

# Beruf & Zukunft

*Bioprodukte werden in der Gastronomie immer stärker nachgefragt. Eine Ursache dafür sind sicher auch die zahlreichen Initiativen von Profiköchen, den Konsumenten das Thema »Qualität« näher zu bringen. Die Bio-Spitzenköche z. B. haben eine ganz junge Zielgruppe im Visier: Kinder.*



## IN DIESEM HEFT:

Leckere »Kraftpakete« - Hülsenfrüchte	III
Auf Gäste vorbereitet sein	VI
Pilze auf der Speisekarte	VIII
Innovative Technik - Kombi-Dämpfer	IX
Das Weinland Neuseeland	X
Richtig essen - Regeln für ausgewählte Krankheiten	XII
Übungsaufgaben Wirtschaft- und Sozialkunde	XIV
Prüfungsaufgaben für gastgewerbliche Berufe	XV

**Beruflicher Erfolg gründet auf vielen Pfeilern. Guter Stil zählt dazu. Deshalb sollten Sie im täglichen Kunden- bzw. Gästekontakt die wichtigsten Benimm-Regeln kennen und beherrschen.**

Alle Menschen mit einer »guten Kinderstube« sind hierbei eindeutig im Vorteil, denn sie wissen, worauf es ankommt. Zudem vermitteln gekonnte gesellschaftliche Spielregeln Selbstvertrauen. Bereits die ersten Augenblicke einer Begegnung sind entscheidend. Für den berühmten ersten Eindruck bleibt nicht viel Zeit: Wir beurteilen eine Person in drei bis fünf Sekunden. Und natürlich macht sich unser Gegenüber in dieser Zeit auch ein Bild von uns. Das ist der Augenblick der Wahrheit. Der Gesprächspartner formt sich sein Bild von uns. Wir wirken immer und der erste Eindruck bleibt haften.

## DER KUNDE IST KÖNIG

MIT GUTEN UMGANGSFORMEN SYMPATHIEN GEWINNEN

**Gastronomie**

Nr. 3 vom 6.3.2007

Auflage: 22.300

www.mm-pr.de  
Agentur für Öffentlichkeitsarbeit

**TIPP** Achten Sie daher unbedingt intensiv auf Ihre persönlichen Wirkungsmittel! Dazu gehören eine aufrechte Körperhaltung, ein offener Blickkontakt, Ihre Gestik und Mimik, ein fester Händedruck, Distanzverhalten, ein freundlicher Klang der Stimme sowie nicht zuletzt angemessene Kleidung. Und Ihre Aufmachung muss stimmen: Schmuck, Frisur, Geruch – also eine rundherum gepflegte Erscheinung!

### **Kleidung und Stil**

Kleidung und Stil reflektieren nicht nur Sie als Person, sondern auch ihr Unternehmen. Wer sich sorgfältig kleidet, ist innerlich gesammelt, fühlt sich nicht lässig, geht aufrecht, bewegt sich in seiner Gesamtheit anders, signalisiert dem Gegenüber, dass die Situation ernst genommen wird.

### **DO'S & DONT'S**

- Blicken Sie den Menschen beim Gespräch offen ins Gesicht.
- Sprechen Sie (Stamm-)Gäste mit ihren Namen an.
- Überprüfen Sie Ihr Distanzverhalten. Stehen Sie näher als 1/2 Meter an einer bislang unbekanntem Person, ist das zu nah.
- Klingt Ihre Stimme freundlich? Lächeln Sie.
- Beim Niesen, Husten und Schnäuzen nutzt man möglichst die linke Hand.
- Sprechen Sie in Gegenwart von Kunden nicht über Dritte.
- Höfliches Miteinander funktioniert auch unter Kollegen.
- Keine SMS kann so wichtig sein, das Handy im Kundenkontakt aus der Tasche zu holen!

**TIPP** Ein Wohlgefühl auch im Berufsoutfit überträgt sich auf die Gestik und Mimik des Menschen. Vorgesetzte nehmen dabei eine Vorbildfunktion wahr.

### **Richtig kommunizieren**

Bei der Kommunikation zählt heute wie früher eine höfliche Ausdrucks-

form. Die Worte »Bitte« und »Danke« sind also nicht überholt, sondern immer noch »in«. Geizen Sie nicht damit!

Im Gespräch lässt man andere ausreden und fällt ihnen nicht ins Wort. Wer mit seinem Namen angesprochen wird, fühlt sich geschmeichelt. Angabe, Arroganz, Indiskretion und diskriminierende Sprache werden als besonders störend empfunden.

Lautstärke und Sprechgeschwindigkeit sollten immer der Situation angepasst werden, unnötige Geräusche sind zu vermeiden.

**TIPP** Keine Entschuldigung gibt es für unangenehme Körpergerüche, Schweißhände, Mundgeruch, ungepflegte Haare oder Hände. Parfüm sollte jedoch stets nur sehr dezent wahrnehmbar sein.

### **Der »heißen« Draht**

Auch am Telefon hilft ein souveränes Auftreten, Kunden bzw. Gäste an sich zu binden. Laut Untersuchungen laufen bei einem Telefonat 84 Prozent der Informationen über die Stimme und nur 16 Prozent über den eigentlichen Gesprächsinhalt. Während eines Telefonats deshalb bitte keinesfalls essen, trinken, rauchen, mit Papieren rascheln, Kuli auf- und zuknipsen, zu laut, zu leise oder undeutlich sprechen oder gar unfreundlich werden.

**TIPP** Lächeln Sie, Ihr Gesprächspartner kann es »hören«!

### **Ein bisschen Menschenkenntnis**

»Den« Kunden gibt es nicht. Der eine durchstößert mit Blicken alle Räumlichkeiten und Offerten und orientiert sich schnell. Der andere steht ratlos vor dem Waren- oder Dienstleistungsangebot – ob beim Studieren der Speisen- bzw. Getränkekarte oder beim Lesen z. B. der möglichen Freizeit- oder Wellnessvergnügen.

Wer tagtäglich im Kundenkontakt steht, entwickelt aber bald das nötige Gefühl, wem ein freundliches »Wie kann ich Ihnen helfen?« lästig oder willkommen ist. Bilden sich z. B. lange Schlangen am Kiosk in Ihrem Biergarten, bewahren Sie Ruhe und bleiben Sie freundlich. Können Sie keine Verstärkung anfordern, bitten Sie mit einem netten Satz um Verständnis – das entspannt die Situation. Notorische Drängler sollten Sie nicht bevorzugen – alle anderen Kunden haben es ebenfalls eilig.

**Fazit:** Höflichkeit bedeutet Wertschätzung. Muten wir unserem Gegenüber also möglichst wenig zu. Versetzen wir die Menschen, mit denen wir zu tun haben, in eine gute Stimmung. Das allein ist schon die halbe Miete.

Susanne Helbach-Grosser,  
Schwäbisch Gmünd