

So is(s) es ...!

Unsere Firma (die Lobster Union) bestreitet heuer zum zweiten Mal den Märchensommer in Poysbrunn (Echt sehenswertes Kindertheater für Familien mit Zwergen zwischen 05-12 Jahren). Eine Cash & Carry Angelegenheit um die (ich weiß es gibt Kollegen die nur solche Sachen machen) man sich nicht unbedingt streitet, ist doch der Absatz hinsichtlich Quantität der Besucher, Wetterlage, Personalmangels etc. sehr spekulativ und nicht selten unprofitabel, um nicht zu sagen defizitär! Bei der Vorplanung, man will ja Dinge aus dem Vorjahr verbessern – das große Geschrei. Alle meine Mitarbeiter sagen mir wir müssen Teurer werden – woanders kostet es auch mehr!

Doch wie ist das mit der Preisgestaltung? Rechnet man noch mit Wareneinsatz, Aufwand und der gewünschten Food oder Beverage Kost, so wie es einst die Lehrer gepredigt haben, oder schauen Kollegen nach rechts und links und machen Ihre Preise so wie die des Nachbarn – weil das heute nun mal so viel kosten muss, weil es überall so viel kostet! Und Basta!

Ich wehre mich.

Mit zwei kleinen Kindern (der Bub 5 Jahre, meine Tochter 7 Jahre) hasse ich (als Insider) nichts mehr als bei einer Exkursion mit meinen Sprösslingen in Tier oder Vergnügungsparks gastronomisch ausgebeutet zu werden. Hier kann die „TEUERUNG“ voll ausgeschöpft werden. Die Gäste können nicht aus – Gefangen im Zwinger für den Sie Eintritt bezahlt haben, müssen Sie essen und trinken was auf den Tisch kommt und zu den Konditionen die veranschlagt werden.

Was mich zu folgender Frage bringt: Würde der Gast beim empfinden fairer Preise, nicht gewillter sein Geld dort zu lassen und in Summe zufriedener mehr Konsumieren?

Mark Chad Lewis
President F&B Manager Club AUSTRIA
www.f-b-manager.com



Foto: F&B Manager Club AUSTRIA

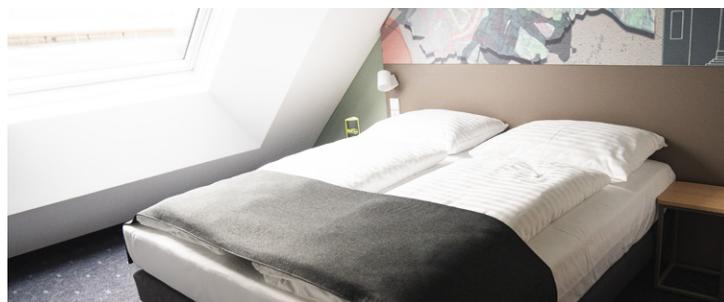


Foto: Philipp Quant

Nachhaltig in St. Marx

Gut, günstig und zentral gelegen: Die B&B Hotels haben ihren zehnten Standort in Österreich eröffnet und ergänzen St. Marx in Wien mit einer weiteren preiswerten Unterkunft. Die Value-for-Money-Hotelkette mit mehr als 770 Hotels in 17 Ländern ist somit weiterhin auf Expansionskurs. Nachhaltigkeit steht hierbei groß im Kurs. So verfügt die Tiefgarage über E-Ladesäulen und das Hotel über ein zertifiziertes Hygienekonzept. Weiters verbraucht ein Zimmer pro Tag nur 1 kg CO₂ und liegt somit deutlich unter dem Durchschnitt. Durch Verzicht auf eine tägliche Reinigung konnten im Jahr 2023 bereits 60.000 Reinigungen eingespart werden, die Zimmer kommen ohne Einwegplastik aus und einer Kooperation mit To Good to Go wird Lebensmittelverschwendung so gut wie vermieden.

www.hotel-bb.com

50 Jahre Hotelhistorie

Vor einem halben Jahrhundert wurde die Economy-Hotelmarke ibis ins Leben gerufen, ihre Gründung beruhend auf drei zentralen Versprechen: Erreichbarkeit, Innovation und

Qualität. Ibis etablierte sich als Vorreiter in Europa, indem hochwertige Unterkünfte mit Komfort für jeden zugänglich gemacht wurden. Heute erstreckt sich das ibis-Netzwerk auf über 2.500 Standorte in 79 Ländern, darunter auch Österreich. Als Bestandteil der Accor-Gruppe rückt ibis das Thema Nachhaltigkeit immer stärker in den Mittelpunkt. Im Rahmen der Nachhaltigkeitsstrategie der Hotelgruppe wird eine beschleunigte und erweiterte globale Transformation angestrebt. Hierbei liegt der Fokus auf nachhaltigen Praktiken im Hotelbetrieb, in der Lebensmittelkette sowie auf der Förderung lokaler Ökosysteme.

www.ibis.com



Foto: Accor