



Fotos: privat

Gemütlichkeit als Konzept: Im Schwan sollen sich die Gäste fühlen wie im Wohnzimmer.

GASTRONOMIEKONZEPT

DER SCHWAN SCHWIMMT AUF DER ERFOLGSWELLE

Mit inzwischen vier Betrieben in Düsseldorf und Neuss hat Kerstin Rapp-Schwan eine kleine Kette gegründet. Der „Schwan“, so der Name der Betriebe, setzt auf deutsche Küche und gemütliches Ambiente. Nur mit einem klaren Konzept, so die Gründerin und Inhaberin, habe man heute ein Chance.

Im Schwan ist es immer wieder Oma Käthe, die einem begegnet. Die gibt es wirklich und ist die Großmutter von Kerstin Rapp-Schwan. Und weil die Unternehmerin von der Küche ihrer Oma so begeistert war, hat sie deren Gerichte und Kochkunst kurzerhand in die Karte aufgenommen und ihr sogar einen eigenen Bericht gewidmet. Deshalb gibt es im Schwan Hühnerfrikassee oder Frikadellen – beliebte Gerichte, die in der Gastronomie inzwischen oftmals etwas in Vergessenheit geraten sind, von den Menschen aber gerne gegessen werden. „Liebgewordene Klassiker“, umschreibt Kerstin Rapp-Schwan diesen Teil der Speisekarte, für den die Oma herhalten muss. Damit wird im Schwan die Karte ergänzt, auf der sonst Bur-

ger und Schnitzel die Hauptrolle spielen. Der Schwan setzt auf deutsche Küche und ist damit ja auch wieder im Trend, denn trotz aller Erfolge von Italienern, Griechen und Spaniern haben sich die Deutschen von ihren eigenen Spezialitäten noch lange nicht verabschiedet. Und Oma Käthe passt da eigentlich wieder in die Zeit, denn sie kochte frisch, mit guten Zutaten aus der Region und hatte das Händchen dafür, wie es schmecken muss.

DEUTSCHE KÜCHE UND WOHNZIMMER-FEELING

Doch was unterscheidet den Schwan von anderen Gastronomieobjekten? Kerstin Rapp-Schwan setzt auf ein klares Konzept, eine frische und individuelle Küche

und ein gemütliches Ambiente, „Wohnzimmer-Atmosphäre“, wie sie es beschreibt. Gleichbleibende Qualität an allen vier Standorten gehört auch dazu, schließlich muss der Gast wissen, was er bekommt. Kerstin Rapp-Schwan hat den Schwan zur Marke gemacht und ist der Meinung, dass der Markengastronomie die Zukunft gehört. Sicherlich spielt ihr persönlicher Background eine Rolle – der Vater war einst Gründer und Geschäftsführer von Maredo, der Bruder verantwortet inzwischen das weltweite Marketing von Burger King – doch es ist auch ihre Überzeugung: „Eine Marke baut Vertrauen auf und der Gast weiß, was ihn erwartet, er muss wissen, warum der da-

hin geht.“ Das sollte eigentlich jeder machen, aber leider hätten das noch zu wenige verstanden, so die Unternehmerin, die selbst in und um die Systemgastronomie aufgewachsen ist, aber gar keine gastronomische Ausbildung hat. „Das war gerade am Anfang nicht immer einfach“, erinnert sie sich. 2001 ist sie mit vier Läden in Düsseldorf, Köln und Mainz gestartet und hat schnell gemerkt, dass sie das nicht stemmen kann. Deshalb hat sie sich zurückgezogen, das Konzept überarbeitet und ist dann noch einmal neu gestartet mit dem Schwan, der jetzt zu einem kleinen Höhenflug rund um Düsseldorf ansetzt. „Eigentlich wäre es besser, vor der Selbstständigkeit eine Zeit als Betriebsleiter in der Gastronomie zu arbeiten“, meint sie heute im Rückblick. Denn Gastronomie, das sei ein Komplettunternehmen. „Da ist viel in einer Person



Das Konzept des Schwan ist multiplizierbar, auch wenn die Persönlichkeit ganz wichtig ist.



Kerstin Rapp-Schwan führt zusammen mit ihrem Mann die kleine Kette in Düsseldorf und Neuss.

gebündelt, für das es sonst ganze Abteilungen gibt“, sagt sie. Eine straffe Organisation und klare Strukturen seien notwendig, gerade, wenn man ein Konzept multiplizieren wolle. Natürlich könne man auch als Individualist mit einem Schuss Chaos überleben – und einige Kollegen würden das ja immer wieder beweisen –, aber „auch die brauchen ein Konzept“, sagt Kerstin Rapp-Schwan. Die Zeiten, in denen neben dem Schnitzel auch noch Chop Suey, Toast Hawaii und irgendwelche Nudel-Gerichte stehen, weil irgendein Stammgast das jeden Mittwoch haben will, seien vorbei.

PERSÖNLICHKEIT

Dabei geht es, da ist sich Kerstin Rapp-Schwan sicher, ganz ohne Persönlichkeit auch nicht – zumindest nicht im Schwan: „Die Gäste wollen auch mal die Kerstin sehen“, sagt die Inhaberin mit einer gesunden Portion Selbstbewusstsein. Das weiß sie und danach handelt sie: Sie ist selbst so oft wie möglich in den Lokalen und lächelt einem auf der Homepage entgegen. Damit bekommt der Schwan ein Gesicht, eine Gastgeberin – und das braucht ein solches Konzept auch für den dauerhaften Erfolg.

> **Andreas Türk**

BRANCHE POSITIV DARSTELLEN

Und dann ist Kerstin Rapp-Schwan noch etwas eingefallen, das sie unbedingt los werden will: „Wir müssen unsere Branche und unsere Berufe positiv darstellen“, sagt sie. Es müsse Schluss sein mit dem Gerede über ungünstige Arbeitszeiten und schlechte Bezahlung. Damit locke man keine jungen Menschen mehr in die Gastronomie. Vielmehr sollte man die Begeisterung der Branche vermitteln, sollte die Vorteile flexibler Arbeitszeiten aufzeigen. Nur so lasse sich das Nachwuchsproblem auf Dauer lösen, meint die engagierte Unternehmerin. atk

— Anzeige —

Stühle ■ Tische ■ Bänke ■ Polstermöbel



WDESIGN[®]
by Wilk GmbH

www.wdesign-net.de ■ Tel. (02303) 98 653-0