

Die Erfolgsformel von Big Data

Wissenstransfer und praktischer Nutzen für Berater, Planer und deren Kunden auf der Jahrestagung des FCSI, die vom 11. – 13. November 2016 auf dem Plöner Schloss stattfand.



Es ist eine tolle Branche, in der wir tätig sind. Ob Restaurant, Catering oder Gemeinschaftsverpflegung, täglich werden Millionen Gäste bewirtet mit der Chance, sie glücklich zu machen. Im Hotel checken täglich zahlreiche Kunden mit ganz unterschiedlichen Wünschen und Bedürfnissen. Gelingt es nicht nur, ihre Erwartungen zu treffen, sondern sie wieder zu bringen und zu Stammgästen zu machen, ist dies der Schlüssel zum Erfolg.

Big Data und die entsprechenden Analyse-Tools können wesentlich zu diesem Erfolg beitragen. In jedem Fall zeichnet sich schon heute ab, dass sie die Hospitality Industry weitreichend verändern werden. Ein Umdenken muss und wird stattfinden. Das Streben nach Umsatz und Gewinn ist die eine Seite. Dem gegenüber steht der Service, den der Gast erfährt, bemerkt oder unbemerkt und die Loyalität, mit der er sich bedankt. Null-acht-fünfzehn hat auf alle Fälle ausgedient.

Einer, der sich intensiv mit dieser Entwicklung und den Auswirkungen für die Hospitality Industry beschäftigt hat, ist Dr. Michael Toedt. „Big Data Herausforderung und Chance für die Hotellerie“ lautet der Titel seines Bestsellers. Big Data hatte der FCSI zum zentralen Thema seiner Jahrestagung 2016 gewählt. „Größe allein ist kein Garant für das Überleben, veranschaulichte Dr. Toedt in seiner



Keynote mit Beispielen wie Kodak oder Grundig.

Erst 20 Jahre ist es her, dass Nokia das erste Smartphone vorstellte, und 2007 Apple das I-Phone auf den Markt brachte. Der „Rohstoff Big Dada“ hat von 2009 bis 2020 ein 50faches Wachstum erfahren. Und was weiß Ihr I-Phone über Sie? Schauen Sie einfach mal unter „Ortungsdienste“ nach! Da ist alles sorgfältig aufgelistet.

Lokalisieren sie Ihren Gast, so seine Empfehlung. Nutzt er das WLAN-Netz, wissen Sie auf 3 Meter genau, wo sich der Gast befindet, ob in der Lobby oder im Gym – eine gute Gelegenheit, ihm einen Gutschein für die Bar oder ein Last-Minute-Angebot im SPA zu informieren. Wer für den Zugang zum W-Lan die E-Mail-Adresse des Gastes abfragt, erhält unendlich viele Gastkontakte, und damit wertvolles Futter für das Marketing.

Gästefragebögen sind aus Sicht von Dr. Toedt wertlos, wenn nur auf die geäußerte Kritik eingegangen wird. Stattdessen sollten alle Touchpoints, d.h. Interessen festgehalten werden. „Je mehr ich über meinen Gast weiß, umso mehr kann ich mit ihm kommunizieren“, so der Datenexperte. Viele



beschäftigen sich zu viel mit Ihrem Produkt, aber nicht mit dem Abnehmer, d.h. dem Kunden. Dies gilt für Berater und Planer gleichermaßen wie für Gastgeber in der Hotellerie und Gastronomie.

Wetter- und Datenspezialisten zugleich sind Dr. Meeno Schrader und Nils Passau. Wetter wirkt sich auf die verschiedensten Bereiche aus, auch das Kaufverhalten. Die Bäckereikette, die sie

beraten, profitiert täglich von ihrer Vorhersage, ob es Kuchenwetter gibt oder nicht, denn bei Regen wird nachweislich mehr Kuchen verkauft. Interessant ist die Prognose von Saisoneffekten für den Getränkehersteller, denn besonders bei Saisongetränken macht sich der Wiedereinfluss stark bemerkbar. Vom Personaleinsatz bis zur Produktion, nicht nur für Biergartenbetreiber lässt sich mit der richtigen Vorhersage 3-5 vorher viel Geld sparen. Eine Analyse der Meteolitix-Experten ist durchaus komplex, denn sie bezieht sich auf rund 400 Einflussfaktoren, die von einem individuellen Gastronomen oder Bäcker nicht erfassbar und nicht handzuhaben sind. Interessant sind seine Dienstleistungen auch für touristische Regionen, so Nils Passau, denn seine Wettervorhersagen werden exakt auf einen bestimmten Standort zugeschnitten. Gerade an der Küste ist nämlich das Wetter oftmals ganz anders, als es die App auf dem Handy anzeigt. Herrlicher Sonnenschein zieht die Gäste an – sie müssen es nur vorher wissen. Ein Zusammenschluss unterschiedlicher Dienstleister kann hier einen solchen Dienst auch finanziell erschwinglich machen.

Auf eine intelligente Nutzung von Daten basiert auch das Konzept von Servicekontor 2 4. Geschäftsführer Hermann Kuper hat durch den Aufbau eines Netzwerkes von Servicepartnern für Gastronomiegeräte eine Lösung gefunden, um Ausfälle zu vermeiden bzw. schnellstmöglich zu beheben. Das System beginnt mit der Erfassung der Daten des gesamten Gerätebestandes, der Auswertung in eigener Software, einem umfangreichen Kennzahlensystem und Controlling. „Rund 60 % der Anschaffungskosten eines Gerätes – das sind Montage, Reparaturen, Entsorgung – müssen für die Instandhaltung aufgewendet werden, weiß Hermann Kuper aus 15 Jahren Branchenerfahrung. Jetzt gibt er sein Wissen kostensparend an rund 1.000 Kunden weiter – vom Großcaterer bis hin zur Caféhaus-Kette.



Spannend wie ein Krimi war der Auftritt von Georg Janko. Der Spezialist für Informations- und IT-Sicherheit zeigte anschaulich, wie Industriespionage funktioniert und wie man sich von Angriffen auf die eigenen Daten schützen kann. Die sichersten Passwörter helfen nichts, wenn man sie weitersagt



– klingt banal, ist aber oft zu erleben, vom Post-It am Bildschirm bis zur geschickt gestellten Frage am Telefon. Cyber-Angriffe passieren täglich. Ganz gleich, ob es sich um ein Planungsbüro oder ein großes Unternehmen handelt – es ist Mitarbeit aller erforderlich, sensibel zu reagieren und bei ungewöhnlichen Vorgängen sofort Alarm zu schlagen. Vorsicht vor fremden USB-Sticks, so der Rat des Experten: versteckt installierte Programme sind auf den ersten Blick nicht zu erkennen, können aber großen Schaden anrichten.

Ein großes Highlight im Tagungsprogramm war der Auftritt des Drum Cafes, der für die richtige Abwechslung zur kalten Welt von Big Data sorgte. „Der Herzschlag ist das erste, was wir im Leben hören. Kein Wunder, dass uns Rhythmus vereint“ – so lautet der Slogan des Drum Cafe. Die trommelnden Akteure sorgten für die richtige Gruppendynamik, und hinterließen ein gutes Gefühl in den Herzen und den Köpfen der FCSI'ler.



Für Begeisterung sorgte auch die sensationelle Location. Der Unternehmer Fielmann hat das Plöner Schloss aufwändig restauriert, mit wertvollen Antiquitäten ausgestattet, und in eine Bildungsstätte auf 4-Sterne-Hotelniveau verwandelt, in dem heute die Fielmann Akademie untergebracht ist. Hausherr und FCSI-Mitglied Torsten Neumaier hat das außergewöhnliche Tagungserlebnis für seine Kollegen möglich gemacht. Dass es Freude macht, eine besondere Veranstaltung zu gestalten, davon konnte das gesamte Team von Küche, Service und alle anderen „Schlossgeister“ unter der Regie von Torsten Neumaier eindrucksvoll überzeugen. In der Regel sind Branchen-Insider als kritische Gäste bekannt – in diesem Fall waren die Teilnehmer nicht nur bei der Session mit dem Drum-Café euphorisch, sondern auch mit ihrem Lob über die gebotene Leistung.

Den richtigen Schlussakzent setzte die Abendveranstaltung in der historischen Schloss-Kapelle, die während vor der Renovierung unter Schutt und alten Fahrrädern begraben war. Heute ist sie liebevoll restauriert, und lieferte den richtigen Rahmen für kulinarische Genüsse, bis hin zur Champagner-Trüffel-Torte für treue FCSI-Mitglieder und alle anderen Gäste.

Ein besonderer Dank gilt den Sponsoren, ohne deren Unterstützung eine Veranstaltung in diesem Rahmen nicht möglich gewesen wäre.

Vielen Dank für die Unterstützung

Gold-Sponsor:



Silber-Sponsor:



Bronze-Sponsor:

