

Restaurant des Monats: „Voglhaus“ Konstanz

21.05.2005, 08:41 | Tourismus, Auto & Verkehr

Pressemitteilung von: hottelling / Terminal 4 Verlag GmbH



hottelling - digitale Fachzeitschrift für Hotellerie, gehobene Gastronomie und GV Management

Unabhängige Branchenzeitschrift ‚hottelling‘ stellt herausragende gastronomische Konzepte vor

ACHTUNG REDAKTIONEN: Die Serie „Restaurant des Monats“ wird von ‚hottelling‘ kostenfrei zur Verfügung gestellt. Die Restaurants werden nach fachlichen Kriterien und gänzlich unabhängig ausgewählt. Fotos auf Anfrage: Carsten Hennig, Tel. (040) 4100490

Hamburg, 23. Mai 2005 – Es ist modern, bodenständig und weltoffen, aber keinesfalls typisch. Und damit doch typisch für die Frau hinter dem Ganzen: Martina Vogl (48), Chefin des „Voglhaus“ in Konstanz am Bodensee, das sie 1999 gegründet und im März 2004 um das „Voglhaus Café“ erweitert hat. Und das wurde Ende 2004 vom Leaders Club für sein innovatives Gastro-Konzept ausgezeichnet.

Naturmaterialien, Wasser, Kerzenschein und entspannende Musik prägen das „Voglhaus Café“. Man sitzt auf Bänken,

Massivholz- oder Theken-Hockern oder Treppenstufen, sofern man nicht einen Platz am offenen Kamin ergattern kann. Auf 100 Quadratmetern gibt es Platz für etwa 60 Gäste, 30 können draußen sitzen. Das bunt gemischte Publikum ist zumeist älter als 25 Jahre und genießt internationale Kaffee-, Tee- oder Kakao-Spezialitäten sowie saisonale Getränke oder Sekt, Wein und Bier. Neben Smoothies werden Bagels, Sandwiches und Muffins in wechselnden Variationen gereicht. Der Renner ist das Holzofenbrot, das ein ortsansässiger Bäcker liefert. Das gibt es entweder kalt belegt, als „Das gute alte Butterbrot“, oder als „Brutzelbrot“, der Doppeldecker aus dem Kontaktgrill. Und mehrmals im Jahr wird das Café zur „Feinkunst-Bühne“ für Liederabende, Lesungen oder andere Darbietungen.

Das „Voglhaus Café“ wird täglich von etwa 400 bis 500 Gästen besucht, hinzu kommen noch 120 bis 130 „Voglhaus“-Kunden. Das bringt bei einem Durchschnittsbetrag von 4,60 Euro einen monatlichen Umsatz von rund 45.000 Euro bei einer Food+Beverage-Verteilung von 20 zu 80 Prozent. Bei etwa 30 Mitarbeitern, davon drei in Vollzeit, ergibt sich ein Personalkostenanteil von 36 Prozent, die Materialkosten liegen bei 25 Prozent.

Ursprünglich kam die Martina Vogl nach Konstanz, um fürs Lehramt zu studieren. Die Lehrerschwemme ließ sie umsatteln, so wurde Vogl Filialleiterin bei Yves Rocher und später Franchisenehmerin des Body Shops. Das dafür nötige Lager befand sich in einem Gebäude, dessen ungenutzte Räume sie bald auszubauen begann. Es entstand das „Voglhaus“, ein Laden für Einrichtungsaccessoires, Düfte und Beleuchtung, in dem die Kunden bei entspannender Musik am Kaminfeuer sitzend Kaffee oder Tee genießen und die wechselnden Dekorationen betrachten konnten. Ein Erfolgsrezept, und so wurde das „Voglhaus“ vom Wirtschaftsministerium Baden-Württemberg zum ‚Dienstleister des Jahres 2002‘ gekürt.

Doch Vogl stellte fest, das sich für ihre vornehmlich weibliche Kundschaft hier ein typisches Dilemma auftat: Nur mal schauen, die Atmosphäre genießen und kostenlos Kaffee trinken, macht Frau nicht dreimal hintereinander. Da fühlt man sich schon genötigt, eine Kleinigkeit zu kaufen, und dieses Gefühl stört. So entstand die Idee, das „Voglhaus“ um ein Café im Shop zu erweitern – eben das „Voglhaus Café“. Vogl investierte in eine Profiausstattung und steckte 450.000 Euro in den Umbau.

Aus dem Gastro-Service generiert Vogl etwa zwölf Prozent ihres Gesamtumsatzes. Das scheint nicht eben viel zu sein, aber mit einem Getränk in der Hand schlendern die Gäste gern mal zum „Schnuppern“ ins „Voglhaus“ – und werden dort zu Kunden. Außerdem kann alles, was der Gast im Café sieht, vom gebrandeten Geschirr über die Dekoration bis zum Spiegel in der Toilette, auch gekauft werden. Und es wird gekauft.

Portrait

3.900 Anschläge – Für Rückfragen:
Terminal 4 Verlag GmbH, Chefredaktion
Bei den Mühlen 66a – 20457 Hamburg
Carsten Hennig
Telefon 040 – 41 00 49-0, Fax 41 00 49-19
<http://www.hottelling.de>