

GLOBALER BERICHT ZUR PERSONALFÜHRUNG

Employee Experience beeinflusst Gastgewerbe

Untersuchung allgegenwärtiger
Probleme, die Unternehmen und
ihre Teams heute betreffen

Medallia Zingle



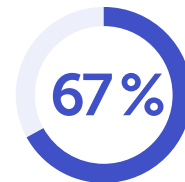
Einleitung

Angesichts weitreichender Entlassungen, eines drastischen Wechsels zur Remote Work und anderer pandemiebedingter Faktoren, die sich auf Beschäftigte in aller Welt auswirken, ist keine Branche von den Folgen der Pandemie auf ihre Mitarbeiter verschont geblieben. Dies gilt insbesondere für das Reise- und Gastgewerbe, die sich mit Lockdowns, Wiedereröffnungen sowie neuen Hygiene- und Sicherheitsvorschriften auseinandersetzen und gleichzeitig die erstklassigen Kundenerlebnisse gewährleisten mussten, die diese Branche ausmachen. Kontaktlose Technologien waren in dieser Umsetzung von großer Bedeutung, doch Tatsache ist auch, dass die Fähigkeit der Beschäftigten, sich immer wieder schnell neuen Gegebenheiten anzupassen und ihr Engagement zugunsten der Gästeerlebnisse aufrecht zu erhalten, obwohl sie dazu gezwungen waren, unter unbestreitbar schwierigen Umständen zu arbeiten, als echtes Glanzlicht der Pandemie beschrieben werden kann. Die wenigen Hotels, die zu Beginn der Pandemie geöffnet blieben, um die Helfer vor Ort zu beherbergen, während sie gegen das Virus kämpften, sind ein gutes Beispiel für dieses Engagement.

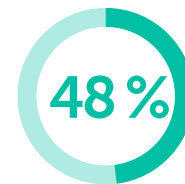
Und obwohl die weitreichende Verfügbarkeit von Impfstoffen und die Wiedereröffnung der Grenzen den Druck auf diese Unternehmen etwas gelockert haben, stellt die kürzlich wiedergefundene Erfüllung einer lange unterdrückten Reiselust eine ganz neue Herausforderung dar. Eine kürzlich von Medallia durchgeführte Umfrage unter mehr als 1.250 Beschäftigten aus dem Reise- und Gastgewerbe rund um die Welt (USA, Großbritannien, Frankreich, Spanien und Deutschland) hat ergeben, dass 67 % der Beschäftigten über eine Steigerung der Gästeaktivitäten in ihren Unternehmen seit der weitreichenden Verfügbarkeit der Impfstoffe gegen Covid-19 berichten. Diese

erneute Begeisterung für den Tourismus ist eine willkommene Entwicklung für eine Branche mit derartigem Einfluss. Beinahe die Hälfte (48%) der Beschäftigten sagen, dass ihr Unternehmen mit dem Anstieg „gerade noch gut“ zurechtkam. Diese Flut an Aktivitäten deckt die Schwachstellen für einen großen Teil des Sektors auf.

In letzter Zeit hat sich dies in Form von stornierten Reisen und Verspätungen in noch nie dagewesenem Ausmaß und extremen Personalmangel bemerkbar gemacht. Deshalb stehen die Unternehmen unter erhöhtem Druck, den Bedürfnissen und Erwartungen ihrer Kunden und Mitarbeiter gerecht zu werden. Erschwerend kommt hinzu, dass eine Reihe von sich ständig ändernden Faktoren wie neue Virusvarianten und Impfpflichten neue Probleme für Unternehmen und ihre Teams mit sich bringen. Vor diesem Hintergrund ist es vielleicht nicht verwunderlich, dass 38 % der Mitarbeiter im Gastgewerbe weltweit darüber nachdenken oder bereits fest planen, ihr Beschäftigungsverhältnis vor Ende 2021 zu verlassen. Dennoch ist dies eine erschreckende Realität für Unternehmen und die Branche insgesamt.



67% der Mitarbeiter berichten, dass in ihrem Betrieb ein Anstieg der Gästezahlen zu verzeichnen ist, seit Impfstoffe gegen Covid-19 weitreichend zur Verfügung stehen.



48% der Mitarbeiter im Gastgewerbe meinen, dass der Umgang ihres Betriebs mit dem plötzlichen Anstieg ‚nur in Ordnung‘ gewesen ist.

Employee Experience leidet unter Rückkehr zum Tourismus

Während die Beschäftigten im Gastgewerbe von so vielen für ihre Flexibilität, Zuverlässigkeit und Leichtigkeit gelobt wurden, mit denen sie durchgehend erstklassige Gästerlebnisse während der Pandemie gewährleistet haben, wird schnell vergessen, welchen Herausforderungen sie hinter den Kulissen ausgesetzt waren. Leider hat dies -- verständlicherweise -- deutliche Auswirkungen auf die Erlebnisse der Mitarbeiter gehabt. 61 % der Beschäftigten im Gastgewerbe weltweit sagen, dass ihre Aufgaben seit Beginn der Pandemie schwieriger und weniger bereichernd geworden sind.

Diese Statistik ist extrem besorgniserregend, aber wahrscheinlich wenig überraschend, wenn man die unglaublichen Herausforderungen betrachtet, denen sich die Teams seit Beginn der Krise stellen mussten. Von Massenschließungen bis hin zu Unternehmen, die ihren gesamten Betrieb neu überdenken müssen, um neue Richtlinien einzuhalten, und dem Stress, der mit der Arbeit in einer Umgebung verbunden ist, die zumindest ein gewisses Maß an persönlicher Interaktion erfordert, waren die Rollen von Reise- und

otelfachleuten seit Beginn der Pandemie in einem Umfeld mit hohen Einsätzen und hohem Stress tätig ist. Im Vereinigten Königreich haben sich die Angestellten des Gastgewerbes mit dem zusätzlichen Scheitern des Brexit und den dramatischen Auswirkungen, die er auf den Betrieb hatte, auseinandergesetzt – ein zusätzlicher Stress, der sich vielleicht in der Tatsache widerspiegelt, dass zwei Drittel der britischen Gastgewerbemitarbeiter sagen, ihre Rolle sei schwieriger und weniger lohnend seit Covid.

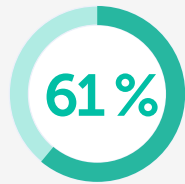
Überraschend ist jedoch, dass selbst jetzt, wo sich wieder mehr Menschen für den Tourismus begeistern und Unternehmen endlich die gewünschte Nachfrage verzeichnen, auf die sie seit Beginn der Lockdown-Maßnahmen gehofft haben, ein Viertel (24 %) der Mitarbeiter sagen, dass das Mitarbeitererlebnis sich verschlechtert hat, und dass sie sich vor allem weniger motiviert fühlen. Eine unmotivierte Belegschaft ist kein gutes Zeichen. Diese Entwicklung bereitet vor allem in einer Zeit, in der Unternehmen schon unter Druck stehen und mit weniger Ressourcen arbeiten müssen, besonders



24 %

der Mitarbeiter sagen, dass das Mitarbeitererlebnis sich verschlechtert hat, und dass sie sich vor allem weniger verpflichtet fühlen.

Sorgen (61 % der Beschäftigten im Gastgewerbe berichten, dass sie mit weniger Mitteln mehr erreichen müssen.)



der Beschäftigten im Gastgewerbe berichten, dass sie mit weniger Mitteln mehr erreichen müssen.

Selbstverständlich sollten Beschäftigte im Gastgewerbe vorrangig erstklassige Erlebnisse schaffen, damit Kunden erhalten bleiben und immer wieder zum Unternehmen zurückkehren. Durch die Pandemie wurde dies bekanntlich schwieriger denn je, da sich die Bedürfnisse und Erwartungen der Verbraucher grundlegend verändert haben. Allerdings berichten 37 % der Beschäftigten im Gastgewerbe weltweit, dass sie ein höheres Maß an Gereiztheit und Unfreundlichkeit bei den Kunden feststellen. Folglich ist der Spielraum für Fehler beim Erschaffen eines unvergesslichen Kundenerlebnisses nun noch geringer, weshalb die Erfolge der Mitarbeiter seit Beginn der Pandemie umso bemerkenswerter sind.

Hohe Stress- und Burnout-Raten sind im Gastgewerbe schon lange keine Seltenheit mehr. Die Branche erfordert ein extremes Maß an Detailgenauigkeit und die Bereitschaft, stets noch mehr für die Kunden zu leisten. Die alltäglichen Aufgaben stellen auch unter normalen Umständen oft eine Herausforderung dar. Die heutigen Umstände sind allerdings von stetig steigenden Kundenzahlen, weniger Unterstützung und gereizten Kunden geprägt und somit weit von der Normalität entfernt. Aus diesem Grund ist die Gewinnung und Bindung von Mitarbeitern heute wichtiger denn je.

WIR HABEN MEHR ALS 1.000 BESCHÄFTIGTE im Gastgewerbe BEFRAGT:

Woran erkennen Sie bei Ihren Gästen die größten Unterschiede seit Lockerung des Lockdowns?

- 50 %** Gesteigerte Hygiene- und Sicherheitsbedenken
- 37 %** Höheres Maß an Gereiztheit und Unfreundlichkeit im Umgang mit Beschäftigten und anderen Kunden
- 35 %** Gesunkenes Interesse an körperlicher Interaktion
- 24 %** Höhere Erwartungen an das allgemeine Kundenerlebnis
- 23 %** Mehr Bedarf nach Kundenservice (Anstieg des Anrufsvolumens etc)

Mitarbeiter gewinnen & binden

Wenn es am wichtigsten ist

Der Studie von Medallia zufolge sind 59 % der Mitarbeiter im internationalen Gastgewerbe der Meinung, dass ihrem Betrieb nun weniger Mitarbeiter zur Verfügung stehen als vor der Pandemie. In den USA ist diese Zahl mit 68 % besonders hoch, gefolgt von 62 % in Großbritannien, wo vor allem der Brexit sich erschwerend auswirkt, da hunderttausende EU-Bürger das Land im vergangenen Jahr verlassen mussten¹. Dadurch ist der Anteil der EU-Bürger, die im britischen Gastgewerbe tätig sind, von 50 % vor dem Brexit und der Pandemie auf mittlerweile 28 % gesunken² und es stehen etwa 188.000 weniger Beschäftigte³ für die Branche zur Verfügung. Tatsächlich sind aber auch andere Länder drastisch von diesem Arbeitskräftemangel betroffen. In Deutschland, wo 60 % der Mitarbeiter im Gastgewerbe angeben, dass aktuell weniger Beschäftigte in ihrem Betrieb tätig sind als vor der Krise, haben etwa 300.000 Menschen der Branche den Rücken gekehrt, wobei die Hauptstadt Berlin⁴ besonders hart betroffen ist.

Als wichtigste Gründe für den Mitarbeitermangel wurden ‚Hygiene- und Sicherheitsbedenken‘ genannt, gefolgt von ‚mangelnder Arbeitsplatzsicherheit‘ sowie

‚neuer Jobs der Beschäftigten seit dem Lockdown‘. Hygiene- und Sicherheitsbedenken sind in den USA deutlich stärker ausgeprägt als im Rest der Welt: 55 % der befragten Beschäftigten aus den USA gaben diese Bedenken als eine Hauptursache für den Personalmangel an, verglichen mit 38 % der Beschäftigten weltweit. Möglicherweise gibt es einen Zusammenhang zwischen den Ländern, in denen diese Sorgen am stärksten verbreitet sind, und ihren Impfquoten. So haben die USA im Vergleich zu den anderen untersuchten Ländern die niedrigste Impfquote (57 %)⁵, während Spanien mit der höchsten Impfquote (79 %)⁶ die zweitniedrigste Zahl von Befragten aufweist, die angeben, ihre Arbeit aufgrund von Hygiene- und Sicherheitsbedenken gekündigt zu haben.



Hauptursache

Deshalb haben Betriebe mit Arbeitskräftemangel zu kämpfen
Hygiene- und Sicherheitsbedenken



59 %

der weltweiten Mitarbeiter im Gastgewerbe sagen, ihren Betrieben stünden weniger Beschäftigte als vor der Pandemie zur Verfügung.

Ein weiterer Bericht von Joblist ergab unterdessen, dass ein Drittel der ehemaligen Beschäftigten im Gastgewerbe⁷, die aufgrund von Corona ihren Job verloren haben, nicht wieder an seinen bisherigen Arbeitsplatz zurückkehren möchte. Das bedeutet, dass Unternehmen im Gastgewerbe nicht nur Wege finden müssen, um ihre bestehenden Mitarbeiter zu binden, sondern auch besonders viel Einsatz bei der Anwerbung neuer Talente zeigen und den Einstellungsprozess modernisieren müssen, wobei der Fokus gesteigert auf dem Erlebnis der Bewerber liegt. Mehr als die Hälfte (52 %) der Beschäftigten im Gastgewerbe weltweit bestätigen, dass die Einstellung neuer Kräfte für ihren Betrieb zum Problem wird. Die drei Hauptursachen dafür sind ihnen zufolge die ‚unzureichende Bezahlung qualifizierter Bewerber‘, ‚fehlende Mittel für wettbewerbsfähige Bezahlung oder Prämien‘ und ‚Mangel an Flexibilität/Optionen für Remote-Work‘.



der Beschäftigten im Gastgewerbe sagen, dass das Einstellen neuer Mitarbeiter für ihren Betrieb zum Problem wird.

Es gibt zwar keine einfach Universallösung für diese Herausforderung, aber Unternehmen können sich trotzdem auf einen wichtigen Aspekt konzentrieren: die Kommunikation. So ermöglichen sie ihren Teams, mit weniger Mitteln mehr zu erreichen und Unternehmensprobleme von heute zu lösen. Beim Thema effektive Strategieentwicklung ist Technologie oft der Schlüssel – dies gilt auch für Kommunikationsstrategien. Kommunikationstechnologien wie intelligentes Messaging ermöglichen ganzen Unternehmen eine ungehinderte Kommunikation und sogar die proaktive Initiation wichtiger Zwei-Wege-Gespräche, die die Mitarbeiter dazu ermutigen, wertvolle Einblicke in ihre Arbeitserlebnisse zu geben. Zudem können die Teams so den Kunden zuhören, auf ihre Bedürfnisse eingehen und sich in Echtzeit um diese kümmern. Laut einer kürzlich durchgeführten Studie, betrachten zwei Drittel der US-amerikanischen IT-Fachkräfte, Personalleiter und Führungskräfte für das Arbeitsplatzerlebnis die Erschaffung eines positiven Mitarbeitererlebnisses (69 %) und die Förderung der Produktivität der Mitarbeiter (62 %) als wichtigste technologische Faktoren an. Fast die Hälfte (42 %) berichtet, dass sie bestehende oder neue Technologien zur Unterstützung des Mitarbeiterengagements in Betracht ziehen.



33 %

der ehemaligen Beschäftigten im Gastgewerbe, die während der Coronazeit ihren Job verloren, wollen nicht wieder an ihren Arbeitsplatz zurückkehren.

Optimierung von Mitarbeiter- und Kundenerlebnissen durch Technologie

Während das Gastgewerbe in den vergangenen Monaten mit zahlreichen Herausforderungen zu kämpfen hatte, muss man gerechterweise sagen, dass die Möglichkeiten, die Unternehmen bei der optimalen Nutzung von Technologien zugunsten der Kompetenzen ihrer Mitarbeiter zur Verfügung stehen, die den Arbeitsalltag erleichtern und natürlich für ein großartiges Kundenerlebnis sorgen, als positives Nebenprodukt der Pandemie bezeichnet werden können. Der Mehrwert, der durch diese Technologie geboten wird, betrifft tatsächlich viele verschiedene Bereiche. Kürzlich sprach beispielsweise [Ariana Huffington](#), Gründerin der Huffington Post & Thrive Global, über die Vorteile für Mitarbeiter des Gastgewerbes, deren anspruchsvolle Aufgaben sich möglicherweise auf ihre psychische Gesundheit auswirken. Sie schlug vor, dass die Arbeitgeber ihre Beschäftigten am besten unterstützen können, indem sie den Arbeitsplatz digitalisieren und den Mitarbeitern eine Kommunikationsplattform bieten, mit der sie sich mit dem Betrieb oder untereinander vernetzen können – unabhängig davon, wo sie sich befinden oder wie ihre

Aufgabe aussieht. Dieser Vorschlag ist sicherlich Dies ist immer noch wichtig, da Studien belegen, dass das Mitarbeitererlebnis stark von den Investitionen der Unternehmen in die IT beeinflusst wird. Denn eine problemlose Kommunikation innerhalb der Kommunikationskette eines Unternehmens kann sich erheblich auf Moral, Produktivität und Engagement auswirken.

Als Form von Digitalisierung, mit der Sie eine engagiertere und besser ausgestattete Belegschaft aufbauen können, eignet sich eine einfach zu implementierende, unternehmensinterne Messaging-Plattform am besten. Nachrichtenbasierte Kommunikationstools können eine direkte und wirkungsvolle Kommunikation zwischen Mitarbeitern und Arbeitgebern schaffen, sodass Beschäftigte sich ernst genommen fühlen. Zudem können Teams so in Echtzeit mit Kunden kommunizieren und sich mit deren Belangen beschäftigen – etwas, das in vielen anderen Unternehmen noch nicht möglich ist.



Die problemlose Kommunikation innerhalb der Kommunikationskette eines Unternehmens kann sich erheblich auf Moral, Produktivität und Engagement auswirken.

Über ein Viertel der Beschäftigten (27 %) sind der Meinung, dass das von ihnen gebotene Gästelerlebnis sich seit Beginn der Pandemie verschlechtert hat. Dies stellt eine besorgniserregende Statistik für eine Branche dar, die sich einem erstklassigen Kundenservice verschrieben hat und deren Alleinstellungsmerkmal die Erlebnisse sind, die sie ihren Gästen bietet. Ganz gleich in welchem Umfeld, wenn es darum geht, das Kundenerlebnis zu verbessern, muss man sich an erster Stelle um die Kommunikation bemühen. In der heutigen Zeit, in der Mittel und Personalführung von der Nachfrage überholt werden, sollte der Kommunikation -- oder insbesondere der Kommunikation in Echtzeit -- in jedem Unternehmen allerhöchste Priorität eingeräumt werden. Zum Glück ist dies ein weiterer Bereich, in dem ein Messaging-Service unentbehrlich ist.

Der aktuelle Bericht von Medallia Zingle mit dem Titel [„Rückkehr zum Tourismus: Eine Grundlage für ein neues Gästelerlebnis“](#) hat ergeben, dass 36 % der amerikanischen Touristen aussagen, bei Fragen an ein Hotel innerhalb von fünf Minuten oder eher eine Antwort zu erwarten. Dieser Wunsch übt natürlich einen gesteigerten Druck auf Hotels aus, die nach Möglichkeiten suchen müssen, um neben einer Vielzahl anderer Aufgaben schnell auf die Bedürfnisse ihrer Kunden zu reagieren. Es überrascht nicht, dass passend dazu 41 % der Berufstätigen im Gastgewerbe weltweit angeben, dass die Fähigkeit, die Interaktion mit den Gästen durch Technologien wie automatische Textnachrichten zu automatisieren, ihren Job einfacher gestalten würde.

Viele Unternehmen werden bald mit Ende der Urlaubssaison etwas Zeit haben, um Luft zu holen. Allerdings ist es äußerst wichtig, dass sie diese Unterbrechung von der anstrengenden Hochsaison nutzen, um sich umfangreich damit auseinander zu setzen, von welchen Erlebnissen ihre Mitarbeiter bei der Arbeit mit gesteigert herausfordernden Aufgaben berichten.

Das Gastgewerbe wird immer eine schwierig zu bewältigende Branche sein, doch die Betriebe können dank neuer Technologien und Kommunikationsstrategien, mit denen ihre Mitarbeiter mit weniger Mitteln mehr schaffen, und einer offenen wechselseitigen Kommunikation zur Meinungsäußerung der Beschäftigten, unnötige Belastungen einschränken und für die Motivation der Arbeitskräfte sorgen, die dazu bereit sind, den Gästen den allerschönsten Urlaub zu ermöglichen.



5 Minuten oder weniger

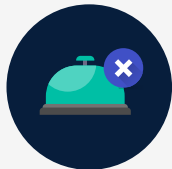
36 % der amerikanischen Touristen sagen, dass sie bei Fragen an ein Hotel innerhalb von fünf Minuten oder weniger eine Antwort erwarten.

Wichtige Erkenntnisse



67 %

der Mitarbeiter berichten, dass in ihrem Betrieb ein Anstieg der Gästezahlen zu verzeichnen ist, seit Impfstoffe gegen Covid-19 weitreichend zur Verfügung stehen.



38 %

der Mitarbeiter im Gastgewerbe weltweit denken darüber nach oder planen bereits fest, ihre Beschäftigung vor Ende 2021 zu kündigen.



24 %

der Mitarbeiter sagen, dass das Erlebnis für Mitarbeiter sich verschlechtert hat, und dass sie sich vor allem weniger verpflichtet fühlen.



61 %

der Beschäftigten im Gastgewerbe berichten, dass sie mit weniger Mitteln mehr erreichen müssen.



38 %

berichten, dass ‚Hygiene- und Sicherheitsbedenken‘ zur Hauptursache zählen, warum Betriebe unter Arbeitskräftemangel leiden.



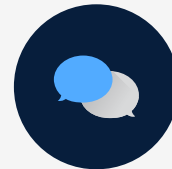
52 %

der Mitarbeiter im Gastgewerbe weltweit sagen, dass das Einstellen neuer Arbeitskräfte für ihren Betrieb zum Problem wird.



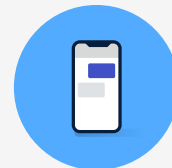
27 %

sagen, dass das von ihnen gebotene Gästelerlebnis sich seit Beginn der Pandemie verschlechtert hat.



36 %

der amerikanischen Touristen sagen, dass sie bei Fragen an ein Hotel innerhalb von fünf Minuten oder weniger eine Antwort erwarten.



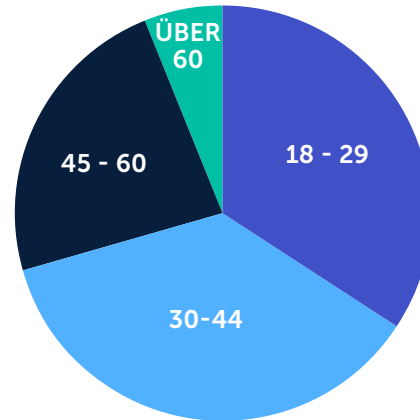
41 %

der Beschäftigten im Gastgewerbe sagen, dass die Fähigkeit, Interaktionen mit Gästen durch Technologien wie automatische Textnachrichten zu automatisieren, ihre Arbeit erleichtern würde.

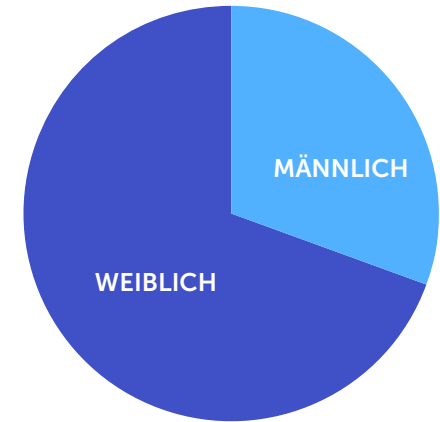
Methodik

Eine digitale Umfrage unter 1.269 Menschen zwischen dem 10. und 14. September 2021 wurde nach Alter, Region und Geschlecht aufgeschlüsselt, um die Weltbevölkerung getreu abzubilden.

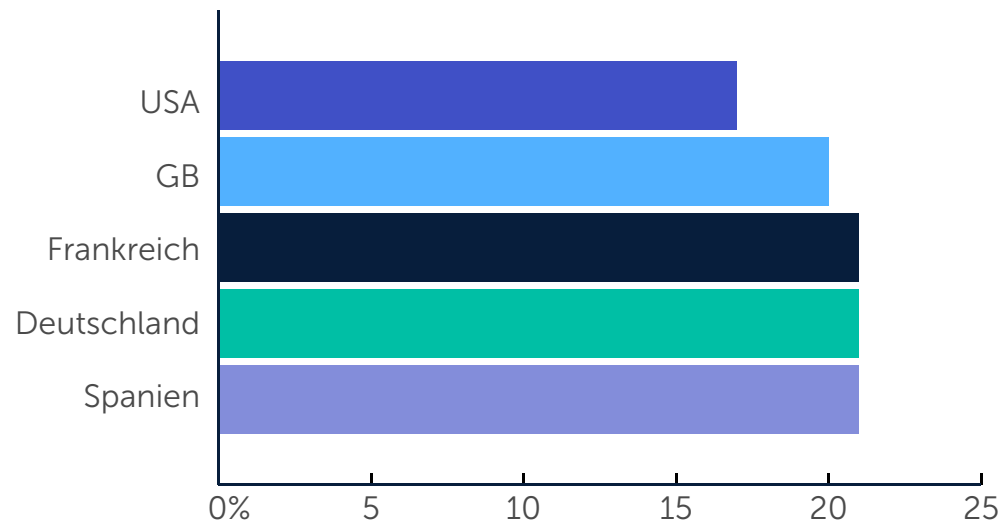
Aufschlüsselung nach Alter



Aufschlüsselung nach Geschlecht



Geografische Aufschlüsselung



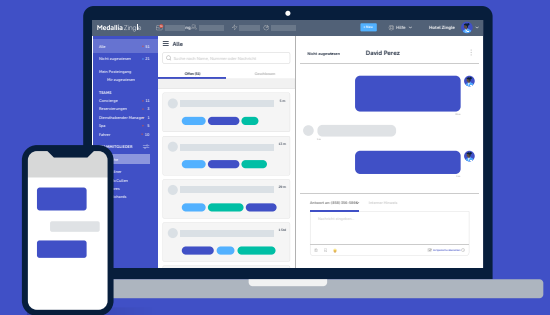
- 1 Bloomberg, GB verliert 200.000 EU-Bürger durch Brexit und Pandemie, September
- 2 The Independent, Anteil der EU-Beschäftigten in britischem Gastgewerbe sinkt drastisch – Bericht, Juli 2021
- 3 BBC, Gastgewerbe ‚schafft es nicht, tausende Stellen zu besetzen‘, Mai 2021
- 4 Financial Times ‚Wir brauchen Mitarbeiter‘: Berlins große Wiedereröffnung durch Arbeitskräftemangel gefährdet, Mai 2021
- 5 Ourworldindata.org, Coronavirus (Covid-19) Impfungen, November 2021
- 6 Ourworldindata.org, Coronavirus (Covid-19) Impfungen, November 2021
- 7 BusinessInsider, Ein Drittel der ehemaligen Beschäftigten im Gastgewerbe kehrt nicht in die Branche zurück, Juli 2021
- 8 VentureBeat, Umfrage ergibt Antrieb der IT-Investitionen durch Mitarbeitererlebnisse, September 2021

Über Medallia Zingle

Mit Medallia Zingle können Unternehmen mit ihren Kunden auf bedeutsamere und wirksamere Weise interagieren, sie unterstützen und auf sie reagieren. Die Plattform zur Interaktion mit Gästen von Zingle kombiniert künstliche Intelligenz und maschinelles Lernen mit Workflow-Automatisierung und mobilem Messaging und ermöglicht es Marken so, außergewöhnliche Kundenerlebnisse in Echtzeit zu liefern. Führende Marken in verschiedenen Branchen, darunter das Gastgewerbe, die Gastronomie, der Einzelhandel und mehr, nutzen Zingle zur Steigerung der Effizienz, zur Verbesserung der Abläufe und zur Begeisterung ihrer Kunden. Zingle gehört zu Medallia, Vorreiter und Marktführer im Erlebnismangement. Mehr Informationen erhalten Sie auf zingle.com.

Kontakt: sales@zingleme.com | Folgen Sie uns: [in](#) zingle-me [t](#) @zingleme

Medallia Zingle



Erleben Sie Zingle in Aktion

Buchen Sie gleich heute eine Probeversion
bei einem unserer Gastgewerbe-Experten!

[Probeversion buchen](#)