

DIE BERATER

PLANUNGS-PROFIS FÜR DEN GASTRONOMISCHEN ERFOLG

DIE PLEITE - WAHRLICH KEIN FREMDWORT IN DER GASTRONOMIE. PROFESSIONELLE CONSULTER HELFEN, CHANCEN UND RISIKEN BESSER EINZUSCHÄTZEN, FEHLER ZU VERMEIDEN UND DAS KONZEPT RUND ZU MACHEN. FIZZ STellt VIER PROFI-TEAMS VOR.



GASTCONCEPT, ESSEN

Gründung: 1995
Geschäftsführer: Rolf-Dieter Jung
Mitarbeiter: 1 plus „Gastfamilie“ – Netzwerk aus Gastro-Immobilienprofis, Hotellerie- und Existenzgründungsberatern, Architekten, Grafikern, Marketing- und Kommunikationsexperten
Projekte (Auswahl): „Maria Eetcafe“, Köln; „Gloria Palast“, München; „Meßmer Momentum“, Hamburg

„Wir überprüfen Ideen auf ihre Umsetzbarkeit und setzen virtuelle Konzeptansätze in die Realität um“, erklärt Rolf-Dieter Jung von Gastconcept, „angefangen von der Idee auf einem Blatt Papier bis zur Eröffnung mit 400 Gästen. Wir coachen unsere Kunden durch alle Prozesse hindurch.“ Neben Jung besteht das freie Team der „Gastfamilie“ unter anderem aus Stephan Bromm, Experte für Standortfindung und -analyse, und Thorsten Beck, Existenzgründungs-Berater – Profis für Hotellerie, Architektur, Grafik und Design, PR und Kommunikation sind Teil der „Gastfamilie“.

Jung ist in die Gastronomie-Branche hineingeboren worden: Die Familie betrieb ein Hotel, er wuchs in Zimmer 8 des Hauses auf. Mit 18 Jahren eröffnete er drei „Rex“-Espresso-bars in Essen und Umgebung; rüstete eine abgewirtschaftete Eckkneipe zum Musik-Szenetreff auf, erhielt einen Michelin-Stern für sein französisches Restaurant „Fuente“ in Mülheim, entwickelte in den 1990ern Konzepte wie das „de Prins“ und das

„Leon de Belge“ in Essen und baute mit der „Sala Dolores“ einen Pionier in Sachen TexMex-Systemgastronomie in Deutschland auf. 30 Jahre Betreiber-Erfahrung, auf denen das heutige Beratungsgeschäft fußt, welches darin besteht, Konzeptansätze zu Ende zu denken, Fehler zu erkennen

„Das Schöne an unserem Job: Mit Menschen zu arbeiten, die die Defizite ihres Konzepts sehen. Diejenigen, die meinen, sie wissen und können schon alles, holen sich keine Beratung.“

Rolf-Dieter Jung

um eine bestimmte Zielgruppe zu erreichen. Von der Serviette bis zur Gesamtanmutung: Alles, was dem Gast begegnet, trifft eine Aussage.“

www.gastconcept.de



LIQUEURS & SIROPS

GIFFARD

DEPUIS 1885

Neu bei Giffard : Der Waldmeistersirup

Woodruff Daiquiri

Von Joerg Kalinke, www.drinkmix.de

- 2 cl GIFFARD Waldmeister Sirup
- 3 cl frischer Limettensaft
- 1 frisches Eiweiß
- 6 cl Rhum Clément Premiere Canne



Zubereitung :

Alle Zutaten im Shaker mit viel Eis gut durchschütteln
Dekoration: auf den Drink zwei aktivierte Blätter Minze geben

Versuchen Sie auch "Berliner Weiße" grün oder rot mit Waldmeister- oder Himbeersirup von GIFFARD.

www.giffard.de

GIFFARD Avrillé
(Angers) France
Tél : 33 (0) 2 41 1885 10
contact@giffard.com

GIFFARD Deutschland
Tel : 0221 500 5404
Fax : 0221 500 5405
join us on 



FOTOS: PR

Andrea und Frank Waldecker

THEMENTEAM, MÜNCHEN

Gründung: 1995
Geschäftsführung: Andrea und Frank Waldecker
weitere Mitarbeiter: Assistenz, freies Team aus Gastronomen, Betriebsleitern, Innenarchitekten und Künstlern
Projekte (Auswahl): „Luigi Tambosi“, München; „Weissbräu“, Köln; „DasMeisterstück“, Berlin

Wer heute ein gastronomisches Konzept dauerhaft im Markt platzieren will, der benötigt die professionelle Unterstützung eines Planers. Dessen ist sich Frank Waldecker vor dem Hintergrund seiner langen Branchenerfahrung sicher: „Gastronomie ist heute eine sehr komplexe Angelegenheit“, so seine Einschätzung. „Wer sein Konzept gründlich durchstudiert und sich zusätzlich die Expertise von außen holt, erhöht sprunghaft seine Erfolgchancen. Alle Fehler und Erfahrungen sind schon gemacht

„Eine gute Lage ist der beste Garant für jedwedes Konzept. Hier haben wir es mit langen Zyklen zu tun, Standortveränderungen kommen nicht holterdiepolter.“

Frank Waldecker

worden!“ Zusammen mit seiner Frau Andrea entwickelt Waldecker seit fast 20 Jahren gastronomische Konzepte. Zuvor war der gelernte Hotelier viele Jahre selbst operativ als Gastronom tätig, in den frühen 1980er Jahren etwa in der „Spaghetti Factory“ in Seattle, USA. Auslandserfahrung, die er 1983 mit der Leitung der „Old Spaghetti Factory“ in Hamburg nach Deutschland brachte. Die Kernklientel

der Investitionsprojekte des „Thementeam“ sind Brauereien. Diverse Konzepte mit Bier-Schwerpunkt wurden realisiert, zuletzt das mit dem FIZZ Award 2012 ausgezeichnete „DasMeisterstück“ in Berlin.

Je nach Projekt holt sich das Thementeam-Duo Gastronomen und Betriebsleiter aus der Praxis, Innenarchitekten oder auch Künstler (zum Beispiel einen Kirchenmaler) hinzu. Zwei „Baukasten-Systeme“ bietet das Thementeam für seine Kunden an: Im „Baukasten-System 1“ werden drei Konzeptideen erarbeitet – die vom Kunden favorisierte Idee wird dann durchgeplant, berechnet, visualisiert und schließlich präsentiert. „Baukasten-System 2“ umfasst die Detailplanung des Konzepts, die Bauleitung und -durchführung, ein Teamtraining, Marketing- und PR-Maßnahmen sowie Eröffnungsbegleitung. Ist der Betrieb einige Zeit am Netz, dann werden die Abläufe überprüft und gegebenenfalls Nachfass-Maßnahmen ergriffen.

www.thementeam.de



Tim Plasse, Alan Ogden und Sandro Ciani von ButterButter

BUTTERBUTTER, ESCHBORN

Gründung: 2010
Geschäftsführung: Tim Plasse, Alan Ogden, Sandro Ciani
Mitarbeiter: Netzwerk aus Dienstleistern, Coaches und Beratern
Projekte (Auswahl): „Vipho“, „Sonamu“, „Sullivan“, alle Frankfurt

Dieses Trio ist fest verwurzelt in der gastronomischen Praxis: Tim Plasse, Alan Ogden und Sandro Ciani kennt man in der Branche vor allem als Macher eigener Konzepte – gemeinsam betreiben sie das Frankfurter „VaiVai“, Tim Plasse darüber hinaus u.a. das „Sullivan“ in Manhattan-City und zusammen mit Patrick Rüter das „Hausmann's“ im Sicherheitsbereich des Flughafens Rhein-Main. Eigentlich hätten sie mit ihrem operativen Gastro-Tagesgeschäft genug zu tun. Doch ihre „hands on“-Expertise war zunehmend gefragt: „Immer wieder sprachen uns Gastronomen aus unserem Bekanntenkreis an, ob wir uns nicht mal ihre Zahlen anschauen oder ihnen bei einem Problem weiterhelfen können“, berichtet Sandro Ciani. Gefragt, getan – und nachdem sie gar eine Trendtour für einen Kunden nach London durchgeführt hatten, stand fest: „Das machen wir jetzt als Firma“, so Ciani.

Sich in der Welt umzuschauen und Inspirationen mitzubringen, ist dabei weiterhin essentiell: Mit den Machern des „Vipho“ etwa reiste Alan Ogden nach Vietnam und entdeckte in einer Gasse einen kleinen Handwerksbetrieb, dessen handgefertigte Porzellschalen nun im „Vipho“ zum Einsatz kommen. Individueller geht es kaum. Konzept, Gestaltung und operatives Management in der Startphase sind Tim Plasses Expertisen, Alan Ogden ist der Mann für Food und Beverage, Sandro Ciani schult und trainiert das Mitarbeiter-Team. Regelmäßig arbeiten sie auch mit Coach und Trainer Jean-Georges Ploner zusammen, der das Experten-Netzwerk „Global F&B Heroes“ (s. Interview FIZZ 4/2013) aufgebaut hat. Neben Neukonzepten sind auch Bestandslocations Teil des Kundenkreises. Hier wird in der Regel zunächst ein „mystery check“ vorgenommen, mit dem die aktuelle Verfassung des gastronomischen Betriebs überprüft wird. Es folgt ein intensives „hands-on training“ mit den Mitarbeitern – Abläufe in Service und Küche werden auf Vordermann gebracht. Im Nachgang sichert ein „Checkup“, dass diese Abläufe verinnerlicht wurden.

<http://webpage.butterbutter.net>

*„Der Kunde muss sein
 Konzept in einem Satz
 beschreiben können.*

*Und dabei vor allem, was
 es zu essen und zu
 trinken gibt.“*

Sandro Ciani

Tipps für die Berater-Nutzung

Wann sollten Sie einen Berater konsultieren?

Überprüfen Sie Ihr Konzept: Hat es Schwächen und Risiken? Sind Ansätze noch nicht durchdacht genug? Haben Sie Kompetenz-Defizite, zum Beispiel in der Wirtschaftlichkeitsplanung oder in der Gestaltung des Prozessablaufs? Fehlt das „gewisse Etwas“ oder wirkt alles gar zu perfekt?

Was sollten Sie zum Erstgespräch mitbringen?

Reichen Sie vorab Ihr Konzept (z.B. Kurzbeschreibung, Businessplan) ein. Das Erstgespräch ist in der Regel gratis. Sammeln Sie Fragen (siehe obige Punkte), die Sie dem Berater stellen. Seien Sie offen für Kritik und Verbesserungsansätze.

Was leistet der Berater für Sie?

Das ist projekt- und vertragsabhängig und reicht von einer Machbarkeitsanalyse bis zur Full-Service-Leistung von Grundkonzept bis Eröffnungsbegleitung. Auch „Schulterblick-Termine“ für den laufenden Betrieb sind vereinbar, das nutzen viele erfolgreiche Longseller-Betriebe.

Was kostet ein Berater?

Ein üblicher Tagessatz liegt zwischen 750 und 1.000 Euro. Bei längeren Projektlaufzeiten werden Pauschalbeträge für Leistungsmodul vereinbart, die auf den Tag herunter gerechnet niedriger liegen. Beratungshonorare werden in die Gesamtkostenkalkulation hinein budgetiert.

Lohnt sich die Investition für mich?

Ja, weil Fehler vermieden und die Risiken eines Misserfolgs deutlich minimiert werden – unabhängig von Größe und Gesamtvolumen des Gastro-Konzepts. Es gibt Zuschüsse, Darlehen und andere Finanzierungshilfen auch für die Beratung. Infos dazu hat der Berater.



v.l.: Andreas Müller, Norbert Honsel und Thomas Bettcher

Soda, Bochum

Gründung: 1993
Geschäftsführer: Andreas Müller
Mitarbeiter: 25
Projekte (Auswahl): „Wursterei“, Berlin; „LeBuffet“, div. Städte; „Anadolu“, Flughafen Düsseldorf

Soda aus Bochum entwickelt Gesamt-Gastronomiekonzepte, von der ersten Idee bis zur Umsetzung. „Wir schaffen die Räume, entwickeln die

Sortimente und begleiten die Kommunikation“, erklärt Thomas Bettcher, der die wirtschaftliche Planung leitet. Architektur, Design, Ökonomie und Recht sind die zentralen Expertisen von Soda. Seit einiger Zeit werden zudem auch Servicetrainings angeboten. In der Regel, so Bettchers Erfahrung, haben die Kunden zwar noch kein präzises Bild ihrer Gastronomie vor Augen, sie bringen aber immer schon eine Idee mit oder haben ein Vorbild. „Wir kümmern uns um die Verfeinerung, machen es konkret und schließlich im Raum erfahrbar“, so Bettcher.

Welches Leistungsversprechen hat das Konzept? Welche Charaktereigenschaften? Welchen Eindruck vermittelt der Raum? Welche Farben, Formen und Materialien sollen zum Einsatz kommen? Mithilfe von „Moods“ – das können Gastronomiebilder sein, aber zum Beispiel auch Naturaufnahmen, die bestimmte Emotionen und Eindrücke indizieren, nähern sich Soda und sein Kunde dieser Fragestellungen auf optischem Wege. Der Abstimmungsprozess mündet dann in die Gestaltung von Renderings, in denen das reale Gastronomiebild vorweg genommen wird. Die Größe des Projekts spielt keine Rolle – vom trendigen Imbiss-Konzept bis zu Großprojekten wie Kongresshallen gelte stets, so Bettcher: „Es muss in der Gastronomie immer gut aussehen, es muss immer gut schmecken und es muss immer wirtschaftlich sein.“ Mit der Expertise eines Planungsbüros sei die Kostenstruktur des Projekts in seiner Gesamtheit viel besser optimierbar. Bettcher: „Allein durch vernünftig gemachte Ausschreibungen lassen sich viele Kosten einsparen.“

„Wir wollen, dass sich der Kunde dabei an uns reibt. Als Berater fungieren wir auch als sein Sparringspartner.“

Tom Bettcher

www.sodanet.de



Alfredo
ESPRESSO

Leidenschaft trifft Lebensfreude.

Freunde treffen, das Leben genießen und dazu der Duft von feinstem Espresso. Entdecken Sie mit ALFREDO ESPRESSO Leidenschaft und Lebensfreude in ihrer intensivsten Form. In sieben Varianten bietet ALFREDO ESPRESSO für jede Gelegenheit den passenden Genuss. Endlich hat der Geschmack von Lebensfreude einen Namen – ALFREDO ESPRESSO.

www.darboven.com

