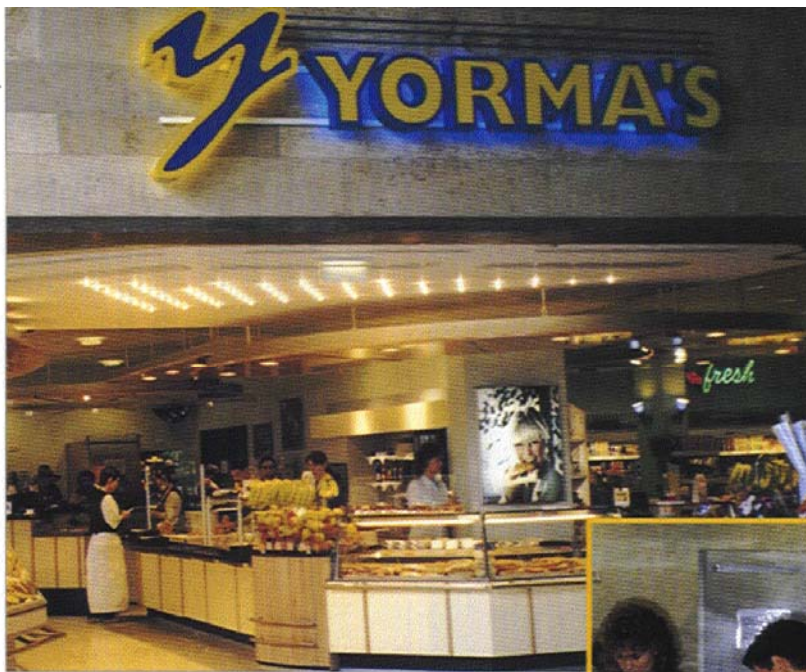


Draußen sonnige Terrassenplätze, drinnen Nierentisch-Nostalgie, Kuschelrock und Kinderspielnachmittage - auch so kann Bahnhofsgastronomie aussehen. Zwar gibt's auch im Heilbronner Hauptbahnhof hauptsächlich schnelle Snacks und Drinks,



Systematisch zugeschnitten auf den Bahnhofsbedarf: die Fast Food-Marke Yorma's. Der größte Betrieb steht seit 1997 im Bahnhof Heilbronn, im Mittelpunkt des Sortiments: Backwaren-Snacks. Außerhalb der Stoßzeiten werden Baguettes & Co. auch frisch à la minute belegt, Renner: Salami-Baguette zu 1,70 DM.

# Im ständigen Kampf gegen die Uhr

fokussiert auf den eiligen Reisenden. Doch trotzdem hat man sich zusätzlich in puncto Programm und Ambiente ganz schön was einfallen lassen, um den Standort Bahnhof image-mäßig aufzupeppen. Und das mit Erfolg. Gerade mal seit einem Jahr eröffnet, erwirtschaftet Hauptpächter Yorma Eberl mit seinem Counter-Snackkonzept Yorma's und der SB-Handelseinheit 'Cool & Fresh' bereits 4,5 Mio. DM Brutto-Umsatz. Und seine beiden Gastro-Partner sind mit ihrem Backshop und der Abendkneipe im 1. OG (!) ebenfalls zufrieden.

Yorma Eberl ist inzwischen Spezialist in Sachen Gastronomie an mittelgroßen Bahnhöfen. Von Erlangen bis Darmstadt betreibt er heute acht süddeutsche Foodservice-Standorte mit Gleisanschluss. Erstaunlich - ist doch der gelernte Hotelkaufmann mit reichlich Erfahrung als Schiffsteward und F & B-Manager bei Holiday Inn von seiner Laufbahn her nicht gerade der typische Bahnhofswirt. Wohl eher bewegten ihn sehr rationale Gründe dazu, sich an diesen Standorten selbständig niederzulassen. Sprich: hohe Frequenzen und ein regelmäßiges, wetterunabhängiges Geschäft. „Bahnhöfe wurden von Gastronomen lange verkannt. Ohne die nötige Pflege hat man dort mit geringstem Auf-

wand leichtes Geld verdient“, weiß der 41jährige. Angefangen hat Eberl 1985 im niederbayerischen Plattling. Schnell war klar, daß er mit gehobener Service-Ga-

stronomie im Bahnhof keine Chance hatte („unter der Woche haben wir höchstens Würstchen verkauft“). So mußte er sein „gastronomisches Herz bezwingen“ und sich für die „Schmalspur-Küche“ entscheiden. Mit einem kleinen, schnellen Angebot und Front-Endbereitung erwirtschaftete er in Plattling auf Anhieb 170 % mehr Umsatz. Systematisch zugeschnitten auf den speziellen Bahnhofsbedarf führt er nun seit 1993 die Fast Food-Marke 'Yorma's', zumeist gekoppelt mit der SB-Handelseinheit 'Cool & Fresh'. Seine jüngsten und flächenmäßig größten Betriebe (200 qm + 90 qm)

Bunte Glasmuster in den Fenstern, geflammte Marmortische und schlichte Holzstühle - mit wenigen Mitteln erzeugen Eberls Sit down-Bereiche nostalgische Nierentisch-Atmosphäre im Bahnhof.





Bahnhöfe sollten als Pendler-Bahnhöfe betrachtet werden.“ Bewußt bemüht er sich deshalb im Gastro- wie im Handelsbereich vor allem bei den Schnelldreherprodukten um ein vernünftiges Preisniveau. „Die Leute dürfen sich nicht ausgenommen fühlen.“ Die Gastro-Einheiten im einzelnen:

● **Yorma's.** Den Markenauftritt des Gastro-Counterkonzepts hat Eberl ganz auf Wiedererkennbarkeit beim Kunden ausgerichtet. Die Yorma's-Farben gelb und blau in Logo und Mitarbeiterkleidung (T-Shirt und Bistroschürze) wirken sympathisch. Das standardisierte, überschaubare F & B-Angebot („keine Experimente!“) ist mit klassisch belegten Baguettebrötchen, „gemischten Salaten

für die Zugfahrt einfach prädestiniert“, betont Eberl. „Im ständigen Kampf gegen die Uhr kann der Reisende kompliziertere Produkte nicht gebrauchen. Sondern er kauft sich schnell ein Brötchen, sucht sich einen Platz im Abteil und hat dann dort Zeit, in Ruhe zu essen.“ Dementsprechend ist Eberls Gastro-Outlet auch nicht auf langes Sitzen ausgelegt. „Keiner bleibt hier länger als 15 Minuten.“ 85 % der Umsätze entfallen auf Take away-Verzehr.

### Helligkeit und Sauberkeit ganz wichtig

Enorm wichtig am Standort Bahnhof sind ihm Helligkeit und Sauberkeit. „Nicht nur die Gäste sollen sich wohl und sicher fühlen,

nerell am Bahnhof möglich, die dort typischen Probleme in den Griff zu kriegen. „Man darf nicht ständig jammern und hier gleichzeitig nur Geschäfte machen wollen“, kommentiert Yorma Eberl. Denn es sei schon viel getan, „wenn man die richtigen Leute nicht reinläßt oder darauf achtet, an keinen Gast

mehr als drei Bier zu verkaufen.“ ● **Cool & Fresh.** Die erfolgreiche SB-Handelseinheit erwirtschaftet derzeit zwei Drittel des Gesamtumsatzes (in Nürnberg liegt der Anteil bei 50 %). Das Angebot konzentriert sich auf Riegelware, Knabberzeug, Getränke und Molkereiprodukte - jeweils wird auf Sortimentstiefe geachtet. Eberl habe nur „ein Sonntagsregal“ mit weniger erfolgreichen Produktgruppen wie zum Beispiel Drogerieware. Wesentlich besser laufen dagegen im Bereich Non Food (insgesamt 40 % Umsatzanteil) Bundesliga-Fanartikel wie Tassen, Schals etc. Anders als im 'Yorma's' habe hier der Filialleiter die Freiheit, nach seinen eigenen Erfahrungen Zusatzprodukte einzukaufen. Beispiel Nürnberg: Dort hat der junge Filialleiter den Verkauf von peppigen



Im Snack-Angebot der Bäckerei Welтин gegenüber gehören wohl belegte und dekorierte Brötchen natürlich auch zu den Bestsellern.

## Bahnhof Heilbronn

**Betreiber:** Eberl, Gastronomie und Warenhandels GmbH, Deggen-dorf, + 2 Partnerfirmen  
Eberl GmbH: 14 Betriebe insgesamt, davon 8 Yorma's in 8 Bahnhöfen (Flächen: 35-200 qm; seit 1993)  
**Eröffnung:** Juni 1997  
**Konzept:** (Back-)Snack- und Gastro-Bereich mit angeschlossenem C-Store  
**Fläche:** EG: Yorma's (200 qm, 50 Plätze + kleines Internet-Café); Backshop Welтин; Cool & Fresh (90 qm)  
OG: Peppermint Café Bistro (250 qm, 100 Plätze, ÖZ: 20-1/2 Uhr)

### Yorma's + Cool & Fresh:

**Investitionen:** 2 Mio. DM  
**Jahresumsatz:** 4,5 Mio. DM (brutto) im 1. Jahr  
**Umsatzmix:** 1/3 Yorma's; 2/3 Cool & Fresh  
**F & B-Relation:** 60:40 %  
**Ø-Bon:** 4,50 DM (85 % Take away)  
**Tagesfrequenz:** 2.700 Kunden (80 % Stammkunden, vorwiegend Pendler)  
**Betriebskosten:** 55 % WE (inkl. Handel); 19 % PK  
**Angebot Yorma's:** 11 Sorten belegte Brötchen, 2 Salate, warme Snacks, 1 Tagesgericht, Getränke  
**Mitarbeiter:** 8 VZ, 20 TZ  
**ÖZ:** täglich 5.30-23 Uhr

und warmen To go-Snacks extrem Bestseller-orientiert; dazu kommt ein wechselndes Tagesgericht unter 10 DM. Während im Getränke-Bereich am liebsten Bier, Cola und Kolbenkaffee („starker Trend zu Milchkaffee“) gekauft werden, heißt der absolute Food-Renner schlichtweg Salami-Baguette - mit 1,70 DM auffallend günstig. Vor den Augen der Kunden endgebacken und belegt, gehen täglich insgesamt 600 Teile über die Theke. „Das Sandwich ist



auch der Mitarbeiter darf sich nicht schämen, hier zu arbeiten.“ Trotz vieler bestätigter Vorurteile sei es ge-

**Beverage-Bestseller im angeschlossenen C-Shop Cool & Fresh: Szenegeränke aller Couleur. Neben Pendlern sind Schüler Hauptzielgruppe.**

Trend-Getränke getestet. Mit Erfolg: Heute gehören die bunten Dosen und Flaschen zu den Getränke-Rennern; Eberl erwägt sogar, einen eigenen Drink „mit Yorma's drauf und Red Bull drin“ zu kreieren.

● Bei den zusätzlichen Heilbronner Einheiten wählte sich Eberl zwei lokalbekannte und qualitätsstarke Gastro-Partner aus. Am Backshop der **Bäckerei Welтин** gibt's bei kleiner Snackauswahl (5 Sorten belegte Brötchen, Schlemmerzungen, Pizzastücke; 3-5 DM) mit vorwiegend süßen Stückchen und Kuchen ein komplementäres Angebot. Bei 700-800 Kunden täglich erwirtschaftet Konrad Welтин (15 Filialen in Heilbronn) am Bahnhof um die 60.000 DM Monatsumsatz. Daß das **Bistro Peppermint** im 1. OG mittlerweile läuft, darüber freut sich Eberl besonders. „Eine enorme Aufwertung des Standortes.“ Bei der extrem schwierigen Lage ist auch der ortsansässige Kneipen-Betreiber Hermann Kühner jetzt „sehr zufrieden“; seinen Zielumsatz von monatlich 60.000 DM habe er „fast erreicht“. Täglich ab 20 Uhr geöffnet, können die Gäste (alles keine Bahnnutzer) im oberen Stockwerk bei stimmigen 50er Jahre-Ambiente, ein paar kleinen Gerichten (4,50-11 DM) und Live-Musik (5mal die Woche) den Abend genießen.



eröffnete Eberl vor einem Jahr im Bahnhof Heilbronn. Ganz nach der Baurichtlinie der Deutschen Bahn wurden auch hier die Gastro-Einheiten stilgerecht ins bestehende Gebäude eingepaßt. Was in diesem Fall bedeutet: im sachlich-schlichten Charme der 50er Jahre mit bunten Glassteinen, geflammten Granit und bewußt einfachen, hellen Holzstühlen. Doch im Gegensatz zum modernisierten Top-Standort Frankfurt zum Beispiel achtete man hier auf Transparenz; die Foodservice-Einheiten sind vom Hauptlauf der Reisenden ohne versperrende Trennwände leicht einsehbar. Eine gute Lösung, auch wenn das Gerangel mit dem Denkmalschutz die Eröffnung um ein Jahr verzögert habe.

### Vier von fünf Käufern sind Stammkunden

Bei einer Bahnhofsfrequenz von täglich bis zu 13.000 Personen kaufen bereits 2.700 Kunden (4,50 DM Ø-Bon) in Eberls Outlets ein. Hauptzielgruppen? Pendler und Schüler. Trotzdem kämen auch am Wochenende genug Leute in den mittelgroßen Regionalbahnhof: Nutzer des 35-Mark-Tickets oder Nahversorger, die sich mit Brötchen, Blumen oder Singlepackungen eindecken. Mit den regelmäßigen Bahnhofsnutzern im Angebotsvisier zählt Eberl nach einem Jahr schon etwa 80 % Stammkunden. „Auch große

### Yorma's Angebot\*

Salami-Baguette	1,70 DM
Schinken-Käse-Baguette	3,50 DM
Eier-Baguette	3,50 DM
Frikadellen-Baguette	3,50 DM
Hering-Baguette	3,50 DM
Seelachs-Baguette	3,50 DM
6 Chicken Nuggets	5,00 DM
1 Paar Wiener m. Baguette	4,50 DM
Chicken Wings m. Beilage	5,00 DM
Bunter Salatteller	7,50 DM
Milchkaffee	2,40 DM
Espresso	2,40 DM
Cappuccino	2,40 DM
Coca-Cola	2,50 DM
Radler	4,50 DM
Weizenbier	4,50 DM
Glas Prosecco	3,50 DM

\*Auswahl