

Digitalisierung

Digitalisierung findet auf ganz unterschiedlichen betrieblichen Ebenen statt - in der internen und externen Kommunikation, im Prozessmanagement, in der Verwaltung ... und auch im Lernen. Einige Aspekte speziell aus dem Gastgewerbe haben wir hier zusammengestellt.

- [Wie wird mein Unternehmen im Netz sichtbar? Eine Anleitung](#)
- [Lernen mit VR-Brillen](#)
- [Der digitale Betrieb - Herausforderung für die Weiterbildung im Gastgewerbe](#)
- [Aufmerksamkeitsökonomie im Online-Marketing](#)
- [Künstliche Intelligenz für das Gastgewerbe? Eine praktische Annäherung an ein großes Thema](#)

Wie wird mein Unternehmen im Netz sichtbarer? Eine Anleitung

Video-Aufzeichnung einer "Digitalen Kaffeepause", die HOGA:Co gemeinsam mit dem Zukunftszentrum Berlin ausgerichtet hatte. Sie beschäftigte sich mit dem Thema „Wie wird mein Unternehmen im Netz sichtbarer? – am Beispiel von Kartenfunktionen wie Google Maps“, ein Thema das vor allem für kleinere Unternehmen in der Gastronomie eine große Bedeutung haben sollte.

Nicht selten drängeln sich die einschlägig bekannten Lieferdienste bei den Suchmaschinenergebnissen vor und werden prominent vor dem eigenen Webauftritt gelistet. Umso wichtiger, dass man – auch ohne eigenen Webseitenauftritt – alles gibt, um im Internet auf sich aufmerksam zu machen. Eine sehr gute und unkomplizierte Möglichkeit bieten da z.B. Online-Kartendienste.

Ja, es gibt mehrere.

Aber wenn man darüber nachdenkt, welchen Dienst wohl die Leute benutzen, um für sich ein gastronomisches Angebot in der Nähe zu finden, ist klar wo man auf jeden Fall anfangen muss für die eigene Sichtbarkeit zu sorgen: Google Maps.

Das ist auch gar nicht so schwer, dies einzurichten, da man bei der Einrichtung von Google ziemlich gut an die Hand genommen wird. Klar, man braucht ein Google-Konto. Aber das ist eigentlich keine Hürde, zumal auch gratis.

HOGA:Co konnte für dieses Thema den Content Marketing Manager Stephan Vierkant als Referenten gewinnen, der das ganze Prozedere aus unbefangener Perspektive mit geteiltem Bildschirm einmal durchgespielt hat.

Hier kommt die Aufzeichnung dazu. Es kann nicht schaden, unten rechts im Video-Fenster auf Vollbild zu schalten.

Video © HOGA:Co

Das Zukunftszentrum Berlin hat mit der "Digitalen Kaffeepause" ein interessantes Format ins Leben gerufen. Die kurzen, offenen Online-Treffen widmen sich aktuellen Themen der Digitalisierung in Unternehmen.

Lernen mit VR-Brillen

Video-Vortrag zur Digitalisierung des Lernens von Charlotte Steinbock, **Studio2B**, anlässlich unseres ersten [Fach- & Experimentiertages](#), der aufgrund der Pandemie online stattfand. Die Referentin gibt darin anschauliche Einblicke in die Weiterbildung mittels Virtual Reality bzw. virtuelle Realität: Mit VR-Brillen tauchen Lernende in einigermaßen realistische Szenarien des Berufslebens ein. Sie folgen im 360°-Film z. B. der Restaurantfachkraft durch den Betrieb, lernen Räume, Arbeitsbereiche und Aufgaben kennen und sehen sich in alle Richtungen um. Oder sie stehen an der Rezeption und interagieren mit Gästen, lösen Handlungen und Reaktionen aus und erhalten Feedback von der Fachkraft.

Zeitlich und räumlich ungebunden, unbeobachtet und ohne Angst vor realer Kritik. Erprobt sind diese Formate mit Brancheninteressierten ohne formale Qualifikation oder Vorerfahrung, im Bild stellen sich zugleich reale Betriebe vor.

Video © HOGA:Co

Der digitale Betrieb - Herausforderung für die Weiterbildung im Gastgewerbe

Video-Vortrag zum Stand der Digitalisierung in der Branche. Prof. Dr. Sandra Rochnowski, Professorin im Studiengang Tourismus, Qualitäts- und Nachhaltigkeitsmanagement an der Hochschule für Wirtschaft und Recht Berlin, war zu Gast bei unserem ersten [Fach- & Experimentiertag](#), der aufgrund der Pandemie online stattfand. Die Referentin gibt neben einem Überblick auch aktuelle Beispiele, zieht sehr anschauliche Verweise zur Weiterbildung und betont das Potenzial dieser Technologien in Bezug auf Nachhaltigkeit.

Video © HOGA:Co

Aufmerksamkeitsökonomie im Online-Marketing

Audio-Aufzeichnung eines Interviews mit Stephan Vierkant, Referent für Digitalisierung im
"Opfher"



Wir wollten von Stephan - zu einer Zeit im

Projektverlauf, zu der sich die Folgen der Lockdowns erst so richtig zeigten - wissen, wie sich auch kleinste Betriebe - nicht nur in der Krise - Aufmerksamkeit im Netz verschaffen können.

Aufmerksamkeit war zu jener Zeit ein rettender Halm an den sich viele ohne große Erfahrung auf dem Online-Marketing-Gebiet klammerten, um Umsätze über andere Wege zu generieren. Da ließ sich eine gesteigerte Nachfrage von Weiterbildungsangeboten auf diesem Gebiet ableiten, den wir auch unseren Bedarfsanalysen entnehmen konnten.

Leider kam es aber auch immer wieder dazu, dass sich bei Suchmaschinenergebnissen, die Webseiten von Lieferdiensten quasi "vordrängelten" und somit eigene Versuche Aufmerksamkeit zu erlangen, nicht selten scheiterten. Eines von vielen Beispielen, die nach wie vor ein Problem darstellen.

Hier nun also das Interview.

Audio © HOGA:Co

Künstliche Intelligenz für das Gastgewerbe? Eine praktische Annäherung an ein großes Thema

schmuck zeigt il type unknown

Unsere [Fachexkursion](#) zum AI (Artificial Intelligence) Campus war ein besonderes Highlight zum Thema Digitalisierung im Gastgewerbe.

Der beeindruckende AI Campus beherbergt neben Dutzenden von Startups, die zum Thema Künstliche Intelligenz forschen und spannende Ideen entwickeln, auch das Mittelstand-Digital Zentrum Berlin. Dieses hatte die Koordinierungsstelle HOGA:Co zusammen mit interessierten Restaurants und Cateringunternehmen am 29.08.2022 eingeladen, mögliche KI-Ansätze für das Berliner Gastgewerbe kennenzulernen und konkret zu erleben.

Frau Schmuck vom Digitalzentrum Berlin demonstrierte verschiedene KI-Lösungen, die in den anschließenden Gesprächen von den Teilnehmenden auf ihre Einsatzmöglichkeiten im Gastgewerbe diskutiert wurden:

- Der Maskencheck: ein visuelles Tool (entwickelt in Corona-Zeiten), um bei Veranstaltungen schnell zu überblicken, ob alle Anwesenden der Maskenpflicht nachkommen.
- KI-Restyle: Diese KI-Anwendung kann beispielsweise im Veranstaltungsbereich als wirkungsvoller Eye-Catcher oder von Unternehmen jeder Größe und Branche für das Marketing genutzt werden. Betrachtende können sich und andere z.B. im Stil alter Gemälde eines bekannten Künstlers zeichnen lassen. Die Aufnahme wird auf einem Bildschirm in real-time dargestellt.
- KI-Empfehlungssystem: Auf der Basis gesammelter Daten zum Verhalten einer Person (hier am Beispiel von Spotify-Nutzer*innen) und eines Algorithmus werden Empfehlungen generiert. Einsetzbar z.B. um passende Angebote für regelmäßige Gäste zu entwickeln.
- Virtuelle Raumplanung: 3D-Modell, um z.B. mit Kund*innen gemeinsam den Raum, die Bestuhlung, die Ausstattung für ein Bankett, o.ä. zu planen und per VR-Brille zu durchschreiten.
- Gestensteuerung: am Beispiel eines Bahnmitarbeiters, der an verschiedenen Geräten Checklisten durchgeht und abarbeitet und dazu nur wenige Gesten benötigt. Interessant

z.B. für die Lebensmittelbranche oder Restaurant-/Kantinenküchen, da diese Checklisten auch mit schmutzigen Händen oder in Handschuhen erledigt werden können

Der Höhepunkt des Besuches war der automatische Kochautomat in der Kantine des AI Campus, bei dem wir 11 Essen bestellten, die dann nacheinander für uns bereitgestellt wurden.

Das Modell AITME kann mittlerweile 80 verschiedene Gerichte herstellen und produziert 60 Gerichte in einer Stunde. Möglich sind alle Gerichte, die im Topf zubereitet werden können. Und spülen tut AITME auch! Eine lebhafte Diskussion entstand über das pro und contra dieses auch nicht ganz günstigen Automaten.

alex diskussion

<https://digitalzentrum.berlin/erlebnisraum>