

## » das interieur zum verkauf

### Eveline & Walter Eselböck Taubenkobel, Schützen

Wir haben einen Garten und einen haus-eigenen Schwimmteich. Dementsprechend verkaufen wir auch passende Accessoires. Einerseits alles für den Garten: von Vogel-häusern, Liegestühlen, Sitzpölstern und Blumentöpfen bis hin zu Picknickdecken und Fackeln. Aber es gibt auch Bademode für Sie und Ihn. Der Gast von heute sucht wieder Individualität. Das heißt, dass das Restaurant, das Hotel, speziell und einzigartig sein muss. Konzepte, die man unabhängig vom Ort überall finden kann, sind nicht so interessant. Jene Besucher, die zu uns kommen, sind Gourmettouristen, und die wollen ein Rundumprogramm auf höchstem Niveau. Kreativität wird zum entscheidenden Faktor. Wir haben ungefähr 70 Prozent Stammgäste, und genau diese Extras werden sehr geschätzt.

[www.taubenkobel.com](http://www.taubenkobel.com)



# KREATIVE UMSATZBRINGER

Umsatzsteigerung in Zeiten der Krise ist kein Ding der Unmöglichkeit. Alles, was es dazu braucht, ist ein wenig **Kreativität** und Einsatz. Wir zeigen Ihnen **die besten Wege zum Umsatzplus.**

Text: Peter Eisner



## » feinkosthandel im restaurant

**Raimund Katterbauer**  
**Magazin, Salzburg**

Je mehr Platz man einem solchen Geschäft gibt, desto mehr Umsatz bringt es. Bei uns macht das immerhin 50 Prozent aus. Aber wir sind dahingehend als ein Handelsunternehmen zu sehen, das die Gastronomie beliefert, und in Zukunft werden wir den Anteil noch steigern. Aber auch der Restaurantbesucher schätzt das Angebot. Ob österreichischer Büffelmozzarella, spanische Schokoladen oder Himbeermarmelade mit Chili: Es sind keine Allerweltsprodukte, sondern ausgewählte Waren von bester Qualität, die man ansonsten nur schwer oder gar nicht bekommt. Deswegen sind wir auch selbst Importeur gewisser Produkte.

[www.magazin.co.at](http://www.magazin.co.at)



## » kochkurse und küchengeräte

**Mirko Reeh, TV-Koch**  
**Reehrestaurant, Frankfurt/Main**

Bei mir kann man im Kochkurs auch die verwendete Küchenmaschine und anderes Zubehör kaufen. Dieser Service wird sehr gut angenommen. Wenn Personen bereits darüber nachdenken, eine Küchenmaschine zu kaufen, dann fällt ihnen die Entscheidung hier sehr leicht. Sie haben die Maschine ausprobiert und nehmen sie dann gleich mit. Mir bringt es nicht nur die Provision, sondern auch eine Stärkung des eigenen Auftritts. Ich werde mit den Küchengeräten in Verbindung gebracht. Die Leute sagen: Dieses Gerät habe ich bei Mirko Reeh im Kochkurs gesehen und das funktioniert bestens.

[www.mirko-reeh.com](http://www.mirko-reeh.com)

**M**it dem Essen und Trinken alleine ist es heute nicht mehr getan. Gäste wollen ein „Mehr“. Mit besonderen Extras steigern Sie nicht nur das Interesse und die Zufriedenheit der Kunden, sondern gleichzeitig auch den Umsatz.

zur französischen Küche. Kooperieren Sie auch mit den Herstellern. Sie bekommen die Ausstattung und verkaufen dafür die verwendeten Gerätschaften weiter.

### **Alles ist verkäuflich:**

Alles, was sich bei Ihnen findet, können Sie dem Gast zum Kauf anbieten. Ob Geschirr, Küchenmesser, Gläser, bis hin zur Einrichtung. Im Wellnessbereich denken Sie auch an Duft-, Massage- und Badeöle. Wenn Sie mit den entsprechenden Firmen zusammenarbeiten, haben Sie für den Gast einen

**Denkbar ist alles**, nur muss es **durchdacht** sein. Die **Qualität** muss auf alle Fälle passen.

### **Kochkurse/Kochschule:**

Geben Sie Ihr Wissen weiter. Viele Amateure wollen vom Profi lernen, und dementsprechend groß ist die Nachfrage. Thematisch können Sie aus dem Vollen schöpfen: vom allgemeinen Anfängerkurs bis hin

besonderen Service und die Provision für sich. Beachten Sie aber: Die Qualität muss unbedingt gut sein, und die Produkte müssen etwas Spezielles sein. Schließlich stehen Sie mit Ihrem Namen dafür ein. Passen Sie auch bei der Vermarktung auf: Nicht ▶





**» weinabende und weinkurse**

**Klaus Wagner-Bacher**  
**Landhaus Bacher, Mautern**

Bei uns gibt es Weinabende, die einem gewissen Winzer gewidmet sind, dessen Weine dann kommentiert werden. Oder wir laden den Winzer selbst ein, der dann seine Weine präsentiert. Das ist für Gruppen von maximal 45 bis 50 Personen. Andere Beispiele, die wir gut verkaufen, wären der Rotweinabend oder unsere weinkulinarischen Tage. Bei letzteren werden Winzer besucht, und den abendlichen Abschluss bildet ein entsprechendes Essen. Gerade in Zeiten der Krise bieten wir verstärkt solche Angebote bzw. Arrangements an, bei denen der Wein eine Rolle spielt.  
[www.landhaus-bacher.at](http://www.landhaus-bacher.at)

**» erfolg mit dem eigenen label**

**Johann Lafer**  
**Stromburg, Stromberg**

Der Spitzenkoch ist das beste Beispiel dafür, wie man sich selbst zur Marke macht. Gezählte 177 Produkte – Kochbücher inklusive – werden im Online-Shop zur Marke „Johann Lafer“ kombiniert. Allein von den Fondgläsern werden pro Jahr eine Million Stück verkauft. Das wirkt sich natürlich kräftig auf den Umsatz aus. Auch wenn es ein bekannter Küchenchef leichter hat, können Sie genauso Ihre Eigenmarke kreieren. Bieten Sie verschiedene Waren an, die alle mit Ihrem Design versehen sind. Ein zusätzlicher Service wäre die Geschenkbox-Variante, die beispielsweise bei Gutscheinen mitverkauft werden kann.  
[www.johannlafer.de](http://www.johannlafer.de)



aggressiv, dafür aber immer subtil vor Augen halten. Gute Plätze sind die Rezeption oder generell der Eingangsbereich.

**Selbstgemachtes:**

Selbst hergestellte, kleine, feine Delikatessen wie Chutneys, Marmeladen, Schokolade, Fonds oder Gewürzmischungen sind ideale Erinnerungstücke bzw. Mitbringsel für die Daheimgebliebenen. Außerdem können Sie Ihre Spezialitäten in Form kleiner Geschenkkörbe als Extras zu Essens- oder Übernachtungsgutscheinen anbieten. Da-

**Eigener Wein und Edelbrand:**

Suchen Sie sich einen Winzer, mit dem Sie zusammenarbeiten können. So können Sie einen eigenen, speziellen Wein kreieren. Beispielsweise einen besonderen Cuvee

**Kulinarische Liaison:**

Schließen Sie sich mit Nahrungsmittelproduzenten zusammen. Holen Sie sich diese ins Haus, damit sie Interessierten ihre Produkte präsentieren können. Im Anschluss servieren Sie die zuvor gesehenen Lebensmittel dann in zubereiteter Form. Die Produkte sind bei Ihnen dann auch käuflich erwerbbar, und ein kleiner Aufpreis wirkt sich dann ebenfalls positiv auf den Umsatz aus.

Sie sind **kinderfreundlich** positioniert? Dann bieten Sie **Kinderbücher oder Spielzeug** an.

mit die Schenkenden wirklich etwas in der Hand haben. Diese Kleinigkeiten sind ein gern gesehener Service, der für Sie spricht, und Umsatzsteigerer in einem.

oder einen Wein, der zu einem bestimmten Anlass entsteht. Bauen Sie eine Geschichte um den edlen Tropfen. Gleiches ist natürlich mit Edelbränden und Likören möglich.

**Kunst:**

Holen Sie sich Künstler zu Ausstellungen ins Haus und veranstalten Sie regelmäßig Vernissagen und Finissagen. So erschließen Sie sich eine neue Zielgruppe und sorgen



## » gewürze und chutneys

**Michael Käfer**

**Feinkost Käfer, München**

Michael Käfer hat ein ganzes Feinkostimperium hinter sich und weiß, welche wichtige Rolle Gewürze spielen. Aber auch Sie können sich die feinen Aromastoffe zu Nutze machen. Bieten Sie Ihr Wissen um die verschiedenen Gewürze und Aromen an und verkaufen Sie Ihre eigenen Gewürzmischungen. Interessierte wissen oft nicht wirklich Bescheid oder wollen dazu lernen. Zum Beispiel, welche Gewürze wann verwendet werden oder welche Gewürze sich kombinieren lassen. Sie können dieses Wissen auch in einen Kochkurs mit speziellen Themenschwerpunkten verpacken. Die verschiedenen Kulturkreise sind dafür ein ideales Beispiel: ob mediterrane Gewürze oder arabische bis hin zu asiatischen. Der Verkauf von ganz speziellen Gewürzmischungen ist in diesem Rahmen eine Extramöglichkeit.

[www.feinkost-kaefer.de](http://www.feinkost-kaefer.de)

für eine willkommene Abwechslung im Alltag. Zusätzlich können Sie sich als Gallerist betätigen und pro verkauftem Werk eine Provision einnehmen.

### **Kochbücher:**

Machen Sie gemeinsame Sache mit Kollegen und verfassen Sie zusammen ein Kochbuch. Sie können sich auch Spezialthemen widmen, für die Sie oder die Region bekannt sind. So halten sich dann auch die Kosten in Grenzen. Das Ergebnis ist ein weiterer Umsatzbringer, da Sie es in Kochkursen oder als Erinnerungsstück verkaufen können. Gleichzeitig heben Sie mit einem eigenen Kochbuch aber auch Ihr Image.

## So begeistern Sie Ihre Gäste ...



### **Die Textur dieser Crema hinterlässt einen guten Eindruck: Ristretto**

Ein Grand Cru für Freunde von italienischem Ristretto.

Die Crema eines Espressos unterstützt die Entwicklung und den Schutz der Aromenvielfalt des Kaffees. Der Ristretto ist gekennzeichnet durch eine dichte, karamell-braune Crema. Vollmundig im Geschmack, entfaltet dieser Grand Cru sein Aromenprofil direkt am Gaumen mit einer zarten aber klaren Bitterkeit. Seine starke Persönlichkeit findet sich unter einer kompakten und gleichmäßig glänzenden Crema. Freunde von italienischem Kaffee wissen diesen Ristretto zu schätzen. [www.nespresso-pro.com](http://www.nespresso-pro.com)

### **Catering:**

Lassen Sie Ihre Gäste nicht nur bei sich in den Genuss Ihrer Köstlichkeiten kommen, sondern liefern Sie diese auch aus. Ob für kleine Privatfeiern daheim oder große Feste. Vor allem an Ruhetagen können Sie sich so ein gewisses Extrasalär dazuverdienen.

### **Rent a Cook:**

Das Catering der speziellen Sorte: Vermieten Sie sich selbst. Gehen Sie zu Ihren Gästen nach Hause und kochen Sie dort auf. So tun Sie einerseits etwas für Ihr Image und andererseits für ein Umsatzplus.

### **Packages:**

Bieten Sie Gesamtpakete zum All-inclusive-Preis an. Mit inbegriffen Ausflüge in die Region oder zu Produzenten, Übernachtungen, Essen und Selbstgemachtes. Gäste greifen gerne auf solche umfassenden Angebote zurück. ■