PIERRE NIERHAUS

FIGLMÜLLER, WIEN

Was für München das Hofbräuhaus, ist für Wien Figlmüller. Kein Tourist kommt an der „Heimat des Schnitzels" vorbei, die gleich hinter dem Stephansdom zu finden ist. In der gemütlichen Gaststube mit typisch Wiener Charme findet man zu jeder Tageszeit neben dem lokalen Publikum Gäste aus aller Herren Länder, die in Entzücken über die hauchdünnen, weit über den Tellerrand hinausragenden Schnitzel geraten. Das Figlmüller-Schnitzel ist ein Markenzeichen und hat sich seit seiner Geburtsstunde im Jahr 1905 nicht verändert. Es ist ein bisschen größer, ein bisschen dünner, extrem knusprig und wohl deswegen auch stets ein bisschen beliebter als andere Schnitzel. Das Figlmüller-Schnitzel ist ein Schweineschnitzel. Möchte man ein Kalbsschnitzel, ist dies eine Extra-Bestellung. Obwohl die Karte weitere Wiener Klassiker bereithält, bestellt die Mehrzahl der Gäste das Aushängeschild. Dazu werden hausgemachter Erdäpfelsalat und ein Glas Wein aus eigenem Anbau serviert. Alternativ gibt es Traubensaft oder Almdudler. Bei dieser Fokussierung auf ein Produkt ist die verkaufte Schnitzelmenge naturgemäß enorm. Einkauf und Verkauf profitieren von der Konzentration auf ein Kernprodukt. Beim Einkauf werden durch die hohen Mengen gute Konditionen verhandelt. Und im Service sind echte Profis am Werk, die genau wissen, was sie ihren Gästen schuldig sind. Die Ober servieren beispielsweise immer noch im zeitlos eleganten Smoking und berichten gerne, dass für den Backvorgang eines original Figlmüller-Schnitzels nicht weniger als drei Pfannen benötigt werden. Sie zelebrieren das Meisterstück mit Stolz und Traditionsbewusstsein und unterstreichen so die Echtheit und Authentizität der Geschichte. Die beiden Figlmüller-Standorte in der Wiener Innenstadt werden von Hans und Thomas Figlmüller in vierter Generation geführt. Beide sind ganz moderne Gastronomen, die enorm viel von Marketing verstehen. Das Geheimnis ihres beeindruckenden Erfolges sind die mustergültige, klare Positionierung und die Konzentration auf ein Kernprodukt. Bezeichnend sind auch das extrem hohe Qualitätsbewusstsein und ein im Hintergrund wie am Schnürchen laufendes, perfekt durchorganisiertes Geschäft mit optimierter Fertigung. Das Stammhaus in der Wollzeile umfasst 70 Quadratmeter, das zweite Restaurant in der Bäckerstraße 450 Quadratmeter. Zusammen haben beide Figlmüller-Restaurants 270 Plätze und setzen rund acht Millionen Euro Umsatz um. Unter Hans und Thomas Figlmüller wurde das Unternehmen erweitert: 2004 wurde der Heurige in Grinzing komplett zum bierigen Wirtshaus figls umgebaut. 2009 eröffnete der Coffeeshop Daily Roast am Flughafen Wien. 2012 kam die urbane Brasserie/Café Joma am Hohen Markt dazu. 2014 eröffnete das Lugeck, eines meiner Beratungskonzepte, nur einen Steinwurf von den Schnitzel-Restaurants entfernt. Gerade eben erst, im April 2015, kam die zweite Daily-Roast-Coffeeshop-Filiale am Flughafen dazu. Trotz dieser dynamischen Expansion mit gleich mehreren neuen Marken: Das Stammhaus in der Wollzeile und das Restaurant in der Bäckerstraße, in denen das berühmte Figlmüller-Schnitzel serviert wird, bilden nach wie vor die Urzelle des Unternehmens.

ERFOLGSFAKTOREN

- Einfachheit, klare Positionierung und konsequente Fokussierung bei den Produkten.
- Absolutes Qualitätsbewusstsein sowie klares, einfaches Marketing.

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: Trend Expedition London | 29. 05. 2015 – 31. 05. 2015 **www.nierhaus.com**