



HERITAGE FLAVORS RESTAURANT

Ayşe Güler, Heritage Flavours Restaurant, nachhaltige Menüs aus regionalen Zutaten
WO – Bursa, Türkei

Der Betrieb in Zahlen

Gegründet: 2021
Betriebe: 1
Mitarbeitende: 9
Energiekosten: 5 %
Regionaler Einkauf: 85 %
Digitale Kanäle: 70 %

Ayşes Geschichte

Mein Name ist Ayşe Güler, ich bin 42 und habe Tourismusmanagement an der Uludağ-Universität studiert. Nach vielen Jahren als Restaurantleiterin in Istanbul kehrte ich in meine Heimatstadt Bursa zurück. Ich habe unser Familienhaus restauriert und darin das *Heritage Flavours Restaurant* eröffnet – einen Ort für kulturelles Erbe und nachhaltige Küche.

Wie wird Nachhaltigkeit im Tagesgeschäft sichtbar?

Im Heritage Flavours Restaurant steht Nachhaltigkeit im Mittelpunkt aller Abläufe. Vom täglichen Einkauf bis zur Menüplanung fallen alle Entscheidungen mit Blick auf ökologische und kulturelle Balance. Das Restaurant setzt auf saisonale Zutaten und verbindet traditionelle Rezepte mit moderner Präsentation – das unterstützt regionale Erzeuger und stärkt das Bekenntnis zu nachhaltiger Gastronomie. Zudem beschäftigt es Menschen aus der Region, sodass die Wertschöpfung vor Ort bleibt.

Wie werden Lebensmittelabfälle erfasst und reduziert?

Um Lebensmittelabfälle zu reduzieren, gelten in der Küche Portionskontrolle, tägliche Bestandsführung und bedarfsorientierte Produktion. Was am Ende des Tages übrig bleibt, wird ausgewertet und fließt in die Planung des Folgetags ein. So sind die Abfälle in den vergangenen sechs Monaten um rund 20 % gesunken. Die meisten Gerichte werden frisch und auf Bestellung zubereitet, was Überproduktion minimiert. Organische Reste nutzen lokale Landwirte zur Kompostierung – ein geschlossener Kreislauf.

Wie wichtig ist regionaler Einkauf?

Die Lieferkette des Restaurants stützt sich fast vollständig auf regionale Erzeuger. Fleisch, Milchprodukte, Olivenöl, Gemüse und Obst stammen von kleinen Familienbetrieben im UNESCO-Dorf und seiner Umgebung. Das senkt den CO₂-Fußabdruck und stärkt die regionale Wirtschaft. Über die Verbindung zum Lieferanten wird den Gästen zudem die Geschichte hinter jedem Produkt erzählt – das vertieft die Besonderheit und den kulturellen Kontext des Erlebnisses.

Wie stützt Engagement vor Ort die Nachhaltigkeit?

Der Betrieb bindet Wissen und Können der örtlichen Gemeinschaft aktiv in sein Geschäftsmodell ein. Produzentinnen aus dem Dorf stellen gemeinsam Marmeladen, Brot und regionales Gebäck her. Zudem richtet das Restaurant lokale Kunstveranstaltungen aus und unterstützt die Kulturerbe-Tage im Dorf. Das fördert wirtschaftliche wie soziale Nachhaltigkeit.

Wie fördert Digitales Wachstum und Werbung?

Die Digitalisierung erhöht die Sichtbarkeit des Restaurants und vereinfacht das Erlebnis. QR-Code-Karten geben schnellen Zugang zu Informationen, Reservierungen laufen über Online-Plattformen. Zudem machen digitale Erzählformate das kulturelle Erbe des Dorfes und die Herkunft der Gerichte sichtbar. So ist ein unverwechselbares Markenbild für Gäste aus dem In- und Ausland entstanden.

Welche Daten leiten Entscheidungen?

Entscheidungen stützen sich auf Gästefeedback, Umsatzberichte und Kostenanalysen. Daten aus dem digitalen Reservierungssystem fließen in die Menüplanung und die Prognose von Spitzenzeiten ein. Auch die Interaktion in sozialen Medien ist ein wichtiger Anhaltspunkt, um Gästetrends zu verstehen.

Wie prägt Social Media Kundenbeziehungen? KI-Einsatz?

Social Media ist eines der wirksamsten Werkzeuge, um die Geschichte des Restaurants zu erzählen und mit Gästen in Kontakt zu bleiben. Über Instagram und Facebook teilt der Betrieb saisonale Menüs, Lieferantengeschichten und kulturelle Veranstaltungen. Ein KI-System ist nicht im Einsatz; Bewertungen werden manuell ausgewertet und bei Menüänderungen berücksichtigt. Künftig ist KI-gestützte Feedback-Analyse geplant.

Welche Tools erfassen Energie und Abfall?

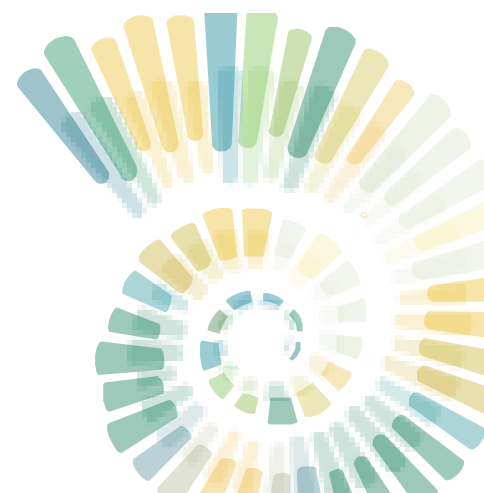
Das Restaurant erfasst den Energieverbrauch manuell und steigert die Effizienz mit LED-Beleuchtung, energieeffizienten Küchengeräten und natürlicher Belüftung. Die Abfallwirtschaft ist in das Recyclingsystem der Kommune eingebunden. Glas, Kunststoff und organische Abfälle werden getrennt; organische Abfälle gehen an Höfe der Umgebung.

Was hemmt die Digitalisierung im ländlichen Raum?

Der Standort des Restaurants unterliegt infrastrukturellen Grenzen, weil das historische Ortsbild geschützt ist. Trotzdem treibt der Betrieb die digitale Transformation schrittweise und für alle nachvollziehbar voran. Unterbrechungen der Internetverbindung stören gelegentlich das digitale Reservierungssystem. Zudem ist die örtliche Bevölkerung im Schnitt älter und mit digitalen Werkzeugen wenig vertraut, sodass manche Abläufe manuell erfolgen müssen. Dennoch schreitet die Digitalisierung voran, begleitet von regelmäßigen Schulungen für das Team.



Nachhaltige Gastronomie heißt, die Werte der Vergangenheit mit der Verantwortung für die Zukunft zu verbinden.



Wie würden Sie Ihren Führungsstil beschreiben? Welche Prinzipien leiten Ihre täglichen Entscheidungen?

Die Leitung des Restaurants folgt einem beteiligungsorientierten, wertebasierten Führungsverständnis. Diese Haltung fördert Empathie und Kreativität – Grundvoraussetzungen für die Gestaltung eines nachhaltigen Gästerlebnisses. Tägliche Entscheidungen orientieren sich an Transparenz, Zusammenarbeit vor Ort und kultureller Sensibilität. Die Leitung sieht die Mitarbeitenden nicht nur als Beschäftigte, sondern als Botschafterinnen und Botschafter der Marke.

Ein Beispiel für Führung in schwierigen Zeiten? Welche Lehren haben Sie aus Krisen wie Rezession oder Hochwasser gezogen?

Wirtschaftliche Schwankungen und Unsicherheiten im Tourismus in der Anfangszeit haben die Krisenkompetenz des Restaurants geschärft. Die Leitung hielt die Kosten durch eine breitere Lieferantenbasis im Griff und sicherte betriebliche Flexibilität, indem sie das Menü in Krisenzeiten verschlankte. Das hat gezeigt, wie wichtig Widerstandsfähigkeit und Zusammenhalt in der Gemeinschaft für die Zukunftsfähigkeit eines Betriebs sind.

Wie ist der Zweck in Marke und Storytelling verankert? Wie zeigen sich Ihre Werte in der Identität des Betriebs?

Die Markengeschichte ist eng mit der kulturellen Identität der Region verwoben. Jedes Gericht wird als Geschichte erzählt; die Speisen stehen für regionale Traditionen und die Arbeit der Erzeuger vor Ort. Die dörfliche Bausubstanz wurde bei der Gestaltung der Räume bewahrt, sodass Gäste nicht nur eine Mahlzeit, sondern ein Stück Geschichte erleben.

Wie wird Nachhaltigkeit den Gästen vermittelt?

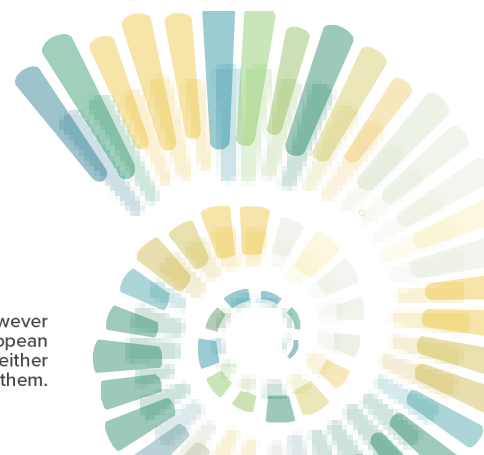
Nachhaltigkeit wird den Gästen nicht über direkte Botschaften vermittelt, sondern über das Erlebnis: regionale Produkte, schlichte Präsentation, Deko aus wiederverwendeten Materialien und Informationskarten tragen diesen Ansatz. Zusätzlich sind nachhaltige Gerichte auf der Karte mit dem Hinweis „Regional & saisonal“ gekennzeichnet.

Was steht bei Marke und Nachhaltigkeitszielen an? Sind neue Angebote, Zertifizierungen oder Partnerschaften geplant?

Mittelfristig will das Restaurant am Programm „Sustainable Restaurant Certification“ teilnehmen, sich Netzwerken des Gastronomietourismus anschließen und gemeinsame Menüprojekte mit Erzeugergenossenschaften der Region entwickeln. Außerdem wird an einem digitalen Treueprogramm und an einer Nachhaltigkeitsberichterstattung gearbeitet.

Wie erreichen Sie die nächste Generation von Gästen? → Welche Kanäle, Botschaften oder Erlebnisse werden am wichtigsten sein?

Um jüngere Gäste zu erreichen, setzt das Restaurant auf visuelles Storytelling, Social-Media-Kampagnen und erlebnisorientierte Veranstaltungen. Angebote wie Kochworkshops mit Einheimischen, Begegnungen mit lokalen Köchinnen und Köchen sowie kulinarische Spaziergänge sprechen junge Reisende an. Kurze Videos und Kooperationen mit Influencern tragen das Erbe des Dorfes in ein weltweites Publikum.



Co-funded by
the European Union

Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the European Education and Culture Executive Agency (EACEA). Neither the European Union nor EACEA can be held responsible for them.