



„Der Tourismusregion Ostwestfalen fehlt das Wasser und ein Leuchtturmprojekt“

Burkhard Schmidt-Schönefeldt,
Geschäftsführender Gesellschafter
ruf Jugendreisen

zern seine Hotel- und Gastroaktivitäten, zu denen das Parkhotel in Gütersloh, das Catering-Unternehmen „Gastico“ und der Anbieter von Gemeinschaftsverpflegung, „Cultina“, zählen. 430 Mitarbeiter beschäftigt die Sparte des Bertelsmann-Konzerns. Tuchel hat, nach seiner Ausbildung zum Restaurantfachmann und dem Besuch der Hotelfachschule in Luzern, in der Schweiz, in Großbritannien und in Südafrika gearbeitet. Seit 2000 ist er im Parkhotel in Gütersloh tätig.

Dass es der Gastro-Branche gut gehe, liege auch daran, dass sich Einstellungen und Werte verändert hätten. „Es hat sich eingebürgert, dass die Leute ausgehen. Früher war es anlassbezogen, heute geht es um Genuss und Qualität“, beschreibt der 55-Jährige den Wandel.

Hinzu komme, dass sich oft ein Fachdialog zwischen Gästen und Servicepersonal entwickle, beispielsweise über Gin- oder Weinsorten. „Die Gäste nehmen etwas mit, lernen hinzu, der Service steht nicht über ihnen, wie es früher vielleicht noch der Oberkellner meinte, zu tun.“ Viele junge Leute kennen sich mit Essen und Trinken gut aus, Gastro-Konzepte, die sich auf solche Gäste einließen, würden „laufen“. „Spezialisierung, Regionalisierung, hohe Qualität und Perfektion sind die Trends in der Gastronomie“, sagt Tuchel. „Der Gast bleibt skeptisch, wenn er auf ‚Wir machen alles‘ trifft. Vielmehr besucht er für gute Pasta ein anderes Restaurant als für eine perfekte Dorade oder ein Dry-Aged-Steak.“ Die Differenzierung finde nicht mehr auf der Speisekarte sondern gleich bei der Auswahl des Restaurants statt. „Der Gast geht heute öfter essen, er sucht nicht mehr die Verpflegung, die satt macht.“ Solche Anbieter seien „langsam sterbende Modelle. Heute geht es um Ernährung.“ Sowohl bei Hotels als auch in der Gastronomie gelte: „Gute Konzepte bringen Gäste mit.“

ARBEITSZEITREGELUNG REFORMIEREN

Verbesserungspotenzial gibt es aus seiner Sicht ebenfalls, Handlungsbedarf sieht er beim Bundesgesetzgeber. „Die Arbeitszeitgesetze killen die Gastronomie. Es gibt Mitarbeiter, die wollen zwölf Stunden am Stück arbeiten und haben dafür dann lieber länger frei. Der Markt sortiert sich, da die Mitarbeiter sich die Arbeitgeber aussuchen können. Traditionelle, hierarchische Führungsformen stellen dabei einen Nachteil bei der Mitarbeitergewinnung dar. Es geht nicht um 16-Stunden-Arbeitstage sondern um die Flexibilisierung der Wochenarbeitszeit“, sagt Tuchel. Auf die Frage, was die Branche tun könne, antwortet der Geschäftsführer: „Fachkräftemangel kann aus zwei Gründen entstehen: Es gibt mehr Betriebe oder es gibt weniger Mitarbeiter. Die Wahrheit liegt in der Mitte.“

In fünf Jahren wird sich, so Tuchel, die Gastro-, Hotel- und Tourismuslandschaft in Ostwestfalen noch weiter positiv entwickelt haben. „Wir werden an Attraktivität gewinnen, weil wir eine familienfreundliche Region sind

und damit auch für Fachkräfte, die in die Region kommen, sehr interessant sind. Und die Anbieter werden den Gedanken eines sehr gut funktionierenden Binnenmarktes sehr ernst nehmen.“

WASSER FEHLT

Burkhard Schmidt-Schönefeldt, Geschäftsführender Gesellschafter von ruf Jugendreisen aus Bielefeld, muss nicht lange überlegen, wenn man ihn fragt, was der Tourismusregion Ostwestfalen fehlt: „Ganz klar das Wasser. Es ist das Element schlechthin.“ Natürlich sei er sich bewusst, dass man kein Meer herbeizaubern könne: „Aber Beispiele für künstliche Seen gibt es genug. Auch wenn speziell in Bielefeld dazu schon etliche Versuche gescheitert sind, sollte man weiter nach Möglichkeiten Ausschau halten“, so sein Credo. Auch wünscht er sich mehr Angebote für jüngere Leute unter 30 Jahren. Und als ausgewiesener Urlaubsexperte, dessen Unternehmen seit 1981 Reisen speziell für Jugendliche von elf bis 23 Jahren anbietet (ausführliches Unternehmerporträt von ruf Jugendreisen siehe Seite 76) kennt er die Bedürfnisse der jüngeren Generation nur zu gut: „Vielen touristischen Attraktionen in der Region hängt der Stempel ‚spießig‘ oder ‚nur was für Ältere‘ an. Das kann nicht im Sinne der Verantwortlichen sein.“ Ihm gehe es um ein mutiges Weiterdenken: „Im Bereich Wandern, Gesundheitstourismus und Wellness ist die Region bereits auf gutem Weg und bietet viele gute, kleinere Projekte. Dennoch fehlt mir persönlich ein großes Leuchtturmprojekt, das auch überregional ausstrahlt“, regt Schmidt-Schönefeldt an. Der 55-Jährige ist neben seiner Funktion im Beirat der Fachmesse der internationalen Tourismus-Wirtschaft ITB auch Mitglied im Tourismusausschuss der IHK Ostwestfalen. An guten Ideen mangle es sicher nicht und auch sei ihm bewusst, dass vieles eine Frage der finanziellen Machbarkeit sei: „Es ist eine große Aufgabe, die Region, die hauptsächlich mit dem Teutoburger Wald als Pfund wuchern kann, unter einen Hut zu bringen. Ich denke, dass sich die Region häufig unter Wert verkauft. Mehr Selbstbewusstsein wäre sicherlich förderlich.“ So sei es zum Beispiel ein Vorteil, dass Ostwestfalen nicht am „Overtourism“-Symptom leide: „Hier herrscht eine entspannte und familiäre Atmosphäre, zudem ist die Region infrastrukturell gut angebunden und auch für den kleineren Geldbeutel erschwinglich“, lobt Schmidt-Schönefeldt, der selbst gern das gastronomische Angebot der Bielefelder Altstadt nutzt und für den Aktionen wie das Weinfest einen festen Termin in seinem Kalender darstellen. Wolle man allgemeinen Trends folgen, müsste seiner Einschätzung nach der Bereich Wandern für alle Altersgruppen sowie Camping – gern auch in exklusiverer Form – weiter ausgebaut werden; hier sei durchaus Wachstumspotenzial vorhanden, so seine Beobachtung.