

Die Küche sagt alles über ein Hotel

Vordenker Cyriacus Schultze über aktuelle Trends im F&B-Bereich der Hotellerie.



Die kulinarische Strategie des Restaurants kann durchaus über den Erfolg und Misserfolg von Hotels entscheiden und beeinflusst maßgeblich das Gesamterlebnis der Gäste. Hoteliären und Hoteliers, F&B-Manager:innen sowie Köchinnen und Köche brauchen daher herausragende Konzepte, die die Lebenswelten und Erwartungen ihrer Gäste widerspiegeln, deren Ansprüche und Gewohnheiten sich im Laufe der Zeit stark verändert haben. Offenheit gegenüber diesen sich ändernden Erwartungen bedeutet jedoch nicht, blindlings jedem Trend zu folgen. Es geht nicht darum, bewährte Konzepte grundlos zu ändern, sondern sie gegebenenfalls zu optimieren, an aktuelle Trends und Technologien anzupassen und sorgfältig zu prüfen, ob sie überhaupt mit dem Standort des Hotels, mit der Zielgruppe und mit den Anforderungen an die Wirtschaftlichkeit vereinbar sind.

Bio und vegane Angebote sind kein USP

Wo geht die kulinarische Reise also hin? Ganz zweifellos zu mehr eigenständiger Kochkunst, Produkt-Ehrlichkeit und zu echten Geschichten darüber. Im Mittelpunkt steht der Genuss, nicht die Ernährung. Um in Zukunft erfolgreich zu sein, müs-

sen Hotels noch stärker als einzigartige Destination wahrgenommen und regionale Produzent:innen stärker eingebunden werden.

„ **Statt einer Vielzahl von Gerichten und seitenlangen Weinkarten mit über 600 Positionen sollten wenige, aber erstklassige Speisen angeboten werden, die thematisch gekonnt inszeniert und mit einem passenden Wein- und Getränkeangebot ergänzt werden.** „

Je globaler, mobiler und digitaler unser Alltag wird, desto wichtiger werden solche regionalen und sinnlichen Erfahrungsräume. Die klassischen Sternekategorien, die früher für Qualität und Service standen, sind nicht mehr so wichtig. Auch Bio-Qualität und die Berücksichtigung von bestimmten Ernährungspräferenzen oder Unverträglichkeiten werden von den Gästen heute als selbstverständlich vorausgesetzt. Stattdessen spielen Natürlichkeit, Unverwechselbarkeit und Authentizität eine zunehmend große Rolle.

Hat die Halbpension noch eine Zukunft?

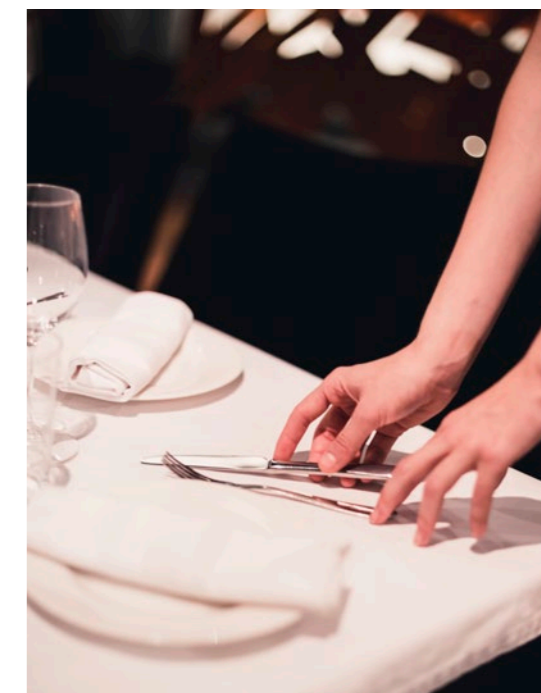
Zusätzliche Speise- oder Getränkepakete wie All-Inclusive, Voll- oder Halbpension sind seit jeher bewährte Möglichkeiten für Upselling und planbare Abläufe. Der Trend geht jedoch deutlich in Richtung Flexibilisierung. Immer weniger Gäste möchten sich im Voraus an starre Abläufe und feste Zeiten binden. Stattdessen entscheidet man sich erst am jeweiligen Tag, ob man auswärts oder lieber im Hotel essen möchte. Mögliche Lösungsansätze, um Gäste im eigenen Haus zu halten, liegen bei thematisch aufgewerteten Angeboten.

„ **Eine flexible Halbpension mit Restaurant-übergreifenden Optionen garantiert den Gästen abwechslungsreiche kulinarische Erlebnisse von der rustikalen Gaststube, über das gehobene Gourmet-Restaurant bis hin zum zwanglosen Bar-Food in der Jazz Lounge.** „

Die wechselnden Jahreszeiten bieten ebenfalls eine große Chance, das gastronomische Angebot, die Halbpension oder den traditionellen Zimmerservice mit authentischen Erlebnissen zu erweitern. Angefangen bei Valentinstags-, Oster- oder Neujahrswochenenden über Besuche und Verkostungen bei regionalen Produzent:innen oder Winzer:innen, bis hin zu Gourmet-Picknickkörben für Ausflüge in die Natur oder personalisierten Kocherlebnissen am Chef's Table. Machen Sie diese Optionen über Ihre Webseite buchbar oder ermöglichen Sie Ihren Gästen, sich beim Check-in dafür zu entscheiden.

Neuer Ansatz für die Gastronomieausbildung: Schnelligkeit, Vertrauen und Wertschätzung

Auch die Arbeitswelt hat sich in den vergangenen Jahren extrem verändert. Um in Zeiten von Fachkräftemangel und geänderten Marktbedingungen zukunftsfähig zu bleiben, spielen eine werteorientierte Personalführung und eine schnelle Ausbildung die Schlüsselrolle. Wie sieht die Hotelküche der Zukunft aus? Was sind die wesentlichen internationalen Trends und Wachstumsfelder im Gastgewerbe? Hotelfachschulen, wie sie im 20. Jahrhundert entstanden sind, liefern nicht immer zeitgemäße Antworten auf diese Fragen. Die Berufe im Hotel- und Gaststättengewerbe wandeln sich und es ist wichtig, diese Veränderungen zu verstehen und sich darauf einzustellen. Ein Beispiel sind die



internationalen Business Schools, die den „Master in Hospitality“ geschaffen haben: Die Student:innen durchlaufen mit modernen Lehrkonzepten in drei Semestern ihre Ausbildung und enden als General Manager lange vor jenen, die aus den traditionellen Hotelfachschulen kommen.

F&B als ein grundlegendes Hotelement

Erfolgreiche Gastronomiekonzepte in der Hotellerie sind mehr als nur ein Puzzle, bei dem Speisen, Getränke, Cocktails, Branding, Architektur, Mobiliar, Beleuchtung, Tischdekoration und Musik gekonnt zusammengefügt werden. Eine erfolgreich umgesetzte Gastronomie gibt dem Hausgast nicht nur einen Grund zu bleiben und Einheimischen, in das Hotel zu kommen, sondern es ist die raison d'être mit einer eindeutigen Präsenz, die kontinuierlich Inhalte für Marketing- und Social-Media-Kanäle liefern kann. Mit Geschichten über personalisierte Hotel-Restaurant-Erlebnisse, von Qualitätstourismus mit Produkten aus der eigenen Region, die authentisch und unverwechselbar inszeniert werden und über ein werteorientiertes Arbeitsumfeld, in dem sich alle wohlfühlen und spüren, dass sie willkommen sind.



DER AUTOR

Cyriacus Schultze
Unternehmensberater, Speaker und
Gründer der CLATU Gruppe
clatu.com
foodandwineculture.com