gastrotel

MANAGEMENT & STRATEGIEN

Altbewährt und gefragt

Seit März 2026 leitet Dirk Schmidt orderbird als CEO und treibt die Weiterentwicklung der strategischen Ausrichtung sowie die Stärkung der Marktposition in der DACH-Region voran / Foto: orderbird

Regionale Zutaten, handwerkliche Zubereitung und alte Familienrezepte erleben in der Gastronomie ein Comeback. Dabei steht jedoch nicht eine einfache Rückkehr zu altbewährten Konzepten im Vordergrund, sondern die Wertschätzung von Dingen, die schon immer Teil guter Gastronomie waren ? saisonale Produkte aus der Region, hausgemachte Speisen und echtes Handwerk. Wie Gastronomen diese Werte für ihr eigenes Konzept nutzen können, ohne dabei verstaubt zu wirken, erklärt Dirk Schmidt, CEO von orderbird.

Regionalität in den Fokus rücken

Regionalität ist heute mehr als ein zusätzlicher Hinweis auf der Speisekarte. Für viele Gäste wird es zunehmend wichtiger zu wissen, woher Lebensmittel kommen, welche Produkte gerade Saison haben und welche Produzenten dahinterstehen. Gastronomiebetriebe können die Herkunft ihrer Zutaten daher gezielt zum Teil ihres Konzepts machen. Dafür muss nicht jedes Gericht komplett neu erfunden werden. Oft reicht es, einzelne regionale Produkte in den Mittelpunkt zu stellen oder beliebte Gerichte saisonal anzupassen. Der Spargel vom Hof aus der Umgebung, der Käse von der lokalen Käserei oder das Bier der regionalen Brauerei werden so zum Highlight auf der Speisekarte. Das schafft eine Verbundenheit zur Region, unterstützt lokale Produzente und kann für Gäste, die regionale Spezialitäten entdecken wollen, einen zusätzlichen Anreiz bieten. Gerade saisonale Produkte sorgen zudem für Abwechslung auf der Speisekarte und geben Stammgästen einen Grund, regelmäßig wiederzukommen.

Klassiker neu interpretieren

Tradition bedeutet nicht, dass Gerichte exakt so serviert werden müssen wie vor 50 Jahren. Der Foodtrend ?Newstalgia? verbindet klassische Rezepte und vertraute Aromen mit modernen Zutaten und Zubereitungsarten. So bleibt das Vertraute erhalten, während traditionelle Gerichte zeitgemäß interpretiert werden.

Der Kreativität sind dabei kaum Grenzen gesetzt: Von ungewöhnlichen Kombinationen, die nur noch auf den ersten Blick an den ursprünglichen Klassiker erinnern, wie etwa Sauerbraten im Bao Bun, bis hin zu zurückhaltenderen Varianten traditioneller Gerichte. Entscheidend ist, den Kern des Gerichts zu bewahren. Der vertraute Geschmack sorgt für Wiedererkennung, während die moderne Interpretation Gäste neugierig macht.

Handwerk sichtbar machen

Essen Gäste außer Haus, geht es meist nicht nur darum, satt zu werden. Daher kann handwerkliche Qualität einen entscheidenden Unterschied machen. Selbstgemachte Pasta, frisch gebackenes Brot, eingekochte Saucen oder hausgemachte Desserts schaffen einen Mehrwert, den industriell gefertigte Produkte nur schwer vermitteln können. Dabei lohnt es sich, diesen auch wirklich sichtbar zu machen: Ein Blick in die offene Küche, die Erklärung einer besonderen Zubereitung durch das Servicepersonal oder ein Hinweis auf der Speisekarte machen das handwerkliche Können für Gäste greifbar und zeigen, wie viel Arbeit und Know-how hinter einem Gericht stecken. Gerade bei Gerichten, die aufgrund ihrer hochwertigen Zutaten oder aufwendigen Zubereitung einen höheren Preis haben, kann diese Transparenz wichtig sein. So wird aus handwerklicher Qualität ein sichtbarer Teil des Restaurantbesuchs.

Die Geschichte hinter Gerichten erzählen

Ein Gericht bekommt eine besondere Bedeutung, wenn Gäste wissen, welche Geschichte dahintersteckt. Genau hier liegt eine Chance für Gastronomen: Die Geschichte hinter einem Familienrezept, die Herkunft einer besonderen Zutat oder ein persönlicher Bezug geben einem klassischen Gericht eine eigene Identität. Neben einem entsprechenden Hinweis auf der Speisekarte oder durch Erläuterungen des Servicepersonals lassen sich solche Geschichten auch über die Speisekarte hinaus erzählen. Auf der Website oder über Social Media können Gastronomen beispielsweise die Entstehung eines Familienrezepts zeigen oder Einblicke in die Zubereitung geben ? natürlich ohne zu viel zu verraten! Gerade für jüngere Zielgruppen kann ein authentischer Blick hinter die Kulissen einen zusätzlichen Berührungspunkt mit dem Betrieb schaffen und im besten Fall Neugier auf das Restaurant wecken.

Authentizität und Effizienz nicht aus dem Auge verlieren

Bei aller Begeisterung für traditionelle Rezepte und echtes Handwerk gilt: Tradition funktioniert vor allem dann, wenn sie authentisch zum Betrieb passt. Eine lange Familiengeschichte, die Zusammenarbeit mit regionalen Produzente oder ein Gericht mit besonderem Bezug zum Ort können einen zusätzlichen Anreiz für Gäste bieten. Entscheidend dabei ist, Tradition nicht künstlich zu inszenieren, sondern glaubwürdige Interpretationen zu schaffen.

Zudem bedeutet eine Rückbesinnung auf Traditionen keineswegs, dass auch die Abläufe im Restaurant altbewährt sein müssen. Im Gegenteil: Je mehr Wert auf handwerkliche Zubereitung und persönlichen Service gelegt wird, desto effizienter sollten die Prozesse im Hintergrund funktionieren. Digitale Lösungen können hier für Entlastung sorgen und

Freiräume schaffen, damit sich Gastronomen stärker auf die kreative Umsetzung und den persönlichen Kontakt zu ihren Gästen konzentrieren können. Gerade die Kombination aus traditionellen Gerichten, die vertraute und nostalgische Gefühle wecken, und einem modernen Service schafft ein zeitgemäßes Erlebnis für die Gäste.

Fazit

Tradition muss in der Gastronomie nicht bedeuten, an alten Konzepten festzuhalten. Im Gegenteil: Regionale Produkte, handwerkliche Qualität und moderne Interpretationen schaffen Abwechslung auf der Speisekarte und können Stammgäste ebenso ansprechen wie neue Zielgruppen. Entscheidend ist dabei, Tradition authentisch mit dem eigenen Konzept und modernen Standards zu verbinden. Denn trotz aller Veränderungen bleibt eines konstant: Ein gutes Gastronomieerlebnis entsteht aus gutem Essen, persönlichem Service und Gastfreundschaft.

Über den Autor

Dirk Schmidt verfügt über umfassende Erfahrung in den Bereichen POS-Systeme, Payments sowie in der Hospitality- und Gastronomiebranche. In verschiedenen Führungspositionen entwickelte er Go-to-Market-Strategien, verantwortete Produktportfolios und trieb strategische Partnerschaften voran. Bei den POS-Anbietern SIDES, Lightspeed und (ehemals) GASTROFIX sowie beim Hotelportal HRS leitete er kommerzielle Bereiche in der DACH-Region und EMEA. Zuvor war Schmidt über 15 Jahre bei Novell beschäftigt, zuletzt als General Manager & Vice President EMEA. Seit März 2026 leitet er orderbird als CEO und treibt die Weiterentwicklung der strategischen Ausrichtung sowie die Stärkung der Marktposition in der DACH-Region voran.