

„Es gibt einen einzigen Grund: DASS ES GUT WIRD“

Interview mit Martin Frühauf, Eigentümer des Catering-Unternehmens „Frühauf Genuss“, das von Bayern bis Hamburg 13 Nobelkantinen betreibt und auch im Eventcatering erfolgreich ist. Täglich werden mit 150 Mitarbeitern 4500 Essen gekocht.

HGV PRAXIS: Herr Frühauf, Sie betreiben 13 Betriebsrestaurants mit hundert Essen täglich im kleinsten und eintausend Essen täglich im größten Business Restaurant. Sind Sie nun ein GV-Unternehmer oder ein Caterer, wie würden Sie sich, wie würden Sie Ihr Unternehmen beschreiben?

Martin Frühauf: Also, in erster Linie verstehen wir uns als Gastgeber – egal ob es sich um eine private Feier, ein Firmen-Event oder eben um die Mitarbeiterverpflegung handelt. Ein guter Gastgeber macht keinen Unterschied zwischen den Gästen, er will allen eine schöne Zeit verschaffen – natürlich innerhalb des jeweiligen Rahmens, aber immer mit dem leidenschaftlichen Ziel, ihnen etwas Gutes zu tun.

Sie gewinnen Ihre Kunden meistens über Ausschreibungsverfahren. Was machen Sie anders im Vergleich zu anderen Caterern, um nicht zu sagen: zu den „üblichen Verdächtigen“?

Frühauf: Nun, ich gehe davon aus, dass die Entscheider wissen, was sie wollen, und beurteilen können, welcher Dienstleister dem entspricht. Frühauf Genuss steht prinzipiell für gehobene Business Restaurants – mit der entsprechenden Frische, Qualität, Auswahl und Abwechslung. Und wir stehen für klare Werte: Wir sind Gastgeber aus Leidenschaft, wir bemühen uns um langfristige, konstruktive Zusammenarbeit.

In den allermeisten Fällen – zumindest in Österreich ist das so – ist der Preis pro Essen oder der Zuschuss pro Mahlzeit für den Arbeitgeber der entscheidende Punkt über das Wohl und Wehe der Betriebsverpflegung. Nun lassen Sie den Preis explizit außen vor bei Verhandlungen. Wie gelingt es Ihnen dennoch, zu reüssieren? Sie können doch das Preisargument nicht außer Kraft setzen.

Frühauf: Natürlich müssen auch wir kalkulieren, aber wie gesagt: Wir stehen für ein bestimmtes Niveau, hier geht es weniger preis-



Gastgeber aus Leidenschaft und Qualitätsfreak aus Prinzip: Catering-Unternehmer Martin Frühauf.



Martin Frühauf leitet das Unternehmen mit seiner Gattin Tanja.

sensibel zu. Es zählen andere Faktoren: Viele Unternehmen haben erkannt, dass es nicht um möglichst effizientes „Abfüttern“ geht. Sie haben verstanden, was Recreation Management bewirken kann – mit erheblichen Effekten für das ganze Unternehmen. Sie wissen um den Nutzen eines Ortes, der als geschützter sozialer Raum für Erholung, Lebensqualität und gute Laune sorgt, um den Wert eines „Wohnzimmers“, in dem sich die Mitarbeiter offen und entspannt begegnen können. Der Wert besteht darin, dass sich die Menschen wohlfühlen, sich identifizieren können. Sie tauschen sich aus, sie entdecken neue Perspektiven, sie schaffen die Basis für neue Ideen. Und das ist in Zeiten von Wissensgesellschaft und Innovationswettbewerb essentiell! Mit unseren Business Restaurants schaffen wir solche Räume – und natürlich setzt das einiges voraus: gutes Essen, angenehmes Ambiente, einen Service, der den Namen verdient. Außerdem: Abwechslung, Vielfalt, Erlebnisse! Es braucht eine Atmosphäre, die rundum positiv besetzt ist, eine Wohlfühl-Atmosphäre, auf die sich die Menschen Tag für Tag freuen. Das gibt es nicht umsonst. Aber weil die Entscheider wissen, wie viel das bringt, stehen die Preisüberlegungen in einem anderen Zusammenhang: Es geht nicht um möglichst geringe Kosten. Es geht um effektive Investitionen in die Zukunft, es geht – ganz rational, aber mit erfreulichen sozialen Begleiterscheinungen – um Einsatz und Rendite!

Aber auch für Sie gelten die Gesetze des Marktes. Wenn der durchschnittliche Wareneinsatz zwei Euro kostet und der Verkaufspreis fünf Euro für eine Mahlzeit, wie kalkulieren Sie dann?

Frühauf: Zu Fragen der Kalkulation möchte ich mich hier nicht weiter äußern. Nur so viel: Bei uns stimmt die Kalkulation. Die Zuschussungen und Aufschlagsregelungen werden vertraglich ausgehandelt, und das heißt: Es wird im gegenseitigen Einvernehmen die für alle optimale Lösung gesucht und gefunden.

Bei Ihrem neuesten Projekt in München, einem Businesspark, wollen Sie Kalbsbries, Gänsestopfleber und frische Austern ins Angebot aufnehmen. Wie rechnen Sie da, bzw. womit müssen die Gäste rechnen?

Frühauf: Es gibt nun mal unterschiedliche Gästekreise – wenn bestimmte Kunden bestimmte Spezialitäten wollen – warum denn nicht?! Als gute Gastgeber gehen wir auf die Gäste ein, das ist doch selbstverständlich! Deshalb sprechen wir sie ja auch direkt an und holen uns Feedback – und was wir da erfahren, setzen wir auch um, sonst wär's doch für die Katz! Völlig klar: Austern sind etwas anderes als Pommes frites. Aber den einen sind die Austern eben etwas wert – und den Verantwortlichen ist es ebenfalls etwas wert, dass die Mitarbeiter zufrieden sind. Darum geht es doch: keine isolierte Kostenbetrachtung, sondern eine Input-Output-Analyse ... Schauen Sie sich doch die ganz Großen an, Google, Facebook, was da geboten wird, weit über die Verpflegung hinaus – das ist ja teilweise unfassbar! Die denken viel weiter – und der Erfolg gibt ihnen recht!

Und wie viele Portionen wollen Sie da pro Tag verkaufen?

Frühauf: Das kommt allein auf die Gäste an: Kann sein, dass ein Angebot weniger zieht, oder es kann auch anders kommen. Unsere

ES GEHT NICHT UM MÖGLICHST EFFIZIENTES „ABFÜTTERN“

Betriebsleiter und wir als Geschäftsführung orientieren uns grundsätzlich am Kunden. Dafür haben wir auch die Instrumente: In speziellen Themen- und Aktionswochen führen wir neue Angebote ein, dann sieht man, was sich tut. Es gibt zahlreiche Möglichkeiten zur direkten Mitbestimmung, und natürlich suchen wir auch vor Ort das Gespräch. Gerade führen wir außerdem eine Smartphone-App ein, mit Feedback- und Voting-Funktionen, damit die Gäste uns noch bequemer sagen können, was sie wollen.

Wie sind Sie eigentlich zu Ihrem ersten Betriebsrestaurant gekommen?

Frühauf: Wie so häufig war es eine Mischung aus Zufall, Offenheit und Dynamik: Ein Freund, Geschäftsführer einer Leasinggesellschaft, baut ein neues Firmengebäude. Mit Betriebsrestaurant. Als vorausblickender Manager – und da haben wir es wieder! – betrachtet er die Kosten nicht quantitativ, sondern qualitativ: Wie mache ich insgesamt das Beste daraus? Deshalb bittet er mich um eine Einschätzung zur Küchenplanung. Die kriegt er zu hören – mit der naheliegenden Konsequenz, dass er auch hören will, wie ich es denn besser machen würde. Tja, und irgendwann bin ich so tief in der Planung drin, dass ich sage: Wenn ich diese Küche plane, dann will ich da auch kochen. Und wenn ich koche,

DAS ESSEN SOLLTE NICHT ALS ISOLIERTER KOSTENFAKTOR GESEHEN WERDEN

will ich gut kochen. Das Entscheidende war, dass sich da die Richtigen getroffen haben: Als leidenschaftlicher Vertreter der „Gastgeberfraktion“ wollte ich mich natürlich von Anfang an vom grauen Kantinen-Einerlei absetzen. Und mein Freund hat von Anfang an erkannt, welche positiven Effekte das auf die Unternehmenskultur haben würde – und das vor bald 20 Jahren, als das Industriegulasch aus der Großkonserve überall noch gang und gäbe war!

Und auf diese Weise haben Sie ein Reich von 13 Betriebsrestaurants, 150 Mitarbeitern und täglich 4500 Essen aufgebaut?

Frühauf: Wir versuchen eben, Chancen zu nutzen, wenn sie sich ergeben, bleiben unseren Werten aber immer treu. Ganz offensichtlich gibt es Unternehmen, die mit diesen Werten übereinstimmen und die sich genau so einen Dienstleister wünschen. Weil sie ja auch wissen, was sie davon haben – siehe: Investition in die Zukunft ...

Ist das der künftige Weg in der GV, dass die Betriebsverpflegung grundsätzlich nur

mehr ausgeschrieben wird und sich selbstständige, professionelle Anbieter darum bewerben?

Frühauf: Es ist auf jeden Fall kein schlechter Weg: Professionelle Anbieter sind ja immerhin professionell und kennen sich aus – das hat doch einiges für sich. Außerdem sind professionelle Anbieter viel klarer in ihrer Ausrichtung und ihrem speziellen Leistungsangebot.

Es spricht aber doch nicht unbedingt für die Wertschätzung eines Unternehmens seinen Mitarbeitern gegenüber – zumindest was die Betriebsverpflegung anbelangt. Es entsteht der Eindruck, als sei die GV ein lästiges Übel, das man outsourcen kann. Die Verantwortung wird einem Controller umgehängt, der nach Zahlen entscheidet, und damit hat es sich. Ist das so?

Frühauf: Diese Sichtweise kann ich gar nicht nachvollziehen: Ein gut geführtes Unternehmen entscheidet selbstverständlich nach Zahlen, sonst würde es ja kaum überleben. Aber ein gutes Unternehmen gewichtet die Zahlen eben auch richtig und kann des-



Martin Frühauf über seine Berufsauffassung: „Ich bin Koch und Gastgeber, ich weiß nur, dass die Leute noch immer gern gegessen und gefeiert haben ... ich glaube, dass Qualität, Ideen und Leidenschaft immer ihren Platz finden.“

Zur Person: Martin Frühauf hat Koch gelernt und verweist auf namhafte Gastronomie-Stationen. Darunter bei Hans-Peter Wodarz' Projekt „Pomp, Duck & Circumstance“, bei Ex-Wiesnwirt Sepp Krätz im Andechser am Dom sowie im Hippodrom und auch bei Feinkost Käfer. Frühauf war auch vier Jahre Leibkoch von Helmut Kohl im Bonner Kanzleramt. 1996 machte er sich in München mit einem Hotel-Restaurant selbstständig und führte es neun Jahre. Danach übernahm er den „Postillion“ am Tegernsee und wurde mit einem Michelin-Stern ausgezeichnet. 2005 eröffnete er bei ASL Leasing in Oberhaching das erste Betriebsrestaurant, das er noch heute führt. Frühauf betreibt auch die Betriebsrestaurants von „Schattdecor“ in Thansau bei Rosenheim sowie die Kantinen des Industriekonzerns „Jungheinrich“. Ende 2018 übernimmt er das Edelcatering im nagelneuen Businesspark „Newton“ in München, einem Projekt der „TÜV Süd“ mit 1000 Mitarbeitern.

halb langfristig sinnvolle Entscheidungen treffen. Fähige Manager drücken nicht immer nur die Kosten. Sie suchen, gerade angesichts der Entwicklungen in der Arbeitswelt, langfristig erfolgreiche Strategien für die Zukunft.

Und warum sollte ein externer Profi, der auf seinem Gebiet die Erfahrung, die Kompetenz und die Strukturen hat, dabei nicht die beste Lösung sein? Wenn ein modernes Unternehmen heute ein neues Mitarbeiterrestaurant bauen lässt, dann wird das Design doch auch nicht von irgendwem gemacht. Im Gegenteil, da sind internationale – und ganz sicher nicht niedrigpreisige – Agenturen am Zug. Und zwar aus einem einzigen Grund: dass es gut wird! Dass es seinen Zweck erfüllt und Nutzen bringt! Das Mitarbeiterrestaurant ist ein wichtiger Standortfaktor – da gibt ein vernünftiger Mensch doch nicht die Verantwortung ab. Nein: Er sucht sich die besten Partner, um das beste Ergebnis zu erzielen.

Ab wann werden Sie eigentlich mit einem Projekt konfrontiert? Werden Sie beispielsweise schon in die Planung miteinbezogen?

Frühauf: Leider werden wir meist erst dann gefragt, wenn die Planung schon steht. Und das ist natürlich schade: Unser erklärter Wunsch ist es, die Konzeption eines Restaurants von Anfang an zu begleiten – immerhin sind wir ja diejenigen, die mit den Strukturen dann umgehen müssen. Da fehlt leider bis heute noch bei vielen das Verständnis ...

Das ist natürlich alles andere als optimal.

Frühauf: Ja, man könnte in vielen Fällen Zeit, Geld und sonstige Ressourcen sparen, wenn man bei bestimmten Fragen von Beginn an auf den Caterer hören würde. Das ist auch erhellend im Zusammenhang mit Ihrer Frage nach dem Outsourcing – da sieht man doch: Nicht dass man externe Profis hinzuzieht, ist schlecht, sondern dass man deren Kompetenz nicht von Anfang an effektiv nützt.

Der Sitz Ihres Unternehmens ist am Tegernsee, die meisten Ihrer Betriebsrestaurants sind im Großraum München bis in die Nähe von Rosenheim und Ingolstadt. Aber auch in Hamburg catern Sie die Hauptzentrale von Jungheinrich. Wie geht das, bzw. wie viel reisen Sie?

Frühauf: Ach, ich glaub, das wollen Sie gar nicht so genau wissen ... dafür muss man schon geboren sein. Unsere Führungsriege, darunter auch meine Frau Tanja – wir alle sind schon extrem viel unterwegs. Und das Event Catering kommt ja noch dazu ... Aber so ist es halt: Man braucht Leidenschaft für den Job, und die haben wir alle bei Frühauf Genuss.

Was erwarten Sie in konjunktureller Hinsicht?

Frühauf: Ich bin Koch und Gastgeber, ich weiß nur, dass die Leute noch immer gern gegessen und gefeiert haben ... Aber im Ernst: Natürlich schlägt die Konjunktur auf die Gastronomie durch, aber ich glaube, dass Qualität, Ideen und Leidenschaft immer ihren Platz finden. Und was die Business Restaurants betrifft: Ich bin fest davon überzeugt, dass sich die Einsicht immer mehr durchsetzen wird: Dass es ein entscheidender Faktor ist, den Mitarbeitern etwas zu bieten, und dass ein Ort für Begegnung und Kommunikation, für Entspannung, Genuss und Lebensfreude dabei zu den absoluten Essentials gehört. Weil es sich langfristig auszahlt. Insofern: Ich sehe die Zukunft positiv!

Herr Frühauf, vielen Dank für das Gespräch.

-sax-

ES GEHT GANZ RATIONAL UM EINSATZ UND RENDITE

„JEDEN TAG DIE RICHTIGE ENTSCHEIDUNG!“



Täglich neue Herausforderungen. Mit meinem Team und dem **MKN FlexiChef** bin ich ihnen bestens gewachsen. Dank smarter Technologie gelingen alle Gerichte mit Sicherheit – und um die Reinigung kümmert er sich ganz alleine.

MKN FlexiChef

smart cooking. smart cleaning.

#mychoice
WWW.MKN.COM



High-End-Verpflegung steht bei Frühauf Genuss im Mittelpunkt.