

Die Herausforderungen der Vereinbarkeit von Beruf und Privatleben im Berliner Gastgewerbe liegen weniger in der Logistik, sondern eher in der Kommunikation und dem Respekt. Denn nur über wirksame Kommunikation lassen sich Interessen klären und Lösungen finden. Dies ist eine der Erkenntnisse aus dem Projekt HOGALife und Grundlage der HOGALife-Trainingskonzepte.

BEST PRACTICE „PRÄMIEN IM WETTBEWERB – EFFEKTIVES IDEENMANAGEMENT“

Geld motiviert, genauso wie Wettbewerb. Mövenpick nutzt beide Anreize und kann Team-Challenges und Einzel-Challenges in jeder Abteilung ausloben. Erbringen Mitarbeitende einen Verkaufserfolg oder sind sie an einer Kostenreduktion beteiligt, können sie eine Provision erhalten. Tatsächlich ist es jedoch weniger die Provision, die motiviert, als vielmehr die Erkenntnis bei den Mitarbeitenden, dass die eigene Arbeit wichtig ist und mitverantwortlich für den Erfolg des Unternehmens. Im Mövenpick Berlin können in jeder Abteilung Wettbewerbe ausgerufen werden.

IDEEN FÜR PRÄMIEN IM WETTBEWERB

Empfang und Rezeption

Klassisch für den Empfang ist Upselling. Jeder Gast wird gefragt, ob die Zimmerkategorie, die gebucht wurde, aufgestockt werden soll. Für die Mitarbeitenden ist jedes „Ja“ ein Erfolgserlebnis, die mit einer Prämie verbunden sein kann. Wenn das Team gemeinsam durch Zusatzverkäufe einen bestimmten Wert erreicht hat, erhöht sich der Prozentsatz der Prämie pro Upselling. Die Wirkung: Die Zusammenarbeit und Motivation im Team steigt immens durch das gemeinsame Ziel.

Küche

In der Küche kann die Reduktion des Wareneinsatzes prämiert werden. Die Aufgaben trägt der Küchenchef ins Team. Könnte man beispielsweise das Gericht anders zubereiten oder Überschuss vermeiden, um Kosten zu sparen? Wer aus dem Team die beste Idee hat, kann von der Abteilungsleitung eine Prämie erhalten.

Restaurant

Im Restaurant könnte eine Aufgabe sein, den Umsatz pro Gast zu erhöhen. Die Abteilungsleitung beauftragt die Servicekräfte, sich zu überlegen, was sie wie anpreisen können. Ein Glas Wein steigert den Umsatz beispielsweise mehr als ein Glas Wasser. Hier kann die Prämie bekommen, wer von den Service-Teams den höchsten Umsatz erreicht.

Housekeeping

Reduktion des Wareneinsatzes funktioniert auch im Housekeeping. In dieser Abteilung ist es auch sehr förderlich, Auffälligkeiten, die gemeldet werden, zu prämiieren. Beispielsweise werden Beschädigungen auf den Zimmern nun zeitnah und öfter gemeldet als zuvor.

WETTBEWERB EINFÜHREN



Klare Handlungsschritte vorgeben, wie der Gewinn erreicht werden kann.



Alle Abteilungen gleichermaßen einbeziehen.



Einzelne und Teams einbeziehen.

Das Projekt HOGALife wird im Rahmen des Programms „Fachkräfte sichern: weiter bilden und Gleichstellung fördern“ durch das Bundesministerium für Arbeit und Soziales und den Europäischen Sozialfonds gefördert.