

April 2021

EVROPSKA GASTRONOMSKA REGIJA 2021: ZAPRTI LOKALI V ISKANJU REŠITEV

Slovenske gostilne in restavracije so v teh mesecih pred zahtevnimi poslovnimi odločitvami. Zaprtju in s tem finančnim skrbem ni videti konca, gostje pa komaj čakajo, da se druženje ob dobri hrani spet začne.



Gostilna Kot: kljub zmanjšanim prihodkom še vedno nasmejani

Tudi v Kranju ni nič drugače. Vsak se poskuša znajti, kot ve in zna. **Gostilna Stari Mayr** je tako že pred dvema letoma nadgradila svojo kulinarčno ponudbo z nastanitvami, kar se je še posebej zdaj pokazalo kot odlična rešitev. Čas zaprtja gostilne izkoriščajo za obnovo prostorov in načrtovanje preoblikovane poslovne prihodnosti. V gostilni z več kot 100-letno tradicijo letos prvič razmišljajo, da svojih vrat ne bodo mogli odpreti za tako veliko število gostov kot v preteklosti. Lastnik Aljaž Jekovec nam pove, da zaposlenih niso mogli obdržati. Opirajo se predvsem na lastne družinske moči, bolj kot prej pa so odprti za nove ideje in nova partnerstva.

Pr' Matičku na Primskovem so bili prav tako prisiljeni odpustiti. Matjaž Erzar, gonilna sila gostilne, se v zadnjih mesecih posveča izdelavi in prodaji lastnih mesnih izdelkov ter ponudbi za izbrane poslovne naročnike. Ko se lokali odprejo, bo pri njem in prav tako pri mnogih drugih njegovih kolegih težko ponovno sestaviti uigrano delovno ekipo. Na prihodnost sicer gleda z mešanimi občutki. Njegov lokal si je z jasno izoblikovano ponudbo ter kvaliteto na visokem nivoju že ustvaril dobro ime in gostje težko čakajo, da se bodo vrnili. Kaj pa tisti gostinci, ki so šele na začetku svojih poti?

Poleg tradicionalne hrane zdaj tudi pizze

V Gostilni Kot, kjer so znani po domači kranjski kuhinji in po sestavinah, ki jih kupujejo, kolikor je le mogoče pri okoliških kmetih, pa so že oktobra lani krepko zavihali rokave in se takoj preusmerili na dostavo hrane na dom. Od petih delovnih mest so tako obdržali štiri. Na začetku so lahko ustvarili samo 15% prejšnjih prihodkov, v zadnjem mesecu pa so se številke dvignile na 50%, kar že vliva upanje, da bodo krizo uspešno prebrodili. Na dan razvozijo od 50–100 obrokov. Ker jim kvaliteta veliko pomeni, več tudi ne zmorejo. Gostilna, v katero domačini in tuji obiskovalci radi prihajajo zaradi kranjske kulinarčne trojke, je zdaj v svojo ponudbo vključila še pizze. Vzpostavili so povsem nove poslovne povezave, med katerimi je na primer spletni portal ehrana. Če želijo preživeti, se morajo prilagoditi, pravi Brigita Gros, ki skupaj z možem Gorazdom opravlja v teh dneh najtežje in najbolj odgovorno delo.

Kranj pred izzivom oblikovanja nove kulinarčne znamke

Razmere, ki so nastale tudi zaradi ne dovolj jasnih smernic finančne uprave in številnih zapletov pri obračunavanju subvencij, kličejo po hitrem ukrepanju in inovativnosti pri iskanju novih rešitev. Zavod za turizem in kulturo Kranj je v tem letu zastavil večje korake na področju povezovanja gostinskih ponudnikov in jim skuša biti kolikor je le mogoče v oporo. V pripravi so delovna srečanja vseh, ki želijo sodelovati v bolj odmevnih zgodbah, v naslednjih mesecih pa konkretne prireditvene aktivnosti, če bodo le razmere dopuščale. Po vzoru drugih podobnih primerov dobre prakse oblikovanja destinacijskih kulinarčnih blagovnih znamk ima tudi Kranj priložnost, da zgradi odmevno zgodbo, gostinski ponudniki, ki delujejo na tem območju pa bodo tako dobili dodatno spodbudo, nova znanja in nove partnerske povezave, kar bo v prihodnosti zagotovo pogoj za uspešne poslovne izide.

Polona Abram