

AHGGZ

www.ahgz.de

N. 44 3.11.2007

Drei Fragen an

Oliver Blum



Oliver Blum ist einer der Gesellschafter der Geflügel-Gastrokette HOONS Foto: Unternehmen

1. Kürzlich haben Sie Ihr Konzept nun zwei auf fünf Outlets aufgestockt. Wie sind Sie gestartet?

Unser Franchisingkonzept war 2004 zunächst ein „Bierdeckelgedanke“. Als Pilotprojekt hatten wir den Lieferservice Hendl-Taxi. Außerdem waren andere Restaurants bereit, unsere Marke zu führen. Schließlich haben wir uns zugetraut, Hoons an den Start zu bringen. Es dauert beim Franchising ein bis anderthalb Jahre, bis der erste Partner gefunden ist.

2. Ähnliche Konzepte gibt es bereits, etwa KFC. Was ist das Besondere an Hoons?

Wir können aufgrund unseres „Nicht-Konzern-Seins“ deutliche Vorteile am Markt erzielen. Vor ein paar Wochen ist es uns zum Beispiel gelungen, einen

Hersteller zu finden, der uns Hähnchentüten mit unserem eigenen Motiv sogar in kleiner Auflage zur Hälfte des Preises anbietet, den wir sonst für Standardtüten zahlen. Solche Kostenvorteile leiten wir an unsere Franchisenehmer weiter. Eine weitere Besonderheit ist es, dass wir aktiv die Umrüstung bestehender Betriebe unterstützen. Damit behält das Outlet sein individuelles Gesicht – ein Vorteil für den Gast.

3. Vor der Gründung von Hoons waren Sie bei Wienerwald beschäftigt. Welche gastronomischen Dos and Don'ts haben Sie aus dieser Zeit mitgenommen?

Die Dos and Don'ts ergeben sich aus der Summe unserer einzelnen Erfahrungen. Wir tun jeden Tag alles, damit wir im Heimlieferdienst, Restaurant- und Mitnahmegeschäft ausgeglichene Umsätze haben. Dazu gehört auch die grundsätzliche Ablehnung kostenintensiver Berater. Wir selbst müssen Spezialisten sein.

Die Fragen stellte Barbara Euler