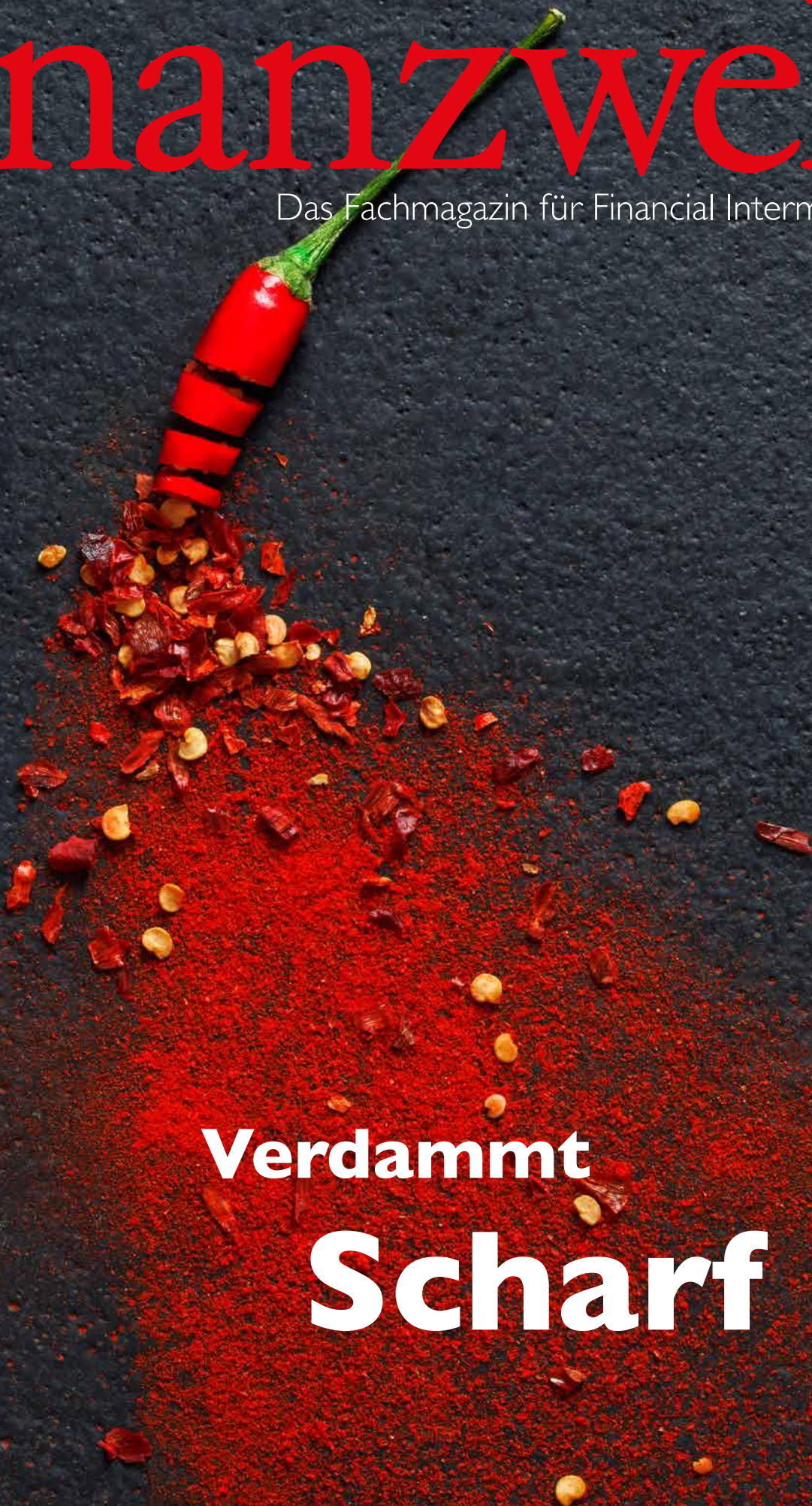


05/2016

finanzwelt

Das Fachmagazin für Financial Intermediaries



**Verdammt
Scharf**

Einzelpreis 4,50 Euro – G48695 – www.ffinanzwelt.de

„culture in beverages“

Ernesto Lechthaler, der erfolgreiche Bar und Beverage Berater in der globalen Premium-Gastronomie, überzeugt mit einer reichen internationalen Erfahrung. Die Münchener Journalistin und Autorin Alexandra Lautenbacher führte für finanzwelt ein Interview mit dem prominenten Gourmetkenner.

Lautenbacher: Sie stammen aus Südtirol und leben seit Langem in München. Sie sind beruflich und privat oft in Italien. Wo fühlen Sie sich zuhause?

Lechthaler» ‚German by day, Italian by night‘. Tagsüber verhalte ich mich sehr deutsch. Ich arbeite effizient und plane penibel. Tagsüber trinke ich keinen Alkohol. Abends erwacht die Kreativität, da kommen die Ideen, da genieße ich, da bin ich mehr Italiener. Ich meditiere und träume gerne. ‚Ein Träumer ist einer, der seinen Weg nur bei Mondschein findet, und dafür die Morgenröte vor den Anderen sieht‘.

Lautenbacher: Sie entwickeln Barkonzepte und beraten gastronomische Betriebe weltweit. Wie stellt man sich Ihre Arbeit vor?

Lechthaler» Mein Aufgabengebiet ist die Kultur des Trinkens ‚culture in beverages‘. Ich entwickle mit kompetenten Partnern zusammen entweder klassische oder innovative Gastronomie-Konzepte oder ich optimiere bestehende in Bezug auf Charakter, Qualität, Service, Logistik, Effizienz und Wirtschaftlichkeit. Zudem berate ich Bars, Lounges, Cafés in Hotels und in der Systemgastronomie. Dabei muss man sich auch selbstkritisch



hinterfragen. ‚Mit dem Wissen wächst der Zweifel‘ hat schon Goethe gesagt.

Lautenbacher: Was macht Ihren Erfolg aus?

Lechthaler» Mein Kapital ist meine Intuition. Ich spüre, wenn ich in den Raum komme sofort, ob die Gastronomie von der Energie her funktioniert oder nicht. Ich erkenne intuitiv Schwächen und bringe konkrete Lösungen. Ob die Bar richtig positioniert ist, der Service und die Qualität stimmen, die Mitarbeiter zu lange Wege gehen, die Tische und Stühle zu hoch oder zu niedrig sind, etc. Und ich analysiere die Wirtschaftlichkeit. Es ist gut, wenn jemand von außen kommt

und den Betrieb begutachtet und konstruktive Lösungen bringt. Auf die Logistik und Effizienz muss man hingehen schon beim Bauen einer Gastronomie achten, nicht erst hinterher. Mir hilft meine Passion, mit der ich arbeite und meine langjährige internationale Erfahrung.

Lautenbacher: Reicht es, wenn Sie dabei nur die Fehler aufzeichnen?

Lechthaler» Ein wichtiger Berater-Satz lautet: ‚It’s easy to break, but difficult

to make‘. Als Berater kann man nicht nur alles niedermachen, sondern muss für jedes Problem gleichzeitig eine Lösung präsentieren. Dabei setze ich meine Ideen konkret Schritt für Schritt um. Ich integriere dabei die Mitarbeiter vor Ort. Diese Motivation ist sehr wichtig. Ich biete eine 360-Grad Beratung, vom Bau, Optimierung, innovativen Ideen, Qualität, Training, Coaching etc. Zudem muss man auf dem Laufenden sein, was international trendy ist.

Lautenbacher: Muss man immer was Neues erfinden?

Lechthaler» Nein, auf keinen Fall. ‚The secret of success is doing ordinary

things extraordinary good'. Das finde ich sehr wichtig! Man darf sich nicht verzetteln. Wichtig ist, ein Konzept muss konsequent mit Authentizität umgesetzt werden, egal in welcher Kategorie.

Lautenbacher: Sie beraten international auch große Hotel-Bars wie in Rom, in Macao, in Taipeh, Shanghai oder auf der Insel Hainan.

Lechthaler» Die Bar muss sich natürlich immer dem Stil des Hotels anpassen. Die Gestaltungsplanung funktioniert nie nur mit Architekten alleine, man zieht einen erfahrenen Berater aus dem Food und Beverage Bereich dazu, der die Funktionalität und Effizienz des gastronomischen Betriebes gewährleistet. ‚Design follows function‘. Darüber hinaus bin ich beratend für die Abläufe, Optimierung, Qualität der Drinks und des Services zuständig. Hierbei ist es sehr wichtig, die landespezifischen Gepflogenheiten und die Mentalität der Mitarbeiter zu kennen, zu respektieren und sie in das Konzept motivierend zu integrieren.

Lautenbacher: Sie arbeiten mit namhaften Architekten und Designern zusammen.

Lechthaler» Eine luxuriös eingerichtete Bar oder eine Design Bar alleine garantiert noch keinen Erfolg. Es gibt Beispiele, dass die schönsten und teuersten Bars die sind, die am wenigsten laufen. Die Gäste kommen rein, sehen sich um und sind mit der Einrichtung beschäftigt und vergessen das Konsumieren, das Genießen und das Feiern, weil sie nicht entspannt sind. Normale Kneipen hingegen sind voll. Es kommt auf die gesamte Atmosphäre an: Licht, Geruch, Musik, Design und Sauberkeit.

Oft wird altbewährtes so umgebaut, dass es dann hinterher nicht mehr funktioniert. Daher ist eine Kooperation zwischen Architekt und einem Berater der vom Fach ist, so wesentlich. Das ist übrigens für einen Besitzer das bestinvestierte Geld. Das lohnt sich immer. Oft werde ich als Berater geholt, wenn eine Bar schon eingerichtet ist, sie aber nicht so läuft, wie man sich das vorgestellt hat.

Lautenbacher: Gibt es einen internationalen Hotspot für Bars?

Lechthaler» Das Mekka innovativer Bars und Cocktails ist London. Wobei die besten und trendigsten Bars, Lounges und Cafés in London sehr oft in Hotels sind. Der Trend geht mehr dahin, dass die Leute von außen in die Hotels kommen. Früher waren in den Hotels die Zimmer das Wichtigste, heute ist es eine geile Bar bzw. Lounge und ein gutes Restaurant, wo sich die Leute in einer tollen Atmosphäre treffen und easy und leger feiern können. Auch wirtschaftlich hat die Bar/Lounge im Hotel heute einen wichtigen Stellenwert.

Lautenbacher: Wohin geht aktuell der Trend beim Ausgehen?

Lechthaler» Die Konzepte sind vielfältiger und lockerer geworden. Man sitzt und kleidet sich leger, man genießt locker und nicht mehr so angespannt steif. Es gibt kein Problem, in einer Top-Bar oder in einem hochklassigen Restaurant mit Turnschuhen zu erscheinen und hinterher mit der schwarzen American Express zu bezahlen.

Lautenbacher: Sie sind auch Autor zahlreicher Bücher. Erscheinen die auch in anderen Sprachen?

Lechthaler» Ja, gerade wurde ein Lifestyle Buch mit mir speziell für den chinesischen, neuen Zeitgeist publiziert.

Lautenbacher: Und Möbel und Gläser tragen das Label „signed by LECHTHALER“.

Lechthaler» Wie die Classic-Bar Serie von Spiegelau-/Riedel-Gläsern, die ich kreiert habe. Für die bekannte italienische Möbelfirma Varaschin - outdoor therapy habe ich gerade einige funktionelle Möbelstücke entworfen.

Lautenbacher: Sie betreuen große Aftershow Partys mit hochkarätigen Gästen weltweit. Haben Sie da noch Lampenfieber?

Lechthaler» Durch meine jahrelange Erfahrung bei der Betreuung von Aftershow Partys mit Bars, Drinks und dem Getränke Sponsoring z.B. für den

deutschen Film in L.A. anlässlich der Oscars, bei den Filmfestspielen in Cannes, Echo, MTV-Awards, Bambi, FIFA Worldcup, Sportgalas und bei Filmpreisverleihungen habe ich schon viele kuriose Situationen erlebt, die mich heute nicht mehr aus der Ruhe bringen. Aber es bleibt spannend!

Lautenbacher: Woher kommen die Ideen?

Lechthaler» Ich bin beruflich viel unterwegs, auch im asiatisch-pazifischen Raum in schönen Hotels und Bars. Da sehe ich mir Konzepte und Dinge an, die mich zu neuen Ideen inspirieren. Wobei mein Grundsatz ist: ‚Don't copy, translate‘. Man muss nicht Dinge kopieren, aber man kann Einiges für sich übersetzen und in ein Projekt einfließen lassen.

Lautenbacher: Was halten Sie von all den Freundschaften, die spät in einer Bar geschlossen werden?

Lechthaler» Eine Freundschaft die vom Alkohol gemacht, dauert wie der Alkohol, eine Nacht.

Lautenbacher: Sie entwickeln und beraten auch Konzepte, die von jungen Leuten besucht werden.

Lechthaler» Ja, ich beschäftige mich mit Systemgastronomie und neuen Konzepten. Das ist ein sehr interessantes Thema, die Richtung geht zum bewussten und gesünderen Essen und Trinken, aber nicht übertrieben. ‚Eat and drink smart‘. Wobei sich auch alle bestehenden Konzepte weiterentwickeln müssen. Wie z. B. McDonalds, die immer mehr gesündere Speisen anbieten werden müssen. Jedes Franchisekonzept muss innovativ sein, dem Zeitgeist entsprechen und sich immer weiterentwickeln. Jedes Konzept braucht von Zeit zu Zeit mal ein Face-Lifting. Wer nicht mit der Zeit geht, der geht mit der Zeit.

Lautenbacher: Was geht Ihnen bei dem Genuss eines guten Weines oder Cocktail durch den Kopf?

Lechthaler» Inspiration. Bei einem guten Drink kommen einem meist auch gute Ideen.