



La Terrasse Restaurant Oliva



auch 'La Terrasse' heißt – und ist nur über eine Rolltreppe erreichbar. Tische und Stühle stehen von unten gut sichtbar direkt hinter der gläsernen Balustrade, sollen neugierig machen und die potenziellen Gäste 'hochziehen.' Ein fünftes Landside-Outlet befindet sich mit der 'Arrival Bar' in der Ankunftsebene, drei weitere Bars liegen im nicht-öffentlichen Airside-Bereich. Während Restair in Stuttgart selbst investierte, ging am Hamburger Airport – der als der

FOODSERVICE
SEPT 05

fünftgrößte Deutschlands gilt – ein Betreibermodell an den Start.

Das Design (in Zusammenarbeit mit 'Soda Beratungsgesellschaft', Bochum) besticht durch einen leicht-lockeren Materialmix: Farbige Mosaikfliesen inkl. des jeweiligen Logos (Mercato: Mohnblume, Oliva: Oliven-, Alfredo: Kaffeebohnen-, Vino Bar: Getreidezweig) treffen auf dunkles Akazienholz und unpolierten Granit- bzw. Natursteinboden. Unkompliziert und ansprechend, dabei wertig und warm. „Wir haben

Das Design besticht durch einen leicht-lockeren Materialmix: Farbige Mosaikfliesen treffen auf dunkles Akazienholz und unpolierten Granit.

mit dem Flughafen ein individuelles Konzept umgesetzt, dieses Food Court-Modell ist auch für uns bislang einmalig“, erklärt Emiel Hondelink, General Manager für Restair am Hamburg-Airport. 'Mediterran' weil 'urlaubsstimmig' ist die Ausrichtung – vom F&B-Angebot bis zur Wortwahl (Oliva, Alfredo, Mercato...). Aus gutem Grund: Im Terminal 1 dominieren – im Gegensatz zum Terminal 2 (wo seit Nov. '04 die Gastronomie in Mövenpick-Händen liegt, vor-

Wok und weg

Mit 'mediterranean Anstrich' präsentiert sich die Gastronomie im neu erbauten Terminal 1. Betreiber ist die belgische Firma Restair. Die Fläche des neuen Food Courts in Hamburg beträgt ca. 2.000 qm und teilt sich auf in die vier Restair-Outlets 'Restaurant Mercato', – ein Marktkonzept mit Selbstbedienung, 'La Terrasse Restaurant Oliva' – gehobene bediente Gastronomie, die Kaffeebar 'Alfredo' und eine 'Vino Bar' (Wein & Bier). Dazwischen sind Reisebüros angesiedelt, die mit ihren zahlreichen Buchungs- und Last Minute-Angeboten (Stichwort 'Mixed concept') Urlaubsstimmung erzeugen und auch die Gastronomie beleben. Dies alles befindet sich auf der obersten Ebene, der Außenterrasse mit Rollfeld-Blick vorgelagert – weswegen der obere Gesamtbereich inkl. der vier Outlets mit ca. 430 Sitzplätzen

Seit Mai am Start, sind die ersten 100 Tage 'Bewährungsprobe' überstanden: Der von Restair – Tochter der belgischen Carestel Holding – betriebene Food Court im Terminal 1 am Hamburg Airport ist quasi 'on air'. Die gesamte Terminal-1-Gastronomie – airside wie landside – und damit acht Outlets werden von Restair gemanagt. Erste Erfahrungswerte sprechen für das sehr offen & mediterran gestaltete 'Mixed concept', dessen Zugpferd das Marktkonzept 'Mercato' ist.



her Wöllhaff) die 'Urlaubsflieger' bzw. Low Cost Carrier. „Der Flughafen wollte keine Systemgastronomie im klassischen Sinne, sondern ein hochwertiges, individuelles Konzept“, so Hondelink. Ziel in der Gastronomie ist es, die Besucher durch Qualität, Vielfalt und Genuss zu überzeugen und damit die Non-Aviation-Erlöse zu steigern.

Das Mercato ist von 4 Uhr früh bis max. 23 Uhr geöffnet, die Öffnungszeiten werden aber je nach Flugaufkommen variabel gehandhabt. „Frühstück ist ein ganz starkes Geschäft, wir produzieren dafür ab 23 Uhr“, so Hondelink. Preisbeispiele: Croissant 1,60 €, Latte Macchiato 3,10 €, Frühstück Intercontinental 12,50 €. Ganz nach der Devise 'Der Urlaub beginnt am Airport' gönnt man sich was – v.a., wenn 'man' zur Gruppe der Singles oder 'Dinks' (Double Income no Kids) gehört, weiß Hondelink. Schulferienzeiten machen sich umsatztechnisch wenig bemerkbar. Familien packen eher das mitgebrachte Butterbrot auf der Rollfeld-Terrasse aus (hier kein gastronomischer Verzehrzwang). „Da können wir aber mit einem Eis- oder Kaltgetränke-Stand präsent sein, das zieht dann doch“, schmunzelt der Holländer.

Und außerdem: An der Produktpräsentation der diversen Outlets – speziell Mercato & Kaffeebar (Kaffeeduft!) – kommt keiner vorbei, der auf

HH-Airport Terminal 1

Eröffnung	Mai 2005
Outlets	Restaurant Mercato (Marktkonzept, Selfservice) La Terrasse Restaurant Oliva (bedient) Alfredo Bar (Kaffee und Eis) Vino Bar Arrival Bar + 3 Airside-Bars
Größe	gesamter Food Court 'La Terrasse' (landside) 430 Sitzplätze, ca. 2.000 qm
ÖZ	4 - max. 23 Uhr (variabel)
Frequenz	5.000 Bons/Tag
Bestseller	Mercato: Asia-Wok (9,90 €), belegte Baguettes (3,80 €), Oliva: Express Menü (17,50 €), Alfredo: Kaffeespezialitäten, Vino Bar: Bier, Airside-Bars: div. Beverages
Umsatz '06	6-7 Mio. € (geschätzt)

die Terrasse will. Womit wir beim Herzstück-1x1 der Verkehrs-gastronomie wären: „Die meisten Leute gehen nicht zum Airport, um hier zu essen oder zu trinken. Das stellt besondere Anforderungen an uns: Die Produktpräsentation muss mehr als stimmig sein, die Atmosphäre anregend, anziehend“, erklärt Hondelink, der zuvor u.a. für McDonald's und Tank & Rast arbeitete. Schließlich geht es darum, 'by the way' Kaffee(spezialitäten)durst oder Wok-Gelüste zu erzeugen, die beim 'Durchlauf-Gast' über aromatische Düfte und ansprechende Optik in wenigen Sekunden stimuliert werden sollen. Die Büffet-Marktstände im Mercato sind daher auffallend niedrig: Draufgucken bzw. extrem offene Präsentation heißt die Devise, die in ihrer Üppigkeit dem Marktcharakter entspricht. Und als Appetitanreger dient, sofern alles von A-Z 'anmacht'.

Apropos Wok: Im Mercato an der Front-Cooking-Theke mit den großen Pfannen brummt es. Bleibt die Wahl zwischen asiatischem (9,90 €) oder italienischem (8,90 €) Wok bzw. jeweils drei dazugehörigen Geschmacksrichtungen. Ganz nach Geschmack wählt der Wok-willige Gast die Innenfarbe der Schale – beim 'Italian Wok' z.B. rot für Tomatensauce, grün für Pesto oder beige für Bolognese. „Die Wok-Nachfrage schlägt alle Rekorde, weswegen wir die Station jetzt vergrößern“, erklärt Hondelink. Wie erklärt er sich das? „Wok liegt voll im Trend, und es ist ein leichtes Essen, das beim Flug nicht schwer im Magen liegt.“ 60:40 beträgt das F:B-Verhältnis im Mercato (sonst mit 30:70 sehr Beverage-lastig, da v.a.

beer Mehr als eine Marke



Culinario. Szenenwechsel.

Beer Grill GmbH • Körnerstrasse 14a • D-79539 Lörrach
Telefon 07161 659 876 • Telefax 07161 659 879
info@beergrill.com • www.beergrill.com

Standorte

Bars). Ganze 70 % gehen beim Food-Verkauf im Mercato auf das Wok-Konto, obwohl es auch eine Grill-Station, ein Salatbuffet (mariniert o. roh), belegte Baguettes (Abverkauf: durchschnittlich 900/Tag à 3,80 €), Suppe, Kuchen, Desserts und Obst gibt. Bei den Beverages sind die Kaffeespezialitäten absolute Frontrunner. Das Mercato als größtes Outlet, offener 'Marktplatz' und Zugpferd, spricht 80 % des Publikums an, schätzt Hondelink. Als 'Clou' zahlen Kinder bis 12 Jahre hier wie im Oliva 5 Cent pro cm Körpergröße. Auch bei den Mitarbeitern des Hamburg Airport kommt das vielfältige Gastronomieangebot gut an; die Flughafenangestellten machen 7-10 % des Mercato-Publikums aus. Noch ausbaufähig ist das Abendgeschäft, u.a. mit Veranstaltungen wie Betriebsfesten. Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer ist mit 2-3 Stunden relativ lang; in Zeiten von aufwändigen Security Checks oder Überbuchungen wird durch ein 'early check-in'



Mercato-Marktkonzept

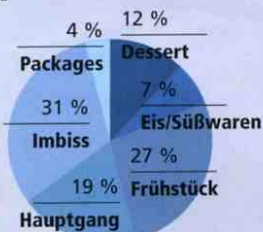
auf Nummer sicher gegangen, und die verbleibende Zeit bis zum Boarding will überbrückt werden. Aber auf die Devise 'An uns kommt hier ohnehin keiner vorbei, wir sind flächendeckend vertreten' wird bei

Restair nicht gesetzt: „Der Gast schaut heute ganz genau hin, muss überzeugt werden, will vernünftige Preise, Value for Money und v.a. freie Auswahl, nichts Oktroyiertes.“ Wenn eine Jungesellengruppe zum Ballermann-Abflug ansetzt, fließt das Bier (0,3 l zu 3,10 €) in der 'Vino Bar' schon mal in Strömen. Am umsatzstärksten ist das Wochenende, v.a. der Sonntag; viele Abflüge und viele Wochenend-Ausflügler auf der Terrasse.

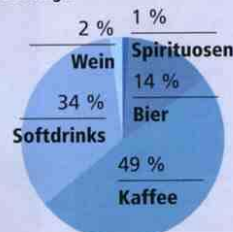
Apropos Terrasse: Ca. ein Fünftel des 350 Sitzplätze bietenden 'Balkons mit Rollfeld-Blick', abgetrennt durch Grünpflanzen, ist den Oliva-Gästen vorbehalten. Das Restaurant mit 88 Innenplätzen bietet diverse Menüs (z.B. Wellness Menü 24 € oder der Bestseller, das Express Menü 'All you can eat' vom Antipasti- und Dessertbuffet für 17,50 €). Ein Latte Macchiato kostet wie in

Restair Sales am Hamburg Airport*

- Food -



- Beverages -



*alle Outlets (air- & landside), erste 60 Tage nach Opening

Die neue Dimension:



Besuchen Sie uns auf der SÜFFA in Stuttgart, vom 2.-4.10.2005, Messegelände, Halle 12.0.200. Oder auf der SÜDBACK in Stuttgart, vom 15.-19.10.2005, Messegelände, Halle 5.0.406 und der GÄSTE + SACHSENBACK in Leipzig, vom 30.10.-2.11.2005, Messegelände, Halle 2 Stand G 10.



der Alfredo-Bar nebenan 3,10 € – wer will, köpft im Oliva aber auch eine Flasche Champagner für 69 €. Das Publikum ist dabei durchweg heterogen, d.h. der Businessman mit Laptop lässt sich nicht nur hier, sondern auch vorm Mercato nieder – die Übergänge sind fließend. „Die Wertigkeit fällt von Outlet zu Outlet nicht ab, es gibt eine einheitliche Gestaltungslinie, das ist entscheidend für den Gast“, erklärt Hondelink. Für geschäftliche Besprechungen wird jedoch dem abgegrenzteren Oliva der Vorzug gegeben.

Vollzeit gerechnet sind inklusive Management 105 Mitarbeiter im Einsatz. „Von März bis Mai mussten wir ein komplett neues Team aufstellen, inklusive Sicherheitscheck wegen Airside-Einsatzes, denn bei uns rotiert jeder Mitarbeiter.“ Dank enger Zusammenarbeit mit dem Arbeitsamt

wurde der Zeitplan eingehalten. Was auffällt: akzentfreies Englisch auf Mitarbeiterseite allerorten – so soll es sein an einem Airport. 2008 sollen die überfällige S-Bahn-Anbindung fertig und das Terminal 3 als ‘Shopping Plaza’ inklusive Gastronomie realisiert sein. 2004 verzeichnete der Hamburg Airport knapp unter 10 Mio. Passagiere; die neuen Terminals 1+2 sind zusammen für 15 Mio. Passagiere ausgelegt. „Das Prinzip ist einfach: Der Flughafen bringt die Passagiere und wir erhöhen die Aufenthaltsqualität und -dauer“, bringt der 35-Jährige es auf den Punkt. Die Arbeitsverträge der Mitarbeiter sind bewusst bedarfsorientiert angelegt: Sie arbeiten durchschnittlich 173 Stunden/Monat – mal mehr, mal weniger.

In den Airside-Bars gibt es eine breite Beverage-Range, Snacks und Sandwiches – Take-away-tauglich, schließlich ist ‘F&B for free’ bei den Low Cost Carriern selten. In allen Outlets insgesamt werden täglich 1.200 belegte Baguettes à 3,90 € verkauft (Bestseller: Schinken und Käse). „Wir beliefern von unserer zentralen Mercato-Produktion aus jedes Outlet, der Weg bis zu den Bars beträgt maximal 15 Minuten“, erklärt Operations Manager Birte Burwitz.

Und wie steht’s mit innereuropäischen bzw. innerdeutschen Geschmacksvorlieben? „Wo in Stuttgart die Spätzle nicht fehlen dürfen, müssen es in Hamburg Bratkartoffeln sein. Und mir ist aufgefallen, dass der deutsche Gast sich zum Kaffee gern mal ein Glas Champagner gönnt – in Brüssel eine eher seltene Bestellung“, schmunzelt Hondelink. SC



„Der Gast schaut heute ganz genau hin, muss überzeugt werden.“ Emiel Hondelink, General Manager für Restair am Hamburg Airport, war vorher u.a. bei McDonald’s und Tank & Rast.

Restair: Background

Restair NV ist eine Tochter der belgischen Carestel NV Holding (www.carestel.be), die als Catering-Gruppe neben der Airport- mit Carestel Motorway Services auch in der Autobahngastronomie aktiv ist, letzteres v.a. in Belgien und Luxemburg. Vom dritten Standbein Lunch Garden Restaurants trennte man sich im Mai 2004. 1977 von der Familie Van Milders als Autobahn-Gaststätte gegründet, ist die Aktiengesellschaft seit 1999 in Belgien börsennotiert. 2004 belief sich der Umsatz der Gruppe, die heute ca. 1.100 Mitarbeiter beschäftigt, auf 159,6 Mio. €. Im Gegensatz zum Autobahn-Catering, aus dem man sich 2004 in Schweden und Dänemark zurückzog, konnte die Airport-Aktivität ausgebaut werden. Mitte 2004 belief sich der Turnover auf über 19 Mio. € – ein Plus von 10,5 % im Vergleich zum Vorjahr.

Restair, 1993 mit Übernahme der gesamten Gastronomie am Brüsseler Airport als neue Business-Unit gegründet, ist in Deutschland neben Hamburg seit April 2004 am Flughafen Stuttgart aktiv (Vertragslaufzeit 15 Jahre), an beiden Flughäfen mit jeweils acht gastronomischen Outlets. Weitere Standorte sind neben Brüssel als größte Einheit mit 32 Outlets auch Airports in Arlanda/Schweden, Aarhus/Dänemark, London-City/GB sowie Le Touquet, Lille, Nizza und Tarbes in Frankreich. www.restair.be

Ab Oktober 2005!

winterhalter



► Weitere Informationen unter www.dieneuedimension.de