

[Kreative Speisekarte für alle!](#)

von [Nicky-Alexander Böhmcke](#) | 09.08.2019



Tipps und Optimierungsmöglichkeiten für Ihre Speisekarte



Sicherlich haben Sie auch mit Begeisterung von den neuen [Food-Trends](#) und weiteren [Gastro-Trends](#) gelesen, die meine Kollegen Brunhilde Fischer im Juli bzw. Didier Morand im April dieses Jahres im Blog präsentiert haben. Aber wie können wir nun diese Erkenntnisse auf unsere Speisekarte übertragen und in welchem Maß ist das überhaupt sinnvoll? Mit dieser Frage möchte ich mich heute auseinandersetzen.

Es ist sehr viel einfacher möglich, sich im städtischen Bereich zu spezialisieren, da auch hier die Zielgruppe in einem kleinen Radius noch ausreichend zur Verfügung steht. Im ländlichen Raum muss ich dagegen schon sehr viele Kilometer ansprechen, um regelmäßig mein Restaurant voll zu bekommen. Dennoch wollen wir nicht in einen Gemischtwarenladen verfallen.

Viele Gastwirte behaupten, dass sie die Karte nicht ändern können, da ihnen dann die Stammkundschaft wegläuft. Eine Erweiterung der Karte ist die Folge, um irgendwie alle glücklich machen zu wollen. Daraus ergibt sich, dass ich alles Mögliche anbiete, aber nichts wirklich richtig gut. Die große Karte assoziiert der Gast mit Willkür und auf

keinen Fall mit Frische. Convenience-Produkte sind in höherem Maß notwendig.

Wie groß soll meine Karte sein?

Identifizieren Sie Ihre Zielgruppe und bieten Sie einige wenige gute Kombinationen. Diese können gern in verschiedenen Optionen angeboten werden.

Eine Schnitzelkarte, wo zehn Schnitzelgerichte eine ganze DIN A4 Seite ausfüllen, sich aber nur darin unterscheiden, dass entweder Zwiebeln, Pilze oder eine Scheibe Gouda auf dem Schnitzel liegen, langweilt den Gast schon beim Lesen. Bieten Sie ein Schnitzel an mit einer interessanten Beilage und schreiben Sie z.B. darunter „wahlweise zusätzlich mit Zwiebeln oder Champignons“.



Bieten Sie bei den Gerichten auch die Auswahl und Kombination verschiedener Beilagen oder eine vegane Variante an. Gäste von heute lieben die Mitentscheidungsmöglichkeiten.

Je nach Konzept können auch Gerichte komplett im Baukastensystem angeboten werden. Allerdings bringt das in der Regel auch Unruhe mit sich.

Fünf Hauptgänge sind in vielen Restaurants vollkommen ausreichend, ggfs. zuzüglich zweier Tages- oder Wochengerichte, um aktuelle Angebote zu bieten, saisonal und regional abgestimmt.

Sie sollten aber auch in den Beilagen wechseln und nicht alles mit Marktgemüse und Bratkartoffeln anbieten. Das langweilt. Animieren Sie den Gast förmlich dazu, andere Kombinationen als auf der Karte angeboten zu wählen. So hat der Gast viele verschiedene Möglichkeiten durch Kombis.

Bei den Vorspeisen sollten Sie auch etwas kreativer sein. Wer nur eine Suppe und einen Salat anbietet, verliert alle Gäste, die eine spannende Vorspeise genommen hätten, aber Suppe und Salat nicht überzeugt.

Wie „peppe“ ich die Gerichte auf?

Zunächst unterscheiden wir zwischen der Betitelung der Gerichte, ihrer Kreation und Präsentation sowie dem tatsächlichen Geschmack der Komposition.

1. Betitelung



Wer ein „Schnitzel mit Pommes“

als „In Butterschmalz gebackene Scheibe vom Oldenburger Landschwein mit ausgebackenen gestiftelten Kartoffeln“ bezeichnet und letztlich das klassische „Schnitzel mit Pommes“ serviert, wird den Ärger seiner Gäste schnell auf sich ziehen. Klassische Gerichte sollen auch beim Namen genannt werden.

Schwülstige Beschreibungen wie „Lachsfilet auf der Haut gebraten mit mildem Proseccoschaum ...“ blähen das Gericht auf. Aber es ist es auch ein Mehrwert, dass der Lachs auf der Haut gebacken wurde? Das „Teriyaki beef“ ist hingegen ein Mehrwert - und das eindeutig. Ob man das lieber mag als den natürlichen Beef-Geschmack ist subjektiv. Skrei ist ebenfalls ein Mehrwert gegenüber dem „normalen“ Kabeljau, also ausloben!

Tim Mälzer hat als einer der ersten in seiner Hamburger Bullerei ausgefallene Gerichte nur noch als Zutatenliste formuliert: „Kaninchen – Pflaume – Zimt – Kartoffel“. Ich weiß weder das Teil des Kaninchens noch die Zubereitungsform. Habe ich Stampf, Gratin oder Rosmarinkartoffeln? Man weiß es nicht und das macht es spannend! Besser kann auch die Ursprünglichkeit nicht unterstrichen werden. Ich signalisiere: Purismus. Ein Trend, der anhält.

Fazit

Es gilt „Schuster, bleib bei Deinen Leisten“, vermeide langatmige langweilige Texte und wecke mit den Betitelungen Neugier und Interesse!

2. Kreation



Ein gutes Beispiel für Langeweile ist

eine Pizzeria - wie es sie so oft gibt. Da gibt es 20 verschiedene Pizzen auf der Karte und wirklich jede Kombination kennen wir schon! Natürlich sollen die Gäste, die traditionelle Kombinationen möchten, nicht enttäuscht werden. Aber warum wird nicht eine „Klassiker-Karte“ mit den Bestsellern angeboten und parallel eine Karte „House-specials“ mit etwas gewagteren und kreativeren Kombinationen. Warum tun sich Pizzabäcker, die schon seit Jahr und Tag Ananas auf die Hawaiipizza werfen, so schwer mit anderen Früchten wie Feigen oder getrockneten Aprikosen, die herrlich mit verschiedenen Käsesorten und Kräutern harmonisieren?

Niemand sollte seine Gäste überfordern und Gerichte kreieren, bei denen die Gäste drei von vier Zutaten nicht kennen. Aber mit einfachen Zugaben Gerichte aufpeppen ist ein gangbarer Weg. Und manchmal ist eine bestimmte Zutat auch der Pep, der ausgelobt werden soll oder so dominant im Geschmack, dass ich sie hervorheben muss (z.B. Trüffel, Ziegenkäse).

Einfache Beispiele sind Pastinaken mit ins Gratin schneiden, Rotkohl mit Kirschen verfeinern, Rucola-Cashew-Pesto statt Basilikum oder die 4-Käse-Paranuss-Lasagne statt Vega-Lasagne. Strauchtomaten-Petersilienwurzel-Suppe mit Ricotta ist spannender als Tomatensuppe, oder?

Fazit:

Erfinden Sie das Rad nicht neu und überfordern Sie die Gäste nicht. Langweilen Sie sie aber auch nicht. „Peppen“ Sie Klassiker mit bekannten Lebensmitteln auf, aber lassen Sie die Gerichte erkennbar. Schaffen Sie deutlich Klassiker und kreative Specials. Lassen Sie den Gästen selbst auch Variationsmöglichkeiten.

3. Präsentation

Eigentlich versteht es sich von selbst: das Auge isst mit. Doch immer wieder werden überladene, zufällig angerichtete Speisen serviert. Hier einige grundsätzliche Tipps:



Überladene Teller

- erschlagen und wirken nicht großzügig. Servieren Sie Beilagen in separaten Schälchen.
- Bringen Sie Beilagen z.B. mit runden Ausstechern in Form.
- Bringen Sie Farben auf den Teller. Die Kombination Zander, Proseccoschaum, Blumenkohl und Reis langweilt. Roter Pfeffer, frische geschnittene Kräuter, Rucolafrittaten und Paprikastreifen bringen Farbe ins Spiel. Farben sollten aber bei der Kreation schon berücksichtigt werden.
- Schneiden Sie Fleisch diagonal auf und legen es mit der Schnittfläche nach oben, die Sauce darunter.
- Bauen Sie nach oben auf dem Teller, das wirkt imposant.

Fazit:

Kreieren Sie eine Speisekarte, die auch optisch ansprechend und für Ihre Küche machbar ist.

4. Geschmack

Wer neue Kreationen entwickelt und Lebensmittel neu kombiniert, muss darauf achten, dass diese harmonisieren und besser schmecken als wenn man sie separat isst. Oder man kreiert durch Kombinationen ein neues Produkt. So hat die Cocktailsauce im Vergleich zu Ketchup und Mayonnaise einen sehr eigenen Geschmack, um hier ein Beispiel für ein Basic-Produkt zu nennen.

Weiterhin ist es sehr wichtig, dass nicht ein Element vorherrschend ist, denn dann wird der Geschmack verwässert und es gibt keinen Mehrwert. So kann man natürlich diskutieren, ob Himbeeressig die Auster versaut oder verfeinert.

Die neue kreative Speisekarte soll junge, moderne Neukunden bringen - aber die Stammkundschaft nicht vergraulen.

Fazit:

Neue Kreationen müssen schmecken, harmonisieren und einen Mehrwert mit sich bringen!

Zusammenfassung für Ihre Speisekarte

Wir können zusammenfassen, dass es eine Speisekarte für Alle nicht gibt. Gemischtwarenläden sind von gestern.

Aber neuer Schwung in der Küche und ein bisschen Kreativität auf der Karte, die Achtung vor dem Lebensmittel und einen ansprechenden Teller weiß jeder zu schätzen. Guten Appetit!

Weitergehende Informationen, praktische Umsetzungshinweise und Ideen erfahren Sie in meinem Seminar „Kreativität in der Küche“, das wir ab nächstem Jahr anbieten werden.

Ich freue mich auf Sie!

Ihr Nicky-Alexander Böhmcke

Über den Autor



[Nicky-Alexander Böhmcke](#)

Nicky-Alexander Böhmcke ist Diplomkaufmann und Hotelfachmann. Seine Schwerpunkte sind Marketing, Personalberatung, Finanzberatung und Küchenorganisation.

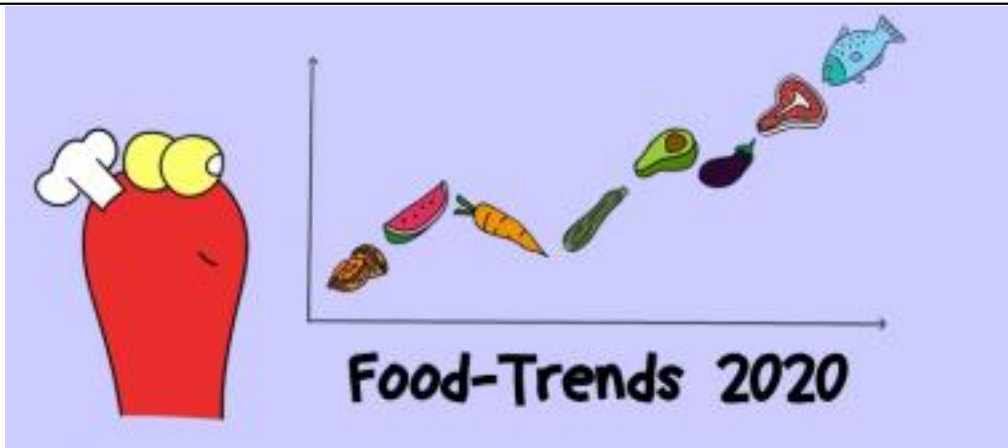
[> Alle Blogbeiträge dieses Autors](#)

Nicky-Alexander Böhmcke eine E-Mail senden

[nicky-alexander.boehmcke \[at\] unternehmer-manufaktur.de](mailto:nicky-alexander.boehmcke@unternehmer-manufaktur.de)

Das könnte Sie auch interessieren

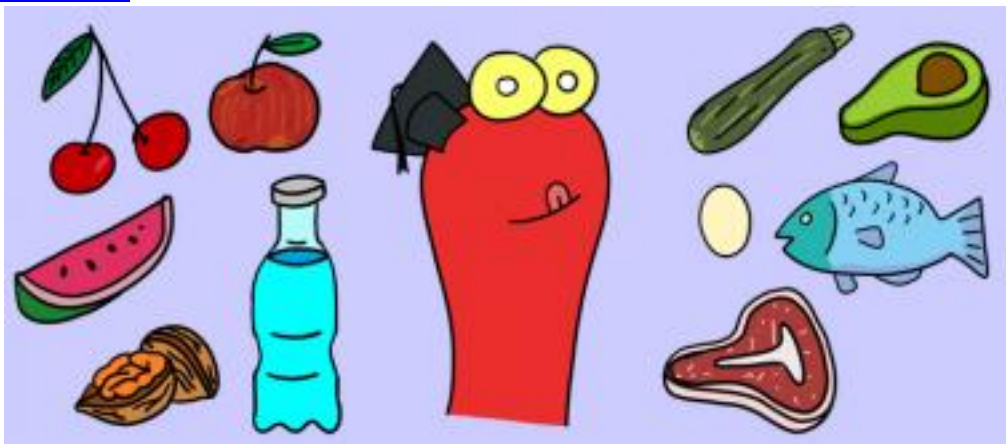
Weitere Blog-Einträge



Essen oder neudeutsch Food – was tut sich hier Neues?

Food-Trends 2020

[Weiterlesen](#)



Gastro-Trends kommen und gehen. Doch eine Zentralsäule bleibt!

Viele Gastronomiebetriebe überlegen sich, was sie noch tun können, um ihr Angebot moderner und attraktiver zu gestalten. Auch die Frage der Verjüngung des Publikums beschäftigt die Gastronomen.

[Weiterlesen](#)

Source URL: <https://www.unternehmermanufaktur.com/blog/kreative-speisekarte-tipps-optimierung>