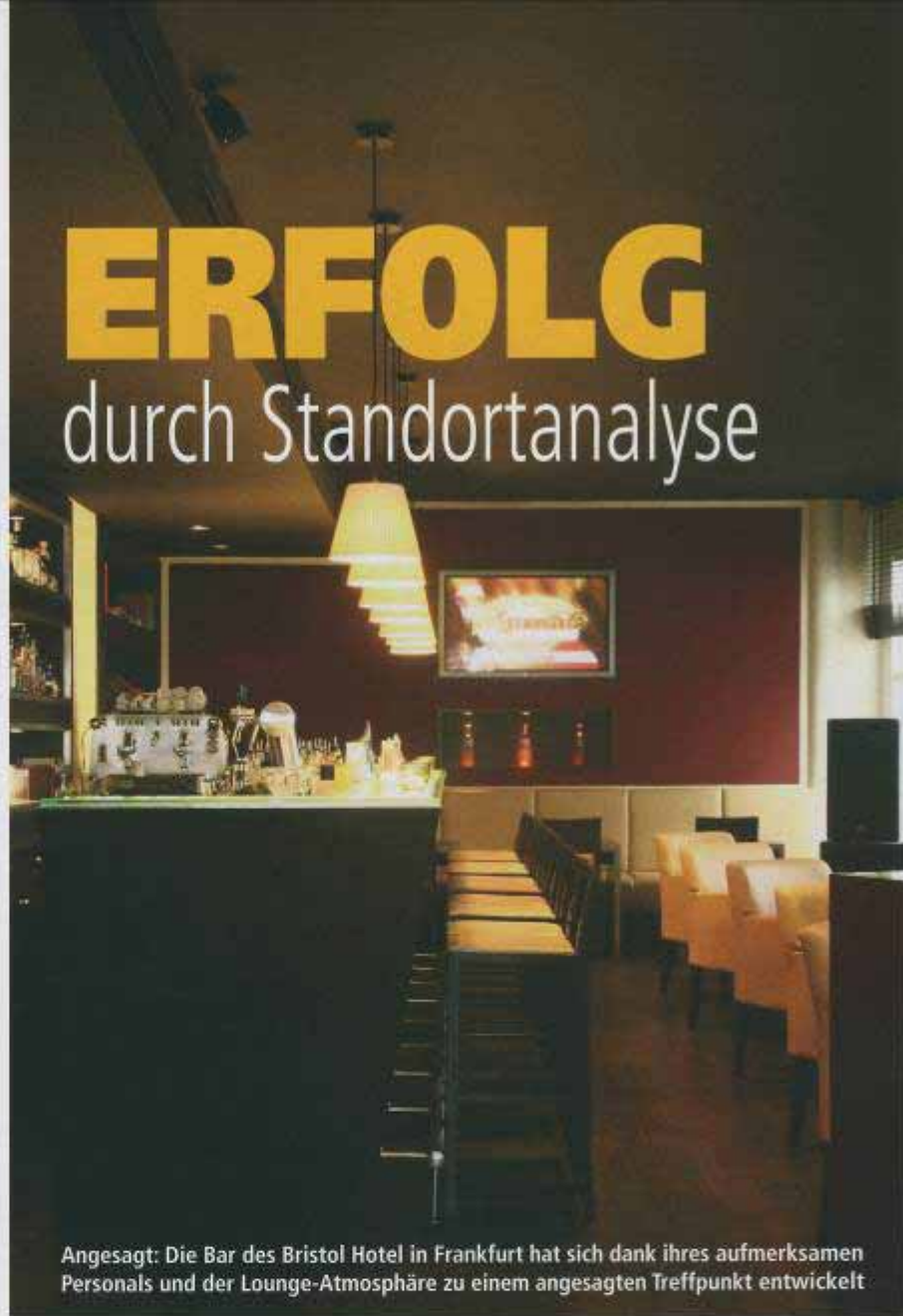


Die einen sind ein Publikumsmagnet, in den anderen herrscht gähnende Leere: Wie gut oder schlecht eine Hotelbar läuft, hängt von unterschiedlichen Faktoren ab. Eine Expertenanalyse kann dazu beitragen, aus der Bar ein Profitcenter zu machen

Des Abends ein Ort, an dem sich Gäste einen Schlummertrunk genehmigen, am Tag Lobby-Treffpunkt für Businesskunden oder mondänes Aushängeschild, das Hausgäste und externe Besucher anlockt – die Bandbreite der Hotelbars ist groß. Dabei zeigt sich: Erfolg und Rentabilität sind kein Zufall, sondern von Faktoren abhängig, die sich exakt bestimmen lassen – etwa von der Unternehmensberatung ProfiTabel Results, die individuelle Hotelbar-Konzepte entwickelt und diese ganzheitlich umsetzt.

Eine Theke, Barhocker und ein paar Cocktails auf der Karte machen eine Hotelbar noch lange nicht zum Anziehungspunkt. Umgekehrt sind aber auch hohe Investitionen in eine »stylische« Einrichtung kein Garant dafür, dass die Besucher in Scharen strömen. Entscheidend für eine erfolgreiche Hotelbar sei vielmehr ein individuell zugeschnittenes Konzept, so Christian Meißner, Geschäftsführer von ProfiTabel Results. Das Dienstleistungsunternehmen aus Stuttgart berät seit mehr als zehn Jahren Hotels und Gastronomiebetriebe hinsichtlich der Entwicklung von Gesamtkonzepten und hilft bei deren Umsetzung mit einem kompletten Beschaffungsmanagement. Für die Hotelbar sieht Meißner allerdings noch viel Beratungsbedarf, denn vielen Hoteliers sei noch nicht bewusst, dass diese ein äußerst erfolgreiches Profitcenter sein kann.

Sowohl bei bestehenden Hotelbars als auch bei der Neuplanung zahlt sich deshalb nach Meinung des Gastro-Experten eine genaue Analyse aus. Das Konzept muss auf den Stil des Hauses, die Gästeklien-



Angesagt: Die Bar des Bristol Hotel in Frankfurt hat sich dank ihres aufmerksamen Personals und der Lounge-Atmosphäre zu einem angesagten Treffpunkt entwickelt

tel und den Standort zugeschnitten sein. Prinzipiell unterscheidet Meißner dabei zwei Hotelbar-Typen:

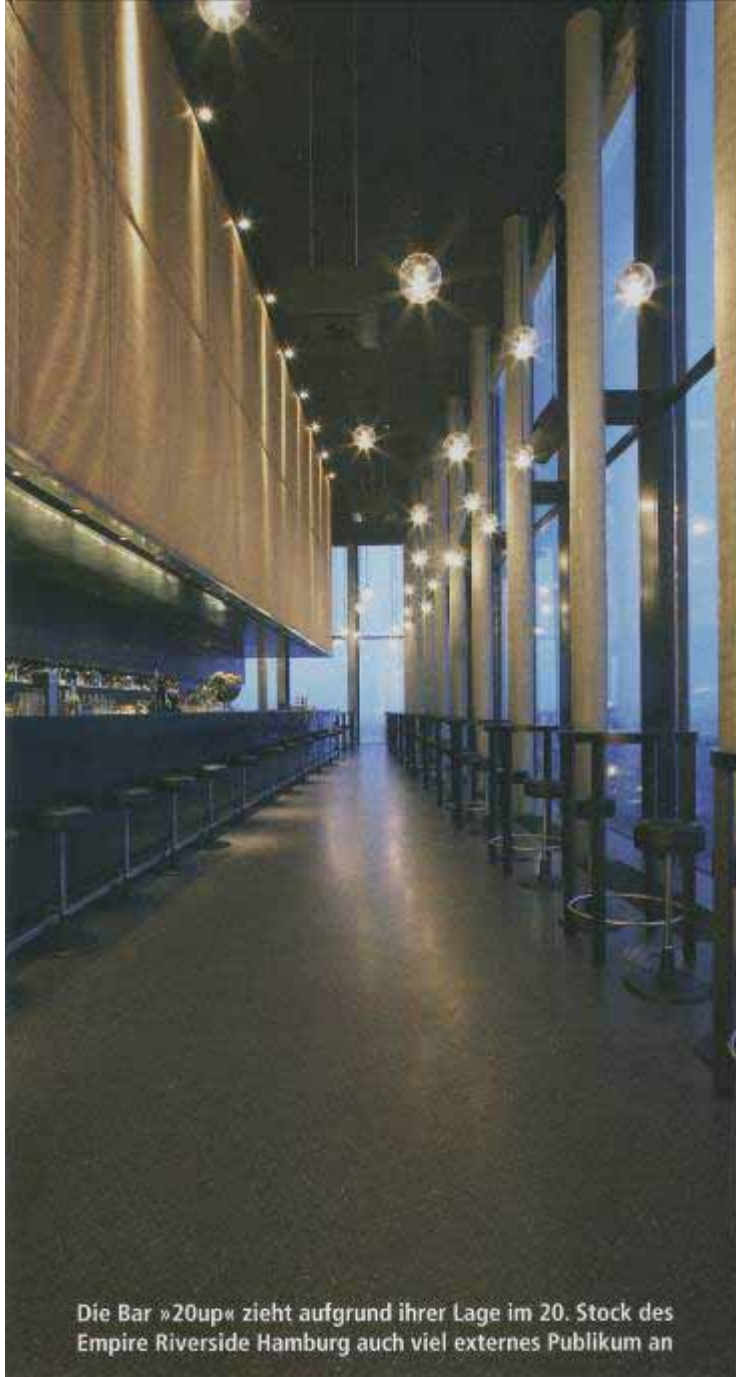
Die klassische Abendbar findet sich oft in Urlaubs- und Tagungshotels. Das Ambiente zeichnet sich durch gedämpftes Licht, einen langen Tresen sowie Rückzugsmöglichkeiten mit Sesseln und Sofas aus. Der Gast wünscht eine ruhige Atmosphäre und wenig Lärm, sodass sich Gespräche entwickeln können. Die Abendbar wird vor dem Dinner für einen Aperitif besucht oder nach dem Essen, um den Abend ausklingen zu lassen. Bei Tagungsgästen ist sie beliebter Treffpunkt, um sich nach dem anstrengenden Tagesprogramm zu entspannen, sich auszutauschen und persönliche Kontakte zu knüpfen.

In Stadthotels hat sich hingegen die Lobbybar bewährt. Sie liegt meist in der Nähe der Rezeption und wird in kleineren Häusern häufig auch vom gleichen Personal besetzt. Tagsüber bietet sie sich als erweiterter Frühstücksraum und später für Geschäftsleute als Businesstreff an. Eine gute Beleuchtung, Steckdosen, WLAN, eine kleine Speisekarte, ein umfassendes Kaffeeangebot und beispielsweise ein Teewagen mit Pâtisserie und

Snacks sind charakteristisch für Lobbybars. Am Abend verwandelt sie sich zum kommunikativen Mittelpunkt des Hotels. Der strategisch günstige Standort nahe der Rezeption oder der Aufzüge animiert zurückkehrende Hausgäste zur Einkehr. Für externe Besucher ist die Bar dank ihrer Lage im Eingangsbereich schnell und einfach zugänglich. Kleine bis mittelständische Hotels nutzen für die Lobbybar meist Raumkonzepte, die Lobby und Abendbar vereinen. In größeren Häusern gehören getrennte Bereiche für Lobby- und Abendbar zum Standard.

Glücksfall Standort

Maßgeblich bei der Ausarbeitung eines neuen Bar-Konzepts ist die Standortanalyse. Bei Hotels mit außergewöhnlicher Lage gilt es vor allem, diesen Trumpf auch auszuspielen. Gelingen ist das etwa in Hamburgs neuem Lifestylehotel, dem Empire Riverside. Dessen Bar »20up« im 20. Stock bietet einen spektakulären Panoramablick über Elbe, Landungsbrücken sowie das Szeneviertel St. Pauli und zieht neben den Hausgästen auch ein großes externes Publikum an. Das Un-



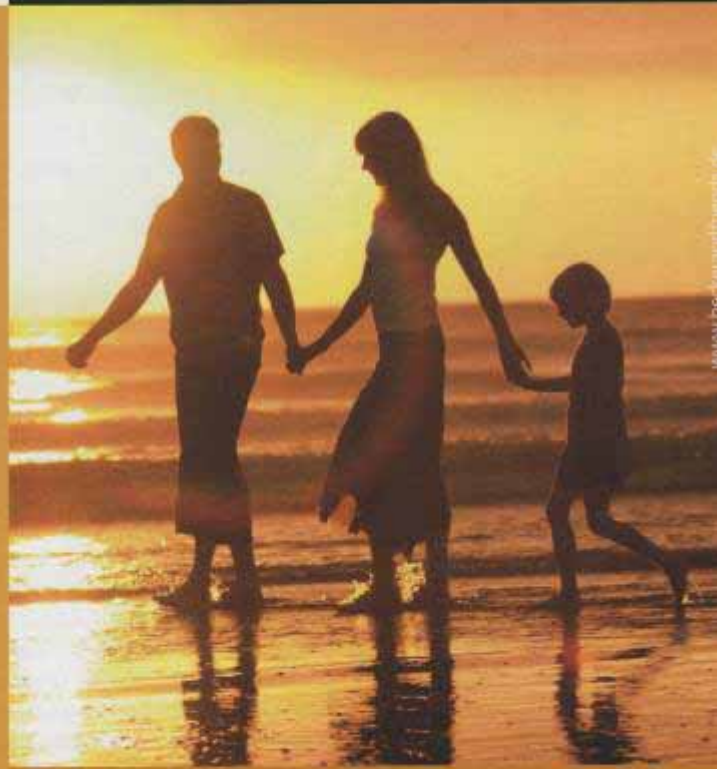
Die Bar »20up« zieht aufgrund ihrer Lage im 20. Stock des Empire Riverside Hamburg auch viel externes Publikum an

ternehmen Profi-tabel Resultants hat hier und in der zweiten Bar »Davids« nicht nur an der Planung und Gesamtkonzeption mitgewirkt, sondern auch die Beschaffung der Einrichtung und des gesamten Operation Equipments realisiert – von der Theke über die Kühlgeräte und die Bestuhlung bis hin zur Zapfanlage. »So eine Location ist ein Glücksfall«, weiß Berater Meißner. Ein anderer Standortvorteil, der Hoteliers in die Hände spielt, kann auch eine Ortsrandlage sein: Aufgrund der bedingt vorhandenen Infrastruktur zieht der Hotelgast die im Haus befindliche Bar häufig dem Innenstadtbesuch vor.

Mit passenden Konzepten kommt der Erfolg

Hotels ohne herausragende Standortvorteile müssen mit einem durchdachten Konzept überzeugen. Bei bereits bestehenden Bars ist der erste Schritt eine gründliche Analyse der Ist-Situation. Sie deckt unter anderem Schwachstellen auf. So hat Profi-tabel Resultants für die Betreiber der traditionsreichen Lobbybar im InterContinental Wien das bisherige Konzept auf den Prüfstand gestellt. Dabei stellte sich heraus, dass die Bewirtung von Tagesgästen in der Lobby zu umständlich war. Kleine Speisen, Kaffee und Tee mussten extra aus der entfernt gelegenen Hotelküche geholt werden. Die Lösung: Ein zusätzlich eingebautes Modul im Stil des klassischen Barmobiliars aus dem Jahr 1962 erlaubt jetzt deren Zubereitung direkt vor Ort und hat gleichzeitig Wiener Kaffeehauskultur in die elegante, holzgetäfelte Lobby gebracht. Die Gäste greifen bei Kaffee, Kuchen und Sandwiches gern zu, was für ein Um-

Tenbrink. Ihr Spezialist für entspanntes Renovieren



Erfolgreich renovieren kann so entspannt sein. Auf jeden Fall mit Tenbrink! Als Generalunternehmer übernehmen wir die komplette Verantwortung von der Innenarchitektur und der Projektentwicklung bis zur Projektleitung vor Ort. Auf der Basis unserer in Jahrzehnten gewachsenen Erfahrung kümmern wir uns kompetent um alle anstehenden Aufgaben. Und das in kürzester Zeit und bis ins kleinste Detail! Schließlich soll am Ende das bestmögliche Ergebnis stehen. Für Ihren Erfolg! Unser strategisches Netzwerk garantiert Ihnen gewerkeübergreifend beste Qualität, Planungs- und Kostensicherheit natürlich inklusive! Wählen Sie die bequeme Art, zu renovieren. Auch bei laufendem Hotelbetrieb stellen wir uns konsequent auf Ihre Wünsche ein. Kreative Lösungen entwickeln, die begeistern und sich im Alltag bewähren – ab sofort geht das noch einfacher. Im neuen Tenbrink "CreativeCentre". Besuchen Sie unsere Spezialisten in Stadtlöhn und profitieren Sie von unserem Know-how. Wir beraten Sie gern! Sie erreichen uns unter der Service-Nummer 0800.9100777.

Industriestraße 1-7 | 48703 Stadtlöhn
www.tenbrink.de | info@tenbrink.de

tenbrink

Die 5 HotelForm-Argumente:

- ★ Festpreis
- ★ Fixtermin
- ★ Qualität
- ★ Gestaltung
- ★ Beratung

Atmosphäre

auf Reisen zuhause



Mit modernen Hoteleinrichtungen von HotelForm wird Übernachten zum Erlebnis. Als Generalunternehmer, das individuelle Hotelzimmer und Hoteleinrichtungen entwickelt und realisiert, sind wir für Ihre Neu-, Aus- und Umbauten ein kompetenter Partner. Jahrelange Erfahrung aus Planung, Herstellung, Montage und Service garantieren Fachkompetenz.

★★★★★
HotelForm

HF HotelForm Objektseinrichtungen GmbH

HF HotelForm
Objektseinrichtungen GmbH
Beethovenstraße 60, 72336 Balingen
Telefon 07433-9883-0, Fax 381334
www.hotelform.de, info@hotelform.de



Um Kaffee, Kuchen und Sandwiches nicht mehr aus der weit entfernten Hotelküche holen zu müssen, wurde in die Lobby des InterConti Wien ein entsprechendes Modul im Stil der 60er Jahre integriert

satz-Plus sorgt. »Ein gutes Speisenangebot rund um die Uhr, angefangen beim Frühstück über Kaffee und Kuchen bis zum Snack für Zwischendurch, ist ein wichtiger Erfolgsfaktor«, so Meißner.

Wie Hotelbars zu Publikumsbeliebten werden, zeigen große traditionsreiche Häuser mit zeitlos-mondäner Ausstrahlung, unaufdringlichem, aber erstklassigem Service und einem perfekten Barmanagement. Kleine Hotels brillieren dagegen oft mit trendigem Zeitgeist und ambitioniertem Service; ihre Bars entwickeln sich häufig zu Szenetreffs für anspruchsvolle Nachtschwärmer. »Klein aber fein« gilt etwa für das 145-Zimmer-Lifestylehotel Bristol in der Mainmetropole Frankfurt. Dessen Bar – ein Mix aus Lobby und Bar – wird rund um die Uhr betrieben. Tagsüber serviert das Personal aufmerksam und freundlich Kaffee und Softdrinks. Nachts verwandelt sich die noble Designbar in einen angesagten In-Treffpunkt mit Lounge-Atmosphäre. Ein weiteres Highlight, das sich unter den Gästen schnell herum gesprochen hat, ist die Veranstaltung »Night Crawlers«, die etwa einmal im Monat stattfindet. Dann legen bekannte DJs auf und sorgen für Partystimmung und für durstige Kehlen bis spät in die Nacht. Das Ereignis lockt viele externe Besucher an, für Hotelgäste gibt's den Erlebnisfaktor quasi als Zugabe. Die Auslastung und der hohe Deckungsbeitrag

bei alkoholischen Getränken bescherten den beiden Bristol-Chefs Micky Rosen und Alex Urseanu kräftige Umsatzsteigerungen. Hungrige Gäste können im Bristol sogar bis vier Uhr morgens Speisen aus der Hotelküche ordern. »Das kommt sehr gut an«, konstatiert Rosen.

Auch Gastro-Experte Meißner rät seinen Kunden immer zu einem kleinen Foodangebot in der Bar. Werden nur Nüsse und Chips serviert, müsse man damit rechnen, dass sich der Gast nach dem zweiten Drink verabschiedet. Eine kleine Speisekarte sei jedoch ohne großen Aufwand möglich, »dafür muss das Küchenpersonal keine Sonderschichten einlegen«. Die Zuliefererindustrie hat sich auf solche Bedürfnisse längst eingestellt und hält für Bars oder Lounges nicht nur hochwertige Foodideen wie Tapas, Fingerfood, Pizza und Flammkuchen bereit, sondern auch eine große Auswahl an Kuchen und Pâtisserie. Die Speisen müssen von geschultem Barpersonal nur noch appetitlich auf dem Teller angerichtet werden.

Das Erfolgsrezept von Hotelbars hat Christian Meißner schnell aufgezählt: Ein ausgeklügeltes Konzept mit passender Einrichtung und motiviertem Personal sorgt für Wohlfühlambiente. Kombiniert mit Marketingaktivitäten wird aus der Kostenstelle ein interessantes und rentables Profit-Center.

Einen Kühltheken-Prototyp mit Auszugsfronten aus Glas präsentierte Hagola auf den diesjährigen Frühjahrmessen. Der so von außen einsehbare Thekeninhalt erlaubt eine schnelle und zuverlässige Produktidentifikation über die Etiketten, womit das umständliche Suchen und Herausnehmen verschiedener Flaschen entfällt. Zudem ist jeder Auszug mit einem Selbstschließmechanismus versehen, der Scharniere bzw. Schösser überflüssig macht und der Kühltheke eine glatte, optisch ansprechende Front verschafft. Geplanter Verkaufsstart für die Produktneuheit ist der kommende Herbst. Tel.-Info Hagola Gastronomie-Technik GmbH: 04444-2010, Fax 04444-201111, www.hagola.de

