

Social Media und Barrierefreiheit

Regionale Experten präsentieren Konzepte für Hoteliers und das Gastgewerbe

Arzbach – Soziale Netzwerke, Speisekarten, Barrierefreiheit: Über Methoden und Ideen zur Optimierung des Gastgewerbes referierten jüngst im Saal des Kramerwirts regionale Experten vor Gastronomen und Hoteliers aus dem Oberland.

Ernährungswissenschaftlerin Andrea Brenner („FOODatWORK“) richtete nahm die Speisekarte genauer unter die Lupe. Sie stellte die Frage, ob das Angebot die Philosophie des Hauses widerspiegeln. An Beispielen von Kinderspeisekarten mit Namen wie „Schneewittchen“ oder „Alf“ machte sie deutlich, dass ein Namen noch keine kindgerechte Ausrichtung impliziert. „Hinter

den Namen verbergen sich immer die gleichen Gerichte, wie zum Beispiel Schnitzel oder Pommes“, sagte die Expertin. Diese haben laut Brenner zwei-felshöhe ihre Berechtigung, werden die Gäste aber nicht nachhaltig zum Kommen anlocken. „Eine kindgerechte Ausrichtung lässt sich an kreativen Speiseideen und speziellem Service erkennen“, so ihre Forderung. „Wer langfristig sein Kunden binden möchte, sollte ein stimmiges Speisenangebot präsentieren, das ‚merkwürdig‘ ist.“

Wie ein barrierefreies Hotelzimmer mit einfachen Hilfsmitteln aussehen kann zeigte Rüdiger

Klemens von der Kooperation Barrierefreie Gestaltung von Lebensräumen (BGVL). Schnell wurde klar, dass von barrierefreien Räumen nicht nur Menschen mit Behinderungen profitieren, sondern auch Familien mit kleinen Kindern.

Natürlich bedürfen Maßnahmen zu einem barrierefreien Raum Investitionen. Johannes Bötsch (Bötsch & Loest) präsentierte den Zuhörern verschiedene Möglichkeiten. „Wenn die betriebliche Situation ehrlich analysiert wird und die verschiedenen Handlungsoptionen in Betracht gezogen werden, kann die Finanzierungsbedingung optimiert werden“, so sein Fazit. Die

Mühen seien nicht zu unterschätzen; Leidenschaft und Mut sollten seiner Meinung nach für einen Unternehmer selbstverständlich sein.

Beate Mader (VISION³) stellte die These auf: „Sie können nicht nicht mitmachen.“ Die einzige Chance sich gegen negative Bewertungen in dem immer größeren „Bewertungsplattformen-Unwald“ zu wehren seien sehr gute Leistung und ein positives Image im sozialen Netz zu haben. Mader nannte hier das Schlagwort „online Reputationsmanagement“. An Beispielen der Plattform Facebook gab sie Impulse wie wie Hoteliers und Gastgeber aus Gästen Freunde machen können.