



Experten im Gespräch: (oben von links) Journalist Manfred Kohnke, Caterer Klaus-Peter Kofler, (unten von links) Trendexperte Pierre Nierhaus, Berater Stefan Nungesser und Koch Walter Stemberg

Fotos: picture-alliance/dpa (2), Imago (1), Archiv (2)

Rüstzeug für Gastgeber

AHGZ-Branchentreff: Deutscher Kongress für Individualgastronomie in Wiesbaden

WIESBADEN. „Viele Gastronomen sind sich gar nicht bewusst, dass ihre Kosten im Vergleich zu denen ihrer Mitbewerber zu hoch sind. Sie haben gelernt Waren- und Personaleinsätze zu kalkulieren. Andere Faktoren, die auf die Kostenstruktur großen Einfluss haben können, sind manchen von ihnen gar nicht bekannt“, sagt Stefan Nungesser. Der Berater der Treugast Solutions Group aus München ist Referent beim 1. Deutschen Kongress für Individualgastronomie, den die *Allgemeine Hotel- und Gastronomie-Zeitung (AHGZ)* gemeinsam mit der Conference Group des Deutschen Fachverlags am 9. und 10. Juni in Wiesbaden veranstaltet. Außer Zahlenmaterial hat Nungesser jede Menge praktischer Tipps für Gastronomen parat, die die Effizienz ihres Betriebs steigern wollen.

Professioneller Arbeiten

„Einer der wenigen Vorteile der Individualgastronomen gegenüber ihren Mitbewerbern aus der Systemgastronomie“, hebt Nungesser im Vorfeld des Kongresses hervor, „ist ihre Gastgeberfunktion, die sich vielfältig einsetzen und vermarkten lässt.“ Damit kann der

Wirt aber nur dann bei seinen Gästen punkten, wenn er keine wirtschaftlichen Probleme hat. „Viele Individualgastronomen könnten weit professioneller arbeiten als sie es tun“, ist der Berater überzeugt. Welche Einsparmaßnahmen sich beispielsweise im Bereich Energie und beim Einkauf böten, zeigt er auf dem Gastro-Kongress.

Auch bei der Speisekartengestaltung sieht Nungesser Handlungsbedarf: „Viele Wirte packen zu viele Speisen auf die Karte, sie ist zu ausufernd, unübersichtlich und letztlich wirtschaftlich nicht rentabel“, erläutert der Experte und rät dazu, die Karte einem klaren Konzept anzupassen. Ein einfaches und bewährtes Hilfsmittel sei die Speisekartenanalyse mit Renner- und Penner-Listen.

Auffallend sei auch der übertriebene Aktions-Rhythmus vieler Gastronomen. „Wer ständig neue Aktionen anbietet, riskiert damit, dass seine Gäste nur zu den Aktionen kommen und sonst nicht“, sagt Nungesser. Besser sei es, das Angebot so zu gestalten, dass es immer interessant sei und die Aktion nur das Tüpfelchen auf dem Umsatzmix bilde.

Nach Ansicht des Beraters heben sich erfolgreiche Individualgastronomen durch ihre Qualitätsorientierung und ein stringentes Konzept von der Konkurrenz ab. Wenn sie das noch mit konsequent wirtschaftlichem Handeln verbinden, haben sie sehr gute Chancen. „Wir brauchen mehr systematisch arbeitende Individualgastronomen“, ist er sich sicher.

17 Branchengrößen

Außer Nungesser sind sechzehn weitere Branchengrößen auf dem AHGZ-Gastrokongress vertreten. Unter dem Motto „Die Deutsche Gastronomiebranche im Umbruch – Was sind die neuen Erfolgsstrategien?“ setzen sie sich mit den aktuellen Herausforderungen und neuesten Trends in der Gastronomielandschaft auseinander und geben Denkanstöße, wie sich der Unternehmenserfolg künftig sichern lässt.

Susanne Stauf

► 9. und 10. Juni

Dorint Pallas in Wiesbaden

Veranstalter: AHGZ

Kosten: Gastronomen 590 Euro,
Zulieferer 890 Euro zzgl. MwSt.

► www.deutscher-gastrokongress.de