

„Wer aufgibt, gewinnt nie“

Strategie Kurt Höller ist ein typischer Quereinsteiger. Wie er ein erfolgreiches Gastro-Konzept entwickelt hat.

STUTTGART. Aus einem Nullachtfünfzehn-Strandbad-Imbiss ein angesagtes und ernstzunehmendes Restaurant machen? Niedrigtemperatur-Kalbsbraten und Gourmet-Frühstück statt Wurst mit Brot und Eis am Stiel auf der Karte? Wie soll das gehen? Kurt Höller hat es vorgemacht. Der Quereinsteiger stellt sein Konzept als einer von sechs Referenten bei der diesjährigen Fortbildungsreihe Pro Mensch Forum vor. Die Veranstaltung hat sechs Stationen in ganz Deutschland. Die nächste ist Köln am 13. und 14. Mai.

Von Gastronomie hatte Kurt Höller anfangs keine Ahnung. Zwar ist seine Mutter gelernte Köchin, und seine Oma hat auf dem Oktoberfest bedient, aber er selbst hat Groß- und Außenhandel gelernt und war jahrelang Gebietsverkaufsleiter eines Handelsunternehmens. Das Verkaufen hat er also gelernt, und das ist sicher Teil seines Erfolgs als Gastwirt.

Schauplatz seines Wirtschaftswunders ist der Staffelsee im oberbayerischen Murnau, genauer das Strandbad und dessen Gastronomie. „Das Objekt kann man weiterentwickeln“, sagte er sich, als ihm die Pacht angeboten wurde – und legte los. Aber: „Der Start in dem heruntergekommenen 50er-Jah-



Setzt auf die Farbe Orange: Kurt Höller vom Beach Restaurant Lido Foto: Veranstalter

re-Objekt war alles andere als einfach“, so Höller. „Wir hatten 80.000 Euro investiert, und die ersten beiden Sommer waren verregnet.“ Auch die Mitarbeitersuche sei schwierig gewesen. Da wollte er schon aufgeben. Als aber kein geeigneter Nachfolger in Sicht war, fasste er sich ein Herz und entschied: „Wir fangen noch mal ganz neu an.“ Nun aber mit noch mehr Engagement und Konzept.

Und es hat geklappt. Heute finden im Beach Restaurant Lido bis zu 150 Personen auf der Terrasse und noch einmal 60 im Wintergarten Platz. Und aus der Strandbad-Gastronomie ist ein kleines Gastro-Imperium geworden. Kurt Höller veranstaltet kulinarische Events und überbrückt die kalte Jahreszeit mit gemütlichen Glühweinhütten, die unter dem Namen Intermezzo laufen.

Wie hat er das angestellt? Erstmals hat Höller an seiner Corporate Identity gebastelt und eine Art Leitfarbe entdeckt: Orange. „Um orangefarbene Stühle herum, die ich bei einer Kreuzfahrt auf der Aida Aura gesehen hatte, habe ich das ganze Farbkonzept für Kurtis Event-Gastronomie aufgebaut“, berichtet Kurt Höller. Trinkhalme, Schirme, Babysitze, Kaffeemaschine und sogar Höllers Brille sind Orange. Viele Anregungen hat er sich auf Trendreisen in europäische Metropolen geholt. Seine Devise dabei: „Immer auch an die Details denken.“

Was hat der Erfolgsgastronom sonst noch für Tipps für seine Kollegen? Nur Dinge zu machen, die man gut kann, hält er für ganz wichtig. Und gut vernetzt müsse man sein. So tauscht sich das DEHOGA- und Leaders-Club-Mitglied regelmäßig bundesweit mit Kollegen aus. Und diesen Grundsatz hat ihn die eigene Erfahrung gelehrt: „Gib niemals auf. Denn wer aufgibt, gewinnt nie – wer nicht aufgibt, gewinnt immer.“ Bernhard Eck

Mehr zum Thema Quereinsteiger und zu den Themen der anderen fünf Referenten erfahren Sie beim Pro Mensch Forum. Die eintägige Vortragsveranstaltung zum Preis von 95 Euro findet statt am 13. und 14. Mai in Köln, am 20. und 21. Mai in Nürnberg, am 16. und 17. September in Hamburg, am 30. September und 1. Oktober in Leipzig sowie am 11. und 12. November in Stuttgart. Anmeldungen bei Pro Mensch Seminare unter www.promensch.de

MEYDENS TIPP

Briefpaare

Wie sollte eigentlich ein Briefumschlag an ein Paar adressiert sein? Grob unhöflich ist so etwas wie „Herrn Hans Richter und Ehefrau“. Hier wird die Partnerin zum reinen Anhängsel. „Ehepaar Richter“ ist nicht schön. Die schlimmste aller Varianten: „Ehepaar Hans Richter“. Hier wird der Frau gleich der Vorname des Mannes mit aufgedrückt. Das passt heute nicht mehr zur rechtlichen und sozialen Stellung einer Frau.



Nandine Meyden ist Expertin für Umgangsformen, gibt Seminare, ist im Fernsehen und als Buchautorin tätig

Foto: Archiv

Korrekt und höflich sind folgende vier Varianten, bei denen man jeweils die Frau oder den Herrn zuerst nennen könnte: „Eva und Hans Richter“, „Herrn Hans und Frau Eva Richter“, „Herrn Hans Richter, Frau Eva Richter“, „Herrn und Frau Hans Richter und Eva Richter“. Welche Formulierung man wählt, hat etwas mit persönlichem Geschmack und Stilempfinden zu tun, aber alle sind korrekt.

In Anschreiben werden bisweilen Frauen diskriminiert.

Was meinen Sie? Diskutieren Sie mit Nandine Meyden unter www.ahgz.de/meinung/kolumnen

WeinEntdecker-Wochen vom 12. – 28. September 2014

Gastronomen für bundesweite Aktionswochen gesucht!

Die Aktion

Vom 12. bis 28. September machen Sie aus Ihren Kunden wieder wahre Wein-Entdecker. Zum dritten Mal in Folge lädt das Deutsche Weininstitut (DWI) Partner aus Gastronomie und Handel ein, sich mit einem kreativen Konzept an den erfolgreichen WeinEntdecker-Wochen zu beteiligen. Schicken Sie Ihre Kunden auf den Spuren der deutschen Qualitätsweine auf eine genussvolle Reise in die deutsche Weinwelt.

Ihre Teilnahme lohnt sich doppelt: Mit dem umfassenden Marketingpaket gewinnen Sie die Aufmerksamkeit der Verbraucher. Zudem prämiert eine hochkarätige Jury, der auch die Redaktion der AHGZ angehört, das kreativste WeinEntdecker-Konzept.



Das WeinEntdecker-Leistungspaket

Sie erhalten attraktive Promotionsmaterialien: vom Plakat über Tischaufsteller bis hin zu Glasuntersetzern. Erstmals in 2014 erhalten die ersten 200 Partnerbetriebe ein großflächiges Werbeplakat in direkter Nähe zu ihrem Geschäft. Schon im letzten Jahr erfolgreich: Sie können Flyer nach Ihren Wünschen individualisieren und in Ihrer Region verteilen lassen. Zusätzliches Interesse wecken die Informationsbroschüren und ein tolles Gewinnspiel.

Die WeinEntdecker-Wochen werden deutschlandweit beworben: mit regionalen und überregionalen Anzeigen und Advertorials im Print, Hörfunk und in Online-Medien. Außer-



Abschluss einer Verkostung im Parkhotel Soier See. Hier fanden während der WeinEntdecker-Wochen an fast jedem Tag Veranstaltungen statt.

12.-28. September 2014

dem können Sie auf unserer Facebook-Seite schon im Vorfeld Ihre attraktiven Weinangebote bewerben. Durch viele zusätzliche Aktionen auf der WeinEntdecker-Fanpage profitieren Sie dann automatisch, denn damit machen wir die Endverbraucher direkt auf Ihre Angebote aufmerksam.

Auf www.weinentdecker-werden.de stellen wir Ihre Aktion vor und verlinken diese mit Ihrer Homepage. Alle Angebote sind auch unterwegs über das Smartphone abrufbar.

Wertvolle Preise für engagierte Teilnehmer

Die Jury wählt aus allen eingereichten Konzepten die kreativsten, spannendsten und leidenschaftlichsten Vorschläge aus und bewertet die Umsetzung. Es gibt attraktive Preise zu gewinnen: eine WeinEntdecker-Reise mit einem HYMER Reisemobil in ein deutsches Weingebiet Ihrer Wahl, ein Wein-entdecker-Wochenende für zwei von SELTERS, ein Ausstattungspaket der neuen Kristallglas Serie CONCERTO oder einer anderen Serie von ZWIESEL KRISTALLGLAS im Wert von 1.000 Euro, die Teilnahme an der Sommelier Spring Class 2014.



„Nordisch by Nature“ im Freischwimmer – so gut harmonierten norddeutsche Spezialitäten gepaart mit Weinen aus den deutschen Anbaugebieten



Weinraten bei „nur Gutes“ in Nordhorn – die Gäste mussten erraten aus welchem Anbaugebiet der Wein kam.

DEUTSCHES WEININSTITUT
www.deutscheweine.de

