

# „Je weniger, desto besser“

Vom Multi-Gastronomen zum Trend-Beobachter: Pierre Nierhaus über die Lokale der Zukunft, Kostendruck und gute Speisekarten

**Herr Nierhaus, Sie haben Cafés, Bars und Restaurants betrieben, heute beraten Sie andere Gastronomen. Was sollten die zurzeit ihren Gästen servieren?**

Die drei großen Trends bei den Essensrichtungen sind die regionale, die mediterrane und die asiatische Küche.

**Also das, was immer schon gut ging.**

Gerade in Großstädten können aber auch Nischenkonzepte sehr erfolgreich sein, weil die Leute heute unheimlich informiert sind und Lust haben, Dinge auszuprobieren. Frankfurt übrigens halte ich nach Berlin für die in dieser Hinsicht trendigste Stadt in Deutschland. Hier ist alles möglich. Ich kann afrikanisch vom Boden essen, es gibt Apfelweinkneipen, aber auch Läden wie zum Beispiel das Moriki mit seiner asiatisch-vietnamesischen Küche und einem Gesamtkonzept, das so auch in New York oder London stehen könnte.

**Ist es beim Thema Essen wie in vielen anderen Konsumbereichen: Immer dünnere Spitze, immer breiterer Sockel, die Mitte fehlt?**

Das Restaurant-Angebot hat sich in den vergangenen Jahren einfach grundsätzlich geändert. Wir haben vor allem weniger echtes Fine Dining. Die meisten Leute, die gerne ausgehen, pendeln meiner Beobachtung nach zwischen drei Dingen. Man hat ein Alltagsrestaurant in seiner Nähe, das kann ein bürgerliches oder ein Szene-Restaurant sein, da geht man wirklich öfters hin. Die eine Nummer besser, die hebt man sich auf, heute vielleicht länger als früher. Neu hinzugekommen ist, dass im Mittagsbereich eigentlich nur noch Snack-Konzepte erfolgreich sind: Steh-Asiaten, Currywurst-Buden, Bäcker, die Essen verkaufen, edle Delishops, so etwas läuft.

**Was ist dabei der gemeinsame Nenner? Ist es das schnelle Essen, die Zeitersparnis? Oder schwindet das kulinarische Bewusstsein?**

Es gibt nicht mehr jene, die sagen, dass sie sich immer auf einem bestimmten Niveau bewegen. Der Konsument will eigentlich immer etwas Gesundes, Leichtes. Das darf aber in der Mittagspause auch mal nur fünf, sechs Euro kosten. Abends gibt er dann vielleicht hundert aus. Für Gastronomen heißt das, dass die klassische Zielgruppe nicht mehr existiert. Was es aber gibt, sind immer mehr Leute, die sich zu Hause überhaupt nicht mehr kochen ernähren wollen, sondern die alles außer Haus zu sich nehmen, dauernd.

**Sie haben unlängst ein Fachbuch veröffentlicht, das die sogenannte Traditions-gastronomie zum Thema hat, also Wirtshäuser, Gasthöfe. Sind das die Lokale der Zukunft?**

Die Traditions-gastronomie ist deshalb spannend, weil die Leute in einer immer komplexer werdenden Welt Einfachheit suchen und Klarheit. Heimat suchen sie auch, Basis, Wurzeln, Menschlichkeit.

**Und die finden sie im Schnitzel-Paradies?**

Jeder noch so trendige Fünfund-zwanzigjährige hat irgendwann bei Muttern Gerichte gegessen, die er immer noch mag. Fünfzigjährigen geht es genauso. Traditions-gastronomie ist ja nicht nur so attraktiv, weil sie traditionelle Gerichte anbietet. Sie ist attraktiv, weil sie Einfachheit bietet, weil man schnell damit klarkommt und weil sie ein relativ gutes Preis-Leistungs-Verhältnis bietet.

**Schlechte Gasthäuser und Kneipen gibt es zubauf. Was macht gute Traditions-gastronomie aus?**



Er reist viel umber, seine Basis ist Frankfurt: Nierhaus in der Lobby des Jumeirab-Hotels

Foto Frank Röth

Ein Wirt muss sein Lokal und sein Angebot als Marke behandeln. Manchmal gibt es junge Leute, die nicht wissen, ob sie den Betrieb ihrer Eltern übernehmen wollen, denen sage ich: Arbeitet die Stärken heraus, fokussiert euch. Man kann nicht jeden Mischmasch als Traditions-gastronomie bezeichnen, denn dann funktioniert der Film im Kopf der Gäste nicht.

**Schnitzel plus indische Currygerichte zum Beispiel: Daraus wird eher nichts?**

Ich würde das Risiko nicht eingehen.

**Stimmt eigentlich noch, dass in der Gastronomie das Geld mit den Getränken verdient wird, nicht mit dem Essen?**

Es stimmt, dass insgesamt der Kostendruck in der Gastronomie immer höher wird.

**Aber doch nicht überall?**

Der Kostendruck entsteht vor allem durch die Lohn- und Lohnnebenkosten im Verhältnis zur Miete. Und dabei verdient das Personal in der Gastronomie noch lange nicht so viel, wie es eigentlich müsste. Auch die baurechtlichen Vorschriften werden immer strenger. Sanitäranlagen zum Beispiel. Jedes noch so kleine Lokal braucht separate Duschen und Toiletten für männliches und weibliches Personal, jede Küche braucht heute einen Fettabscheider, Brandschutzauflagen müssen eingehalten werden. Das sind enorme Investition-

nen, die über eine Mischkalkulation wieder hereingeholt werden müssen. Und wer besonders teure Produkte einkauft und nobel kocht: Ja, der muss ein langes Gesicht ziehen, wenn nicht die zweite Flasche Wein getrunken wird.

**Bleiben wir noch beim eher Einfachen. Was muss man investieren, um einen in die Jahre gekommenen Gasthof mit, sagen wir, 100 bis 150 Plätzen wieder flott zu bekommen?**

Wenn wir davon ausgehen, dass die Bausubstanz und die Technik noch in Ordnung sind: 50 000 bis 100 000 Euro sind schnell ausgegeben, allein für die Möbel. Wenn die Technik dazukommt, ist das noch einmal eine ganz andere Hausnummer. Es gibt Küchen, die haben keine modernen Geräte und verursachen deshalb unglaublich hohe Energiekosten. Da müsste man dann viel hineinstecken, um das zu ändern. Das ist das Dilemma, vor dem viele Gastronomen stehen: Bevor du verdienen kannst, musst du sehr viel ausgeben. Gastronomie ist klassisch unterfinanziert. Von Banken ist schwer etwas zu bekommen. Wird sind inzwischen bei Basel III, da rangiert der Gastronom noch unterhalb von unten. Brauereien wiederum geben nur dort, wo sie die Chance haben auf guten Bierabsatz.

**Was bedeutet das für die Szene?**

Dass die Systemgastronomie immer mehr werden, die großen Ketten vor allem, hinter denen Kapital steht.

**Was sind bei einer Existenzgründung in der Gastronomie die gängigsten Fehler?**

Einfach seinen Traum wahr machen wollen, das Konzept nicht mit dem Bedarf abgleichen. Wenn ich verliebt bin in die portugiesische Küche und gehe damit in eine mittelgroße Stadt, in der andere, populärere Konzepte fehlen, ist das dumm. Der zweite Punkt ist das Geld. Bei vielen Gastronomen reicht es eigentlich nur bis zum Start des Lokals. Mann muss aber ein paar Monate durchhalten können. So lange, bis die Marke etabliert ist, bis das Stammespublikum da ist. Das dritte ist, dass Leute, die zum Beispiel als Koch oder Kellner oder Restaurantleiter in ihrem Bereich gutes Fachwissen haben, damit in der Selbständigkeit unter Umständen nicht weit kommen, wenn sie sich nicht Unterstützung holen. Das muss nicht bei einem Berater sein, man kann auch mal Kollegen fragen, die schon ein paar Läden eröffnet haben.

**Sind also die betriebswirtschaftlichen Kenntnisse junger Wirte zu gering?**

Oft sind sie das. Und das Konzept muss natürlich auch stimmen.

**Was ist ein gutes Konzept?**

Die Basis ist, dass jemand eine Story hat, eine Vision. Ob er jetzt mit bestimmten Produkten gut umgehen kann, ob er mit Gästen etwas im Sinn hat, was andere nicht machen, solche Dinge. Ich muss gucken, was im Markt Sinn macht, muss mich fragen, ob ich selbst von meiner Idee hundertprozentig überzeugt bin. Ich muss das auch überprüfen, muss Leute fragen, die Familie, Freunde, Bekannte. Und dann muss ich, wenn ich das gestartet habe, erst einmal durchhalten. Ein Konzeptwechsel nach drei Monaten, weil der Laden noch nicht angesprungen ist, bringt nichts: Die Kunden, die man dann schon hat, sind verwirrt, die neuen noch nicht da; das wird dann schwer.

**Wie viele Positionen hat in einem Wirtshaus oder Gasthof die ideale Speisekarte?**

Je weniger, desto besser. Die sehr erfolgreichen Betriebe haben mitunter weniger als 20 Gerichte auf der Karte. In einer Kleinstadt, wo die Leute öfters kommen, muss ich vielleicht mehr bieten. Aber in einer Großstadt ist es gut zu signalisieren, dass man in einem bestimmten Segment einfach das Beste hat.

**Sie waren einmal verantwortlich für Hunderte Mitarbeiter, jetzt haben Sie ein kleines Büro und reisen viel. Sie waren Partner der einstigen Nachtlebens-Größen Schüler und Presinger, Sie haben als Rheinländer Mitte der Achtziger in Frankfurt ein Bierlokal eröffnet und zehn Jahre später eines der ersten Lokale mit amerikanischer Küche, das N.Y.C. Das haben Sie, inzwischen umbenannt, 2011 verkauft, es war ihr letzter Betrieb. Welche Fehler haben Sie als Gastronom gemacht?**

Ich habe 25 Jahre aktiv Gastronomie gemacht, ich habe mir bewiesen, dass ich das kann. Ich habe ein, zweimal Standortfehler gemacht, aber nie richtige Konzeptfehler. Im Moment macht es mir mehr Spaß, Dinge zu entwickeln, in der Welt zu beobachten und das weiterzugeben. Vor zwei Jahren bin ich außerdem Vater von Zwillingen geworden. Das war der letzte Anstoß dazu, das Frollein, das frühere N.Y.C., zu verkaufen. Aber die Gastronomie ist wie ein Virus, den man nie wirklich loswird. Wenn man irgendwo ist und sieht, dass etwas hakt, dass ein Tisch nicht bedient wird, dann spürt man den Impuls aufzuspringen und einzugreifen. Aber heute bleibe ich dann eben sitzen.

Die Fragen stellte Jacqueline Vogt.

## Zur Person

Pierre Nierhaus, Jahrgang 1957, ist geboren und aufgewachsen in Düsseldorf. Nach Abitur und Ausbildung in einem Hotel wechselte er in die Kinobranche. Er hat Lichtspielhäuser geführt, in Frankfurt hat er für United Artists Marketing gemacht. Er spricht gerne von dieser Zeit, nennt sie lehrreich, geträumt habe er aber immer auch von einem eigenen Lokal. 1982 eröffnete er sein erstes, ein Café in Frankfurt-Bockenheim. In den näch-

sten Jahren kamen 13 Betriebe dazu, Nierhaus war zeitweilig auch Partner der einstigen Diskotheken-Könige Schüler und Presinger. 2003 verkaufte er die meisten seiner Betriebe und begann Beratungsaktivitäten auszubauen. Nierhaus nennt sich einen, der in aller Welt Trends und Innovationen sieht und der Branche berichtet. Er ist verheiratet und Vater zwei Jahre alter Zwillinge. Die Familie lebt in Frankfurt.

Kelkheimer Stadtmarkt am 18. Mai - verkaufsoffener Sonntag des Einzelhandels von 12-18 Uhr

## ERSTE ADRESSEN IN DER MÖBELSTADT KELKHEIM

**Einrichtungshaus Stelzer**  
möbel-konzepte-küchen  
Bahnstraße 19, 65779 Kelkheim  
Tel.: 0 61 95/99 25 50, Fax: 99 25 99  
moebel@stelzer-moebel.de  
www.stelzer-moebel.de

**Inside Raumausstattung GmbH**  
Raumausstattung-Polsterei  
Frankfurter Str. 49, 65779 Kelkheim  
Tel.: 0 61 95/90 21 91, Fax: 90 21 92  
office@inside-raumausstattung.de  
www.inside-raumausstattung.de

**Bornemann Einrichtungsstudio**  
Schreiner-Möbelwerkstatt  
Kaminholz  
Falkensteiner Str. 17, 65779 Kelkheim  
Tel.: 0 61 95/28 12, Fax: 86 94  
einrichtungshaus-bornemann@t-online.de

**Gebrüder Wolf**  
Einrichtungshaus-Möbelwerkstätte  
Frankfurter Str. 77, 65779 Kelkheim  
Tel.: 0 61 95/23 12, Fax: 84 63  
info@wolf-innenausbau.de  
www.wolf-innenausbau.de

**Roser**  
Manufaktur - Schreinerei  
Am Hühnerberg 7, 65779 Kelkheim  
Tel.: 0 61 95/91 05 91, Fax: 62 34 7  
info@rosereinrichtungen.de  
www.rosereinrichtungen.de

**Krampe**  
Küchen zum Leben und Erleben  
Frankfurter Str. 87, 65779 Kelkheim  
Tel.: 0 61 95/70 99 66, Fax: 86 56  
info@kuechen-krampe.de  
www.kuechen-krampe.de

**Bad-Studio-Bender**  
Der Spezialist für kleine Bäder  
Frankenallee 8, 65779 Kelkheim  
Tel.: 0 61 95/67 07 9, Fax: 67 08 1  
info@badstudiobender.de  
www.badstudiobender.de

**Holunder Hof**  
Möbel mit Geschichte  
Frankfurter Str. 21, 65779 Kelkheim  
Tel.: 0 61 95/20 00, Fax: 7 32 67  
mailbox@Holunder-Hof.de  
www.Holunder-Hof.de

**Sieder Küchen, InnenArchitektur**  
Entwurf, Planung, Realisation  
Pestalozzistr. 5, 65779 Kelkheim  
Tel.: 0 61 95/23 72, Fax: 7 21 91  
info@kuechenstudio-sieder.de  
www.kuechenstudio-sieder.de

**Möbel Fischer**  
Wohnzentrum und Küchenstudio  
Großes Stressless-Studio  
Hornauer Str. 12, 65779 Kelkheim  
Tel.: 0 61 95/99 54-0, Fax: 6 61 34  
www.moebelfischer-kelkheim.de

**Lange**  
Innen ausbauen und einrichten  
Hornauer Straße 55, 65779 Kelkheim  
Tel.: 0 61 95/99 64 00, Fax: 91 07 53  
www.lange-innenausbau.de  
www.madeintaunaus.de

**Kelkheimer Möbeltage**  
mit verkaufsoffenem Sonntag  
am 21. September 2014

Kelkheimer Stadtmarkt am 18. Mai - verkaufsoffener Sonntag des Einzelhandels von 12-18 Uhr

WIR MACHEN  
MÖBEL  
www.moebelstadt-kelkheim.de