

# Frühstück bei Ferdinands

*Handelsgastronomie profitabel betrieben: Das geht, auch nach Corona  
und während der Inflation. Edeka-Kaufmann Horst Röthemeier*

*zielt in seinem neuen Markt in Minden-Dützen ganz auf genussfreudige und zahlungswillige Kunden ab.*

**Mathias Himberg**

**A**m Wochenende sind zum Frühstück bei Edeka Röthemeier alle Tische besetzt. Wer mit seinen Freunden zum Buffet gehen möchte, sollte vorbestellen. Zumindest im Edeka-Markt Diepenau-Lavelsho in der Nähe von Minden, genauer: im „Ferdinands“, benannt nach Horst Röthemeiers verstorbenem Vater. Jeden Tag kommen 70 bis 90 Kunden dorthin, rund 6 Prozent trägt der Bereich zum Umsatz des gesamten Marktes bei. Diesen Erfolg möchte der Kaufmann in seinem neuen Markt im Mindener Stadtteil Dützen wiederholen und übertreffen.

Eine mehr als 3000 Quadratmeter große Fläche hat der Selbstständige Ende Oktober dort eröffnet. 450 Quadratmeter davon sind auf zwei Etagen für den Gastrobereich reserviert, also für Bäckerei, Pizzaofen und Burgergrill, heiße Theke, Sushi- und Salatbar sowie Convenience-Food, mit 140 Sitzplätzen drinnen und 70 draußen. Bis zu 25 von insgesamt 100 Mitarbeitern sollen dort arbeiten und unter anderem täglich 100 Pizzen verkaufen. Übertrieben findet Röthemeier das alles nicht – im Gegenteil. „Unsere Erfahrung zeigt, dass der Bedarf da ist“, sagt er.

„Die Gastronomie ist unser Aushängeschild“, betont Röthemeier. Das sagen zwar viele Kaufleute. Aber sie betrachten ihre Gastronomie vor allem als Attraktion und Frequenz-

bringer, verdienen damit kein Geld, verlieren sogar welches. Röthemeier hingegen stellt klar: „Unser Bistro hier soll schwarze Zahlen schreiben, denn andere Standorte tun das bereits.“ Sieben Märkte betreibt der Westfale, vier davon haben ein Bistro. Präzise erfasst der Kaufmann alle Kosten der Gastro-Einheiten: die Einsatzstunden der Mitarbeiter, die Miete für die Fläche und den Wareneinsatz, auch aus anderen Abteilungen des Marktes. „Die Gastro rechnen wir als eigenes Profit-Center, und zwar mit Vollkosten“, betont der Kaufmann.

## Hohe Frequenz

Aber wie wird Handelsgastronomie profitabel? Da ist zunächst die hohe Frequenz. „In Lavelsho kommen täglich 80 bis 90 Leute zum Frühstück“, erklärt Röthemeiers Geschäftsführer Manuel Sasse. „Am Wochenende sind wir fast immer ausgebucht.“ Das Restaurant ist auch sonntags geöffnet, anders als der Rest des Marktes. Hinzu kommen auskömmliche Preise: 14,95 Euro kostet das Frühstücksbuffet in der Woche, 16,95 Euro am Wochenende.

„Wenn die Qualität in der Gastronomie stimmt, darf es auch ruhig etwas kosten“, findet Geschäftsführer Sasse. „Die Leute sparen eher in anderen Bereichen.“ Zum Beispiel im Supermarkt-Sortiment. Über das ganze Unternehmen stieg der Aktionsan-

teil während der Inflationszeit um rund 1,5 Prozentpunkte auf 11,5 Prozent, ebenso der Umsatzanteil der Eigenmarke Gut & günstig im Preiseinstieg. Doch der Gastronomie werde der Kunde auch dann treu bleiben, glaubt Sasse, wenn die Mehrwertsteuer, zu Corona-Zeiten auf 7 Prozent gesenkt, wieder auf 19 Prozent steige. „Wir werden dann nicht umhinkommen, die Preise zu erhöhen. Aber das wird der Kunde annehmen.“

Um die Kosten der Gastronomie so niedrig wie möglich zu halten, ist sie an die Bäckerei angebunden: Das Personal verkauft sowohl Brötchen als auch Pizzen und Hamburger. Für deren Zubereitung nutzt Röthemeier schlanke und bis ins Detail festgelegte Prozesse wie in der Systemgastronomie. Für sein Ankerprodukt Pizza bezieht er zum Beispiel die Teigrohlinge vom italienischen Großhändler Stuppiello. Die Maschine „Pizzarella“ rollt den Rohling automatisch aus: Der Mitarbeiter braucht ihn nur hineinzulegen und einen Hebel herunterzudrücken. Auf der ausgerollten Pizza verteilt der Mitarbeiter dann genau zwei Kellen Tomatenpüree und belegt sie je nach Sorte. Ab geht es in den Holzofen, bei festgelegter Temperatur und Backdauer – fertig ist die Pizza Napoletana. Jedes Mal gleich. Köche sind nicht nötig, angelernte Kräfte reichen aus. „Wir halten die Prozesse einfach und standardisiert“, betont Röthemeier. Ähnlich ist es bei den Burgern.

**Niedrige Kosten**

Der Kaufmann bietet seinen Kunden zusätzlich einen täglich wechselnden Mittagstisch, wie viele seiner Kollegen. Das ist in der Regel kompliziert – doch auch hier versucht der Westfale, die Kosten kleinzuhalten. Gerichte wie Gulasch oder Roulade kommen tiefgekühlt von einem Drittanbieter. Gleichzeitig bietet Röthemeier seinen Kunden viel Food Theatre. Sie können zusehen, wie Mitarbeiter im Gastrobereich Brötchen und Pizza backen oder hinter der 22 Meter langen Bedientheke Frikadellen zubereiten, Fleisch schneiden und Fisch räuchern. Auch Salate, Quarkspeisen und schokolierete Früchte an der Salatbar stammen aus eigener Produktion – allerdings aus der Zentrale in Bonhorst, wo zwölf Mitarbeiter an drei Tagen pro Woche rund 4000 Einheiten produzieren.

Mutig und sinnvoll im Marketing: Das Röthemeier-Logo prangt groß und deutlich auf den Packungen. „Einzigartig machen uns unsere Eigenherstellung, die Metzgerei, die Bäckerei und das Bistro als sozialer Treffpunkt“, sagt Röthemeier, „dazu eine schöne, großzügige Fläche mit großem Sortiment.“

Der Kaufmann ist zuversichtlich, dass sich seine Investition von rund 11 Millionen Euro in Minden, davon

rund 8 Millionen ins Gebäude, in wenigen Jahren auszahlen wird. „Bei vollem Ausbau soll der Markt einmal rund 23 Millionen Euro umsetzen“, sagt er. Das ergäbe eine vorbildliche Flächenleistung von rund 8 000 Euro pro Quadratmeter. Nach jetzigem Stand würde der Markt jährlich rund 19 Millionen Euro umsetzen – mit 14 000 Kunden pro Woche, die pro Einkauf durchschnittlich je 26 Euro ausgeben.

Auch der Rest des Marktes kann sich sehen lassen - im wahrsten Sinne des Wortes. Der Blick des Besuchers schweift über die gesamte Fläche, denn die hohe Decke kommt dank Stahltrapezträgern ohne Säulen aus. Bis zu 3 Meter breite Gänge und 1,60 Meter niedrige Regale verstärken den großzügigen Eindruck einer Markthalle. Farblich ist die Fläche in Grau und Schwarz durchkomponiert, mit Akzenten in hellem Holz – ohne der gut ausgeleuchteten Ware die Schau zu stehlen.

**Üppige Frische**

32 000 Artikel umfasst das breite und abwechslungsreiche Sortiment. Obst und Gemüse bilden darin die Vorzeige-Abteilung, üppig in Szene gesetzt mit schrägen Warenträgern und großer Sortimentstiefe. Ungewöhnlich ist, dass Röthemeier keine Gondelköpfe mit Ware bestückt, sondern die

Regalreihen mit Brettern in Holzoptik abschließt, auf denen die Namen der Warengruppen stehen – mit dem Bild einer jeweils passenden Ankermarke. „Wir machen das seit mehr als zehn Jahren so“, erzählt der Kaufmann. Damals habe er in Kundenstudien herausgefunden, dass die Zugriffe auf den Gondelkopf am schwächsten seien. „Die meisten nutzen ihn lediglich zur Orientierung darüber, was sie im Regal erwartet, und greifen dann im Gang zu.“

Röthemeier macht so manches anders als seine Kaufmannskollegen – und ist doch mittendrin in der Genossenschaft. Seit drei Jahren arbeitet er im Vorstand der Edeka-Regionalgesellschaft Minden-Hannover mit, vorher war er 15 Jahre im Aufsichtsrat. Sasse, sein Geschäftsführer seit 2018, hat jahrelang in der Mindener Zentrale gearbeitet.

Was kommt als nächstes? Gerade stellt Röthemeier einen Markt von NP, dem ehemaligen Discount-Format der Mindener, auf das Nahversorger-Konzept „Nah & gut“ um. Durch die Expansion, vor allem durch den runderneuerten Markt in Minden, hat er seine eigene Sonderkonjunktur, unabhängig von der Inflation. Nächstes Jahr soll der Gesamtumsatz des Familienunternehmens von rund 82 auf mehr als 100 Millionen Euro steigen.

*lz 49-23*

**Ortstermin mit Niggemann**



Mutige, gekonnte Warenpräsentation in der Frische, hohe Kompetenz in der Gastronomie: Der neue Markt in Minden ist für Edeka Röthemeier ein großer Schritt. Vor allem die große Obst- und Gemüseabteilung wird bestens dargestellt, mit breiten Schrägpräsentationen und attraktiver Warenanordnung. Das ist der dominante und sicher wichtigste Eindruck für den Kunden. Doch noch vor der Obstabteilung hat Röthemeier als Teil der Gastro-Zone eine massive Salatbar positioniert. Denn der Gastronomiebereich mit Bäckerei, Sushi-Shop und heißer Theke hat für den Kaufmann eine große Bedeutung. Imposant ist der Steinofen, in den Mitarbeiter Pizza im napolitanischen Stil gekonnt und schnell backen. In anderen Märkten schreibe die Gastronomie schon schwarze Zahlen (inklusive Verwaltungskosten), wie Röthemeier stolz mitteilt. Interessant ist auch der Einsatz der Easy-Shopper-Einkaufswagen fürs Selfscanning. Die Akzeptanz ist laut Röthemeier mit mehr als 20 Prozent sehr hoch. Viele Senioren nutzen das. Ein wesentlicher Vorteil ist die hohe Ablage für Taschen, in die Kunden die Ware einmal legen und dann dort lassen können. Da die Deutschland-Card oder die Edeka-App als Legitimation ausreichen, können Kunden unproblematisch auf Selfscanning umsteigen.

*Herwig Niggemann, Branchenkenner aus Bochum, unterstützt die LZ als Experte bei ihren Storechecks.*

FOTO: THOMAS FEDRA

**Edeka Röthemeier Minden-Dützen**

<b>Eröffnung:</b>	26.10.2023
<b>Investition:</b>	10,8 Mio. Euro, davon 7,7 Mio. Euro fürs Gebäude
<b>Verkaufsfläche:</b>	2800 qm plus 450 qm Gastro
<b>Sitzplätze Gastro:</b>	210
<b>Umsatzziel:</b>	23 Mio. Euro
<b>Artikel:</b>	32.000
<b>Kundenfrequenz:</b>	14.000 pro Woche
<b>Durchschnittsbon:</b>	26 Euro
<b>Mitarbeiter:</b>	100
<b>Kassen:</b>	12, davon 3 Selfscan
<b>Parkplätze:</b>	200
<b>Öffnungszeiten:</b>	Mo-Sa 7-22 Uhr; Bistro Mo-Sa 7-20 Uhr, So 8-17 Uhr
<b>Ladendesign:</b>	Linovag
<b>Bedientheken:</b>	Epta
<b>Licht:</b>	Velum
<b>Kühlmöbel:</b>	Kälte Schön
<b>Pfandautomaten:</b>	Redeposit

LZ GRAFIK; QUELLE: UNTERNEHMEN

**Lübbecker Straße 191, 32429 Minden**



Genussvoller  
Auftritt: Obst und  
Gemüse machen  
Eindruck, doch  
davor liegt der  
wichtige Gastro-  
bereich mit Back-  
waren, Sushi und  
vielen Sitzplätzen.





Hochwertiger  
Sofortverzehr: Für  
Pizza und Conve-  
nience-Gerichte  
steht Horst Rö-  
themer (unten  
rechts) mit sei-  
nem Namen –  
unterstützt von  
Geschäftsführer  
Manuel Sasse.



**Opulente Frische:**  
In einer hohen  
Markthalle prä-  
sentierte Röthe-  
meier Obst und  
Gemüse üppig.