

Potenziale erschließen

Es heißt, das Wort »Frühstück« reicht bis ins 15. Jahrhundert zurück und bedeutete ursprünglich das frühmorgens gegessene Stück Brot. Das englische »breakfast« soll das durch die erste Nahrungsaufnahme vollzogene Fastenbrechen nach der Nacht bezeichnen.



Ganz gleich wie die Begriffe ursprünglich entstanden sind, eines ist klar: Die erste Mahlzeit am Tag spielt gerade in der heutigen Zeit eine immer größere Rolle – auch oder gerade in Hotellerie und Gastronomie.

Als Imagefaktor begreifen

Ein gutes Frühstück kommt bei den Gästen an, das weiß jeder Unternehmer im Gastgewerbe. Dass die Frühstücksqualität aber einer der wichtigsten Imagefaktoren ist, darüber machen sich viele noch zu wenig Gedanken. Aber ein Umdenken ist zu erkennen.

Seit der groß angelegten Initiative Best Breakfast befassen sich mehr und mehr Hoteliers und Wirte mit diesem Thema und machen es zur »Chefsache«. Das Frühstück ist ein maßgeblicher Imagefaktor und für die Kundenbindung von zentraler Bedeutung.

Dies unterstreichen auch die Ergebnisse einer Gästebefragung von KELLOGG'S Foodservice. Zu den Haupt-Auswahlkriterien für ein Hotel gehören demnach die Lage, Ort/Anbindung, Preis, Essen und Trinken, Ausstattung (Zimmer), Ausstattung (Tagungsräume) Ambiente, Erfahrungen (Kundenbindung).

Je häufiger der Gast in eine Region reisen muss, umso öfter wird er auf Grund seiner Erfahrungen den Übernachtungsort wählen.

Übrigens: Oft ist das Frühstück die einzige Mahlzeit, die im Hotel eingenommen wird. Schon deshalb spielt es eine so wichtige Rolle für den Gast. Es wird als eine Art Belohnung für das »auf Zuhause verzichten« angesehen. Die Qualität des Buffets ist extrem wichtig.

Interessen in Einklang bringen

Jede Medaille hat zwei Seiten. So auch das Thema Frühstück. Die eine heißt Gast und orientiert sich an dessen Bedürfnissen und Wünschen. Dem gegenüber stehen der Unternehmer und sein wirtschaftlicher Erfolg. Beides lässt sich aber in Einklang bringen.

Um das optimale Angebot unterbreiten zu können, muss man wissen, was der Gast will. Zielgruppenbestimmung heißt das »Zauberwort«. Bei jeder Aktivität sollten die Zielgruppe und deren Bedürfnisse im Vordergrund stehen. Jeder Veränderung geht optimalerweise eine Standortanalyse voraus. Im Rahmen der Hotel- und Gästebefragung von KELLOGG'S haben sich folgende Schwerpunkte fürs Buffet herauskristallisiert. Es lohnt sich, das eigene Angebot unter diesen Gesichtspunkten zu überprüfen.

Angebot. Nachfragekonzentration zu welcher Zeit, Vielfalt/Markenprodukte?

Hygiene. Spuckschutz, Dispenser, Kühlung, Vorlegebesteck, Servietten?

Frische. Weniger ist mehr, Masse oder Klasse?

Freundlichkeit. Kommuniziert das Personal mit dem Gast, wenn ja wie?

Wirtschaftlichkeit. Optimale Buffetlogistik, führen Sie den Gast durch das Buffet, muss er mit Spiegeleiern und Würstchen beginnen?

Legen Sie Standards fest und schulen Sie Ihre Mitarbeiter!

Wege aufzeigen

Wege zur besseren Frühstücksqualität aufzeigen, das will die Initiative Best Breakfast. Auch Sie sollten Wege aufzeigen – Ihren Gästen. Denn der geschickte Aufbau des Buffets trägt zur Zufriedenheit beider Seiten bei. Deshalb hier einige Tipps:

Gestalten Sie Frischeinseln für den Gast und geben Sie diesen einen hervorstechenden Platz. Solche »Eyecatcher« sind meistens kostengünstiger als andere Warengruppen. Bedenken Sie: Sie lenken den Gast.

Gestalten Sie Ihr Buffet übersichtlich und vermischen Sie keine Warengruppen: Wo stehen die Milch, das Müsli, das Obst, die Backwaren, die Butter, die süßen und herzhaften Brotausstriche ... Sorgen Sie für einen klaren übersichtlichen Aufbau!

Selbstbedienung ist heute die Regel beim Hotelfrühstück. Das heißt aber nicht, dass kein



FOTO: HUSS-MEDIEN/STICHEL

Personal benötigt wird: fürs Buffet und für die Kommunikation mit dem Gast. Sprechen Sie mit Ihren Gästen. Dann erfahren Sie alles über ihre Wünsche und Vorstellungen.

Stellen Sie Ihre Frühstücksofferten auf den Prüfstand und arbeiten Sie kontinuierlich an Verbesserungen.

Profitieren auch Sie

Lassen Sie sich als Best-Breakfast-Gastgeber auszeichnen und verschaffen Sie sich mit dem Gütesiegel Wettbewerbsvorteile. Teilnehmer können eigentlich nur profitieren: Kostenvorteile durch spezielle Angebote, topaktuelle Informationen rund um das Frühstück, Austausch mit anderen Gastronomen und nicht zuletzt ist das Gütesiegel eine zusätzliche Werbung für jedes Haus.

Das Gütesiegel ist als offizielle Auszeichnung Orientierungshilfe für den Gast und definiert zeitgemäße Qualitätsstandards.

Individuelle Lösungen werden selbstverständlich berücksichtigt.

Registrieren Sie sich jetzt unter
www.best-breakfast.de.

