



# Seitenblicke

ERFOLGREICHE WIRTE / EINE INITIATIVE VON HACKER-PSCHORR /



TOPTHEMA

///

## Bequemlichkeit, die sich in barer Münze auszahlt

Convenience sinnvoll in der Gastronomie einsetzen /

Der Begriff Convenience genießt bei Gastronomen (und Gästen) nicht den besten Ruf – und doch werden Convenienceprodukte in fast jedem Betrieb verwendet, wenn auch in unterschiedlichem Ausmaß. Und das ist absolut in Ordnung, denn gezielt eingesetzt, sind sie eine sinnvolle Erleichterung im Arbeitsalltag und kein Hinderungsgrund, wenn man den Anspruch hat, seinen Gästen nur die beste Qualität zu bieten.

### Was ist Convenience?

Unter dem Begriff Convenience versteht man zunächst nichts anderes als Bequemlichkeit in jeglicher Hinsicht. Und damit ist bereits alles über die zahlreichen „Helfer“ in der Küche und an der Theke gesagt: Convenienceprodukte erleichtern Arbeitsabläufe und sparen Zeit – und machen damit das Leben der Köche und Barkeeper bequemer.

### Qualität nicht vergessen

Gastronomen haben dabei die Aufgabe, den Spagat zwischen guter Qualität der Speisen und Mixgetränke und dem Einsatz von Convenienceprodukten bravourös zu meistern. Dies gelingt, wenn sie sich auf die Stärken ihres Betriebes besinnen. Ein bayerisches Wirtshaus sollte selbstredend den Schweinsbraten selbst zubereiten und dies auch prominent den Gästen mitteilen. Für die Kartoffelknödel kann dann auch auf fertigen Knödelteig zurückgegriffen werden, wenn der Geschmack den Koch (und folglich die Gäste) überzeugt. Auch lassen sich viele Fertigprodukte mit frischen Lebensmitteln verfeinern und man kann ihnen damit eine individuelle Note verleihen. Eines darf beim Einsatz von Convenienceprodukten nämlich nicht passieren: Dass der Eintopf und das Gulasch im Wirtshaus A und im Gasthaus B identisch schmecken.



EDITORIAL

///



## Stärker in die Zukunft!

Das ist das klare Fazit der Teilnehmer beim 6. Hacker-Pschorr Forum „Erfolgreiche Wirte“ am 27. Oktober im Haus der Kunst. Es war ein inspirierender und spannender Tag mit tollen Gesprächen. Ich bedanke mich bei über 300 Gästen, bei den Referenten und allen, die diesen „Erfolgstag“ auf die Bühne gebracht haben. Die Motivation, anzupacken und Konzepte gegen Krise und Verzagtheit zu realisieren, war förmlich zu spüren. Die Initiative „Erfolgreiche Wirte“ geht ins sechste Jahr und wir sind mehr denn je von der Wichtig- und Richtigkeit dieses Wegs überzeugt. Steigende Teilnehmerzahlen bei Seminaren und Veranstaltungen geben uns recht. Doch noch wichtiger sind Reaktionen wie die, die uns gerade beim Wirteforum zurückgespielt wurden. Und glauben Sie, wir freuen uns über Anerkennung und nehmen Kritikpunkte zum Anlass, unser Konzept immer wieder auf den Prüfstand zu stellen und zu verbessern. Beim diesjährigen Wirteforum haben wir die Sieger der 1. Hacker-Pschorr Gastronomie-Meisterschaft geehrt. Vier konnten den ersten Preis mit nach Hause nehmen, Sieger sind jedoch alle Teilnehmer. Und deshalb werden wir diese Aktion fortsetzen.

Bleiben Sie informiert, denn alles rund um unsere Initiative „Erfolgreiche Wirte“, finden Sie in den „Seitenblicken“.

Ihr

Andreas Steinfatt  
Geschäftsführer, Hacker-Pschorr Bräu





# Rückblick auf Höhepunkte der besonderen Art!

Formeln für den betriebswirtschaftlichen Erfolg – Teil 19 & Schluss /

Autor /  
Karlheinz Kabas

Zielgruppe /  
Geschäftsführung,  
leitende Gastronomen

Lesezeit /  
15 Minuten

➔ **Auf zum Finale! Seit Mitte 2005 habe ich euch, liebe Kolleginnen und Kollegen, eine ganze Reihe von wichtigen Formeln für die betriebswirtschaftliche Führung eines Gastro-Betriebes präsentiert. Wir haben viel gerechnet, jetzt kommt die Zeit, das alles umzusetzen – getreu dem alten Wirte-Motto: Sei hart zu dir selbst – und herzlich zu den Gästen und Mitarbeitern!**

Wer jetzt noch immer nicht genug von Zahlen und Gleichungen hat, dem kann ich nur empfehlen: Kauf' dir den „Schätzing“ – die Bibel für alle Zahlen- und Formelfetischisten in der Gastronomie. Darin findet der geeignete Leser Formeln noch und nöcher ...

Wer meine Kolumne für die „Hacker-Pschorr-Seitenblicke“ in den letzten viereinhalb Jahren aufmerksam verfolgt hat (die wir euch übrigens in geeigneter Form zur Verfügung stellen wollen – mehr darüber in Kürze in den Seitenblicken bzw. im Gastro-Report), dem dürfte klar geworden sein: Ja, ich komme aus der Systemgastronomie. Ja, Zahlen sind wichtig. Aber Formeln dürfen nicht zum Selbstzweck werden, sonst droht letztlich die Gefahr, dass man sich einen nicht vorhandenen Erfolg schön rechnet.

Wie so oft im Leben gilt auch hier die Erkenntnis: Weniger ist manchmal mehr. Man muss nicht jede Formel nachbeten, die findige, aber letztlich doch praxisferne Professoren entwickelt haben. Bevor ihr ans Rechnen geht, bitte stets überlegen: Nutzt mir diese Formel wirklich etwas für meinen eigenen Betrieb? Weiß ich wirklich mehr, wenn ich den Wert xy kenne? Um es auf einen Nenner zu bringen: Es ist wie mit dem Wald und den Bäumen: Passt auf, dass ihr nicht vor lauter Zahlen die wirklich wichtigen Kennziffern für euer Lokal nicht mehr seht.

Erfolgreiche Gastronomie ist in der Regel eine Mischung aus betriebswirtschaftlichem Können und praktischer Erfahrung. Nehmen wir das zentrale Thema Kalkulation (oft behandelt in dieser Kolumne): Wer seine Preise nur nach dem Bauchgefühl festlegt, wird schnell eine Bruchlandung machen. Eine betriebswirtschaftlich sinnvolle Formel für die Preisgestaltung ist unverzichtbar.

Aber sie ist auf der anderen Seite trotzdem nicht alles. Der Vergleich mit den ortsüblichen Preisen

darf genauso wenig fehlen wie ein Gespür für die Marktlage. Wer z.B. in Fürth ein Lokal und viele Quelle-Mitarbeiter als Stammgäste hat, sollte nicht gerade in diesen Tagen die Preise erhöhen, selbst wenn ihm gestiegene EK-Preise und sein Kalkulationsschema dies nahe legen. Ein Rest Bauchgefühl darf und soll bei der Kalkulation ruhig mitschwingen, solange die Kalkulation ansonsten auf einer soliden betriebswirtschaftlichen Basis steht.

Die Anreicherung der mathematischen Formeln mit Berufserfahrung und praktischen Beispielen stand für mich immer im Vordergrund. Ansonsten liegen mir von all den Themen, die wir in den Seitenblicken behandelt haben, zwei Dinge besonders am Herzen: die **Break-even-Rechnung** und die **Betriebs(typen)-Planung**.

Die „Break-even“-Rechnung ist aus meiner Sicht das 1. Gebot der Gastro-Betriebswirtschaft. Dieser Formel war dementsprechend meine allererste Kolumne in der ersten Ausgabe der Seitenblicke im Sommer 2005 gewidmet. Worum geht's? Einfach gesagt um die Kernfragen: Wo steht mein Betrieb? Wie viel muss ich erwirtschaften, um auf einen „grünen Zweig“ zu kommen? Um diese Fragen beantworten zu können, haben wir eine „break-even-Musterrechnung“ entwickelt, die es erlaubt, den **nötigen** Umsatz pro Jahr, Monat, sogar bis hin zum einzelnen Tag zu errechnen.

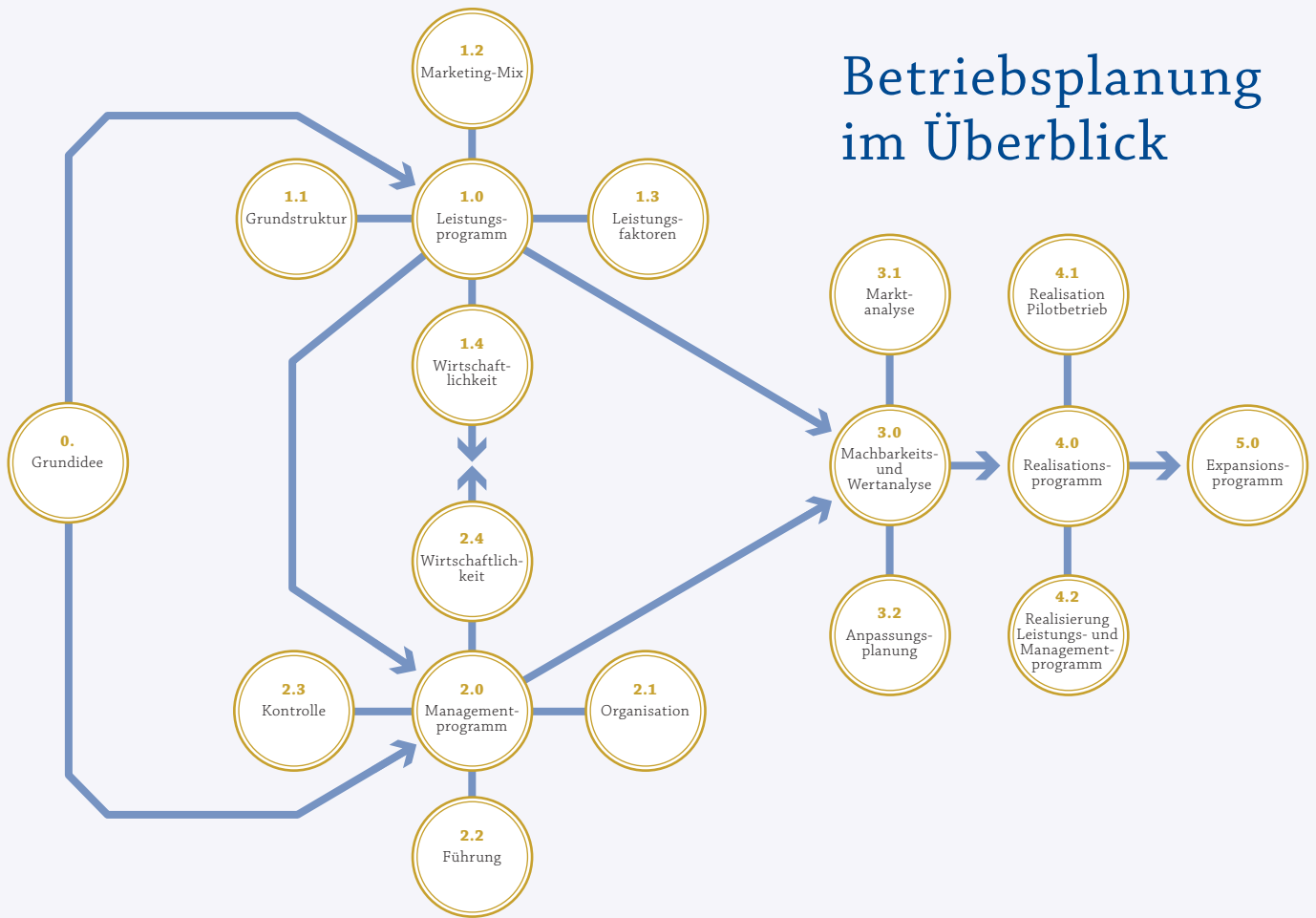
Bei einem bestehenden Betrieb hat der Gastro-Unternehmer somit jeden Tag die Gewissheit, ob er im Soll ist oder nicht. Und wenn es um die Frage geht, ein neues Lokal zu übernehmen, kann der Wirt in Ruhe überlegen: Gibt der Laden den erforderlichen Umsatz wirklich her?

## Von den Systemern lernen

Schöne, heile Gastro-Welt: Ein toller Laden, ein toller Wirt, der seine Mitarbeiter und seine Zahlen im Griff hat! Damit dieser Typus nicht ausstirbt, darf unsere Branche nicht die Augen vor der Realität verschließen. Und die heißt: Die Systemgastronomie gewinnt Jahr für Jahr größere Marktanteile. Im Beherbergungsgewerbe ist es heute schon so, dass das inhabergeführte, mittelständische Hotel immer mehr aus dem Markt gedrängt wird von den Hotelketten und Hotelkonzernen. Diese Entwicklung wird auch vor der Gastronomie nicht haltmachen.



# Betriebsplanung im Überblick



Was kann man als kleiner Wirt dagegen ausrichten? Eine Strategie, die ich für aussichtsreich halte, lautet: Lernt von den Systemern! Schlagt sie mit ihren eigenen Waffen! Entwickelt euch zur „systematisierten Individualgastronomie“!

Ein wichtiges Tool dazu ist „Betriebsplanung“, mit der ich euch das ganze Jahr 2007 über gequält habe. Dieses hervorragende Rüstzeug stammt nicht von mir, die Ursprünge liegen im „Institut für Systemgastronomie“, das Dr. Erich Kaub Anfang der 90er Jahre gegründet hat. Das Ziel war, die Führungskräfte der großen Systemer der damaligen Zeit (Mövenpick, Maredo, Blockhaus, ...) weiterzubilden. All das Wissen über Gastronomie, das damals zusammengetragen, in der „Betriebstypenplanung“ systematisch geordnet und gelehrt worden ist, blieb jedoch einem elitären Kreis vorbehalten – den Topleuten der Systemgastronomie.

Ein Anliegen meiner Beratertätigkeit war und ist, das Wissen und das Know-how, das im Institut für Systemgastronomie entstanden ist, an alle Gastronomen, so fern sie es wollen, weiterzugeben. Meine Fa. K & R Gastronomie hat von Dr. Kaub die Zustimmung erhalten, die „Betriebstypenplanung“ für dieses Ziel zu nutzen. In rund zwei Jahren haben wir bei K & R – gemeinsam mit Gastro-Beratern, Gastro-Architekten und Praktikern – dieses System modifiziert und dem Zeitgeist an-

gepasst. Im Kern geht es darum, das eigene Lokal der „Betriebsplanung“ schriftlich zu erfassen und unter die Lupe zu nehmen. Das ist, daran habe ich nie einen Zweifel gelassen, eine Heidenarbeit. Aber wer sie einmal gemacht hat, profitiert davon jahrelang. Und Modifizierungen und Aktualisierungen, etwa für ein anstehendes Bankgespräch, sind dann ohne großen Aufwand jederzeit möglich. Letztlich geht es um die Frage: „Weiterwursteln“ wie bisher oder den betrieblichen Erfolg systematisiert planen?

## Zu guter Letzt

Was sagt man jetzt noch zum Abschied? Zuerst einmal die Bitte an alle Kollegen: Vergesst nie, dass „Wirt“ ein wunderbarer Beruf ist, der viele Freiheiten zur individuellen Entfaltung bietet – und die Chance, anderen Menschen eine Freude zu machen.

Lasst euch von der Wirtschaftskrise nicht in den Rationalisierungswahn treiben! Spart euch vor lauter „Kosten-senken“-Denken nicht zu Tode. Unsere Branche hat schon immer ein Auf und Ab gekannt. Diesmal mag das Tal tiefer sein, aber bislang haben wir es stets geschafft, die Intervalle abzufedern.

Jungen Talenten der Branche möchte ich raten: Habt keine Angst vor der Selbstständigkeit! Wenn der Standort, das Konzept, die Zahlen, etc. geprüft

sind, dann kommt allerdings erst die wichtigste Frage: Macht mir dieses Projekt Freude? Was sagt mein Bauchgefühl? – Wenn der Reiz fehlt, dann lieber die Finger davon lassen. Was man gerne und mit Begeisterung macht, führt man viel leichter zum Erfolg.

Ganz herzlich bedanken möchte ich mich bei Hacker-Pschorr für das Forum Seitenblicke, beim Chefredakteur des Gastronomie-Reports, Josef Stadler, für die journalistische und redaktionelle Betreuung und vor allem natürlich bei euch – meinen vielen Stammlesern. Ich hätte nie für möglich gehalten, dass ich auf diese Kolumne so viele Anfragen, Anregungen und nicht zuletzt auch Kritik bekomme. Manche Leser haben sich sogar die Mühe gemacht, die ein oder andere Formel nachzurechnen und zu hinterfragen! Danke für all diese Reaktionen! Das war ein Heidenspaß!

### Sex sells!

Den haben wir uns im Frühjahr dieses Jahres auch erlaubt und einen Text mit der Überschrift versehen: „Abwechslung beim Sex!“ Ich war ja anfangs skeptisch, aber es kam, wie es wohl kommen

musste. Diese Kolumne hat tatsächlich das größte Aufsehen erregt und unglaublich viel Leserecho erzeugt. – Wenn das das Wichtigste an der gastronomischen Arbeit ist, dann sollte vielleicht so mancher Kollege über ein neues Konzept nachdenken.

In diesem Sinne: Umsätze bis zum Erbrechen!



**Karlheinz Kabas /**

*Er kennt die Gastronomie von der Pike auf und von allen Seiten. Karlheinz Kabas ist gelernter Koch, arbeitete sich bei Trendsettern der Systemgastronomie bis an die Spitze hoch und leitete als Teilhaber und Vorstand die Fa. Kaub Consult. Vor neun Jahren gründete er das Unternehmen K & R, das mittlerweile durch eine Verschmelzung mit 11 Betrieben in der Gastronomie tätig ist und darüber hinaus als Beratungsfirma agiert. Und nicht zuletzt ist Karlheinz Kabas ein gefragter Gastroreferent und Seminarleiter.*

Autor

///



PERSONAL

///

## Effizienz steigern ohne Qualitätsverlust

Gute Planung im Service vereinfacht Abläufe /

➔ **Gerade wer viele freie Mitarbeiter und Aushilfen im Service einsetzt, kennt die Probleme, die damit behaftet sind: Aufgaben sind nicht konsequent verteilt, Verantwortlichkeiten nicht 100-prozentig geklärt, niemand fühlt sich zuständig für die unangenehmen Jobs im täglichen Restaurantbetrieb. Wer Zeit in eine gute und effiziente Planung investiert und sein Servicepersonal zudem in diese Planung einbindet, wird mit Erleichterungen in den Arbeitsabläufen und einem Plus an Mitarbeiterzufriedenheit belohnt.**

Effizienz hat oft einen fahlen Beigeschmack. Wer hört, die Effizienz müsse in einem Gastronomiebetrieb gesteigert werden, ahnt Böses – und vermutet, dass sich die gewohnte Qualität damit keinesfalls halten lasse. Das Gegenteil ist der Fall! Wer insbesondere im Servicebereich eine effiziente Personaleinsatzplanung betreibt, wird sich über reibungslose Abläufe und eine hohe Gästezufriedenheit freuen. Am sinnvollsten für eine Effizienzsteigerung ist die Einführung von Checklisten.



Wer bereits mit solchen Listen arbeitet, sollte diese auf den Prüfstand stellen und Punkt für Punkt durchgehen, ob wirklich alle wesentlichen Elemente erfasst sind oder ob sich aufgrund betrieblicher Veränderungen neue Aufgaben ergeben haben, die noch nicht berücksichtigt sind. Holen Sie dazu am besten Ihr festes Servicepersonal mit ins Boot. Wer kennt schließlich die täglichen Jobs besser als Ihre Angestellten?

Die Checklisten sollten gut sichtbar an einem speziellen Servicebrett angebracht werden. Hier können neben den im Folgenden noch genauer beschriebenen Listen auch aktuelle Informationen angebracht werden, die für den Service relevant sind, z.B. Neuerungen auf der Speisekarte.

Dabei geht es nicht nur darum, alle festangestellten Servicekräfte zu informieren, sondern insbesondere auch Aushilfen, die in unregelmäßigen Abständen im Restaurant unterstützen. Gerade sie bekommen damit einen Leitfaden an die Hand, welche Aufgaben von welchem Mitarbeiter wann zu erledigen sind und wer für welche Fragen der richtige Ansprechpartner



**Mach Kleine groß!**

Wenn Sie denken, dass Kinder die Gäste von morgen sind, haben Sie eine überraschend langfristige Zielplanung. Viel wichtiger finde ich, dass Kinder eine Zielgruppe mit ganz besonderen Bedürfnissen sind ... /

	Aufgaben	Wer ist zuständig?
Allgemeiner Service	- Reservierungsbuch führen	- Leitung Service (vom Restaurantleiter bestimmte Servicekraft, monatlich wechselnd)
	- Tagesgerichte kennen → Handzettel zu jedem Gericht mit drei Verkaufsargumenten vom Restaurantleiter bereitstellen	- Alle Servicekräfte (wird im wöchentlichen Servicemeeting besprochen)
Restaurantpflege	- Fensterbänke abstauben	- Donnerstag-Frühschicht
	- Besteck polieren	- Sonntag-Schlussdienst
	- Tischdeckenvorrat prüfen	- Täglich, Schlussdienst
Mise en place	- Salz und Pfefferstreuer, Zuckerstreuer auffüllen	- Mittwoch-Frühschicht
Materialbeschaffung	- Bestände feststellen und ans Büro weiterleiten	- dauerhaft eine feste Servicekraft (vom Restaurantleiter bestimmt)

im Betrieb ist. Nur so lassen sich feste Abläufe installieren und Verantwortlichkeiten regeln.

Mithilfe der Checklisten können nicht nur Aufgaben im Sinne der Restaurantpflege festgelegt werden, auch Abläufe im Service lassen sich hier vereinbaren: So kann es in bestimmten Betrieben sinnvoll sein, die Tätigkeiten die Gäste an den Tisch begleiten, die Bestellung aufnehmen, das Essen servieren und kassieren auf verschiedene Mitarbeiter zu verteilen, um die Effizienz zu steigern und die Gäste optimal und zügig bedienen zu können. Die Gästezufriedenheit wird durch solche kleinen Umstellungen steigen.

Die Festlegung der Aufgaben hat zudem den Nebeneffekt, dass das Personal motivierter und zufriedener an die Arbeit geht, da die Tätigkeiten auf alle Schultern gleichermaßen verteilt sind und sich niemand herausreden kann, er müsse immer die Salzstreuer auffüllen oder das Besteck polieren. Nach einem bestimmten Turnus, z.B. alle sechs Monate, können die Aufgaben auf den Checklisten anderen Schichtdiensten zugeteilt werden, um für Abwechslung zu sorgen.

**Tipp**

Unsere Seminarempfehlung aus dem spätherbstlichen Schulungsangebot



Frank Simmeth /

**„Verkaufen wie ein Profi – Strategien und Formulierungen“**

Das Seminar zeigt auf, dass Verkaufen in der Gastronomie gleichzusetzen ist mit gutem Service. So lernen die Teilnehmer, dass sich der Umsatz nicht mit Druck steigern lässt, sondern nur durch gute Beratung. Wie dies gelingt, zeigt Frank Simmeth anhand zahlreicher Praxisübungen auf. Dabei verrät der Gastrotrainer auch Tricks und Kniffe, mit denen die Kursteilnehmer wie ein Profi im eigenen Betrieb verkaufen können.

Termin:

Datum: 18. November 2009 /

Uhrzeit: 10.00 bis 17.00 Uhr /

Seminarinhalte:

Verkaufen ist aufdringlich? – Vom Verkäufer zum Berater /

Verkauf als Serviceleistung – Kunden nachhaltig binden /

„Darf ich Ihnen empfehlen“ – oder tatsächlich mehr verkaufen /

Die Strategie der Profis – Phasen des Verkaufsgesprächs /

Der Nutzen – gegenüber dem Gast richtig argumentieren /

Vom Bildermalen – mit Kommunikation Appetit machen /

Legale Verkaufstricks – Was im Verkauf erlaubt ist /

Praxisübungen

///

**Nähere Informationen und Anmeldung:**

Georg Baudrexl, Telefon: 089 5106-744,  
E-Mail: georg.baudrexl@hacker-pschorr.de

**Anmeldeschluss verpasst? Kein Problem.**

Bitte melden Sie sich bei Georg Baudrexl, oft gibt es auch nach Anmeldeschluss noch Nachrückerplätze.





# Die Gewinner der 1. Hacker-Pschorr Gastronomie-Meisterschaft stehen fest

Streiflichter von der Preisverleihung auf dem 6. Hacker-Pschorr Forum „Erfolgreiche Wirte“ 2009 /

➤ In einer der Meisterschaft gebührenden Räumlichkeit – dem Haus der Kunst – fand am 27. Oktober 2009 die Preisverleihung der 1. Hacker-Pschorr Gastronomie-Meisterschaft vor über 300 Teilnehmern im Rahmen des 6. Hacker-Pschorr-Forums „Erfolgreiche Wirte“ statt.

Moderiert von einem oberbayerisch-oberpfälzischen Duo – Marion Schieder, bekannt unter anderem durch die Liveübertragung vom Oktoberfest auf München TV und Andreas Steinfatt, Geschäftsführer Hacker-Pschorr, wurden zunächst die drei Erstplatzierten der jeweiligen Gewichtsklasse vorgestellt und im Anschluss die verdienten Gewinner-Betriebe gekürt.

Punkte sammeln konnten die in vier verschiedene Gewichtsklassen eingeteilten Teilnehmer in sieben unterschiedlichen Disziplinen, in denen die wichtigsten Erfolgsfaktoren eines gastronomischen Betriebes überprüft wurden. Das Kernstück der Meisterschaft war jedoch Disziplin I „Mein Wirtshaus soll schöner werden“ in der den Teilnehmern durch einen anonymen Qualitätsprüfer Schwächen und Stärken aufgezeigt wurden. Während der Meisterschaft hatten die Teilnehmer Zeit ihre Schwächen zu reduzieren und Ihre Stärken weiter zu entwickeln um Ihre Betriebe langfristig erfolgreicher zu machen.

„Die 1. Meisterschaft war für uns ein toller Erfolg. Auch wenn es pro Gewichtsklasse nur einen Gewinner geben kann, haben doch alle an Erfahrung, Qualität und Umsatz dazu gewonnen, worüber wir uns als Brauerei natürlich besonders freuen“, erklärt Andreas Steinfatt mit einem Zwinkern. Doch woran liegt es, dass die Teilnehmer durch die Bank überdurchschnittlich gut abgeschnitten und sogar bierumsatzmäßig noch draufgelegt haben? Für Steinfatt ist das ganz klar: „Alle teilnehmenden Betriebe werden von engagierten Gastronomen geführt, die sich generell mit Aktionen und ihren Gästen beschäftigen und nicht erst zu Beginn der Meisterschaft damit angefangen haben.“ Natürlich wurden im Verlauf der letzten sieben Monate auch neue und zusätzliche Aktionen gefahren, da sich die Gastronomen die Zwischenberichte zu Herzen genommen und die Anregungen sofort in die Praxis umgesetzt haben. Einen nicht unwesentlichen Beitrag haben aber auch die motivierten und hinsichtlich Veränderungen

offenen Mitarbeiter geleistet, die hinter jedem Wirt stehen und ohne deren tatkräftige Unterstützung und den Teamgeist die Umsetzung vieler Projekte sicher nicht möglich gewesen wäre.

„Trotz der derzeitigen Wirtschaftslage hat die Meisterschaft deutlich bewiesen, dass Gastronomen, die sich intensiv mit ihrem Unternehmen, ihrem Angebot und vor allem ihren Gästen auseinandersetzen und mit ihrem Konzept identifizieren überdurchschnittlich erfolgreich sind und auch in vermeintlich schwierigen Zeiten den Umsatz steigern können“, leitet Albert Höflinger, Marketingleiter Hacker-Pschorr, im Grunde einen Branchentrend aus den Ergebnissen ab. „Durch diese Meisterschaft haben wir gezeigt, dass engagierte Gastronomen besser als der Trend, besser als der Markt und besser als eine Referenzgruppe sein können. Natürlich gibt es kein allgemeingültiges Erfolgsrezept, aber wir haben gezeigt, dass wir als Brauerei gemeinsam mit unseren Kunden gestärkt und optimistisch in die Zukunft blicken können.“ Mit diesen Worten bedankt sich Andreas Steinfatt bei allen Teilnehmern und seinem Team für eine tolle und erfolgreiche 1. Hacker-Pschorr Gastronomie-Meisterschaft.

Bei der Meisterschaft handelt es sich jedoch um keine Eintagsfliege – schon für 2011 ist die zweite Runde geplant. Das Jahr zwischen den Austragungen wird Hacker-Pschorr nutzen, um interessierte Gastronomen fit für die nächste Herausforderung zu machen, und wie im Profisport ein Trainingslager veranstalten. Welche Disziplinen dort insbesondere trainiert werden, steht im Detail noch nicht fest, wird aber sicherlich auch von der Auswertung der diesjährigen Ergebnisse abhängen. Andreas Steinfatt hat zum Schluss alle Gastronomen aufgerufen, Rückmeldungen, Wünsche und Anregungen zur Meisterschaft direkt an die Verantwortlichen in der Brauerei zurück spielen, damit es in der nächsten Runde auch für die alten Hasen der ersten Runde eine wahre Herausforderung sein wird. Erste Versprechungen, den gerade gewonnenen Titel auf jeden Fall zu verteidigen, gab es direkt im Anschluss der Gewinnübergabe: Thomas Ruf, der mit seinem Team vom Gasthaus Ruf den ersten Platz in der Kategorie „Superschwergewicht“ belegt hat, wird am Ball bleiben und 2011 auf alle Fälle wieder mit von der Partie sein.



➤ Die Sieger durften jeweils einen der vier Mini's in individueller Sonderlackering mit nachhause nehmen.



# Die drei Erstplatzierten der jeweiligen Gewichtsklasse

## „Superschwergewicht“

### ↳ Nominiert waren:

Gasthaus Ruf  
Edith und Thomas Ruf  
82229 Seefeld /

Landgasthof Zum Eibenwald  
Michael Daisenberger Jun.  
82405 Wessobrunn /

Tutzinger Hof  
Petra Gsinn  
82327 Tutzing /

### ↳ Gewinner:

#### Edith und Thomas Ruf, Gasthaus Ruf

„Wir hatten alle großen Spaß und haben uns sehr gefreut, dass auch unsere Gäste richtig mitgefiebert haben. Solch professionelle Einblicke von außen sind sehr sinnvoll und vor allem hilfreich, um sich ständig zu verbessern“, berichten Thomas und Edith Ruf, Gasthaus Ruf, von den Erfahrungen während der Meisterschaft.



## „Schwergewicht“

### ↳ Nominiert waren:

Brückenwirt Percha  
Danielle und Heinz Preiss  
82319 Starnberg-Percha /

Alter Wirt  
Helga und Udo Karcher  
82335 Höhenrain, Gemeinde Berg /

Gasthof zur Loisch  
Familie Obermüller  
82439 Großweil /

### ↳ Gewinner:

#### Danielle und Heinz Preiss, Brückenwirt Percha

„Wir haben zusammen mit dem Team regelrecht auf die monatlichen Zwischenberichte hingefiebert, um zu erfahren, wie wir im Vergleich abgeschnitten haben. Besonders gefreut hat uns, dass die Mitarbeiter während der ganzen Zeit voll motiviert waren und die Bestätigung, die wir durch die Berichte erhalten haben, ein weiterer Ansporn war. Die Meisterschaft war für die Zusammenarbeit im Team und die Qualität unserer Arbeit sehr fruchtbar und wird uns auch in der Zukunft tragen“, ist sich das Ehepaar Danielle und Heinz Preiss vom Gasthaus Brückenwirt aus Percha, sicher.



## „Halbschwergewicht“

### ↳ Nominiert waren:

Presse-Platz'1  
Michael und Susanne Feldinger  
82343 Pöcking /

Krüner Stub'n  
Christine Abt und Andreas Möbius  
82494 Krün /

Zum Neuwirt, „Hotel Café Seidl“  
Josef Seidl  
82064 Straßlach /

### ↳ Gewinner:

#### Michael und Susanne Feldinger, Presse-Platz'1

„Ohne die Unterstützung unserer Gäste hätten wir die Meisterschaft nicht so bewältigt. Sehr interessant war für uns die Erfahrung, wie Außenstehende unseren Betrieb anschauen und bewerten – in seinen Stärken, aber auch Schwächen. An den Schwächen haben wir im Verlauf der Meisterschaft dann kontinuierlich gearbeitet“, macht Michael Feldinger vom Presse-Platz'1 in Pöcking deutlich.



## „Mittelgewicht“

### ↳ Nominiert waren:

Waldgasthof Bergfried  
Manuela und Stefan Krebs  
86637 Wertingen /

Restaurant Zum Bären  
M. u. M. Gastromanagement GmbH  
82131 Gauting /

Gasthaus Adler  
Andreas Stötter  
89264 Weißenhorn /

### ↳ Gewinner:

#### Manuela und Stefan Krebs, Waldgasthof Bergfried

„Zum Schluss, als das Filmteam gekommen ist und wir erfahren haben, dass wir nominiert sind, waren wir schon sehr aufgeregt. Was uns persönlich in unserem beruflichen Alltag weitergebracht hat, war eine objektive Bewertung von außen. Selber wird man mit der Zeit zwangsläufig etwas betriebsblind, aber wir haben alle Empfehlungen der Tester versucht, sofort in die Praxis umzusetzen, mit Erfolg wie der erste Platz ja beweist“, erklärt Stefan Krebs, Waldgasthof Bergfried, sein Vorgehen während der vergangenen sieben Monate.





## Servicetipp 31: Lade deine Gäste ein!

Werbung beginnt im eigenen Laden /



↘ **Letztes bei einer Biketour mit meiner Frau. Ich komme auf der anstrengenden Rückfahrt genau noch bis zum Nachbardorf, dann überfällt mich der „Süßhunger“. Ich beschliesse, mir ein Steckerleis beim ansässigen Wirt zu holen. Im leeren Lokal begrüßt mich der Wirtssohn bayerisch galant mit: „Ha?!“, dann begleitet er mich zur Eistruhe. „Wir sind ja fast Nachbarn und ich war aber bisher noch gar nicht als Gast bei euch“, sage ich und nehme mir ein Eis. „Hm, kostet 2,10 Euro!“, war die einladende Antwort.**

### Kein Bock

Jetzt raten Sie einmal, wie hoch die Chance ist, dass ich mein „Versäumnis“ nachhole und mit meiner Frau zu einem gemütlichen Abendessen wiederkomme? Genau! Die ist genauso groß wie die Chance, dass ich mir noch einmal ein Eis bei diesem Wirt hole. Wahrscheinlich hatten aber auch schon mehrere Gäste ganz ähnliche Gedanken. Die anderen Dorfgasthäuser, an denen wir an diesem Sonntagnachmittag vorbei gefahren sind, waren nämlich gut gefüllt. Na ja, vielleicht mag es der Wirt ja lieber eher ruhig oder er hat einfach keine Lust auf Gäste. Dann wäre es aber vielleicht besser, den Beruf zu wechseln. Mein Verständnis ist nämlich gering, wie man einen potentiellen Gast so ausladend behandeln kann.

### Wie funktioniert Werbung?

Wie machen denn das zum Beispiel Bekleidungs-geschäfte? Die hängen morgens ansprechende Kleidungsstücke vor die Tür und präsentieren diese schön. Wenn ich dann als Kunde stehen bleibe, kommt womöglich eine Verkäuferin und sagt: „Gefällt Ihnen dieses Stück? Möchten Sie es denn ausprobieren?“ Sehr treffend hat das einmal eine gute Freundin beschrieben: „Von den Boutiquen kannst du es lernen! Wenn du nichts raushängst, verkaufst du nichts!“

Werbung beginnt meiner Meinung nach im eigenen Laden. Der Wirt in unserem Beispiel hätte ja auch

Dinge sagen können wie: „Das ist aber schade, das müssen Sie unbedingt nachholen“, oder: „Bei uns gibt's tolle bayerische Küche“, oder: „Wir haben nächste Woche Wildschmankerl auf der Karte.“ Dann wäre die Chance tatsächlich hoch, dass ich mit meiner Frau zu einem gemütlichen Abendessen wiederkommen würde.

### Mach Gastro-Marketing!

Gastronomischer Erfolg geht doch darüber hinaus, nur gutes Essen und Trinken anzubieten. Zusätzlich muss ich auch noch neue Gäste gewinnen und bestehende halten. Viel billiger und wirkungsvoller als die Werbeanzeige in irgendwelchen Zeitungen ist da doch die nette und persönliche Einladung! So gesehen kann ich doch nichts Besseres tun, als allen Menschen in meinem Umfeld zu sagen, wie sehr ich mich freuen würde, wenn diese als Gast zu mir kämen. In anderen Ländern werden sogar Mitarbeiter extra dafür bezahlt, den Menschen vor der Türe zu sagen, wie nett und lecker es drinnen ist. Schon mal erlebt ...? Lade also deine Gäste ein! Das gilt natürlich auch oder ganz besonders für die Gäste, die ich jetzt schon im Lokal habe und die nun satt und zufrieden gehen möchten. Mein Tipp? Sag ihnen jetzt, wann und wo sie das gleiche gute Gefühl bald wieder bekommen können, z.B. so: „Übrigens, nächste Woche haben wir Schmankerltag bei uns! Das dürfen Sie sich nicht entgehen lassen ...!“



Frank Simmeth /

Frank Simmeth ist seit 2003 erfolgreich als selbstständiger Trainer für Gastronomie und Hotellerie tätig. Der gelernte Koch und NLP-Professional begeistert in seinen lebendigen und abwechslungsreichen Seminaren Mitarbeiter wie Führungskräfte gleichermaßen.

Autor

///



### Herausgeber /

Hacker-Pschorr Bräu GmbH, Hochstraße 75, 81541 München  
Telefon: 089 5106-0, www.hacker-pschorr.de

### Verantwortlich für den Inhalt /

Albert Höflinger, Marketing Hacker-Pschorr Bräu GmbH

### Texte /

Hacker-Pschorr Bräu GmbH, siehe Quellenverweise

### Gestaltung und Redaktion /

zweiblick // design und kommunikation, München

### Druck /

Druckhaus Kastner, Wolnzach

### Fotos /

Hacker-Pschorr Bräu GmbH, www.istockphoto.de

