



»Träumereien«

Unter dem Stichwort »GAD-kontrovers« widmet sich die Gastronomische Akademie Deutschlands in loser Folge Themen und Stimmungen, die bewegen oder polarisieren – Leserreaktionen erwünscht. Frank Hornberg macht sich Gedanken über das richtige Gespür für den Gast

»Nein«, sagte der Verkäufer zu dem Mann mit den leuchtenden Augen, »ich verkaufe Ihnen kein Motorrad, ich verkaufe Ihnen einen Traum! Die Harley Davidson bekommen Sie dazu von mir geschenkt.« Klar, denkt man, gute Schulung – und im Übrigen abgeschrieben bei Antoine de Saint-Exupéry, der sagte: »Bring den Männern nicht das Schiffbauen bei, sondern lehrt sie die Sehnsucht nach dem Meer!«. Träume – ich behaupte: Es gibt keine zweite Branche, die so schnell, so preiswert, so individuell Träume erfüllen kann wie das Gastgewerbe. Ein erfolgreicher Gastronom drückte es mir gegenüber einmal so aus: »Kein Gast kommt zu mir ins Restaurant, um Kalorien zu kaufen – meine Gäste kommen, um zu kommunizieren, oder sie wollen »Händchen halten«. Kommt dann noch Beides zusammen ...

Wie immer, auch diese Geschichte hat einen Pferdefuß. Um (meine) Träume in Erfüllung gehen zu lassen, braucht es nicht nur ein Wohlfühl-Ambiente, eine akzeptierte Küchenleistung und ein stimmiges Preis-Leistungs-Verhältnis. Um Träume auf die Tafel zu bringen, braucht es SERVICE! Der Zar hatte zu seiner Zeit eine Anordnung erlassen, wonach für jeden Gast ein Domestiken zur Verfügung zu stehen hatte, wenn der Ball ein Ball sein sollte. Gott sei Dank gibt es heute beides nicht mehr, den Zaren und die Domestiken. Aber der Kern der Botschaft ist unverändert: Es braucht die dienstbaren Geister.

Was ist nicht alles geschrieben und gesagt worden über die »Servicewüste« Deutschland? Ein von mir gern gelesener Journalist der ZEIT beendete seine Ausführungen zu diesem Thema mit dem Satz: »Solange der Zugbegleiter im ICE, wenn er mir meinen Koffer anreicht, lächelt, glaube ich es nicht!«. Tatsache ist: Fast alle sogenannten Dienstleister



Servicemitarbeiter sollten das Talent haben, Gäste herzlich umsorgen zu können

haben ihre Kunden – vulgo Gäste – dazu gebracht, »Selfservice« zu akzeptieren. Denken Sie nur an die Banken, die Bahn, die Tankstellen, den Einzelhandel und die Taxiunternehmen. Bedient werden – im positiven Sinne umsorgt, verwöhnt, verstanden zu werden, denn all das kann man in dem Begriff subsummieren – ist ein wunderschönes Gefühl, das nur sehr bedingt käuflich ist.

Genau wie das »Gespür am Herd« ist das »Gespür für den Gast« zum Großteil Intuition und angeborene Fähigkeit. Man kann zwar die allgemeinen Rahmenbedingungen lernen – aber mehr auch nicht! Warum ist diese Botschaft so schwer zu vermitteln? Warum wurde (und wird) so wenig von so Wenigen unternommen, dem Service die Stellung einzuräumen, die er verdient?

Bei einem Gericht und der Kommunikation eines Menüs ist es relativ leicht, positive respektive negative Kommentare abzugeben. Und es ist einfach, beim Wein zum hundertsten Mal den Johannis-Brombeer-Schokoladen-Abgang – bar jeden Sachverständes – zu rühmen ...

Warum aber ist das so schwer, wenn es um Liebenswürdigkeit, Aufmerksamkeit, Herzlichkeit – kurz: um Gastlichkeit – geht? Pink Floyd hat das in einer Liedzeile in meinem Lieblingssong »Wish you were here« passend beschrieben: »Do you think you

»Was das Gastgewerbe verkaufen kann, sind Träume, die real werden«

Frank Hornberg

can tell a smile from a veil?«. Ein Lächeln kann man nicht beschreiben, wobei es egal ist, ob der Teller von links oder von rechts eingesetzt wird (klar: jetzt bekomme ich Prügel von den Fachleuten) – nett und

mit herzlicher Freundlichkeit.

Was das Gastgewerbe verkaufen kann, sind Träume, die real werden. Wunderschöne Träume, die alle Sinne des Gastes ansprechen, die ihn für einen überschaubaren Zeitraum, auch wenn es kitschig klingen mag, glücklich machen. Die Botschafter? Die Service-Crew! Ohne die geht gar nichts – weder technisch noch träumerisch. Menschen mit der Gabe, mir Träume zu erfüllen, arbeiten nicht an »der Front«. Sondern sie befinden sich, während ich in ihrem Haus verweile, im verbalen und im nonverbalen Dialog mit mir, dem Gast, dem sie unaufdringlich zeigen, dass sie ihn gerne umsorgen, bewirten, beherbergen. Bei Ihnen ist das nicht der Fall? Dann träumen Sie mal schön weiter – von gefüllten Kassen!

TH