

Potenziale erschließen

Mit dem Frühstück verabschiedet sich ein Hotel.

Deshalb sollte diese (vorerst) letzte Serviceleistung stimmen, damit das Haus in positiver Erinnerung bleibt. Was aber wünschen sich die Gäste?



Schon morgens um 7.00 Uhr läuft vielen Gästen das Wasser im Mund zusammen, wenn sie sich einen Teller mit Spiegelei, gebackenen Bohnen, Bratwürstchen, gegrillten Tomaten und Pilzen vorstellen.

Einer weltweiten Umfrage von Hotels.com im Juli 2011 zufolge, ist das typisch englische Frühstück beim Hotelaufenthalt am beliebtesten.



FOTO: CMAARCHIV

Platz Zwei und Drei gingen an die USA und Frankreich. Die guten Brötchen aus der Heimat belegten im weltweiten Ranking immerhin den vierten Platz.

Der Tag beginnt deftig

Hotels.com räumt so mit einem alten Vorurteil auf: In England ist das Essen schlecht. Mit satten 17 Prozent wurde das traditionelle, kalorienreiche Full English Breakfast von den Kunden zum besten der Welt gewählt. Sehr beliebt ist auch die deftige US-amerikanische Variante. Mit 14 Prozent belegten Röstkartoffeln, Bacon, Eier und Biscuits den zweiten Platz. Das vergleichsweise spartanisch anmutende französische Gedeck mit Croissant, Marmelade und Milchkaffee erreichte immerhin Platz Drei (11 Prozent).

Die deutsche Mischung aus deftig und süß sicherte sich mit acht Prozent den vierten Platz und teilte sich diesen mit der schwedischen Lachsvariante. Es folgten Dänemark (sieben Prozent), Norwegen und Spanien (je fünf Prozent), Australien, Brasilien und Italien (je vier Prozent).

Mit jeweils nur einem Prozent teilten sich fünf Länder den letzten Platz: China, Indien und Malaysia sowie Finnland und die Niederlande. Über letztere wissen viele Umfrageteilnehmer essenstechnisch nicht genug, sodass sie mit das Schlusslicht des Rankings bilden.

Die meisten Gäste bevorzugten herzhaft Vielfalt auf dem morgendlichen Frühstücksbuffet.

Experimente am Buffet

Vielleicht ist es Neugier, etwas »Exotisches« zu probieren, wenn das heimische Frühstück als unspektakulär empfunden wird. Das lässt zumindest die Experimentierfreude der Niederländer vermuten, denn 76 Prozent gaben an, beim Frühstücksbuffet auf Reisen alles zu probieren, was das Angebot hergibt. Auch die Franzosen outen sich als wahre Frühstücksbuffet-Eroberer und testen mit Vorliebe jede dargebotenen Geschmacksrichtung (68 Prozent), gefolgt von Brasilianern (67 Prozent) und Briten (56 Prozent). Durch deutlich weniger »Wissenshunger« zeichnen sich dagegen die Schweden und Iren aus. Fast jeder Zweite (47 Prozent) lädt beim Frühstücksbuffet nur das auf den Teller, was er kennt. ist.

Die Vorlieben der Deutschen

Der deutsche Urlauber schaut beim Frühstück nur zu gern über den eigenen Tellerrand hinweg. 55 Prozent testet sich auf Reisen gern durch das Frühstücksbuffet und probiert alles, was interessant aussieht. Da wird gern zugegriffen und sogar warm gegessen (47 Prozent), während im Alltag für 62 Prozent Brötchen beziehungsweise Brot mit Aufschnitt oder Marmelade auf den Frühstücksteller kommen.

Lediglich drei Prozent der Deutschen wollen auf Reisen keine Abwechslung und essen nur das, was ihnen von zu Hause bekannt ist. Sei es, weil im Preis inbegriffen oder weil schon von der Großmutter gelernt, dass das Frühstück die wichtigste Mahlzeit des Tages ist: Nur klägliche drei Prozent machen keinen Gebrauch von dem allmorgendlichen Angebot im Frühstücksraum.

Fazit: Das Frühstück ist ein wichtiges Kriterium, wenn Reisende ein Hotel beurteilen. Manche sind experimentierfreudig, andere traditionell. Entsprechend der Zielgruppe, sollte sich ein Haus darauf einstellen.

Reichlich Input zum Thema gibt's unter www.best-breakfast.de.

