

Interview: Björn Grimm, Gastro-Betriebsberater

„Wir bespitzeln die Köche nicht“

Mit Mystery-Cooking hat der Consulter ein Beratungsangebot entwickelt, bei dem auf Wunsch ein Küchenmeister anonym in einer Küche arbeitet.

► Herr Grimm, in drei Sätzen: Was ist Mystery-Cooking?

Grimm: Beim Mystery-Cooking schleusen wir auf Wunsch einen Koch in die Küche eines Hotels oder Restaurants ein. Dort arbeitet er drei bis fünf Tage mit und beobachtet, was falsch läuft. Basierend auf diesen Erkenntnissen und einer Analyse der Karte, der Preise oder der BWA geben wir konkrete Verbesserungsvorschläge.

► Sie spionieren also?

Grimm: Diese Vokabel würde ich nicht verwenden. Beim Mystery-Cooking geht es nicht darum, einen Küchenchef zu bespitzeln, um ihn hinterher schlecht aussehen zu lassen – es geht um echte Ergebnisverbesserung! Schließlich nimmt der finanzielle Druck auf Küchen stetig zu, die Rendite muss auch dort stimmen.

► Was entdecken Sie bei Ihren Einsätzen?

Grimm: Das Spektrum reicht von schlecht ausgebildetem oder überlastetem Personal über Probleme mit der Hygiene bis zu einem unzeitgemäßen, un kreativen Speisenangebot mit zu



Björn Grimm: „Wir setzen nur erfahrene Küchenmeister ein“

Foto: Archiv

viel Convenience-Einsatz. Häufig beobachten wir auch die Abwesenheit von standardisierten Rezepten und die Nichteinhaltung von Zubereitungsvorgaben, wodurch der Wareneinsatz zu weit über die 30-Prozent-Marke steigt, und die Kalkulation nicht passt.

► Das müsste die Direktion doch auch erkennen.

Grimm: Die Aufgabe, ein Hotel zu führen, wird immer komplexer. Daher kann nicht mehr jeder Direktor Experte auf dem Küchensektor sein. Zwar mag er die Ursachen der Fehlentwicklungen in Teilen erkennen können, doch er kann nicht immer mit dem Küchenchef auf Augenhöhe über Verbesserungen diskutieren.

► Und Ihre Leute können das?

Grimm: Je nach Auftraggeber setzen wir langjährige Landgasthof-Köche, erfahrene Systemer oder Ex-Sternköche ein, allesamt Küchenmeister. Diese „Küchenbullen“ sind in höchstem Maße kompetent – ansonsten ergäbe ihr Einsatz ja auch keinen Sinn.

► Was folgt auf die Problemanalyse?

Grimm: Wenn wir dürfen, verbessern

wir im Rahmen eines Küchen-Coachings gemeinsam mit dem Kunden die Arbeitsabläufe, helfen bei der Neuausrichtung der Karte, schaffen Rezepturen und Standards. Und wir optimieren durch eine effektivere Wareneinsatzplanung die Kalkulation, wodurch sich die Investition ins Mystery-Cooking schnell amortisieren kann.

► Wie schnell? Immerhin kostet die Beratung mehrere tausend Euro.

Grimm: Nehmen wir an, ein Betrieb mit 300.000 Euro Jahresumsatz hat eine 35-prozentige Wareneinsatzquote, das sind 105.000 Euro. Senkt er mithilfe unserer Impulse seinen Wareneinsatz auf rund 30 Prozent, bedeutet das für ihn bereits eine Ersparnis von 15.000 Euro – pro Jahr! Da müssen wir über unser Honorar meines Erachtens nicht diskutieren.

► Erfährt die Küchencrew hinterher von der Aktion?

Grimm: Das entscheidet der Auftraggeber, aber meist schon. Und das Spannende ist, dass die meisten Köche keineswegs eingeschlappt sind, sondern sich über die ergebnisorientierten Verbesserungsvorschläge freuen. „Endlich mal jemand, der auch uns Tipps gibt“, heißt es häufig.

► Haben Sie dafür denn eine plausible Erklärung?

Grimm: Die Küche ist bisher ein relativ beratungsfreier Raum, dabei lassen sich auch hier Verbesserungen erzielen. Und ich denke, die Küchenchefs merken, dass davon letztlich die gesamte Mannschaft profitiert. Denn wo effektiver gearbeitet wird, sind auch Leistung und Ergebnis besser – und damit in den meisten Fällen die Stimmung und die Zufriedenheit der Mitarbeiter.

Die Fragen stellte Alexander Schmolke

KRENZERS TIPP

Verrückt kann auch genial sein

Markttag in Bamberg. Der Gärtner merkt, dass er mit seinen Blumen heute nicht bei den Kunden landen kann. Es sind mehr „Seh-Leute“ als „Kauf-Leute“ unterwegs. Schlecht für das Geschäft. Kaum einer interessiert sich für sein Angebot, das aus Blumensträußen und Topfpflanzen zu Preisen zwischen 2 und 6 Euro liegt.

Aufgeben? Einpacken? Niemals! In-



Jürgen Krenzer hat aus seinem familieneigenen Gasthof in der Rhön das Rhönschaf-Hotel gemacht

nerhalb einer Stunde ändert er seine Strategie: Aus dem Blumenstand wird eine Tombola. Er verkauft jetzt keine Blumen mehr, sondern Lose! Lose zu je einem Euro. Ich krieg den Mund nicht mehr zu. Und an dem Stand ist die Hölle los. Und das Ganze macht allen einen Riesenspaß. Mir übrigens auch. Gegen Mittag ist der Stand ausverkauft. Und ich habe eine ganze Menge gelernt: Nicht jammern – sondern neue Wege gehen!

Jammern führt selten zum Erfolg. Was meinen Sie? Diskutieren Sie mit Jürgen Krenzer unter

► www.ahgz.de/meinung/kolumnen

ZUR PERSON

Björn Grimm gründete im Jahr 2003 die Management-Beratung Grimm Consulting (Jesteburg/Hamburg/Mallorca), die mittlerweile für mehr als 1250 Betriebe aus Hotellerie und Gastronomie im Einsatz ist. 2013 erhielt das Unternehmen für die Qualität seiner Mittelstand-Beratung das Top Consultant-Siegel. Mit Mystery-Cooking hat Grimm eine in dieser Ausführung nicht vorhandene Beratungsleistung konzipiert, die rechtlich geschützt ist (www.mysterycooking.de).

Rauchpause nicht BGN-versichert

MANNHEIM. Mitarbeiter, die während der Arbeit zum Rauchen den Raucherbereich aufsuchen, sind nicht durch die Berufsgenossenschaft versichert. Darauf macht die Berufsgenossenschaft Nahrungsmittel und Gastgewerbe (BGN) aufmerksam. Auch für den Weg zwischen Arbeitsplatz und Raucherbereich gelte: kein Unfallversicherungsschutz. Dies gelte unabhängig von den betrieblichen Arbeits- und Pausenregelungen. Das Sozialgericht Berlin hatte die Klage einer Frau gegen ihre Berufsgenossenschaft abgewiesen. Sie war auf dem Weg zurück zu ihrem Arbeitsplatz gestürzt und hatte sich den Arm gebrochen. Zigaretten seien ein Genussmittel und Rauchen reine Privatangelegenheit. Arbeitgeber sollten ihre Mitarbeiter auf diesen Sachverhalt und den fehlenden Versicherungsschutz hinweisen. eck

► www.bgn.de

Zusatzleistungen locken Fachkräfte

OBERHACHING. Im Kampf um Fachkräfte bieten Unternehmen wenig Zusatzleistungen an. Was Bewerber außer dem Gehalt erwarten können, wird kaum kommuniziert und nur selten auf seine Wirksamkeit überprüft. Das hat eine Umfrage der Hochschule Ingolstadt unter 4000 deutschen Unternehmen ergeben – im Auftrag der Benefit Concepts GmbH. Um diese Lücke zu schließen, bietet Benefit Concepts ein betriebliches Benefit-Management an. Es erlaubt Unternehmen, im Sinne von „Tue Gutes und sprich darüber“ individuell zugeschnittene Benefit- und Kommunikationslösungen zu gestalten. Wie der Anbieter mitteilt, überwacht ein eigens entwickeltes Benefit-Portal die Mitarbeiterakzeptanz und übernimmt mit einem Newsletter-Generator die laufende Vermarktung der Vorteile. eck

► www.benefitconcepts.de

BLOCK MENU

Frische Küche



Unser Geschmacksverstärker heißt Sous vide.

Frischer, weißer Spargel aus Deutschland, Sous vide gegart