

ab 12.00



Deutsche Tapasvariationen sind in der Schnitzelei ein Renner.

Man isst deutsch



Deutsche Küche, präsentiert in klarem aber gemütlichen Ambiente, und Gäste, die daran Spaß haben, sind Teil des Erfolgs der „Schnitzelei“ in Berlin.

Der gebürtige Schweizer Stefan Schneck arbeitete nach Kochlehre und Hotelfachschule in seiner Heimat und im Ausland, in der 5-Sterne- bzw. 4-Sterne-plus-Hotellerie, bevor er 1990 nach Berlin kam. 1993 eröffnete er dort sein erstes Restaurant, zwei weitere folgten, u. a. ein australisches. Dieses lief seit 2003 nicht mehr zufriedenstellend für den Inhaber. Zurückgekehrt von der Messe Internorga, voller Ideen und Eindrücke, kam ihm bei einer Flasche Wein und einer Kochzeitschrift mit dem Thema Schnitzel der Einfall für den Relaunch. Im November 2005 eröffnete er an gleichem Standort in der Röntgenstraße 7 in Berlin-Charlottenburg das Restaurant „Schnitzelei“. „Innerstädtisch gelegen, aber in einem sozial schwachen Umfeld inmitten eines Wohngebiets, in dem weit und breit keine Konkurrenz ist, brauchten wir ein ausgefallenes Konzept, das die Leute herholt“, begründet Stefan Schneck seine Überlegungen. „Ich wollte aber kein piefiges deutsches Lokal.“

Für den Umbau investierte er etwa 50.000 €, hauptsächlich in Dekorationselemente und Lounge-Möbiliar. Die Baukosten waren gering. Auch bei der Technik

Fotos: Schnitzelei, Sievers

konnten die Kosten niedrig gehalten werden, jedoch war einiges neues Equipment für die Küche aufgrund von Verschleiß und dem anderen Essensangebot nötig, z. B. eine große Griddleplatte anstelle eines Lavagrills.

Begeistert waren nach der Eröffnung auch die Gäste. Das neue deutsche Lokal wurde sehr gut angenommen. Auch die Vertreter der Presse berichteten positiv. „Die meisten Gäste kommen auf Empfehlung“, betont Stefan Schneck und charakterisiert seine Kunden als „gastrointeressiert und essens-affin“. „Das Alter der Gäste ist sehr unterschiedlich, beginnt bei etwa 25 Jahren und ist nach oben offen. Wir haben sowohl das Eckkneipenpublikum, als auch den Golfclub, die Eltern mit Kindern und die Geburtstagsgesellschaft der 90-jährigen Oma“, sagt er. Auch von Gastronomen gab es Anerkennung. So wurde das Konzept mit dem „Leaders Club Award 2006“ gewürdigt.

Hausgemacht und modern

Die Küche ist „alpenländisch mit dem Schwerpunkt auf Österreich, Süddeutschland, Norditalien und etwas Schweiz.“ Der Fokus ist das Schnitzel, was sich auch im Verkauf widerspiegelt, denn 50 % davon sind Wiener Schnitzel. 25 % sind andere Schnitzel wie Saltimbocca oder Bayrische Schnitzel. Das Wiener Schnitzel mit warmem Kartoffel-Gurken-Salat oder Bratkartoffeln kostet 15 €. Das Angebot umfasst neben zahlreichen Schnitzelvarianten (z. B. Cordon

bleu, vegetarische Schnitzel), Salaten und Desserts (z. B. Marillenknödel, Kaiserschmarren) die „Deutschen Tapas“. Aus 18 typisch deutschen Gerichten kann der Gast wählen, z. B. Pflaumen im Speckmantel, Königsberger, Obatzda, Matjes-Häckerle, Currywurst, Gurkensalat mit Dill oder Tafelspitzsülze.

Bezahlt wird für drei, sechs oder neun Schälchen. Serviert werden die Schälchen mit den Tapas auf Holzbrettern. „Der Convenience-Anteil ist gering. Selbst die Brotpanade, den Kartoffelsalat, die kleinen Buletten und Kohlrouladen stellen wir selbst her“, erzählt Stefan Schneck und begründet: „Bei den Hauptprodukten wollte ich keine Kompromisse eingehen und arbeiten mit frischen Rohstoffen. Wenn es Convenience sein muss, dann TK, z. B. Zuckerschoten oder Fisch.“ Im Fischrestaurant würde er frischen Fisch erwarten, aber hier sei die Nachfrage schwankend und um die Qualität sichern zu können, greife er oft auf TK-Ware, manchmal auch selbst eingefroren, zurück. Der Gesamtwareneinsatz liegt bei 28 % vom Umsatz. Das Getränkeangebot umfasst z. B. Cocktails von 6,50 bis 8,50 € (Rosemarie, Kuschnel am Wannsee), Weine und Obstbrände aus heimischen, österreichischen und norditalienischen Gebieten sowie Bier. Den Durchschnittsbon beziffert der Gastronom so etwa um die 20 €.

Bei der Einrichtung wurde auf typisch deutsche Materialien Wert gelegt: Eichenholz in Form von Wandschindeln sowie dunkles Ledermobiliar. Die geradlinigen Wandlampen und das Kerzenlicht sorgen für eine gemütliche Beleuchtung. Das Restaurant verfügt über 80 Sitzplätze, 25 Plätze im Lounge-Bereich und 80 bis 100 Außenplätze im Sommer. Das Erdgeschoss ist 200 m² groß, beherbergt den Gastraum, die Küche und Spülküche. Der Keller hat die gleiche Größe und wird für Toiletten und Lagerräume genutzt. Im Restaurant arbeiten Festangestellte, Lehrlinge und Teilzeitkräfte, etwa die Hälfte in der Küche. Im Service bevorzugt der Inhaber studentische Hilfskräfte, da sie „eine bessere Kommunikationsfähigkeit“ haben.

Warme Küche gibt es bis etwa 23 Uhr, manchmal auch länger. Für alle Gäste, die lieber zu Hause bleiben wollen, bietet Stefan Schneck in Zusammenarbeit mit einem Lieferservice, der mehrere Restaurants vertritt, einen Außer-Haus-Service an. „Wir haben damit keinen Mehraufwand. Auch wenn es nur ein kleines Zusatzgeschäft ist, nutzen wir aber die Werbewirkung“, so der Gastronom. **Heike Sievers** www.nola.de



KONZEPT

SCHNITZELEI – BERLIN

Authentisches deutsches Restaurant mit viel Charme. Grundpfeiler sind eine klare Speisenausrichtung mit einem hohen Kommunikationsfaktor. Die Einrichtung strahlt in Form- und Farbsprache Wärme und Gemütlichkeit aus. Relativ geringe Investitionskosten.

ERFOLGSFAKTOREN

- ➔ Klare Positionierung
- ➔ Neuartige Ausrichtung: deutsche Küche mit guter Qualität und viel Pfiff
- ➔ Studentische Hilfskräfte fördern die Kommunikation mit dem Gast
- ➔ Top-Service („Es soll Spaß machen und ein Erlebnis sein, hier zu essen!“)
- ➔ Hohe Aufmerksamkeit bei der Presse, besonders zur Eröffnung
- ➔ Lieferservice auf Anfrage