

INTERVIEW

„Corona hat die Digitalisierung beschleunigt“

Jochen Oehler ist Vorstand bei der Dehag Hospitality Group und Geschäftsführer der Einkaufsgesellschaft progros. ahgz-Autor Armin Leberzammer spricht mit ihm über Trends, jüngste Entwicklungen durch die Digitalisierung und die Herausforderungen der Corona-Pandemie.

Foto: Dehag/progros

Viele Gastronomen und Hoteliers schwören ja noch immer auf Bestelllisten aus Papier, die sie dann per Fax an den Lieferanten senden. Teils aus Überzeugung, teils aus Scheu vor papierlosen Lösungen. Mit welchen Argumenten überzeugen Sie potenzielle Kunden von den Vorzügen der Digitalisierung? Ich könnte da zum einen mit rationalen Gründen kommen und auf eine Studie der Hochschule Heilbronn verweisen. Dort wurde ganz klar nachgewiesen, dass die digitale Technologie die Wertschöpfung deutlich erhöht und Geschäftsabläufe um bis zu vier Mal schneller macht. Und schließlich hat sich das Prozedere über Jahre bewährt. Es ist sicher, schnell und ausgereift.

Und außer den rationalen Argumenten? Wer wirklich an seiner Faxliste hängt, dem kann ich sagen, dass die Orderliste digital genauso gut und sogar noch besser dargestellt ist. Bilder illustrieren die verschiedenen Artikel. Angebote oder der Lieferstatus werden jeweils in Echtzeit aktualisiert. Letztlich macht die Digitalisierung die allermeisten Geschäftsprozesse spürbar schlanker. Als Gastgeber kann ich diese gewonnenen Freiräume nutzen, um mich meinem eigentlichen Geschäft zu widmen: den Gästen und deren Wohlgefühl.

Sie sagen, digitale Lösungen arbeiten mittlerweile ohne sogenannte „bugs“, also wenn sich das Programm wie früher „aufhängte“. Nicht wenige schrecken aufgrund dieser Erfahrungen vor der smarten Technologie zurück und bleiben daher lieber offline beim geduldrigen Blatt Papier. Ist das nicht vielleicht doch sicherer? Das bezweifle ich. Da die Listen ja in aller Regel handschriftlich ausgefüllt werden, kann es immer leicht zu Fehlern wegen unleserlicher Angaben kommen. Genauso leicht kann auf der Lieferantenseite die Übertragung der Bestellung in dessen System fehlerhaft sein, weil ja dort die gefaxte Orderliste wiederum per Hand übertragen werden muss.

Als gelernter Einzelhandelskaufmann und studierter Betriebswirtschaftler sind Sie ja Zahlenaffin – welche Daten lassen sich aus einem

Einkaufssystem herausziehen, die über die monatliche Steuerbuchhaltung für einen Betrieb interessant sein könnten? Zum einen kann ich immer sofort sehen, wie viele Bestellungen denn gerade draußen sind und wann die Zahlungen jeweils fällig sind. Entsprechend kann ich meinen Liquiditätsbedarf auf das Zahlungsziel hinplanen. Zum anderen gewähren digitale Lösungen Revisionssicherheit, das heißt der gesamte Prozess von der Bestellung über Lieferung und Bezahlung kann jederzeit rückverfolgt werden.

Welche Produkte und Dienstleistungen bietet progros für das Gastgewerbe? Mit unseren Sparten United, Digital, Unlimited und Project sind wir eigentlich vier Firmen in einer. Jeder Bereich hat einen eigenen Schwerpunkt. United ist unser Einkaufspool, in dem wir für unsere rund 800 Kunden geprüfte Lieferanten zu sehr

Gibt es Kunden, die mehrere dieser Sparten nutzen? Ja, tatsächlich verknüpfen immer mehr diese Möglichkeiten, die ja zum Teil aufeinander aufbauen. Das ist dann einfacher und komfortabler. Das einzige, wo wir nicht unterstützen, ist Marketing und Reservierung.

Lassen Sie uns noch über das leidige Thema Corona sprechen. Wie hat sich die Pandemie und ihre Folgen auf das Einkaufsmanagement ausgewirkt? Corona hat wirklich alles noch einmal beschleunigt und die Digitalisierung auch im Gastgewerbe vorangetrieben. Viele Entscheider haben gemerkt, dass sie schneller und zielgerichteter an ihre Daten heran müssen. Und die Vorteile im Rechnungs- und Kreditorenmanagement habe ich ja beschrieben. Gleichzeitig hat die Pandemie neue Beschaffungsbereiche zu Tage gebracht. Auf einmal waren Spuckschutzscheiben, Absperrbänder, Masken und Luftfilter gefragt. Produkte, die wir vorher nicht brauchten.

Notgedrungen war für viele Betriebe das Auber-Haus-Geschäft über lange Zeit die einzige Einnahmequelle. Einweg-Verpackungen waren also ebenfalls stark gefragt, oder? Ja, das stimmt und das hat natürlich die Müllmenge erhöht. Das ist umso bedauerlicher, weil gerade die Hotellerie ja in den zurückliegenden Jahren viel unternommen hat, um Kleinstverpackungen zu vermeiden. Jetzt war auf einmal wieder Einweg gefragt – wobei viele Wert darauf legten zumindest bestmöglichen Müll zu erzeugen.

Was meinen Sie damit? Am Thema Nachhaltigkeit wird weiter kein Weg mehr vorbei führen – und das fängt natürlich beim Einkauf an. Bei Einwegverpackungen achten viele Kunden daher auf gute Wiederverwertbarkeit oder ökologische Entsorgung. Die Gäste erwarten, dass sich ein Hotel bewusst mit Nachhaltigkeit auseinandersetzt.

Und wie lief das Coronajahr 2020 für progros? In den Sparten Digital und Project, die ja eher auf mittel- und langfristige Investitionen abzielen, hatten wir durchaus ein starkes Wachstum. Bei United gab es lange Zeit Stillstand. Wer brauchte schon in den Monaten des Lockdowns Waren wie Food oder Beverage? Aber sowohl hier als auch bei unserem Beratungsgeschäft Unlimited zieht die Nachfrage jetzt wieder spürbar an.

Die Gäste erwarten, dass sich ein Hotel mit Nachhaltigkeit auseinandersetzt.

guten Konditionen bündeln. Digital ist unser Back-of-the-house-Angebot für Bestellung, Warenwirtschaft und Rechnungsmanagement. Unlimited vergleiche ich gern mit einem Personal Trainer, der für ein Unternehmen beispielsweise eine ganz individuelle Einkaufsstrategie entwickelt. Und Project schließlich begleitet Hoteliers bei Neubauten oder Renovierungen, um lieferantenneutral das jeweils bestmögliche Inventar zu finden.

Anzeige

www.Schnelltest-für-Mitarbeiter.de