



„Lage, Lage, Lage“, antwortet Henrik Lehmann mit einem Lächeln, wenn man ihn nach den Erfolgsfaktoren seines Restaurants „Boddensee“ im brandenburgischen Birkenwerder fragt.

## Ans Wasser gewagt

Das Restaurant liegt am Boddensee, der in einer knappen halben Stunde umrundet werden kann. Die Seeterrasse aus Holz ist direkt über das Wasser gebaut. Der Fahrradweg Berlin-Kopenhagen führt hier vorbei und die nördliche Stadtgrenze Berlins ist etwa 5 km entfernt. Außerdem gibt es eine nahe S-Bahn-, Autobahn- und Fernverkehrsstraßenanbindung.

Henrik Lehmann, Geschäftsführer des Restaurants, stieß nicht zufällig auf das Objekt. Er ist hier schon als Kind gewesen, hat seine Einschulung im Gasthaus gefeiert und war oft am See zum Baden und Angeln. Als das Restaurant in-

klusive Grundstück und See im März 2006 versteigert wurde, machte er mit und erhielt den Zuschlag. Er erinnert sich: „Im Mai habe ich es übernommen, dann war gleich der erste Wasserrohrbruch. Als ich bei der Versicherung meiner Vorgänger anrief, meinten die: ‚Ach, schon wieder, dann schmeißen wir sie jetzt raus‘. Kurz darauf hatten wir noch einen solchen Sturm, dass ich den Boddensee nicht mehr erkannte, so hohe Wellen hatte er, und wir erlebten einen Feuerwehreinsatz wegen umgestürzter Bäume.“ Aber: Innerhalb von zwei Wochen hat Henrik Lehmann alles soweit auf Vordermann gebracht und die Konzession, TV-Rechte und

## KONZEPT

### BODDENSEE – BIRKENWERDER

Restaurant mit „guter deutscher Küche“ und regionalem Anspruch. Ruhige Lage an einem kleinen See nördlich von Berlin.

Gute Verkehrsanbindung.

- **Inhaber:** Henrik Lehmann
- **Mitarbeiter (2011):** 25 (im Winter: 15-20)
- **Plätze:** 150 (innen), 150 (außen)

## ERFOLGSFAKTOREN

- ➔ **Besondere Lage am See**
- ➔ **Sukzessive Auswertung von Gästekritik und -wünschen**
- ➔ **Spezialisierung auf regionale und saisonale Küche**
- ➔ **Umfangreiche Marketingmaßnahmen**
- ➔ **Motivierte Mitarbeiter**

alles, was sonst noch dazu gehört, beantragt, sodass er zur Fußball-WM 2006 eröffnen konnte. Auch die Küche war kurz danach arbeitsfähig. „Wir haben mit Feedback-Bögen gearbeitet, auf die Gäste gehört und wussten so welche Veränderungen für sie wichtig waren“, berichtet er. Das betraf u. a. die Verlegung des Eingangs sowie die Modernisierung der Toiletten. Auch die Strom-, Wasser- und Abwasseranlagen sowie das Dach, das nun aus Solarplatten besteht, wurden komplett erneuert.

### *Bewusst etwas anderes*

Das Restaurant war schon zu DDR-Zeiten in Privathand und „ein gut besuchtes und vergleichsweise gutes Restaurant“, erklärt Henrik Lehmann: „Es gab Sachen, die es sonst nirgends gab.“ Das Angebot der heutigen Küche orientiert sich etwas daran. „Ich wollte auf die Wurzeln aufbauen“, sagt er und bietet heute eine gehobene regionale und deutsche Küche. „Es gibt hier in unserer Nähe griechische, chinesische und einfache deutsche Küche. Mit unserem Konzept wollten wir uns bewusst absetzen und niemandem sein Geschäft kaputt machen.“ Die Hauptgerichte kosten zwischen 12 und 25 €, Top-Seller seien saisonabhängig, mal Spargel, mal Pfifferlinge. Gerichte wie Havelzander und Kalbsleber werden stets gut nachgefragt, aber auch Schweinesteak „au four“, ein Rückensteak mit Würzfleisch und Käse überbacken. Der Durchschnittsbon beträgt 25 € inklusive Getränken, die Verweildauer der Gäste etwas über eine Stunde, schätzt Henrik Lehmann. „Die Leute kommen



Henrik Lehmann

nicht hierher, um schnell etwas zu essen, sondern sie nehmen sich Zeit.“ An guten Tagen am Wochenende verkauft er etwa 300 Essen plus Kaffee und Kuchen – an Spitzentagen sogar 500 Essen. Der Wareneinsatz liegt etwa bei einem Drittel. Der Grund sei sein Qualitätsanspruch, aber auch, dass die Kühlmöglichkeiten begrenzt sind. Daher wurden kürzlich drei neue Kühlhäuser gebaut: davon eines für Tiefkühlware.

### *Rechnen in Vollzeit*

Henrik Lehmann ist kein Vollzeitgastronom, sondern an vier Wochentagen Abteilungsleiter bei einer Bank. Deshalb verlässt er sich auf sein Team. „Meine Restaurantleiterin und mein Küchenchef sind dabei meine größten Stützen“, betont er. Im Sommer arbeiten 25 Angestellte hier, davon zwei bis drei in einem Imbiss, den er vor einem Jahr gekauft hat und künftig als Restaurant wieder eröffnen möchte. Im Winter seien es fünf bis zehn Mitarbeiter weniger. Der aktuelle Wetterbericht bestimmt den tatsächlichen Einsatz, aber es sind auch immer genügend Mitarbeiter vorhanden. Beim Marketing geht er verschiedene Wege: zum einen verteilt Henrik Lehmann Flyer und schreibt Hinweise auf Tafeln. „Anfangs haben wir Aktionen wie Disco oder Karaoke gemacht. Das war hilfreich, um bekannt zu werden. Aber nun frage ich mich, ob so etwas zu uns passt“, sagt Henrik Lehmann. Er wirbt in Tageszeitungen und kostenlosen Anzeigenblättern, nutzt das regionale Fernsehen und Radio und versendet Newsletter – mit einer Lesequote von 25 bis 30 %. Auch Facebook und Bewertungsportale sind ihm wichtig. Gerne würde er von einschlägigen Restaurantkritikern getestet werden. Das Siegel „Brandenburger Gastlichkeit“ 2009/2010 hat er bereits in der Tasche. **Heike Sievers**  
[www.boddensee.de](http://www.boddensee.de)

## Profi-Partner (Auswahl)

- **Gläserpülmaschine:** Meiko
- **Kaffee:** Jacobs Professional
- **Kaffeemaschine:** Franke Coffee Systems
- **Kassensystem:** Arne Madro
- **Tische & Stühle:** M 24