

# Gemeinsam Potenziale erschließen

Mit einem gut durchdachten Frühstücksangebot lassen sich heute Gewinne und Marktakzeptanz erzielen. Kompetente Partner geben Tipps und verraten, wie auch Sie davon profitieren können.



Die erste Mahlzeit des Tages hat in den letzten Jahren an Bedeutung gewonnen – nicht nur in der Hotellerie, sondern auch in Restaurants und Gaststätten. Studien belegen das. Und auch die Trendforscher sind sich einig: Das Außer-Haus-Frühstück hat enorme (Umsatz)Potenziale.

gastronomie & hotellerie räumte dem Thema in der Vergangenheit bereits reichlich Platz ein. Nicht nur redaktionell kamen interessierte Leser auf ihre Kosten. Anlässlich der hogatec 2006 und 2008 präsentierten wir »Frühstück & Brunch in Aktion«. Die Besucher konnten am Messestand geballtes Know-how, neueste Technik, innovative Produkte und praktikable Konzepte live erleben. Nun geht es weiter.



Durch Ausfüllen des Online-Fragebogens auf der Projekthomepage [www.bestbreakfast.de](http://www.bestbreakfast.de) können alle deutschen Gastro-Betriebe vorerst bis zum 30. September 2009 an der Initiative teilnehmen.



Mit der neuen Software lassen sich Teekarten spielend leicht individuell entwerfen und ausdrucken.

Die derzeit 17 Sorten – vom feinen Schwarztee über wohltuende Kräutertees bis hin zu erfrischenden Früchtetees – werden regelmäßig mit aktuellen Varianten ergänzt. Besonders interessant für die Selbstbedienung: Eine mehrlagige Aroma-Schutzumhüllung sorgt nicht nur für den optimalen Hygieneschutz, sondern auch dafür, dass die Teeportionen ihr Aroma lange halten.

Ansprechend gestaltet, machen die farbigen Packungen mit appetitlichen Motiven außerdem Lust auf Tee.

Sinnvolles Extra für Häuser mit internationaler Klientel sind die mehrsprachigen Produktinformationen und Zubereitungshinweise auf der Packung.

**Insgesamt 11 Fachberater unterstützen Gastronomen und Hoteliers kundig bei der Zusammenstellung des Sortiments.**

**Gute Laune inklusive:** KELLOGG'S ist weltweit die Nr. 1 und gleichzeitig Synonym für knusprige Cerealien. In über 160 Ländern der Erde vertrauen Verbraucher der Qualität – zu Hause genauso wie in der Gastronomie und Hotellerie. Das Sortiment umfasst neben den Frühstücksklassikern speziell für die



## Als Markenzeichen etablieren

Die Qualität des Frühstücksbuffets ist ein wichtiger Imagefaktor. Doch woran erkennt der Gast, was ihn diesbezüglich erwartet? Bisher gab es kein spezifisches Gütesiegel. Schluss damit! KELLOGG'S Foodservice und der Gastronomie- und Großverbraucher-Service der TEEKANNE GmbH & Co. KG bieten in diesem Jahr erstmalig eine Zertifizierung für ausgezeichnete Frühstücksqualität an.

Unter dem Motto »Deutschlands beste Frühstücksbuffets« befragen die Experten teilnehmende Gastronomie- und Hotellerie-Betriebe. Wer durch Qualität überzeugt, erhält anschließend das BEST-BREAKFAST-Gütesiegel.

**gastronomie & hotellerie ist exklusiver Medienpartner und wird die langfristig angelegte Initiative begleiten.**

## Mit Mehrwert

Neben der Auszeichnung bieten die »Macher« qualifizierten Betrieben weitere Benefits: eine ganzheitliche Buffetberatung, Service- und Präsentationshilfen, Insider-Informationen, Schulungen und zusätzliche Werbemöglichkeiten, um die Bekanntheit des Angebots zu steigern.

**Übrigens:** Auch Häuser, die sich nicht qualifizieren erhalten Vorschläge zur Verbesserung der Buffetqualität.

## Kompetente Partner

TEEKANNE und KELLOGG'S haben sich in den letzten Jahren einen Namen als Frühstücksexperten gemacht.



**Know-how in der Tasse:** Der Marktführer im Bereich Tee ist ein wichtiger Partner für Gastronomen und Großverbraucher. Unzählige Sorten und Angebotsformen sowie viele Extras und Serviceleistungen bietet TEEKANNE seinen Kunden.

Seit mehr als 125 Jahren steht der Name für Kompetenz rund um Tee und alles, was dazu gehört. In Dresden gegründet, hat der Betrieb seinen Hauptsitz heute in Düsseldorf und beschäftigt weltweit 1.500 Mitarbeiter. Die Firmengeschichte ist geprägt von Innovationen: 1890 die ersten abgepackten Tee-



## Hans-Heiner Kamp, Marketing Gastronomie und Großverbraucher, TEEKANNE:

„Tee liegt immer mehr im Trend, aber leider spiegelt sich das an den meisten Buffets noch nicht wider.“

**Deshalb schulen wir Gastronomen und Hoteliers im täglichen Umgang mit dem Produkt, um die Zufriedenheit der Gäste zu erhöhen.“**



Gastronomie kreierte Müsli-Variationen und köstliche Cerealien-Riegel.

38 Millionen Deutsche essen regelmäßig Cerealien – insbesondere zum Frühstück und zwischendurch – das sind mehr als 4,7 Milliarden Portionen im Jahr. Dabei nimmt die Bedeutung von Marken zu: Mit KELLOGG'S verfügen Gastgeber also über eine attraktive Antwort auf diese Trends.

Innovative Lösungen für bessere Servicequalität hat sich das Unternehmen vorgenommen. Beispiele sind der erste HACCP-gerechte Foodserver für das Buffet, die digitalen Schulungshilfen, das erste internetgestützte Buffetberatungstool, die Online-Listungs- und Verfügbarkeits-Datenbank im FGH und vieles mehr.

**KELLOGG'S bietet Cerealien in bedarfsgerechten Verpackungseinheiten für alle gastronomischen Bereiche.**

Die Betriebe können je nach Anlass, Einsatzzweck und Zielgruppe das Angebot individuell nutzen und natürlich auch kombinieren. Zur Auswahl stehen die Food Service Packs (17 Cerealien- und Müsli-Varianten). Sie sind besonders wirtschaftlich und für die Portionierung durch den Gast am Buffet gedacht. Außerdem gibt es die 30- beziehungsweise 40-Gramm-Kleinpackungen; die Riegel, ideal als leckere Energiezufuhr zwischendurch; und ganz neu das Frühstück für unterwegs: Cereals to go im handlichen Cup – einfach Milch zugeben, fertig.



**Fazit:** Beide Unternehmen passen perfekt zusammen. Philosophie, Ideen, Innovationsbereitschaft, Serviceleistungen und Engagement rund ums Frühstück machen sie glaubhaft und kompetent, das BEST-BREAKFAST-Gütesiegel ins Leben zu rufen und zu etablieren. gastronomie & hotellerie freut sich, dabei zu sein und macht das Thema zur Chefsache – ab sofort in jedem Heft! >>

## Interview

So machen Sie mit

Wir sprachen mit  
Gunter Philipp Vittali,  
KELLOGG'S Food Service & Impulse  
Channel Manager Germanics.



**Das Frühstück in Hotels und Gaststätten liegt Ihrem Unternehmen schon lange am Herzen. Nun haben Sie sogar das BEST-BREAKFAST-Gütesiegel entwickelt. Was hat Sie dazu bewogen?**

Die Bedeutung des Frühstücks für den Gast, aber auch für die Hotellerie, ist immens hoch. 90 Prozent aller Erwachsenen frühstücken regelmäßig und rasend zunehmend verlagert sich die erste Tagesmahlzeit vom heimischen Küchentisch zu den Außer-Haus-Verzehrpunkten.

Für über 60 Prozent aller Gäste ist das Frühstücksangebot mitentscheidend für seine Qualitätsbeurteilung und das Image des Gastgebers. Wir brauchen eine Entscheidungshilfe für den Gast!

**Mit welchen Partnern arbeiten Sie zusammen und warum?**

Die Firma TEEKANNE ist bereits mit »im Boot«. Wir suchen noch einen weiteren Partner für BEST BREAKFAST. Warum? Solch ein Konzept kostet viel Energie und muss auf einem soliden Fundament stehen. Die Partner müssen aber auch zusammen passen! Marktbedeutung, Marktbearbeitung, Zielgruppen und noch vieles mehr dürfen einer langjährigen Zusammenarbeit nicht im Wege stehen.

**Was muss der Unternehmer im Gastgewerbe tun, um eine BEST-BREAKFAST-Plakette zu erhalten?**

Kontakt mit uns aufnehmen und sich mittels Fragebogen prüfen lassen. Dabei gilt es, bestimmte Kriterien zu erfüllen – schon kann ein Haus mit dem neuen Qualitätssiegel werben.

**Es geht also um objektive Kriterien. Werden die Angaben kontrolliert und wenn ja, von wem?**

Natürlich werden diese Angaben objektiv kontrolliert werden. Die Konzeptpartner sind dafür verantwortlich. Wir müssen für den Gast sicherstellen, dass alle BEST-BREAKFAST-Hotels auch dem geforderten Standard gerecht werden.

**Wie funktioniert das Prozedere für den einzelnen Interessenten konkret?**

Nach einer Statuserhebung, in der alle relevanten Bereiche des Frühstücks beachtet werden, erfolgt eine Gegenüberstellung mit den vordefinierten Ansprüchen des Siegels. Über eine Beratung erfahren die Hoteliers ihren aktuellen Stand und erhalten bei Erfüllung der Kriterien die Plakette.

**Angenommen, ein Haus darf das Gütesiegel tragen. Welche Vorteile hat es dadurch?**

Hier nur einige der Wichtigsten für den Gast: bessere Vermarktungsmöglichkeiten seiner Leistung, Auszeichnung und Vergleichbarkeit (Sicherheit für den Gast), Buffetberatung, Seminare und Schulungen sowie zusätzliche Werbung durch die Partner.