



Hacker-Pschorr

Seitenblicke

ERFOLGREICHE WIRTE / EINE INITIATIVE VON HACKER-PSCHORR /



TOP THEMA

///

Ein Blick über den Tellerrand – Trends in der Gastronomie 2010

Zukunft braucht Herkunft /

↙ **Gretel Weiß, Chefredakteurin food-service, präsentierte am 11. März beim 29. Foodservice-Forum in Hamburg die Potenziale von morgen. Ein Aspekt, den sie hervorhob, war die Regionalität, die Verbrauchern zunehmend wichtig wird. „Man isst und trinkt wieder Heimat“, mit dieser Aussage brachte sie es auf den Punkt und bestätigt damit, dass viele Gastronomen in Bayern auf dem richtigen Weg und am Puls der Zeit sind.**

Darüberhinaus stellte sie den 1600 Besuchern Megatrends und Lernstoff für 2010+ vor, von denen drei Entwicklungen, die auch in der bayerische Gastronomie zum Tragen kommen, herausgegriffen und kurz aufgeführt werden.

Mittags- statt Abendgeschäft

Die Mahlzeiten verschieben sich – im wahrsten Sinne des Wortes. Denn aufgrund knapperer Budgets essen mehr Menschen mittags außer Haus, statt

abends gemütlich auszugehen. Eine Entwicklung, die mancher Wirt mit Sorge verfolgt. Doch Gastronomen sollten diesen Wandel für sich und ihr Geschäft nutzen und die verschiedenen Mahlzeiten mehr ausschöpfen.

Vom Esszimmer zum Wohnzimmer

Die moderne Gastronomie wird wohnlicher und bietet Gästen nicht nur einen Ort zum Essen, sondern ein Ambiente zum Wohlfühlen. Sessel und Sofas erobern die Gasträume und sorgen für eine heimelige Atmosphäre, in der sich der Gast wie zu Hause fühlt.

Unter freiem Himmel

Die Menschen zieht es in ihrer Freizeit – also auch beim Restaurantbesuch – nach draußen, gerade weil die meisten tagsüber drinnen arbeiten. Wer einen Außenbereich hat, sollte diesen geschickt in Szene setzen und den Gästen im Freien eine Wohlfühlzone bieten. „Der Garten wird zum Zimmer der Zukunft“, wie Gretel Weiß treffend zusammenfasste.



EDITORIAL

///



Hauptgang für Tisch 7!

Kennen Sie die TUI-Werbung mit Jogi Löw? – Traumstrand, tolles Hotel, überragender Service. Alles läuft perfekt und der Bundestrainer denkt natürlich, das liege daran, dass jeder ihn kennt. Stimmt nicht, die freundliche Dame am Empfang fragt nach seinem Namen. Er ist verblüfft über den Service und ein begeisterter Kunde. Für Jörg Neumann ist Kundenverblüffung der Schlüssel zum gastronomischen Erfolg. Das vermittelt er in seinem Tipp in diesem Heft und seinen Seminaren.

Eine ganz wichtige Rolle spielt dabei der Name, der Gast ist nicht nur eine Tischnummer. Und sind wir doch ehrlich, wir freuen uns alle, wenn wir nicht als Zahl wahrgenommen werden, sondern als Person und mit unserem Namen angesprochen werden. Nummern begleiten uns doch sowieso schon durchs ganze Leben, Steuernummer, Sozialversicherungsnummer, beim Telefonbanking wird auch erst nach der Kontonummer und dann erst nach dem Namen gefragt. Gastronomie unterscheidet sich von vielen anderen Branchen durch den ganz persönlichen Kontakt zu den Gästen. Das zu erkennen und zu nutzen, ist ein oft unterschätzter Erfolgsfaktor. Auch in dieser Ausgabe der „Seitenblicke“ haben unsere Gastronomie-Experten Tipps, Ideen und Anregungen für Sie rund um das Wohlgefühl Ihrer Gäste zusammengetragen.

Ihr

Andreas Steinfatt
Geschäftsführer, Hacker-Pschorr Bräu





Wie komme ich zum richtigen Preis?

Gruß aus der Küche richtig kalkulieren /

Autor /
Helmut Kammerer

Zielgruppe /
Geschäftsführung,
leitende Gastronomen

Leszeit /
15 Minuten

Im letzten Artikel dieser Serie haben wir uns einerseits mit der Kalkulation von Preisen auf der Basis des Wareneinsatzes beschäftigt und andererseits ausgeführt, welche Faktoren darüber hinaus eine Rolle spielen bei der endgültigen Findung des Preises, der am Ende in der Speisekarte steht. Ein nicht unbedeutender Aspekt blieb dabei bislang jedoch unangesprochen. Viele Restaurants servieren ihren Gästen einen kleinen Happen vorweg als Gruß aus der Küche.

Als Gast liebe ich das, auch wenn dabei das Angebot ganz unterschiedlich ist. In manchen Fällen versteht es der Koch tatsächlich, wunderbare und überraschende kleine Gaumenkitzel zu zaubern. Weitaus häufiger aber kommt ein Schüsselchen Quark oder Kräuterbutter auf den Tisch und dazu eine Schale mit geschnittenem Baguette. Auch daran gibt es aus Sicht des Gastes nichts auszusetzen, wohl aber aus Sicht des Gastronomen. Denn ich habe es bislang nicht oft erlebt, dass jemand daran denkt, diese Zusatzleistung auch in die Kalkulation mit einzubeziehen.

Dabei ist es nicht selten, dass ordentliche Mengen Brot aufgefahren werden, und Brot ist nicht billig, genauso wie gute Kräuterbutter ihren Preis hat. Wer ein bisschen großzügig ist, hat rasch für 50 Cent Brot im Körbchen und für 30 Cent Kräuterbutter in der Schüssel. Das sind 80 Cent Wareneinsatz, die meist unter den Tisch fallen. Dabei ist es unerlässlich, diesen zusätzlichen Aufwand mit in die Kalkulation einzubeziehen. Und wie die nachfolgende Berechnung zeigt, ist die Auswirkung auf den Preis erheblich:

$$\text{Kalkulierter Preis} = \frac{0,80 \text{ €}}{30} \times 100 \times 1,19 = 3,17 \text{ €}$$

Selbst wenn man davon ausgeht, dass der gereichte Happen vorweg für zwei Personen bestimmt ist, sind immer noch fast 1,60 Euro pro Gericht auf den Preis aufzuschlagen. Bei einem hochpreisigen Produkt mag das gehen, bei einfachen Gerichten sicher nicht. Sie können nicht für Ihren Schweinebraten statt 8,90 Euro plötzlich 10,50 Euro verlangen, weil Sie den Gruß aus der Küche mit in die Kalkulation einbeziehen. Es kann nun freilich nicht die Lösung sein, dann eben doch den Gruß aus der Küche in der Kalkulation zu vernachlässigen. Vielmehr müssen Sie darauf achten, dass der Wareneinsatz für diese Zusatzleistung möglichst gering ist. Es muss nicht pro Person ein halbes Baguette aufgeschnitten werden und es müssen auch nicht 50 Gramm Kräuter-

butter sein. Schließlich soll der Gast nicht satt werden, sondern lediglich eine kleine Appetitanregung erhalten. Ein großer Happen vorweg kostet nämlich den Wirt nicht nur Geld, er verbaut ihm auch weitgehend die Chancen, eine Suppe vorweg oder ein Dessert danach zu verkaufen.

Doch auch wenn Sie im Schnitt nur 20 Cent für den Gruß aus der Küche einsetzen, muss dieser Betrag dennoch in die Kalkulation einfließen. Unser Beispiel aus dem letzten Heft sieht also ergänzt wie folgt aus:

	Gewicht	Preis / kg	Preis / Portion
Roastbeef	200 g	12,40 €	2,48 €
Bratkartoffeln	200 g	0,80 €	0,16 €
Kräuterbutter	25 g	8,00 €	0,20 €
Garnitur			0,15 €
Fett und Gewürze			0,20 €
Gruß aus der Küche			0,20 €
Summe Wareneinsatz			3,39 €

Der daraus kalkulierte Preis beläuft sich dann nicht mehr wie vorher auf 12,65 Euro, sondern auf 13,45 Euro. Mit anderen Worten: Selbst ein Wareneinsatz von 20 Cent ist für den Happen vorweg sehr viel, denn er hat deutliche Auswirkungen auf den Endpreis der angebotenen Speisen. Es ist sicher besser, hier auf Phantasie und Originalität zu setzen statt auf Masse.

Nicht selten höre ich von Gastronomen, dass sie statt einer strengen, am Wareneinsatz orientierten Kalkulation, eine Mischkalkulation durchführen. Das heißt, dass sie die Speisen mit unterschiedlichen Wareneinsatzquoten kalkulieren. Auf den ersten Blick scheint dies durchaus Sinn zu haben. Es ist nicht unlogisch, dass ich eine Pizza mit einer anderen Quote kalkuliere als ein Rinderfilet. Eine Pizza kann ich mit einer Quote von 20 % kalkulieren. Wenn ich die gleiche Quote beim Rinderfilet ansetze, lande ich bei Phantasiepreisen weit jenseits von allem, was am Markt realisierbar ist. Es sei darauf verwiesen, dass die für die Kalkulation gewählte Wareneinsatzquote lediglich eine Grenze nach oben zieht, aber nicht nach unten. Es ist also keineswegs verboten, einzelne Speisen mit niedrigerer Quote zu berechnen.

In der Praxis habe ich bemerkt, dass das Wort „Mischkalkulation“ leider nicht selten verschleiern soll, dass überhaupt eine vernünftige Kalkulation stattfindet. Aber wenn wir davon einmal absehen, müssen wir uns mit den Konsequenzen einer solchen Mischkalkulation beschäftigen.

Ein wesentlicher Vorteil der Kalkulation mittels einer Wareneinsatzquote liegt in der einfachen





Erfolgskontrolle. Die monatliche BWA (Betriebswirtschaftliche Auswertung) weist jeweils die real erzielte Wareneinsatzquote aus, jedenfalls dann, wenn Sie monatlich eine Inventur durchführen. Machen Sie das nicht, hat die Wareneinsatzquote in der BWA keine Aussagekraft. Liegt nun diese Quote höher als der Kalkulationsansatz, dann wissen Sie, dass Sie in der Praxis nicht an die Kalkulationsvorgabe herankommen und gegensteuern müssen. Bei einer Mischkalkulation haben Sie diese Kontrollmöglichkeit nicht mehr. Um sich auch bei einer Mischkalkulation die Kontrollmöglichkeit zu erhalten, müssten Sie einen erheblichen buchhalterischen Aufwand treiben. Wenn Sie nämlich verschiedene Produktgruppen haben, die jeweils mit unterschiedlichen Quoten kalkuliert werden, dann müssten Sie auch die für diese Produkte notwendigen Bestandteile in getrennten Wareneinkaufskonten buchen. Sie müssten also beispielsweise alles, was Sie für eine Pizza brauchen, in ein eigenes Wareneinkaufskonto buchen und alles, was Sie für ein Rinderfilet brauchen, wieder in ein anderes. In der Praxis dürfte sich das als unmöglich erweisen.

Dennoch ist die Kalkulation mittels Wareneinsatzquote nicht der Weisheit letzter Schluss. Die Deckungsbeitragsrechnung bietet eine hervorragende Ergänzung oder vielleicht auch eine echte Alternative. Bei der Deckungsbeitragsrechnung geht es nicht mehr um Prozentsätze, sondern darum, welchen Überschuss ein Produkt erzielt, wenn man die Wareneinsatzkosten davon abzieht. Denn die Deckungsbeitragsrechnung ermittelt, welchen Beitrag in Euro und Cent der Verkauf einer Ware nach Abzug des Wareneinsatzes zur Deckung der restlichen Kosten erbringt. Daher hat sie ihren Namen. Wie man damit arbeitet und wie sie sich hervorragend mit der bisher dargestellten Kalkulation verbindet, zeige ich Ihnen im nächsten Beitrag.



Helmut Kammerer /

Der in Marburg ansässige Unternehmensberater und Fachbuchautor Helmut Kammerer ist mit seiner 20-jährigen Erfahrung als Berater und Trainer die erste Adresse in Sachen Optimierung und Existenzsicherung in gastgewerblichen Einrichtungen. Sein Buch gilt mittlerweile in der Branche als Standardwerk und dient vielen Gastronomen als Nachschlagewerk. Darüber hinaus steht er von Zeit zu Zeit in der ZDF-Sendung „WISO“ Verbrauchern mit fundiertem Wissen und hilfreichen Tipps zur Verfügung.

///

Autor

Tipp

Unsere Seminarempfehlung aus dem neuen Schulungsangebot

Pro-Mensch-Forum 2010: Hacker-Pschorr engagiert sich für bayerische Gastronomen

Pro Mensch zählt zu den führenden Spezialisten in den Bereichen Kundenorientierung, Führungsqualifikation und Motivation. Hacker-Pschorr gibt für die Teilnehmer volle Unterstützung und trägt, gemeinsam mit anderen veranstaltenden Münchner Unternehmen, den Großteil der Teilnahme-kosten. Das Seminar wird am 27. und 28. April von 9.00 bis 18.00 Uhr in München stattfinden. Pro Unternehmen haben zwei Personen die Möglichkeit dabei zu sein. Die Teilnehmerzahl ist begrenzt. Weitere Infos finden Sie unter www.promensch.de



Philip Eicher /

Kundenverblüffung – Kunden nachhaltig an sich binden

Der Referent verspricht, dass die Teilnehmer mit diesem Workshop eine Biertulpe voll Know-how und einen Maßkrug voll Do-how erhalten. Nach dem Tag kehren sie mit konkreten Ideen an den Arbeitsplatz zurück, die dort sofort wirkungsvoll umgesetzt werden können.

Termin:

Datum: 11. Mai 2010 /

Uhrzeit: 10.00 bis 17.00 Uhr /

Seminarinhalt:

Kundenverblüffung als Chance verstehen /

Die eigene Innovationskraft neu entdecken und zu Gunsten der Gäste einsetzen /

Mit dem Totenleistungsprinzip den Unterschied zwischen Basis- und Spitzenleistungen erkennen /

Mit Brainwriting Top-Ideen generieren /

Für Do-hower: Ideen wirkungsvoll und erfolgreich umsetzen können /

///

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.

Vorankündigung Servicetipp Nr. 36

36

Gib guten Rat ...

Frank Simmeth beschreibt im nächsten Servicetipp, dass manchmal guter Rat von einem Fachmann gefragt ist. Vor allem dann, wenn der Service alles möglich macht, was die Gäste wollen! Aber wissen die Gäste tatsächlich immer genau was sie wollen? /





Wachstum durch nachhaltige Personal- und Organisationsentwicklung

Die Zukunft der Gastronomie liegt in den Köpfen der Mitarbeiter /

Autor /
Maren Hessler

Zielgruppe /
Geschäftsführung,
leitende Gastronomen

Lesezeit /
10 Minuten

↳ **Machen wir uns nichts vor. In wirtschaftlich schweren Zeiten wie diesen stehen Kostenreduktion, Personalabbau und Effizienz ganz oben auf der Agenda eines Betriebs. Die Schraube der Ökonomisierung wird immer weiter angezogen. Das Dilemma: Wir nutzen in der Krise dieselben Instrumente, die uns in die Krise gebracht haben. Viele von uns spüren, dass dies nicht der Weg in die Zukunft sein kann. Denn es bleiben diejenigen auf der Strecke, die zentraler Wirtschaftsfaktor der Gastronomie sind: die Menschen. Aber welche Alternativen haben wir?**

Potenziale statt Defizite untersuchen

Wie wäre es, die düstere Brille, mit der wir in die Zukunft schauen, einmal abzusetzen und einen neuen Blickwinkel einzunehmen? Wie wäre es, Mitarbeiter in die Lösungssuche mit einzubinden und gemeinsam zu untersuchen, welche vorhandenen Ressourcen und Potenziale im Team und im Betrieb vorhanden sind – anstatt den Fokus nur auf Defizite und Unmögliches zu legen? Wie wäre es, zu schauen, was Mitarbeiter können und wollen – anstatt was sie nicht können oder nicht wollen?

Mitarbeiter einbinden, Wissen nutzen

Häufig entscheiden Einzelne allein, wie Arbeitsabläufe im Betrieb aussehen sollen, ohne die Mitarbeiter nach der Sinnhaftigkeit gefragt zu haben. Vordergründig ordnen sich die Mitarbeiter mit Kompromissen unter. Wenige sind jedoch mit Leidenschaft dabei, sich wirklich für das Betriebsziel einzusetzen. So bleiben Wissen und Intelligenz der Mitarbeiter ungenutzt. Energie und Kraft werden sukzessive aus dem Betrieb heraus gemanagt. Und dabei geht es doch darum, Wachstum zu generieren und Potenziale von Einzelnen und Teams freizulegen, um zukunftsfähig zu bleiben.

Methode Appreciative Inquiry

Wie sieht das praktisch aus? Für einen Team- und Organisationsentwicklungsprozess gibt es je nach Fragestellung unterschiedliche Ansätze. Einen nachhaltigen Ansatz hat der US-Forscher David Cooperrider entwickelt: die Methode der Appreciative Inquiry (AI). Sie hat eine wertschätzende Erkundung von Teams und Betrieben zum Ziel. Es geht darum, das Beste des Betriebs zu erkennen und weiterzuentwickeln.

AI betrachtet weder Team noch Betrieb als Problem, das gelöst werden muss, sondern als Potenzial, das entfaltet werden kann. Mit einer einfachen Interviewmethodik wird nach den positiven Momenten im Unternehmen gefragt aus dem Hintergrundbewusstsein der Mitarbeiter. Auf dieser Basis werden gemeinsam Maßnahmen geplant und weitere Vereinbarungen getroffen. Der AI-Ansatz erzeugt eine positive Stimmung im Team, in der Vertrauen und neue Motivation einen Platz haben können. Dadurch, dass Mitarbeiter in die Entwicklung mit einbezogen werden, übernehmen sie Selbstverantwortung, bringen ihr Wissen und ihre persönlichen Interessen ein.

Praktische Umsetzung

Die Erfahrung zeigt, dass herkömmliche Teamtrainings nicht die gewünschten, nachhaltigen Effekte erzielen. Man sitzt zusammen, erarbeitet neue Ideen, es bleibt dabei und nichts passiert. Deswegen sind Qualifizierungsmaßnahmen nur sinnvoll, wenn Mitarbeiter regelmäßig über einen längeren Zeitraum begleitet werden. Ein eintägiger, moderierter Workshop auf Basis der AI-Methodik bietet hierfür einen guten Auftakt. Leitplanken für diesen Workshop sind vier Phasen:

Erkundung (Phase 1):

Aus dem Besten der Vergangenheit lernen

- Interviews in Paaren zu herausragend persönlichen positiven Erfahrungen im Betrieb
- Wie sind wir, wenn wir am besten sind?
- Zu den Kernthemen werden die besten Fälle im Plenum sichtbar gemacht.

Vision (Phase 2):

Zukunftsbilder der Mitarbeiter

- Mitarbeiter tauschen sich über ihre Ideen aus.
- Welche Wünsche haben wir für die Zukunft?

Gestaltung (Phase 3):

Präzisieren der Visionen, Ziele für die Zukunft

- Vereinbarung über das, was sein soll.
- Auswählen der wichtigsten Bausteine des zukunftsfähigen Betriebs

Umsetzung (Phase 4):

Maßnahmen planen

- Erarbeiten der Maßnahmen: Mitarbeiter entwickeln Ideen und präsentieren, welche Maßnahmen sie voranbringen wollen und beschreiben die Unterstützung, die sie dafür brauchen.





3

Eigeninitiative der Mitarbeiter

Nach dem Workshop stehen die Umsetzung der Maßnahmen und das Lernen von neuen Fähigkeiten im Vordergrund, wie beispielsweise Veränderung von Arbeitsprozessen, die nötig sind, um neu und eigenverantwortlich zu arbeiten. Mitarbeiter lernen an ihrem Arbeitsplatz, ihre eigenen Ideen umzusetzen und beobachten dabei selbst, was funktioniert oder auch nicht.

In regelmäßigen Abständen von vier bis sechs Wochen erfolgt eine moderierte Intervention. Hierbei geht es um den gegenseitigen Austausch der Mitarbeiter zu Problemen im Team, das versucht, neue Erkenntnisse und Lösungsansätze für ihre Prozesse im Betrieb und untereinander zu finden. Der gesamte Prozess einer nachhaltigen Personal- und Organisationsentwicklung kann bis zu ein Jahr und länger dauern.

Freiheit statt Kontrolle

Diese neue, nachhaltige Personal- und Organisationsentwicklung stößt in Deutschland immer mehr auf offene Ohren. Und doch sind immer noch zahlreiche Menschen bei der Umsetzung zögerlich, denn sie setzt eine neue, oftmals nicht gelernte Haltung voraus. Mitarbeiter benötigen eine Kultur der Emanzipation, der Freiheit und des Vertrauens, um Wissen freizusetzen. Kontrolle und Reglement von oben gehören zur Vergangenheit.

Erst wenn wir unsere Mitarbeiter daran gewöhnen, dass der Chef nicht immer die Entscheidungen trifft, werden sie Eigenverantwortung für ihre Arbeit übernehmen. Dies führt langfristig zu intelligenten Betrieben mit Mitarbeitern, die gelernt haben, dass das System an ihrer Eigeninitiative interessiert ist. Die ersten Gastronomiebetriebe stellen sich darauf ein. Und das ist gut so.



Maren Hessler /

Maren Hessler ist selbstständige Personal- und Organisationsentwicklerin und Gründerin sowie Partnerin des internationalen Unternehmernetzwerkes Kessels & Smit, The Learning Company, in Deutschland. Gemeinsam mit ihren Kollegen unterstützt sie Einzelpersonen, Unternehmen und Gemeinschaften bei ihren Lern- & Entwicklungsthemen. Zuvor hat Maren Hessler zehn Jahre für internationale Kommunikationsberatungen, zuletzt im Management Board, gearbeitet und Kunden aus dem Bereich Food, Systemgastronomie und Lifestyle betreut. Maren Hessler ist studierte Pädagogin und hat eine Ausbildung zur Systemischen Beraterin und zum Systemischen Coach am Institut für Systemische Beratung (ISB) in Wiesloch absolviert.

///



Jörg Neumann /

Tisch Sieben

Mit individueller Behandlung im Service zur Kundenzufriedenheit

„In unserer Branche müssen wir sehr flexibel sein und wissen vorher nie, was uns erwartet“, hat mir neulich ein Hotelier erklärt. „Siebzig Prozent unseres Alltags ist schlicht nicht planbar und macht jeden Tag zu einem Abenteuer.“ Das hat was. Aber warum plant man nicht gerade deshalb wenigstens die 30%, die man planen kann? Beispielsweise den Ablauf einer Tischreservation? Ganz selten fragt mich jemand etwas, wenn ich einen Tisch reserviere. Bestenfalls soll ich eine Telefonnummer angeben. Dabei sollte es doch interessant sein, ob wir Vegetarier sind oder Raucher oder Kinder dabei haben.

Ich garantiere Ihnen: Heute könnte ich einen Tisch für zehn Personen reservieren, und niemand fragt: „Haben Sie etwas Schönes zu Feiern?“ Nachher steht der Kellner abends dann da und wundert sich, dass die Großmutter hundert wird. Voll im Stress geht es auf Richtung Küche. Dort erbettelt er sich vom Küchenchef einen Kuchen, um auf die Feier zu reagieren. Das geht doch einfacher!

Wie meine letzte Reservation verlief? „Neumann, zwei Personen, um halb acht Uhr“, erklärte ich am Telefon. „Kein Problem“, hat er mir geantwortet und immer, wenn ich ‚Problem‘ höre, dann weiß ich, dass es eines wird. Das Kindermädchen ist organisiert und wir verlassen, in Schale geworfen, um sieben Uhr das Haus. Um zwei vor halb acht heißt uns der Kellner willkommen: „Name?“ „Neumann.“ Er wirft einen Blick in ein mit Hieroglyphen übersätes Buch, „Neumann“ murmelnd. „Neumann, Neumann, wo hab ich Sie denn?“ Dabei überfliegt er mit seinem Zeigefinger die Meiers, Müllers und Hubers. „Tisch sieben“, sagt er, als gäbe ein Fluglotse einen Slot frei, nimmt zwei Speisekarten und bittet uns, ihm zu folgen. An Tisch 7 erblicke ich ein Tischkärtchen, auf dem mit Kugelschreiber steht: „Tisch 7, Neumann“ und gleich darüber das Wort ‚Reserviert‘. Wow! Was für ein Start!

Was bleibt sind Fragen. Fragen, die Gästen schon lange auf der Zunge liegen:

- Wieso gebe ich bei einer Tischreservation meinen Namen überhaupt bekannt, wenn dann abends doch alle „Tisch 7“ zu mir sagen? („Tisch 7 möchte zahlen“, „Tisch 7 kann man den Hauptgang schicken“)
- Wieso wird man als Gast oft mit „Raucher oder Nichtraucher?“ begrüßt, anstatt mit seinem Namen?
- Weshalb heißt man „auch die kleinen Gäste willkommen“, setzt ihnen dann aber heiße Teller vor und zu den Malutensilien gibt’s nicht mal eine feste Unterlage, auf der gemalt werden kann?

Wie sieht es bei Ihnen aus? Wären wir bei Ihnen Familie Neumann oder Tisch 7?

Vorankündigung nächstes Heft

Kundenverblüffungstipp 4: Der wichtigste Tag ist der Alltag

Jörg Neumann stellt im nächsten Tipp den Lesern die Frage, wie in den bayerischen Gastwirtschaften Gäste überrascht werden, damit diese begeistert sind. /





Licht & Proportionen – Teil 6

In bayerischen Gaststätten: warmes Licht als Zeichen gepflegter Gastlichkeit /

Autor /
Hanna Raifße

Zielgruppe /
Geschäftsführung,
Restaurantleiter,
Oberkellner

Lesezeit /
15 Minuten

↓ **Spot an, Spot aus! „Ein durchdachtes Lichtkonzept ist eine wichtige Grundvoraussetzung für eine erfolgreiche Gastronomie“ – so lautet die Prämisse dieser Serie über „Licht & Proportionen“. Im sechsten Teil geht es um die Rolle des Lichts in der bayerischen Gastronomie und worauf Wirte besonders achten sollten.**

Was zeichnet eine bayerische Gaststätte aus? Da erwartet der Gast wohl in erster Linie regionale Spezialitäten auf der Speise- und Getränkekarte, eine freundliche Bedienung und nicht zuletzt ein Ambiente, das Gemütlichkeit und Wärme ausstrahlt.

Das Wort „ausstrahlen“ weist bereits darauf hin, dass nicht nur der Einrichtung, sondern auch dem „Licht“ eine ganz besondere Bedeutung zukommt. Bei dem Lichtkonzept für ein Wirtshaus ist vor allem auf die Art des Lichts und die Auswahl der Lichtquellen zu achten.

Eine zentrale Rolle spielt die **Lichtfarbe**. Dabei geht es nicht um die Farbe im eigentlichen Wortsinn (also Gelb, Rot, Grün), sondern um denjenigen Ausschnitt aus dem Farbspektrum, den das jeweilige Licht zur Verfügung stellt. Die Maßeinheit dafür ist die „Lichtfarbe“, wobei die Farbtemperatur in Kelvin gemessen wird. „Warmweiße“ Lichtfarben liegen unter 3.300 Kelvin (k). Beim Kauf der Lampen sollte also auf den Kelvinwert geachtet werden.

Inzwischen gibt es übrigens auch Energiesparlampen unter 3300k, die eine warmweiße Lichtstimmung erzeugen. Solche Lampen mit 2.500 oder 2.700k können ebenso wie Glühbirnen eine behagliche Atmosphäre erzeugen.

Natürliche Lichtquellen wirken auf den Menschen ebenfalls warm und einladend. Darunter fallen beispielsweise Fackeln, Kerzen oder offenes Feuer. Der Einsatz von Kerzen an jedem Tisch kann bayerischen Wirten sozusagen wärmstens empfohlen werden, wobei auch hier der Teufel im Detail steckt. Lange, spitz zulaufende Kerzen auf der einen Seite passen eher auf den Tisch eines eleganten Restaurants, auf der anderen Seite wirkt es arg banal, einfach nur Teelichter (oder Teelichter in einem Glas) aufzustellen. Also einfach schöne, dicke Kerzen in wirtshausauglichen Kerzenständern wählen.

Perfekt wäre es natürlich, wenn die freundliche Bedienung zur standesgemäßen Begrüßung („Grüß Gott! Herzlich willkommen! Was darf ich Euch/Ihnen zu trinken bringen?) gleich noch die Kerze am Tisch anzündet. Dies ausnahmsweise zu vergessen, ist in einem bayerischen Wirtshaus sicher nicht gleich ein Fauxpas. Aber daran denken: Durch das Rauchverbot haben längst nicht mehr alle Gäste Feuerzeug oder Streichhölzer parat. Warmes Licht stößt da an seine Grenzen, wo die Funktion des



↓ **Gut gesetzte, „warme“ Lichtstimmung:
So stellt man sich ein bayerisches Wirtshaus vor.**



➤ Ohne gezielt gesetztes Licht hätten diese hübschen Details keine Wirkung.



➤ Indirekte Beleuchtung sorgt für attraktive Licht- und Schattenspiele an der Wand.



➤ Kronleuchter setzen Akzente und beeinflussen das Raumempfinden der Gäste.

Lichts beeinträchtigt wird. Zu den obersten Geboten in der Gastronomie gehört, dass die Speisekarte an allen Tischen gut leserlich sein muss. Deshalb sollte bei einer Veränderung des Lichtkonzeptes unbedingt getestet werden, ob die Karte auch in „dunkleren Ecken“ der Gaststätte noch einwandfrei lesbar ist.

Zur Funktion des Lichts zählt auch die Wegeführung. Gerade weil in der bayerischen Gastronomie gerne mit dunklen Hölzern und dunklen Böden gearbeitet wird, sollten alle Wege gut ausgeleuchtet sein (das gilt insbesondere, wenn z.B. der Weg zur Toilette über Treppen führt). Nicht zuletzt soll es ja in bayerischen Gaststätten vorkommen, dass der ein oder andere Gast mehr als zwei Halbe trinkt ...

Neben der Farbe des Lichts hängt das Ambiente natürlich auch von den Beleuchtungskörpern (Lampen, Leuchten, Kronleuchtern, etc.) und dem Lichteinfall ab. Im Idealfall sollte in einem Wirtshaus jeder Tisch über zwei Lichtquellen verfügen – zum einen durch die allgemeine Raumbeleuchtung, zum anderen durch eine separate Tischbeleuchtung (durch eine Lampe, z.B. über dem Tisch oder an der Wand). Auch hier der Rat: Bitte den längsten Mitarbeiter des Teams an jedem Tisch Probe sitzen lassen! Wenn er sich den Kopf an der Lampe stößt, hängt diese nicht wirklich optimal. Bei Lampen über den Tischen sollte durch den Lichteinfall und die Lichtstärke gewährleistet sein, dass kein Gast, der nach oben schaut, geblendet wird (siehe dazu „Licht-Lexikon“).

Lebendiges, warmes Licht entsteht darüber hinaus durch das Wechselspiel von direktem und indirektem Licht. Wer sein Lokal liebevoll mit stimmungsvollen Accessoires schmückt, sollte diese Schmuckstücke nicht im Dunkeln verkümmern lassen, sondern mit indirektem Licht effektiv in Szene setzen.

Kronleuchter verschiedener Couleur machen in einer bayerischen Gaststätte eine prächtige Figur. Und vielleicht noch wichtiger: Sie setzen Akzente und beeinflussen das Raumempfinden der Gäste. Unter solch einem Leuchter vermutet der Gast etwas Besonderes, also etwa den Stammtisch oder eine besonders gemütliche Ecke des Lokals. – Jedes Licht gibt ein Signal und ist sozusagen ein Versprechen an den Gast, das ein guter Wirt auch einhalten sollte.

Wissen

Licht-Lexikon: Blendungsbegrenzung

Wenn Licht das Sehen beeinträchtigt, liegt dies in vielen Fällen daran, dass es blendet. Dabei wird zwischen Direktblendung und Reflexblendung unterschieden.

Direktblendung entsteht durch zu hohe Leuchtdichten, zum Beispiel durch ungeeignete oder falsch angebrachte Leuchten, freistrahkende Lampen oder auch durch Fenster. Reflexblendung entsteht durch Spiegelung auf glänzenden Oberflächen.

Direktblendung lässt sich z.B. durch ausreichend abgeschirmte Lampen und abgedunkelte Fenster vermeiden. Vor Reflexblendung schützen die richtige Anordnung der Leuchten im Raum, die Leuchtdichtebegrenzung der Leuchten sowie die Verwendung matter Oberflächen.



Hanna Raißle /

Planung – Durchführung – Beratung: Als Expertin für Ambiente & Raumdesign ist sie eine gefragte Partnerin in Gastronomie, Hotellerie, Catering & Eventmanagement. Darüber hinaus ist sie als Buchautorin, Fachreferentin und Seminarleiterin (bei der Initiative „Erfolgreiche Wirte“ von Hacker-Pschorr) erfolgreich tätig. Für die „Seitenblicke“ schreibt Frau Raißle über die Faktoren, die zu einem „Wohlfühlambiente“ im Lokal führen. In der neuen Serie dreht sich alles um „Licht & Proportionen“.

///

Autor





Servicetipp 35: Check noch mal nach!

Mentale Checklisten als hilfreiche Unterstützung in hektischen Phasen /



↳ **Letztens mit 12 Freunden zum Mittagessen in einem Münchner Steakhaus. Als unsere Servicekraft mit ihrem Kellnerblock an den Tisch kam und schüchtern fragte, ob das alles getrennt ginge, war ich schon gespannt. Es kam wie es kommen musste: Ein Essen war wohl im allgemeinen Bestelltumult untergegangen. Darüber hinaus konnte aber auch eine grafische Kellnerblock-Methode à la Sudoku nicht verhindern, dass am Schluss keiner am Tisch eine korrekte Rechnung bekommen hat.**

Kleine Ursache – große Wirkung ...

Nein, unsere Bedienung war nicht unfreundlich. Sie hat sich sogar ganz tapfer an ihren Button auf der Brust gehalten, auf dem irgendetwas von Service und Lächeln stand (!). Nur an den Falten auf der Stirn konnte man ablesen, welche Verzweiflung aufkam, als wir weg mussten, das Chaos des Bezahlebens anfang und einer von uns noch nicht einmal sein Essen hatte. Mir hat unsere Servicekraft Leid getan. Wer hat schon Lust auf Service-Alpträume? Vielleicht hätte ja ein kleiner Check im Arbeitsablauf alles verhindern können!

Abgesehen davon habe ich kein Verständnis dafür, dass ein Gastro-Systemer, der oftmals schon mit ungelerten Mitarbeitern auskommt, seine Servicekräfte mit Arbeitsmaterial an den Tisch schickt, das aus der gastronomischen Steinzeit kommt! Wahrscheinlich hätte unsere Bedienung es mit zeitgemäßem Werkzeug am Tisch leichter gehabt.

Nimm dir Zeit!

Wie kann es aber passieren, dass ein Essen nicht ankommt und dies zunächst unbemerkt bleibt? Ich glaube, ich weiß warum! Weil Stress war, die Servicekraft eh schon ein wenig überfordert war und da dann eben oftmals keine Zeit bleibt, noch mal an den Tisch zu gehen und zu checken. Das Problem ist aber, dass die Absicht, sich Zeit zu sparen

in unserem Falle wohl ziemlich schief gegangen ist. Wenn die Gäste nämlich sauer sind und nicht wiederkommen, habe ich das Phänomen mit der fehlenden Zeit nicht mehr lange. Die Zeit, sich selbst zu überprüfen, ist deshalb wohl nicht so schlecht investiert.

Plan als Servicekraft einfach feste Checkpoints in deinen Arbeitsablauf ein. Was sind denn die „kritischen“ Stellen, bei denen Fehler passieren können? Aus meiner Sicht sind das zwei Punkte: Was kommt bei mir an und was kommt am Tisch an!

Wie machen es die Profis?

Mach dir doch eine Art „mentale Checkliste“: Habe ich an alles gedacht? Habe ich für jeden am Tisch ein Essen und ein Getränk aufgenommen? Gibt es Besonderheiten am Tisch? usw. Wenn unsere Bedienung bei der Bestellung und nach dem Servieren noch einmal überprüft hätte, ob Sie erstens alles richtig verstanden und zweitens auch gebracht hat, wäre wahrscheinlich alles glatt gegangen. Mit Checklisten ist das aber bei vielen Mitarbeitern so eine Sache. Ein Satz, den ich manchmal in meinen Seminaren höre, ist: „Ich brauche keine Checkliste! Als Profi kann ich mir das alles merken!“ In meiner Definition sind aber Profis nicht die Menschen, die sich alles merken können, sondern jene, die sich selbst überprüfen. Mein Tipp also? Check das lieber noch einmal ...



Frank Simmeth /

Frank Simmeth ist seit 2003 erfolgreich als selbstständiger Trainer für Gastronomie und Hotellerie tätig. Der gelernte Koch und zertifizierter NLP-Coach 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

