

Die „kränkelnde“ Gastronomie

© Martin von Lindern

-Ein Essay

1. Vorbemerkung:

Auch die Gastronomie hat, wie viele andere Wirtschaftszweige, unter konjunkturellen, wie auch wirtschaftspolitischen Einflüssen zu leiden. Ständig zunehmende Arbeitslosigkeit und „Angstsparen“ der Bürger und Bürgerinnen infolge völlig unzureichender Aufklärungspolitik tragen erschwert zur Problematik bei. Gleichwohl gelingt es gerade den Dienstleistern durchaus gute Ergebnisse zu liefern.

1.1. Grundsätzliches:

Gastronomie ist ein Dienstleistungsgewerbe. Und da Servicekräfte auch Dienstleister sind, hat das sowohl etwas mit Service, als auch mit Dienen zu tun. Service sollte überall dort stattfinden, wo Gast (als zahlender Kunde) und Betriebszugehöriger miteinander zu tun bekommen (also z.B. bereits am Telefon). Der Betriebszugehörige ist sowohl der Betreiber, Geschäftsführer, als auch der Tellerwäscher oder Hausmeister. Allen sollte bewusst sein, dass sie im Grunde genommen die gleiche Aufgabe haben: nämlich dem Gast zu dienen. Lediglich die Aufgabenbereiche sind unterschiedlich.

2. Die Problematik:

Das Gastronomiegeschäft unterteilt sich in drei wesentliche Bereiche:

1. Das Handwerk: Hiermit sei in erster Linie die fachliche Qualifikation von Köchen, Restaurantfachleuten oder Hotelfachleuten gemeint. Handwerk kann man erlernen – es ergibt Sinn, es auch zu tun.

2. Der Kaufmann: Die einzige Aufgabe, um die sich ausschließlich der Betreiber kümmern muss. Manche Bereiche lassen sich auf Geschäftsführer oder Restaurantleiter delegieren; wirkliche kaufmännische Entscheidungen lassen sich aber nur dort treffen, wo Kompetenz und Verantwortung aufeinander treffen.

3. Der Schauspieler: Dies wiederum ist ausschließlich die Aufgabe derer, die unmittelbar mit dem Gast zu tun haben. Je nach Betriebstyp wirkt sich das z.B. auf Kleidung, Geschlecht des jeweiligen Mitarbeiters aus.

Diese drei Teile werden leider zu oft nicht ausreichend isoliert betrachtet und bearbeitet. Natürlich sind in Kleinstbetrieben hier „Personalunionen“; mir ist nur die formale Trennung sehr wichtig.

2.1. Das Handwerk

Ich möchte mich in diesem Bereich auf die handwerklichen Fähigkeiten des Servicepersonals beschränken, weil man über beispielsweise „schlechte Küche“ nicht lange zu debattieren braucht. Ich denke, dass sich das ohnehin niemand mehr erlauben kann.

Vorbemerkung:

Servicekräfte – ob nun als Restaurantfachleute, Hotelfachleute oder Aushilfen haben mit nur zwei verschiedenen Produkten zu tun:

1. Sich selbst
2. Sich selbst

zu) Das allererste Auftreten am Gast entscheidet über Sympathie oder Antipathie beim Gast. Schnell entscheidet sich dabei der weitere Geschäftsablauf zwischen diesen Beiden (inkl. Trinkgeld).

zu 2): in dem Moment, wo Fehler oder Unzufriedenheiten auftauchen, ist es **a u s s c h l i e s s l i c h** die Servicekraft am Gast, das Übel zu entschärfen, oder zu verschlimmern. Selbst der möglicherweise herbeigerufene Geschäftsführer kann (für den Gast) den Abend nicht mehr retten.

Merksatz: Ein wirklich guter Service kann einen Fauxpas aus der Küche durchaus retten; schlechter Service wird aber niemals mit guter Küche wettgemacht !

Ich verstehe Servicekräfte als Verkäufer.

Leider verstehen sich die meisten Servicekräfte als Abfrager.

Und dabei gibt es immer gute Gründe, sich mal wieder am Tisch des Gastes sehen zu lassen:

- „Ist alles in Ordnung, oder kann ich noch etwas für Sie tun?“

→ sollte eigentlich **standardmäßig** in dieser oder ähnlicher Form grundsätzlich nach etwa 8-10 Minuten erfolgen.

- „Darf's noch ein Pils/Wasser etc. sein“

→ ist die einzige Möglichkeit, während des Gastaufenthalts zusätzlichen Getränkeumsatz zu generieren.

Beim Eindecken von Tischen, Servieren von Speisen und Getränken gelten gewisse Regeln. Diese sind nicht deshalb erfunden worden, damit die IHK bei den Meisterprüfungen horrenden Gebühren kassiert (was übrigens wirklich nicht sein muss), sondern, weil beim Gast damit gewisse Impulse ausgelöst werden. Auch Dinge, wie beispielsweise ein Bierglas, üben eine Wirkung auf den Gast aus.

Stellen Sie sich vor, sie bekommen ein durchschnittlich gezapftes Glas Ihrer Lieblingsbiermarke serviert. Das Brauereilogo ist jedoch versehentlich nach hinten gestellt. Zunächst freuen Sie sich über das kühle Nass, aber im Unterbewusstsein registrieren Sie: „Das Glas wendet sich von mir ab“.

Oder aber Sie setzen sich an einen eingedeckten Tisch. Die Messerschneiden auf der rechten Seite liegen nach außen. Ihr Unterbewusstsein reagiert: „Ich mag dich nicht und werde dich zu schneiden versuchen!“

- Was assoziieren Sie, wenn die Servicekraft drei gebrauchte Gläser mit einer Hand, jeweils einen Finger in die Innenwand des Glases steckend, abräumt? Sauberkeit?
- Was assoziieren Sie, wenn die Servicekraft ein Getränk in der Hand ohne Tablett quer durch den Laden an den Tisch bringt? Frische?
- Was assoziieren Sie, wenn die Servicekraft beim Abräumen alle Teller und Bestecke zu einem Stapel formiert und unterwegs zwei Gabeln verliert? Fachkompetenz?
- Was assoziieren Sie, wenn die Servicekraft ihnen den Teller Ihres Tischnachbarn wortlos in die Hand reicht, damit Sie selbigen servieren können ?

Fragen, über die Sie vielleicht noch nie nachgedacht haben. Aber Situationen, die Sie schon oft erlebt haben oder ??

2.2. Der Kaufmann

Zweifelsohne ist jeder Selbstständige auch Kaufmann. Und das gilt für den Gastronomen gleichermaßen. „Wer nichts wird, wird Wirt“ ist eine doofe Floskel, die in Deutschland leider noch immer Gültigkeit hat.

In den 80er und 90er Jahren des vergangenen Jahrhunderts wurde die Gastronomie von den Brauereien jedes Jahr in dreistelliger Millionenhöhe finanziert – „Sicherung der Absatzstätte“ war damals das Schlagwort, als der Bierkonsum in Deutschland noch über 150 ltr. pro Kopf und Jahr lag. Die Brauereien „dachten“ nur noch in Hektolitern, statt in Erlösen. Erst Anfang des 21. Jahrhunderts begannen die Brauer auch über Erlöse nachzudenken.

Heute nun sind Industrie und Getränkefachgroßhändler auf den Plan gerufen, die mit statischen Computerprogrammen (meist auf Basis einer Tabellenkalkulation) Ergebnisse zu entdecken versuchen, die der, je nach Betriebstyp individuelle Steuerberater längst hätte analysieren müssen.

Jeder Gastronomen sei gut beraten, sich zunächst einem guten Steuerberater anzuvertrauen, bevor er etwaige Verträge unterschreibt. Diese Funktion kann auch kein anderer Partner übernehmen, da sich die Vorschriften und Gesetze laufend ändern.

Selbstverständlich muss der Gastronom auch alle anderen kaufmännischen Kenntnisse und Fähigkeiten beherrschen.

2.3: Der Schauspieler

Eine Rolle, die eigentlich am meisten Spaß machen sollte. Hier werden die Geschäfte über die Hormone gemacht. Die Tresenbedienung, die die Bluse einen Knopf weiter geöffnet lässt; der starke Typ an der Bar, der beim Cocktailmixen seine Muskeln spielen lässt, oder, oder , oder ...

Es mag ein bisschen lächerlich klingen, aber hier, am wirklichen POS, dem „Point of Sale“ werden die meisten Geschäfte gemacht.

Wenn die Hormone stimmen, sind die Konditionen zweitrangig.

3. Die Lösung

Ein eigentlich recht kurzes Kapitel, weil alle Themen zuvor bereits ausgiebig behandelt wurden.

Es ist aus meiner Sicht wichtig, dass:

- 1.) alle Aufgabenbereiche klar definiert werden
- 2.) allen Kompetenzen auch Verantwortungen zugeführt werden
- 3.) allen Verantwortungen auch Kompetenzen zugeführt werden
- 4.) letztlich NUR, wirklich NUR der Service am Gast zählt. Die Mittel sind zweitrangig – das Ergebnis zählt.