

# Potenziale erschließen

Gute Ideen, hilfreiche Konzepte und nützliche Partnerschaften vermittelt zum Beispiel sehr erfolgreich die Initiative BEST-BREAKFAST.



Den Nutzen haben auch die TIPTOP-Hotels erkannt und haben sich um das gleichnamige Gütesiegel für beste Frühstücksqualität beworben. gastronomie & hotellerie hat bei ausgewählten Hotelchefs nachgefragt. Hier nun der vorerst letzte Teil über die Ergebnisse. (Lesen Sie auch Heft 12/2011 und Heft 1-2/2012)

**Welche Erfahrungen haben Sie im Laufe des letzten Jahres gemacht und welche Anforderungen hat die Kooperation an BEST BREAKFAST?**

**Fritz Gegner, Hotel Kitzinger Hof, Kitzingen:**

„Immer wieder etwas Neues zu bieten und Überraschungen einzubauen, zum Beispiel ein Gläschen Sekt am Sonntag, ist wichtig.“  
„Wir würden uns mehr Partner wünschen, etwa für Tee oder Joghurt. Markennamen machen sich gut, denn auch wir als Hotel sind eine Marke und stehen daher zu Qualitätsmarken.“

**Jochen Eder, Hotel Burgblick, Thallichtenberg:**

„Viele sind überrascht, weil sie ein solches Buffet nicht erwarten. Wir haben auch einige spezielle Produkte eingebracht, beispielsweise Edelstein-Wasser, das wir selbst aufbereiten und unserer Nähe zur Edelsteinstadt Idar-Oberstein geschuldet ist. Zum Wasser haben wir auch erklärende Worte auf dem Buffet hinterlegt.“



**Walter Junker, Hotel National, Düsseldorf:**

„Die Hoteliers berichten von einer Steigerung der Zahl der Stammgäste sowie über besseres Abschneiden bei Hotelbewertungssystemen.“

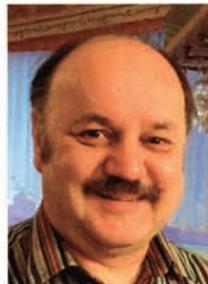
„Wir erwarten neue, innovative Ideen, die sich gut in unseren Häusern umsetzen lassen.“



**Halis Günes, Hotel Burgschmiet, Nürnberg:**

„Die Vorgaben von BEST BREAKFAST sind eine tolle Hilfe, um ein gutes Frühstück anbieten zu können. Wir ändern das Sortiment immer wieder, bringen neue Ideen ein und erweitern auch das Buffet ständig. Man kann sagen: Wir investieren viel in das Frühstück – weil es sich lohnt.“

„Wir wünschen uns mehr Werbemittel und Accessoires: Werbeschilder, Aufsteller, Tischdeko, Schüsseln, Spuckschutz ...“



**Jonny Sauerwein, Landhotel Alt-Jocketa, Pöhl:**

„Der Aufwand, ein den BEST-BREAKFAST-Kriterien entsprechendes Frühstück anzubieten, ist nicht so groß wie man vielleicht meint. Das Gütesiegel schützt meines Erachtens dagegen, betriebsblind zu werden, was das Frühstück angeht. Wie bei allen Dingen rund um das Qualitätsmanagement macht es Sinn, sich mit der Sache an sich auseinanderzusetzen.“



**Gisela Burghard, Hotel am Sonnenhang, Kassel:**

„Wir beschäftigen uns viel mehr mit dem Frühstück, weil wir gemerkt haben, wie sich der Einsatz lohnt. Wir haben das Buffet erweitert und vergrößert, variieren viel, auch mit warmen Speisen. Manchmal haben wir bis zu neun verschiedene, hausgemachte Marmeladen im Angebot – das kommt extrem gut an.“



**Tipp:** Am gemeinsamen Messestand von KELLOGG's und Kerrygold Catering auf der INTERNORGA in Hamburg dreht sich (fast) alles um das Thema Frühstück. Sie sind herzlich eingeladen, sich vor Ort über die BEST-BREAKFAST-Initiative zu informieren.  
Halle A1, Stand 414!