



TEAMWORK

Die Fußball-EM hat es wieder gezeigt: Nicht die Stars, sondern das Zusammenspiel des Teams ist entscheidend. Das gilt übrigens genauso für die Athleten auf den Skipisten oder Formel-1-Strecken, die auf eingesperrte Unterstützer angewiesen sind. Diese treten vielleicht nicht so in den Vordergrund, aber auch ein Formel-1-Sieg hängt von sehr vielen Menschen ab. Von Konstrukteuren, Ingenieuren, Technikern, Testfahrern und nicht zuletzt von den Mechanikern, die bei einem Boxenstopp in Sekundenschnelle die Räder wechseln oder ein defektes Teil ersetzen. Der Star am Steuer muss sich darauf verlassen können, dass jeder sein Bestes

gibt. Gerade im Gastgewerbe droht dieser Teamgedanke allerdings in der Hektik des Alltags bisweilen verloren zu gehen. Oft sind es nur Kleinigkeiten und Missverständnisse, die zu Animositäten, schlechtem Klima oder zum Streit führen. Und die den Erfolg gefährden! Denn hier ist das »Team« mindestens so entscheidend wie auf dem Fußballfeld oder dem Rennkurs. Für den »Sieg«, nämlich die Zufriedenheit bzw. Begeisterung des Gastes, müssen auch hier alle Kräfte perfekt zusammenspielen. Das Ganze ist mehr als die Summe der Einzelnen! Dieses Bewusstsein muss aber auch immer wieder allen »Spielern« vermittelt werden.

Immer nur lächeln?

Sie werden als »Saftschubse« oder »Trolley Dolly« verhöhnt, und doch gilt Flugbegleiter als Traumberuf. Dabei ist es harte Arbeit, die schon auf einem ganz normalen Flug gute Kondition verlangt. Und gelegentlich auch eine stabile Psyche, wenn einzelne Passagiere nerven. Immer lächeln und freundlich bleiben, fällt da nicht selten schwer. Deshalb legen alle Airlines schon bei der Ausbildung großen Wert auf Höflichkeit und perfekten Service, auch in Stresssituationen. Denn letztlich stellt der persönliche Kontakt eine wichtige Verbindung zur gewählten Airline dar. Zuvorkommende Behandlung, schnelle Reaktion und ein freundliches Lächeln sind Pluspunkte,

die in Erinnerung bleiben – und vielleicht über kleine Probleme hinwegrösten können. Mancher Betreiber auf dem Boden könnte sich deshalb Anregungen von den Airlines holen, damit auch die eigenen Gäste einen Service wie »über den Wolken« genießen können.



Chancen entdecken – und nutzen

Jedes Unternehmen, vom internationalen Großkonzern bis zum Ein-Mann-Betrieb ist auf der Suche nach Optimierung. Überall gibt es dafür versteckte Chancen, die es nur zu erkennen und zu nutzen gilt. Manchmal allerdings scheinen sie zu offensichtlich oder zu selbstverständlich, als dass man sie erkennt – da hilft gelegentlich ein Blick von außen. Ein wichtiger Bereich, wo noch solche verborgenen Möglichkeiten zur Verbesserung stecken, sind die Mitarbeiter. Das gilt in besonderem Maß für Tourismus und Gastgewerbe, wo der persönliche Kontakt zum Gast eine entscheidende Rolle für das Angebot spielt. Teamwork, Motivation und Mitarbeiterführung sind deshalb Chef-sache, wie es die erfolgreichen Vertreter der Branche vormachen. Doch Unternehmer sind zusätzlich gefordert, denn sie müssen auch immer wieder die eigene Position hinterfragen – dann werden viele Chancen sichtbar.



Herzlich

Was die Haltung sagt

Jeder kennt das Phänomen und doch ist es erstaunlich, wie sehr uns die Körpersprache des Gegenübers beeinflusst. Wissenschaftler haben nachgewiesen, dass sie eigentlich den Schwerpunkt im Gespräch bildet, während das gesprochene Wort weniger als 7 Prozent zur Kommunikation beiträgt! Wie wir uns bewegen, welche Gesten wir machen, ob die Arme verschränkt sind oder die Faust geballt, all diese Signale werden unbewusst ausgesandt – und auch unbewusst aufgenommen. Aber sie bestimmen unser Empfinden. Wenn etwa die ganze Haltung und Gestik Ablehnung zeigen, dann werden die freundlichen Worte nicht wahrgenommen, selbst, wenn sie gut gemeint waren. Verkaufstrainer und Personalberater schulen entsprechende Verhaltens- und Handlungsregeln, um solche Fehlkommunikation zu verhindern. Oft kann aber auch schon das Bewusstsein dieser »doppelgleisigen« Kommunikation helfen. Man achte nur einmal unter diesem Gesichtspunkt auf das eigene Verhalten.



Genuss bei Gosch am Kliff

»Gosch« und »Sylt«, gehören einfach zusammen! Auch wenn der umtriebige Fisch- und Feinkost-Spezialist heute in ganz Deutschland vertreten ist, bleibt doch »seine« Insel im Fokus. Für das jüngste Projekt hat Jürgen Gosch einen besonderen Standort gefunden: das berühmte Rote Kliff, wo die Insel tief ins Meer abfällt. Schnell war klar, dass dieses beliebte Ausflugsziel eine ungewöhnliche Architektur benötigt. So wurde eine künstliche Düne geschaffen und das Gebäude unter ein weitgeschwungenes, komplett begrüntes Dach geschoben. Nur zum Wasser ist es großflächig verglast. Auch im Innenraum wurde Wert auf natürliche Farben und Materialien gelegt; die

Zubereitung der Speisen lässt sich durch eine Glaswand verfolgen. Wer lieber die frische Nordseeluft genießt, kann unter vier Meissl MV Großschirmen im Sonderformat von je 6,10 x 4,65 m Platz nehmen, die mit Regenrinnen, integrierten Heizungen und seitlichem Windschutz für angenehmes Freiluftenerlebnis sorgen.



Feste unterm 16-Meter-Schirm



Mit imponierenden 16 Metern Durchmesser überspannt jetzt ein Meissl-Schirm den Dorfplatz von Werfenweg. Nicht nur Größe und Design finden Begeisterung. Für Bürgermeister Dr. Peter Brandauer ist damit eine Belebung des Ortskerns gelungen, denn die vielen Vereine, aber auch die touristischen Veranstaltungen haben nun einen idealen Festplatz, der fast bei jedem Wetter genutzt werden kann. Ein riesiger Pluspunkt ist der schnelle und einfache Aufbau – denn das »Dach« ist schon da!



12 – Ausgabe Herbst 2012
Herausgeber: J. Meissl GmbH, Schimbar- und Wetterschutzkonzepte
A-5452 Pfarrwerfen · Gewerbegebiet Ellmauthal 40
Tel: +43-6462-2510-0 · E-Mail: office@meissl.com

www.meissl.com

© MODELHART.AT - Bilder: Jürgen Feichter, dreamstime.com, J. Meissl GmbH, Foto Mager, Gemeinde Werfenweg, Christian Schneider

News & Trends

Snacks: mehr Exotik und mehr Bio

Der Snackmarkt wächst weiter, dabei gewinnen sowohl etablierte Trends wie der zu Bio- oder Clean-Food (ohne Zusatzstoffe) als auch neue Geschmacksrichtungen an Bedeutung. Laut dem Fachmagazin »Snack« werden vor allem Anregungen aus dem mediterranen Markt, aber auch aus Fernost und dem Mittleren Osten aufgenommen, zum Beispiel getrocknete Algenblätter aus Korea oder Hummus aus der arabischen Region. Auffällig ist die Kombination von süß und pikant, etwa gesalzenes Toffee-Eis oder mit Schokolade überzogene Brezen.

Vom Luxusgut zur Luxus-Dienstleistung

Durchschnittlich 30 Prozent der europäischen Konsumenten verzichten auf handfeste Luxusgüter zugunsten von Luxuserlebnissen wie Reisen, Spa-Aufenthalten oder Restaurantbesuchen. Das ergab eine Umfrage der Unternehmensberatung McKinsey & Company unter 4.500 Luxuskonsumenten in Frankreich, Deutschland, Großbritannien und Italien. Diese Verlagerung ist bei allen befragten Europäern zu beobachten – mit Schwankungen zwischen 27 Prozent bei den deutschen und 33 Prozent bei den italienischen Konsumenten aus dem obersten Einkommensdrittel.

Großes Potenzial für Seilbahnbranche

»Es zeigt sich deutlich, dass die Seilbahnunternehmen, die in der Sommer-Angebots-gestaltung authentisch und höchst professionell agieren, den größten Erfolg haben«, fasst Thomas Kinz, Sprecher der Sommer-Bergbahnen und Geschäftsführer der Pfänderbahn in Bregenz, die Ergebnisse einer aktuellen Studie zusammen. Im Rahmen der alljährlichen Strategie-Tagung wurde beschlossen, weiter in Richtung Innovation, Erlebnisvielfalt und streng geprüfter Qualität zu arbeiten.

Geschmacksschulungen für Kinder

Speziell für Kinder hat Slow Food Deutschland die Sinn-Voll Geschmacksschulung entwickelt. Diese wurde 2012 in den UNESCO-Kanon für nachhaltige Bildung aufgenommen. Mit kurzen Übungen wird die Neugier der Kinder geweckt und ihre Sinneswahrnehmung geschult, durch das Sehen, Schmecken, Hören, Riechen und Erfühlen von frischen Lebensmitteln. »Geschmack ist eine zentrale Alltagskompetenz, die uns hilft, uns gut und gesund zu ernähren«, so Dr. Ursula Hudson, Vorsitzende von Slow Food Deutschland.

VERSTECKTE CHANCEN

12

OPEN-AIR DAS GANZE JAHR



»Der Schlüssel zum Erfolg sind nicht Informationen. Das sind Menschen.«

Lee Iacocca, Ex-Chef der Chrysler Corp.

Mitarbeiter richtig motivieren

Gemeinsam zum Erfolg

Über den Wolken: Immer nur lächeln?

Körpersprache: Was die Haltung verrät

Unterstützung durch Ergonomie



MITARBEITER MOTIVIEREN

Man spricht bekanntlich gerne von den Mitarbeitern als wichtigstem Kapital eines Unternehmens. Doch leider wird nicht immer nach dieser Devise gehandelt. Dabei weiß doch jeder Geschäftsmann, dass »ruhendes Kapital« – um im Bild zu bleiben – nichts bringt. Es muss gepflegt und gefördert werden, und es muss auch gelegentlich etwas investiert werden, damit es den gewünschten Ertrag bringt. Beim »Kapital« Mitarbeiter gibt es eine ganze Reihe von Möglichkeiten für ein positives Ergebnis. Glücklicherweise, denn es geht um Menschen, und die reagieren sensibler als Geldströme oder Grundbesitz. Eine banale Weisheit lautet: Wer Spaß an seiner Arbeit hat, der vermittelt dieses Gefühl auch anderen. Motivation heißt deshalb

Mitarbeitermotivation bildet gerade im Gastgewerbe einen entscheidenden und zukunftsweisenden Erfolgsfaktor.

das Zauberwort, das von der sorgfältigen Betreuung der Auszubildenden, über Schulungen und Seminare bis hin zur Belohnung für verdiente Mitarbeiter reicht. Manchmal ist schon ein Lob hilfreich, manchmal aber auch klare Worte oder aber ein vertrauensvolles Gespräch. Wie ein guter Coach müssen die Verantwortlichen sehr auf die Stimmungen und die Atmosphäre in ihrer Mannschaft achten, um frühzeitig gegensteuern zu können. Natürlich ist eine Gehaltserhöhung immer erfreulich, doch ist zu bedenken: Geld ist nicht alles. Man darf nicht unterschätzen, dass selbst eine etwas abfällig nur als »Job« bezeichnete Tätigkeit zum Selbstverständnis gehört. Ehrliche Anerken-

nung für die gebotene Leistung ist deshalb ein großer Ansporn, der sich nicht nur in der Bezahlung niederschlagen sollte. Auch aktuelle Umfragen bestätigen, dass zum Beispiel ein kollegiales Umfeld und eine freundliche Arbeitsatmosphäre zu vermehrten Anstrengungen motivieren. Ebenfalls förderlich ist das partnerschaftliche Vorbild der Verantwortlichen, was allerdings nicht billige Kumpelei bedeuten darf. Arbeitgeber, die sich ernst genommen fühlen, engagieren sich auch mehr – ein wichtiger Faktor vor allem im Gastgewerbe, wo ein bürokratisches Nine-to-Five-Denken ohnehin fehlt am Platz ist.

Das gilt besonders für die Ansprüche und Erwartungen des Gastes von heute, die einem laufenden Wandel unterworfen sind. Das Außergewöhnliche wird zum Standard, was eben noch als hochgerühmte Neuheit und Spezialität des Hauses galt, kann schnell Mainstream sein – oder gar nicht mehr nachgefragt werden. Deshalb kann es sehr hilfreich – und zugleich motivierend – sein, die Mitarbeiter in den Entwicklungsprozess einzubinden. Denn sie sind zumeist ganz nah am Gast.



GEMEINSAM zum Erfolg

Ein einzigartiger Standort, ein atemberaubendes Panorama, traumhafte Sportmöglichkeiten, dazu ein attraktives Ambiente und eine zeitgemäße Angebotspalette an Speisen und Getränken – was braucht es da noch zum sicheren Erfolg? Familie Deutinger hat mit ihrem Pavillon in Kaprun seit 20 Jahren diese idealen

Voraussetzungen. Doch für die Deutingers ist noch ein weiterer Faktor entscheidend: die Qualität und das Engagement der Mitarbeiter. Bei Öffnungszeiten von 9 Uhr morgens bis nachts um 3 Uhr ist durchgehend gute Stimmung und zuverlässiger Service eine Herausforderung. Kein Wunder also, dass zur Jubiläums-Feier der Wert dieses motivierten Teams ausdrücklich hervorgehoben wurde. Denn schließlich gehört perfekter Service an einer solch exponierten Lage wesentlich zur Besonderheit des Gebotenen. Dabei geht die Betreiberfamilie – Ehepaar Heidi und Cornel Deutinger und die Söhne Gerald und Patrick – mit gutem Beispiel voran. Und auch das gehört zur gelungenen Motivation: Dass man bestrebt ist, ständig Verbesserungen zu schaffen. Das reicht von der kritischen Prüfung der Speisekarte – von den

außergewöhnlichen Eisbechern bis zu den unzähligen Cocktails – über ein offenes Ohr für die Anregungen der acht Mitarbeiter bis hin zu baulichen Maßnahmen.

So wie etwa jetzt die Erweiterung der Premium Terrasse: Dafür wurde der ganze Platz vor dem Lokal neu gestaltet. Eine Besonderheit bietet der abgeschlossene Bereich mit Windschutzwänden, der das südländische Flair und die Outdoor-Atmosphäre geschickt unterstreicht. Denn – auch da ist sich die Familie einig – Erfolg muss jeden Tag neu erarbeitet werden. Was so einfach und selbstverständlich wirkt, ist das Ergebnis sorgfältiger Planung, intensiver Arbeit und ständiger Prüfung aller Details. Nicht nur der Gast soll sich hier wohl fühlen, sondern alle Beteiligten. Ein Erfolgsrezept, das in Kaprun überzeugend gelebt wird!



ERGO- NOMIE der stille Verkaufshelfer

Ergonomie, das klingt nach Bürowelt oder Großindustrie. Doch die Suche nach optimalen Handlungsabläufen und funktionsgerechter Einrichtung sollte auch in Hotel und Restaurant einen hohen Stellenwert haben. Denn tatsächlich lässt sich mit einer ergonomischen Gestaltung der Service verbessern und die Arbeit des Personals spürbar erleichtern. Schon 1926 wurde mit der berühmten »Frankfurter Küche« gezeigt, wie allein durch eine logische Platzierung der einzelnen Geräte und Bedienelemente auf knappem Raum viel unnütze Arbeit eingespart werden kann. Doch jeder, der schon einmal länger in der Gastronomie tätig gewesen ist, kennt all die kleinen – vermeidbaren – Hindernisse, die den täglichen Ablauf erschweren. Dass Zapfanlagen zentral platziert werden und sich die Gläser dafür in Griffweite dazu befinden sollten, ist naheliegend. Doch wie sieht es mit allen anderen Funktionen aus – von der Kasse bis zur Spülmaschine, vom Besteckkasten bis zur Musikanlage? Seit vielen Jahren legt Meissl besonderen Wert auf leichte und schnelle Bedienbarkeit. Das gilt nicht nur für die Konstruktion und das Handling der Großschirme, sondern ebenso für die Ausstattung kompletter Anlagen mit integrierten Bar- oder Gastroelementen. Kurze Wege, ausreichender Stauraum, richtige Platzierung häufig genutzter Geräte, passende Größe und Ausleuchtung der Arbeitsflächen ... all das fließt in die Planung mit ein. Patentrezepte aus der Schublade helfen hier nicht weiter. Denn jeder Standort und jedes Sortiment stellt individuelle Anforderungen, damit alle Abläufe optimal aufeinander abgestimmt sind.