

Die wahren Hintergründe des Bahnhof-Discounters Yorma's

Marcel Bohnensteffen & Tobias Fuelbeck The Huffington Post



BARRENATOR/INSTAGRAM

Die wahren Hintergründe des Bahnhof-Discounters Yorma's

Wer häufig an Bahnhöfen ist, wird sie kennen, die Yorma's-Läden. Sie sind nicht gerade stylish, und auch die Produkt-Palette der Imbisskette ist nicht wirklich innovativ – und trotzdem lockt das Unternehmen mit dem blau-gelben Logo und den geriffelten Kaffee-Bechern täglich 100.000 Kunden an. Yorma's ist also so etwas wie der Aldi der Bahnhöfe.

Ohne Werbe-Budgets. Wahrscheinlich allein aus zwei Gründen: Die Läden sind an Bahnhöfen – und Pendler sind hungrig und durstig. Und zahlen ungern drei Euro für einen Mini-Kaffee. Doch was ist Yorma's überhaupt für ein Unternehmen?

Das sind die wahren Hintergründe des Bahnhof-Discounters:

1. Der Name

Der Name der Kette geht auf den Gründer mit einem finnischen Vornamen zurück: Yorma Eberl. Ein Österreicher, der 1985 eine Bahnhofsgaststätte in Niederbayern kaufte, sich die Expertise seines Geschäftspartners Karl Kraft sicherte und zwei Jahre später den ersten Yorma's-Vorläufer in Erlangen eröffnete.

Die Wurzeln in Bayern erklären wohl auch, warum die Laugen- und Butterbrezeln in keiner Filiale von Yorma's fehlen.

Allerdings: Bayerisch zu sprechen ist kein Einstellungskriterium:



2. Die Standorte

Yorma's hat 53 Filialen in Deutschland. Ausschließlich an Bahnhöfen. „Bahnhöfe sind ein großer Umschlagplatz für Touristen“, sagt der Düsseldorfer Gastro-Experte Markus Eirund.

Und noch ein Faktor spricht für die Standortwahl Bahnhof: Dadurch bleibt die Anzahl von Filialen pro Stadt begrenzt. „Das führt dazu, dass Yorma's nicht als Kette wahrgenommen wird“, sagt Handelsexperte und Konzeptberater Jean-Georges Ploner.

Doch ist das wirklich so? Manche Kunden finden Yorma's auch nicht gerade individuell:

#Würzburg

Yormas, Backwerk, LeCrobag, McDonalds und Wiener Feinbäcker nebeneinander in der Bahnhofshalle.

Schön hier. So individuell.

— baumarktpflanze (@baumarktpflanze) [6. April 2015](#)

3. Das Konzept und die Preise

Die meisten Kunden von Yorma's haben eines gemeinsam: Sie haben Hunger, aber wenig Zeit. Und genau dort kommt die Imbisskette ins Spiel.

Alles, was ich über heißen Kaffee weiß, hab ich von Yorma's gelernt.

— bArt™ (@humorlos4) [9. April 2015](#)

Bester Kaffee für ~1€ in ganz Deutschland (@ YORMA'S in München, Bayern) <https://t.co/jOfx0ueVWa>

— Alex (@ChordaUrbanus) [3. April 2015](#)

Doch auch wenn Yorma's in den vergangenen Jahren manchmal ein zweistelliges Umsatzwachstum verzeichnete: Rosarot sind die Zeiten bei dem Unternehmen nicht. [2006 gab Yorma Eberl das ehrgeizige Ziel heraus](#), bis 2010 100 Millionen Euro Umsatz zu erzielen.

Doch selbst 2014 ist diese Marke noch in weiter Ferne. Derzeit macht das Unternehmen 76,2 Millionen Euro Umsatz, [berichtet die Fachzeitschrift "Food Service"](#). Im März machte eine Filiale in Mönchengladbach dicht.

Der Kassenschlager ist das Salami-Baguette für 1,10 Euro. Kaffee ist genauso teuer. Als vor zwei Jahren die Preise um 10 Cent erhöht wurden, gab es in den Filialen große Entschuldigungssticker. Kunden waren geschockt.

Außerdem beliebt: der „Flotte Dreier“. Im April ist das eine Kombination aus einer 0,5-Liter-Flasche Vittel, einem Twix Cappuccino und einem Tomate-Mozzarella-Baguette, die für 2,40 Euro (plus 25 Cent Pfand) zu haben ist.

Ein Angebot, das Gastro-Fachmann Eirund aus Kundensicht als „super attraktiv“ bezeichnet. Das Angebot schließt keine Klientel aus. Im Gegenteil: Die niedrigen Preise bei Yorma's sind exakt auf die Bedürfnisse des Durchschnittskunden zugeschnitten.

"Wir sind die Profiteure der Wirtschaftskrise", [sagte Yorma Eberl einmal in einem seiner wenigen Interviews](#). Sein Tenor: Die Kunden haben weniger Geld zur Verfügung, also versuchen sie beim Essen zu [sparen](#).

4. Das Kaffee-Preis-Geheimnis

In Branchenkreisen wird mit Warenkosten von sieben bis acht Cent für einen Kaffee kalkuliert. Da ist selbst bei einem Verkaufspreis von 1,10 Euro noch eine dicke Marge drin - auch wenn diese geringer ausfallen mag als bei der Konkurrenz.

Bei Yorma's gibt es dafür viele Kaffeemaschinen - und viele Mitarbeiter. Das ermöglicht eine höhere Frequenz beim Verkauf. Der Kaffee mag günstiger sein, dafür geht der Service schneller von statten. Gerade in Stoßzeiten am Morgen, in denen Kunden schnell zur Arbeit müssen, ist dies von entscheidendem Vorteil. „Yorma's setzt auf den Service als Produkt-Vorteil“, erläutert Michael Ottenbacher, Professor für Hotel- und Restaurantmanagement an der Hochschule Heilbronn.

Für den Service rühmt sich Yorma's auf seiner Website mit einem Zertifikat, das das Unternehmen als "Service-Champion im erlebten Kundenservice" ausweist. „Platz eins in der Kategorie Verkehrsgastronomie“. Die Basis dafür ist eine Studie des Beratungsunternehmens Service Value.

Was Yorma's unerwähnt lässt: Im Gesamtranking dieser Studie belegt die Kette "nur" Platz 331 unter mehr als 1500 Unternehmen.

Eine andere Stärke, mit der sich Yorma's von der Konkurrenz abhebt, ist derweil nicht wegzudiskutieren. Die tageszeitlich wechselnden Angebote. Morgens gibt es Kaffee, Croissant oder Brezel, mittags Snack und/oder Obstsalat. „Sie wechseln ihr Angebot sehr schnell“, sagt Experte Ploner.

5. Die Qualität

Niedrige Preise für Essen und Trinken, beim Mitarbeitergehalt lässt sich seit Einführung des Mindestlohns auch nicht mehr grenzenlos sparen - das muss doch zu Lasten der Qualität gehen. Eine Frage, die sich Kunden mit Blick auf Yorma's durchaus stellen könnten.

Experten versuchen zu differenzieren. "Bei Yorma's schmecken die Produkte zufriedenstellend", sagt Michael Ottenbacher. Wer noch mehr Qualität suche, müsse in anderen Shops mehr bezahlen. „Das Konzept von Yorma's ist nicht, die beste Qualität zu bieten. Das Konzept von Yorma's ist, ordentliche Qualität zum besten Preis zu bieten“, sagt er.



Pascal Heek
@pascal0887

"Für Pendler und Umsteiger ist der Yormas immer gut für ein kleines Päschen zwischendu..." @ Gleis 11/12:
4sq.com/SpdX6a #foursquare

22:50 - 26. Nov. 2012

Pascal's tip at Gleis 11/12
Für Pendler und Umsteiger ist der Yormas immer gut für ein kleines Päschen zwischendurch. Nettes Personal und wahnsinnig günstige
foursquare.com

Weitere Tweets von Pascal Heek ansehen

Dass das kein leeres Versprechen ist, da sind sich Experten einig. „Bei Yorma's setzen sie voll auf Menge, bieten aber trotzdem eine vernünftige Qualität“, sagt Branchenkenner Ploner. „Yorma's hat genau verstanden, was Menschen zu unterschiedlichen Zeiten an Bahnhöfen brauchen.“ Und Gastro-Experte Eirund meint: „Die Ladenverkaufsfläche ist einladend. Alles, was in der Auslage liegt, spricht den Kunden an.“

6. Das sagen Angestellte von Yorma's

Im Internet haben nur wenige angebliche Ex-Mitarbeiter über die Arbeitsbedingungen bei Yorma's berichtet. Einer schreibt, es sei schon "ziemlich chillig" gewesen. Andere meinen, dass es zu Stoßzeiten "Stress pur" gegeben habe.

Beim Jobbewertungsportal kununu.de fordert ein angeblicher ehemaliger Angestellter ein "Weg vom Hire & Fire" und mehr Wertschätzung.

Ein anderer schlägt vor, der Arbeitgeber solle die Mitarbeiter nicht "nach ihrem Alter und Aussehen beurteilen bzw. kündigen".

7. Die Pläne für die Zukunft

Mit (über-)ehrgeizigen Ankündigungen scheint man sich ja auszukennen bei Yorma's. Bei der Branchenmesse Internorga in Hamburg machte vor kurzem der Food-Report die Runde, der unter anderem auflistet, welche Expansionspläne einzelne Unternehmen verfolgen. Im Falle von Yorma's wurden 20 plus X Filialen registriert.

Gastro-Experte Eirund findet: „Das ist eine Ansage. Damit bewegt man sich auf einem Niveau mit KFC, Burger King und McDonald's.“

Es bleibt abzuwarten, ob Yorma's wirklich in diesem Umfang wächst. Zuletzt liefen auch Ankündigungen ins Leere, das Unternehmen wolle Standorte in Osteuropa aufbauen.

Michael Ottenbacher hält es jedoch für möglich, dass Yorma's zumindest in Deutschland sein Einzugsgebiet um wichtige Standorte erweitert. „Ich halte es für vorstellbar, dass das Angebot von Yorma's künftig auch an Airports funktionieren kann“, sagt er.