



PIERRE NIERHAUS

CHURRASCARIA, AUGSBURG

Richtige Männer lieben Fleisch. Ein perfekt gegrilltes Steak ist für viele Männer das Genuss-Erlebnis schlechthin. Mit dem Trend zu Qualitätsfleisch erlebten deshalb auch die Steakhäuser in den letzten Jahren ein grandioses Revival. Sie befreiten sich von ihrem angestaubten Image und präsentieren sich als moderne Genusstempel, in denen das Produkt und seine fachmännische Zubereitung im Mittelpunkt stehen.

Um mit seinem Steakhouse-Konzept aufzufallen und sowohl das breite Publikum als auch Steak-Freaks mitzunehmen, muss man sich etwas einfallen lassen. In Augsburg gelang uns dies vor drei Jahren mit der Churrascaria. Die Churrascaria steht für südamerikanisches Flair und bestes Rindfleisch zubereitet nach „Gaucho Art“. Auf der Karte stehen auf dem Lavastein gegrillte Steaks als solide Basis des Geschäfts. Als Besonderheit gibt es zweimal in der Woche abends Rodizio: mit Fleisch vom Rind, Schwein, Huhn, Pute und Lamm bestückte Spieße, von denen die brasilianischen Grillmeister, die „Cortadores“, nach Wünschen der Gäste appetitlich große Stücke abschneiden. Der Ursprung des Rodizio geht zurück auf die Zeit, als Gauchos riesige Rinderherden über die Weiten der südamerikanischen Steppen trieben und abends am Lagerfeuer „Churrasco-Steaks“ an großen Spießen grillten.

In der Churrascaria wird die südamerikanische Grill-Tradition gepflegt und gelebt. Seine Leidenschaft für Steaks und sein Faible für Südamerika brachten Boban Ilc auf

die Idee zur Churrascaria. Ein Ansatz mit Potenzial, den er mit meiner Unterstützung entwickelte und mit dem ihm in Augsburg eine Punktlandung gelang. Die Gaucho-Story wird von dem Designkonzept markant und doch gemütlich umgesetzt. Es verbindet urbanes Flair mit modern interpretierten südamerikanischen Elementen. Auch das Corporate Design pflegt das Südamerika-Flair und spielt mit Gaucho-Elementen. Außer beim wertigen Design wurde auch bewusst in Technik investiert. Ein großer original Rodizio-Grill sorgt dafür, dass auch bei großem Gästeandrang alles zügig und auf den Punkt gegrillt zu den Gästen kommt. Das Fleisch wird direkt vom Spieß auf den Teller geschnitten, so viel man möchte, dazu eine große Auswahl an Beilagen.

An den Standort angepasst, zielt das Konzept bewusst auf ein breites Publikum. Man setzt auf hervorragende Fleischqualitäten und positioniert sich im mittleren bis gehobenen Preissegment. Das Top-Segment bleibt außen vor. Aufgrund der Lage wird auf das Mittagsgeschäft verzichtet.

Die Ausnahme ist der Donnerstagmorgen, für den gezielt Geschäftsleute und Stammgäste angesprochen werden. Die restlichen Tage konzentriert man sich auf den Abend und gestaltet dafür den Sonntag als Familientag, an dem die ganze Familie sich den All-you-can-eat-Rodizio-Spaß zum Sonderpreis erlauben kann.

Das sorgt für Belegung an einem üblicherweise schwachen Tag und bringt das Lokal immer wieder ins Gespräch.



ERFOLGSFAKTOREN

- Hervorragende Fleischqualitäten
- Kombination aus Steak und Rodizio
- Storytelling rund um Südamerika
- Konzept, Design und Corporate Design aus einem Guss
- Konsequenter Verzicht auf Tagesöffnungszeiten



PIERRE NIERHAUS ist der Innovations- und Veränderungsspezialist für die Hospitality-Industrie und Dienstleistungsbranche mit langjähriger Erfahrung als Gastronomieunternehmer, Trendexperte und Konzeptberater. Regelmäßig veranstaltet er Trendtouren für Hospitality-Profis. Die nächste Gastroexpedition: Shanghai | 12. 11. 2015 – 15. 11. 2015 www.nierhaus.com