

## Vorwort

---

Auf dem Weg zu diesem Buch kamen in mir zwei Fragen auf: Warum gibt es nicht schon längst ein Buch über Hotel- und Barpsychologie? Und: Bin ich wirklich der Erste, der diese Lücke zu schließen versucht? Vielleicht liegt es daran, dass das Barleben größtenteils in der Nacht stattfindet und Dunkelheit das Licht scheut. Nun erlaube ich mir, mit Verlaub, etwas Licht in »die Schattenwelt« zu bringen.

Als ich anfangs über den Begriff der »Hotel- und Barpsychologie« nachdachte, wirkte er auf mich zunächst etwas befremdlich, weil ich Bedenken hatte, dass man ihn fälschlicherweise missverstehen und mit Nachtclub und Rotlichtviertel assoziieren könnte, so wie beispielsweise den Begriff »Bardame«. Mittlerweile ist der Begriff »Hotel- und Barpsychologie« für mich eindeutiger und klarer geworden und mir ist bisher auch kein treffenderer eingefallen. In diesem Buch verwende ich ihn synonym für alle psychologischen Phänomene und Aktivitäten in der Gastronomie. Da ich in der Begrifflichkeit nicht ständig wechseln möchte, verwende ich den Begriff »Bartender« stellvertretend für Hotelmanager, Hotel- und Restaurantfachmann, Kellner, Wirt, Servicemitarbeiter, Rezeptionist, Koch sowie für beide Geschlechter gleichermaßen. Ich bin mir auch bewusst, dass es verschiedene Berufsrollen und Unterschiede gibt, je nachdem, ob man in einer Bar, im Hotel, im Restaurant, in einem Club oder auf einer Großveranstaltung tätig ist. Um dabei nicht ständig wechseln zu müssen, werde ich auch hierfür und überwiegend den Begriff »Bar« verwenden. Ebenso gibt es in einem Hotel viele Arbeitsbereiche wie Rezeption, Zimmerservice, Küche, Verwaltung etc., die es alle wert sind, psychologisch genauer unter die Lupe genommen und im Einzelnen angesprochen und benannt zu werden. Das vorliegende Buch ist so konzipiert, dass es für die Mitarbeiter aller Arbeitsbereiche gleichermaßen möglich ist, das Wissen auf die jeweiligen Arbeitsbedingungen zu übertragen und dort anzuwenden.

Solch ein Buch ist längst überfällig, sagen die einen. Die anderen fragen, ob es denn wirklich nötig sei, ein psychologisches Handbuch für Hoteliers und Gastronomen aber auch für den allgemeinen Wirt, Koch und Servicemitarbeiter sowie für interessierte Gäste zu schreiben? Ich beantworte diese Frage ganz eindeutig mit »ja«, es ist höchste Zeit! Die Toleranz gegenüber psychischen Erkrankungen in der Gesellschaft wächst und ebenso das psychologische Verständnis. Psychologie ist längst nicht mehr nur einer kleinen Gruppe von Spezialisten vorbehalten, sondern für große Teile unserer Gesellschaft interessant geworden und gefragt denn je.

Wie kam ich auf die Idee, dieses Buch, das Sie gerade in Ihren Händen halten, zu schreiben? Die Wurzeln des Motivs dafür lassen sich in meiner Kindheit finden. Meine Familie war bereits in der vierten Generation in der Ernährungsbranche tätig. Und die Familie meines Freundes Stefan hatte in unserem Dorf eine Pension mit Landgasthof, in der wir schon als Kinder zusammen spielten. Stefan lernte Koch und übernahm dann den Betrieb der Großeltern und Eltern. Weil er von da

an nur noch wenig Freizeit hatte, was ja leider bei vielen Selbstständigen mehr die Regel als die Ausnahme ist, besuchte ich ihn regelmäßig in seiner Küche. Und so unterhielten wir uns während des Kochens über die alltäglichen Aufgaben, Probleme und gastronomischen Sorgen. Wir sprachen häufig über das Verhalten der Gäste und über den Umgang mit Kunden. Weil mir am Wohlergehen von Stefan aber auch an den Menschen vor der Theke, von denen ich viele persönlich kannte, etwas lag, suchte ich bereits Ende der 1980er Jahre nach Literatur über Psychologie in der Gastronomie. Aber gibt es das? Ich konnte beim besten Willen nichts darüber finden. Schon als Jugendlicher interessierte ich mich für Psychologie. Was hält den Menschen im Innersten zusammen, warum verhält er sich so und nicht anders und vor allem, wie lösen Menschen Konflikte? Und so studierte ich schließlich Psychologie.

Um meinen Lebensunterhalt zu verdienen, arbeitete ich als Kellner und trug ein Stadtmagazin in den Frankfurter Hotels, Bars und Clubs aus. An das Ende meiner Tour legte ich mir meistens eine besondere Bar (die Lunabar), die mir aufgrund ihres netten und kompetenten Teams gut gefiel. Weil ich damals in einem kleinen Studentenzimmer lebte, ging ich mit meinen Freunden gerne in Hotels, denn dort hatten wir genug Platz und wurden kompetent und zuvorkommend behandelt. Das gefiel uns gut, denn gedämpftes Licht, schöne Musik und gepflegte Menschen waren ein schöner Ausgleich zu den Anforderungen des Studiums. Und so verbanden sich zunehmend Psychologie, Hotel und Bar zu »Hotel- und Barpsychologie«.

Es war schön, den Bartendern bei ihrer Arbeit zuzusehen, wie geschickt und schnell sie ihre Arbeit taten und gleichzeitig für eine angenehme Atmosphäre sorgten. Einer dieser Bartender war Marcel Marron. Er fiel mir durch sein sympathisches Wesen und eine hohe fachliche Kompetenz auf und wurde schließlich zu einem besonderen Gesprächspartner. Marcel und seine Kollegen Ömer, Martin, Antonella, Reza, Mümtaz, Dandy, Alex (einer der beiden Gründer von Bitter Truth) u.a. waren ein Spitzenbarteam, wofür sie auch mehrfach prämiert wurden. Ich hegte damals schon den Plan, nach meinem Studium etwas über die Psychologie in und an der Bar zu schreiben, und dies gemeinsam mit Marcel. Marcel sollte die Sicht des Bartenders reflektieren und ich sollte die Geschehnisse an der Bar psychologisch erklären und begründen.

Unterstützt und motiviert von meiner Freundin Vera, die Lehrerin ist, begann ich zum Ende des Studiums auch erstmals als Psychologe in der Berufsausbildung tätig zu werden. Ich beendete mein Studium und so war die Zeit reif, um mein beziehungsweise unser Vorhaben, Artikel über Barpsychologie zu schreiben, umzusetzen. Marcel brachte mir zunehmend den Blickwinkel des erfahrenen Bartenders näher, und ich begann das gastronomische Geschehen psychologisch zu erklären und auszuformulieren. So lernte ich von ihm die Sicht des Bartenders näher zu verstehen, und er lernte von mir mögliche psychologische Modelle und Erklärungsansätze des beobachteten Verhaltens. Aus heutiger Sicht eine gute Entscheidung. Marcel konnte dann auch schon bald einen Kontakt nach Berlin zu Jens Hasenbein und Helmut Adam, den Herausgebern der *Mixology*, herstellen,



Claus und Marcel (mit freundlicher Genehmigung von © Marcel Marron)

die uns 2004 eine feste Kolumne in ihrem Magazin anboten. *Mixology* war noch neu auf dem Markt und Helmut und Jens waren froh über unsere Beiträge. Marcel und ich waren froh, dass sie uns die Möglichkeit gaben, unsere Gedanken bei ihnen zu veröffentlichen. Und so hatten wir alle etwas davon. Wir begannen unsere Kolumne immer mit der Überschrift »Barpsychologie: Die Couch an der Bar«.

In unseren ersten Artikeln befassten wir uns mit sozialer Wahrnehmung, Kommunikation, Stammgastbindung und Körpersprache. In den Jahren 2004 bis 2007 veröffentlichten wir in der *Mixology* insgesamt zehn Artikel.

Ich bin Diplompsychologe und unterrichte Psychologie für Gastronomen und Hoteliers und habe das Vertrauen, dass meine Leser und Seminarteilnehmer in der Lage sind, auch ohne Psychologiestudium psychologisches Wissen zu erwerben, dieses zu verstehen und anzuwenden. Mir geht es nicht darum, triviale und unüberprüfbare Aussagen zu machen, wie sie zur Genüge in der gastronomischen Szene in Umlauf sind, aufgrund der Annahme, meinen Zuhörern seien wissenschaftliche Erkenntnisse zu schwierig. Im Gegenteil, ich bin davon überzeugt, dass meine Form der Wissensvermittlung notwendig ist, um psychologische Kompetenzen zu fördern. Andernfalls besteht die Gefahr, dass sich jeder selbst etwas zusammendichtet und es dann als psychologisch fundiert ausgibt. Dennoch ist Erfahrung etwas ganz Wichtiges und unverzichtbar. Der beste Lehrmeister ist meistens das Leben selbst. Und somit ist das Lesen dieses Buches auch ein Teil des Lebens.

Nach ungefähr drei Jahren sagte Marcel eines Tages, er wolle sich beruflich und privat verändern, was ich auch gut verstehen konnte. Die Luft bei uns war erst einmal raus, denn wir hatten umgesetzt, was wir gemeinsam planten. Danke Marcel!

In mir begann eine Zeit der Krise, und die Motivation, alleine weiterzumachen, war auf dem Nullpunkt angelangt. 2007 luden mich dann jedoch die Herausgeber der *Mixology*, Jens und Helmut, als Referent zu ihrem 1. Barconvent nach Berlin ein. Ich nahm all meinen Mut zusammen, plante meinen Vortrag und sprach schließlich vor einem neugierigen aber auch etwas verunsichert wirkenden Publikum über die Grundlagen der Hotel- und Barpsychologie. Ich möchte an dieser Stelle nichts beschönigen. Es war ein harter Weg bis zu diesem Buch, und einiges Naserümpfen zu den von mir ausgewählten Themenbereichen war zu beobachten. Aber es war, so wie auch der 1. Barconvent, ein großer Erfolg. Das Eis war gebrochen und man sprach darüber.

Im Nachhinein dachte ich mir, dass vielleicht meine wissenschaftliche Sprache und meine Herangehensweise ein Grund dafür waren, weshalb sich Marcel zunehmend zurückgezogen hat. Ich bin ihm dankbar, denn ohne ihn hätte ich mich nicht so intensiv an das Thema herangewagt. Aber auch die Zeit mit Stefan in seiner Küche brachten mir den Blick des Kochs und Gastronomen sowie des ausgebildeten Restaurantfachmanns und Bartenders nahe. Marcel erinnerte mich immer wieder daran, dass ich die Artikel so schreiben solle, dass es auch ein Laie verstehen könne. Ich beherzigte seinen Rat und glaube, mittlerweile die passende Sprache gefunden zu haben. Mit beiden bin ich übrigens bis heute noch immer befreundet und wir besprechen nach wie vor psychologische Themen. Das finde ich sehr schön und es zeigt uns, dass wir auch weiterhin voneinander lernen können, wenn wir uns die Zeit dazu nehmen und offen sind für neue Erfahrungen.

Meines Wissens gab es bisher, zumindest im deutschsprachigen Raum, kein Buch, das sich mit Hotel- und Barpsychologie beschäftigt. Es gibt wohl einzelne Passagen in verschiedensten Cocktail- oder Barschulungsbüchern, jedoch ohne Anspruch auf psychologisch fundierte Aussagen. In dem Standardwerk *Hotel und Gast* (2007), einem Lehrbuch für die Ausbildung zum Hotel- bzw. Restaurantfachmann, wird das Thema immerhin kurz angesprochen. Der Leser findet dort sieben Gästetypen beschrieben, ohne dass klar wird, wie diese Aufteilung zustande kommt. Um auf das Arbeitsleben in der Gastronomie psychologisch gut vorbereitet zu werden, erscheint mir das zu wenig.

Vor dem Hintergrund jahrelanger Gespräche mit Hoteliers, Bartendern und Gastronomen sowie eines von mir erstellten Lehrplans für Hotel- und Barpsychologie, den ich 2006 interessierten Lehrern der Hotelfachschule Hamburg vorgestellt habe, ist dieses Buch entstanden. Bei diesen aufgeschlossenen und neugierigen Kollegen möchte ich mich an dieser Stelle noch einmal herzlich bedanken. Es sind die Mutigen, die etwas in Bewegung bringen und schließlich verändern können und ich glaube, dass diesen Berufsschullehrern noch viele Interessierte folgen werden. Dazu wage ich eine Prognose: Ich glaube, dass die Psychologie in der Gastronomie in einigen Jahren so selbstverständlich dazugehören wird, wie die Minze und der Rum in einen Mojito gehören. Ob es so wird, das liegt nun mit an Ihnen. Sicher wird es in dieser ersten Auflage des Buches Themen geben, die ich vielleicht noch nicht behandelt und dargestellt habe, weil ich sie entweder zu fach-

spezifisch eingeschätzt habe oder weil sie mir nicht ein- bzw. aufgefallen sind. Die Inhalte sind sicher ausbaufähig und werden auch zusehends wachsen, wenn man sie pflegt.

Doch nun möchte ich Sie mit in die Welt der Hotel- und Barpsychologie nehmen. Ich werde Sie, wie ein guter Gastgeber, in die unterschiedlichen Themengebiete der Psychologie einführen und Ihnen ältere und jüngere Theorien vorstellen. Sie werden viele praktische Beispiele und Merksätze kennenlernen und 32 Übungen bewältigen. Auf diesem Weg werde ich mich einer Alltagssprache bedienen, ohne jedoch auf wesentliche Fachbegriffe zu verzichten.

Ich wünsche Ihnen viel Freude beim Lesen und eine lehrreiche Zeit.

**Claus Lampert**

Frankfurt am Main, im Juni 2012



<http://www.springer.com/978-3-8274-3029-8>

Hotel- und Barpsychologie

Psychologie für die Gastronomie

Lampert, C.

2013, XVI, 156 S. 66 Abb., Softcover

ISBN: 978-3-8274-3029-8