

# Erfolgsrezepte: Salz in der Luft, Rohkost auf Eis

„Gastroforum“: Experten-Tipps für Allgäuer Wirte

**Kempten (se).** Zufriedene Gäste reichen nicht; es gilt, die Kunden zu begeistern. So lautete der Tenor der Vorträge bei einem eintägigen „Gastroforum“ im Haus Hochland. Auf Einladung des Allgäuer Brauhauses gaben Professor Edgar E. Schätzing und Betriebswirt Norbert Arne Kubecka rund 70 Wirten aus dem ganzen Allgäu praxisnahe Tipps für die erfolgreiche Gastronomie.

Der Schlüssel dazu liegt im Personal, betonte Schätzing, der am Internationalen Institut für Hotel und Restaurant-Administration in München lehrt. Ein „Gefühl für die Dienstleistung“ müssten die Mitarbeiter in der Gastronomie entwickeln:

„Leidenschaft gehört dazu, wenn Menschen für Menschen arbeiten.“ Dann mache es auch Freude 14 bis 16 Stunden am Tag zu ackern. Eine Portion Schauspielerei schade dabei nicht, sagt Schätzing, der selbst 22 Jahre in der Hotellerie aktiv war.

Die Zusammenhänge zwischen Preispolitik und Gästezahlen, Umsatz und Kosten zeigte der Experte auf – immer gewürzt mit seinen eigenen Erfahrungen. Kostproben gefällig?

● „Die Frau um 40 ist ein glatter Umsatzkiller im Restaurant. Gemäß Brigitte Diät bestellt sie Magerjoghurt und Karotten. Der dürfen sie



Arne Kubecka

natürlich keinen Brotkorb hinstellen, den isst sie auf. Aber ein wenig Rohkost auf Eis als Aufmerksamkeit des Hauses – da knabbert sie dann garantiert dran und kriegt erst recht Heißhunger.“

● „Den Getränkeumsatz um 15 Prozent zu erhöhen gelang in verschiedenen Münchner Lokalen mittels medizinischer Salze im Luftbefeuchter. In HNO-Kliniken wird damit inhaliert, insofern tun sie den Gästen was Gutes. Und in der salzgeschwängerten Luft, da entwickeln sie einen enormen Durst.“

● „Um sich von Mitbewerbern zu differenzieren, muss der Gastronom ständig zwei Jahre voraus denken. Erfolgreiche Konzepte werden in der Zeit nämlich kopiert und von anderen billiger angeboten. Beispiel Baby-Hotel in Österreich: Vor einigen Jahren hatte ein Hotelier diesen Einfall, heute gibt es 447 derartige Häuser.“

## Den Gast als Freund behandeln

Lebensfreude, Humor, Unterhaltung und Genuss – diese Faktoren hält Norbert Arne Kubecka in der erfolgreichen Gastronomie für entscheidend. Auch der Lehrbeauftragte für Hotel- und Gastronomie-Marketing an der Fachhochschule München rät, sich von der Konkurrenz deutlich abzuheben, was oft mit einfachen Mitteln und der Konzentration auf ein besonderes Angebot gelinge: Ein „Gasthof Müller“ berge kein Profil, bei der „Spätzle-Wirtin“ dagegen stehe der Gegenstand des Unternehmens prägnant im Vordergrund. „Dazu müssen sich Wirte trauen, ihr Angebot auf die jeweiligen Stärken zu reduzieren.“