

BLICK in die ZUKUNFT

Der Europa-Kongress der FCSI-Division Europa, Afrika und Mittlerer Osten in Marrakesch beschäftigte sich vom 15. bis 18. Oktober mit der Frage: Welche Trends werden die globale Foodservice-Industrie nachhaltig verändern?

Antworten darauf gab Zukunftsforscher Lars Thomsen. Als ersten von sieben Trends nannte der Münchner Berater das Internet: Dieses verändere die Spielregeln gewaltig, vor allem die des Marketings und der Kommunikation, obwohl es aus wissenschaftlicher Sicht eigentlich noch in den Kinderschuhen stecke.

Zweiter Trend ist laut Thomsen die alternde Gesellschaft. Hier gelte es, eine neue Zielgruppenansprache für die sogenannten Silver Surfer zu finden - kosmopolitische und gebildete Menschen, die mit dem Klischee vom betagten Gast nichts mehr gemein haben. In puncto Mitarbeiter wiederum hob er die Verknappung dieser für die Hospitality-

Industrie wichtigen Ressource hervor. Social Networking werde daher immer wichtiger, um sich neue Zugänge zu jungen, fähigen Mitarbeitern zu erschließen.

Darüber hinaus prophezeite Thomsen, dass sich die gastgewerbliche Branche von alten Marketinginstrumenten wie Prospekten oder Anzeigen völlig verabschieden werde. **Die Zukunft liege seines Erachtens im Just-in-time-Marketing, bei dem man die gewünschten Informationen genau dann erhält, wenn man danach sucht.**

Allerdings könne diese Art der schnellen Kommunikation auch zum Boomerang werden, beispielsweise bei Gästebewertungen - sei es für ein misslungenen Restaurantbesuch oder einen angenehmen Hotelaufenthalt. Die Kunden haben hier eine neue Macht erlangt, die es aufmerksam zu beobachten gelte. Denn: Die wenigsten Veränderungen kommen mit einem großen Knall, so Thomsen. Die meisten passieren schleichend und bleiben zunächst oft unbemerkt. Aufgabe des FCSI und seiner Mitglieder sei es deshalb, diese Veränderungen wahrzunehmen und Innovationen zu realisieren. Ebenso wichtig sei es, die sogenannten »Tipping Points« zu beachten. Hierzu zähle unter anderem die Schnelligkeit bei der Entwicklung neuer Technologien, denn diese werden das Geschäft komplett verändern: Das Produkt werde künftig weniger im Fokus stehen als die Serviceleistung, die damit verbunden ist.

Innovation sei daher gefragt, erklärte Prof. Jan Scarth von der Ecole Hôtelière de Lausanne. Allerdings sei diese mehr als nur »ein neues, aufregendes Managementtool« und mache nur Sinn, wenn sie dem Gast oder potenziellen Kunden zusätzlichen Nutzen bringt. Erzielen lasse sich dieser nicht nur mit neuen Produkten, sondern auch mit neuen Serviceansätzen. Mit Stolz konnte Scarth diesbezüglich auf seine Studenten blicken, die als Sieger aus dem neuen »FCSI EAME Student Contest« hervorgingen, der dieses Jahr ins Leben gerufen worden war und nach zukunfts-trächtigen Tourismuskonzepten suchte. Stellvertretend für sein Team stellte Aristieris Vitalis das Projekt »Made in« vor. Es richtet sich an junge Leute zwischen 21 und 30 Jahren, die einen Auslandsaufenthalt mit freiwilliger Arbeitsleistung verbinden wollen. Selbstverständlich werden dabei nur Destinationen ausgewählt, die ein Mindestmaß an Hygiene und Sicherheit bieten. Den zweiten Platz belegten Studenten von der Maastricht Hotel Management School; präsentiert wurde das »Hotel Château du Sud« von Katharina Kühnle und Vincent Gerards. Ihre Vision - die optimalerweise im englischen Seebad Eastbourne

angesiedelt ist - richtet sich an körperbehinderte Gäste, denen alle Voraussetzungen für einen perfekten Urlaub geboten werden.

Der bereits etablierte »FCSI Award« für ausgezeichnete Produktentwicklungen der Zulieferindustrie ging dieses Jahr an Meiko. Prämiert wurde damit das neue »Gio-Modul« - eine in Spülmaschinen integrierbare Umkehrosmoseanlage, die hygienisch reines Glas, Besteck und Geschirr auch in kleinen Thekenbereichen ermöglicht. Darüber hinaus erfuhren die Unternehmen Electrolux und Blanco besondere Anerkennung: Electrolux für seinen »HSG Panini Grill« - eine Kombination aus Kontaktheizplatte, Infrarotheizkörper und Mikrowelle, mit der sich Panini in weniger als einer Minute zubereiten lassen; Blanco für seine neue Frontcooking-Station, die nicht nur in puncto Design überzeugt, sondern auch mit ihrem Abluftsystem. Den Berater-Award erhielt Pierre Nierhaus für sein Buch »Reich in der Gastronomie«; zum besten Planer wurde Gilles Chevalier gekürt.

Vorangegangen war den Preisverleihungen ein Amtswechsel im FCSI-Präsidium: Rosemary Osbourne übergab ihre Aufgaben als Chair FCSI EAME samt symbolischen Schlüssel an Tony Galvin, der nun die nächsten zwei Jahre die Geschicke der FCSI-Division Europa, Afrika und Mittlerer Osten (EMEA) lenkt.

TERMIN des FCSI

Die Jahrestagung des FCSI Deutschland-Österreich findet vom 12. bis 14. November 2009 in Dortmund statt

JT eingeladen sind sowohl Mitglieder und E> Förderer des Verbandes als auch interessierte Planer und Berater. Denn: Gerade in wirtschaftlich schwierigen Zeiten ist Netzwerkarbeit nicht nur ein wichtiges Instrument, sondern gleichzeitig ein Muss, um die eigene Professionalität zu steigern und diese zum Nutzen des Kunden einzusetzen. Erwartet werden Referenten, die Einblick in ihre Projekte und Konzepte gewähren. Die Wihoga, in dessen Räumen die Jahrestagung stattfindet, unterstreicht den Schwerpunkt Nachwuchsförderung. Highlight der Abendveranstaltung am 13. November ist die Verleihung des »FCSI Junior Champions 2009«. Tagungsprogramm und Anmeldung unter www.fcsi.de und www.fcsi.at 03

FCSI Deutschland-Österreich e.V.

Internationaler Verband der Berater & Planer für Hotellerie, Gastronomie, Großverpflegung, Tourismus und artverwandte Betriebe

webmaster@fcsi.de
www.fcsi.de

PRÄSIDENT

Martin Rahmann

E-Mail rahmann@bbgck.com

VIZEPRÄSIDENT

Frank Wagner

E-Mail wagner@k-drei.de

MITGLIEDER DES VORSTANDS

Heinz Eck

Hildegard Dorn-Petersen

Iris Schmid

Ralph Kölch

Heinrich Brunner

GESCHÄFTSSTELLE

Gerresheimer Landstraße 69
D-40627 Düsseldorf
Telefon 0221-15971028