

NICHT alles so kompliziert sein.

Historisches Hotelarchiv 5

Strukturanpassungen der Hotellerie führen zu Hotelverkäufen und Besitzerwechseln. Archivbestände der Hotels können so verloren gehen. hotellerieuisse will sie im «Hotelarchiv Schweiz» sichern.

Hotelier Ferdinand Thoma positioniert sich mit seinen beiden Hotels in einer Nische. Er setzt auf Gäste mit Lebensmittelallergien und auf solche, die ihren Säure- und Basenhaushalt ins Lot bringen wollen.

Kaum ein Land hat seinen Weinatlas derart verändert wie Spanien. Im Land der Gegensätze verblüffen traditionsreiche Kellereien immer wieder mit innovativen Ideen, wie das Beispiel Codorníu zeigt.

Der Sommer begann mit einem regnerischen Juli und die Tagestouristen blieben vielerorts aus. Ein bisschen besser ging es denjenigen, welche bereits im Vorfeld viele Reservationen verbuchen konnten.

Die Firma Bataillard AG aus Rothenburg machte eine Umfrage in der Schweizer Bevölkerung mit dem Ziel, mehr über den Weinkonsum von Herrn und Frau Schweizer herausfinden zu können.

protel

hotelsoftware

www.rebag.ch

8813 Horgen, Tel. +41 44 711 74 10

Neuer Luxus 7

Für die Rentabilität eines Hotels ist nicht nur die Zimmerzahl relevant. Auch ein kleines Hotel mit 15 Zimmern kann rentabel geführt werden, vorausgesetzt, es bietet Luxus pur.

Lehrlingsausbildung 10

Das Maritim Airport Hotel in Hannover gilt als Vorreiter in Sachen Ausbildung. Spitzenplätze der Auszubildenden bei Wettbewerben krönen die Anstrengungen des Betriebes.

Tankstellen-Gastronomie 16

Hier trifft man sich für ein Bierchen am Abend, Frauen trinken tagsüber ihren Kaffee mit Freundinnen. Die Tankstelle avanciert zum Treffpunkt in urbanen Randregionen.

Indischer Gast in Genf CF 3

Der Inder Alfred Parsad, Chefkoch des renommierten «Tamarind» in London, weilt zur Zeit im Hotel d'Angleterre in Genf. Hier findet nämlich ein indisches Gastro-Festival statt.

Crans-Montana CF 5

Dominique Fumeaux wird per 1. Oktober neuer Tourismusdirektor von Crans-Montana. Wert legt er vor allem auf die Wiederbelebung der Marke Crans-Montana.

STANDPUNKT

Es lebe der Unterschied

Hans-Peter Gilgen*

Entscheidende Unterschiede in der Produktequalität sind schwierig zu erreichen. Gelingt es dennoch, so sind diese innert kurzer Zeit durch die Mitbewerber kopiert. Den nicht imitierbaren Unterschied machen die Mitarbeiter aus. Deshalb lohnt es sich, in die Mitarbeiter zu investieren. Wichtig dabei ist, dass alle sich daraus ergebenden Konsequenzen und Massnahmen zur Chefsache gemacht werden. Das fängt bei der Rekrutierung und Anstellung an. Alle Vorgesetzten müssen nebst dem Verstand auch Gefühle und Gespür einbringen. Bei unüberwindbaren Antipathien wird ein Arbeitsverhältnis für beide Seiten mit Sicherheit kein Erfolg und für das Ergebnis erst recht nicht. Die Wahl der Mitarbeiter ist entscheidend für die spätere Zusammenarbeit und eine der wichtigsten Aufgaben von Chefs überhaupt.



Später sind es die Aus- und Weiterbildung, die Unternehmenskultur und die Rahmenbedingungen, die das Beste aus den Mitarbeitern herausholen. Regelmässige Leistungsgespräche, wo nicht nur die Schwachpunkte, sondern vor allem die Stärken hervorgehoben werden, sind Gewähr für kontinuierliche Leistungsverbesserungen. Es versteht sich von selbst, dass auch hier der Chef die Verantwortung für die Förderung seiner Mitarbeiter trägt. Es kann nicht dem Mitarbeiterdienst, dem Personalchef oder gar einem Aussenstehenden übertragen werden. Ratschläge, Konzepte und Hilfestellungen dürfen in Anspruch genommen werden, aber die Verantwortung bleibt.

Im Umgang mit Wissen sind eine gute Struktur und eine sorgfältige Organisation wichtig. Für den Aufbau einer Kultur, wo sich Mitarbeiter entfalten und Spitzenleistungen erbringen können, ist die Übertragung von Verantwortung und Kompetenz entscheidend. Ich wurde oft von der Phantasie und Kreativität von Mitarbeitern überrascht, wenn sie die dazu notwendigen Freiräume hatten. Wenn man seine Mitarbeiter kennt, dann kann man ihnen das dazu notwendige Vertrauen ruhig schenken. Der Aufbau einer guten Unternehmenskultur ist schwierig und nicht so rasch realisierbar, wie man sich das wünscht. Dafür aber ist ein derart erfolgreich positioniertes Unternehmen am Markt kaum aufzuholen.

*Hans-Peter Gilgen ist Direktor Prodega- und Growa-CC-Märkte.

Wolf Wagschal

Er führt die erfolgreichen Fünf

Wolf Wagschal ist CEO der Zürcher Five AG, die Gastronomiebetriebe besitzt, berät und im Mandat führt. Was er und seine vier Freunde bisher an die Hand nahmen, zeitigte grossen Erfolg. Die Expansion ist geplant: Bald eröffnet die Five AG die «Rebe» in Herrliberg neu.

Renate Dubach

Was haben Sie für ein Ziel mit der Five AG?

Wir haben mehrere Ziele. Ursprünglich wollten wir fünf Freunde eine Firma gründen, die Spass macht und natürlich auch Geld verdient. Gastronomie ist mein Leben, ich finde es eine sehr spezielle Aufgabe, Gäste glücklich zu machen. Gastronomie muss von Herzen kommen, diese Philosophie versuche ich meinen Leuten zu vermitteln.

Sind Sie zufrieden mit dem bisher Erreichten?

Wir sind am Wachsen. Fünf Projekte sind auf unserem Tisch. Spannende Sachen, in einem Hotel am See oder im Flughafen. Wir haben einen gewissen Ruf erlangt, in den letzten drei Jahren. Das «Rive Gauche» hat seinen Umsatz von 2 auf über 4 Mio. Franken verdoppelt. Die «Rüsterei», die wir mit Investoren im März eröffnet haben, generiert einen Umsatz von über 400 000 Franken pro Monat. Im September eröffnen wir mit Investoren die «Rebe» in Herrliberg. Mit zwei Superköchen: Peter Jörmann hatte 17 Punkte und Jutta Ines Stergner arbeitete nur in 17- oder 18-Gault-Millau-Punkte-Restaurants. Sie ist Österreicherin, er Bündner, jetzt machen wir ein österreichisch-bündnerisches Restaurant in Herrliberg auf.

«WER GÄSTE BEDIENT, HAT ES IN DER HAND, IHNEN DEN ABEND ZU VERSCHÖNERN ODER KAPUTT ZU MACHEN.»

Was kommt nach der «Rebe»?

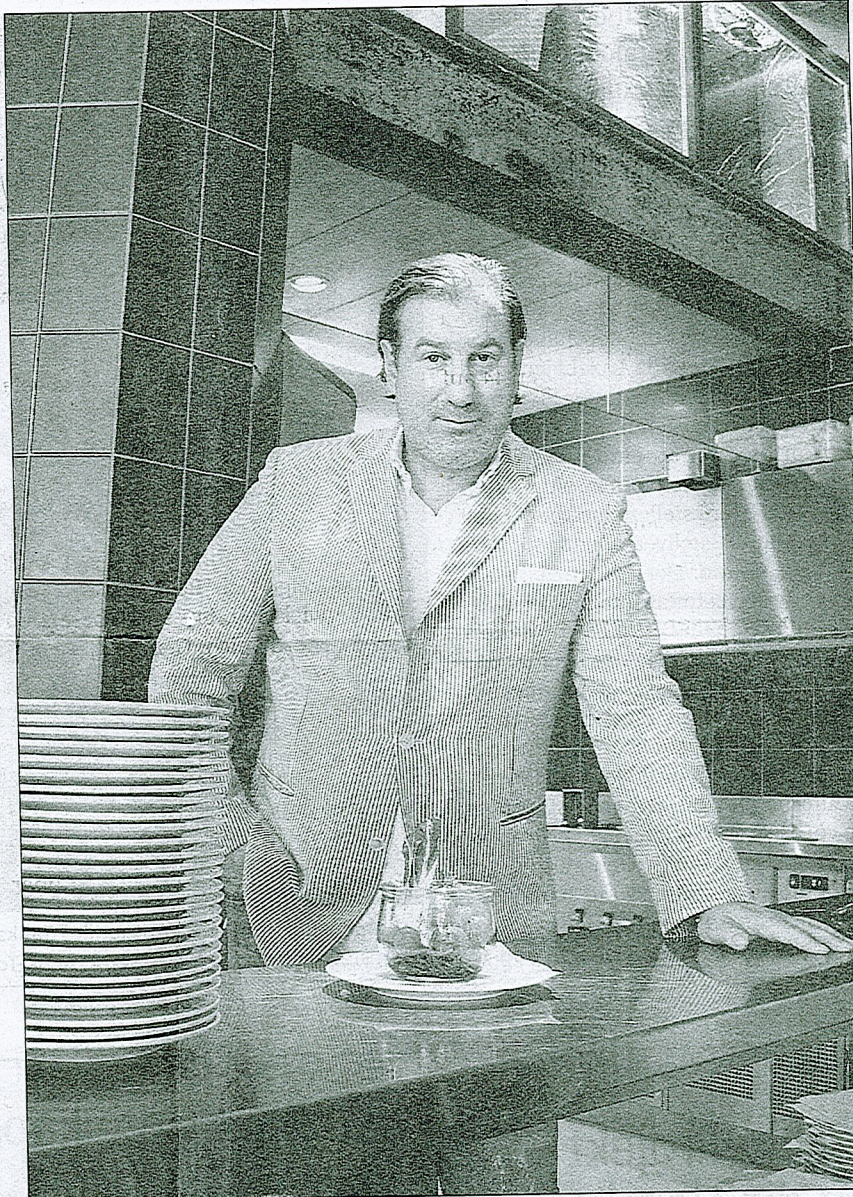
Konkret ist noch gar nichts. Wir möchten bis 2010 mit etwa zehn Betrieben zwischen 20 und 25 Mio. Franken Umsatz machen.

Was haben Sie für ein Konzept für Ihre Restaurants?

Unterschiedliche. Wir sind immer noch daran, unser Unternehmen aufzubauen. Finanziell sind wir gut abgesichert, das Know-how und gute Locations und Ideen haben wir auch.

Zum Beispiel?

Wir arbeiten nach einem «Matching System». Wir brauchen Mitarbeitende, Konzepte und Standorte. Ich reise sehr viel. Manchmal sehe ich ein Konzept,



Wolf Wagschal in der Küche der «Rüsterei». Sie hätten den «grauligen Raum» in ein «Meisterwerk» verwandelt, findet der CEO der Five AG. Foto: Renate Dubach

das ich gut finde. Dann sehe ich eine Location und in einem Restaurant einen Koch oder einen Geschäftsführer, der mir Eindruck macht. Ich notiere mir alles. Alle zwei Monate sitzen wir zusammen und besprechen die Liste. Ab und zu gibt es einen «Match». So wie beim «Ti». Wir haben Massimiliano Mariotta und seine Frau Cristina ein Jahr im Voraus verpflichtet. Dann haben wir das Konzept erarbeitet und zum Schluss die Location gesucht. Viele gehen vom Standort aus, suchen dafür ein Konzept und dann die passenden Mitarbeiter. Wir sind flexibler.

Sie treffen damit offensichtlich den Geschmack der Gäste.

Gäste wollen ein gutes Preis-Leistungs-Verhältnis und ein Erlebnis beim Essen. Sie wollen nicht nur essen, sondern vielleicht auch interessante Menschen sehen, ein cooles Konzept angeboten bekommen. Ich nenne das «Eatertainment». Unser Job ist es, dafür zu sorgen, dass unsere Gäste glücklich sind. Wer in einem Restaurant Gäste bedient, hat es in der Hand, ihnen den Abend zu verschönern oder kaputt zu machen. Wenn ich von Gästen Reklamationen bekomme, bin ich immer zuerst auf

den Manager wütend. Wenn er nämlich aufmerksam gewesen wäre, hätte er das Problem bemerkt und eine Lösung vorschlagen können. Schliesslich heisst unser Credo: «We create lifetime guests.»

Beim «Der Veg», Ihrem zweiten Sihlcity-Restaurant, haben Sie Verspätung. Das hätte schon starten sollen.

Wir sind schon weit mit den Verträgen. Sobald wir die letzten Details mit der Credit Suisse geregelt haben, werden wir die Baubewilligung einholen und dann sollte es bis Ende Jahr losgehen.

Wenn Sie sich nicht einig werden, realisieren Sie «Der Veg» anderswo? Ja. Aber ich hoffe, dass wir uns finden.

Haben Sie das Konzept bei Rolf Hiltl abgeschaut?

Nein. Ich komme aus Nordamerika, wo es diese Art von Buffet – auch im vegetarischen Bereich – schon seit den 50er-Jahren gibt. «Der Veg» soll eine Mischform zwischen dem «Tibits» und dem Angebot im Restaurant vom Globus beim Bahnhof sein. Einige Gerichte kann man selber nehmen, andere sind schon fertig auf dem Teller arrangiert.

Wie sieht die Gastronomie der Zukunft aus?

Heute eröffnen viele Leute ein Restaurant, die nur in einem Teilbereich der Gastronomie Experten sind. Ein Koch versteht vielleicht nichts von Marketing und Personalführung, ein Geschäftsmann vielleicht nichts von Food & Beverage-Einkauf. Kleine Beizer werden aussterben. Nur wenn man die Immobilie besitzt, in der man wirtet, geht die Rechnung auf. Sonst wird es finanziell kaum mehr möglich sein zu überleben. Wir sind sehr kostenorientiert. Ich kann jederzeit überprüfen, wo wir mit Waren- oder Personalkosten stehen. Nur so kann man heute in der Gastronomie wachsen. Die Profitmarge ist winzig.

«VIELE DENKEN, MAN KÖNNE MIT EINEM X-BELIEBIGEN RESTAURANTKONZEPT ERFOLGREICH SEIN.»

Geben Sie Zahlen bekannt?

Im «Ti» liegen die Personalkosten bei 36 oder 37 Prozent. In einem grösseren Restaurant wie der «Rüsterei» liegen wir bei rund 42 Prozent im Eröffnungsjahr.

Unzählige Restaurateure gehen Konkurs. Was machen sie falsch?

Als das Wirtegesetz geändert wurde, fand ich das schade, weil jetzt jeder eine Beiz eröffnen kann. Nicht alle verstehen etwas vom Business. Viele denken, weil jeder Mensch essen muss, könne man mit einem x-beliebigen Restaurantkonzept erfolgreich sein. Es ist viel komplexer. Ich finde es extrem schade, dass unser Ruf in der Gastronomie darunter leidet, dass viele Wirte in Konkurs gehen und dann wieder etwas probieren, das keinen Erfolg haben kann. Sie können ihre Pacht und die Lieferanten nicht mehr bezahlen, die Mitarbeiter bekommen ihren Lohn nicht mehr. Die ganze Branche leidet darunter, verliert an Attraktivität, und der Ruf geht kaputt.

Der CEO und die Five AG

Der 39-jährige Schweiz-Kanadier Wolf Wagschal besitzt Abschlüsse der Harvard und der Cornell University, einen Dokortitel und ist eidg. dipl. Restaurateur SHV. Als CEO der Five AG ist er der Einzige der fünf Partner, der operativ arbeitet. Das erste Projekt war die Konzeption, Planung und Umsetzung eines privaten Member-Clubs am Zürcher Rennweg, der im Mai 2005 eröffnet wurde. Es folgte die Neulancierung des «Rive Gauche» im Hotel Baur au Lac, dann verwandelte die Five AG die «Stapferstube» in ein authentisches Tessiner Restaurant. Für die «Giesserei» in Oerlikon hat sie ein Beratungsmandat. Zuletzt eröffnete sie die «Rüsterei» in der Sihlcity. RD