

# Potenziale erschließen

Um den ganzen Tag über fit zu sein, braucht der Körper ein gutes Frühstück. Nicht umsonst gilt noch heute das alte Sprichwort: Speise morgens wie ein Kaiser, mittags wie ein König und abends wie ein Bettelmann.



Viele Menschen wissen das, lassen aber das Frühstück trotzdem oft ganz wegfallen. Jedenfalls im häuslichen Alltag. Ist man auf Reisen, lässt man sich schon ganz gern von einem üppigen Angebot verführen. Hoteliers haben es also in der Hand, mit entsprechenden Offerten die Gäste zu begeistern und in bester Erinnerung zu bleiben.

## Am Ball bleiben

Gesund soll das Frühstück sein, darin sind sich nicht nur Ernährungsexperten einig. Zudem soll es vielfältig, schmackhaft sowie ausgefallen sein und appetitlich präsentiert werden. Qualität und Frische spielen ebenso eine Rolle wie Preis, Atmosphäre und Service. Eine gute erste Morgenmahlzeit anzubieten, ist schon lange kein »Nebenschauplatz« mehr im Hotelbusiness. Frühstück sollte Chefsache sein!

## Multiplikator: Internet

Besonders in Krisenzeiten achten Reisende darauf, was sie für ihr Geld bekommen. Erfahrungen zeigen, dass potenzielle Gäste dabei besonders der Meinung anderer Reisender vertrauen. Denn: Die Gäste sind kritischer geworden und berichten beherzt über ihre Erlebnisse. Erfolgreiche Bewertungen früher (und oft heute noch) über Befragungsbögen im Hotelzimmer mit nur hausinterner Verbreitung, verschafft man sich heute über das Internet Gehör – mit zum Teil fatalen Folgen für ein Hotel. Die Meinungsäußerungen bringen die Begebenheiten vor Ort – positiv oder negativ – deutlich detaillierter an den Tag als bisher.

**Jüngsten Umfragen zufolge, steht die Frühstücksqualität im Gäste-Ranking noch vor Servicefreundlichkeit oder Zimmergröße.**



FOTO: FOTOLIA/OLGA NIKASHKOVA

Deshalb stellen jegliche Bewertungskommentare besonders für die Hoteliers eine Chance für Verbesserungen und mehr Umsatz dar. Und wer Wert auf seine Gäste legt, muss deren Wünsche ernst nehmen. Dass diese einen hohen Wert auf einen guten Start in den Tag legen, ist nachvollziehbar.

## Know-how von Profis

Mit einem besonders attraktiven Frühstück kann man Gäste positiv überraschen. Genau hier greift die Initiative BEST BREAKFAST, initiiert von KELLOGG'S und Kerrygold Catering, deren Ziel ist es, die Qualität der morgendlichen Mahlzeit zu verbessern und das mit dem Best-Breakfast-Gütesiegel zu dokumentieren.

gastronomie & hotellerie begleitet die Initiative als offizieller Medienpartner von Anfang an. Hier eine kleine Bestandsanalyse.

## Eine Zwischenbilanz

- Aktuell haben sich annähernd 300 Betriebe um das Best-Breakfast-Siegel bemüht, wobei die Interessenten und Teilnehmer aus allen Bundesländern kommen.
- Best-Breakfast-Gastgebern stehen seit Juli 2011 ausführliche Schulungsunterlagen für die Bereiche Butter und Cerealien zur Verfügung, weitere sind in Arbeit.

- Die Welcome- und die TIPTOP-Hotels sind komplett mit an Bord und nutzen die Auszeichnung für ihre Profilierung.
- Das Serviceangebot der Initiative hat sich für alle deutlich erweitert. Inzwischen gibt es geldwerte Detailinformationen für alle Produkte und Bereiche des Frühstückbuffets (Links zum Beispiel: Teeverband, Kaffeeverband, Wikipedia ...).
- Der Best-Breakfast-Newsletter geht an über 600 Interessenten.
- Im November geht die Website in aktualisierter Form online.

**Fazit: Die Ergebnisse erklären auch die zunehmende Anfrage von vorhandenen Reservierungsportalen. Doch viele Hoteliers fühlen sich von hrs oder hotel.de genötigt. Deshalb begrüßen sie, dass ein eigenes Reservierungstool als Alternative in Planung ist. Mehr unter [www.best.breakfast.de](http://www.best.breakfast.de).** ●

