

Potenziale erschließen

Die meisten Hotels legen heute viel Wert auf eine gute Auswahl an Speisen und Getränken zum Frühstück. Ob Bio-Fan, Schlemmerer oder Fitnessfreak – alle sollen auf ihre Kosten kommen.



Nie zuvor war die Auswahl größer, das Angebot frischer, waren die Produkte hochwertiger. Zudem arbeiten immer mehr Häuser mit Frontcooking-Stationen, an denen der Gast seine individuellen Wünsche zum Beispiel fürs Omelett oder die süße Waffel äußern kann.

Glückliche Gäste

Es ist der Traum eines jeden Hoteliers, dass seine Gäste glücklich und zufrieden vom Frühstückstisch aufstehen. Dafür tun sie so einiges.

Nicht nur die Top-Hotellerie kreiert ständig neue Angebote für die morgendliche Mahlzeit. Dabei berücksichtigt werden besonders auch die Bedürfnisse einzelner Gästegruppen und deren Essgewohnheiten: laktosefrei, glutenfrei, vegan, kalorienreduziert, bio...

Und auch die Genießer kommen natürlich auf ihre Kosten, mit einer großen Auswahl an Brot- und Brötchenvarianten, süßen und herzhaften Aufstrichen, Wurst, Käse, Fleisch, Salaten – und vielleicht sogar der Flasche Champagner oder Sekt.

In der letzten Ausgabe konnten Sie an dieser Stelle über die Frühstückserwartungen lesen, die eine repräsentative Umfrage ergeben hat.

Nicht unterschätzen

Das Frühstück gehört für Hotelgäste zu den wichtigsten Kriterien bei der Wahl und späteren Bewertung eines Hauses, wissen Profis. Es kommt gleich nach den Ansprüchen ans Bad und an einen erholsamen Schlaf. Die BEST-BREAKFAST-Initiative orientiert sich genau daran. Mit dem von einem Auditor geprüften Gütesiegel, das nur für höchste Frühstücksqualität vergeben wird, lässt sich nämlich wunderbar werben.

Meist ist das Frühstück die einzige Mahlzeit, die ein Gast im Hotel zu sich nimmt. Es prägt darum das Image eines Hauses wesentlich mit. Gerade nach der Mehrwertsteuer-Ver-

änderung ist es aber für viele Gäste nicht mehr selbstverständlich, ihre morgendliche Mahlzeit im Hotel einzunehmen – zu zum Teil »saftigen« Preisen.

Preise und Leistungen

Erst kürzlich habe ich erlebt, dass das Frühstück in einem Kölner Hotel mit € 28,- zu Buche schlug. Ja, alles war sehr stylisch auf dem Buffet angeordnet. Die Auswahl war o.k., nicht überragend. Man hatte Wurst, Käse und Co. auf schönen Platten großzügig verteilt. Wenn zwei Leute sich bedient hatten, war diese so gut wie leer. Wohl deshalb sorgte ständig ein Koch für Ordnung und Sauberkeit. Das Angebot an Brot- und anderen Backwaren konnte mangels Masse schnell überblickt werden.

Eierspeisen und Kaffeespezialitäten wurden a-la-minute vom Service auf Bestellung gebracht – gut, erst als ich mit meinem Brötchen fast fertig war und mich schon mangels Getränk an der Milch fürs Müsli bedient hatte. Dabei ist die Kombination aus Selbstbedienung und Service eine gute Lösung. Sorry, liebe Kölner: Für € 28,- hätte ich einfach mehr erwartet!

Keinen Umsatz verschenken

Wer in seinem Haus solche Reaktionen verhindern möchte, setzt sich intensiv mit der Problematik auseinander. Inspirierend kann dabei das BEST-BREAKFAST-Gütesiegel sein, denn teilnehmende Hotels erhalten jede Menge Input – auch zu einem stimmigen Preis-Leistungs-Verhältnis.

Überzeugende Argumente

Warum brauche ich das BEST-BREAKFAST-Gütesiegel? Weil Sie Ihren Umsatz nicht an Quickservice-Betriebe oder Wettbewerber verschenken sollten! Mit dem Gütesiegel können Sie sich profilieren und Ihre Gäste langfristig an sich binden. Es garantiert dem Gast hohen Standard, Sicherheit und Qualität: Damit können Sie werben!



ALPENHAIN präsentiert den beliebten Rotter Klosterkäse ab November gewichtsegalisiert mit einer einheitlichen Grammatur – diese beträgt 850 Gramm bei der Variante »Natur« und 700 Gramm beim Rotter Klosterkäse »Leicht«. Beide Sorten sind laktosefrei, mild im Geschmack – und damit ideal auch fürs Frühstück.

Wie kann ich profitieren? Vorteilhaft ist zum Beispiel die Verwendung des Gütesiegels für die eigene Werbung und somit die Profilierung gegenüber Wettbewerbern. Regelmäßig informiert der Newsletter rund um das Thema Frühstück, zudem gibt es Checklisten und professionelles Schulungsmaterial für die Servicemitarbeiter. Sie können spezielle Produktangebote der BEST-BREAKFAST-Förderer in Anspruch nehmen und von zusätzlicher Werbung durch PR-Maßnahmen und Internetpräsenz profitieren.

Wie werde ich zertifiziert? Sie stellen Ihr Frühstücksangebot auf den Prüfstand und führen hier eine Ist-Soll-Analyse durch. Eine hinterlegte Datenbank mit 75 Eigenschaften (Sternenzahl, Hotelkategorie, Zimmer ...) sorgt dabei für die Typisierung. Aus über 150 Kriterien sollte Ihr Angebot festgelegte Anforderungen bezüglich Ambiente, Buffetgestaltung, Service und Angebot erfüllen. ●

