

Kopfschüttler motivieren Remo Neuhaus von der Lorenzini AG in Bern

In einem Jahr von den roten in die schwarzen Zahlen. Das schaffte Remo Neuhaus mit der Lorenzini AG in Bern. Aber nicht nur darum erhält die Firma den Swiss Economic Award im Bereich Dienstleistungen.

Die besten Ideen hat er beim Joggen. Sie kommen in ein eigens dafür geschaffenes «Schublädi». Dort warten sie, bis die Zeit reif ist, um sie umzusetzen. Zum Beispiel der Geistesblitz, unter dem Motto «Golden Glory» eine Party für Leute über 38 Jahre zu veranstalten. Blöde Idee, mag manch einer denken. Aber: «Immer wenn mir Leute davon abraten, ist die Idee erfolgreich», sagt Remo Neuhaus. Der 38-jährige ist Geschäftsführer der Lorenzini AG in Bern. Sie war neben zwei Zürcher Firmen nominiert für den Swiss Economic Award im Bereich Dienstleistungen. Und sie hat den Preis gewonnen.



Isis Andernmatt

Als erstes Gastrounternehmen gewinnt die Lorenzini AG von Remo Neuhaus den Swiss Economic Award im Bereich Dienstleistungen.

Trist schaute die Situation aus, als Remo Neuhaus im Jahr 2000 das traditionelle In-Lokal übernahm. Trist vor allem, weil einige Jahre vorher mit der Übernahme des unmittelbar danebenliegenden vornehmen Speiselokals «Du Théâtre» beide Betriebe in die roten Zahlen gerutscht waren.

Doch Remo Neuhaus kam, sah und siegte. Zwischendurch

blieb ihm aber nichts anderes übrig, als hart durchzugreifen. Wer sich zu wenig flexibel zeigte, musste gehen. «Die Buchhaltung steht absolut im Zentrum», sagt er. Als harter Chef würde sich Remo Neuhaus aber nicht bezeichnen, nein, das sei das falsche Wort. «Ich habe bloss gerne Disziplin, Rauchen hinter der Bar ist zum Beispiel tabu.» Trotzdem sollen die Angestellten

Freude an der Arbeit haben, findet Remo Neuhaus.

Er fordert Freundlichkeit

Genau das hatte ihm vorher gefehlt. «Ich mied das «Lorenzini», ich fand nur schon die Bedienung arrogant», sagt Remo Neuhaus. Nett sein, das sei das Wichtigste. Das betreibt der Geschäftsführer bis zur Perfektion: Seine Gäste begrüsst er mit einem Händedruck und einem strahlenden Jungunternehmerlächeln. Er trägt einen modischen Anzug und nennt das Servicepersonal beim Namen. «Es ist das ganze Team, welches die Dienstleistung bringt – ich bin bloss derjenige, der plant.»

Er bietet ein Erlebnis

Ein Besuch bei Remo Neuhaus und seinem Team sei eben nicht nur ein Besuch, sondern ein Erlebnis. «Das ist ein neues Konzept.» Das finden auch die Experten des Swiss Economic Forums: «Der umtriebige Beizer hielt sich an keine Regeln», ist in der Medienmitteilung zu lesen. «Das

stimmt schon», sagt Remo Neuhaus. Er lancierte eine Dienstagabendparty, obwohl alle davon abrieten. «Doch dann standen die Leute Schlange.» Er machte eine Party für Leute ab 28. Wieder rieten alle ab. «Celebrieties ist immer ausverkauft», so Neuhaus. Und die Gäste sind zahlungskräftig: sie essen im Restaurant und besuchen dann die Party. Remo Neuhaus bedient allein Stehende, vergnügungsfreudige und gut betuchte Städter – ein Kundensegment, welches vorher zu kurz kam.

Er läuft immer weiter

Die Lizenz für die Party ab 28 Jahren hat er mittlerweile nach Zürich verkaufen können. Die Erfolgsgeschichte der Lorenzini AG läuft also weiter. Auch Remo Neuhaus läuft weiter – schliesslich hat er da die besten Ideen. Die Preisvergabe ist diesen Freitag. Einen Tag vor dem GP von Bern. Dort rennt Remo Neuhaus natürlich auch. Nicht ganz ambitionlos, aber das versteht sich ja von selbst. **MARINA BOLZLI**