

Nachdenken über die Gastronomie der Zukunft“



Pierre Nierhaus, Hospitality-Profi, Trendexperte und Bestsellerautor, hat ein neues Buch veröffentlicht: „Echt freundlich. Mach Dein Projekt erfolgreich“. Wie soll das gehen in Corona-Krisenzeiten? Ein Gespräch über Gastronomie in der neuen Normalität.

Interview: Peter Erik Hillenbach

Lieber Pierre, Du hast selbst zahlreiche erfolgreiche Gastronomiekonzepte ersonnen und verwirklicht – und neben Höhen auch Tiefen erlebt. Wie sehr schmerzen Dich die Folgen des Lockdowns für unsere Branche?

Ich hatte 13 Betriebe, fast nur gutgehende Innenstadtlagen. Aber auch mit Fremdkapital der Banken. Ich weiß nicht, ob wir diese Krise überlebt hätten. Unsere Krise war der absolute Geschäftseinbruch nach dem 11. September 2001 – und der Einführung des Euro. Wir standen mit dem Rücken an der Wand; wir haben mit allen Vermietern gesprochen und Reduktion der Mieten – auch auf längere Zeit – erreichen können. Die größte Hilfe waren meine Mitarbeiter: Ich habe alle Karten auf den Tisch

gelegt; wir haben zusammengehalten wie Pech und Schwefel und uns einfach durchgekämpft. Danach waren wir stärker als vorher.

Auf der letzten Seite in Deinem neuen Buch „Echt freundlich. Mach Dein Projekt erfolgreich“ steht etwas über Dich, den Autor. Die letzte Zeile gibt ein Zitat von Winston Churchill wieder: „Never, never, never give up.“ Ist das der Ratschlag, den Du momentan auch der gebeutelten Gastronomie gibst?

Die meisten Menschen in unserer Branche haben „Aufstehqualitäten“ – aber so hart wie jetzt hat es unsere Branche noch nie getroffen. Klar dürfen wir jetzt nicht aufgeben, aber der Start wird hart. Viele Individual-Gastronomen sind unterfinanziert und ohne Reserven. Der Start wird viele Auflagen bringen, die uns wieder Geld kosten, und das Konsumverhalten wird sehr vorsichtig sein.

Trotzdem werden wir nicht aufgeben. Die meisten werden es schaffen. Aber wir brauchen nicht nur Hilfe der Politik, sondern müssen auch wirklich dazulernen, um uns für eine bessere Zukunft vorzubereiten.

Stete Veränderung, gar Disruption sind für Dich als Change-Coach geradezu der Schlüssel zum Erfolg. Doch „dank“ Corona kommt es knallhart für eine ganze Branche, die nun zur Veränderung gezwungen ist. Was sind die wichtigsten Schritte, bevor es nun langsam wieder ans Öffnen der Lokale geht?

Jetzt muss man alle Szenarien und Auflagen durchspielen – das ist wie ein Planspiel. Wichtig ist, so viele Informationen wie möglich zu besorgen. Wie öffnet sich Österreich, wie waren die ersten Wochen in China, was planen Frankreich, Italien und Spanien...

Wir müssen gute Hygienelösungen bieten, die den Menschen Vertrauen und Sicherheit geben, sonst wird es noch lange dauern, bis die Individualgastronomie ans Laufen kommt! Sicherheit und Vertrauen müssen wir aber auch unseren Mitarbeitern geben – sie brauchen eine Perspektive bei all den schlechten, teilweise unqualifizierten Prognosen. Und wir brauchen starke Verbündete: unser Team.

Und danach, wenn man sich an die „neue Normalität“ gewöhnt hat? Kann es ein „Weiter so“ geben?

Natürlich müssen wir erst einmal die Betriebe öffnen, die Auflagen und Anforderungen erfüllen, und das Vertrauen unserer Gäste zurückgewinnen.

Aber mittel- und langfristig kann es so nicht weiter gehen. Wir müssen für unsere Leistungen mehr Geld verlangen, auch um höhere Kosten zu bewältigen – und endlich auch unsere Mitarbeiter besser zu bezahlen. Wir brauchen reduzierte Mehrwertsteuersätze auch auf alkoholfreie Getränke und das nicht für ein Jahr – sondern dauernd.

Dann aber müssen wir über die Gastronomie der Zukunft nachdenken. Es wird immer mehr außer Haus verzehrt – hört sich rosiger an, aber viele „klassische“ Gastronomen schauen nicht über den Tellerrand. Verpflegung, Gastronomie, Hotellerie werden sich verändern.

Auch in dieser Krise haben wir gesehen, dass die Gastronomen, die sich schnell auf Veränderungen einlassen konnten, Lücken und neue Möglichkeiten entdeckt haben, andere und neue Umsätze zu machen. Und wir müssen die Digitalisierung nutzen, vor allem für bessere Wirtschaftlichkeit – und kostengünstiges, besseres (mobiles) Marketing.

Und wir müssen uns um den wichtigsten Trumpf der Individualgastronomie (und Hotellerie) kümmern – wir sind Gastgeberpersönlichkeiten!

Team – Gäste – Vision bilden das Dreieck, das Du in Deinem neuen Buch um DAS PROJEKT herum bildest (siehe Abbildung). Wenn es kein „Weiter so“ geben kann: Wie lassen sich diese drei Flanken bei bestehenden Konzepten neu überdenken? Mit anderen Worten: Wie gewinnt man den nötigen Abstand zu seinem eigenen Objekt?

Zukünftig werden Werte und Wertschätzung eine noch wichtigere Rolle spielen. In der Krise haben wir auch so viel Menschlichkeit und Freundlichkeit gesehen. Fast überall haben sich neue Gemeinschaften gebildet, die zusammengehalten haben. Trotz der räumlichen Distanz ist eine besondere Nähe entstanden. Die Zeit der großen Hierarchien war schon vor der Krise vorbei. Die Idee (oder das Produkt / die Dienstleistung) ist genauso wichtig wie die Gäste (= Kunden) und die Mitarbeiter.

Das gilt für alle Branchen, nicht nur für die Gastronomie. In meinem Buch „Echt freundlich. Mach Dein Projekt erfolgreich“ gibt es keine Kunden, Klienten, Patienten – nur Gäste. Auch die Mitarbeiter sind Gäste. Da herum baue ich eine Führungsphilosophie auf, die die Mitarbeiter in den Mittelpunkt rückt.

Hierzu gibt es ein fantastisches Zitat des Multiunternehmers, Abenteurers und Milliardärs Richard Branson: „Put your staff first, customers second, and shareholders third.“ Auf gut deutsch: Zuerst das Personal, dann die Gäste, dann die Geldgeber.

„Blue Oceans“ nennt man im Marketing innovative Geschäftsmodelle, Räume oder Marktlücken, die dem Kunden relevanten Nutzen bringen. In welche Blue Oceans kann die Gastronomie noch vordringen?

Mein neues Buch trägt ja den Untertitel „Mach Dein Projekt erfolgreich“. Das heißt, dass man auch das richtige Projekt finden muss. Das eine Projekt, das DEIN DING ist – von dem Du besessen sein kannst. Egal ob als Angestellter oder als Unternehmer.

Heute gibt es fast alles; neue Ideen entstehen aus der Kombination von Ideen und Funktionen. Apple hat eigentlich nicht viel erfunden; aber sie haben zur rechten Zeit erkannt, dass wirkliche bedienerfreundliche Einfachheit UND die Kombination mit gutem, funktionellem Design im Markt nachgefragt wird.

Solche „Bedürfnis-Kombinationen“ müssen wir entdecken und für unsere Branche nutzen.

Gibt es kreative Ideen und Aktionen der Gastronomie, die Dir in den vergangenen Wochen imponiert haben?

Mich hat die Menschlichkeit und Freundlichkeit gerade in unserer Branche begeistert. Kochen für Helden – da helfen Menschen unserer Branche denen, die „den Laden (*Deutschland*) zusammenhalten“. Oder Sam Kamran in Frankfurt, der in seiner Pizzeria Montana für alle Rettungskräfte und Polizei Pizza für einen Euro anbietet und sich viele Anfeindungen von Kollegen gefallen lassen musste. Statt einzuknicken, zog er mit dem Bollerwagen durch das Frankfurter Bahnhofsviertel, um den Bedürftigsten Essen zu schenken.

Oder kreative Ideen wie die Kochbox to go. Aber nicht von der Industrie, sondern von guten Köchen wie von Benjamin und Christian Maerz aus Bietigheim-Bissingen. Slogan: Maerz@Home.

Oder Online-Kochkurse vom Lieblingsgastronom; oder Partypacks für Geburtstage und sogar jetzt für Muttertag.

Welchen Wert haben Werte in der Nach-Corona-Zeit? Welche Tugenden sind gefragt?

Wirtschaftlich erfolgreich sein werden die, die für neue Ideen offen sind und die bereit sind sich auf Veränderungen einzulassen. Das ist keine Frage der Firmengröße. Kleine sind viel flexibler und reagieren schneller auf Marktveränderungen. „Nicht die Großen fressen die Kleinen, sondern die Schnellen überholen die Langsamen“, hat es der Top-Manager Eberhard von Kuenheim einmal formuliert.

Wir müssen zwar jede digitale Hilfe in Bezug auf Abläufe und Wirtschaftlichkeit, vor allem aber in Bezug auf Marketing nutzen. Aber: Gäste wollen ein analoges Erlebnis; sie wollen riechen, schmecken, genießen – sie freuen sich über eine persönliche Ansprache und über authentische Gastgeber. Das ist die Stärke der Individualgastronomie und Hotellerie. Lassen Sie sich nie diese Stärke und dieses klare Profil nehmen. Unterstützen Sie es durch authentische Stories. Und seien Sie immer ECHT FREUNDLICH.

Und lassen Sie sich von niemandem Ihre Träume nehmen!

www.nierhaus.com

Zur Person / Zum Buch

Pierre Nierhaus hat zahlreiche erfolgreiche Gastronomiekonzepte erdacht und umgesetzt. Als weltreisender Trendexperte und systemischer Change-Coach berät er die Großen der Hospitality-Branche. Nierhaus ist Bestsellerautor, Speaker, Dozent und Familienvater.

„Echt freundlich. Mach Dein Projekt erfolgreich“, Matthaes Verlag, Stuttgart 2020, 192 Seiten, 29,90 Euro. Das Buch kann mit persönlicher Widmung des Autors über seine Website bestellt werden.