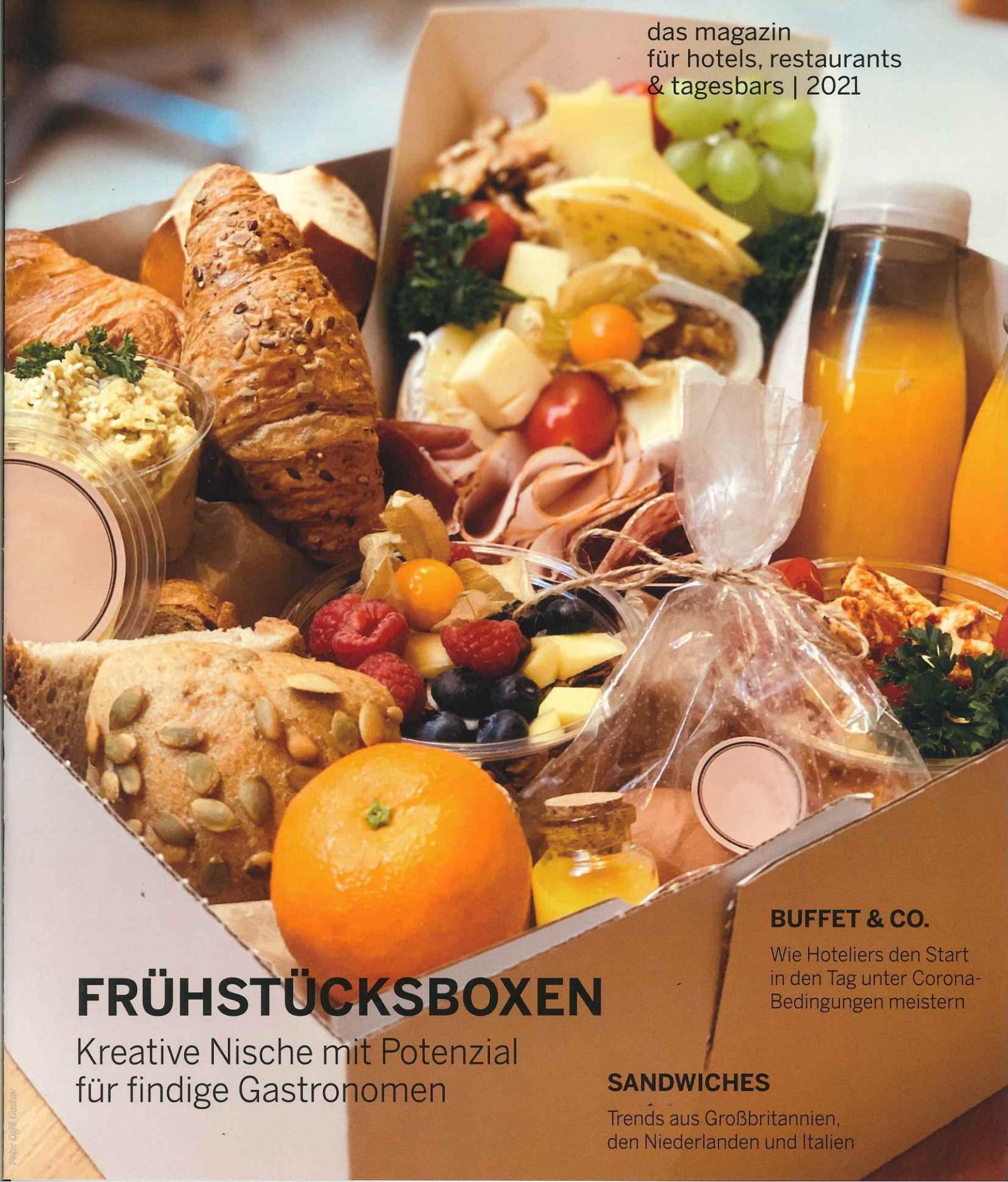


ahgz frühstück

das magazin
für hotels, restaurants
& tagesbars | 2021



FRÜHSTÜCKSBIXEN

Kreative Nische mit Potenzial
für findige Gastronomen

BUFFET & CO.

Wie Hoteliers den Start
in den Tag unter Corona-
Bedingungen meistern

SANDWICHES

Trends aus Großbritannien,
den Niederlanden und Italien

Best Practice

ROOM SERVICE STATT BUFFET

Die Corona-Pandemie hat das Zimmerfrühstück wieder in den Fokus gerückt. Das war nicht ohne Herausforderungen. Hoteldirektoren und F&B-Manager berichten aus der Praxis, wie sie damit umgegangen sind und welche Erfahrungen sie gemacht haben.

Im Hotel frühstücken ist für die meisten Gäste ein echter Genussfaktor und gehört zu einem gelungenen Start in den Tag dazu. Seit dem ersten Lockdown aufgrund der Corona-Pandemie war dies den Gästen jedoch fast durchwegs verwehrt. Und Hotels, die während der bundesweiten Hotelschließungen ein paar Business-Gäste beherbergen durften, waren als Alternativen, vor allem auf Room Service angewiesen.

In normalen Zeiten ist die Nachfrage nach dem Zimmerservice nicht allzu hoch. Das hat vor allem zwei Gründe: Die Auswahl per Tablett oder Servicewagen kann der Vielfalt am Frühstücksbuffet meist nicht standhalten – zudem kostet Room Service auch extra. Hotels pushen das Angebot daher nicht wirklich. „Da kommen eben einige Herausforde-

rungen zusammen“, sagt F&B Manager Lorenz Stengel vom Roomers Munich. „Sei es die Erreichbarkeit des Teams, die Auswahl, spezielles Equipment, Temperaturen beziehungsweise die Warmhaltung der Speisen oder die Akzeptanz der höheren Preise bei den Gästen.“

50 bis 80 Bestellungen täglich während des Lockdowns

Corona hat hier – wie in anderen Bereichen – ein Umdenken gebracht, wenn auch nicht davon auszugehen ist, dass dies auf Dauer gilt. Im Hilton Munich Airport beispielsweise, in dem schon aufgrund seines Standorts zahlreiche Geschäftsreisende übernachteten, gab es während des Lockdowns ausschließlich Zimmerservice. Zu „normalen Zei-



Foto: iStockphoto.com

ten“ erhebt das Haus 7 Euro Aufschlag auf den Standard-Frühstückstarif von derzeit 29 Euro. In der Pandemie jedoch wurde der Zimmerservice für alle Gäste, die das Frühstück gebucht hatten, nicht extra in Rechnung gestellt. Das gilt nach dem kürzlichen Restart auch noch eine Weile. Gut 50 bis 80 Frühstücksbestellungen gab es täglich im Lockdown. Seitdem die Erlaubnis kam, Hotelgäste im Restaurant zu betreuen, sank die Zahl wieder – auf derzeit nur noch drei Zimmer-Frühstücke. „Die Menschen freuen sich einfach, früh morgens raus aus der Isolation zu kommen und wieder andere Menschen zu sehen“, so Karin Obermeier, Managerin des hoteleigenen Restaurants Mountain Hub.

Den Eindruck, dass es die Gäste nahezu magisch wieder ins Restaurant zieht, hat auch Elisa Kiem

” DER ARBEITSAUFWAND
WAR BEI EINER BELEGUNG VON ETWA
20 PROZENT VERHÄLTNISSMÄSSIG GROSS.

CLEMENS HEINRICH,
DIRECTOR OF F&B,
THE CHARLES MÜNCHEN

“



vom Dorint Marc Aurel Resort in Bad Gögging. „Gerade im Sommer genießen die Gäste das Frühstück auf unserer großen Terrasse“, so die Direktorin. Das Tagungs- und Wellnesshotel hatte für die erlaubten Businessgäste eine Take-away-Station, an der diese ihre Wunschspeisen auswählen und mit Blick aufs Hygienekonzept mit aufs Zimmer nehmen konnten, wo bereits der Kaffeetisch eingedeckt war. Als Alternative gab es Take-away-Frühstücksboxen für unterwegs. „Bei den Boxen könnte ich mir vorstellen, dass dieses Angebot einen langfristigen Effekt hat“, so Kiem.

Deutlicher Umsatzanstieg ab April 2020

Auch nach dem Restart der Hotellerie gibt es allerdings eine gewisse Anzahl an Gästen, die zumindest vorerst beim Zimmerfrühstück bleiben. „Durch die Pandemie hat sich unserem Gefühl nach der Gästekreis derer, die ihr Frühstück aufs Zimmer bestellen, tatsächlich etwas erweitert“, sagt Moritz von Petersdorff-Campen, Geschäftsführer von SuitePad. Der Anbieter digitaler Gästemappen realisierte eine Studie zum Room Service mit rund 700 Hotels, die deutliche Umsatzanstiege beim Zimmerfrühstück ab April und Mai 2020 sichtbar machte – und noch stärker während des harten Lockdown selbst. „Vorher wurde das Zimmerfrühstück mehr in der Luxusategorie geordert“, so der Experte. „Während der Pandemie verteilte es sich auf alle Kategorien im In- und Ausland, sogar in Regionen in denen das Buffet noch offen gewesen wäre – vermutlich aus Gründen der Sicherheit.“ Daraus nun eine Tendenz für die Zukunft abzulesen, sei noch verfrüht, so von Petersdorff-Campen – vor allem, weil durch den Lockdown ein großer Mitarbeitermangel entstanden sei. „Die ersten Hotels haben schon damit angefangen, sich für den kulinarischen Room

” DAS ROOM-SERVICE-FRÜHSTÜCK WIRD SICH IN NORMALEN ZEITEN WOHL WIEDER AUF EINEN KLEINEN GÄSTEKREIS REDUZIEREN.

LORENZ STENGEL,
F&B MANAGER, ROOMERS MUNICH



Service geeignete Partner wie Lieferando & Co. zu suchen.“

Natürlich erfordert Zimmerservice deutlichen Mehraufwand und vor allem mehr Personal. Das The Charles Hotel München verfügt gar über ein eigenes In-Room-Dining-Team, das sich in verschiedenen Schichten 24 Stunden lang um die gastronomischen Gästewünsche kümmert. „Im Lockdown hatten wir Geschäfts- und Medizinreisende im Haus, die oft viele außergewöhnliche Sonderwünsche durch Diäten und Unverträglichkeiten hatten“, so F&B Director Clemens Heinrich. „Da war der Arbeitsaufwand bei einer Belegung von etwa 20 Prozent verhältnismäßig groß.“

Auch im Hilton Munich Airport gibt es eine kleine Extra-Abteilung innerhalb des F&B-Teams, die sich nur um Zimmerservice und die Minibars kümmert. „Zwei bis drei Mitarbeiter waren während des Lockdowns allein fürs Frühstück in Charge“, berichtet Karin Obermeier. Zudem muss die Logistik und das Handling fürs Frühstück auf dem Hotelzimmer stimmen, wie F&B-Direktor Philipp Soost vom Hotel Bayerischer Hof in München betont: „Angesichts von 337 Zimmern und Suiten ist es durchaus eine Herausforderung während der klassischen Frühstücksstoßzeit Speisen und Heißgetränke gleichzeitig zubereitet sowie warm zum Gast zu bringen – noch dazu ohne Wartezeiten.“ Zudem hätten die Gäste den gewohnt luxuriösen

Service erwartet. „Der musste aber in dieser Zeit auf das Nötigste reduziert werden“, so Soost. Auch die Reinigung und Desinfektion aller Bedarfsgegenstände und des Geschirrs sorgte für Mehraufwand. Um die Speisen schließlich richtig temperiert zum Gast zu bringen, bedienen sich die Hotels Hotboxen als auch Clochen, wobei das Geschirr generell meist dasselbe ist wie im Restaurant. „Sollte der Gast unvorhergesehen erst etwas später frühstücken wollen, bleiben die Teller in der Box – damit können wir Qualitäts- oder Geschmacksverluste durch ein Abkühlen der Speisen ausschließen“, so Clemens Heinrich, dessen Haus verschiedene „Angebote“ offeriert: Außer Continentalem und Amerikanischem gibt es ein Bayerisches Frühstück sowie viele A-la-carte-Komponenten. Die Room-Service-Auswahl im Hotel Bayerischer Hof umfasst Französisches, Detox-, Energie-, Münchner und Tiroler Frühstück.

Digitale Lösungen wie Guest-Apps oder QR-Codes sind noch eher selten

Bestellt wird in den meisten Häusern per Door Knob in Kombination mit einer gedruckten Frühstückskarte, oft auch per Telefon. Digitale Lösungen wie Guest-Apps oder der QR-Code im The Charles, an dem auch das Hilton Munich Airport gerade arbeitet, sind noch eher selten. Wobei Tablets auf dem Zimmer den Vorteil haben, dass das Angebot stets aktualisiert, bildlich oder gar mit einem Video vom Frühstückskoch animierend präsentiert werden kann, was die Nachfrage durchaus forcieren könnte.

„Das Room-Service-Frühstück wird sich in normalen Zeiten wohl wieder auf einen kleinen Gästekreis reduzieren“, glaubt Lorenz Stengel vom Roomers. „Im Normalfall sind es meist Pärchen, die ihre Zweisamkeit genießen wollen und Celebrities, die ihre Privatsphäre brauchen und das volle Restaurants meiden.“ Und Philipp Soost vom Bayerischen Hof denkt: „Die Gäste, die bisher immer im Zimmer gefrühstückt haben, werden dies weiterhin tun, die anderen werden wieder auf das volle Buffet zugreifen.“

KARIN GABLER

So geht Zimmerfrühstück

- Zusätzliches, speziell abgestelltes Personal in Service und Küche, das auch im Umgang mit ungedulden Gästen geschult ist
- Genaues Timing, sprich zeitgerechte Fertigstellung von Speisen und Heißgetränken
- Extra-Equipment wie Servicewagen, Hotboxen, Clochen
- Vermarktung des Angebots via Doorknob, Extra-Speisenkarte, Guest-App, QR-Code, Tablets
- Spezielle Angebote und „Frühstücks-Packages“ wie Champagner-Frühstück, regionale Spezialitäten oder für „Early Birds“