

Y wie Yes:

Immer schön positiv bleiben

Das Gründer-ABC

Mein Gastro-Gründer-ABC behandelte nie ausschließlich die harten Fakten wie den Businessplan, den Umsatz oder Wareneinsatz. Diese Themen sind zwar die Basis des wirtschaftlichen Erfolgs, aber Neueinsteiger in der Gastronomie müssen vor allem begreifen, dass sie sich auf eine Branche einlassen, in der es menschtelt – um nicht zu sagen: Gastronomie ist pure Psychologie.

Und die psychische Belastung ist enorm. Es wird euch im Tagesgeschäft daher manchmal schwer fallen, immer schön positiv zu bleiben ...

Aber was ist es, das die Psyche so sehr belastet?

In der Gastronomie kommen zwei Faktoren zusammen, die es so schwer machen. Zum einen stehen Gründer und Mitarbeiter – bildlich gesprochen – permanent auf der Bühne. Sobald wir aufschließen, ist für jedermann sichtbar, was wir tun, wie wir uns verhalten. Somit können wir auch pausenlos bewertet werden – und das tut der Gast gerne und nicht nur im persönlichen Gespräch, sondern mittlerweile vor allem in den Sozialen Medien. Wer bisher nur Büroarbeit kannte, wird sich als Gastro-Gründer daher schwer tun, wenn er plötzlich nicht nur einen Vorgesetzten hat, der ihn bewertet, sondern womöglich hunderte.

Zum anderen stehen wir unter einem enormen Zeitdruck. Ein Punkt, der von Gründern oft unterschätzt wird. Es gibt nur wenige Branchen, in denen zwischen Auftragserteilung und -erfüllung nur wenige Minuten vergehen dürfen. Und jeder Gast ist sich selbst der wichtigste. Im Zweifel wird jeder denken, er hätte es am eiligsten.

Die Kombination dieser beiden Faktoren macht es so schwierig, stets positiv zu denken oder eine lebensbejahende Ausstrahlung zu haben.

So paradox es zunächst klingt: Um positiv zu bleiben, musst du lernen, „Nein“ zu sagen.

Ich habe es in meinem eigenen Restaurant selbst erst lernen müssen. Es gibt Gäste, die immer etwas zu nörgeln haben. Zu Beginn meiner Gastro-Laufbahn habe ich stets versucht, es auch solchen Gästen recht zu machen, damit sie wieder kommen. Das mag mit der Unsicherheit eines Neulings in der Gastronomie zu tun haben. Ich habe anfangs gedacht: „Vielleicht ist an dem Tatbestand, den der Gast bemängelt hat, ja etwas Wahres dran“. Und so habe ich mein Gastro-Konzept und sicher auch mich zu oft verbogen.

Bis ich irgendwann begriffen hatte, dass man es solchen Gästen eh nie recht machen kann. Sie benörgeln dann halt etwas anderes ... und ganz ehrlich: Will man solche Gäste denn tatsächlich wiedersehen? Nein! Es gehört zum Lernprozess eines Gründers, dass er sich antrainiert, öfter „Nein“ zu sagen. Man kann nicht Everyone's Darling sein.

Um es platt zu sagen: Wer für alles offen ist, kann nicht ganz dicht sein.

Das Nein-Sagen führt automatisch dazu, dass die eigene Zielgruppe geschärft wird. Man erzieht sich quasi sein Publikum. Das ist ein Prozess, der mehrere Jahre dauern kann, aber im Endeffekt glücklich macht.

Genau diese glückliche und lebensbejahende Ausstrahlung werden deine Gäste an dir und deinen Mitarbeitern lieben. Sie wird in der Folge auch zu höheren Umsätzen führen – wobei wir wieder bei den harten Fakten wären ;-)

Nächstes Mal: Z wie Zielgruppen – Ihre Wege sind deine Ziele

*Das Gastro-Gründer-ABC auf nomyblog begleitet Sie vierzehntägig mit den wichtigsten Themen von A bis Z. Der Autor **Ralf Klümper** war bis 2017 selbst zehn Jahre Gastronom in Essen („Die Insel“). Seine Praxiserfahrung vermittelt er seitdem als [Gastronomie- und Gründerberater](#). Er schreibt für Gastro-Blogs und Fachpublikationen.*