

Petra Hedorfer: Ja, vielen Dank erstmal für dieses Intro, ein paar Insights auch aus deinen Stationen, beruflichen Stationen zu hören. Wir kennen uns, da bist du Tourismusausschussvorsitzender gewesen, eine Legislatur, hast ja damit natürlich auch ganz hautnah die touristischen Themen gesehen. Jetzt ist der Bundesverband DEHOGA hat 60.000 Mitgliedsbetriebe. Ich glaub, das ist ganz gut, das noch mal zu spüren, wie groß und bedeutend und wirkmächtig auch der Verband ist. In Deutschland ist es sicherlich einer der Spitzenverbände.

Du bist das zentrale Sprachrohr der Branche gegenüber Politik, Medien und Öffentlichkeit. Ist natürlich spannend, jetzt so deinen persönlichen Perspektivwechsel von der Politik in die Verbandsarbeit auch heute ein bisschen kennenzulernen.

Also meine Frage, die erste Frage, die ich hätte, wäre, was reizt dich denn ganz persönlich, nach vielen Jahren im Bundestag nun daran, die Interessen des Gastgewerbes zu vertreten.

Jana Schimke: Ja, also Deutschland befindet sich in der schwersten wirtschaftlichen Krise seit dem Zweiten Weltkrieg und ich glaube, das ist Ansporn genug, sich für die Menschen einzusetzen, die tagtäglich zum Wohlstand und zur Wertschöpfung in diesem Land beitragen. Und für mich war das immer klar, wenn die politische Laufbahn, das politische Wirken auf Abgeordnetenseite irgendwann mal beendet ist, dann werde ich selbstverständlich wieder in die deutsche Wirtschaft gehen, da wo ich auch herkam.

Und insofern habe ich mich sehr gefreut über dieses Angebot und ja, hab jetzt hier eine sehr große verantwortungsvolle Aufgabe übernommen. Der Verband wurde viele Jahre sehr, sehr erfolgreich geführt durch Ingrid Hartges, aber auch die Präsidenten, die ihm vorstanden, wohlgemerkt, sind immer die Präsidenten das Sprachrohr. Es ist immer das Ehrenamt, es ist immer der Unternehmer, die Unternehmerin, die im Vordergrund stehen. Ja, und wir von Seiten der Geschäftsstellen versuchen, das bestmöglich zu unterstützen.

Petra Hedorfer: Wenn ich sagen darf, sehr erfolgreich, das zeichnet ja den Verband aus und persönlich möchte ich sagen, es ist natürlich ein Gewinn, eine Profifrau aus der Branche für den Verband gewonnen zu haben. Also, ich freu mich auf die Zusammenarbeit, die natürlich zwischen DZT und DEHOGA immer sehr eng war.

Will den Zuhörern auch sagen, einer der Vizepräsidenten der DZT ist Guido Zölle, der Präsident des DEHOGA Bundesverbandes, also da gibt es eine enge Zusammenarbeit und das ist auch gut so. Ja, du bringst aus deiner Zeit natürlich ein tiefes Verständnis für politische Prozesse und Entscheidungsmechanismen mit. Welche politischen Perspektiven helfen dir in der neuen Rolle als Hauptgeschäftsführerin des DEHOGA Bundesverbandes, du hast es schon gesagt, wir haben schwere Zeiten.

Es gibt viele Themen, die angegangen werden müssen. Ich würde mich interessieren, was du jetzt spontan im Köcher hast, möchtest ich fast sagen, ja.

Jana Schimke: Nun ja, also es kommt immer darauf an, auch ein gutes Gespür für Timing und auch für Themen zu haben. Man darf nicht davon ausgehen, weil man eine gute Absicht hat, diese gleichzeitig die bestmögliche Chance auch hat, umgesetzt zu werden. Also man muss schon auch ein Stück weit ja in der inhaltlichen Klaviatur, in der man sich hier befindet, auch in dem Wettbewerb mit anderen Verbänden und in

der Frage, wer setzt sich am Ende durch, ja schon auch gucken, wann ist das Momentum, sich mit bestimmten Positionen durchzusetzen.

Die 7% Mehrwertsteuer auf Speisen in der Gastronomie ist ein sehr, sehr gutes Paradebeispiel, dass das verdeutlicht. Also die Corona Pandemie und die Erkenntnisse, die die Menschen in diesem Land daraus gezogen haben und alles das, was dann kam, hat dazu beigetragen, dass endlich diese Steuergerechtigkeit auch ihre Umsetzung fand.

Ja, und das muss man gut abschätzen können und sehen können und deswegen fahr ich auch 'n Stück weit da inhaltlich auf Sicht. Ja, also wir haben viele Themen, die uns wichtig sind, die wir auch immer wieder platzieren, aber es ist schon, man muss sich schon entscheiden, manchmal, ne, also wo macht man jetzt eine Kampagne, wo wählt man jetzt ein besonderes Auftreten, wo wird man gerade jetzt mal besonders laut und wo bringt man sich in besonderer Weise ein und da sind tatsächlich die Erfahrungen aus den 12 Jahren Deutscher Bundestag sehr, sehr hilfreich, um auch Chancen abzuschätzen und Möglichkeiten zu sehen und auch und an anderer Stelle vielleicht auch mal sich nicht zu sehr aufreiben zu lassen und einschätzen zu können: Nein, also die Sorge ist jetzt unberechtigt, ja, oder hier ist sie wiederum sehr berechtigt. Und diesen Seismografen zu haben, diesen Inneren, das ist schon sehr, sehr hilfreich.

Petra Hedorfer: Ja, das kann ich nachvollziehen, also eine Agenda zu haben, aber in volatilen Zeiten natürlich auch flexibel und agil und immer auch in den Prioritäten und Abwägungen sich zu spiegeln.

Lass uns, Stichwort Gastgewerbe, als Zukunftsbranche und Mittelstandsmotor einen Blick werfen auf den Mittelstand. Also, wir wissen ja, das ist ein zentraler Bestandteil des Tourismusstandortes Deutschland. Viele Betriebe im Gastgewerbe, kleine oder mittelständische Unternehmen, häufig familiengeführt und oft über Generationen hinweg gewachsen. Gleichzeitig prägen sie als Arbeitgeber, sind Ausbildungsbetriebe und sind, wie ihr immer sagt, das Wohnzimmer. So vieler Orte, also soziale Treffpunkte und ganz entscheidend für viele Regionen. Identitätsstiftend sind Teil der DNA des Tourismusstandorts Deutschland, sind perfekte Gastgeber. Wir haben eine tolle Gastgeberkultur, unsere Kunden wissen das sehr zu schätzen. Die hohe Professionalität und Qualität, die täglich dem Gast gegenüber ja auch immer wieder neu erarbeitet und geleistet wird.

Was macht das Gastgewerbe aus deiner Sicht so wertvoll für unser Land, für den Tourismusstandort?

Jana Schimke: Ja, also die Erkenntnis haben wir ja in Deutschland auch in der Corona-Pandemie oder auch davor schon in vielen Krisen getroffen. Die Stärke des Mittelstands ist seine Krisenresilienz, das ist die Diversität, die er hat, er ist breit aufgestellt, er verfügt über eine hohe Verankerung vor Ort, er verfügt über eine gewisse Beweglichkeit und vor allen Dingen er ist sehr, sehr stark Eigenkapital basiert. Ja, und das ist die Stärke des deutschen Mittelstands und deswegen ist es so wichtig und deswegen müssen wir diesen erhalten und alles dafür tun, dass es ihn auch morgen noch gibt, ja. Und es ist eine deutsche Besonderheit, auf die wir sehr, sehr stolz sind, in der Tat. Und insofern geht es auch jetzt darum, die politischen Rahmenbedingungen so zu gestalten, dass unsere mittelständischen Betriebe in Deutschland und in unserem Fall jetzt hier besonders im Gastgewerbe eine Zukunft haben, dass die überleben.

Und diese Frage ist nicht trivial, die ist real. Wir haben Rekordinsolvenzen nach wie vor und das besorgt uns sehr.

Petra Hedorfer: Kann ich verstehen, da ist eine Dramatik. Wir können später ja auch noch mal auf die aktuelle Entwicklung zu sprechen kommen. Ich habe gelesen, die Umsatzentwicklung im Gastgewerbe im Januar, was habt ihr geschrieben, - 3,9%, also real, weiß nicht, ob das jetzt das trifft, gibt viele Quellen. Also man sieht schon, wir haben ja Themen wie steigende Kosten, Energiepreisentwicklung, Fachkräftemangel, bürokratische Anforderungen, technologische Veränderungen, ja. All das ist natürlich kostenintensiv und geringe Margen, saisonale Spitzenauslastung, aber eben auch Nebensaisonzeiten, denk ich an klassische Ferienregionen, Küstenregionen. Also du musst ja 12 Monate im Jahr davon auch leben können, unternehmerisch sind alles Themen, also wenn wir jetzt nach Chancen und auch Herausforderungen, die sich aus dieser ganzen Struktur ergeben, suchen und fragen, was denkst du, lass uns das Positive versuchen, zuerst mal zu fassen, zu greifen, also Chancen in der Situation, wo siehst du sie?

Jana Schimke: Ja, also Chancen, das ist natürlich auch auf der einen Seite der große Optimismus, den man auch hat.

Ja, die Menschen haben schon viel erlebt in ihrem Leben, die Unternehmerinnen und Unternehmer, sie hatten schon einige Krisen erlebt und sind in der Regel auch imstande, damit gut umzugehen und für sich persönlich auch Lösungen zu schaffen. Wir sehen im Moment, dass es in der Branche an sich in verschiedenen Segmenten unterschiedliche Entwicklungen gibt, also die Systemgastronomie ist ein Bereich, der im Moment noch am besten dasteht, ja, der durch Effizienzen, durch KI, durch Digitalisierung, durch regelmäßige wiederkehrende Prozesse ein Stück weit Effizienzen

schaffen kann und damit auch in dieser Krise ganz gut umgehen kann. Aber wir sind ja sehr vielfältig aufgestellt und sehen natürlich an anderer Stelle, dass es schwer ist.

Also, wenn der Gast nicht kommt und der Gast sich eben die Kulinarik nicht mehr leisten will und kann und verzichtet, dann kann man noch so kreativ sein. Ja, also es gibt immer einige, die da eben Möglichkeiten für sich auch finden, aber es ist unsere Aufgabe und das ist sehr, sehr wichtig, das versuchen wir immer wieder auch deutlich zu machen, Regelungen zu schaffen, von denen alle profitieren. Ja, und es ist, ist die Antwort kann jetzt nicht sein, ach, wir sind alle einfach mal ein bisschen kreativ und dann schaffen wir das schon, sondern wir haben ja die Situation in Deutschland, dass wir massive strukturelle Probleme haben, wir sind nicht wettbewerbsfähig, der Standort ist nicht mehr attraktiv, es ist alles zu teuer, auch die unsere Umfragen zeigen, dass das einfach die Kostenlast immer weniger zu bewältigen ist und das sind wirklich sehr, sehr dramatische, existenzgefährdende Probleme, die angegangen werden müssen, so kreativ, optimistisch und einfallsreich wir auch sind.

Petra Hedorfer: Ja, es ist gut, sich dessen bewusst zu werden. Du hast es gesagt, Wettbewerbsfähigkeit ist ja ein ganz wichtiges Thema. Wir sind einer der Tourismusstandorte in Europa. Wir haben natürlich aktuell durch die geopolitischen Veränderungen auch Chancen.

Wir haben gestern in einem anderen Szenario da drüber gesprochen: man sieht, dass innerhalb Europas, sie sind immer noch der größte Raum für Reisen, also kontinental betrachtet, von 1,5 Milliarden International Arrivals sind über 800.000.000 ja in Europa zu verorten. Wenn nun durch Mobilitätseinschränkungen Richtung Nahost et cetera sich Reiseströme neu sortieren, haben wir natürlich in Europa auch Chancen. Ja, dreiviertel aller Reisen finden in Europa statt, der Europäer, insofern, gibt es auch in vielen Krisen auch immer wieder neue Situationen, die Chancen bringen.

Und ich denke, wir sind mit dem Gastgewerbe, viele Hotelmanager wurden ja in Deutschland ausgebildet, wir haben eine hervorragende Ausbildung und General Manager in der ganzen Welt haben einzig ihre Karriere in Deutschland begonnen. Also ich denke, Innovationskraft, da drüber haben wir gesprochen, ist wichtig in Krisen agil zu bleiben, da denke ich, ist die unternehmerische Bereitschaft im Mittelstand auch sehr ausgeprägt.

Wir sehen natürlich auch immer wieder regionale Trends. Viele Unternehmen haben natürlich eine Verantwortung für die Betriebe. Es geht um Generationswechsel, es geht um massive neue Geschäftsmodelle. KI verändert ja auch Buchungsprozesse verändert ähm in hoher Dynamik auch die ganze Customer Journey, also wie Kunden sich inspirieren lassen, wie Reiseentscheidungen heute fallen. Man spricht sogar schon

von agentischer KI, die ist ja real auch schon auf den Plattformen, wie kann sich das Gastgewerbe in Zukunft jetzt noch stärker als Investitions- und Wirtschaftsfaktor darstellen? Das ist ja, glaube ich, auch 'ne klassische Verbandsaufgabe, die Branche zu porträtieren und aber auch die Power, die dahinter steckt, unternehmerisch zu präsentieren. Hast du dazu Gedanken?

Jana Schimke: Also, Innovation, neue Ideen und auch die Möglichkeit zu investieren, die entstehen ja immer aus der Unternehmerschaft heraus. Ja, das ist ja nichts, was man von außen vorschreibt oder von außen implementiert, sondern die Kreativität entsteht immer aus den Unternehmen heraus und unsere Aufgabe ist es, das eben entsprechend den Weg dafür zu bereiten. Also das heißt, es muss die Möglichkeit geben zu investieren, dass das Kapital muss da sein, die Ideen, dafür sorgt die Branche schon ganz gut. Ja, also da gibt es viele kluge Köpfe, die sich darüber Gedanken machen, die ein Bildungsangebot schaffen, die hier für Fortbildung sorgen, die Branche tauscht sich aus bei Messen, das ist gut. Woran es; was wirklich die Schwierigkeiten sind, ist die Frage der Verfügbarkeit und die Frage der Perspektive und die Frage der Planungssicherheit. Und das darf ich sagen, sind ganz klare gesetzliche Rahmenbedingungen, für die wir sorgen müssen.

Für die Agilität, für die Wertschöpfung, für die Innovation, das ist ja ein ureigenes Antrieb seitens der Unternehmerschaft, die ist ja da, aber die Voraussetzungen dafür, die müssen eben geschaffen werden.

Petra Hedorfer: Ja, und deshalb ist Verbandsarbeit auch so wichtig, also es ist ja, wenn du so willst, eine Lobbyaufgabe, ja in beide Dimensionen, in die Politik, aber auch in die Wirtschaft. Ja, immer wieder Themen zu setzen und da alle mitzunehmen. Wir haben gesprochen über ein ganz wichtiges Thema und da habt ihr ja auch die Power der Unternehmer ganz deutlich eingesetzt.

Es gab und gibt die Mehrwertsteueränderung, 7% auf Speisen in der Gastronomie. Du hast es eingangs gesagt, das ist ein ganz wichtiger Schritt gewesen. Viele Betriebe sehen daran eine wichtige Entlastung. Nun gibt es da ja auch unterschiedliche Draufsichten. Willst du noch mal sagen, was ist jetzt der Vorteil durch die 7% Mehrwertsteuer für die Betriebe?

Jana Schimke: Ja, der, also der Vorteil ist existenziell. Ja, also ich hatte eingangs gesprochen von Rekordinsolvenzen, die wir auch im letzten Jahr hatten, mit einem Anstieg von 27%, das ist wirklich, das ist dramatisch. Und insofern, die Mehrwertsteuersenkung auf 7%, die ist wirklich existenziell gewesen und sie hat ein Stück weit mehr Luft geschaffen, ja, um aus der Krise sich heraus zu bewegen, da irgendwie rauszukommen, den Kopf über Wasser halten zu können. Aber zur Wahrheit

gehört eben auch, dass wir dann mit der Mindestloohnerhöhung im Januar natürlich wieder eine Entwicklung hatten, die all das wieder konterkariert. Ja, und die Umfrage, die wir gemacht haben, die ich fand das persönlich dann auch sehr bemerkenswert, dann im Ergebnis ergab, dass der Kostendruck, insbesondere der Kostendruck bei den Personalkosten, das größte Problem für unsere, Gastronomen in Deutschland inzwischen ist, gefolgt von Energiekosten, gefolgt von Bürokratie. Ja, so und insofern alles, was die Möglichkeit verschafft, Geld zu sparen oder Geld freizusetzen, Möglichkeiten zu schaffen, betriebswirtschaftlich zu überleben, ist ausgesprochen wichtig. Ja, und die 7% sind eine Maßnahme gewesen, um Existenzen zu sichern, um Perspektiven aufzuzeigen, um wieder etwas mehr Luft zu geben.

Aber liebe Petra, es genügt nicht, um aus der Krise zu kommen. Das muss man leider sagen. Ich, wir wissen sehr wohl, welche Kraftakt es auch für eine Bundesregierung war, hierfür Mehrheiten zu finden. Dieses Projekt umzusetzen, das wissen wir absolut zu schätzen. Aber wir müssen auch ehrlich sein und sagen, dass die gesamtwirtschaftliche Lage in Deutschland, die am Ende auch bei uns in der Gastronomie ankommt, in der Hotellerie, die ist dramatisch und es braucht in Deutschland weitaus mehr als punktuelle Entscheidungen.

Petra Hedorfer: Kann ich absolut unterstreichen. Also, du sagst, es sind Chancen und unternehmerische Spielräume entstanden durch die Einführung der Mehrwertsteuer. Aber es reicht eben nicht, ja?

Wir brauchen kaufkräftige Kunden, die in ihrer Freizeit reisen können, sich das leisten können und eben auch außer Haus essen und trinken gehen. Und gerade auch das ganze Thema Geschäftsreisen, Tagungen in diesen mittelständischen Hotels, 50 bis 100 Teilnehmer. Wir wissen durch die Transformation in vielen Unternehmen gibt es Costcutting-Prozesse. Es gibt hybride Veranstaltungen, also man muss sich nicht mehr nur physisch treffen. Das sind natürlich alles Entwicklungen, die aus verschiedenen Strömungen kommen. Wenn wir jetzt auf den Gästemix blicken, ich habe es schon angesprochen, Urlaubsgäste, Geschäftsreisende, dann gibt es natürlich ein großes Volumen, das sich aus dem deutschen Markt speist. Also Domestic Travel; deutsche Wohnbevölkerung, die in Deutschland Urlaub macht.

Und dann haben wir, ja auch internationale Gäste. Das ist ja das, was uns verbindet. Deutsche Zentrale für Tourismus wirbt im Ausland, dass auch Gäste aus Österreich, Schweiz und wo auch immer aus der Welt nach Deutschland kommen. Wie wichtig ist das denn für das Gastgewerbe, dass wir auch internationale Gäste haben? Wie blickst du da drauf?

Jana Schimke: Na ja, das ist liebe Petra, das ist enorm wichtig, natürlich. Also wir können ja nicht nur am eigenen Saft schmoren, sondern wir brauchen natürlich auch die Gäste aus dem Ausland, sowohl im Gastgewerbe als natürlich auch bei den Messen überall. Wir sind unglaublich verflochten und wir sehen natürlich immer noch mit Sorge, dass wir bei weitem noch nicht auf dem Vor-Corona-Niveau sind. Also wir haben immer noch dramatische Verluste bei ausländischen Gästen auch in der Hotellerie und das zeigt einmal mehr, wie relevant oder wie, wie eng wir zusammenhängen und wie relevant so viele Themen sind, die globale weltwirtschaftliche Lage, die sicherheitspolitische Lage, es hängt ja alles miteinander zusammen, wir haben ja auch schon öfter über das Thema Visaverfahren et cetera gesprochen, es gehört alles mit Zusammen gedacht und ich glaube ja, Wirtschaft ist etwas sehr, sehr hochsensibles.

Wenn es irgendwo nicht läuft, dann spüren das am Ende alle und insofern noch mal das Petitum: Wir brauchen natürlich auf jeden Fall und wir wollen auch Gäste aus dem Ausland und ja, auch dafür braucht es die entsprechenden Rahmenbedingungen, ganz klar.

Petra Hedorfer: Völlig richtig, also Kapazitätsentwicklung im Airline-Bereich, das Thema natürlich ganz aktuell, jetzt Spritpreise, Kerosinpreise et cetera. Du hast es angesprochen, es gibt viele Rahmenbedingungen, die das unternehmerische Handeln auch erschweren beziehungsweise sich ständig neu entwickeln und klug strategisch denen begegnet werden muss. Chancen sind auf alle Fälle im Incoming, das will ich noch mal sagen, auch für unsere Zuhörer, Faktor 4 an Ausgabeverhalten aus Übersee, also Gäste, die von weit kommen, geben mir aus, es ist eine sehr kaufkräftige Zielgruppe. Es ist in der Tat ein interessanter strategischer Blick auf internationale Gäste, wenn wir über den Wirtschaftsfaktor sprechen, der Tourismus eben ausmacht. Hohe Ausgaben, sie bleiben länger, Gäste aus Übersee, mancher weiß es nicht: bleiben durchschnittlich 10 Tage, also es ist längst nicht mehr so, wenn ein Amerikaner kommt und ist ein, zwei Tage in Deutschland, dann reist er weiter nach Frankreich, Paris, Italien, diese klassischen Europatourneen. Also es ist interessant, Stay Longer ist ja unsere Kampagne, die eben nachhaltig auch am Ort, im Betrieb ein Auskommen schafft und sicherlich in der Internationalisierung auch ein Stück weit eine Krisenresilienz zu sehen ist.

Nun gibt's ja viele Unternehmen und Betriebe, gerade im ländlichen Raum, die sind weit weg von diesen Anschlussmöglichkeiten, da will ich noch mal kurz trommeln, in meinem Podcast darf ich das auch. Die DZT auf ihren Plattformen bietet viele Möglichkeiten, gerade auch für Hotels und gastronomische Betriebe, ihr Angebot präserter zu machen. Und ich würde mich freuen, wenn wir da ähm auch jetzt mit deiner Führung über Chancen und Perspektiven sprechen und das ist jetzt etwas

Neues, treibt mich schon ein paar Monate um. Ich würde gerne ein Thinktank mit dir einrichten, wo eben auch Hotelbetriebe und Unternehmen mit uns, DZT und DEHOGA, über Internationalisierungschancen und eure Erfahrungen auch sprechen: Was brauchen die Betriebe jetzt tatsächlich? Ist ja auch eine klassische Aufgabe, da reinzuhören in das Unternehmertum. Zumindest hat DZT ihr Handeln immer so verstanden. Hier ist ja Wirtschaft und Politik miteinander in einem Verein und arbeitet eben da dran, bestmöglich auch für die Betriebe die Wirkfähigkeit auszubauen. Wenn wir über das Thema DEHOGA Bundesverband im Führungswandel sprechen, darf ich das jetzt mal so sagen, ja? Der DEHOGA spielt 'ne zentrale Rolle, haben wir gesagt, als Interessenvertretung. Zeiten werden komplexer, politische Debatten werden oft auch hitziger, wachsende Regulierungen, du hast es angedeutet, Verbände haben eine wichtige Orientierungsfunktion und ihr habt ja auch über flexiblere Arbeitszeitmodelle gesprochen. Ja, Wochenendthemen, Wochenarbeitszeit, europäische Ebene gibt es viele Länder, die haben da schon eine gängige Praxis. Welche Ziele hast du dir für die Weiterentwicklung des Verbandes zu diesem Thema gesetzt?

Jana Schimke: Ja, also es geht natürlich darum, nach den 7% und das war das absolute Top-Thema für die gesamte Branche, was natürlich auch alles andere in den Schatten stellte; geht es natürlich jetzt darum, so ein Stück weit auch wieder den Resonanzboden für andere Themen zu finden. Ja, das ist ein ganz klar artikulierter Wunsch, auch aus der Mitgliedschaft heraus, aus Gründen, weil wir natürlich Bedarfe in vielen Bereichen haben, bei der bürokratischen Entlastung und anderen Bereichen. Und insofern, ich komm von außen, ich hab einen Blick von außen auf die Branche und auf den DEHOGA und bewerte natürlich, ja die Liste der vorliegenden Themen dann auch aus meiner Perspektive, und schau dann drauf, was hat gerade aktuell Chancen, wo kann man aktiv werden und wo hat man eine Chance, auch ein Erfolg zu bekommen.

Ja, und die Wochenarbeitszeit, tatsächlich, das war, das war gar nicht so sehr meine Idee, sondern das war vor allen Dingen auch eine Idee, die aus der Mitgliedschaft kam oder ein Wunsch, ein Bedürfnis aus der Mitgliedschaft heraus, jetzt in diesem Bereich etwas zu erreichen. Und was uns da tatsächlich auch in die Karten spielt, ist die Beschlusslage, sowohl bei den Regierungsparteien als auch natürlich im Koalitionsvertrag. Und was wir so hören ist, dass tatsächlich bis zur Sommerpause ein Entwurf vorliegen soll und das flankieren wir jetzt auch tatsächlich mit unserer Kampagne. Uns ist extrem wichtig, liebe Petra, das will ich an der Stelle auch noch mal sagen, dass es nicht darum geht, hier Menschen schlecht zu behandeln oder irgendwie ein besonderes Maß an Mehrarbeit abzuverlangen, sondern es geht lediglich darum, im Rahmen der bestehenden Arbeitszeit, die man in seinem Vertrag hat, einfach mehr

Flexibilität und Freiheit zu haben. Ja, und ich, ich glaube, diese Botschaft ist draußen sehr, sehr gut verstanden, zumindestens können wir uns nicht beklagen an Unterstützung seitens der Arbeitgeber, aber vor allen Dingen auch der Arbeitnehmer. Das ist ganz interessant zu sehen, die Gewerkschaften finden das nicht so gut, dass jetzt mitunter auch aus ihrer Klientel und aus ihrer Mitgliedschaft möglicherweise sogar Sympathisanten für diese Ideen dort auch bestehen, aber ich meine, so, so ist es nun mal, wir sind ein Seismograph, wir sind ein Spiegelbild unserer Gesellschaft und arbeiten da Hand in Hand, auch mit unseren Beschäftigten und deswegen glaube ich, stehen die Zeichen einfach auf mehr Vertrauen in Sozialpartnerschaft, mehr Vertrauen in das Beziehungsgeflecht zwischen Arbeitgebern und Arbeitnehmern. Und am Ende ist diese Kampagne Ausdruck eines geäußerten Wunsches, auch aus der Mitarbeiterschaft heraus.

Petra Hedorfer: Kann ich gut nachvollziehen. Wir sind auch Ausbildungsbetrieb und Gen Z hat anderen Blick auf Workload. Flexibilität ist, glaub ich, der wichtigste Wunsch, auch wenn wir auf die Menschen, die es betrifft, blicken. Und da tragen wir Verantwortung, dass wir da im Miteinander als Unternehmer, Arbeitgeber und eben auch mit Blick der Arbeitnehmer hier Zukunft gestalten. Ja, deshalb braucht es diese Flexibilisierung, da bin ich ganz deiner Meinung, liebe Jana.

Wenn wir jetzt über moderne Verbandsarbeit sprechen, Zukunftsthemen, dann habe ich hier ein Stichwort. Ihr habt die deutschen Jugendmeisterschaften des DEHOGA und die sind, glaub ich, ein gutes Beispiel, wie man Nachwuchsformate im Gastgewerbe aufsetzt und welchen Stellenwert auch duale Ausbildung haben kann. Da kommen wir ja auch in dieses Spannungsfeld: Ausbildung, welche Aufgabe hat der Unternehmer dabei und wie kann Qualität und Fachkräftesicherung ja auch in Zukunft sichergestellt werden. Wir haben da ja wirklich auch ein hohes Gut, das wir über so viele Jahrzehnte entwickelt und ausgebaut haben. Wir haben aber auch Themen wie strategische Kommunikation jetzt mit Blick auf Arbeitnehmer, auf die Menschen, die ja hoffentlich auch nachfolgen und in diesen Betrieben auch weiterhin das Unternehmen sichern und Spaß an der Arbeit haben.

Und dann habe ich, also ich, ich mach gerade einen weiten Bogen auf, ja, dann gibt es die digitalen Angebote, die immer stärker auch in den Fokus der Verbandsarbeit kommen. Also ich will dir noch mal die Gelegenheit geben, habt ja auch ganz tolle neue App. Ihr habt eben, wie gesagt, diese Jugendarbeit, wenn ich sie mal so nennen darf, gibt es viele Themen, in denen ihr aktiv seid. Ich weiß gar nicht, ob unsere Zuhörer das alles so wissen. Also berichte mir doch bitte noch ein bisschen davon.

Jana Schimke: Ja, sehr, sehr gerne. Also tatsächlich eine unglaubliche Bandbreite. Wir kümmern uns um Themen der dualen Ausbildung, der Bildung und Ausbildung, bis hin auch zu der Frage Unternehmensgründung oder Unternehmensübergabe im Falle von ein eines Ruhestandes, ja, also auch das sind wirklich ganz praktische Dinge, die da auch bei unseren Landesverbänden sehr, sehr aktiv auch bedient und betreut werden.

Ja, Nachwuchsgewinnung, ein riesiges Thema, weil alle zerren an derselben Tischdecke und ja, und insofern geht es natürlich auch für das Gastgewerbe darum, attraktiv zu sein. Es steht und fällt, glaube ich, am Ende immer mit dem Arbeitgeber vor Ort, mit der Frage, wie gut kann man miteinander, wie sind die Perspektiven, was bekommt man dort geboten, wie ist das Klima, fühl ich mich wohl, auch wie sind die Gäste, das gehört alles mit dazu. Ja, also sich für einen Beruf am Menschen zu entscheiden, ist das eine, aber ich glaube auch, wir müssen in Deutschland immer auch mitdenken, dass auch wir als Gäste, als Kunden, sei es ob wir im Edeka stehen oder im Café sitzen, immer auch maßgeblich dazu beitragen, wie gerne diese Menschen ihre tägliche Arbeit verrichten. Punkt 1 als Vorbemerkung. So, Punkt 2 bei der Ausbildung, die duale Ausbildung ist ein, das ist das, worauf wir in Deutschland tatsächlich stolz sein können. Viele eifern uns nach, versuchen dieses Modell auch in ihren Ländern zu kopieren, das ist gut, das ist großartig. Ich finde es gut, dass auch Politik und Öffentlichkeit erkannt hat, dass duale Ausbildung im Lebensverlauf, in der Lebensperspektive, in der Leistbarkeit gleichwertig ist mit einer akademischen Ausbildung. Das heißt also, die Aufstiegschancen sind gegeben, die Bedeutsamkeit, die Relevanz für unsere Gesellschaft, die ist natürlich enorm. Wir sind hier im Gastgewerbe in einem Bereich, wo wir sehr, sehr viele Auszubildende haben. Wir sind keine sehr verkopfte Branche, sondern eine Branche der Handlungsfähigen, der Praktiker. Ja, und die gilt es natürlich abzuholen.

Und mit unseren deutschen Jugendmeisterschaften unternehmen wir jedes Jahr den Versuch, hier zu motivieren, Danke zu sagen, Besonderheiten nach vorne zu stellen und Preise zu verleihen und sich als der beste Nachwuchs Koch in Deutschland nennen zu dürfen oder Hotelfachfrau, Fachmann oder Restaurantfachleute, das ist schon bemerkenswert und insofern ist uns das sehr, sehr wichtig, diesen Wettbewerb jeden jedes Jahr durchzuführen. Da hängt eine Menge dran, liebe Petra, nämlich auch einzelne Landeswettbewerbe, die vorher stattfinden. Es ist also eine Qualifizierung, die dann im Bund sozusagen ihren Höhepunkt findet, ja und das publizieren wir auch sehr, sehr stark nach außen also wir wollen da eine Sichtbarkeit auf jeden Fall herstellen und insofern ist auch das Thema Bildung und Ausbildung hier ein sehr, sehr starker Punkt in unserer Bundesverbandsarbeit. Ja, wir sind in diversen Gremien drin und denken sozusagen die ganze Kette von Anfang bis zum Ende auch tatsächlich durch.

Petra Hedorfer: Ich will dir das Stichwort noch mal geben: Digitalisierung als strategische Chance. Ich wollte noch mal was zur neuen App auch hören.

Jana Schimke: Genau, die neue App, ja, also sind wir mega stolz drauf, das ist die One Dehoga App. Diese App bietet unseren Mitgliedern die Möglichkeit, muss ich eigentlich gar nicht groß erklären, ist eigentlich auch selbsterklärend, den Weg zu finden zu schnellen Antworten. Man geht dort rein, man hat eine Frage, man gibt ein Suchwort ein und diese App speist sich sozusagen aus allen Informationen, die wir als Bundes- und auch als Landesverbände sozusagen dort einspeisen. Und dem Mitglied ist damit schnell geholfen zu jeder Tages- und Nachtzeit, unabhängig davon, ob hier im Büro grad jemand am Telefon sitzt oder nicht, darum geht es. Es geht aber natürlich auch darum, unsere Partner hervorzuheben, wir haben auch Partner als DEHOGA-Benefits, die man als Mitglied auch erhalten kann. Und insofern auch ist es ein ganz aktives Tool auch zur Abbildung von Vorteilen, von Mitgliedervorteilen, ja. Und ja, man kommuniziert schnell und einfach und findet eine Lösung für Probleme. Und wenn die App einem keine Lösung aufzeigen kann, dann findet man zumindestens auch den, den man fragen kann dort in dieser App, also insofern ein absolut zeitgemäßes Tool, das wir brauchen und die Follower-Zahlen steigen stets und ständig und ich glaub, das ist 'ne gute Sache.

Petra Hedorfer: Ja, herzlichen Glückwunsch, Hashtag #digitalnextstep. Ich glaube, ganz wichtig, da führt kein Weg dran vorbei und ich freu mich für euch und die Betriebe, digitale Tools sind so wichtig. Ja, und Stichwort Flexibilität eben und Erreichbarkeit auf alle Fälle, diesen Service zu bieten.

Ja, wir haben über einige Themen gesprochen. Der Podcast hat immer so 30/40 Minuten, also ich will zum Ende kommen, will dir aber auch die Gelegenheit geben, vielleicht noch mal deine Themen zu setzen. Nun spricht man ja immer auch von der Perspektive. Dürfen wir einen Rat von dir hören, was du dem deutschen Gastgewerbe jetzt für die nächsten Jahre mit an die Hand geben willst?

Jana Schimke: Ja, also ich sage immer, die Menschen, die Unternehmerinnen und Unternehmer in unserem Land und in dem Fall auch das Gastgewerbe sollen sich ihren Optimismus bewahren, ja, ihren naturgegebenen Optimismus, ihr Durchhaltevermögen und kann immer wieder nur dazu einladen, sich zu Wort zu melden, nicht nur als Mitglied des DEHOGAs innerhalb unserer Organisation, sondern auch darüber hinaus. Kommunikator zu sein, den Menschen zu zeigen, dass der Besuch im Café, im Restaurant, im Wirtshaus die Möglichkeit ist, um miteinander ins Gespräch zu kommen. Nicht alles soll und darf heutzutage nur über Social Media laufen, sondern man braucht auch die persönliche Begegnung.

Das haben wir alle in Corona gemerkt, wie sehr wir das vermisst haben und insofern ist der Wunsch, den ich an meine Branche widme, tatsächlich die, dabei zu bleiben, alles dafür zu tun, durchzuhalten, auch in schwierigen, gerade jetzt auch in diesen schwierigen Zeiten und damit das Versprechen zu geben, dass wir alles dafür tun, dass die Zeiten besser werden.

Und ich glaube, na ja, man muss, es schon auch so deutlich formulieren, ne, es ist, es sind keine leichten Zeiten und die Sorgen sind da mitunter sehr, sehr groß und wir haben das hier auf dem Schirm und na ja, der DEHOGA ist dafür bekannt, unmissverständlich und klare Worte zu finden und da kann ich sagen, dass ich dafür Sorge, dass das so bleibt.

Petra Hedorfer: Wunderbar, das ist gut, ich denke, die Branche auf alle Fälle braucht das eine starke Stimme in Berlin, in Deutschland, auf europäischer Ebene, ihr seid, wenn ich das mal sagen darf, wunderbare Gastgeber. Ihr seid Profis, ihr kennt das Handwerk. Unterstützung ist absolut notwendig und das Unternehmertum, das prägt ja auch Deutschland, den Mittelstand. Das ist unsere Stärke in der Fläche und dann mit einer Stimme verschiedene Themen und Akzente zu setzen, das ist eine sehr spannende Aufgabe. Ich wünsch dir auf alle Fälle viel Erfolg und Glück dabei.

Ich bin sicher, dass der Verband hier Meilenstein auch weiterhin die Aufgaben erledigt. Es ist immer ein Miteinander: Unser Angebot steht mit Blick auf internationale Gäste. Ich freu mich auf die Zusammenarbeit mit dir und darf sagen, viel Erfolg und ja, spannende Einblicke heute in die Arbeit des DEHOGA-Bundesverbandes. Aktuelle Entwicklungen, das Glas ist halb voll, würde ich sagen, und jetzt geht es eben, die Themen anzupacken.

Das Gespräch hat mir auf alle Fälle sehr deutlich gezeigt, wie wichtig 'ne starke Interessenvertretung ist und wirtschaftliche Rahmenbedingungen sind immer geprägt, aber auch durch Unternehmertum, das hier Hand in Hand mit der Politik arbeitet. Zumindest ist das mein Systemverständnis im Miteinander mit der Politik, Dinge anzugehen und dir, liebe Jana, möchte ich noch mal herzlichen Dank sagen für deine Zeit heute Morgen. Es war mir eine Freude und Ehre mit dir in deiner neuen Funktion auch über die Branche zu sprechen und alles Gute für dich. Und ja, sehr gerne arbeiten wir weiter Hand in Hand, um wichtige Themen und den Austausch und Synergien zu suchen und die Branche zu unterstützen. Auf ganz bald in Berlin.

Jana Schimke: Liebe Petra, ich sage herzlichen Dank für diesen wunderbaren Austausch einmal mehr zwischen uns beiden. Wir kennen uns seit langem und ich schätze den Kontakt mit dir und der DZT und freu mich auf unsere gemeinsamen Projekte.

Petra Hedorfer: Wunderbar, damit vielen Dank auch an alle Zuhörer. Ich hoffe, Sie hatten viel Spaß beim Zuhören und konnten auch ein paar spannende Insights, Gedankengänge, aber auch motivierendes gewinnen.

Ich würde sagen, wenn Ihnen diese Episode gefallen hat, abonnieren Sie gerne unseren Podcast und folgen Sie uns auf unseren Social-Media-Kanälen. Ich freue mich, wenn Sie auch beim nächsten Mal wieder mit dabei sind. Bis dahin bleiben Sie neugierig, inspiriert, machen Sie Urlaub in Deutschland und unterstützen Sie Hotellerie und Gastronomie, wenn es Ihnen möglich ist. Auf bald in diesem Podcast und alles Gute.