

Gastrotrend Avocado

Superfrucht mit Punktabzug



Redakteur
Christoph Aichele
c.aichele@ahgz.de

Kulinarisch betrachtet ist sie in aller Munde: Die Avocado. Sie ist ausgesprochen gesund, vielseitig verwertbar und delikat, vergleichsweise preiswert und hat zudem den Touch Lifestyle, den es heutzutage braucht (Seite 12). Davon profitieren mittlerweile eine ganze Reihe von gastronomischen Konzepten – vor allem in Großstädten wie Berlin. Dort werden Avocado-Pancakes serviert oder auch Avocado-Wings, knusprig ausgebacken. Auch Spitzenköche mögen die Frucht, etwa Alexander Herrmann, der sie grillt und mit Tomaten-Salsa kombiniert. Eitel Sonnenschein also rund um die Frucht aus tropischen Gefilden. Wenn da nicht die Umwelt wäre. Für den lukrativen Anbau werden Wälder abgeholzt und hochgiftige Pestizide eingesetzt. Hinzu kommt der Wasserverbrauch: 1000 Liter sind laut Experten für drei Avocados notwendig – Salat ist weit genügsamer. Ebenfalls ärgerlich: Die langen Transportwege, nach wie vor kommt die Frucht vor allem aus Ländern wie Mexiko und Brasilien. Zeit also, über die Superfrucht nachzudenken. Denn für diesen Trend gibt es Öko-Minuspunkte!

Geliebte und gehasste Meetings

GASTBEITRAG

Von **Bernhard Patter**, Berater, Coach, Geschäftsführender Gesellschafter Diavendo GmbH.

➤ In der Praxis höre ich immer wieder die Aussage, dass den Mitarbeitern Informationen fehlen, sei es von anderen Abteilungen oder sogar vom Chef. Beim zweiten Blick ist festzustellen, dass es in diesen Betrieben oft keine Meetings gibt – oder nur sporadisch, schlecht vor- und nachbereitet. Ich will ganz offen sein: „Ich liebe Meetings, als Kommunikations- und Informationsplattform!“ Ich sage aber auch: „Ich hasse Meetings, wenn diese unproduktiv sind!“ Werden Meetings nicht konsequent abgehalten, so sind Missverständnisse, schlechteres Arbeitsklima und ein schlechteres Miteinander zu erwarten. Es geht sogar so weit, dass der Gast unter der mangelhaften Kommunikations- und Informationskultur des Hauses leidet.

Grundsätzlich sehe ich die Notwendigkeit einer Meeting-Kultur. Wenn diese nicht vorhanden ist, dann darf ich mich als Unternehmer oder Mitarbeiter nicht über Meetings wundern, die langweilig, zeitraubend, nervend, ungeliebt und vor allem unproduktiv sind. Es kann doch nicht sein, dass beispielsweise



Bernhard Patter: „Werden Meetings nicht konsequent abgehalten, so sind Missverständnisse, schlechteres Arbeitsklima und ein schlechteres Miteinander zu erwarten.“

in einem Abteilungsleiter-Meeting der Küchenchef mit dem Direktor darüber diskutiert, ob ein Kombidämpfer gekauft wird. Ebenso kann die Hausdame nicht erwarten, dass im Rahmen dieser Plattform über die Neuanschaffung von Etagenwagen gesprochen wird. Das sind Dinge, die ausschließlich in bilateralen Abstimmungen oder Jour Fixes besprochen werden sollten. Fazit: Oft wird in Meetings das Falsche thematisiert. Dadurch dauern sie zu lang und sind für manchen Teilnehmer reine Zeitverschwendung. Wenn es um Meetings geht, sollten die folgenden Punkte klar besprochen und definiert werden: Häufigkeit und Dauer des Meetings, Ort

und Teilnehmer, das Ziel sowie die Themen. Auch die Disziplin beim Zeitmanagement ist wichtig. Sind alle Teilnehmer anwesend und pünktlich? Oder müssen alle warten, bis der Letzte endlich da ist? Wie sieht es mit der Vorbildfunktion des Chefs aus? Ist er der Erste oder der Letzte, der in den Raum hetzt? Sie können es sich schon denken, auf wen meistens gewartet wird. Ist das respektlos oder hinzunehmen? Und wie sieht es mit dem Überziehen der kalkulierten Zeit aus? Wer ist dafür verantwortlich, dass alle anderen Teilnehmer in ihrem individuellen Tagesplan durcheinandergeraten? Meetings sollten die Punkte zum Inhalt haben, die

alle oder die große Mehrheit betreffen und vorher angekündigt und vorbereitet wurden. Daher sollte jeder Teilnehmer bis spätestens drei Tage vor dem Meeting seinen Punkt „einreichen“. Mit folgenden Informationen für den Leiter des Meetings: Thema, Informationspunkt oder Entscheidungspunkt und die geplante Dauer. Hierdurch hat der Meeting-Verantwortliche noch die Möglichkeit, zu prüfen, ob das wirklich in die Agenda gehört oder doch in einem Jour Fixe zu lösen ist. Und derjenige, der den Punkt liefert, wird sich nun „sauberer“ vorbereiten und in der Zeit bleiben. Der erste Schritt hin zu mehr Effektivität.

Sie sind Hotelier, Gastronom, Berater oder Zulieferer und haben eine starke Meinung?

Schreiben Sie uns.

✉ c.aichele@ahgz.de



Was Leser denken ...

DIE MEINUNG DER WOCHE

Fachkräftemangel

Zum Artikel „Sind manche Mitarbeiter einfach nicht motiviert genug?“ (AHGZ.de vom 14. Juni)

„Ähnliche Erfahrungen mache ich auch und höre Sie von vielen Kollegen. Jedes Hotel oder Restaurant hat sehr gute Mitarbeiter, die den Betrieb tragen und sich mit vollem Elan für den Gast und den Erfolg des Betriebs einsetzen.“

Wenn es aber darum geht, neue Mitarbeiter oder Azubis in den Betrieb zu integrieren, fangen die Probleme an. Manchmal auch die Katastrophen. Selbstverständ-

lich gibt es motivierte junge Menschen. Aber viele kommen mit einer großen Anspruchshaltung und starker Ich-Bezogenheit in den Betrieb – völlig entgegengesetzt zu den dortigen Erfordernissen und Möglichkeiten. In dieser Haltung werden junge Menschen oft durch Berichte in den Medien oder durch Aussagen von offizieller Seite unterstützt. Eine Lösungsmöglichkeit sehe ich leider nicht.“

Thomas Dauenhauer

Schwarzarbeit

Zum Artikel „Bundesweit 356 Verstöße bei Zollkontrollen“ (AHGZ.de vom 19. Juni)

Wie gerecht ist der Zoll?

„Ein wahrlich wunderbares Mittel, die schon schwer angeschlagene Branche noch weiter zu destabilisieren. Beispiel: Ein kleines Eiscafé in meiner Stadt wurde zum dritten Mal innerhalb von anderthalb Jahren kontrolliert, Gäste wurden dabei schikaniert und festgehalten. Die umliegenden griechischen und italienischen Restaurants, in denen Verwandte und Bekannte vermutlich weit unter dem Mindestlohn oder schwarz arbeiten, haben noch keinen Besuch bekommen. Wenn das fair sein soll und das künftig übliche Procedere – dann Prost Mahlzeit!“

Alexander Mooshammer

Bewertungsportale

Zum Artikel „Die häufigsten Floskeln in Hoteliers-Antworten“ (AHGZ vom 22. Mai)

Copy & Paste?

„Nach meiner Erfahrung arbeiten viele Hoteliers mit standardisierten

Antworten – kurze Grußformel, kurzer Dank für die Bewertung, kurze Schlussformel mit dem Wunsch, dass der Gast entweder wegen der guten Bewertung oder trotz der schlechten Bewertung wiederkommen möge. Dass ein Gastgeber ausgiebig und mit Empathie

auf einzelne Punkte einer Bewertung eingeht, gibt es – so mein Eindruck – ausgesprochen selten. Derlei Engagement sticht aus der Masse regelrecht heraus.“

Michael Hafner

Sterneklassifizierung

Zum Artikel „Keimbelastung und falsche Sterne in norddeutschen Hotels“ (AHGZ.de vom 4. Juni)

Kritik am System

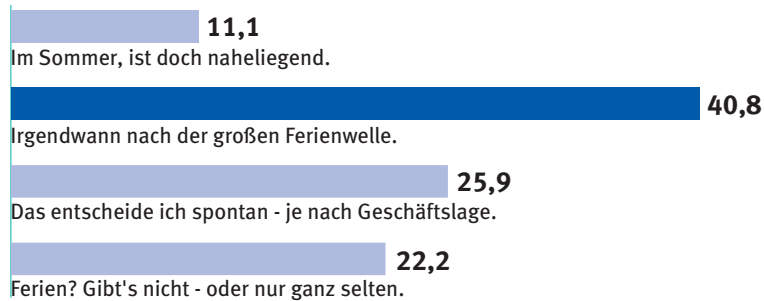
„Dass Betriebe den Fragebogen selber ausfüllen, für banalste Punkte den vierten Stern bekommen und meist lediglich von einem Tester final kontrolliert werden finde ich fragwürdig. Natürlich: Eine 5-Sterne-Klassifizierung tut dem Ego gut. Dennoch sollte das Sterne-System vor allem dem Gast dienen. Es hätte das Zeug dazu, Qualitäten zu ge-

währleisten, Preisgefüge zu stabilisieren und das Qualitätsmanagement insgesamt zu beflügeln. Andererseits geht die Zeit bereits über dieses System hinweg. Erstens ist nur ein Bruchteil der rund 20.000 klassischen Beherbergungsbetriebe in Deutschland klassifiziert. Zweitens entscheiden sich bereits mehr Gäste für ein Hotel aufgrund von Bewertungen im Internet.“

Winfried D. E. Völcker

AHGZ.de – Umfrage

Die Ferienzeit naht. Wann spannen Sie eigentlich aus?



Umfragezeitraum: 13. bis 20. 6. 2018 / Angaben in Prozent / Grafik: AHGZ

Ihre Meinung ist gefragt ...

www.facebook.com/AHGZonline
twitter.com/AHGZde
xing.to/AHGZ
gplus.to/ahgz
E-Mail: redaktion@ahgz.de
www.ahgz.de