

Foodtrends

Es geht immer um die Wurst

Redakteur
Bernhard Eck
b.eck@ahgz.de

Über Geschmack lässt sich bekanntlich schlecht streiten. Über Ernährungs- und Küchentrends schon eher. Zumal sie in der heutigen Zeit immer kurzlebiger sind, so kurzlebig, dass die Trendforscher schon jedes Jahr einen neuen Bericht verfassen. Doch manche Entwicklungen haben länger Bestand. Zum Beispiel die vegetarische Küche, ein ethisch und gesundheitlich motivierter Megatrend, der trotz des aktuellen Steak- und Grill-Hypes immer stärker wird und sich in diversen Unter-Trends widerspiegelt. Etwa in der Gemüseküche des Nahen Ostens, die Hanni Rützler in ihrem Food Report 2018 beschreibt (Seite 12) oder in der Algenküche, der diese Ausgabe drei Seiten widmet (Seiten 14 bis 16).

Die Beobachtung zeigt: Neue Küchenrichtungen und Produkte sind dann erfolgreich, wenn sie auf Bekanntem, Gelerntem aufbauen. Getreu dem Motto „Was der Bauer nicht kennt ...“. Ein gutes Beispiel ist das Blitz-Start-up Grillido, das mit fettarmen und veganen Rezepturen die Grillwurst neu erfunden hat (Seite 4). Am Ende geht es eben immer um die Wurst!

Standards und Spielräume

GASTBEITRAG

Von *Christine Possler, Beraterin, Trainerin und Geschäftsführerin MUTmanagement, Dresden.*

» » „Wenn wir mit Hotels und Restaurants erfolgreich sein wollen, müssen wir systematisieren“ – diese Überzeugung findet sich branchenweit. Und so sollen immer ausgefeiltere Standards für eine gleich gute Leistung für jeden Gast sorgen und dafür, dass die Kalkulation aufgeht. Soweit, so klar. Gleichzeitig rufen Servicetrends nach individuellen, eben nicht standardisierten Erlebnissen. Wie passt das zusammen? Service-„Kultur“, heißt die Antwort. Kultur bezeichnet im weitesten Sinne alles, was der Mensch selbst gestaltend hervorbringt – ein System von Regeln und Gewohnheiten, die das Zusammenleben und Verhalten der Menschen bestimmen. In Beherbergung und Gastgewerbe wirken Mitarbeiter direkt auf ihre Gäste, deshalb braucht es auch hier Regeln und Gewohnheiten für Verhalten und Zusammenarbeit. Sie bestimmen die spürbare Haltung, die der Gast im Kontakt mit Mitarbeitern erlebt. Und damit machen sie den entscheidenden Unterschied, wenn Zimmerausstattung, Speisenqualität oder Ambiente vergleichbar gut sind.



Foto: Unternehmen

Christine Possler: „Es braucht Regeln und Gewohnheiten für Verhalten und Zusammenarbeit.“

Systeme und Standards gibt es reichlich, sie werden rund um Qualitätsmanagement und HACCP immer weiter perfektioniert. So sinnvoll das in vielen Bereichen ist, kann es sich doch für die Operativen auch wie ein Anweisungskorsett anfühlen. Vor allem, wenn ihnen ihre persönliche Erfahrung zeigt: „Mein Gast findet uns großartig, wenn ich selbstbewusst und souverän auf seine individuellen Wünsche eingehen und Entscheidungen einzig für ihn allein treffen kann und darf.“

Gelernte Systeme und selbstbewusstes Miteinander – das muss kein Gegensatz sein, wenn die Servicekultur Spielräume einräumt und souveränes Handeln unterstützt. Der Weg dorthin braucht einige Umdrehungen, weil die beteiligten Menschen unterschiedlich forscht und schnell mit neuen Anforderungen umgehen. Er führt ganz handwerklich über vier Schritte – ausgehend von Standards für

ein gemeinsames Verständnis, Verhalten und Vorgehen.

Schritt 1: Eine gemeinsame Basis schaffen – mit notwendigen und sinnvollen Leitlinien und Verhaltensregeln.

Schritt 2: Stärken, was funktioniert – Wissen und Können beim Umgang mit dem Gast abfragen. Spielräume und Grenzen klären.

Schritt 3: Kontinuierlich für den Alltag erkunden – geübtes und sicher beherrschtes Handwerk mit Führungsrückhalt in eine lebendige Gastgeber-Praxis übertragen. Erkunden, was im Alltag gut ankommt und welche Freiräume für wirklich gasterorientierte Lösungen wichtig sind.

Schritt 4: In Strategie und Kultur verankern – Verhalten beständig entwickeln, in den Alltag tragen und in strategische Entscheidungen integrieren – aufbauend auf der Gastgeberhaltung: „Der Gast ist mein Freund“.

Das ist anstrengend, doch es lohnt sich: Gäste erleben sich in Logis oder Gastronomie als richtig und wichtig! Und Mitarbeiter erleben sich als selbstbewusste und souveräne Gastgeber.

Welche Spielräume haben Ihre Service-Mitarbeiter?

Schreiben Sie uns.

✉ redaktion@ahgz.de

