

Marché Restaurants



MARCHÉ DEUTSCHLAND IN ZAHLEN

Mitarbeiter:	1.500
Auszubildende Fachmann/-frau für Systemgastronomie:	86
Auszubildende Fachkraft im Gastgewerbe in der Systemgastronomie:	6
Restaurants:	20
Nettoumsatz 2010:	82 Millionen Euro

BdS-Mitglied seit Mai 2011

Seit mehr als 25 Jahren stehen die Marché Restaurants für Frische, Transparenz und Innovation. Marché gehört zu den Kernkonzepten von Marché International, einem eigenständigen Bereich der Mövenpick Gruppe. Mit der Eröffnung des ersten Marché Restaurants in Deutschland 1983 in der Stuttgarter Innenstadt wurde ein neuer Betriebstyp geboren, der die Systemgastronomie in ganz Mitteleuropa inspirierte. Die Marché Restaurants sind das Original im „Front Cooking“: Alle Speisen werden wie auf einem Marktstand an verschiedenen Ständen direkt vor den Augen der Gäste zubereitet. Um kompromisslose Frische und höchste Qualitätsstandards zu gewährleisten, zog sich Marché International unter der Leitung von CEO Oliver Altherr, der das Unternehmen 2003 übernahm, aus den Stadttagen zurück und verlagerte seinen Schwerpunkt auf hochfrequentierte Standorte wie Autobahnen und Flughäfen. Marché ist mit dem einzigartigen Marché Frischekonzept weltweit an über 120 Standorten in zwölf Ländern erfolgreich tätig, darunter fallen Betriebe in Nordamerika und Asien sowie 20 Betriebe in Deutschland. In der Schweiz, Slowenien und Norwegen ist Marché marktführend.



Während die Gäste zwischen verschiedenen Marktständen flanieren, wählen sie selbst aus einer Fülle von hochwertigen Produkten aus. Die sofortige Zubereitung vor den Augen der Gäste gewährt konsequente Transparenz in Bezug auf Herkunft, Verarbeitung und Frische der Ware. Zum reichhaltigen Speisenangebot zählen u. a. saisonale und abwechslungsreiche Salat- und Gemüsevariationen, Fisch- und Fleischspezialitäten, ofenfrische naturbelassene Brot- und Backwaren, original Schweizer Rösti sowie frisch im Betrieb hergestellte Pasta aus Hartweizengrieß. Abgerundet wird die kulinarische Vielfalt durch ein buntes Getränkeangebot wie frisch von Hand gepresste Säfte oder Mövenpick Bio/Fairtrade-Kaffeespezialitäten. Alle Speisen folgen den saisonalen und regionalen Besonderheiten und werden ohne Convenienceprodukte und Geschmacksverstärker zubereitet. Die Marché Philosophie erfüllt heute mehr denn je die hohen Anforderungen qualitätsbewusster Gäste. Dies bestätigen zahlreiche Auszeichnungen: Das Deutsche Institut für Service-Qualität kürte die Marché Restaurants 2010 zum zweiten Mal in Folge zum besten Restaurant mit Selbstbedienung in Deutschland.



Beim ARCD-Raststättentest 2010/2011 platzierten sich vier Marché Restaurants unter den Top 10 und auch beim ADAC war Marché wiederholt die Nummer eins unter den deutschen Raststätten.

Rück- und Ausblick von Oliver Altherr, CEO Marché International



» Wie zufrieden sind Sie mit dem Geschäftsjahr 2010?

Mit dem Geschäftsjahr 2010 sind wir zufrieden. Wir konnten mit Marché International unseren Expansionskurs auf drei Kontinenten fortsetzen und im vergangenen Jahr einen Gesamtumsatz von 338,7 Millionen Schweizer Franken erwirtschaften. Damit konnten wir uns im Vergleich zum Vorjahr steigern.

» Was sind Ihre Erwartungen für das Jahr 2011?

Expansion bleibt auch 2011 ein wichtiges Thema. Bereits im Mai eröffnen wir zwei neue Outlets am Airport Zürich. Kurz darauf folgt die Eröffnung des Marché Patakan in der neu gebauten Tropenerlebniswelt Gondwanaland des Zoos Leipzig. Hier bieten wir unseren Gästen Erlebnisgastronomie, die sich perfekt in die Themenwelt der neuen Attraktion des Zoos einfügt. Unsere Kompetenz in diesem Bereich haben wir in Leipzig bereits mit der afrikanischen KIWARA Lodge sowie dem Marché Gründergarten bewiesen.

» Welche Trends beobachten Sie in der Systemgastronomie?

Ich denke, für alle Systemgastronomen ist Franchising ein wichtiges Thema. Unsere Entwicklung in Südostasien basiert auf starken Franchisepartnern. In Jakarta konnten wir 2010 ein weiteres Restaurant eröffnen und sind jetzt bereits mit acht Betrieben auf dem asiatischen Kontinent vertreten. Ein weiterer Trend ist die Regionalität – sei es bei der Verwendung regionaler Produkte oder bei regionalen Besonderheiten, auf die das Angebot der Systemgastronomie zunehmend abgestimmt wird.

» Welche Neuerungen gibt es in Ihrem Konzept?

Mit unserem neuen Marché Restaurant im Zoo Leipzig setzen wir einen verstärkten Fokus auf Erlebnisgastronomie sowie auf maßgeschneiderte Gastronomielösungen, die wir flexibel und in enger Zusammenarbeit mit unseren Partnern entwickeln. Hierin sehe ich eine klare Stärke von Marché. Weiterhin konzentrieren wir uns gezielt auf hochfrequentierte Standorte, um an unserer konsequenten Frischestrategie festzuhalten.

» Worin sehen Sie aktuell die größten Herausforderungen?

Gastronomie lebt von der Leidenschaft ihrer Mitarbeiter. Auch der Erfolg von Marché basiert auf motivierten und qualifizierten Teams, deshalb sind für uns Mitarbeitersuche und -förderung wichtige Themen. Wir setzen auf internen Nachwuchs und erfolgreiche Zusammenarbeit mit Ausbildungsstätten, wie der Dualen Hochschule Baden-Württemberg. Marché bietet jungen Menschen Zukunftsperspektiven und Aufstiegschancen in Europa, Asien und Kanada.

» Was ist Ihr Lieblingsgetränk?

Besonders gerne trinke ich unsere frisch von Hand gepressten Säfte. Das ist mein kleiner Vitaminkick für zwischendurch.