

## Alles für eine Hand voll Trinkgeld



Ein Böckli für die Handtasche: Zusatzservice für die Dame von Welt.

**Abholservice, Valetparking oder sogar ein Bett fürs Mittagsschläfchen. Das Gastgewerbe in Zürich bemüht sich endlich wieder um seine Kundschaft.**

Von Daniel Böniger

Was darf der Gast in einem Restaurant erwarten? Nicht viel. In Zürich sind wir es gewohnt, dass Kellnerinnen und Kellner beim Stichwort «Nachschenken» zuerst an ein verspätetes Geburtstagspräsent denken. Und sind irritiert, wenn wir in Punktetempeln vom Chefkoch persönlich mit einem Händedruck begrüsst werden. Das höchste aller Gefühle ist, wenn wir im stillen Örtchen auf Frottee- statt Papierhandtücher treffen. Dass das Glas Hahnenwasser verrechnet wird, empörte diesen Sommer zwar die Lunch-Check-Esser ausserordentlich, erstaunlich ist es jedoch kaum.

Einige Restaurantbetreiber geben nun überraschend Gegensteuer: Im Widder wird der Gast auf Wunsch zu Hause mit einem Maserati abgeholt. Im Restaurant La Soupière, zum Hotel Schweizerhof gehörend, stellt man der Dame von Welt ein kniehohes Böckli neben den Stuhl, damit sie ihre Handtasche darauf absetzen kann – ein charmanter Griff in die ganz alte Benimmkiste.

Erwähnenswert auch das Hotel Glockenhof, das die Aktion «Siestahotel» gestartet hat: Wer im Restaurant das Mittagessen einnimmt, darf sich anschliessend bis 15 Uhr zum Mittagsschläfchen hinlegen. «Bei gutem Wetter in unserem Garten mit einer Bettflasche, bei schlechter Witterung stellen wir nach Möglichkeit ein Hotelzimmer zur Verfügung», erklärt Hoteldirektor Josef Schmidpeter.

Aber ist das alles nur ein Phänomen in den «besseren» Gaststätten? Mitnichten. Beliebt bei jüngerer Kundschaft ist Public Wireless LAN, angeboten in Cafés und Bars: Mit dem Laptop kann der Gast gratis und franko ins Internet, während er seinen Latte macchiato schlürft. Möglich ist das im Back und Brau, im Plüsch oder in der Berta-Bar. Ein Zusatzservice ist auch das Valetparking – sprich das Wegparken und Bringen des Gästebautos. Es gehört in Zürich in VIP-Treffpunkten schon einige Zeit zum Service: im Edelmembersklub Indochine etwa oder in Jacky Donatz' Sonnenberg. Auch die Giesserei Oerlikon zieht mit: «Wir machen das bei grösseren Anlässen», bestätigt Restaurantleiter Nils Betschart.

### **Gast bezahlt gern für guten Service**

Aber passen die zusätzlichen Dienstleistungen überhaupt in unsere Zeit? Wenn Geschäftsleute sich bereits nach zehn Minuten das Du anbieten, wenn Werbeassistentinnen sich, ohne mit der Wimper zu zucken, bei Tisch den Lippenstift nachziehen, wenn ohne die Hand vor dem Mund gegähnt wird? «Das Bedürfnis nach Wohlfühl-Oasen ist gross, gerade weil die Sitten am Verrohen sind», urteilt Corinne Hobi. Die 42-Jährige ist Knigge-Trainerin und bietet unter anderem Benimm-Kurse für Geschäftsleute an. «Gerne bezahlt der Gast etwas mehr, wenn er dafür einen überdurchschnittlichen Service bekommt.» In erster Linie wollen die Gäste spüren, dass sie wahrgenommen werden, seien sie nun männlich oder weiblich. Sie möchten gefragt werden, ob man ihnen die Jacke aufhängen solle. Oder ob es geschmeckt habe.

Ihr Wort in Wirtes Ohr. Wenn einer Restaurantbesucherin in den Mantel geholfen wird, kostet das gar nichts. Es ist aber viel wert. Ebenso, wenn der Stuhl an den Tisch gerückt oder nach einem Aperitifwunsch gefragt wird.

«Es braucht Mitarbeiter mit Gespür», differenziert Michel Rey, Direktor des Baur au Lac. Die Serviceangestellten müssen merken, wer Aufmerksamkeit wolle und wer beim romantischen Abendessen nicht gestört werden möchte.

Im hoteleigenen Restaurant Rive Gauche setzt Rey seit gut zwei Monaten auf eine gut aussehende Empfangsdame, die einzig und allein dafür da ist, den Gast an den Tisch zu führen und telefonische Reservationen anzunehmen. Was man aus Amerika kennt, könnte auch hier zu Lande Schule machen: «Dass der Gast warten muss, kann ihm heute nicht mehr zugemutet werden», ist Rey überzeugt.

«Es geht natürlich auch darum, sich von anderen Restaurants abzuheben», sagt Jan E. Brucker, der das Fünfsternehotel Widder leitet. Im dortigen Restaurant gehört einiges zum Standardprogramm, das über den üblichen Service hinausgeht: Auf Wunsch wird der Mantel versorgt, besagter Limousinenservice angeboten, auch teurere Weinflaschen (bis 150 Franken) werden offen ausgeschenkt. Zahlt sich der ganze Aufwand überhaupt aus? «Vieles muss man unter Werbung abbuchen», sagt Brucker.

Mit einem äusserst spektakulären Angebot macht Markus Segmüller vom Restaurant Carlton von sich reden. Er hat die Aktion «Monday Bouteille» initiiert: Der Gast darf zum montäglichen Dreigänger die eigene Weinflasche mitbringen und trinken – ohne ein Zapfengeld dafür entrichten zu müssen. Ein mutiger Schritt, bedenkt man, dass der Gastronom von «Gault Millau» gerade eben erst zum Sommelier des Jahres erkoren worden ist: «Die aussergewöhnliche Aktion wurde von den Gästen sehr positiv aufgenommen», meint der erfolgreiche Restaurateur.

Es ist jedoch nicht nur die Werbewirksamkeit, die Betreiber von Gaststätten zu zusätzlichen Angeboten anstachelt. Nicht selten ist es eine Reaktion auf Sachzwänge: Der Limousinenservice im Widder ist wegen der misslichen Parkplatzsituation am Rennweg eingeführt worden. Wenn in der Blauen Ente das eigene Auto kostengünstig nach Hause gefahren wird, hat das natürlich auch mit dem Promillegrenzwert im Verkehr zu tun. Ebenso wenn ausserhalb der Stadt viele Gasthöfe Taxigutscheine offerieren. Oder wenn sie die angebrochene Weinflasche zum Mitnehmen einpacken.

### **Die Damenkarte ohne Preisangaben**

Während das alles Dienstleistungen neueren Datums sind, besinnt man sich in Eders Eichmühle in Wädenswil auf Althergebrachtes: Im Edelrestaurant kommt eine Speisekarte ohne Preisangaben zum Einsatz – der Einband ist in zartem Rosa gehalten: «Früher war die Karte den Frauen vorbehalten», erklärt Wirt Jürgen Eder, «heute bestellen sie auch Banker, wenn sie einen Geschäftspartner zum Essen einladen wollen.»

Die Möglichkeiten, Kunden mit Dienstleistungen zu erfreuen, sind unbegrenzt, betont Stilberaterin Corinne Hobi: «Fantasie und Individualität sind gefragt.» Wie beispielsweise im Hotel Adlon in Berlin, wo seit kurzem ein «Wasser-Sommelier» den Gast bei der Mineralwasserwahl berät. Auf solchen Erfindergeist werden wir in Zürich wohl noch ein Weilchen warten müssen: Aber wie wärs inzwischen mit einer Kinderecke, auch ausserhalb von McDonald's und Co.? Ganz dringend erwarten wir in der Menükarte auch den Vermerk «Gerne kochen wir Ihr Wunschgericht». Oder einen Handyhütendienst während der Essenszeiten. Nicht für uns natürlich, sondern für den Gast am Nebentisch. [TA | 12.11.2005]