

## Die Macht des Essens

Nicht Güter, sondern Erlebnisse zählen und die Kulinarik kann hier sehr viel bewirken. Hoteliers tun also gut daran, ihr Hotelrestaurant zu einem Genusstempel zu machen.

Manche Hotels setzen den Erlebnisfaktor auch mit kleinen Shops um, wo Hotelgäste Vieles vom dem kaufen und mit nach Hause nehmen, was sie im Laufe ihres Urlaubs genossen haben. Der Urlaubseffekt wird so konserviert und das Gefühl „dort möchte ich wieder hin“ verstärkt.

Gute Verköstigung ist bei Hotelaufenthalten das Entscheidende schlechthin. Ist die Kulinarik gelungen, prägt sich das in den Köpfen ein. Hotelrestaurants galten lange Zeit eher als Kostenfaktor. In den vergangenen Jahren haben sich viele dieser Restaurants und deren Bars jedoch zu Hotspots der Locals und zu Szenetreffs entwickelt. Doch damit dieser Wandel gelingt ist mehr als guter Service notwendig – vor allem Konzepte, welche junge, attraktive Gäste anlocken sorgen für entsprechendes Image und mehr Umsatz. Der „Coolness-Faktor“ als „Place-to-be“ ist entscheidend. Dabei spielt Social-Media eine nicht unbedeutende Rolle. Hoteldesigner und -planer beachten heutzutage mindestens genau so sehr die Gastronomie, wie die Zimmer, so Prodingler Tourismusberatung. Hotelrestaurants müssen, so sind sich alle einig, unbedingt

für Externe geöffnet werden, um Erfolg zu haben.

### Zimmer mit Frühstück

Vor vielen Jahren der Klassiker in den Unterkunftsangeboten, feiert diese Variante ein – wie es scheint – ziemlich erfolgreiches Revival. BWM Architekt Erich Bernard sagte jüngst in einem Interview: „Die herkömmliche Version des Frühstücksbuffets, bei der es in erster Linie um die Zurschaustellung von Opulenz ging und große Mengen an vorwiegend austauschbaren Lebensmitteln zum Inklusiv-Preis angeboten wurden, hat weitgehend ausgedient. Komplette aufservierte Frühstück umzustellen wäre freilich zu kostenintensiv für die Hoteliers, viel mehr denken wir den Frühstücksbereich heute als einen Raum, in dem der Gast sich bewegt wie in einer Art Feinkostladen. Dieser verfügt über mehrere Stationen, an denen die Speisen zelebriert und/oder frisch zubereitet werden.“

### Essen wo und wann es beliebt

Das Frühstück wird in den unterschiedlichsten Varianten angeboten werden, ergänzen Hoteliers. Vom kleinen Frühstück im Spa vor der Sporteinheit, bis zum ausgedehnten Brunch bis weit in den Nachmittag ist die Bandbreite groß.

Was zwangsläufig auch eine Änderungen der restlichen Verpflegungsangebote mit sich bringt. Individuell wird

diese sein: Aktive Gäste wollen gleich nach ihrer Rückkehr von den Ausflügen, also eher am späten Nachmittag essen, manche essen überhaupt gleich unterwegs, andere einen Snack an der Bar. Das bedingt auch eine Öffnung der Räumlichkeiten zwischen Bar, Frühstücksraum und Restaurant mit individueller Auswahl für den Gast: Essen am Sofa, snacken am Stehtisch..., das Hotel wird zum Wohnzimmer.

### Die Dreiviertel-Pension ist out

„Das Frühstück wird an Bedeutung gewinnen“, sagt auch Küchenchef Andreas Wunderer im Hotel Lindenhof, „und zum Brunch werden. Mittags vielleicht a la carte und abends eine Menüauswahl, oder Kleinigkeiten“. Denn die Hotelgäste möchten zwar abends sehr wohl im Hotelrestaurant sitzen, aber nur wenig essen.

Food & Beverage dürfen also nicht vernachlässigt werden, müssen aber optional angeboten werden.



BWM Architekt Erich Bernard.

Foto: BWMArchitekten / Renee del Missier

Moderne Frühstücksangebote werden eher Genuss-Stationen sein, als Buffets. Im Hotel Forsthofgut in Leogang hat man diesen Trend schon längst erkannt.



Fotos: Forsthofgut

