

„Anders ist besser als besser!“

Im Expertengespräch: Ute Rieger, Geschäftsführerin der Cordes Rieger Consulting GmbH mit Sitz in Kiel, Spezialgebiet: Beratung für Tourismus, Hotellerie und Gastronomie (www.cordes-rieger.de)

- *Wie steht es aus Ihrer Sicht um die Gastronomie in Schleswig-Holstein?*

Die gastronomische Vielfalt in Schleswig-Holstein ist enorm. In den Städten erfinden sich Restaurants, Bars und Cafés neu mit durchaus guten und spannenden Konzepten. Sie greifen Trends auf und setzen ihre Ideen konsequent um. Auf dem Lande kämpfen Gast- und Gutshöfe um ihre Gäste – und ums Überleben. Wir sehen aber großes Potenzial im Land! Der Generationswechsel insbesondere bei den familiengeführten, klein- und mittelständigen Betrieben schafft hier Raum für moderne Konzepte.

- *Wie können Gastronomen sich konzeptionell fit für die Zukunft machen?*

Die Frage greift die Antwort bereits auf. Das A und O ist ein gutes Konzept. Darüber müssen sich Gastronomen im Klaren sein. Trends – egal ob Megatrends, Foodtrends, Lifestyle-Trends – dienen als gute Orientierungen für innovative Konzepte. Die große Kunst ist jedoch, nicht den Trends nachzulaufen, sondern sie zu erkennen und selbst Trends zu setzen. Im aktuellen FOOD Report 2018 stehen unter anderem „Meet Food“ und „The New Breakfast“ im Fokus. Der Konsument möchte Essen erleben, wissen, wo die Produkte herkommen. Gemütlich soll es sein, gesellig und bitte ganz unkompliziert. Der ausgeprägte Wunsch nach Geselligkeit, das Wohlgefühl in der Gemeinschaft – all das spielt den Gastronomen in die Karten. Restaurants, Bars, Cafés sind perfekte Locations, um dem nachzukommen. Dabei ist unsere Devise eindeutig: Anders ist besser als besser! Es ist wichtig, ein klares Profil zu entwickeln, das zündet – beim Gast, beim Gastronomen selbst, aber auch bei den Mitarbeitern. Denn die sind die Basis eines wirtschaftlich erfolgreichen Unternehmens. Im zweiten Schritt braucht es Innovationsbereitschaft. Alten Ballast muss man hinter sich lassen und Neues wagen. Wir nennen das „Schöpferische Zerstörung“. Das ist oft befreiend und funktioniert. Und schließlich steht und fällt jedes klare Konzept mit einer konsequenten Umsetzung in allen Bereichen: beim Produkt, dem Design und der Kommunikation.



Welche neuen Angebote und Maßnahmen können Sie Gastronomen aufbauen? Haben Sie ein Praxisbeispiel?