

Innovationsforschung im Bereich Gästeservice / Hotellerie in Spitälern (Hospitality & Service Management)

Mit welchen Entwicklungen ist in den Bereichen Gästeservice / Hotellerie in Schweizer Spitälern in den nächsten 15 Jahren realistischweise zu rechnen? Für welche Innovationen besteht Potenzial?

Ausgangslage

In einem zukunftsorientierten Kontext, der darauf abzielt, die Entwicklungen des Marktes für die Bereiche Gästeservice / Hotellerie (Hospitality & Service Management) in Spitälern in den nächsten 15 Jahren zu antizipieren, betrachtet diese Studie die relevantesten zukünftigen technischen Innovationen. Der geografische Schwerpunkt liegt im deutschsprachigen Bereich der Schweiz sowie in Deutschland.

Vorgehensweise

In einem ersten Schritt erfolgte eine deskriptive Sekundärforschungs-Phase (Literaturstudium, Internet- und Datenbankrecherchen), um relevante Innovationen zu identifizieren und zu beschreiben (Saunders et al., 2019).

In einer zweiten Phase wurden Interviews mit Expert:innen für Hospitality & Service Management in nicht-medizinischen Bereichen Schweizer Spitäler geführt (Primärforschung). Es handelte sich um Spezialist:innen für die Hotellerie in Spitälern, Forschende im Bereich Facility Management in HealthCare sowie Expert:innen für Facility Management-Planung in Spitälern. Aufgrund ihrer individuellen Fachgebiete beantworteten die Interviewpartner:innen die Fragen entsprechend ihres Kompetenzbereichs. Da es sich um eine explorative qualitative Studie handelt, findet das Konzept der Stichprobengrösse zur statistischen Generalisierbarkeit keine Anwendung (Bryman et al., 2022). Vielmehr wurden die Expert:innen einer gezielten Teilnehmendenauswahl folgend bestimmt, die Suche nach weiteren Expert:innen wurde beendet, nachdem sich Sättigung in den erhaltenen Antworten eingestellt hatte (Saunders, 2012). Es wurden Interviews mit sieben Expert:innen geführt.

Die Interviewpartner wurden gebeten, Innovationen, welche in der ersten Phase identifiziert und sich als vielversprechend herausgestellt hatten, anhand der folgenden Kriterien zu bewerten:

- **Reifegrad:** beschreibt den Grad der Entwicklung oder des Fortschritts einer Innovation. Ein höherer Reifegrad ist mit einer höheren Fähigkeit oder Leistung verbunden.
- **Marktpotenzial:** Das Marktpotenzial einer Innovation ist ein Mass für die Wahrscheinlichkeit und den Grad, in dem eine Innovation von einem bestimmten Markt angenommen wird.
- **Interdisziplinarität:** Der Einsatz der Innovation ist über den eigentlichen Bereich (Reinigung, Verpflegungsprozess, etc.) hinaus möglich und sinnvoll.
- **Nachhaltigkeit:** Der Einsatz der Innovation hat einen positiven Effekt auf die Nachhaltigkeit, betrachtet mit Fokus auf die Sphären der ökologischen sowie der sozialen Nachhaltigkeit.
- **Effizienzeffekte:** Der Einsatz der Innovation hat einen positiven Effekt auf die Wirtschaftlichkeit des Unternehmens.

Anschließend wurden die Interviewten gebeten, ungestützt weitere Innovationen, die sie für relevant hielten, nach sechs Bereichen untergliedert zu nennen. Die Bereiche waren wie folgt vorgegeben: Wäsche, Reinigung, Logistik, Verpflegungsprozess, Gästeservice, Gebäudetechnik und Entsorgung.

Ergebnisse

Von primärem Interesse sind für dieses Whitepaper die Bewertungen zu Marktpotenzial, Effizienzeffekten sowie zum Reifegrad. Von den in der Studie diskutierten Innovationen seien hier die zentralen Erkenntnisse genannt:

Im Verpflegungsprozess wird die vollautomatisierte Spülküche mit hohem Marktpotenzial, hohen Effizienzeffekten sowie hohem Reifegrad eingeschätzt. Zu beachten ist, dass diese Technologie nur bei sehr hohem Leistungs-Volumen das Effizienzpotenzial realisieren kann.

Den 3D-Lebensmitteldruckern wird ein hohes Marktpotenzial bescheinigt, jedoch bei geringen Effizienzeffekten sowie einem geringen Reifegrad. Die Expert:innen sehen das Einsatzfeld vor allem in attraktiverer, individuellerer Verpflegung für Patient:innen mit Dysphagie.

Autonomen Kochrobotern, wie sie in einigen Restaurants schon im Einsatz sind, werden hohe Effizienzeffekte zugesprochen, jedoch bei geringem Marktpotenzial und Reifegrad. Im Patientenverpflegungsprozess wird für diese Technologie keine Zukunft gesehen, allenfalls für eine attraktivere Mitarbeitendenverpflegung zu Rand- und Nachtzeiten.

Im Bereich der Gebäudereinigung stossen autonome Boden-Reinigungsroboter vielerorts auf grosses Interesse. Das Marktpotenzial wird lediglich mittelgross eingeschätzt, ebenso der Reifegrad der Technologie. Die zu erwartenden Effizienzeffekte werden von den Expert:innen jedoch als hoch betrachtet. Ähnlich werden autonome Roboter zur Reinigung von Glasflächen und Solarpanels eingeschätzt. Bei diesen wird das Marktpotenzial gar etwas höher verortet als bei den Boden-Reinigungsrobotern.

Erkenntnisse und Ausblick

Der Einsatz innovativer Technologien im Bereich Gästeservice / Hotellerie scheint in Schweizer Spitälern langsamer vorstanzzugehen als in anderen Bereichen. Während Technologien, die in anderen Branchen schon länger im Einsatz sind im Spitalkontext noch als Innovation taxiert werden, entwickelt sich die Servicerobotik gerade in Gesundheitsorganisationen rasant.

Erwähnenswert ist weiter, dass der Einsatz neuer Technologien ganzheitlich im Kontext des entsprechenden Prozesses und vorhandener Systeme zu betrachten ist. Ebenso sollten Mitarbeitende frühzeitig in die sich abzeichnenden Veränderungen einbezogen werden. So zeigt sich in vielen Fällen, dass beim Einsatz von Servicerobotern die Mensch-Maschine Schnittstelle, also der Bedarf an Schulung und der Einbezug der Mitarbeitenden bei der Entwicklung, unterschätzt wurden.

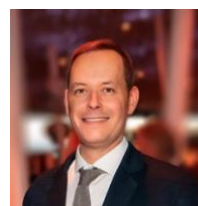
Innovationsforschung und -Beratung mit der Kompetenzgruppe Hospitality & Service Management

Die Kompetenzgruppe Hospitality und Service Management bearbeitet Themen zum stakeholderzentrierten Management von Leistungen, wie sie zum Beispiel in Gesundheitsorganisationen, Gastronomie- und Hotelbetrieben angeboten werden. Gemeinsam mit unseren Forschungspartner:innen untersuchen wir Fragestellungen und entwickeln systematische Lösungsansätze. Mit unseren Wirtschaftspartner:innen analysieren wir Probleme, entwickeln praxistaugliche Ansätze und begleiten deren Umsetzung.

Weitere Informationen finden Sie unter <https://www.zhaw.ch/de/lsfm/institute-zentren/ifm/ueber-uns/hospitality-service-management/>

Kontakt

Prof. Dr. Thorsten Merkle
Leiter Kompetenzgruppe Hospitality & Service Management
IFM Institut für Facility Management
ZHAW Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften
+41 (0)58 934 57 45 thorsten.merkle@zhaw.ch



Quellen

Bryman, A., Bell, E., & Harley, B. (2022). *Business Research Methods* (6. Aufl.). OUP Oxford.

Saunders, M. (2012). Choosing research participants. *Qualitative organizational research: Core methods and current challenges*, 35–52.

Saunders, M., Lewis, P., & Thornhill, A. (2019). *Research methods for business students* (8th ed). Prentice Hall.

Autor:innen

Thorsten Merkle, Karin Diez, Nicole Gerber & Elsa Jeanfavre