

Universität Pardubice
Philosophische Fakultät

Bachelorarbeit

2022

Lucie Hánová

Universität Pardubice
Philosophische Fakultät

Motivation der Arbeiter in der Gastronomie nach der Coronavirus-Pandemie
Bachelorarbeit

2022

Lucie Hánová

Univerzita Pardubice
Fakulta filozofická
Akademický rok: 2020/2021

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(projektu, uměleckého díla, uměleckého výkonu)

Jméno a příjmení: **Lucie Hánová**
Osobní číslo: **H19148**
Studijní program: **B0231P090003 Německý jazyk pro odbornou praxi**
Téma práce: **Motivation der Arbeiter in der Gastronomie nach der Coronavirus-Pandemie**
Zadávající katedra: **Katedra cizích jazyků**

Zásady pro vypracování

Autorka práce objasní pojmy motivace, motiv, stimulace a stimul. Dále se bude zabývat motivačními faktory, pracovní náplní a odměňováním zaměstnanců. Cílem práce je popsat mechanismy motivace zaměstnanců v oboru gastronomie během pandemie a shrnout, jaké dopady koronakrizy na tuto oblast měla.

Rozsah pracovní zprávy:
Rozsah grafických prací:
Forma zpracování bakalářské práce: **tištěná/elektronická**
Jazyk zpracování: **Němčina**

Seznam doporučené literatury:

FREY Bruno S., OSTERLOH Margit. *Managing Motivation: Wie Sie die neue Motivationsforschung für Ihr Unternehmen nutzen können*. Wiesbaden: Gabler, 2002. ISBN 3-409-21631-6
MISKELL, Jane R. *Pracovní motivace*. Praha: Grada, 1996. ISBN 80-7169-317-0
NIERMEYER, Rainer. *Jak motivovat sebe a své spolupracovníky*. Praha: Grada, 2005. ISBN 80-247-1223-7

Vedoucí bakalářské práce: **PhDr. Helena Jaklová, Ph.D.**
Katedra cizích jazyků

Datum zadání bakalářské práce: **1. dubna 2021**
Termín odevzdání bakalářské práce: **31. března 2022**

doc. Mgr. Jiří Kubeš, Ph.D.
děkan

PhDr. Bianca Benišková, Ph.D.
vedoucí katedry

V Pardubicích dne 15. listopadu 2021

Prohlašuji:

Práci s názvem Motivation der Arbeiter in der Gastronomie nach der Coronavirus-Pandemie jsem vypracovala samostatně. Veškeré literární prameny a informace, které jsem v práci využila, jsou uvedeny v seznamu použité literatury.

Byla jsem seznámena s tím, že se na moji práci vztahují práva a povinnosti vyplývající ze zákona č. 121/2000 Sb., o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon), ve znění pozdějších předpisů, zejména se skutečností, že Univerzita Pardubice má právo na uzavření licenční smlouvy o užití této práce jako školního díla podle § 60 odst. 1 autorského zákona, a s tím, že pokud dojde k užití této práce mnou nebo bude poskytnuta licence o užití jinému subjektu, je Univerzita Pardubice oprávněna ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které na vytvoření díla vynaložila, a to podle okolností až do jejich skutečné výše.

Beru na vědomí, že v souladu s § 47b zákona č. 111/1998 Sb., o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších předpisů, a směrnici Univerzity Pardubice č. 7/2019 Pravidla pro odevzdávání, zveřejňování a formální úpravu závěrečných prací, ve znění pozdějších dodatků, bude práce zveřejněna prostřednictvím Digitální knihovny Univerzity Pardubice.

V Pardubicích dne 31. 3. 2022

Lucie Hánová v.r.

Danksagung:

An dieser Stelle möchte ich mich bei PhDr. Helena Jaklová, Ph.D. für ihre Betreuung und Mithilfe und bei Mgr. Lenka Sapíková für die Korrektur bedanken. Weiters möchte ich mich bei denjenigen bedanken, die mir auf den Fragebogen geantwortet haben und bei allen, die mich während der Anfertigung dieser Arbeit unterstützt haben.

TITEL

Die Motivation der Arbeiter in der Gastronomie nach der Corona-Pandemie

ANNOTATION

Diese Arbeit befasst sich mit Grundbegriffen der Motivation. Es werden die Motivationstechniken der Arbeitgeber und Motivationsfaktoren der Arbeitnehmer umfasst. Im nächsten Teil sind die ausgewählten gastronomischen Betriebe vorgestellt, in denen die Motivation der Arbeitnehmer und die Auswirkungen der Corona-Pandemie auf den Lauf des gesamten Unternehmens untersucht sind. Abschließend wird der Fragebogen ausgewertet, der an die Beschäftigten der einzelnen Unternehmen verteilt wurde.

SCHLÜSSELWÖRTER

Motivation, Arbeitnehmer, Gastronomie, Coronavirus, Pandemie

NÁZEV

Motivace pracovníků v gastronomii po pandemii koronaviru

ANOTACE

V této práci jsou vysvětleny základní termíny motivace. Jsou zde zahrnuty motivační techniky zaměstnavatelů a motivační faktory zaměstnanců. V další části jsou představeny vybrané gastronomické podniky, ve kterých je zkoumána motivace zaměstnanců k práci a dopad pandemie koronaviru na chod celého podniku. Nakonec je vyhodnocen dotazník, který byl rozdán mezi zaměstnance zmíněných podniků.

KLÍČOVÁ SLOVA

Motivace, zaměstnanec, gastronomie, coronavirus, pandemie

TITLE

Motivation of gastronomy workers after the coronavirus pandemic

ABSTRACT

This work explains the basic terms of motivation. Employers' motivational techniques and employee motivational factors are included. The next section presents selected gastronomic companies, which examines the motivation of employees to work and the impact of the

coronavirus pandemic on the operation of the entire company. Finally, the questionnaire, which was distributed among the employees of the mentioned companies, is evaluated.

KEYWORDS

Motivation, employee, gastronomy, coronavirus, pandemic

Inhaltsverzeichnis

Einleitung.....	22
Motivation im Allgemeinen und Motivationstechniken.....	24
1. Erklärung der Begriffe.....	25
1.1. Motivation.....	25
1.2. Motiv.....	26
1.3. Stimulation.....	27
1.4. Stimulus.....	27
1.5. Bedürfnis.....	27
2. Motivationstechniken.....	29
2.1. Effektive Managementmethoden.....	29
2.2. Motivation und Leistung.....	32
2.2.1. Yerkes-Dodson-Gesetz.....	32
2.2.2. Wie kann man eine hohe Leistung erreichen?.....	33
2.3. Motivation und Gehalt.....	35
Motivation der Arbeiter und Zustand während der Coronavirus-Pandemie.....	37
3. Vorstellung der ausgewählten Betriebe.....	38
3.1. Costa Coffee.....	38
3.2. U Flekú Restaurant.....	39
3.3. CrossCafe.....	39
4. Motivationsfaktoren in den einzelnen Betrieben.....	40
4.1. Motivationsfaktoren in Costa Coffee.....	40
4.2. Motivationsfaktoren in der Brauerei U Flekú.....	40
4.3. Motivationsfaktoren in CrossCafe.....	41
5. Zustand der einzelnen Betriebe während der Corona-Krise.....	42
5.1. Zustand während der Corona-Krise in Costa Coffee.....	42
5.2. Zustand während der Corona-Krise in der Brauerei U Flekú.....	43

5.3.	Zustand während der Corona-Krise in CrossCafe	44
6.	Aktuelle Situation in einzelnen Betrieben	46
6.1.	Aktuelle Situation in Costa Coffee	46
6.2.	Aktuelle Situation U Flekû.....	47
6.3.	Aktuelle Situation in CrossCafe.....	48
7.	Coronavirus-Pandemie.....	49
7.1.	Coronavirus-Pandemie in einzelnen Wellen.....	49
7.2.	Zusammenfassung der Corona-Krise in der Gastronomie.....	52
7.3.	Staatliche Hilfe.....	53
7.3.1.	Einzelne Vergütungsprogramme	53
7.4.	Zusammenfassung der Auswirkungen der Pandemie an die Gastronomie.....	55
8.	Ergebnisse der Fragebogenerhebung	56
	Fazit.....	65
	Resumé.....	66
9.	Literaturverzeichnis	67
10.	Abbildungsverzeichnis	67
11.	Diagramm- und Tabellenverzeichnis	67
12.	Internetverzeichnis	68
13.	Anlagen	72

Einleitung

Das Thema dieser Bachelorarbeit ist *Motivation der Arbeiter in der Gastronomie nach der Coronavirus-Pandemie*. Die Arbeit befasst sich also mit zwei Hauptthemen. Das erste Thema ist die Motivation der Arbeiter nicht nur in der Gastronomie, sondern auch im Allgemeinen. Das zweite Hauptthema beinhaltet die andauernde Coronavirus-Pandemie und ihre Auswirkungen auf die Gastronomie. Wie allgemein bekannt, wurde gerade der Lauf in der Gastronomie stark betroffen. Der Betrieb in jedem Unternehmen hat sich im Vergleich mit dem Lauf vor der Pandemie oft viel verändert.

Danach ist diese Bachelorarbeit in zwei Hauptteile geteilt. Zunächst ist in dem ersten Teil die generelle Terminologie aufgeklärt, die noch viel mit der Psychologie zusammenhängt und verbunden ist. Die wichtigsten Begriffe werden dargestellt und definiert. Es ist also festgestellt, wie man beim Arbeiten oder bei einem Suchen nach Arbeit handelt und welche Antriebe findet man als die wichtigsten.

Als nächstes wird sich diese Bachelorarbeit mit den Motivationstechniken und -faktoren beschäftigen. Es wird also von der Stelle des Unternehmens, bzw. des Arbeitgebers eingesehen und erforscht. Es werden einzelne Methoden und Fortgänge vorgestellt, die einem Manager helfen könnten, um die potenziellen Arbeiter zu locken, richtig zu motivieren und bestimmt zu halten. Wie überall bekannt, beeinflusst die Motivation stark die Arbeitsleistung, bzw. die Produktivität. Um ein erfolgreiches Unternehmen zu gedeihen, ist es notwendig, alle Beschäftigten zu unterstützen, anzuregen und allgemein zufrieden zu halten. Es wird sich noch mit der Frage beschäftigen, wie die Motivation mit der Leistung zusammenhängt oder wie man sie erreichen könnte.

Im zweiten Teil wird sich diese Arbeit mit mehreren Aufgaben befassen. Zuerst werden die einzelnen Unternehmen aufgezeigt, die für die Studie gewählt wurden. Jedes Unternehmen hat seine eigenen Motivationstechniken, um die Angestellten zu motivieren und zu halten. Besonders interessant ist diese Tatsache während der gegenwärtigen Covid-Krise, deshalb sind die Zustände und Auswirkungen in einzelnen Betrieben festgestellt und miteinander verglichen.

Aufgrund der überdauernden Verbreitung des Corona-Virus ist die Gastronomie deutlich betroffen. Inwieweit beeinflusst die weltweite Pandemie diese Branche und wie hat die Regierung den Unternehmern geholfen? Wie die aktuelle Situation aussieht, und ob noch etwas gerettet werden muss, wird in diesem Teil erklärt.

Viele Restaurants, Bars und Cafés wurden für Monate geschlossen und dies hatte schlechte Auswirkungen sowohl auf Arbeiter als auch auf Selbstständige. Die sogenannten Lockdowns haben der Wirtschaft jedes Landes geschadet. Mehrmals wurden die Unternehmen mit strengen Maßnahmen geöffnet und immer wieder geschlossen.

Zum Schluss werden die Daten aus dem Fragebogen dargestellt. Die Umfrage wurde in drei gewählten gastronomischen Betrieben durchgeführt und die Ergebnisse wurden bewertet und verglichen. Es wird ermittelt, wie die Covid-Krise die einzelnen Unternehmen beeinflusst hat. Was hat man verloren und umgekehrt gewonnen, wird hier erforscht.

Motivation im Allgemeinen und Motivationstechniken

Dieser theoretische Teil der Bachelorarbeit ist in zwei einzelnen Kapiteln gegliedert. Nach dem Titel befasst sich die Arbeit mit der Motivation des Menschen zur Arbeit im Allgemeinen. Der Grundbegriff Motivation beinhaltet eine breite Skala von anderen psychologischen Unterbegriffen, wie beispielsweise Motiv, Stimulus und Stimulation oder Bedürfnis. Weil es sich um einen inneren Prozess des Menschen handelt, beschäftigt sich das erste Kapitel mit der Bedeutung der bereits erwähnten Fachausdrücke und begründet jene Nutzung.

Das zweite Kapitel behandelt über die Wichtigkeit der Motivationstechniken, die stark die Motivation jedes Arbeiters und seine Leistung beeinflussen. Dazu sind einige effektive Managementmethoden genannt, um die Angestellten eines Unternehmens richtig zu motivieren. Die Motivation der Beschäftigten ist eng mit der Leistung verbunden, deshalb ist ebenso das Verhältnis zwischen diesen Begriffen dargestellt. Inwieweit spielt Geld wichtige Rolle, wird genauso in diesem Kapitel der Arbeit beschrieben.

Unter dem Begriff Motivation kann man sich also viel vorstellen. Deshalb wird diese Arbeit nicht nur aus der Seite der Arbeitnehmer durchgenommen, sondern auch aus der Seite der Arbeitgeber.

1. Erklärung der Begriffe

1.1. Motivation

Der Begriff Motivation stammt aus dem lateinischen Wort *movere* und bedeutet bewegen. Es handelt sich um einen Prozess, in dem mit Hilfe der eigenen Antriebe bzw. Motive eine Ursache erstellt wird, die zur bestimmten Handlung führt. Man fühlt konkretes Bedürfnis und hat Ziel, die Ergebnisse zu erreichen. Dazu helfen zwei Kräfte – und zwar innere und äußere. Die inneren Kräfte (Behalten, Denken) aktivieren menschliche Tätigkeit, wecken Aktivität und erhalten sie aufrecht. Das Ergebnis ist dann ein motiviertes Handeln.¹

Ein bedeutungsvolles Merkmal der Motivation ist die Tatsache, dass sie gleichzeitig in drei Dimensionen stattfindet. Die wichtigste ist die sogenannte Richtungsdimension, bei der die Aktivität eines Individuums immer in eine bestimmte Richtung orientiert ist. Die zweite Dimension ist die Intensitätsdimension, die bestimmt, wie stark ein Mensch von der Stärke (Intensität) der Motivation abhängig ist und wie viel Mühe er auf sich nimmt, um sein Ziel zu erreichen. Die dritte und letzte Dimension ist die Dimension der Stabilität und Beharrlichkeit. Sie zeigt, inwieweit man in der Lage ist, Hindernisse zu überwinden, die beim Versuch auftreten können, sein Ziel zu erreichen.²

Nach Nakonečný (1996) ist Motivation ein innerer Prozess, dessen Ursprung sowohl der innere als auch der äußere Zustand des Individuums ist. Zu den inneren Motivationszuständen gehört zum Beispiel Hunger. Die inneren Zustände können dann durch äußere Faktoren beeinflusst werden, die einen Menschen zwar stimulieren, aber ihn vielleicht nicht genug zu einer bestimmten Tätigkeit motivieren. Es wird also zwischen den Motiven und externen motivierenden Anlässen unterschieden. Diese Anreize werden erst damals wichtig, wenn bereits eine dauerhafte Motivation vorhanden ist.³

Die Motivation ergibt sich also unter der Voraussetzung, dass man unter der körperlichen oder sozialen Befindlichkeit leidet und versucht, dieses Problem zu beseitigen, bzw. den Bedarf zu befriedigen. Die Befriedigung der Bedürfnisse gewährleistet dann das Verhalten des Einzelnen. Ein Motiv kann dann den Inhalt der Befriedigung fassen.⁴

Es gibt eine Reihe von anderen Begriffen, die mit der Motivation in Verbindung stehen. Zu den Hauptbegriffen gehören auch die gerade erwähnten Bedürfnisse und Motiv. In beiden

¹ PROVAZNÍK, KOMÁRKOVÁ, 1996, S. 32

² PROVAZNÍK, KOMÁRKOVÁ, 1996, S. 33

³ NAKONEČNÝ, 1996, S. 17

⁴ NAKONEČNÝ, 1996, S. 27

Fällen handelt es sich um innere seelische Zustände des Menschen, die sich einander ergänzen. Sie sind oft als Synonyme betrachtet oder sogar verwechselt, es ist aber wichtig, sie zu unterscheiden.⁵

1.2. Motiv

Der oben erwähnte Handlungsantrieb ist gerade das Motiv. Es handelt sich um die Ursache für ein bestimmtes menschliches Verhalten, die ihm klare Bedeutung gibt. Das Motiv weckt im Menschen eine Aktivität bzw. einen Wunsch, ein bestimmtes Ziel zu erreichen und damit ein Bedürfnis zu erfüllen. Das Motiv ist aktiv, bis man Befriedigung erlangt, und gibt einem Menschen die Richtung von Aktivität, Kraft und Ausdauer. Es ist wichtig zu erwähnen, dass es mehr als ein Motiv im Kopf jeder Person gleichzeitig gibt. Sie sind sich aber nicht immer einig. Sie könnten eine andere Richtung, eine andere Kraft oder eine andere Stabilität aufweisen. Wie könnte man also wissen, welchen Weg man gehen sollte?

Im Großen und Ganzen lässt sich sagen, dass die Motive, die zusammenfallen, bzw. die die gleiche oder ähnliche Richtung haben, sich gegenseitig Kraft geben und damit die menschliche Aktivität steigt. Motive, die sich in irgendeiner Weise abstoßen, könnten die Macht des anderen verringern, was der Aktivität schaden würde.⁶

Nach Nakonečný (1996) ist das Motiv ein psychologischer Impuls zum Verhalten. Es gibt jedoch eine Reihe von Motiven, die sich voneinander inhaltlich abheben und ebenso mehrere Möglichkeiten, wie die Motive zu unterscheiden. Eine typische Gliederung ist die Sichtweise der Behavioristen, die die primären und sekundären Impulse klassifizieren. Die primären Impulse sind diejenigen, die durch angeborene körperliche Mechanismen aktiviert werden. Sekundäre Motive lernt man jedoch im Laufe des Lebens. Dazu erkennt man Formen von Motiven, beispielsweise der angeborene Antrieb des Menschen und seinen Willen, die man nicht verwechseln kann.⁷

⁵ NAKONEČNÝ, 1996, S. 27

⁶ PROVAZNÍK, KOMÁRKOVÁ, 1996, S. 34

⁷ NAKONEČNÝ, 1996, S. 141

1.3. Stimulation

Der Begriff Stimulation kann leicht mit der bereits erwähnten Motivation verwechselt werden. Auf keinem Fall spricht man hier nicht über Synonyme. Unter dem Begriff Stimulation versteht man äußere Kräfte, die auf die menschliche Psyche einwirken. Das Ergebnis dieser Kräfte sind Veränderungen der Aktivität und Beeinflussung der Motivation. Die Stimulation wirkt also auf den Menschen nach außen, wohingegen die Motivation, wie bereits erwähnt, wirkt nach innen. Zur Beeinflussung der menschlichen Psyche kann aber nicht immer absichtlich bzw. bewusst erfolgt werden.⁸

1.4. Stimulus

Als Stimulus wird alles betrachtet, was die Motivation einer Person beeinflusst. Wir können sie in innere und äußere Impulse einteilen. Die inneren Impulse weisen auf eine Veränderung im Körper oder im Geist einer Person hin und die äußeren Impulse wecken ein bestimmtes Motiv. Als Beispiel für diese Impulse kann man Bauchschmerzen nennen, die die Aktivität in einem Menschen wecken, den Arzt zu besuchen. Das zweite Beispiel kann die Angst vor dem Test sein, die uns zwingt, ihn zu vermeiden. Es ist jedoch wichtig hinzuzufügen, dass, obwohl ein Impuls im Grunde genommen alles sein kann, es rein an der Person liegt, ob gerade dieser Anlass ein Impuls wird oder nicht. Es hängt also davon ab, ob sich der Anlass mit der Motivation einer bestimmten Person einigt.⁹

In der Praxis bedeutet dies, dass die äußeren Stimuli die Motivation der Mitarbeiter maßgeblich beeinflussen. Jedes Unternehmen benutzt sie, denn es beinhaltet zum Beispiel Gehaltshöhe, Sachbezüge, Arbeitsumfeld, Anteil an der und Betrieb Führung der Firma oder Gewinnbeteiligung.¹⁰

1.5. Bedürfnis

Die Bedürfnisse gehören zu den grundsätzlichen Motivationsquellen. Als Bedürfnis ist der innere Zustand nicht nur einer Person, sondern beispielsweise auch der Tiere betrachtet. Es ist wichtig, zu erwähnen, dass man sich eines Mangels nicht immer bewusst ist und ihn wahrnimmt. Es wirkt sich als ein Spannungszustand und ein Drang aus, diese Spannung zu beseitigen. Daher führt es zu einer Aktivität, die darauf abzielt, das Bedürfnis zu befriedigen. Jeder Mensch hat seine individuellen Bedürfnisse, die ihn dazu motivieren, etwas zu tun,

⁸ PROVAZNÍK, KOMÁRKOVÁ, 1996, S. 37

⁹ PROVAZNÍK, KOMÁRKOVÁ, 1996, S. 39

¹⁰ Managementmania, *Stimul.* {online} {Zugriff am 28.2.2022}: Verfügbar unter: <https://managementmania.com/cs/stimul>

etwas zu erreichen und etwas zu verändern, und die sich klar erheblich von den Bedürfnissen eines anderen Menschen unterscheiden können. Das Ziel bleibt jedoch dasselbe, nämlich den aktuellen Bedarf zu erfüllen. Die grundlegenden Bedürfnisse werden in die biologischen (Bedürfnisse des Organismus, Physiologie) und in die sozialen (Bedürfnisse des Menschen als soziales Wesen, das in einem bestimmten sozialen Umfeld lebt) geteilt.¹¹

Nach Provazník und Komárková (1996) teilt man Bedürfnisse in zwei Kategorien und zwar in die primären Bedürfnisse und die sekundären Bedürfnisse. Die primären Bedürfnisse hängen mit der Aktivität des menschlichen Körpers als biologischer Organismus zusammen. Es handelt sich zum Beispiel um den Bedarf an Luft, Nahrung oder Flüssigkeiten. Diese Bedürfnisse sind jedem Lebewesen angeboren.¹²

Die sekundären Bedürfnisse sind mit dem Menschen als einem sozialen Wesen verbunden. Hier gliedert man beispielsweise das Bedürfnis nach Liebe oder nach Dominanz. Sie sind als die erlernten Bedürfnisse beschrieben. Man findet ein Objekt, das ihm helfen sollte, die Befriedigung des Zielzustandes zu erreichen, und gewinnt so an Motivationswert.¹³

Nakonečný (1996) erwähnt gleichfalls, dass sowohl biologische als auch soziale Bedürfnisse eine wichtige Rolle bei der Motivation des Einzelnen spielen. Ihr Leiden wird jedoch unterschiedlich wahrgenommen, und während man soziale Bedürfnisse fast sofort registriert, beobachtet man biologische Mängel oft nicht, obwohl sie psychische Folgen haben könnten. Die Kultur, Bräuche und Normen der Gesellschaft, in der ein Mensch lebt, beeinflussen sein Verhalten und führen damit zur Aktivität, aber auch zur Unterdrückung bestimmter menschlicher Bedürfnisse. Der Begriff der biologischen Bedürfnisse umfasst jedoch nicht nur die Grundbedürfnisse des Organismus, sondern auch bestimmte soziale Bedürfnisse, weil sie angeboren sind (Bedürfnis nach Gewissheit, Zärtlichkeit). Sie beweisen, dass der Mensch eine Kombination aus biologischem und sozialem Wesen ist.

Wie bereits erwähnt, kann es bei jedem Individuum zu einem Zusammenstoß mehrerer Bedürfnisse kommen, die jeweils ein Gleichgewicht des gesamten Organismus bzw. der menschlichen Persönlichkeit erreichen wollen. Das dominante Bedürfnis spielt also eine wichtige Rolle. Der Mensch und seine Bedürfnisse werden maßgeblich von seinem sozialen und kulturellen Umfeld beeinflusst, in dem er lebt. Der Einfluss von Familie, Schule, aber auch Rechten und Moral tragen dazu bei, dass seine Werte und Bedürfnisse entstehen, die er

¹¹ PROVAZNÍK, KOMÁRKOVÁ, 1996, S. 41-42

¹² PROVAZNÍK, KOMÁRKOVÁ, 1996, S. 44

¹³ PROVAZNÍK, KOMÁRKOVÁ, 1996, S. 44

erreichen möchte. Die Tatsache, dass man Teil der Gesellschaft ist, schafft neue kulturell orientierte Motivationen – etwa das Bedürfnis nach Prestige. Kultur beeinflusst auch stark die Art und Weise, wie bestimmte Bedürfnisse erfüllt werden, unterdrückt aber gleichzeitig bestimmte Wünsche. Der Einzelne ist an die Gesellschaft gebunden und versucht nicht nur seine individuellen Bedürfnisse zu befriedigen, sondern auch die Bedürfnisse anderer.¹⁴

2. Motivationstechniken

Um seine Arbeiter zu motivieren, muss der Manager ein gutes Arbeitsumfeld schaffen, das die Bedürfnisse seiner Mitarbeiter befriedigt. Dazu sollte er den Mitarbeitern zuhören und ihre Bedarfe wahrnehmen. Daneben ist es wichtig, die Augen offen zu halten und die Veränderungen im Unternehmen wahrzunehmen. Der Chef sollte mit Veränderungen im Unternehmen umgehen, die Bedürfnisse seiner Mitarbeiter und Beziehungen am Arbeitsplatz wahrnehmen. Damit die Arbeiter leistungsfähig wären, müssen sie in erster Linie motiviert sein. Zu den Grundbedürfnissen der Arbeiter gehören hauptsächlich Sicherheit, freundliche Umgebung, ein guter Vorgesetzter, eine interessante Arbeit und ein interessantes Unternehmen, die Beförderung, Anerkennung, gute Arbeitsbedingungen, Entlohnung und ein gutes Gehalt.¹⁵

2.1. Effektive Managementmethoden

Nach MISKELL Jane R. und MISKELL V. (1996) helfen zur Befriedigung der oben genannten Anforderungen bestimmte Managementmethoden. Eine bedeutungsvolle Rolle könnte spielen, wenn man die Beschäftigten über alles informiert und mit jedem als mit Profi handelt. Es hilft, wenn der Chef nach der Meinung der Mitarbeiter fragt und ihnen zuhört. Daneben sollte ein guter Manager in der Lage sein, alle wichtigen Dinge rechtzeitig zu beenden, Karrierewachstum zu fördern und bestimmt die Angestellten zu loben und zu respektieren.

Diese Techniken funktionieren jedoch nicht dauerhaft und daher ist es notwendig, Mitarbeiter zu beobachten, gut kennenzulernen und ihre Bedürfnisse zu analysieren. Einfach gesagt, man sollte höflich sein und alle Arbeitnehmer motivieren, damit ihre Produktivität nicht nachlässt.¹⁶

¹⁴ NAKONEČNÝ, 1996, S. 58-74

¹⁵ MISKELL J, MISKELL V., 1996, S. 65

¹⁶ MISKELL J, MISKELL V., 1996, S. 66

Mit den richtigen Methoden steigt auch die Effektivität des Unternehmens. In der modernen, globalisierten Welt herrscht die sich stark wachsende Konkurrenz, die knallhart sein kann. In dieser Welt muss also ein Manager täglich mit vielen Herausforderungen kämpfen. Der erfolgreiche Chef findet immer wieder die neuen Lösungen für vorkommende Probleme und er ist verpflichtet, die passenden Werkzeuge einzuführen und das funktionierende Unternehmen zu garantieren. Es gibt jedoch Faktoren, die bestimmt die wirtschaftliche Situation des Unternehmens beeinflussen, beispielsweise die Region, in der sich die Firma befindet, oder die Größe des Betriebs. Der Manager soll dem Unternehmenssturz verhindern und den Unternehmenswachstum erreichen. Sehr oft werden die sogenannten Führungskräfte eingeführt, denen der Chef vertraut, und die sich um das Management kümmern.¹⁷

Nach der letzten Studie „Management Tool & Trends“ aus dem Zeitraum 2017/2018 von der Unternehmensberatung *Bain & Company*, die sich regelmäßig mit den beliebtesten und häufig benutzenden Managementmethoden in mehreren Ländern auf der ganzen Welt beschäftigt, sah es in Deutschland so aus, dass am ersten Platz Benchmarking war, gefolgt von strategischen Planungen. Am dritten Platz befanden sich Change Management-Programme (Installation neuer besserer Prozesse) und am vierten stand das Kundenmanagement. Im Vergleich mit der Schweiz hat das Kundenmanagement den ersten Platz und Benchmarking die dritte Stelle belegt. Sehr populär sind in den letzten Jahren auch die digitalen Prozesse und für manche Unternehmen stellen sie eine Priorität dar.¹⁸

¹⁷ Denzhorn.de, *Die wichtigsten Managementmethoden und -Techniken*. {online} {Zugriff am 28.2.2022}: Verfügbar unter: <https://www.denzhorn.de/unternehmen/blog/fuehrung/managementmethoden/>

¹⁸ Bain & Company, *Deutsche Führungskräfte schätzen bewährte Managementtechniken*. {online} {Zugriff am 28.2.2022}: Verfügbar unter: <https://www.bain.com/de/ueberuns/presse/pressemitteilungen/germany/2018/management-tools-and-trends-2017-2018-deutschland/>

Abbildung 7: Welche Managementtechniken 2017 am häufigsten genutzt wurden

	Deutschland		Schweiz		EMEA		Global	
1	Benchmarking	54%	Kundenmanagement	58%	Kundenmanagement	50%	Kundenmanagement	48%
2	Strategische Planung	44%	Mission and Vision Statements	46%	Benchmarking	43%	Strategische Planung	48%
3	Change-Management-Programme	44%	Benchmarking	42%	Strategische Planung	42%	Benchmarking	46%
4	Kundenmanagement (CRM)	42%	Lieferkettenmanagement	38%	Lieferkettenmanagement	37%	Advanced Analytics	42%
5	Lieferkettenmanagement	39%	Employee Engagement Systems	36%	Kundenzufriedenheitsanalysen	33%	Lieferkettenmanagement	40%
6	Balanced Scorecard	33%	Strategische Planung	31%	Advanced Analytics	32%	Kundenzufriedenheitsanalysen	38%
7	Merger & Acquisitions	33%	Balanced Scorecard	28%	Change-Management-Programme	31%	Change-Management-Programme	34%
8	Digitale Transformation	33%	Internet der Dinge	26%	Qualitätsmanagement	31%	Qualitätsmanagement	34%
9	Qualitätsmanagement	30%	Kunden-segmentierung	23%	Balanced Scorecard	31%	Digitale Transformation	32%
10	Strategische Allianzen	29%	Kundenzufriedenheitsanalyse, Qualitätsmanagement	17%	Digitale Transformation	30%	Mission and Vision Statements	32%

Quelle: Studie „Management Tools & Trends 2017/18“, Bain & Company

Abbildung 1: Die häufigsten Managementtechniken 2017/18¹⁹

Die Abbildung 1 gibt Auskunft über die häufigsten Managementmethoden in Deutschland, in der Schweiz, in dem Wirtschaftsraum Europa-Arabien-Afrika (EMEA) und global. Im Großen und Ganzen kann man aus dem Bild erkennen, dass Benchmarking und Kundenmanagement sowohl in Deutschland als auch in der Schweiz zu den beliebtesten Managementmethoden gehören. Außerdem regiert das Kundenmanagement der Wirtschaft in der ganzen Welt.

¹⁹Abbildung 1: Die häufigsten Managementtechniken 2017/18. {Zugriff am 28.2.2022}: Verfügbar unter: <https://www.bain.com/de/ueber-uns/presse/pressemitteilungen/germany/2018/management-tools-and-trends-2017-2018-deutschland>

2.2. Motivation und Leistung

Was die Leistung betrifft, ist die Motivation des Einzelnen besonders wichtig. Neben den Fähigkeiten bildet sie die Grundgruppe der menschlichen Leistungsfähigkeit. Im Fall der niedrigen Motivation wäre es ganz einfach, denn es würde sich um keine gute Leistung handeln. Eine zu hohe Motivation würde jedoch kein besseres Ergebnis garantieren, sondern im Gegenteil würde sie zu mehr innerer Anspannung führen, was sich negativ auf die Leistung auswirken würde. Die Vorstellung, je größer die Motivation ist, desto größer und besser ist die Leistung, gilt also nicht. Die Leistungsmotivation ist nämlich die Tendenz einer Person, die beste Leistung zu erreichen oder zumindest bestmöglich bei einer Aktivität zu halten, die erfolgreich sein kann oder nicht und bei der Erfolg oder Rückgang eintreten können.²⁰

2.2.1. Yerkes-Dodson-Gesetz

Das Yerkes-Dodson-Gesetz ist nach den amerikanischen Psychologen Robert Yerkes und John D. Dodson genannt und stammt aus dem Jahr 1908. Das Gesetz stellt den Zusammenhang zwischen Motivationsgrad, Komplexität der Aufgabe und Leistung dar.²¹

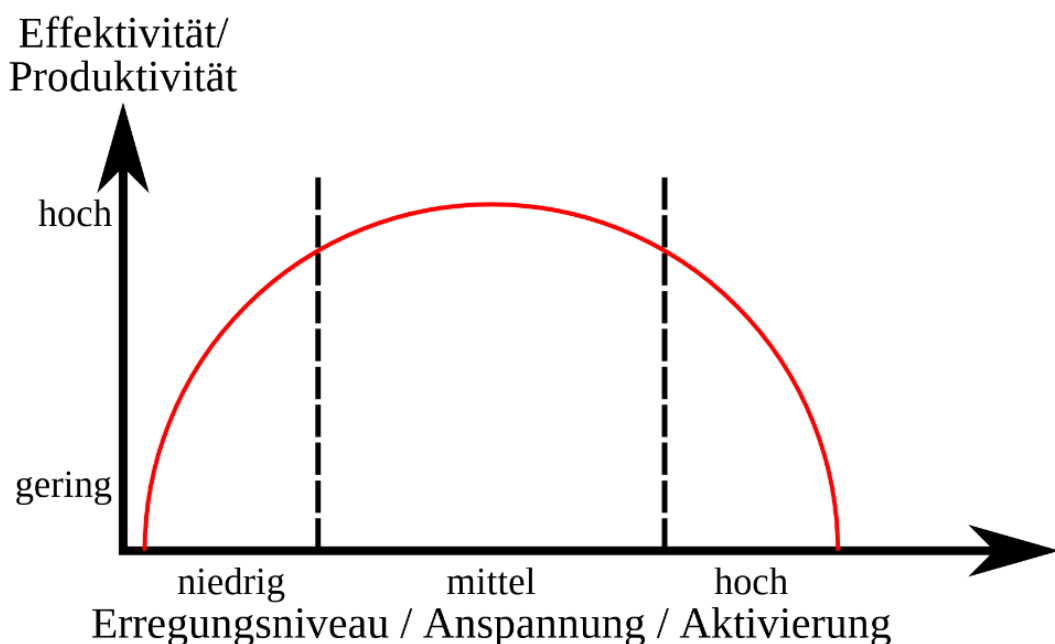


Abbildung 2: Das Yerkes-Dodson-Gesetz²²

²⁰ PROVAZNÍK, KOMÁRKOVÁ, 1996, S. 66-70

²¹ Wikipedia. *Das Yerkes-Dodson-Gesetz*. {online} {Zugriff am 26.10.2021}: Verfügbar unter: <https://de.wikipedia.org/wiki/Yerkes-Dodson-Gesetz>

²² Abbildung 2: Das Yerkes-Dodson-Gesetz. {Zugriff am 28.2.2022}: Verfügbar unter: <https://de.wikipedia.org/wiki/Yerkes-Dodson-Gesetz>

Aus dem Bild 2 lässt sich entnehmen, dass bei einer geringen Motivation auch die Leistung gering sein wird. Falls die Motivation steigt, steigt auch die Leistung, aber bis zu einem gewissen Grad der Motivation. Eine zu hohe Motivation mindert die Leistungsfähigkeit.

2.2.2. Wie kann man eine hohe Leistung erreichen?

Eine große Rolle spielt in vielen Unternehmen die individuelle variable Leistungsentlohnung, die die Leistung der Beschäftigten stark beeinflussen könnte. Es gibt Menschen, für die gerade dieser Motivationsfaktor besonders bedeutungsvoll ist, und die von der Vorstellung eines höheren Gehalts oder einer finanziellen Belohnung sehr motiviert sind. Was aber noch immer wieder wichtig ist, ist die Zufriedenheit in der Arbeit im Allgemeinen. Damit hängt die Weise der Teilung von Arbeitsaufgaben und Befriedigung von Mitarbeitern zusammen. Die sogenannte teilautonome Arbeit gibt den Angestellten ein Bedürfnis, in einer selbstorganisierten Gruppe zu arbeiten und die entscheidende Stimme zu haben, um etwas zu beeinflussen. Dieses führt dann zu einem Erfolg von Unternehmen.²³

Nach FREY und OSTERLOH (2002) existieren zwei verschiedene Arten, wie Mitarbeiter zu einer höheren Leistung zu bringen. Zunächst gibt es die intrinsische Motivation, die direkt vom Arbeitnehmer stammt. Dies könnte vor allem von der Freude und Willen des Einzelnen beeinflusst sein. Man freut sich über die Arbeit, die im Vordergrund seines Interesses steht. Als nächster Motivationsantrieb kann man sich ein langfristiges Ziel feststellen, das man folgen wird, denn man selbst will es erreichen.

Die intrinsische Motivation des Menschen ist in jeder Firma besonders wichtig und wird von folgenden Punkten beeinflusst. Zunächst handelt es sich um die gemeinsamen *Pool-Ressourcen*. Dies enthält alle Tätigkeiten der Angestellten, die andere Beschäftigte beeinflussen, beispielsweise die Reputation und Kultur des Unternehmens und ausgezeichnete Verhältnisse zu Kunden und Lieferanten. Jeder Mitarbeiter nutzt nämlich von diesen Pool-Ressourcen, obwohl er dazu nicht beiträgt. Nur intrinsisch motivierte Arbeitnehmer bemühen sich, zu den Pool-Ressourcen zu beitragen.

Als nächster Grund der intrinsischen Motivation wird „*multiple tasking*“ erwähnt. Dieser Begriff ist eng mit den oben erwähnten Pool-Ressourcen verbunden und tritt auf Grund der erreichbaren Ziele ein. Falls sich die Angestellten auf die leicht erreichbaren Ziele

²³ FREY Bruno S., OSTERLOH M., 2002, S. 23 - 24

konzentrieren, bleiben die anderen im Hintergrund. Je schwieriger die Aufgaben sind, umso wichtiger ist die intrinsische Motivation der Beschäftigten.

Zum Dritten gehört der Ausdruck „*fuzzy tasking*“, der Entscheidung der Aufgabe anhand der Belohnung vorstellt. Man würde das einfache und leicht erreichbare Ziel auswählen, wenn ihm eine Belohnung versprochen wird. Falls die finanzielle Belohnung keine Rolle spielt, würden sich Angestellte für mehr komplizierte Aufgaben entscheiden.

Ganz bedeutender Teil jeder Firma bildet das *implizite Wissen*. Im Vergleich mit dem expliziten Wissen wird das implizite Wissen nicht durch Geld abgenötigt, denn es ist nicht handelsfähig. Es kommt auf die intrinsische Motivation an, jedoch eng mit dem expliziten Wissen verbunden, denn da wird ein neues Wissen hergestellt. Aufgrund der Fähigkeit, immer neues Wissen zu produzieren, wird daher die intrinsische Motivation der Beschäftigten zu den besonders bedeutenden strategischen Ressourcen zählen.

Schließlich muss man noch mit der *Kreativität und Innovativität* des Menschen rechnen. Beide Tätigkeiten sind für die intrinsische Motivation erforderlich und sogar notwendig. Im Großen und Ganzen kann man feststellen, dass man für die schwierigen und vielfältigen Aufgaben auf keinen Fall die intrinsische Motivation unterlassen kann.

Die zweite Art, wie man die Beschäftigten zur Arbeit genug motivieren könnte, nennt man die extrinsische Motivation. Schon nach dem Namen ist es zu erkennen, dass es sich um eine Außenumgebung handelt. Der Arbeitnehmer wird also von jemanden motiviert, was auch eine Schlüsselbedeutung in jedem Unternehmen darstellt und bestimmt unentbehrlich ist. Ein gutes Beispiel dafür ist Geld. Je höher das Gehalt ist, desto mehr steigt die Motivation der Arbeiter. Falls die individuelle variable Leistungsentlohnung in dem Unternehmen eingeführt wird, beeinflusst es noch stark die Leistung. Viele Menschen haben nämlich am ersten Platz das hohe Einkommen, das sie ausreichend motiviert, ihre Lebensvorstellungen zu erfüllen. Die extrinsische Motivation kann jedoch Schwierigkeiten wecken. Zu den Problemen könnte vorkommen, falls Mitarbeiter dasselbe Interesse an finanzielle Belohnungen haben. In diesem Fall kommt es zu den Konflikten am Arbeitsplatz, die negative Emotionen verursachen könnten.

Extrinsische und intrinsische Motivation hängen zusammen und auf keinen Fall kann man sie trennen. FREY und OSTERLOH (2002) erwähnen, dass Menschen sowohl an Einkommen motiviert sind als auch an Verhalten und eigene Moral. Man kann aber ebenfalls den negativen Einfluss erreichen und diese Wirklichkeit nennt man der sogenannte

Verdrängungseffekt. Er fängt an, falls man den Beschäftigten eine Belohnung verspricht, die sie einerseits motiviert, aber andererseits schadet. Obwohl man sich auf diese finanzielle Belohnung konzentriert, ist sie leider nur kurzzeitig und hilft ihm nicht, die langfristige oder dauerhafte Motivation zu erreichen. Einfach gesagt wird die Aufgabe also nur durch das Geld erfüllt.²⁴

2.3. Motivation und Gehalt

Ein hoher Lohn beeinflusst die Leistung der Mitarbeiter. Man würde schätzen, dass es nur positive Auswirkungen gibt und mit dem steigenden Gehalt steigt gleichfalls die Motivation der Angestellten. Es kann aber auch umgekehrt sein und der Leistung schadet. Es werden nämlich fünf Typen von Menschen unterschieden, die andere Anreize teilen und die verschiedene Reaktionen auf einen Leistungslohn haben. Für jeden Menschentyp gilt also bestimmte Veranlassung. Neben dem Lohn spielen eine bedeutende Rolle beispielsweise Lob, Befehl, Partizipation (Beteiligung) oder Autonomie. Alle diese Faktoren beeinflussen die Leistung der Beschäftigten und motivieren sie. Die variablen Leistungslöhne motivieren vor allem die extrinsisch motivierten Menschen, konkret die sogenannten *Einkommensmaximierer* und *Statusorientieren*. Die loyalen, formalistischen und selbstbestimmten Arbeiter sind in der Regel durch Lob oder Befehl beeinflusst und gehören also zu den intrinsisch motivierten Arbeitnehmern.

Nach FREY und OSTERLOH (2002) sollte das Einkommen so viel wie möglich der durchführenden Leistung erwidern. Hier würde also der Fakt gelten, dass vor allem die extrinsisch motivierten Angestellten leistungsfähig würden. Der Grundlohn musste aber fest mit der individuellen Leistung eines Arbeiters verbunden werden. Daher wird es oft den sogenannten Leistungslohn gefordert. Wenn die Arbeitgeber also einen Leistungslohn einführen würden, würde die Leistung ihrer Arbeitnehmer höher als wenn sie nur für das Grundeinkommen arbeiten.

Laut FREY und OSTERLOH (2002) ist in den letzten Jahren der Sinn des Leistungslohns besonders gestiegen. Die Bedeutung des Grundlohns daneben sinkt. Natürlich können die Tätigkeit und Leistung der Beschäftigten auch mit anderen Boni und Prämien verbunden sein. Man kann also sagen, je mehr das Unternehmen seinen Arbeitgeber anbietet, umso mehr Interesse erweckt es.

²⁴ FREY Bruno S., OSTERLOH M., 2002, S. 23 – 37

Es ist jedoch nötig zu erwähnen, dass die Leistungslöhne nicht immer sinnvoll sind. Falls man in einer Firma arbeitet, in der vor allem die Teamarbeit und Teamgeist bedeutende Rolle spielen würden, würde es schwer festzustellen, wie einzelne Mitarbeiter und Mitarbeiterin zu bewerten. In diesem Fall könnte ein individueller Leistungslohn die Spannung auf dem Arbeitsplatz auslösen und die Angestellten unter ständigen Stress stellen.²⁵

²⁵ FREY Bruno S., OSTERLOH M., 2002, S. 77 - 100

Motivation der Arbeiter und Zustand während der Coronavirus-Pandemie

Dieser Teil befasst sich mit drei einzelnen gastronomischen Betrieben, die für diese Studie ausgewählt wurden. Es handelt sich um Cafés Costa Coffee, CrossCafe und populäre tschechische Brauerei U Flekú.

Costa Coffee gehört weltweit zu den beliebtesten Cafés und deshalb wurde diese internationale Café-Kette für die Studie gewählt. Das zweite Café namens CrossCafé ist junge tschechische Café-Kette. Das Restaurant U Flekú spielt in Tschechien ebenso eine besonders bedeutende Rolle. Dieses Restaurant und gleichzeitig Brauerei befindet sich im Zentrum Prags und lockt hauptsächlich Touristen aus der ganzen Welt.

Alle eben genannten Unternehmen sind durch die überdauernde Coronavirus-Pandemie betroffen. Inwieweit hat diese weltweite Krise die Angestellten in der Gastronomie beeinflusst, ist in diesem Teil festgestellt. Daneben beschäftigt sich dieser Teil mit den aktuellen Informationen über das Geschehen und Auswirkungen in einzelnen Firmen. Warum die Situation besonders in Prag interessant war, ist hier ebenfalls erwähnt.

Es sind also sowohl die allgemeinen Informationen präsentiert, als auch einzelnes Geschehen jedes genannten Unternehmens, Einstellungen und Auswirkungen des Betriebs infolge der Coronavirus-Pandemie. Wie hat Coronavirus den normalen Lauf in jedem Unternehmen beeinflusst? Ob und wie haben die Besitzer die Krise bewältigt? Wie sehen die Konsequenzen aus? Das sind beispielsweise Themen, die in diesem Teil der Bachelorarbeit erörtert sind.

Zuletzt ist dieser Teil um einen Fragebogen ergänzt, den unter Arbeiter in den Betrieben aufgeteilt wurde. Die Fragen haben sowohl Baristas in Costa Coffee und CrossCafe, als auch das Personal im Restaurant U Flekú beantwortet. Die Auswertungen sind dann dargestellt und miteinander verglichen.

Das Ziel der Forschung ist, es zu ermitteln, wie der tatsächliche Lauf in gastronomischen Betrieben während der Corona-Krise war, wem es geschadet hat und ob es überhaupt positive Auswirkungen gibt.

3. Vorstellung der ausgewählten Betriebe

3.1. Costa Coffee

Das Unternehmen Costa Coffee entstand im Jahr 1971 in Großbritannien. Die Gründer dieser Firma sind Gebrüder Bruno und Sergio Costa mit der Herkunft aus Italien. Im selben Jahr haben sie angefangen, eine Kaffeemischung vorzubereiten. An der Olds Paradise Straße im Zentrum Londons wurde eine Rösterei gebaut, in der die Costa-Brüder Kaffee produzierten, und 1978 ist die erste Filiale in London – an der Vaxhall Bridge Straße geöffnet. Die erste internationale Filiale wurde 1999 in Dubai eröffnet. Ab 2006 verfügte das Unternehmen über 500 Cafés in Großbritannien und eine 100. internationale Niederlassung. Im selben Jahr wurde auch die *Costa Foundation* gegründet, eine Wohltätigkeitsorganisation, die sich hauptsächlich um die Verbesserung des Lebens von Kaffeebauern bemüht. Diese Stiftung betrifft beispielsweise Kolumbien, Costa Rica, Äthiopien, Vietnam oder Uganda – also Länder, aus denen Costa Kaffeebohnen exportiert. Das Hauptziel dieser Stiftung ist es, Kindern in genannten Ländern Bildung zu ermöglichen, und aus diesem Grund engagiert sich das Unternehmen vor allem im Bau von Schulen. Genau 40 Jahre nach der Gründung von Costa Coffee wurde das 1000. Niederlassung in Großbritannien eröffnet und derzeit verfügt das Unternehmen über tausende Filialen in der Welt.²⁶

In der Tschechischen Republik ist die Marke erstmals 2008 erschienen, als das erste Café in der Hauptstadt eröffnet wurde. Seit 2014 verfügt das Unternehmen auch über die sogenannten Costa-Express-Automaten, die hauptsächlich an Shell-Tankstellen zur Verfügung sind.²⁷

In 2018 wurde die Kette von der Getränkefirma Coca-Cola gekauft.²⁸

²⁶ Costa Coffee, *Historie Costa Coffee* {online} {Zugriff am 26.10.2021} Verfügbar unter: <https://www.costa-coffee.cz/costa/story>

²⁷ Mediaguru, *Costa Coffee vstupuje do retailu, zaměří se i na kanceláře.* {online} {Zugriff am 16.3.2022} Verfügbar unter <https://www.mediaguru.cz/clanky/2020/10/costa-coffee-vstupuje-do-retailu-zameri-se-i-na-kancelare/>

²⁸ Eurozprávy.cz, *Koronakrize dopadla na Costa Coffee i Virgin Atlantic, bude se propouštět* {online} {Zugriff am 11.11.2021} Verfügbar unter: <https://eurozpravy.cz/ekonomika/evropa/koronakrize-dopadla-na-costa-coffee-i-virgin-atlantic-bude-se-propoustet.16efd066/>

3.2. U Fleků Restaurant

Das Restaurant und Brauerei U Fleků befindet sich im historischen Zentrum Prags und entstand schon im Jahr 1499. Während des Kommunismus wurde dieses Unternehmen verstaatlicht und seit dem Fall des Regimes gehört das Restaurant schon wieder der Brtník Familie, den damaligen Eigentümern. Diese Gasstätte verfügt über acht Zimmer und einen großen Garten für über 1 200 Besucher. Dank des reichen Bierangebots ist die Brauerei bekannt als eine der berühmtesten Unternehmen Prags und gehört zu den populären touristischen Zielen. Neben dem eigenen schwarzen Bier sind hier die traditionellen tschechischen Speisen angeboten.²⁹

Der heutige Name des Restaurants stammt aus dem Jahr 1762 und leitet sich vom Käufer Jakub Flekovský ab. Die Produktion des Bieres besteht seit 1843.³⁰

3.3. CrossCafe

Das tschechische Unternehmen CrossCafe entstand im Jahr 2007 in Pilsen, wo das erste Café geöffnet wurde. Das reiche Netz von Cafés verfügt heutzutage über 19 Filialen in zehn Städten Tschechiens, wie beispielsweise in Olomouc, Ostrava, Pardubice und sogar 4 Filialen in Hradec Králové.³¹

Im Jahr 2016 hat CrossCafe den Wettbewerb Franchise des Jahres gewonnen. Das Ziel dieses Wettbewerbs ist, Menschen über diese Möglichkeit des Franchisings zu informieren. Jeder kann daran teilnehmen oder von jemandem nominiert sein.³²

²⁹ U Fleků, *Historie U Fleků*{online} {Zugriff am 11.1.2022} Verfügbar unter <https://ufleku.cz/o-nas/historie-u-fleku/>

³⁰ Český rozhlas, *U Fleků – v nejstarším minipivovaru v Česku se vaří bez přestávky přes 520 let* {online} {Zugriff am 16.3.2022} Verfügbar unter <https://cesky.radio.cz/u-fleku-v-nejstarsim-minipivovaru-v-cesku-se-vari-bez-prestavky-pres-520-let-8721989>

³¹ CrossCafe, *O nás*{online} {Zugriff am 3.1.2022} Verfügbar unter <https://www.crosscafe.cz/o-nas/>

³² FRANCHISA ROKU{online} {Zugriff am 3.1.2022} Verfügbar unter <https://www.franchisaroku.cz/>

4. Motivationsfaktoren in den einzelnen Betrieben

4.1. Motivationsfaktoren in Costa Coffee

Um die Arbeitnehmer zu halten, bietet das Unternehmen eine Reihe von Sachbezügen. Zu den Zusatzleistungen gehören beispielsweise die Multisportkarte, ein Rabatt auf Firmenprodukte, vergünstigte Mahlzeiten und kostenloser Kaffee am Arbeitsplatz. Dazu verfügt die Firma über Leistungsbelohnungen und Zuschläge für Wochenendarbeit, Überstunden und Feiertage. Falls der Arbeitnehmer jemanden aus seiner Umgebung empfiehlt und die Firma diese Person anstellt, bekommt er für den neuen Beschäftigten eine finanzielle Belohnung.³³

Dazu bekommt jeder Mitarbeiter drei Packungen Kaffeebohnen jeden Monat kostenlos.³⁴

Einmal pro Jahr findet das Wettbewerb *Barista des Jahres* statt, an dem jeder Barista von Costa Coffee teilnehmen kann. Es verläuft zunächst bundesweit und dann weltweit, wo nur die Besten ankommen. Bewertet werden nicht nur fachliche Fähigkeiten, sondern auch die persönliche Präsentation des Baristas.³⁵

Bedeutungsvoll ist daneben das stabile Hinterland der starken internationalen Firma, persönliches und berufliches Wachstum und natürlich Unterstützung bei der Selbsterziehung und Selbstentwicklung.³⁶

4.2. Motivationsfaktoren in der Brauerei U Flekú

Die Motivationsfaktoren im Restaurant U Flekú stammen direkt von den Beschäftigten. An alle Arbeitnehmer wurde ein Fragebogen verteilt und die Teilnehmer haben die Sachbezüge ausgefüllt, die von ihrem Arbeitgeber angeboten sind. Die Angestellten haben angegeben, dass ein erheblicher Vorteil für sie der vergünstigte Preis nicht nur für das Bier, sondern auch für die Verpflegung allgemein ist. Während der gesamten Arbeitszeit haben sie die Möglichkeit, warme Mahlzeiten zum Mitarbeiterpreis zu beziehen. Dieser erhebliche Rabatt gilt nicht nur für die Arbeitnehmer selbst, sondern auch für ihre Familienangehörigen.

Zu den anderen Sachbezügen, die das Unternehmen anbietet, gehört auch die Möglichkeit der Schichtdienst, d. h. kurze und lange Wochen. Eine variable finanzielle Bewertung und die Arbeit im historischen Zentrum Prags gehören gleichfalls zu den Vorteilen.

³³ Costa Coffee, *Kariéra Costa Coffee* {online} {Zugriff am 27.10.2021} Verfügbar unter: <https://www.costa-coffee.cz/costa/kariera>

³⁴ Fragebogenumhebung, Anlage I: Motivationsfaktoren Costa Coffee

³⁵ Costa Coffee, *Kariéra Costa Coffee* {online} {Zugriff am 27.10.2021} Verfügbar unter: <https://www.costa-coffee.cz/costa/kariera>

³⁶ Costa Coffee, *Kariéra Costa Coffee* {online} {Zugriff am 27.10.2021} Verfügbar unter: <https://www.costa-coffee.cz/costa/kariera>

Einer der Befragten hat angegeben, dass der Arbeitgeber zuvor finanzielle Leistungen erbracht habe, die jedoch aufgrund der Pandemie-Situation ausgesetzt worden seien.³⁷

4.3. Motivationsfaktoren in CrossCafe

Jeder Mitarbeiter von CrossCafe verfügt über eine vorgeladene Karte (*Crosskarte*) mit einem Gesamtbetrag von 6000 CZK pro Monat. Dieses Geld bezieht sich auf das gesamte Sortiment des Cafés, also Kaffee, Tee, Kuchen, Sandwiches und mehr. Eine weitere Möglichkeit ist die Kundenkarte mit einem beliebigen Betrag über 100 CZK. Mit dieser Karte kann man dann normalerweise alles bezahlen. Für jede Aufladung oder jeden Einkauf sammelt man Punkte, die zusammengezählt und später verwendet werden können. Falls der Mitarbeiter auch ein Schichtleiter ist, hat er automatisch 15 % Rabatt auf das gesamte Sortiment, das beispielsweise auch abgepackten Kaffee, Thermobecher und vieles mehr umfasst. Daneben gibt es hier ebenso die Möglichkeit der Multisportkarte für 200 CZK pro Monat.³⁸

³⁷ Fragebogenumhebung, Anlage E-H: Motivationsfaktoren U Flekú

³⁸ Fragebogenumhebung, Anlage D: Motivationsfaktoren CrossCafe

5. Zustand der einzelnen Betriebe während der Corona-Krise

5.1. Zustand während der Corona-Krise in Costa Coffee

Seit Dezember 2020 hatten die gastronomischen Einrichtungen Pflicht, komplett geschlossen zu sein. Am Anfang des neuen Jahres konnten sie nach staatlichen Maßnahmen unter der Bedienung des Ausgabefensters wieder öffnen. Zum Anfang des Jahres 2021 sind nur 33 von 57 Cafés offengeblieben, davon 18 in Prag. Es gab Filialen, die nicht aufgemacht sind, beispielsweise die in der Station *Hradčanská* in der Prager U-Bahn oder diejenige in der Spálená Straße im Zentrum Prags.³⁹



Abbildung 3: Wo kann man einen Kaffee von Costa Coffee bestellen?⁴⁰

Auf dem Bild 3 befindet sich eine Liste von einzelnen Niederlassungen Costa Coffee in Prag. Man kann aus dem Bild deutlich erkennen, welche Filialen während der Pandemie offen sind und welche umgekehrt geschlossen. Aus der Tabelle ist ersichtlich, dass die Relation

³⁹ Seznam zprávy, *Covid uspal desítky kaváren Costa Coffee* {online} {Zugriff am 10.11.2021} Verfügbar unter: <https://www.seznamzpravy.cz/clanek/covid-uspal-desitky-kavaren-costa-coffee-na-mustku-uz-vari-kavu-jini-138854>

⁴⁰ Abbildung 3: Wo kann man einen Kaffee von Costa Coffee bestellen? {Zugriff am 10.11.2021} Verfügbar unter: <https://www.seznamzpravy.cz/clanek/covid-uspal-desitky-kavaren-costa-coffee-na-mustku-uz-vari-kavu-jini-138854>

zwischen den offenen und geschlossenen Betrieben in etwa gleich ist. Vor allem in Einkaufszentren wurden die Zweigstellen geschlossen.

Während des Lockdowns, als die Cafés geschlossen waren, begann das Unternehmen mit der Herstellung von abgepacktem Kaffee und hat sowohl Bohnen oder gemahlene Kaffee als auch Kapseln für Nespresso-Kaffeemaschinen angeboten.⁴¹

Laut Markéta Čondlová, Managerin einer der Prageren Filialen Costa Coffee, sei die ganze Situation nicht ideal gewesen, denn die Niederlassungen seien leer gewesen und haben sehr traurig ausgesehen. Immer wieder seien neue staatliche Vorschriften gekommen und man musste das Café nach entsprechenden Bedingungen vorbereiten. In der Praxis habe es so ausgesehen, dass die Beschäftigten auch in der Lage sein mussten, von Tag zu Tag das Café zu schließen. Mehrere Liter Milch wurden verschüttet, Kuchen, die nicht verkauft wurden, und unverbrauchter Kaffee wurden weggeworfen.⁴²

5.2. Zustand während der Corona-Krise in der Brauerei U Fleků

2020 wurde die Brauerei ebenfalls eine lange Zeit geschlossen. Der Umsatzrückgang war hier tatsächlich enorm, denn die Hauptrolle der Gäste haben vor allem Touristen gespielt und die Einnahmen waren also stark abhängig von dem Tourismus. Damit sollte aber die Einführung des hellen Lagerbiers helfen. Das Ziel war, die tschechischen Kunden zu locken und das Restaurant zu behalten. Nach *lidovky.cz* hatte die Brauerei im Jahr 2020 nur 15 % der Herstellung im Vergleich mit dem vorigen Jahr. Dieser Schritt wurde aber auch kritisiert, denn manche Braumeister haben es als Zerstörung der Tradition und Verzweiflung genommen.⁴³

Die andere Neuigkeit, mit der das Unternehmen gekommen ist, ist das Angebot der Lieferung des Biers. Um das einzigartige Bier zu bestellen, konnte man nur eine Bestellung per E-Mail schicken. Das Unternehmen hat gehörig reiches Angebot vorbereitet und bald hat es die Massenerlieferung in viele Städte Tschechiens eingeführt. In der Lage war auch die individuelle Lieferung des Biers in Prag.⁴⁴

⁴¹ Costa Coffee, *Prémiová káva Costa Coffee*{online} {Zugriff am 16.3.2022} Verfügbar unter: <https://www.costa-coffee.cz/costa-news/487-premiova-kava>

⁴² Fragebogenumhebung, Anlage I: Motivationsfaktoren Costa Coffee

⁴³ Lidovky.cz, *Covid zboril tradici U Fleků. Tmavý ležák doplní v nejstarším českém minipivovaru světlá třináctka* {online} {Zugriff am 12.1.2022} Verfügbar unter https://www.lidovky.cz/relax/pivo-a-pivovary/covid-zboril-tradici-u-fleku-nejstarsi-minipivovar-konci-s-tmavym-lezakem-varil-ho-177-let.A200924_193936_In-pivo_liam

⁴⁴ U Fleků, *Rozvoz flekovského piva v Praze a po ČR*{online} {Zugriff am 14.1.2022} Verfügbar unter <https://ufleku.cz/rozvoz-piva-po-ceske-republice/>

Am Anfang des Jahres 2021 hat sich die schwere Situation im Betrieb wiederholt. Ohne Touristen hatte die Brauerei fast keine Einnahmen, deshalb musste das Unternehmen kündigen. Die Anzahl der Arbeiter wurde um die Hälfte gesunken, trotzdem waren die Erlöse für alle Kosten nicht genug. Während des Jahres 2020 wurden alle finanziellen Reserven erschöpft. Obwohl die tschechische Klientel geholfen hat und das neue helle Bier gekauft hat, konnte man die Einnahmen nicht mit der vorigen Zeit vergleichen.⁴⁵

Im Herbst 2021 konnte die Brauerei endlich völlig öffnen. Um das Restaurant zu besuchen, musste man sich mit dem gültigen Covid-Zertifikat erweisen.⁴⁶

5.3. Zustand während der Corona-Krise in CrossCafe

Zum Jahr 2019 hatte das Unternehmen insgesamt 24 Filialen in der ganzen Republik. Mit dem Ende des Jahres kam auch die Idee, Filialen zu modernisieren. Neue Niederlassungen in anderen Städten Tschechiens zu öffnen und sich selbst mehr bemerkbar zu machen, wurden auch geplant.⁴⁷

Im Frühling des Jahres 2020, als die Pandemie in Tschechien kam, hat das Unternehmen einen E-Shop gegründet, um zumindest einen gewissen Verdienst zu erzielen und Kunden zu halten. Den Kaffee, die Torten, die Suppen oder das Gebäck konnte so man einfach bestellen und gleichzeitig die Firma unterstützen.⁴⁸

Während der zweiten Welle der Pandemie blieben die sogenannten „CrossShops“ geöffnet. Es handelte sich um Ausgabefenster, die dazu dienten, Kaffee oder Kuchen mitzunehmen.⁴⁹

Sowohl alle vier Filialen in Hradec Králové als auch die CrossCafe an der Třída Míru Straße in Pardubice blieben im Betrieb, in Prag aber war nur eine Filiale in der Lage, geöffnet zu sein.⁵⁰

⁴⁵ Seznam zprávy, *Covid drtí české pivo. I nejnámější hospoda musela propustit personá* {online} {Zugriff am 11.1.2022} Verfügbar unter <https://www.seznamzpravy.cz/clanek/ceske-pivo-drti-covid-i-nejnamejsi-hospoda-musela-propustit-personal-137312>

⁴⁶ U Fleků, *Aktuální covidové podmínky* {online} {Zugriff am 11.1.2022} Verfügbar unter <https://ufleku.cz/2171-2/>

⁴⁷ CrossCafe, *CrossCafe se pustilo do modernizace sítě a připravuje novou kampaň* {online} {Zugriff am 3.1.2022} Verfügbar unter <https://www.crosscafe.cz/crosscafe-se-pustilo-do-modernizace-site-a-pripravuje-novou-kampan/>

⁴⁸ CrossCafe, *Kousek CrossCafe i u vás doma* {online} {Zugriff am 3.1.2022} Verfügbar unter <https://www.crosscafe.cz/kousek-crosscafe-i-u-vas-doma/>

⁴⁹ CrossCafe, *MÁME OTEVŘENO, máme CrossShop!* {online} {Zugriff am 3.1.2022} Verfügbar unter <https://www.crosscafe.cz/nezavirame-pripravili-jsme-pro-vas-crossshop/>

⁵⁰ CrossCafe, *Provoz našich kaváren* {online} {Zugriff am 3.1.2022} Verfügbar unter <https://www.crosscafe.cz/omezeni-provozu-nasich-kavaren/>

Nach einem Jahr der überdauernden Pandemie und der strikten Maßnahmen, die den normalen Betrieb stark beeinflusst haben, wurde es zur Entscheidung getroffen, alle Cafés in Prag zu schließen. Die Einkommen waren einfach nicht vergleichbar mit dem Jahr 2019.

Auf der offiziellen Website gab das Unternehmen CrossCafe am 15.2.2021 Folgendes bekannt: „Die Maßnahmen der tschechischen Regierung im Zusammenhang mit der Coronavirus-Pandemie seit fast einem Jahr, die das normale Funktionieren des gesamten HORECA-Sektors, einschließlich CrossCafes, einschränken, sind die Hauptgründe, die uns zu der Entscheidung veranlasst haben, unsere fünf Prager Cafés zu schließen. Die Hauptstadt ist derzeit am stärksten von der Abwanderung von Touristen, dem Fehlen von Büroangestellten sowie Studenten, die unsere Hauptgäste sind, betroffen.“⁵¹

⁵¹ CrossCafe, *Uzavření provozoven CrossCafe v Praze* {online} {Zugriff am 3.1.2022} Verfügbar unter <https://www.crosscafe.cz/uzavreni-provozoven-crosscafe-v-praze/>

6. Aktuelle Situation in einzelnen Betrieben

6.1. Aktuelle Situation in Costa Coffee

Seit der Wiederöffnung aller Filialen Tschechiens und Erneuerung des normalen Betriebs hat das Unternehmen angefangen, besondere Ereignisse zu erstellen, um die Kunden zurück zu gewinnen. Zu den Sonderangeboten gehörten beispielsweise 1+1 Kaffee gratis. Falls man also zwei Kaffees gekauft hat, hat man nur einen bezahlt.

Das angebotene Sortiment wurde bald teuer geworden und wenn man die Filialen in Prag mit den Niederlassungen in kleineren Städten Tschechiens vergleicht, wird man ermitteln, dass die Preise identisch sind, was vor der Pandemie nicht der Fall war. Die Preise in Prag sind vorher nämlich höher gewesen als diejenigen in anderen Städten. Daneben sind laut Markéta Čondová auch die Löhne der Mitarbeiter gestiegen.⁵²

Was die besonderen Maßnahmen betrifft, haben bis Februar 2022 die aktuellen Voraussetzungen gegolten, und zwar, dass man sich mit einem Covid-Zertifikat erweisen musste, wenn man seinen Kaffee am Ort trinken wollte. Das Personal war verpflichtet, diese Bestätigungen zu kontrollieren. An einem Tisch konnten dann maximal sechs Personen einen Platz nehmen.⁵³

Im Januar und bis 18. Februar 2022 gab es noch eine Maßregel, die für das Personal in allen Unternehmen gegolten hat. Alle Beschäftigten mussten sich zweimal pro Woche testen und das Ergebnis mitteilen.⁵⁴

2022 wird noch eine Neuigkeit in Costa Coffee entstehen. Laut Direktor Costa Coffee Tschechien Aleš Fránek sei die Besucherzahl wegen den Maßnahmen und auch aufgrund der Sorgen von Menschen um ihre Gesundheit gesunken. Das Unternehmen wird also mit der Lieferungsmöglichkeit beginnen. Somit wird die Marke im ganzen Land eine breitere Reichweite erreichen und neue Kunden gewinnen.⁵⁵

Seit dem neuen Eigentümer Coca-Cola erweitert Costa Coffee auch das Sortiment, das auch in einem Einzelhandel zur Verfügung steht. Derzeit sind Bohnen- und gemahlener Kaffee von

⁵² Fragebogenhebung, Anlage I: Motivationsfaktoren Costa Coffee

⁵³ Ministerstvo zdravotnictví České republiky, *Aktuálně o koronaviru* {online} {Zugriff am 14.1.2022} Verfügbar unter <https://koronavirus.mzcr.cz/>

⁵⁴ Ministerstvo zdravotnictví České republiky, *Aktuálně o koronaviru* {online} {Zugriff am 12.2.2022} Verfügbar unter <https://koronavirus.mzcr.cz/>

⁵⁵ Aktuálně.cz, *Kavárny i přes úbytek hostů otevřou nové pobočky. Kvůli dražší kávě ale zvýší ceny.* {online} {Zugriff am 12.2.2022} Verfügbar unter <https://zpravy.aktualne.cz/ekonomika/kavarenske-retezce-v-cr-pres-pokles-navstevnosti-chystaji-no/r~0b18fd86828811ecabca0cc47ab5f122/>

Mocha Italia und Arabica oder Kapseln für Nespresso- und Dolce Gusto-Kaffeemaschinen angeboten.⁵⁶

6.2. Aktuelle Situation U Flekú

Die Lieferung des einzigartigen Biers, die während des Lockdowns eingeführt wurde, führt derzeit weiter. Diese Neuigkeit ist beliebig geworden und man kann also sowohl das schwarze Bier als auch das helle Bier nach Hause oder für eine Party bestellen. Um eine Bestellung auszufüllen, schickt man eine E-Mail mit konkreten Forderungen und die Lieferung wird bearbeitet. Die aktuelle Preisliste und das reiche Angebot des Biers findet man auf der offiziellen Website des Restaurants. Zur Verfügung stehen auch Geschenksets von Bierarten und Souvenirs wie beispielsweise Originalgläser der Brauerei. Die Lieferung ist nicht nur in Prag zur Verfügung sondern auch in anderen Städten in Tschechien. Dies ist aber nur unter Bedingungen der Massenerlieferung und vorher bestimmten Daten möglich.⁵⁷

Am Ende des Jahres 2021 wurde das Restaurant im vollen Betrieb wiedergeöffnet. Beim Besuch musste man sich mit dem gültigen Impfungszertifikat ausweisen. Diese Forderung wurde im Februar 2022 aufgelöst.⁵⁸

Heutzutage kann man also das Restaurant normalerweise besuchen. Es gibt nur eine kleine Veränderung und zwar in Öffnungszeiten, die seit Januar um eine Stunde verkürzt sind.⁵⁹

Daneben haben die Mitarbeiter angegeben, dass die Einnahmen des Unternehmens derzeit zwischen 30-40 % der ursprünglichen Einnahmen liegen und von tschechischen Kunden in einer schwierigen Situation unterstützt wurden.⁶⁰

⁵⁶ Mediaguru, *Costa Coffee vstupuje do retailu, zaměří se i na kanceláře*. {online} {Zugriff am 16.3.2022} Verfügbar unter <https://www.mediaguru.cz/clanky/2020/10/costa-coffee-vstupuje-do-retailu-zameri-se-i-na-kancelare/>

⁵⁷ U Flekú, *Rozvoz flekovského piva v Praze a po ČR 2022* {online} {Zugriff am 12.2.2022} Verfügbar unter <https://ufleku.cz/rozvoz-piva-po-ceske-republice/>

⁵⁸ U Flekú, *Aktuální covidové podmínky platné od 26.12.2021* {online} {Zugriff am 12.2.2022} Verfügbar unter <https://ufleku.cz/2171-2/>

⁵⁹ U Flekú, *Aktuálně – Změna otevírací doby platná od 17.1. 2022* {online} {Zugriff am 12.2.2022} Verfügbar unter <https://ufleku.cz/2178-2/>

⁶⁰ Fragebogenumhebung, Anlage E-H: Motivationsfaktoren im Restaurant U Flekú

6.3. Aktuelle Situation in CrossCafe

Seit Herbst 2021 sind alle Filialen im normalen Betrieb geöffnet. Bis Februar hat nur eine Bedienung gegolten, damit man bestellen und im Innen essen konnte – und zwar geimpft oder genesen zu sein. In Praxis sah es so aus, dass alle Kunden ihre Covid-Zertifikate über Impfung oder Genesung dem Personal zeigen mussten.⁶¹

Was die Schließung aller Niederlassungen in Prag betrifft, wurde in der zweiten Hälfte vorigen Jahres doch eine wiedergeöffnet. Dank der Möglichkeit Franchising konnte man die Mark CrossCafe in Prag zurückbringen. Das neue Café wurde auf dem Karlsplatz im Zentrum Prags geöffnet und bis heute dient diese neue Filiale genauso wie die damalige. Es gibt nur eine Änderung, und zwar der neue Chef, der aber fast nichts verändert hat.⁶²

Daneben ist die Öffnung der neuen Niederlassungen geplant. Unter bestimmten Bedingungen werden die potenziellen Franchisen entstehen. Der Direktor CrossCafe David Štangle hat mitgeteilt, dass die Besucher nicht so oft im Café bleiben würden, sondern ihre Bestellung mitnehmen. Daher ist es möglich, dass ein vielfältiges Mittagmenü bald entstehen wird. Mit diesem Plan würde CrossCafe mit Restaurants konkurrieren.⁶³

⁶¹ CrossCafe, *Jedeme dál!* {online} {Zugriff am 3.1.2022} Verfügbar unter <https://www.crosscafe.cz/jedeme-dal/>

⁶² CrossCafe, *S novým franchisantem opět v Praze*{online} {Zugriff am 13.1.2022} Verfügbar unter <https://www.crosscafe.cz/s-novym-franchisantem-opet-v-praze/>

⁶³ Aktuálně.cz, *Kavárny i přes úbytek hostů otevřou nové pobočky. Kvůli dražší kávě ale zvýší ceny.* {online} {Zugriff am 12.2.2022} Verfügbar unter <https://zpravy.aktualne.cz/ekonomika/kavarenske-retezce-v-cr-pres-pokles-navstevnosti-chystaji-no/r~0b18fd86828811ecabca0cc47ab5f122/>

7. Coronavirus-Pandemie

Das Coronavirus SARS-CoV-2 wurde erstmals Ende 2019 in der chinesischen Stadt Wuhan registriert. Im Januar 2020 wurde der erste Fall in Deutschland bestätigt und Tschechien hat im März gefolgt. Im selben Monat wurde von der Weltgesundheitsorganisation (WHO) eine globale Pandemie ausgerufen. Zum Januar 2022 wurden mehr als 330 Millionen Fälle in fast 200 Ländern gemeldet. Mit dem Anbruch der Pandemie wurden in mehreren Ländern umgehend Schulen geschlossen und Fernunterricht eingeführt. Auch der Tourismus war stark betroffen. Geschlossene Grenzen haben die Bewegungsfreiheit weltweit eingeschränkt. Viele sportliche Wettkämpfe und kulturelle Veranstaltungen wurden abgesagt oder verschoben.

Die Pandemie hat unter anderem weltweit eine Wirtschaftskrise verursacht. Die Herstellungen und Warenlieferungen wurden unterbrochen. In vielen Ländern hat die Panik der Menschen zu Massenkäufen von Lebensmitteln geführt. In der IT-Welt wurde über Komponentenmangel berichtet.⁶⁴

7.1. Coronavirus-Pandemie in einzelnen Wellen

Die Coronavirus-Pandemie kann in mehreren Wellen unterteilt werden. Die erste Welle hat im Frühling 2020 angefangen. Am 12. März hat die Regierung in Tschechien den Ausnahmezustand angerufen. Alle Veranstaltungen für mehr als 30 Personen oder beispielsweise der Zutritt zum Stadion wurden verboten. Geschäfte und Restaurants haben in derselben Woche geschlossen. Die starken Maßnahmen haben sich nicht auf Lebensmittelgeschäfte, Apotheken, Drogerien oder Tankstellen erstreckt. Restaurants konnten außer der Lieferung noch die sogenannten Ausgabefenster einrichten, die ermöglicht haben, Speisen und Getränke weiter zu verkaufen. Am 15. März hat die tschechische Regierung den Zutritt in Tschechien für Ausländer verboten. Für die tschechische Bevölkerung galt die Anordnung, ihre Heimat nicht zu verlassen. Dazu wurden bald die Bezirke Tschechiens geschlossen und das Personenfreizügigkeitsverbot trat in Kraft. Die Ausnahmen haben natürlicherweise die Fahrt zur Arbeit, die Versorgung einer Familie, der Einkauf von Lebensmitteln oder ein Arztbesuch gebildet. Ab 19. März ist das Gesetz zur Bedeckung von Nase und Mund in Geltung gekommen. Im April wurde der Ausnahmezustand verlängert. Gleichzeitig wurden die Beschränkungen der Personenfreizügigkeit und das Auslandsreiseverbot aufgehoben. Weitere Entlassungen haben im Mai erfolgt, ein Teil der Schülerinnen und Schüler ist in Schulen zurückgekehrt, die Maskenpflicht im Freien ist zu Ende gegangen und ebenso der Ausnahmezustand, der offiziell am 17. Mai geendet hat.

⁶⁴ Wikipedia.org, *Pandemie covidu-19* {online} {Zugriff am 18.1.2022} Verfügbar unter https://cs.wikipedia.org/wiki/Pandemie_covidu-19#Ekonomick%C3%A9_dopady

Trotz des symbolischen Festes auf der Karlsbrücke am 30. Juni verbessert sich die Situation nicht. Manche Maßnahmen wurden im Juli wieder eingeführt, und im August hat die Regierung die Einführung des Fernunterrichts in das Bildungsgesetz gebilligt. Die zweite Corona-Welle kommt.

Im September 2020 wurde die Maskenpflicht in allen Innenbereichen wieder eingeführt. Der zentrale Krisenstab unter der Leitung von damaligen Innenminister Jan Hamáček (ČSSD) wird erneut hinzugezogen. Der damalige Gesundheitsminister Adam Vojtěch wurde durch Roman Prymula ersetzt. Ab Oktober ist wieder der Ausnahmezustand in Kraft getreten. Schulen wurden völlig geschlossen und auf Fernunterricht umgestellt. Fitnessstudios, Theater, Kinos und Museen wurden genauso zugemacht. Die Massenversammlungen wurden eingeschränkt, fast alle Geschäfte wieder geschlossen und die Freizügigkeit von Personen beschränkt. Eine nächtliche Ausgangssperre ist verboten. Im selben Monat wurde Prymula durch Jan Blatný ersetzt und damit zum dritten Gesundheitsminister Tschechiens. Im November hat die Regierung ein neues antiepidemiologisches System (PES) eingeführt, das eine Reihe von Einschränkungen und Lockerungen unterliegt. Der Ausnahmezustand wurde verlängert und Präsident Miloš Zeman rief die Bürger dazu auf, sich gegen Covid-19 impfen zu lassen. Ende 2020 kamen die ersten Impfstoffe in der Tschechischen Republik an.⁶⁵

Im Interview mit dem Tschechischen Rundfunk am 10. März 2021 unter der Leitung von Jiří Čum erklärt Marek Slabý, Präsident des Verbandes der medizinischen Rettungsdienste in der Tschechischen Republik, dass sich die dritte Welle erheblich von den vorherigen unterscheidet. Die Zahl der Patienten ist immer wieder gestiegen und ebenso hat die Zahl der Fahrten zugenommen. Es ist zu den Schwierigkeiten bei der Unterbringung der Patienten gekommen, da die Krankenhäuser überfüllt sind. „Jeder zweite bis dritte Patient, den wir aufnehmen, hat Coronavirus. Manchmal transportieren wir nur positive Menschen,“ sagt Slabý. Ihm zufolge sei die Zahl der Patienten mit schwerwiegenden Problemen deutlich gestiegen und damit verbunden seien die notwendigen Beförderungen in Krankenhäusern. Die Retter seien müde und würden Überstunden machen.⁶⁶

Im Juli 2021 ist eine Warnung von der Weltgesundheitsorganisation (WHO) gekommen, die Situation bessere sich nicht und es müsse mit möglichen Lockerungen abgewartet werden.

⁶⁵ irozhlas.cz, *Od prvních nakažených k více než 20 000 mrtvých. Český rok s koronavirem den po dni* {online} {Zugriff am 26.2.2022} Verfügbar unter https://www.irozhlas.cz/zpravy-domov/koronavirus-covid-cesko-ockovani-testovani-vakciny-epidemie-andrej-babis-jan_2103010705_ace#bre

⁶⁶ irozhlas.cz, *Třetí vlna je úplně jiná, každý druhý až třetí pacient má koronavirus, říká šéf záchranné asociace Slabý* {online} {Zugriff am 26.2.2022} Verfügbar unter https://www.irozhlas.cz/zpravy-domov/koronavirus-v-cesku-zachranari-zachranna-sluzba-covid-19_2103101107_vtk

Die Bedrohung ist eine neue Mutation des Virus – Delta. Von allen Staaten ist daher eine hohe Durchimpfungsrate erwartet.⁶⁷

Eine weitere Welle der Pandemie ist im Herbst 2021 vorgekommen. Die wachsenden Zahlen wurden nicht nur durch das geringe Impfinteresse beeinträchtigt, sondern auch durch die schwache Wirksamkeit des Impfstoffs.⁶⁸

Das Leben in Tschechien wurde im November 2021 durch die neuen Maßnahmen grundsätzlich eingeschränkt, denn sie wurden vor allem an den ungeimpften Teil der Bevölkerung gerichtet. Der Zugang in Restaurants, Hotels oder Fitnesscenter war ihnen verboten. Daneben konnten sie nicht an Massenveranstaltungen teilnehmen und Dienstleistungen ausnutzen. Diese Beschränkungen galten auch nicht für diejenigen, die sich in den letzten sechs Monaten mit Covid-19 infiziert hatten.⁶⁹

Im Februar 2022 wurde die Regel des Nachweises mit dem sogenannten Covid-Zertifikat abgeschafft. Die Pflicht zum Mundschutz und zur Einhaltung der Abstände gilt weiterhin.⁷⁰

Seit dem 13. März 2022 wird die Atemschutzpflicht in Innenräumen aufgehoben, mit Ausnahme von medizinischen Einrichtungen. Die gleiche Ausnahme gilt auch für öffentliche Verkehrsmittel.⁷¹

⁶⁷ Seznam Zprávy, „Rychlost třetí vlny je nevidaná.“ *WHO varuje před rozvolňováním* {online} {Zugriff am 27.2.2022} Verfügbar unter <https://www.seznamzpravy.cz/clanek/jeste-to-neskoncilo-who-poslala-varovani-zemim-ktere-rychle-rozvolnuji-169138>


⁶⁸ Noviny kraje, *KORONAVIRUS: Čtvrtá vlna epidemie je tu, přírůstky se budou zhoršovat. Posilující dávka vakcíny bude brzy dostupná téměř milionu lidí* {online} {Zugriff am 27.2.2022} Verfügbar unter <https://www.novinykraje.cz/plzensky/2021/10/08/koronavirus-ctvrta-vlna-epidemie-je-tu-prirustky-se-budou-zhorsovat-posilujici-davka-vakciny-bude-brzy-dostupna-temer-milionu-lidi/>

⁶⁹ deník.cz, *PŘEHLEDNĚ: Na pivo či koncert jen s očkováním. Co vše se od pondělí mění* {online} {Zugriff am 27.2.2022} Verfügbar unter https://www.denik.cz/z_domova/prehledne-covid-opatreni-ockovani-testy-20211118.html

⁷⁰ deník.cz, *PŘEHLEDNĚ: Jaká opatření vláda zruší, jaké zákazy budou zatím platit dál* {online} {Zugriff am 27.2.2022} Verfügbar unter https://www.denik.cz/z_domova/covid-omezeni-ockovani-restaurace-20230203.html

⁷¹ Seznam Zprávy, *Od 13. března už nebudou respirátory v obchodech povinné* {online} {Zugriff am 27.2.2022} Verfügbar unter <https://www.seznamzpravy.cz/clanek/koronavirus-vlada-omezi-noseni-respiratoru-hromadne-akce-budou-bez-omezeni-189787>

7.2. Zusammenfassung der Corona-Krise in der Gastronomie



ČESKÁ GASTRONOMIE vs COVID-19

+30 tis. restaurací a hospod, 100 tis. zaměstnanců, miliony spokojených zákazníků

	1. PŘEŽITÍ 14.3. - ???	2. RESTART první týdny	3. ZOTAVENÍ první měsíce až rok	4. UZDRAVENÍ dlouhodobě
CO NÁS TÍŽÍ:	NULOVÉ TRŽBY ZAMĚSTNANCI BEZ PŘÍJMŮ SPLATNÉ ZÁVAZKY NÍZKÉ REZERVY PO ZIMĚ KAZÍCÍ SE ZÁSoby	JAK BUDE RESTART / ZNOVUOTEVŘENÍ VYPADAT? BUDE SE S NÁMI O NĚM NĚKDO BAVIT? JAKÁ BUDOU ZDRAVOTNÍ PRAVIDLA? BUDEME MÍT NA ZBOŽÍ, NÁJEM A ENERGIE?	BEZPEČNOST ZÁKAZNÍKŮ A ZAMĚSTNANCŮ SLABÁ POPTÁVKA (strach a nedostatek peněz, turisté) FINANČNĚ VYČERPANÍ ZAMĚSTNANCI FINANČNĚ VYČERPANÍ DODAVATELÉ	POVĚST ČESKÉ GASTRONOMIE jako odvětví Slabý rozvoj inovací Vzdělávání a atraktivita oboru pro kvalitní pracovní sílu
CO NÁM POMŮŽE:	PROGRAM "ANTIVIRUS" PROMINUTÍ DPH ODPUŠTĚNÍ NÁJMŮ SPLÁTKOVÉ KALENDÁŘE <small>A DALŠÍ OPATŘENÍ PROSAZOVANÁ ASOCIACÍ MALÝCH A STŘEDNÍCH PODNIKŮ A ZIVNOSTNÍKŮ ČESKÉ REPUBLIKY www.amsp.cz / www.zivnostnik.cz</small>	DIALOG S VLÁDOU / S MPO JASNÉ INSTRUKCE A PROVÁDĚCÍ PŘEDPISY DOSTATEK OCHRANNÝCH POMŮCEK NEVRATNÉ DOTACE PRACOVNÍHO KAPITÁLU BEZÚROČNÉ PŮJČKY DOČASNÉ SNÍŽENÍ NÁJMŮ Dočasná úroveň DPH 5%	PRVNÍCH 6 MĚSÍCŮ BEZ ODVODŮ ČSSZ (pouze zdravotní), 50% DALŠÍCH 6 MĚSÍCŮ PRVNÍCH 6 MĚSÍCŮ BEZ SRÁŽKOVÉ DANĚ DPP (brigádníci), 50% DALŠÍCH 6 MĚSÍCŮ DPH NA 5%	EFEKTIVNÍ GASTRO MARKETING – LOKÁLNÍ, ZAHRANIČNÍ, ZAMĚSTNANEČKÝ DISKUSE NAD GASTRO ŘEMESLY A VZDĚLÁNÍM GASTRO INOVACE a daleko lepší networking Vrátit DPH NA 10%

Stav k 27. 3. 2020
Hospodská.cz, AMSP ČR

Abbildung 4: Tschechische Gastronomie vs Covid-19⁷²

Die Abbildung 4 stellt einen Vorschlag dar, der sich mit den Auswirkungen der Pandemie und Lösungen befasst. Nach Angaben hat die Krise mehr als dreißig Tausend Restaurants, ein hundert Tausend Arbeiter und Millionen Kunden beeinflusst. Diese Lösungsvorschläge stammen aus dem 27. März 2020 und enthalten vier Schritte.

Die erste Periode, als die Pandemie kam, ist Überleben. Damals waren in diesem Bereich keine Einkommen, keine Löhne für Arbeiter und unverbrauchte Vorräte. Damit sollte beispielsweise das neue Programm Antivirus, Mehrwertsteuerbefreiung oder Mieterlass helfen.

Nach einigen Wochen ist ein Neustart erwartet. Dies enthält ein paar Schlüsselfragen, z. B. wie dieser Neustart eigentlich aussehen wird oder was beinhalten die Gesundheitsregeln. Dazu werden Einwegzuschüsse, Mietminderung oder Mehrwertsteuersenkung helfen.

Die dritte Phase umfasst das erste Jahr seit Beginn der Krise. Zu den Schwierigkeiten gehört die Sicherheit sowohl der Kunden als auch des Personals. Die Unternehmen sorgen sich um Geld- und Lieferantenmangel. Eine große Hilfe wäre daher wieder beispielsweise die Senkung der Mehrwertsteuer.

⁷² Abbildung 4: Tschechische Gastronomie vs Covid-19 {Zugriff am 19.1.2022} Verfügbar unter <https://amsp.cz/ceska-gastronomie-vs-covid-19-navrhy-reseni/>

Die vierte und letzte Phase ist Heilung. Im Allgemeinen handelt es sich um den Ruf der tschechischen Gastronomie, Ausbildung und Attraktivität des Bereichs. Damit sollten vor allem Marketing und Innovationen helfen. Zu guter Letzt wird die Mehrwertsteuer in die ursprünglichen 10 % zurückversetzt.⁷³

7.3. Staatliche Hilfe

Die schlimmste Situation in der Gastronomie ist im Jahr 2020 gekommen. Die Unternehmen hatten keine hohen Vorräte, um das Personal, Miete und andere Nebenkosten für längere Zeit zu versorgen. Viele von ihnen haben ihre Bestände schon im Frühling 2020 erschöpft. Um Massenentlassungen und Liquidationen von Unternehmen zu verhindern, hat die Regierung im Herbst eine staatliche Hilfe für Gastronomie gebilligt. Die Steuern während des Ausnahmezustands wurden für diejenigen gesenkt, die aufgrund staatlicher Beschränkungen ihre Aktivitäten nicht ausüben konnten.⁷⁴

Im Jahr 2020 wurde noch ein antiepidemiologisches System (PES) eingerichtet, das eine Reihe von Entschädigungen enthalten hat. Auch das neue Programm *Covid – Gastro* sollte den Gastronomen helfen. Es wurde aber kritisiert, denn die Kompensationen haben nicht genügt.⁷⁵

7.3.1. Einzelne Vergütungsprogramme

Unternehmer, denen während des ausgerufenen Ausnahmezustands in der Tschechischen Republik vom 5. Oktober 2020 der Verkauf von Waren oder die Erbringung von Dienstleistungen untersagt oder deutlich eingeschränkt wurden, und dadurch ihre Erwerbe beeinträchtigt wurden, konnten die Unterstützung des **Covid Gastro Programms - Geschlossene Betriebe** beantragen. Die Höhe dieser Entschädigung beträgt 400 CZK pro Arbeitnehmer und Tag, für den die Tätigkeit beschränkt war. Diese umfasst den Zeitraum vom 9. Oktober 2020 bis zum 10. Januar 2021. Die Unterstützung sollte Betriebs- und Wartungskosten, Personalkosten, Abschreibungen, Steuern, Gebühren, Kreditrückzahlungen und mehr versorgen. Anerkannt sind die Kosten vom 10. Februar 2020 bis zum 10. Januar 2021. Die Voraussetzung für das Schöpfen der Entschädigung ist jedoch, dass der

⁷³ ASMP ČR, *Česká gastronomie vs. COVID-19 – návrhy řešení* {online} {Zugriff am 19.1.2022} Verfügbar unter <https://amsp.cz/ceska-gastronomie-vs-covid-19-navrh-y-reseni/>

⁷⁴ Aktuálně.cz, *Vládní pomoc restauracím: Mzdy v plné výši, proplacení půlky nájmu a daňové úlevy* {online} {Zugriff am 19.11.2021} Verfügbar unter: <https://zpravy.aktualne.cz/ekonomika/nahrada-mezd-v-plne-vysi-castecne-placene-najmy-vlada-jedna/r~5cf989920e0611eb95caac1f6b220ee8/>

⁷⁵ Česká televize ČT24, *Vláda schválila podpůrné programy pro gastro, nájemné a ubytování* {online} {Zugriff am 20.1.2022} Verfügbar unter <https://ct24.ceskatelevize.cz/ekonomika/3240938-je-pripraven-podpurny-program-pro-restauratory-predpoklada-400-korun-na>

Antragsteller seine Tätigkeit nicht innerhalb von mindestens drei Monaten nach Erhalt der Beihilfe beendet. Die Regierung hat dafür fast 2,5 Mrd. CZK bewilligt.⁷⁶

Weitere mögliche Entschädigung ist Programm **Covid – ungedeckte Kosten**, dessen Aufgabe wiederum ist, Unternehmen zu helfen, deren Umsatz aufgrund der Covid-Pandemie um mindestens 30 % im Vergleich mit dem gleichen Zeitraum im Jahr 2019 (bzw. 2018) eingebrochen ist. Der Staat wird einen Teil ihrer Kosten decken, die Verschlechterung des Kapitals verhindern, ihre Liquidität erhöhen, die Geschäftstätigkeit erhalten und die Unternehmen erholen. Bei einem Umsatzrückgang von mindestens 30 % aber zugleich weniger als 50 % für den sogenannten entscheidenden Zeitraum beträgt die Höhe der Unterstützung 40 % der ungedeckten Kosten. Ist der Umsatz um mehr als 50 % zurückgegangen, beträgt die Beihilfe 70 % der ungedeckten Kosten für den entscheidenden Zeitraum. Diese Unterstützung ist bis zu einem Höchstbetrag von 30 Mio. CZK pro Antragsteller gewährt.⁷⁷

Eine weitere Hilfe für Unternehmer ist das **Antivirus-A-Programm – erzwungene Verkehrsbeschränkungen und Quarantäne**. Diese Unterstützung kann man beantragen, falls den Mitarbeitern infolge der Erkrankung COVID-19 die Quarantäne oder Isolierung verordnet sind. Die maximale Förderung dieses Programms beträgt 80 % der förderfähigen Kosten (d. h. der Ersatz des Gehalts von den Arbeitnehmern und die Höhe der gesetzlichen Beiträge), bis zu einem Höchstbetrag von 39.000 CZK pro Arbeitnehmer. Der Arbeitnehmer erhält einen Lohnausgleich von 60 % des Durchschnittsverdienstes. Die Entschädigung konnte bis zum 28. 2. 2022 beantragt werden.⁷⁸

⁷⁶ Ministerstvo průmyslu a obchodu, *Program COVID – GASTRO – Uzavřené provozovny* {online} {Zugriff am 9.2.2022} Verfügbar unter: <https://www.mpo.cz/cz/rozcestnik/informace-o-koronavirus/program-covid--gastro--uzavrene-provozovny--258742/>

⁷⁷ COVID Portál, *Kompenzace – COVID - Nepokryté náklady* {online} {Zugriff am 9.2.2022} Verfügbar unter: <https://covid.gov.cz/situace/kompenzace/covid-nepokryte-naklady>

⁷⁸ COVID Portál, *Kompenzace – Antivirus A – nucené omezení provozu a karantény* {online} {Zugriff am 9.2.2022} Verfügbar unter <https://covid.gov.cz/situace/kompenzace/antivirus-nucene-omezeni-provozu-karanteny>

7.4. Zusammenfassung der Auswirkungen der Pandemie an die Gastronomie

Nach Angaben der Tschechischen Pressestelle (CTK) aus Mai 2021 würde die Café-Kette Costa Coffee nach der Wiedereröffnung rund 70 % der Kundenzahl im Vergleich mit dem Zeitraum vor der Corona-Krise erreichen.⁷⁹

In Großbritannien, woher das Unternehmen ebenfalls herkommt, warnt man vor einer Entlassung. Aufgrund der Pandemie seien etwa zehn Prozent der Beschäftigten betroffen. Unter anderem sei die Stelle des stellvertretenden Managers in allen Betrieben abzuschaffen.⁸⁰

Die Coronavirus-Pandemie hat auch den Kaffeepreis beeinflusst. Die Menschen sind besorgt, dass der Kaffee aufgrund der Pandemie nicht ausreichen wird, also beginnen sie, Vorräte aufzubauen und der Preis beginnt wieder zu steigen.⁸¹

Die tschechische Café-Kette CrossCafe musste aufgrund der ständigen Maßnahmen der Regierung alle Filialen in Prag schließen.⁸²

Die Zweigstellen beispielsweise in Plzeň, Ostrava, Liberec oder Pardubice sind von der Schließung nicht betroffen.⁸³

⁷⁹ Seznam zprávy, *Covid uspal desítky kaváren Costa Coffee* {online} {Zugriff am 10.11.2021} Verfügbar unter: <https://www.seznamzpravy.cz/clanek/covid-uspal-desitky-kavaren-costa-coffee-na-mustku-uz-vari-kavu-jini-138854>

⁸⁰ Eurozprávy.cz, *Koronakrize dopadla na Costa Coffee i Virgin Atlantic, bude se propouštět* {online} {Zugriff am 11.11.2021} Verfügbar unter: <https://eurozpravy.cz/ekonomika/evropa/koronakrize-dopadla-na-costa-coffee-i-virgin-atlantic-bude-se-propoustet.16efd066/>

⁸¹ Novinky.cz, *Kávy není nikdy dost, její cena v době koronakrize roste* {online} {Zugriff am 11.11.2021} Verfügbar unter: https://www.idnes.cz/ekonomika/zahranicni/cena-kavy-zdrazovani-kavy-arabica-robusta-koronavirus-pestitele-kavy.A200421_125045_eko-zahranicni_div

⁸² Pražský deník, *V Praze končíme! Řetězec CrossCafe oznámil uzavření svých kaváren v metropoli* {online} {Zugriff am 11.11.2021} Verfügbar unter: <https://prazsky.denik.cz/podnikani/crosscafe-kavarna-opatreni-vydejni-okenko-podpora.html>

⁸³ Novinky.cz, *Řetězec CrossCafe zavírá pět poboček v Praze* {online} {Zugriff am 11.11.2021} Verfügbar unter: <https://www.novinky.cz/ekonomika/clanek/retezec-crosscafe-zavira-pet-pobocek-v-praze-40351011>

8. Ergebnisse der Fragebogenerhebung

Für die Fragebogenhebung wurden ein paar Fragen aufs Thema *Motivation der Arbeiter in Gastronomie während der Corona-Krise* vorbereitet. Der Fragebogen wurde dann ans Personal in Costa Coffee, U Flekú und CrossCafe verteilt. Baristas in Filialen Costa Coffee sowohl in Prag als auch in Pardubice, Köche und Brauer in der Brauerei U Flekú und Baristas in CrossCafe haben die Umfrage ausgefüllt. An der Forschung haben insgesamt dreiundzwanzig Arbeiter der Gastronomie teilgenommen. Im Hinblick auf alle Teilnehmer wurde die Umfrage im Tschechischen durchgeführt und dann ins Deutsche übersetzt. Die endlichen Ergebnisse der Untersuchung sind in Prozenten ausgedrückt und daneben sind in Klammern einzelne Anzahlen von Befragten hinzugefügt. Alle Daten stammen aus dem Fragebogen (*Anlage A*), der im Jahr 2021 vorbereitet und dasselbe Jahr an die Teilnehmer verteilt wurde.

Die erste vorliegende Grafik (*Diagramm 1*) gibt Auskunft über die Motivation aller Forschungsteilnehmer im Allgemeinen. Man kann in der Statistik deutlich erkennen, dass 84 % der Befragten ausreichend motiviert sind, in der Gastronomie zu arbeiten.

Eine Begründung dafür könnte sein, dass die meisten von Befragten im Bereich arbeiten, der ihnen Freude bereitet. Die Arbeit in der Gastronomie hängt zwar mit strikten Regeln, aber auch mit der breiten Reihe von Zusatzleistungen zusammen, die bereits im ersten Teil dieser Abschlussarbeit erwähnt sind. Insgesamt lässt sich sagen, dass die große Anzahl der genug motivierten Arbeiter am Ende des Jahres in ihrer Arbeit zufrieden sind, trotz der weltweiten Pandemie und damit verbundener Wirtschaftskrise.

Sind Sie Ihrer Meinung nach genug motiviert zu Ihrer Arbeit?

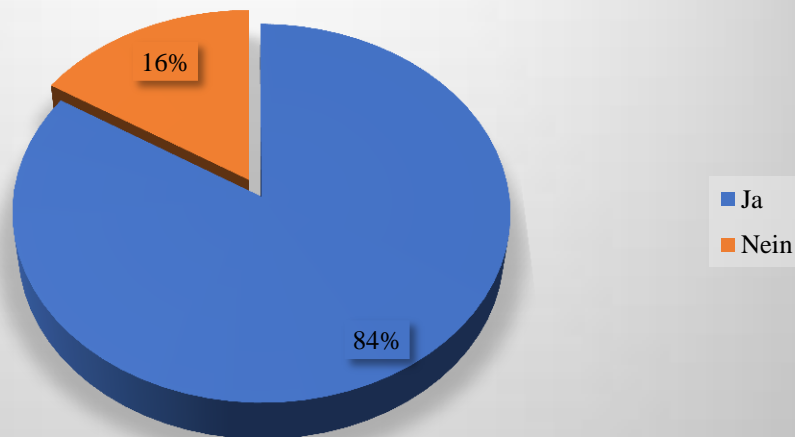


Diagramm 1: Sind Sie Ihrer Meinung nach genug motiviert zu Ihrer Arbeit?

Die Beschäftigten haben wenig oder mehr verschiedene Antriebe, um motiviert zu bleiben. Nach Ergebnissen des Fragebogens informiert die *Tabelle 1*, dass die Beschäftigten hauptsächlich durch einen Lohn (17), einen Sinn der Arbeit (13), bzw. einen Beitrag der Tätigkeit (13), aber auch einen Lob oder Anerkennung (10) motiviert sind. Manche Befragten haben hinzugefügt, dass sie ebenso das Arbeitskollektiv bedeutungsvoll finden.

Was motiviert Sie zur Arbeit am meisten?	Anzahl (max. 23)
Der Lohn	17
Prämie, Boni	9
Beruflicher Aufstieg, Aufstiegschancen	3
Neue Fähigkeiten schaffen (Selbstentwicklung)	4
Ergebnisse	2
Maß der Selbstständigkeit	8
Sinn der Arbeit (Beitrag der Tätigkeit)	13
Gesellschaftliche Bedeutung	6
Lob, Anerkennung	10
Sonstiges (ausfüllen)	Kollektiv, sich abreagieren

Tabelle 1: Was motiviert Sie zur Arbeit am meisten? – allgemein

Falls man die Ergebnisse in einzelnen Unternehmen vergleichen möchte, stellt die Daten die folgende Tabelle dar (*Tabelle 2*). Es ist gezeigt, dass der größte Antrieb aller Befragten der Lohn ist. In Costa Coffee und in CrossCafe sind die Ergebnisse sogar maximal, d. h. alle Befragten sind damit einverstanden. Nach Angaben von Beschäftigten in Costa Coffee wird das Gehalt seit Sommer 2021 erhöht. Für manche Mitarbeiter könnte dies ein überzeugender Grund sein, im gastronomischen Bereich nach der Krise zu bleiben.

Ganz höher Anteil von Befragten betrachtet jedoch keinen beruflichen Aufstieg bzw. Aufstiegschancen motivierend. Ähnlich motivierend sind daneben noch die Arbeitsergebnisse.

Was motiviert Sie zur Arbeit am meisten?	Costa Coffee (max. 8)	U Flekû (max. 10)	CrossCafe (max. 5)
Der Lohn	8	4	5
Prämie, Boni	4	0	5
Beruflicher Aufstieg, Aufstiegschancen	3	0	0
Neue Fähigkeiten (Selbstentwicklung)	3	1	1
Ergebnisse	1	1	0
Maß der Selbstständigkeit	4	1	3
Sinn der Arbeit (Beitrag der Tätigkeit)	4	5	5
Gesellschaftliche Bedeutung	5	1	0
Lob, Anerkennung	5	2	5
Sonstiges (ausfüllen)	sich abreagieren	Kollektiv	Kollektiv

Tabelle 2: Was motiviert Sie zur Arbeit am meisten? - konkret

Die nächste Statistik (*Tabelle 3*) befasst sich mit dem Thema, ob und wie die Corona-Krise das Geschehen im Unternehmen beeinflusst hat. Aus der Tabelle geht hervor, dass es sowohl in Costa Coffee, als auch in der Brauerei U Flekû und CrossCafe verteuert wurde. Als Gründe für diesen Schritt kann man beispielsweise die gestiegenen Rohstoffpreise, hohe Betriebskosten und teilweise noch fehlenden Tourismus betrachten.

Genauso sehen die Ergebnisse bei der zweiten Frage aus, und zwar, dass die Krise die Gehaltsabrechnung der Angestellten beeinflusst hat. Während der langen und mehreren Lockdowns, als die Betriebe geschlossen waren und die Unternehmen keinen Verdienst hatten, waren die Arbeitnehmer ohne den gewohnten Lohn. Sehr überraschend kann man die bereits erwähnte Wirklichkeit wahrnehmen, dass nach der dritten Welle der Covid-Pandemie

die Gehälter der Mitarbeiter in Costa Coffee gestiegen sind. Damit hängt noch eine Reihe von Sachbezügen zusammen, die gleichfalls in vorigem Kapitel genannt wurden.

In der Brauerei war das Geschehen genau umgekehrt und unglücklich, denn nach Angaben der Befragten gab es Entlassungen. Noch etwas schlimmer war die Situation in CrossCafe in allen Filialen Prags. Wegen des Bankrotts wurden alle Arbeitnehmer entlassen. Damit verbunden war sinngemäß die dauerhafte Schließung aller Zweigstellen in der Hauptstadt Tschechiens. Die Beschäftigten in Costa Coffee haben angegeben, dass manche Niederlassungen im ganzen Land jedoch vollständig geschlossen sind und voraussichtlich nicht wiederöffnen werden. Insgesamt lässt sich sagen, dass dem Geschehen in CrossCafe am meisten geschadet wurde und die Auswirkungen permanent sind.

Haben Sie die Auswirkungen der Corona-Krise auf das Geschehen im Unternehmen bemerkt?	Costa Coffee	U Flekú	CrossCafe
Nein, ich habe keine Veränderung gespürt.			
Ja, es gab eine Verteuerung des Sortiments.	✓	✓	✓
Ja, die Krise wirkte sich auf die Gehaltsabrechnung.	✓	✓	✓
Ja, es gab Entlassungen.		✓	✓
Ja, es kam zu einer <u>dauerhaften</u> Schließung (Betrieb, Filialen).	✓		✓
Andere, bitte hinzufügen.			

Tabelle 3: Haben Sie die Auswirkungen der Corona-Krise auf das Geschehen im Unternehmen bemerkt?

Das folgende Balkendiagramm (*Diagramm 2*) stellt dar, ob man sich während der Krise um seine Arbeitsstelle gesorgt hat. Es ist deutlich gezeigt, dass vor allem die Beschäftigten in der Brauerei U Flekú und CrossCafe Angst hatten, ihre Stelle zu verlieren. Ein wesentlicher Grund für die Brauerei könnte sein, dass vor allem Touristen einen beträchtlichen Teil dieses Restaurants gebildet haben. Gerade dieses Unternehmen war sehr abhängig vom Tourismus und daher stark betroffen. Ziemlich ähnliche Situation war in CrossCafe, wo das Geld hauptsächlich dank StudentInnen verdient wurde. Die Schließung von Schulen und Distanzunterricht haben das Einkommen des Unternehmens logischerweise betroffen, denn

viele von den StudentInnen haben Zeit für ihr Studium in Zweigstellen des Cafés verbracht, bis die Pandemie gekommen ist.

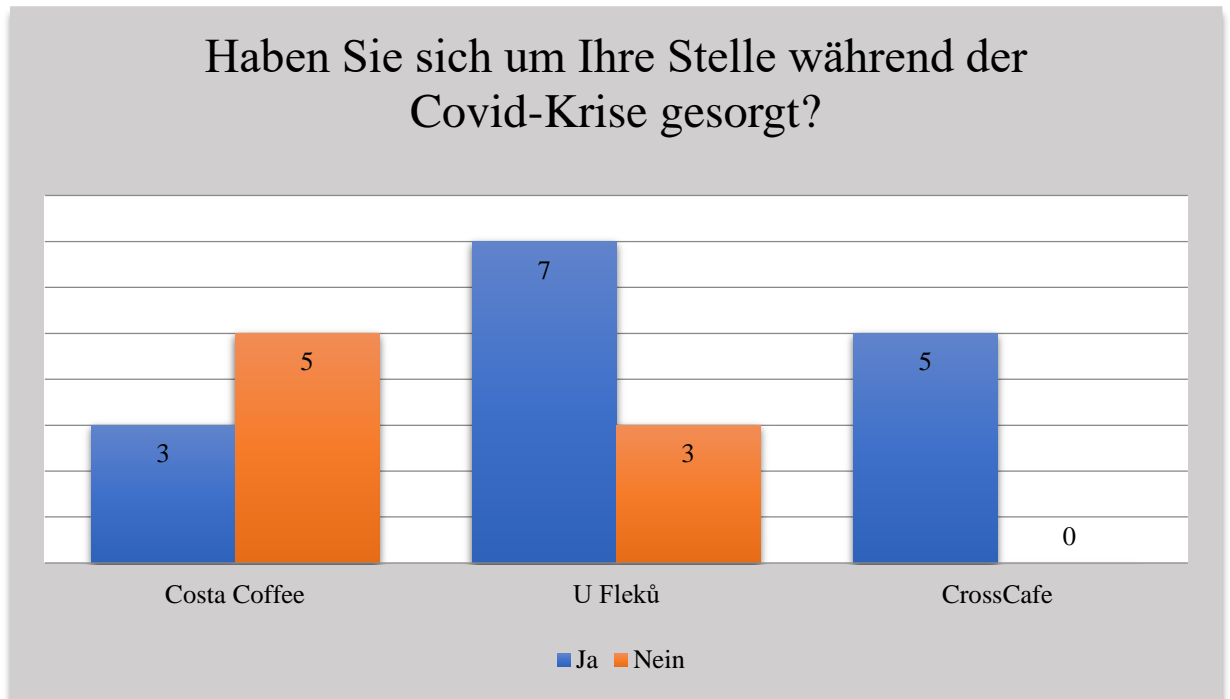


Diagramm 2: Haben Sie sich um Ihre Stelle während der Covid-Krise gesorgt?

Das nächste Schaubild (*Diagramm 3*) gibt Auskunft darüber, ob die Beschäftigten Informationen über den Zustand des Unternehmens während der Coronavirus-Pandemie hatten. 74 % (17) der Befragten haben angegeben, dass sie völlig über die Situation während der Covid-Pandemie und mehrerer Lockdowns informiert waren. Es ist notwendig zu erwähnen, dass, laut Angaben der Beschäftigten in CrossCafe, die Auskunft über die ungünstige Zukunft des Betriebs ermittelt wurde. Das Unternehmen hat die Situation einfach finanziell nicht bewältigt und, wie bereits erwähnt, alle Mitarbeiter entlassen.

Haben Sie Informationen über den Zustand des Unternehmens während der Krise gehabt?

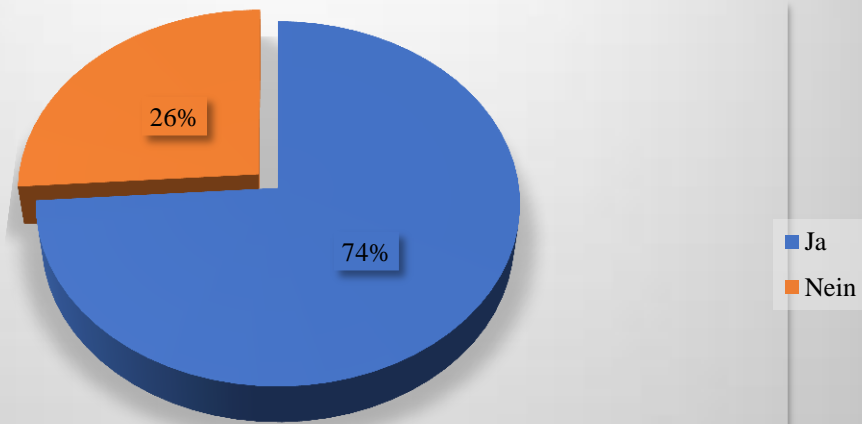


Diagramm 3: Haben Sie Informationen über den Zustand des Unternehmens während der Krise gehabt?

Das Diagramm 4 gibt Information darüber, ob die Arbeitnehmer während des Lockdowns Schwierigkeiten mit Geld hatten. Aufgrund mehrerer Lockdowns und damit verbundenen geschlossenen Betrieben haben die Angestellten keinen festen Lohn, auf den sie bisher gewohnt waren.

Haben Sie Schwierigkeiten mit Geld während der Krise gehabt?

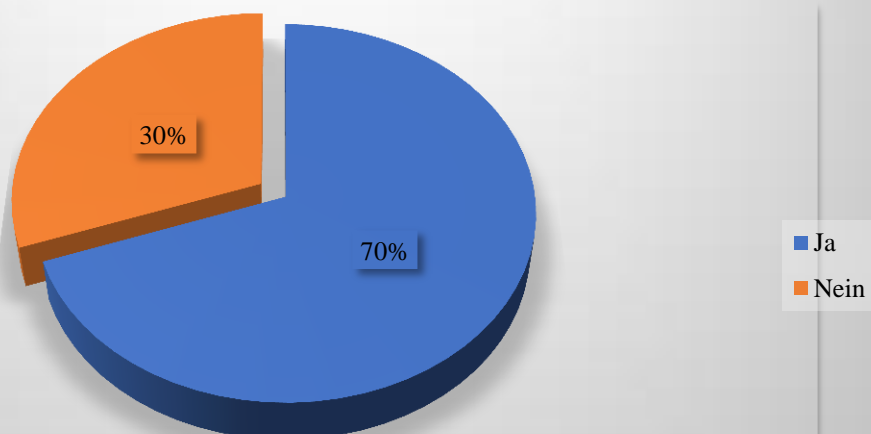


Diagramm 4: Haben Sie Schwierigkeiten mit Geld während der Krise gehabt?

Aus dem Schaubild ist es zu erkennen, dass 70 % der Befragten tatsächlich Probleme hatten und fanden es schwer, mit dem Geld auszukommen. Viele von ihnen gaben zu, dass sie gezwungen dazu waren, eine einstweilige Arbeit zu suchen. Ganz beliebige Tätigkeit war die Lebensmittellieferung.

Eine Mitarbeiterin hat angegeben, dass sie einen Job in einem anderen Bereich gefunden hat, um etwas Geld zu verdienen. Es hat sich um Kundendienst gehandelt. Sobald die gastronomischen Betriebe öffnen konnten, sind die meisten von Befragten in die ursprüngliche Arbeit zurückgekehrt.

Andersherum war es in den Zweigstellen CrossCafe in der Hauptstadt, wo es nicht möglich war, die Arbeiter wieder anzustellen. Einerseits haben die Beschäftigten in CrossCafe hinzugegeben, dass das Unternehmen sie immer sehr unterstützt hat und sobald es möglich war, ein Ausgabefenster zu öffnen, hat das Unternehmen eine Schicht denjenigen angeboten, die sie angesichts der finanziellen Situation am dringendsten gebraucht hatten. Die Mitarbeiter haben noch daher informiert, dass sie bis heute ihre damalige Arbeit da vermissen. Andererseits haben sie doch ihre Stelle verloren und keine Abfindung bekommen. Die Angestellten haben aufgezeichnet, dass sie sowohl ihre KollegInnen, als auch die Arbeitgeber viel entbehren.

Was die Suche nach der neuen Arbeit betrifft, sind die Daten im nächsten Diagramm (*Diagramm 5*) gezeigt. Die Grafik zeigt, dass wegen der Covid-Krise auf der Suche nach einem neuen Job 22 % (5) der Befragten war. Zusammenfassend kann man sagen, dass alle Angestellten in CrossCafe eine neue Arbeit suchen müssen haben.

Haben Sie wegen der Covid-Krise eine neue Arbeit gesucht?

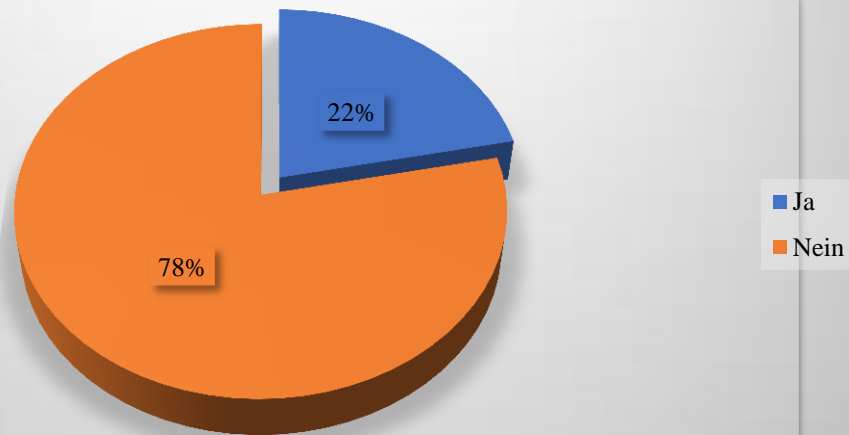


Diagramm 5: Haben Sie wegen der Covid-Krise eine neue Arbeit gesucht?

Die folgende und letzte Grafik (Diagramm 6) bringt zum Ausdruck, ob die Befragten jemanden in ihrer Umgebung kennen, der aufgrund der weltweiten Pandemie ebenso Schwierigkeiten mit seiner Arbeit oder mit Geld gehabt hat, bzw. Probleme, die bisher dauern.

Kennen Sie jemanden, der wegen der Pandemie noch Schwierigkeiten hat?

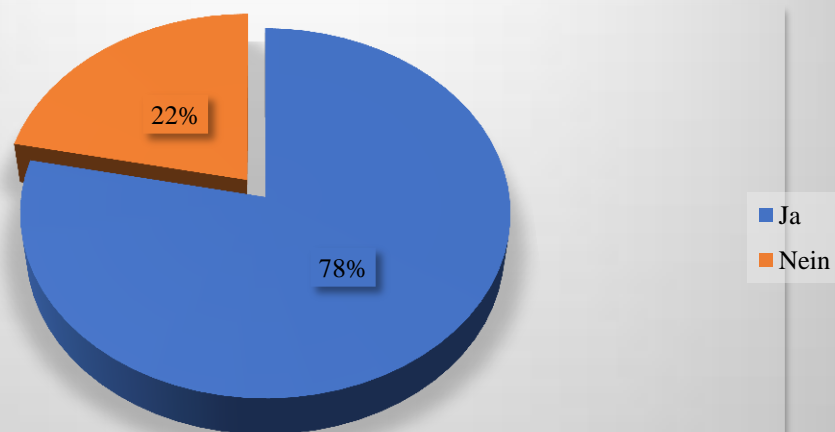


Diagramm 6: Kennen Sie jemanden, der wegen der Pandemie noch Schwierigkeiten hat?

Das Diagramm liefert klare Informationen und zwar, dass 78 % (18) aller Forschungsteilnehmer jemanden in ihrer Umgebung haben, den die weiterhin andauernde

Pandemie noch betroffen hat. Ein Grund dafür könnte sein, dass die starke Covid-Krise nicht nur diesem Bereich viel geschadet hat, sondern auch anderen Branchen, wie z. B. Tourismus, Kunst und Wirtschaft im Allgemeinen. Bestimmt handelt es sich nicht nur um das Einkommen des Menschen, sondern auch um seine psychische und physische Gesundheit, sozialen Zustand und viel anderes, was sich auch im Gesundheitswesen, Schulwesen erwiesen hat.

Im Großen und Ganzen kann man sagen, dass die negativen Auswirkungen im Bereich der Gastronomie geherrscht haben. Was man besonders überraschend finden kann, dass die Befragten mit der ungünstigen Situation und der andauernden Krise einverstanden sind und ihre Meinungen sehr versöhnt klingen. Vor allem die Arbeitnehmer in CrossCafe haben sich ins Unvermeidliche fügen müssen, wenn sie ihre Arbeit verloren haben. Sie halten es für eine neue Chance, etwas Neues zu versuchen und zu erleben. Manche von allen Befragten waren für lange Zeit in Geldnot, die sie aber dazu gezwungen hat, eine neue Arbeit zu finden und einen Neustart anzufangen.

Fazit

Die vorliegende Bachelorarbeit beschäftigt sich mit dem Thema *Motivation der Arbeiter in der Gastronomie während der Coronavirus-Pandemie*. Im ersten Teil sind einzelne psychologische Begriffe vorgestellt, die eng mit der menschlichen Motivation zusammenhängen. Das zweite Kapitel befasst sich mit Motivationstechniken, also mit Methoden, die Manager anwenden, um ihre Arbeitnehmer ausreichend zur Arbeit zu motivieren. Zu den bedeutungsvollen Motiven gehören nicht nur Geld, sondern auch Arbeitsumfeld, Arbeitsbedingungen oder Lob bzw. Anerkennung. Mit den richtigen Methoden gedeihen die Mitarbeiter und ebenso das Unternehmen. Das Kapitel erwähnt auch eine Studie, die die am häufigsten verwendeten Managementtechniken in Deutschland und der Welt ermittelt.

Anschließend ist untersucht, inwieweit sich die Motivation in der Leistung des Mitarbeiters widerspiegelt. Das Verhältnis zwischen der Leistung und Motivation ist im Yerkes-Dodson-Gesetz dargestellt. Es sind Empfehlungen erwähnt, wie eine höhere Leistung zu erreichen ist.

Der zweite Teil befasst sich mit gastronomischen Betrieben, die für diese Studie ausgewählt wurden. Zu den untersuchten Unternehmen gehören die internationale Café-Kette Costa Coffee, die tschechische Café-Kette CrossCafe und das traditionelle tschechische Restaurant U Fleků. Nach der allgemeinen Einführung jedes Unternehmens sind konkrete Sachbezüge festgelegt, die das Unternehmen anbietet.

Da sich diese Bachelorarbeit nicht nur auf die Motivation von Arbeitern, sondern auch auf die immer noch aktuelle Corona-Pandemie bezieht, ist hier festgestellt, wie sich die einzelnen Unternehmen in der weltweiten Krise standen. Dabei sind sowohl der Betrieb unter strengen staatlichen Maßnahmen als auch die Auswirkungen untersucht. Es ist auch ein Plan zur Heilung der tschechischen Gastronomie vorgestellt.

Abschließend sind die Ergebnisse des an die Mitarbeiter verschickten Fragebogens verglichen. Er recherchierte nicht nur ihre persönliche Motivation, in der Gastronomie zu arbeiten, sondern setzte sich auch mit der schwierigen Situation während des Lockdowns auseinander. Die Untersuchung ergab, dass einige Mitarbeiter die Krise ohne größere Probleme bewältigten, andere ihre Einkommensquelle verloren.

Die Studie zeigt auch die aktuelle Situation in jedem Betrieb und ob die Umsätze mit denen vor der Pandemie vergleichbar sind.

Resumé

Předložená bakalářská práce se zabývá tématem *Motivace zaměstnanců v gastronomii během pandemie koronaviru*. V první části práce jsou představeny psychologické pojmy, které úzce souvisí s motivací člověka. Druhá kapitola se věnuje motivačním technikám, tedy způsobům, které užívají manažeři, aby dostatečně motivovali své zaměstnance k práci. Mezi důležité pohnutky patří nejen peníze, ale i pracovní prostředí, pracovní podmínky nebo pochvala či uznání. Se správně zvolenými metodami prosperují jak zaměstnanci, tak podnik. V kapitole je rovněž zmíněná studie, která zjišťuje nejoblíbenější a nejčastěji užívané manažerské techniky v Německu i ve světě.

Následně bylo zkoumáno, do jaké míry se motivace odráží na výkonu zaměstnance. Vztah mezi výkonem a motivací je znázorněn v Yerkes-Dodsonovém zákoně. Jsou představena doporučení, jak vyššího výkonu dosáhnout.

Druhá část se zabývá konkrétními gastronomickými podniky, které byly vybrány pro tuto studii. Mezi zkoumané podniky patří mezinárodní kavárenský řetězec Costa Coffee, český kavárenský řetězec CrossCafe a tradiční česká restaurace U Fleků. Po obecném představení každého podniku byly zjišťovány veškeré odměny a jiné benefity, které podnik svým zaměstnancům nabízí.

Protože předložená bakalářská práce souvisí nejen s motivací pracovníků, ale i se stále ještě aktuální pandemií koronaviru, zabývá se tedy i otázkou, jak si každý z podniků v době celosvětové krize vedl. Zkoumán je nejen samotný provoz během přísných vládních nařízení, ale dopady na firmu.

V další kapitole byla představena samotná pandemie koronaviru. V jednotlivých vlnách jsou jmenována konkrétní omezení a vládní nařízení v České republice. Rovněž je představen plán, jak českou gastronomii uzdravit.

Nakonec jsou porovnávány výsledky z dotazníku, který byl mezi zaměstnance zaslán. Ten bádá nejen nad jejich osobní motivací k práci v gastronomii, ale zabýval se rovněž složitou situací během lockdownu. Šetření ukázala, že někteří zaměstnanci zvládli krizi bez větších problémů, jiní o svůj zdroj obživy přišli.

Studie také ukazuje, jaká je aktuální situace v jednotlivých provozovnách, a zda se tržby dají srovnat s těmi před pandemií.

9. Literaturverzeichnis

- I. FREY Bruno S., OSTERLOH M.: *Managing Motivation: Wie Sie die neue Motivationsforschung für Ihr Unternehmen nutzen können*. Wiesbaden, Gabler, 2002. ISBN 3-409-21631-6
- II. PROVAZNÍK V., KOMÁRKOVÁ R.: *Motivace pracovního jednání*. Praha, 1996. ISBN 80-7079-283-3
- III. NAKONEČNÝ M.: *Motivace lidského chování*. Praha, ACADEMIA, 1996. ISBN 80-200-0592-7
- IV. MISKELL Jane R., MISKELL V.: *Pracovní motivace*, Praha, Grada Publishing, 1996. ISBN 80-7169-317-0

10. Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Die häufigsten Managementtechniken 2017/18	31
Abbildung 2: Das Yerkes-Dodson-Gesetz.....	32
Abbildung 3: Wo kann man einen Kaffee von Costa Coffee bestellen?	42
Abbildung 4: Tschechische Gastronomie vs Covid-19	52

11. Diagramm- und Tabellenverzeichnis

Diagramm 1: Sind Sie Ihrer Meinung nach genug motiviert zu Ihrer Arbeit?	57
Diagramm 2: Haben Sie sich um Ihre Stelle während der Covid-Krise gesorgt?	60
Diagramm 3: Haben Sie Informationen über den Zustand des Unternehmens während der Krise gehabt?	61
Diagramm 4: Haben Sie Schwierigkeiten mit Geld während der Krise gehabt?	61
Diagramm 5: Haben Sie wegen der Covid-Krise eine neue Arbeit gesucht?	63
Diagramm 6: Kennen Sie jemanden, der wegen der Pandemie noch Schwierigkeiten hat? ...	63
Tabelle 1: Was motiviert Sie zur Arbeit am meisten? – allgemein	57
Tabelle 2: Was motiviert Sie zur Arbeit am meisten? - konkret	58
Tabelle 3: Haben Sie die Auswirkungen der Corona-Krise auf das Geschehen im Unternehmen bemerkt?.....	59

12. Internetverzeichnis

Managementmania, *Stimul.* {online} {Zugriff am 28.2.2022}: Verfügbar unter: <https://managementmania.com/cs/stimul>

Denzhorn.de, *Die wichtigsten Managementmethoden und -Techniken.* {online} {Zugriff am 28.2.2022}: Verfügbar unter: <https://www.denzhorn.de/unternehmen/blog/fuehrung/managementmethoden/>

Bain & Company, *Deutsche Führungskräfte schätzen bewährte Managementtechniken.* {online} {Zugriff am 28.2.2022}: Verfügbar unter: <https://www.bain.com/de/ueberuns/presse/pressemitteilungen/germany/2018/management-tools-and-trends-2017-2018-deutschland/>

Wikipedia. *Das Yerkes-Dodson-Gesetz.* {online} {Zugriff am 26.10.2021}: Verfügbar unter: <https://de.wikipedia.org/wiki/Yerkes-Dodson-Gesetz>

Costa Coffee, *Historie Costa Coffee* {online} {Zugriff am 26.10.2021} Verfügbar unter: <https://www.costa-coffee.cz/costa/story>

Eurozprávy.cz, *Koronakrize dopadla na Costa Coffee i Virgin Atlantic, bude se propouštět* {online} {Zugriff am 11.11.2021} Verfügbar unter: <https://eurozpravy.cz/ekonomika/evropa/koronakrize-dopadla-na-costa-coffee-i-virgin-atlantic-bude-se-propoustet.16efd066/>

U Fleků, *Historie U Fleků* {online} {Zugriff am 11.1.2022} Verfügbar unter <https://ufleku.cz/o-nas/historie-u-fleku/>

Český rozhlas, *U Fleků – v nejstarším minipivovaru v Česku se varí bez přestávky přes 520 let* {online} {Zugriff am 16.3.2022} Verfügbar unter <https://cesky.radio.cz/u-fleku-v-nejstarsim-minipivovaru-v-cesku-se-vari-bez-prestavky-pres-520-let-8721989>

CrossCafe, *O nás* {online} {Zugriff am 3.1.2022} Verfügbar unter <https://www.crosscafe.cz/o-nas/>

FRANCHISA ROKU {online} {Zugriff am 3.1.2022} Verfügbar unter <https://www.franchisaroku.cz/>

Costa Coffee, *Kariéra Costa Coffee* {online} {Zugriff am 27.10.2021} Verfügbar unter: <https://www.costa-coffee.cz/costa/kariera>

Seznam zprávy, *Covid uspal desítky kaváren Costa Coffee* {online} {Zugriff am 10.11.2021} Verfügbar unter: <https://www.seznamzpravy.cz/clanek/covid-uspal-desitky-kavaren-costa-coffee-na-mustku-uz-vari-kavu-jini-138854>

Costa Coffee, *Prémiová káva Costa Coffee* {online} {Zugriff am 16.3.2022} Verfügbar unter: <https://www.costa-coffee.cz/costa-news/487-premiova-kava>

Lidovky.cz, *Covid zbořil tradici U Fleků. Tmavý ležák doplní v nejstarším českém minipivovaru světlá třináctka* {online} {Zugriff am 12.1.2022} Verfügbar unter https://www.lidovky.cz/relax/pivo-a-pivovary/covid-zboril-tradici-u-fleku-nejstarsi-minipivovar-konci-s-tmavym-lezakem-varil-ho-177-let.A200924_193936_In-pivo_liam

U Fleků, *Rozvor flekovského piva v Praze a po ČR* {online} {Zugriff am 14.1.2022} Verfügbar unter <https://ufleku.cz/rozvoz-piva-po-ceske-republice/>

Seznam zprávy, *Covid drtí české pivo. I neznámější hospoda musela propustit personál* {online} {Zugriff am 11.1.2022} Verfügbar unter <https://www.seznamzpravy.cz/clanek/ceske-pivo-drti-covid-i-nejznamejsi-hospoda-musela-propustit-personal-137312>

U Fleků, *Aktuální covidové podmínky* {online} {Zugriff am 11.1.2022} Verfügbar unter <https://ufleku.cz/2171-2/>

CrossCafe, *CrossCafe se pustilo do modernizace sítě a připravuje novou kampaň* {online} {Zugriff am 3.1.2022} Verfügbar unter <https://www.crosscafe.cz/crosscafe-se-pustilo-do-modernizace-site-a-pripravuje-novou-kampan/>

CrossCafe, *Kousek CrossCafe i u vás doma* {online} {Zugriff am 3.1.2022} Verfügbar unter <https://www.crosscafe.cz/kousek-crosscafe-i-u-vas-doma/>

CrossCafe, *MÁME OTEVŘENO, máme CrossShop!* {online} {Zugriff am 3.1.2022} Verfügbar unter <https://www.crosscafe.cz/nezavirame-pripravili-jsme-pro-vas-crossshop/>

CrossCafe, *Provoz našich kaváren* {online} {Zugriff am 3.1.2022} Verfügbar unter <https://www.crosscafe.cz/omezeni-provozu-nasich-kavaren/>

CrossCafe, *Uzavření provozoven CrossCafe v Praze* {online} {Zugriff am 3.1.2022} Verfügbar unter <https://www.crosscafe.cz/uzavreni-provozoven-crosscafe-v-praze/>

Ministerstvo zdravotnictví České republiky, *Aktuálně o koronaviru* {online} {Zugriff am 14.1.2022} Verfügbar unter <https://koronavirus.mzcr.cz/>

Ministerstvo zdravotnictví České republiky, *Aktuálně o koronaviru* {online} {Zugriff am 12.2.2022} Verfügbar unter <https://koronavirus.mzcr.cz/>

U Fleků, *Rozvor flekovského piva v Praze a po ČR 2022* {online} {Zugriff am 12.2.2022} Verfügbar unter <https://ufleku.cz/rozvoz-piva-po-ceske-republice/>

U Fleků, *Aktuální covidové podmínky platné od 26.12.2021* {online} {Zugriff am 12.2.2022} Verfügbar unter <https://ufleku.cz/2171-2/>

U Fleků, *Aktuálně – Změna otevírací doby platná od 17.1. 2022* {online} {Zugriff am 12.2.2022} Verfügbar unter <https://ufleku.cz/2178-2/>

CrossCafe, *Jedeme dál!* {online} {Zugriff am 3.1.2022} Verfügbar unter <https://www.crosscafe.cz/jedeme-dal/>

CrossCafe, *S novým franchisantem opět v Praze* {online} {Zugriff am 13.1.2022} Verfügbar unter <https://www.crosscafe.cz/s-novym-franchisantem-opet-v-praze/>

Aktuálně.cz, *Kavárny i přes úbytek hostů otevřou nové pobočky. Kvůli dražší kávě ale zvyšují ceny.* {online} {Zugriff am 12.2.2022} Verfügbar unter <https://zpravy.aktualne.cz/ekonomika/kavarenske-retezce-v-cr-pres-pokles-navstevnosti-chystaji-no/r~0b18fd86828811ecabca0cc47ab5f122/>

Mediaguru, *Costa Coffee vstupuje do retailu, zaměří se i na kanceláře.* {online} {Zugriff am 16.3.2022} Verfügbar unter <https://www.mediaguru.cz/clanky/2020/10/costa-coffee-vstupuje-do-retailu-zameri-se-i-na-kancelare/>

Wikipedia.org, *Pandemie covidu-19* {online} {Zugriff am 18.1.2022} Verfügbar unter https://cs.wikipedia.org/wiki/Pandemie_covidu-19#Ekonomick%C3%A9_dopady

irozhlas.cz, *Od prvních nakažených k více než 20 000 mrtvých. Český rok s koronavirem den po dni* {online} {Zugriff am 26.2.2022} Verfügbar unter https://www.irozhlas.cz/zpravy-domov/koronavirus-covid-cesko-ockovani-testovani-vakciny-epidemie-andrej-babis-jan_2103010705_ace#bre

irozhlas.cz, *Třetí vlna je úplně jiná, každý druhý až třetí pacient má koronavirus, říká šéf záchranné asociace Slabý* {online} {Zugriff am 26.2.2022} Verfügbar unter https://www.irozhlas.cz/zpravy-domov/koronavirus-v-cesku-zachranari-zachranna-sluzba-covid-19_2103101107_vtk

Seznam Zprávy, *„Rychlost třetí vlny je nevídaná.“ WHO varuje před rozvolňováním* {online} {Zugriff am 27.2.2022} Verfügbar unter <https://www.seznamzpravy.cz/clanek/jeste-to-neskoncilo-who-poslala-varovani-zemim-ktere-rychle-rozvolnuji-169138>

Noviny kraje, *KORONAVIRUS: Čtvrtá vlna epidemie je tu, přírůstky se budou zhoršovat. Posilující dávka vakcíny bude brzy dostupná téměř milionu lidí* {online} {Zugriff am 27.2.2022} Verfügbar unter <https://www.novinykraje.cz/plzensky/2021/10/08/koronavirus-ctvrta-vlna-epidemie-je-tu-prirustky-se-budou-zhorsovat-posilujici-davka-vakciny-bude-brzy-dostupna-temer-milionu-lidi/>

deník.cz, *PŘEHLEDNĚ: Na pivo či koncert jen s očkováním. Co vše se od pondělí mění* {online} {Zugriff am 27.2.2022} Verfügbar unter https://www.denik.cz/z_domova/prehledne-covid-opatreni-ockovani-testy-20211118.html

deník.cz, *PŘEHLEDNĚ: Jaká opatření vláda zruší, jaké zákazy budou zatím platit dál* {online} {Zugriff am 27.2.2022} Verfügbar unter https://www.denik.cz/z_domova/covid-omezeni-ockovani-restaurace-20230203.html

Seznam Zprávy, *Od 13. března už nebudou respirátory v obchodech povinné* {online} {Zugriff am 27.2.2022} Verfügbar unter <https://www.seznamzpravy.cz/clanek/koronavirus-vlada-omezi-noseni-respiratoru-hromadne-akce-budou-bez-omezeni-189787>

ASMP ČR, *Česká gastronomie vs. COVID-19 – návrhy řešení* {online} {Zugriff am 19.1.2022} Verfügbar unter <https://amsp.cz/ceska-gastronomie-vs-covid-19-navrhy-reseni/>

Aktuálně.cz, *Vládní pomoc restauracím: Mzdy v plné výši, proplacení půlky nájmu a daňové úlevy* {online} {Zugriff am 19.11.2021} Verfügbar unter: <https://zpravy.aktualne.cz/ekonomika/nahrada-mezd-v-plne-vysi-castecne-placene-najmy-vlada-jedna/r~5cf989920e0611eb95caac1f6b220ee8/>

Česká televize ČT24, *Vláda schválila podpůrné programy pro gastro, nájmné a ubytování* {online} {Zugriff am 20.1.2022} Verfügbar unter: <https://ct24.ceskatelevize.cz/ekonomika/3240938-je-pripraven-podpurny-program-pro-restauratory-predpoklada-400-korun-na>

Seznam zprávy, *Covid uspal desítky kaváren Costa Coffee* {online} {Zugriff am 10.11.2021} Verfügbar unter: <https://www.seznamzpravy.cz/clanek/covid-uspal-desitky-kavaren-costa-coffee-na-mustku-uz-vari-kavu-jini-138854>

Eurozprávy.cz, *Koronakrize dopadla na Costa Coffee i Virgin Atlantic, bude se propouštět* {online} {Zugriff am 11.11.2021} Verfügbar unter: <https://eurozpravy.cz/ekonomika/evropa/koronakrize-dopadla-na-costa-coffee-i-virgin-atlantic-bude-se-propoustet.16efd066/>

Novinky.cz, *Kávy není nikdy dost. její cena v době koronakrize roste* {online} {Zugriff am 11.11.2021} Verfügbar unter: https://www.idnes.cz/ekonomika/zahranicni/cena-kavy-zdrazovani-kavy-arabica-robusta-koronavirus-pestitele-kavy.A200421_125045_eko-zahranicni_div

Pražský deník, *V Praze končíme! Řetězec CrossCafe oznámil uzavření svých kaváren v metropoli* {online} {Zugriff am 11.11.2021} Verfügbar unter: <https://prazsky.denik.cz/podnikani/crosscafe-kavarna-opatreni-vydejni-okenko-podpora.html>

Novinky.cz, *Řetězec CrossCafe zavírá pět poboček v Praze* {online} {Zugriff am 11.11.2021} Verfügbar unter: <https://www.novinky.cz/ekonomika/clanek/retezec-crosscafe-zavira-pet-pobocek-v-praze-40351011>

Ministerstvo průmyslu a obchodu, *Program COVID – GASTRO – Uzavřené provozovny* {online} {Zugriff am 9.2.2022} Verfügbar unter: <https://www.mpo.cz/cz/rozcestnik/informace-o-koronavirusu/program-covid--gastro--uzavrene-provozovny--258742/>

COVID Portál, *Kompenzace– COVID - Nepokryté náklady* {online} {Zugriff am 9.2.2022} Verfügbar unter: <https://covid.gov.cz/situace/kompenzace/covid-nepokryte-naklady>

COVID Portál, *Kompenzace – Antivirus A – nucené omezení provozu a karantény* {online} {Zugriff am 9.2.2022} Verfügbar unter <https://covid.gov.cz/situace/kompenzace/antivirus-nucene-omezeni-provozu-karanteny>

13. Anlagen

Anlage A: Fragebogen S. 1	73
Anlage B: Fragebogen S. 2	74
Anlage C: Fragebogen S. 3	75
Anlage D: Fragebogen: Motivationsfaktoren CrossCafe.....	76
Anlage E: Fragebogen: Motivationsfaktoren U Flekú I	77
Anlage F: Fragebogen: Motivationsfaktoren U Flekú II	78
Anlage G: Fragebogen: Motivationsfaktoren U Flekú III	79
Anlage H: Fragebogen: Motivationsfaktoren U Flekú IV	80
Anlage I: Fragebogen: Motivationsfaktoren Costa Coffee.....	81

Dotazníkové šetření // Fragebogenuntersuchung

Motivace pracovníků v gastronomii // Motivation der Arbeiter in der Gastronomie

Lucie Hánová

Univerzita Pardubice, Katedra cizích jazyků, obor Německý jazyk pro odbornou praxi

1. Jak dlouho pracujete v oboru?
2. Uveďte místo výkonu práce.
3. Vyberte druh vašeho pracovního úvazku.
 - Plný
 - Zkrácený
 - Brigáda
4. Myslíte si, že jste k práci ze strany vedoucího pracovníka dobře motivováni?
5. Máte informace o budoucím vývoji, směru firmy?
6. Co vás k vaší práci nejvíc motivuje?
 - Mzda
 - Prémie, bonusy
 - Karierní postup, naděje na povýšení
 - Vytváření si nových schopností (seberozvoj)
 - Výsledky
 - Míra samostatnosti
 - Smysl práce (přínos činnosti)
 - Společenský význam
 - Pochvala, uznání
 - Jiné (doplňte)

7. Zaznamenal/a jste vliv koronavirové krize na dění ve firmě? Zaškrtněte prosím alespoň jednu z variant.

- Ne, nepocítil/a jsem žádnou změnu
- Ano, došlo na zdražení sortimentu
- Ano, krize ovlivnila výplatní pásku
- Ano, došlo na propouštění zaměstnanců
- Ano, došlo na trvalé uzavření podniku/poboček
- Jiné, prosím doplňte

8. Pocítil/a jste během celosvětové pandemie strach o své pracovní místo?

- Ano
- Ne

9. Měl/a jste dostatečné informace o tom, jak si firma po dobu pandemie stála?

- Ano
- Ne

10. Když jste během lockdownu nemohl/a chodit do práce, bylo pro vás složité vyjít s penězi?

- Ano
- Ne

11. Pocítil/a jste podporu ze strany firmy?

- Ano
- Ne

12. Musel/a jste kvůli koronavirové krizi měnit svou práci?

- Ano
- Ne

13. Pokud jste v přechozí otázce zaškrtl/a ANO, jednalo se i nadále o zaměstnání v oboru (oblasti gastronomie)? Pokud jste zaškrtl/a NE, neodpovídejte prosím.

- Ano
- Ne

14. Pokud jste v předchozí otázce zaškrtnul/a NE, v jakém odvětví nyní pracujete?

15. Kdybyste měl/a možnost, vrátit se do své staré práce, učinil/a byste tak? Svou odpověď prosím zdůvodněte.

16. Máte ve svém okolí někoho, kdo kvůli koronavirové krizi přišel o své zaměstnání v odvětví gastronomie, případně o svůj podnik (kavárnu, restauraci)?

Ano

Ne

17. Je něco, co byste ještě chtěl/a doplnit?

Pokud se chcete více podělit o svou zkušenost, zanechte na sebe prosím kontakt.

Děkuji za vyplnění dotazníku. 😊

Lucie Hánová

studentka 3. ročníku Univerzity Pardubice, oboru Německý jazyk pro odbornou praxi

Dotazníkové šetření // Fragebogenuntersuchung
**Bakalářská práce: Motivace pracovníků v gastronomii
v době koronavirové krize // Motivation der Arbeiter in
der Gastronomie während der Coronavirus-Pandemie**

Lucie Hánová

2022

Univerzita Pardubice, Katedra cizích jazyků, obor Německý
jazyk pro odbornou praxi

1. Uveďte podnik, ve kterém pracujete

Crosscafe Praha s.r.o.

2. Uveďte veškeré benefity a jiné výhody, které váš podnik
poskytuje svým zaměstnancům, příp. jiný způsob, který
zaměstnanec motivuje k práci.

Multisport karta za 200,- měsíčně

Crosskarta nabitá na 6000,- měsíčně -> možnost si cokoliv koupit (káva, čaj,
dorty, sendviče)

Naše věrnostní karta -> možnost si kartičku nabít od 100,- a potom z ní čerpat
na cokoliv. Za dobítí a nákupy se sbírají body které se dají využít. Jako
vedoucí směny mám 15% slevu na sortiment jako je balená káva, termosky
atd.

3. Jak si aktuálně stojí váš podnik?

Momentálně jediná pobočka v Praze je na Karlově Náměstí vedená
pod jiným franchisantem.

.....
Marcela Sokolová 
.....
za CrossCafe

**Bakalářská práce: Motivace pracovníků v gastronomii v době koronavirové krize //
Motivation der Arbeiter in der Gastronomie während der Coronavirus-Pandemie**

Lucie Hánová

2022

Univerzita Pardubice, Katedra cizích jazyků, obor Německý jazyk pro odbornou praxi

1. Uveďte podnik, ve kterém pracujete

PIVOVAR A RESTAURACE U FLEKŮ

2. Uveďte veškeré benefity a jiné výhody, které váš podnik poskytuje svým zaměstnancům, příp. jiný způsob, který zaměstnance motivuje k práci.

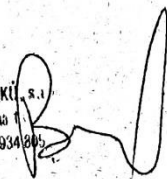
FIRMA POSKYTOVALA ZAMĚSTNANECM FIKALČNÍ BENEFITY
FORMOU URČITÝCH ODPOŮ NEBO NAPP. ZVÝHOODKĚNÍM
PRACOVNÍ DOBY. VZHLÉDEM K PANDEMICKÉ SITUACI A NYNĚJŠÍ
SITUACI VE SVĚTĚ SE TYTO VÝHODY MUSELY ZATÍM
POZASTAVIT.....

3. Jak si aktuálně stojí váš podnik?

NAŠ PODNIK JE STÁLE JEŠTĚ ZATÍŽEN ODVIVEM
HOSTŮ I CEST. KANCELACÍ VZHLÉDEM K NEPŘÍZLIVÉ
SITUACI, ZPŮSOBELE DŘÍVOU NECHATI CESTOVAT.
VŠE SE ZAČÍNÁ POSTUPNĚ LEPŠIT A RESTAURACE S
PIVOVAREM JE ANI NA 30 - 40 % TRŽEB.

.....
za restauraci U Fleků

PIVOVAR A RESTAURACE U FLEKŮ, s.r.o.
Klemburova 11, 110 00 Praha 1
Tel: 224 934 019 - 20, Fax: 224 934 805
DIČ: CZ25677284



Dotazníkové šetření // Fragebogenuntersuchung

Bakalářská práce: Motivace pracovníků v gastronomii v době koronavirové krize // Motivation der Arbeiter in der Gastronomie während der Coronavirus-Pandemie

Lucie Hánová

2022

Univerzita Pardubice, Katedra cizích jazyků, obor Německý jazyk pro odbornou praxi

1. Uveďte podnik, ve kterém pracujete

PIVOVAR a RESTAURACE U FLEKŮ s.r.o.

2. Uveďte veškeré benefity a jiné výhody, které váš podnik poskytuje svým zaměstnancům, příp. jiný způsob, který zaměstnance motivuje k práci.

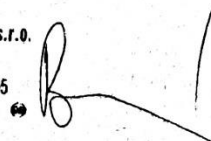
MOŽNOST PRACOVAT NA SMĚNY (SÁHLIM DLOUHÝ - KRÁTKÝ TYDEN).
VÝHODNÁ PERSONÁLNÍ STRAVA A TEPLÉ SÍDLA PO CELOU DOBU PRÁCE.
SMĚNY. MOŽNOST NÁKUPU PERSONÁLNÍHO PIVA.

3. Jak si aktuálně stojí váš podnik?

PODNIK UDRŽEL VŠECHNY SVÉ KHMENOVÉ ZAMĚSTNANCE a
PŘÍBÍRA NOVE.

.....
za restauraci U Fleků

PIVOVAR A RESTAURACE U FLEKŮ, s.r.o.
Klemencova 11, 110 00 Praha 1
Tel.: 224 934 019 - 20, Fax: 224 934 805
DIČ: CZ25677284



Dotazníkové šetření // Fragebogenuntersuchung

**Bakalářská práce: Motivace pracovníků v gastronomii v době koronavirové krize //
Motivation der Arbeiter in der Gastronomie während der Coronavirus-Pandemie**

Lucie Hánová

2022

Univerzita Pardubice, Katedra cizích jazyků, obor Německý jazyk pro odbornou praxi

1. Uveďte podnik, ve kterém pracujete

PIVOVAR A RESTAURACE U FLEKŮ.

2. Uveďte veškeré benefity a jiné výhody, které váš podnik poskytuje svým zaměstnancům, příp. jiný způsob, který zaměstnance motivuje k práci.

- MENŠÍ KOLEKTIV ZAMĚSTNANCŮ,
- PLÁNOVÁNÍ SMĚN
- MOŽNOST PRACOVAT V OBOU, KTERÝ MĚ ZAVÍ A NEVEN ŽIVÍ,
- PRÁCE V HISTORICKY ZÁHRAVÉM PROSTRÁNÍ V CENTRU PRAHY.
- ZVÝHODNĚNÁ PERSONÁLNÍ STRAVA.

3. Jak si aktuálně stojí váš podnik?

I PŘES SLOŽITOU SITUACI V OBOU, PODNIK UDRŽEL VĚTŠINU SVÝCH ZAMĚSTNANCŮ A VYSOKOU ÚROVEŇ SVÝCH PLUŽEB.

.....
za restauraci U Fleků

PIVOVAR A RESTAURACE U FLEKŮ, s.r.o.
Křemencova 11, 110 00 Praha 1
Tel.: 224 934 019 - 20, Fax: 224 934 805
DIČ: CZ25677284

Bakalářská práce: Motivace pracovníků v gastronomii v době koronavirové krize // Motivation der Arbeiter in der Gastronomie während der Coronavirus-Pandemie

Lucie Hánová

2022

Univerzita Pardubice, Katedra cizích jazyků, obor Německý jazyk pro odbornou praxi

1. Uveďte podnik, ve kterém pracujete

Pivovar a Restaurace
U Fleků

2. Uveďte veškeré benefity a jiné výhody, které váš podnik poskytuje svým zaměstnancům, příp. jiný způsob, který zaměstnance motivuje k práci.

Mezi benefity které náš podnik svým zaměstnancům nabízí patří například zvýhodněná cena na srovnání u kevy. Firma produkuje potažmo pivo. Dále naši majitelé zaměstnancům a rodinným příslušníkům poskytují slevy v pivovarské restauraci. Motivace: Pohyblivé finanční ohodnocení + práce v historickém objektu + skvělý tým lidí profesionálů.

3. Jak si aktuálně stojí váš podnik?

Tak jako osazení kolegové z gastronomie se pomalu začínáme oklepávat po pandemii. Momentálně kromě české klientely která nás během tohoto těžkého období držela nad vodou začíná naši restauraci navštěvovat opět i klientela zahraniční. Na dřívějších číslech se ještě zdaleka nedržíme.

za restauraci U Fleků

PIVOVAR A RESTAURACE U FLEKŮ, s.r.o.
Křemencova 11, 110 00 Praha 1
Tel.: 224 934 019 - 20, Fax: 224 934 805
DIČ: CZ25677284

Dotazníkové šetření // Fragebogenuntersuchung

**Bakalářská práce: Motivace pracovníků v gastronomii v době koronavirové krize //
Motivation der Arbeiter in der Gastronomie während der Coronavirus-Pandemie**

Lucie Hánová

2022

Univerzita Pardubice, Katedra cizích jazyků, obor Německý jazyk pro odbornou praxi

1. Uveďte podnik, ve kterém pracujete

Costa Coffee

2. Uveďte veškeré benefity a jiné výhody, které váš podnik poskytuje svým zaměstnancům, příp. jiný způsob, který zaměstnance motivuje k práci.

Sleva na firemní produkty, káva na směně zdarma, zvýhodněné stravování

Tři balíčky naší kávy každý měsíc zdarma

Karta Multisport

Školení na flat white (latte art) - možnost seberozvoje

3. Jak si stál podnik během koronavirové pandemie?

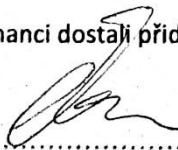
Bylo to těžké, kavárna byla prázdná a zmizel veškerý ruch. Ze dne na den se vyhlášovala nová nařízení a barista musel podle nich připravit kavárnu na druhý den. Stalo se, že jsme ze dne na den museli zavřít, takže jsme museli vyhodit veškeré rozmražené dorty, odepsat kávu a vylévat nespotebované mléko. Nevěděli jsme, kdy budeme kavárnu moct znovu otevřít.

4. Jak si aktuálně stojí váš podnik?

Když jsme se konečně vrátili do normálního provozu, bylo potřeba nalákat zpátky i zákazníky, takže jsme začali s akcí 1 + 1 káva zdarma. Bohužel jsme se nevyhli ani zdražení sortimentu, podražila káva a ceny v menších městech se vyrovnaly těm v Praze. Začali jsme taky doručovat objednávky domů nebo do práce.

Zaměstnanci dostali přidáno

za Costa Coffee


Provozovna 62242
Lagardere Travel Retail, a.s.
Nám. Marie Pošlové 854
266 01 Beroun 2
IČO: 25099167, DIČ: CZ699003014