



## L'Orange einfach schick

Der Autovermieter Sixt (Umsatz: 1,6 Mrd. Euro) leistet sich in der Pullacher Zentrale ein Schmuckstück von Restaurant. Für Regine Sixt und Sohn Alexander ist die Gestaltung der Gasträume Chefsache.





Das geschmackvolle Interior Design verantwortet Regine Sixt höchstpersönlich.

Wer das Sixt-Mitarbeiterrestaurant betritt, wird am Eingang diskret darauf hingewiesen, wer „Interior Design“ und „Idea & Concept“ verantwortete: Regine und Alexander Sixt. Kein Zufall, wenn echte Bilder aus der privaten Kunstsammlung, Holzische aus Mooreiche und ausgewählte Designerlampen aus Mailand den Raum schmücken. Und es kommt vor, dass Stühle, Verkleidungen oder Gemälde einfach ausgetauscht werden. So sind die beiden Gastro-Etagen (unten Kaffeebar, oben Restaurant) mit 280

Das Leonardi-Team (v.l.): Thomas Kisters (Geschäftsführer), Christel Kisters (Marketing & Vertrieb), Christoph Piontkowsy (Gastronomischer Leiter Sixt) und Christoph Maier (operativer Geschäftsführer)





Ausgewählte Gestaltungselemente auch im Gastraum neben der Leonardi-Kaffeebar.

Sitzplätzen echte „living Restaurants“ und immer wieder für optische Überraschungen gut. Regine Sixt, die für das Corporate Design und die Uniformen aller Mitarbeiter weltweit verantwortlich ist, will das so. Seit Dezember letzten Jahres ist das sehenswerte Gastro-Objekt für die 700 Mitarbeiter geöffnet. Früher im Stile eines dunklen American Diner gestaltet, gehört Sixts Restaurant L'Orange heute zu den ersten Adressen für moderne Betriebsgastronomie. Eine Inspirationsquelle für die gastronomische Neupositionierung war für Juniorchef Alexander Sixt übrigens das Unternehmen Google, für das er lange Zeit tätig war. Sixt wie Google gehören zu jenen Unternehmen, denen hohe Wertschätzung für Essen und Trinken wichtig sind.

Hauptgrund ist, die Attraktivität als moderner Arbeitgeber zu steigern. Nicht nur das Restaurant, auch die Thekenzeile ist edel – mit beige Marmor verkleidet ein optisches Highlight. Richtig hochwertig auch das Angebot, zubereitet von einer sechsköpfigen Küchenmannschaft, die in einer komplett einsehbaren Küchenzone werkelt. Das schafft Vertrauen, sind die Verantwortlichen überzeugt. Auf-

### Hohe Individualität und Flexibilität gefragt.

grund der geringen Fläche gibt es für das Leonardi-Gastronomie-Team unter Leitung von Christoph Piontkowsky kaum Lagerflächen. Zwei kleine Kühlräume, das war's. Dafür müssen die regionalen „bodenständigen Lieferanten“ nahezu täglich just in time Waren anliefern. Die Zahl der Lieferpartner musste erweitert werden, weil nicht alle in den gewünschten Mengen liefern konnten. Geschäftsführer Thomas Kisters: „Der Kunde ist höchst anspruchsvoll und verlangt große Individualität und vor allem Flexibilität.“ Darauf geht Leonardi beim Angebotskonzept ein. Zum Tagesprogramm gehört eine Auswahl marktfrischer Salate, die als Tossed Salad individuell für jeden Gast zusammengestellt werden. Auf eine Salatwaage wurde bewusst verzichtet. Dazu gibt es täglich hochwertige Dressings und Toppings. Zu den vier Hauptgerichten (alle tagesfrisch zubereitet) gehört immer eine Handmade-Pizza aus dem Steinofen, täglich werden 100 bis 130 verkauft.

Das Preisband für Hauptgerichte reicht von 3,30 und 4,90 € bis zu 8,10 €. Suppen werden nur im Winter offeriert, die beiden Desserts (z. B. Kirschmousse mit weißer Schokolade oder Melonensalat mit Minze und Kokoscreme) werden direkt am Tisch angeboten und per Handheld abgerechnet. Auf Tablett wird ganz verzichtet, Besteck steht auf dem Tisch.

In der Mittagszeit stößt das Ausgabe-konzept allerdings an seine Grenzen. Eigentlich für drei Hauptgerichte geplant, gibt es deren vier. Und aus den kalkulierten 300 bis 350 Essen sind bis zu 500 geworden. Kisters: „Bei uns holt der Gast den Teller, wir wollen Interaktion.“ Es wird bargeldlos per Karte am Lesegerät bezahlt, Kassierer gibt es nicht. Einziger kritischer Punkt des Systems, wenn mehr Teller verkauft als boniert werden.

Zum profilstarken Frischekonzept gehört auch die Leonardi-Kaffeebar, die 30 Prozent zum Gesamtumsatz beiträgt. Auch hier gilt das Prinzip handwerklicher Fertigung. Soll heißen: Das Backwaren- und Kuchensortiment kommt aus der eigenen Patisserie – Ausnahmen bilden lediglich Croissants und Plundergebäck. Das täglich wechselnde Angebot beinhaltet neben den beliebten Kaffeespezialitäten, zubereitet von einem Barista, diverse belegte Brötchen, Müslis, Obst, Tartelettes und Säfte, alles auch als To-go und verkaufsstark präsentiert.

Für das junge Unternehmen Leonardi (ca. 12 Mio. € Umsatz / 210 Mitarbeiter) ist der Kunde ein Glücksfall, wenngleich eine tägliche Herausforderung. Der Vertrag sieht eine feste Subvention nach Essenzahl vor – mit Bonus oder Malus. Einzige Hürde für weiteres Wachstum in der Premium-Disziplin ist laut Thomas Kisters der leergefegte Arbeitsmarkt. Die Suche nach guten Mitarbeitern gestaltet sich immer schwieriger. Dabei bietet die Branche gute Aufstiegschancen. Einst als Küchenleiter bei Leonardi angefangen, wurde jüngst Christoph Maier zum operativen Geschäftsführer befördert.

Smi

## Sixt L'Orange, Pullach

Gastronom	Leonardi
Eröffnung	12/2013
Gastronomieleiter	Christoph Piontkowsky
Gästepotenzial	700
Aufgabenbereich	SB-Restaurant, Kaffeebar, Konferenz- und Event-Catering
Essen täglich	bis 500
Gäste-Bon	4,90 € (brutto) ohne Getränke; 2,90 € (Kaffeebar)
Sitzplätze	280 auf 2 Ebenen
Umsatzverteilung in %	50 Rest.   30 Kaffeebar   20 Events
MA Catering	6 VZ Küche, 1 VZ + 6 TZ Service, 2 TZ Kaffeebar
Küchentechnik	2 Flexichef (6er/10er), Self Cooking Center 6 x 1/1   10 x 1/1, Kessel 100 l, 2 Induktionsplatten
wichtige Ausstatter	Fuchs, Meiko, MKN, OPC, Rational
Planung	Reisner & Frank