

Gastronomie im Herbst und Winter



„DIE GÄSTE MÜSSEN SICH AUCH MAL NACH UNS RICHTEN“

Während laue Sommernächte den Corona-gebeutelten Gastronomen passable Umsätze im Außenbereich ermöglicht haben, bereitet vielen die kühlere Jahreszeit Sorgen. Wie kann ich bei meinen Gästen Vertrauen erwecken und sie auch im Winter sicher bewirten? Der renommierte Gastroberater, Autor und Dozent Björn Grimm hat Tipps und Ideen.

Wie verläuft der Herbst/Winter für die Gastronomie aus Ihrer Sicht?

Die Statistik zeigt: Die Gastronomie liegt in zahlreichen deutschen Städten weiter am Boden. Das Saal- und Veranstaltungsgeschäft geht gegen Null, die wiedereinsetzenden Pachten sorgen für zusätzlichen Druck. Dazu gibt es keine wirkliche Aussicht auf eine Besserung. In der Realität fehlen Sitzplätze. Zwar konnte die Außengastronomie punkten – auch weil die Deutschen in dieser Zeit ihr Land als Urlaubsdestination entdecken. Doch darf man nicht vergessen, wie enorm hoch die Belastung der Gastro-Unternehmer und Mitarbeiter in den vergangenen Monaten war. Was man aber auch sagen kann: Im Fine-Dining-Segment gibt es derzeit überraschend gute Erlöse und hohe Durchschnittsbons. Qualität setzt sich durch!

Nun naht das Weihnachtsgeschäft, und die Gäste wollen sich nicht mehr im Freien bewirten lassen. Wie kann man sich vorbereiten?

Die Kommunikation mit den Gästen ist sehr wichtig, sie müssen weiter an die geltenden Regeln und Vereinbarungen herangeführt werden. Micky Mouse und Donald Trump will niemand zu seinen Gästen zählen! Gewissenhafte Sicherheitsvorkehrungen schaffen Vertrauen. Auch haben wir eine Sorgfaltspflicht gegenüber den Mitarbeitenden. Improvisationen führen nicht weiter, es müssen nachhaltige, wertige Lösungen präsentiert werden. So sollte beispielsweise anstelle des wackeligen Desinfektionsspenders lieber eine stationäre Lösung installiert werden.

Welche Maßnahmen können Gastronomen darüber hinaus ergreifen?

Wichtig bleibt weiterhin: Belegungen steuern und unnötige Kosten eliminieren. Dazu zählt etwa der effiziente Personal-



Foto: © Pixabay

TIPPS

- In nachhaltige, wertige Lösungen investieren, z. B. stationäre Desinfektionsspender
- Sicherheitsmaßnahmen kommunizieren, auch über soziale Medien
- Digitalisierung vorantreiben, z. B. mit Lösungen wie ServisaPOS (Infos unter www.servisapos.de)
- Belegungen besser steuern, z. B. Eintrittskarten verkaufen
- Durchschnittsbons erhöhen, z. B. durch Menüs mit Getränken
- Kleine Außen-Events, z. B. Begrüßungsdrink draußen, Wintergrillen, Stadtrallye
- Delivery/Take-Away für Lieblingsgerichte/Weihnachtsmenüs anbieten
- Equipment: Topf für die Gans gleich mitverkaufen!

Weitere Anregungen rund um Digitalisierung finden Sie auf der Service-Bund Plattform www.poseativity.de



Der mehrfach ausgezeichnete Buchautor, Hotel- und Gastronomieberater und Dozent Björn Grimm hat gemeinsam mit seinem Team bereits mehr als 2.500 Unternehmen betreut – von der Ein-Raum-Gastronomie über prominente TV-Köche bis zum inhabergeführten 5-Sterne-Hotel. Gleichzeitig ist er Mitglied der Geschäftsleitung im Romantik Hotel Reichshof in Norden und somit aktiv in den laufenden Entwicklungen involviert. Ehrenamtlich engagiert er sich in der Ausbildung und als Vizepräsident im FCSI* für den Berufsstand der Berater. Neu ist er nun als Ansprechpartner auch für das Netzwerk des Service-Bunds aktiv. www.gastronomieberatung.de
Aktuelles auch bei YouTube unter Grimm-Consulting.



Björn Grimm



Björn Grimms aktueller Vortrag „Winterfest durch stürmische Zeiten“ hat schon zahlreiche Zuhörer gefunden. Gerne kommt er für einen Vortrag in Ihre Region. Auch sollte man die Zeit nutzen, das eigene Unternehmen zu hinterfragen – hierfür bieten sich derzeit noch geförderte Beratungsleistungen an. Als kleines Weihnachtsgeschenk empfehlen wir sein Buch „Der KüchenCoach“ (Matthes Verlag, 29,90 Euro) Unter allen Bestellungen (grimm@gastronomieberatung.de), die bis zum 18.12.2020 eingehen, werden **drei signierte Exemplare verlost**. Diese sind pünktlich zu Weihnachten bei Ihnen.

einsatz unter Berücksichtigung von Exit-Strategien. Dann digitalisieren und vorbereiten, wo es nur geht. Besser Eintrittskarten verkaufen, als Sitzplätze reservieren. Der Durchschnittsumsatz gehört vernünftig nach oben gesteuert – also Menüs mit Getränken als Bundle anbieten. Wir sind Herr des Angebots – da müssen sich die Gäste auch mal nach uns richten! Immer daran denken, dass der Januar/ Februar mit schwachen Umsätzen droht. Also jetzt Geld bei hohen Deckungsbeiträgen einsammeln und zahlreiche Kollegen – so leid es mir tut – nach dem Jahreswechsel wieder in Kurzarbeit schicken. So sichern wir Arbeitsplätze, denn eine wirkliche Erholung kann es erst 2022 geben.

Zuletzt haben Gastronomen mit teils kreativen Ansätzen ihre Außenflächen erweitert. Was kann im Winter helfen? Der Heizpilz?

Ich bin da etwas ambivalent. Es bleibt die Frage, ob wirtschaftliche Interessen über ökologische gestellt werden dürfen. Zudem sollte man prüfen, ab wann sich die Investition in einen Heizstrahler oder in ein Lüftungsgerät amort-

Interessant für diese Wintersaison, aber ökologisch umstritten: Heizstrahler im Außenbereich.



Gibt es etwas Positives, das man aus den letzten Monaten für die Zukunft mitnehmen kann?

Diese Krise hat uns allesamt belastbarer gemacht. Zudem wurden systememinente Schwachstellen aufgezeigt und konnten dadurch eliminiert werden. Der wirtschaftliche Druck hat viele Prozesse und Entscheidungen beschleunigt und Liquiditätsplanungen intensiviert. Es heißt nicht umsonst, dass die besten Unternehmer jene sind, die durch eine Krise gehen mussten. Wir dürfen nicht vergessen, dass Aufräumen durchaus auch befreiend wirkt. Das Interview stammt in einigen Auszügen aus dem Fachmagazin *foodservice*, www.food-service.de.

*FCSI: Foodservice Consultants Society International.