

KOMPETENT MITEINANDER UMGEHEN

Ein neues Gesicht im Fördermitgliederkreis des DEHOGA Brandenburg: Berater Florian Lerch hilft bei Fragen der erfolgreichen betrieblichen Kommunikation

Der DEHOGA Brandenburg arbeitet eng mit Institutionen, Unternehmen und Dienstleistern zusammen, die sich im DEHOGA Förderkreis versammeln und den Verbandsmitgliedern ihre Leistungen anbieten. Neu in dieser Runde ist seit Oktober 2020 die „Florian Lerch Betriebsberatung“. Der gelernte Fleischermeister Florian Lerch hat sich auf die Verbesserung der betrieblichen Kommunikation spezialisiert und zählt bereits etliche gastronomische Betriebe zu seinen Kunden. Sein Entschluss, nicht nur mit einzelnen Unternehmen, sondern auch mit dem Verband zusammenzuarbeiten, kam nicht von Ungefähr: „Das Engagement, mit dem der DEHOGA Brandenburg in der momentanen Krise für seine Mitgliedsbetriebe kämpft, ist beispiellos.“

Für Lerch selbst bietet die Mitgliedschaft den Vorteil, dass er einen noch besseren Einblick in die Situation der Branche gewinnt. „Ich erfahre, was in der Gastronomie los ist, welche Bestrebungen es gibt, welche Sorgen und Nöte existieren. So kann ich mein Angebot passgenau ausrichten.“

Im Visier hat Lerch sowohl die interne als auch die externe Kommunikation eines Unternehmens. Beim Blick nach innen geht es vor allem um die Personalführung und um die Strukturierung der Abläufe. „Von der Art, wie im Betrieb miteinander umgegangen wird, hängt vieles ab: ob es gelingt, Fachkunde und Ausbildungsinhalte zu vermitteln, ob die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter die übertragene Arbeit motiviert erledigen, ob die Einarbeitung gut läuft. Eine gute Feedbackkultur ist enorm wichtig.“

Gute Produkte allein reichen nicht aus

Beim Marketing, der externen Kommunikation mit dem Kunden, gelte es zu schauen, wie das Unternehmen wahrgenommen wird – etwa in Anzeigen, über die Homepage oder die direkte Ansprache. Ein gutes Produkt zu haben, reiche nicht aus, wenn die Kunden es



nicht bemerken oder nicht annehmen, so Lerch. „Für einen Gastronomen, der sich entscheidet, nur noch gute regionale Produkte zu verarbeiten, erhöhen sich die Kosten. Das muss er über den Preis ausgleichen. Den Grund dafür muss der Gastwirt dem kritischen Gast unbedingt mitteilen!“ Fatal sei es, mit der Schulter zu zucken und zu sagen „das ist jetzt halt so“. Wenn die Kellnerin aber erzählt, dass das Rind auf der Wiese nebenan aufgewachsen ist und ein gutes Leben hatte, zahle der Gast meist gern zwei Euro mehr.

Lerchs Weg zum Personal- und Betriebsberater begann in der familiengeführten Fleischerei. Nach der Übernahme des Betriebs stellte er fest, dass es bei der Zusammenarbeit und bei der Klärung der Zuständigkeiten hakte. „Die interne Kommunikation war nicht optimal.“ Er habe daraufhin begonnen, sich intensiv weiterzubilden und zahlreiche Zertifikate erworben – etwa in Kursen zur Betriebswirtschaft, zur Kommunikation, zur Körpersprache, zum Krisenmanagement oder zur Arbeitssicherheit. „Als ich sah, wie gut es in der Fleischerei dann lief, habe ich die Beratung zum Beruf gemacht.“ Und um stets auf dem Laufenden zu bleiben, investiere er bis zu 8.000 Euro jährlich in die eigene Fortbildung.

Noch unterstützt Lerch seine Kunden individuell in Einzelberatungen, projektabhängig zieht er freie Mitarbeiter hinzu. Um aber künftig auch Schulungen und Seminare für Gruppen anbieten zu können, gründet er derzeit mit Beraterkollegen in Berlin eine Akademie für das Nahrungsmittel-Cluster.

Die Pandemiezeit sinnvoll nutzen

Gerade in der Coronakrise sollten gastronomische Unternehmen nicht in eine Schockstarre verfallen, so Lerchs Überzeugung. „Jetzt kann man die ungewollt freie Zeit nutzen, um sich neu zu positionieren. Wenn die Einschränkungen gelockert werden und man wieder durchstarten kann, werden die Hotels und Restaurants von den Gästen überrannt. Dann ist an Beratung nicht mehr zu denken.“ Jetzt sei der Zeitpunkt, herauszuarbeiten, worin sich das Unternehmen von anderen unterscheidet, welche Alleinstellungsmerkmale es hat: Ist meine Positionierung noch richtig, habe ich für meine Ziele den richtigen Personalstamm? Passt mein Angebot zu meiner Ausrichtung oder sollte ich Produkte austauschen – etwa gegen regionale Erzeugnisse? Solche Fragen ließen sich in digitalen Führungskräftecoachings sehr gut klären. Man spare sich lange Anfahrtswege, sitze sich entspannt am Computer gegenüber und habe die Unterlagen griffbereit. Und von den Kosten solle sich niemand abschrecken lassen – gerade in Brandenburg existieren viele Fördermöglichkeiten, die bis zu 100 Prozent übernehmen. „Welches Programm jeweils passt, hängt unter anderem von der Betriebsgröße und vom Standort ab. Das muss individuell geklärt werden.“

Ute Christina Bauer

Betriebsberatung Florian Lerch
Hermann-Balzer-Str. 5, 15806 Zossen
Mobil: 0171 331778
E-Mail: info@beratung-lerch.de
www.beratung-lerch.de