

## **HGK meistert mit starkem Krisenmanagement das Corona-Jahr**

**Konsequente Einsparungen und eine solide Mitgliederstruktur waren wichtige Pfeiler, um das herausforderndste Jahr in der HGK-Geschichte zu stemmen – Ausbau und Weiterentwicklung von Förderleistungen auch während der Pandemie.**

**Hannover, 16.06.2021. In 2020 war alles anders. Das unterstreicht die HGK bereits mit dem Titel ihres Geschäftsberichtes, den Deutschlands marktführende Einkaufs- und Dienstleistungskooperation für die Hospitality jetzt für ihre Mitglieder veröffentlichte. Dieser wurde erstmals nicht im gewohnten HGK-Blau, sondern mit weißem Hintergrund gestaltet – sinnbildlich für unbelegte Tische und Betten. So entwickelten sich Geschäftszahlen der HGK zum ersten Mal rückläufig. Der zentralregulierte Umsatz sank coronabedingt von 465 Mio. Euro auf 275 Mio. Euro. Vor allem dank ihrer guten Mitgliederstruktur und einem strikten Kostenmanagement verzeichnete die HGK aber mit 1,1 Mio. Euro ein in der Pandemie gutes Jahresergebnis und eine solide Basis für das zweite Corona-Jahr. „Die zurückliegende Zeit war eine nie dagewesene Herausforderung in unserer fast 40-jährigen Unternehmensgeschichte, die aber umso mehr gezeigt hat, dass die HGK und ihre Mitglieder auch solche Phasen mit gelungenem Krisenmanagement bewältigen und überstehen können“, so der Vorstandsvorsitzende der HGK **Dr. Urban Uttenweiler.****

Der monatelange Shutdown in der Branche machte auch bei der HGK Kurzarbeit und ein striktes Ausgabenmanagement erforderlich. Trotz Pandemie konnten sogar neue Betriebe gewonnen werden, so dass nach wie vor mehr als 3.000 Mitglieder zur HGK gehören. Viele nutzten die Zeit, um mit Unterstützung der HGK in ihren Häusern wichtige Zukunftsthemen wie Digitalisierung, Nachhaltigkeit sowie Umbau und Modernisierung voranzubringen.

So ließ sich das Auftragsvolumen bei den Interieurleistungen um fast 10 Prozent im Vergleich zum Vorjahr steigern. Auch die Marktführerschaft als größte Kreditorenmanagement-Installation der Branche konnte mit aktuell über 830 Betrieben weiter ausgebaut werden.

Um ein wichtiges Zeichen zu setzen und auf allen Ebenen für ihre Mitglieder da zu sein, veranstaltete HGK unmittelbar nach dem Restart im Juni 2020 unter Einhaltung strikter Sicherheits- und Hygienekonzepte erfolgreiche Events wie den ersten HGK-Future Day, verschiedene HGK-RegioEvents und nicht zuletzt - Anfang November - auch die Generalversammlung im vergangenen Jahr. „Die Generalversammlung 2021 findet digital statt, aber unser 40-jähriges HGK-Jubiläum werden wir wieder im großen Rahmen mit der Generalversammlung 2022 in Potsdam veranstalten“, so Dr. Urban Uttenweiler.

In den letzten Monaten trieb die HGK außerdem die Weiterentwicklung einer zukunftsweisenden Nachhaltigkeitsstrategie voran. Diese zieht sich durch sämtliche Leistungsfelder und entstand in Zusammenarbeit mit Liefer- und Dienstleistungspartnern. Auch HGK selbst hat sich nachhaltiges Handeln noch stärker auf die Fahnen geschrieben, u. a. durch die Reduzierung von Druckerzeugnissen und die noch konsequentere Umstellung auf rein digitale Belege in nahezu allen Bereichen. „Gerade für inhabergeführte Betriebe gilt es mehr denn je, Kosten zu sparen und interne Prozesse zu überprüfen, um mit der Marken- und Kettenhotellerie mithalten zu können“, betont Dr. Uttenweiler. Mehr als 900 Hotelprojekte befänden sich derzeit in der Pipeline, davon größtenteils neue Häuser, und der Wettbewerbsdruck steige. „Um diesem die Stirn zu bieten, ist es nach der Krise noch wichtiger geworden, unnötige Zeit- und Kostenfresser zu eliminieren. Dann wird es auch wieder möglich, den größten Joker der Privathotellerie auszuspielen: die persönliche Präsenz beim Gast, womöglich mit selbstausgebildeten hochmotivierten Mitarbeitern. Dabei hilft auch besonders unser in 2020 aufgelegtes digitales HGK-ChefsCockpit. Es unterstützt Hoteliers und Gastronomen dabei, ihr Geschäft einfach und professionell auf dem richtigen Kurs zu steuern und an „Flughöhe“ zu gewinnen, indem es zentral und auf einen Blick alle wichtigen Unternehmenskennzahlen liefert.“

Entlastung von administrativen Aufgaben bieten auch das digitale Flaggschiff HGK-BackOffice und das Bestellsystem HGK-Order.

Seit dem letzten Jahr unterstützt die HGK außerdem mit neuen E-Learnings Betriebe bei der Personalentwicklung. „Infolge des Lockdowns hat die Branche heute noch stärker mit dem Fachkräftemangel zu kämpfen. Unsere interaktiven Module helfen dabei, auch Mitarbeitern ohne entsprechende Ausbildung oder Berufserfahrung orts- und zeitunabhängig die nötigen Kenntnisse und Fertigkeiten zu vermitteln und personelle Engpässe in bestimmten Arbeitsbereichen besser auszugleichen“, erzählt Dr. Urban Uttenweiler.

Neben der Optimierung interner Prozesse und personeller Kapazitäten sieht der Vorstandsvorsitzende in der Kommunikation mit dem Gast einen wesentlichen Hebel für die Branche. Diese müsse eine neue Qualität erhalten: „Seit dem letzten Jahr sind Gäste noch digitaler und onlineaffiner als schon zuvor. Diesen Lifestyle gilt es, auch in der Hotellerie und Gastronomie widerzuspiegeln. Allem voran mit einer attraktiven, mobil optimierten Website.“ Mit dem neuen Angebot „HGK-Website“, das 2020 gelauncht wurde, übernimmt HGK die komplette Erstellung einer professionellen Website und auf Wunsch sogar die laufende Pflege des Onlineauftritts. Wichtiges Potenzial für einen zukunftsfähigen Betrieb liege außerdem im Interieur. Durch ein modernes Ambiente mit hohem Schlafkomfort könne ein Haus sich deutliche Marktvorteile verschaffen. HGK hat hier ihr Projektgeschäft neu aufgestellt. Seit Mitte 2020 gibt es ein „All-in-One-Paket“ für Neu-, Um- und Erweiterungsbauprojekte im Baukastensystem, so dass auf Wunsch das gesamte Projekt von der Konzeption und Planung über die Umsetzung bis zur Zeit- und Kostenkontrolle aus der Hand des Generalunternehmens erfolgen kann.

Die HGK ist die in Deutschland führende Einkaufs- und Dienstleistungskooperation für die Hospitality-Branche. Zu ihren Mitgliedern und Kunden zählen feine privat gemanagte Hotels, expandierende, innovative Hotelmarken, ausgezeichnete Ferienhotels: von der Küste bis zu den Alpen, trendige Restaurantbetriebe, schnelle Freizeit- und Verkehrsgastronomie, namhafte Caterer und fortschrittliche karitative und soziale Einrichtungen. Über 3.000 Mitgliedsbetriebe profitieren von attraktiven Einkaufskonditionen und umfassenden Serviceleistungen.

**Herausgeber:**

HGK  
Hotel- und Gastronomie-Kauf eG  
Bundeszentrale  
Yorckstraße 3, 30161 Hannover  
Ansprechpartner: Joachim Schütt  
Telefon: 0511 37422-166  
E-Mail: j.schuett@h-g-k.de

Veröffentlichung honorarfrei