

Theater-Casino Zug



Gastrokonzept (Destillat)

Stand: 12. August 2009



Agenda

1	Intro	2
2	Anforderungen an Raum- und Aufenthaltsqualität	4
3	Anforderungen an Food & Beverage (F&B) Angebote	8
4	Anforderungen an Dienstleistungen	10
5	Betriebsrechnung	11
6	Fazit	12
7	Next Steps	13
8	Quellenverzeichnis	14
9	Anhang	15

1.1 Auftrag

- jürg landert. gastronomie. konzepte. consulting ltd. -j/z- wurde von dem Stiftungsrat des Theater-Casino Zug beauftragt, ein Konzeptdestillat zu den Themen Anforderungen an Raum- und Aufenthaltsqualität, F&B Angebote und Dienstleistungen zu erstellen
- Weiter soll eine einfache Betriebsrechnung erstellt werden, welche die Rentabilität des Restaurants für den Pächter und im Vergleich zu den Investitionen aufzeigt
- Der vorliegenden Arbeit liegt die Auftragsbestätigung für die weitere Projektbegleitung im Aufwand per E-Mail vom 10. Oktober 2008 zu Grunde, sowie die mündliche Bestellung der Dokumente von Herrn Grepper im Anschluss an das Meeting vom 6. Februar 2009

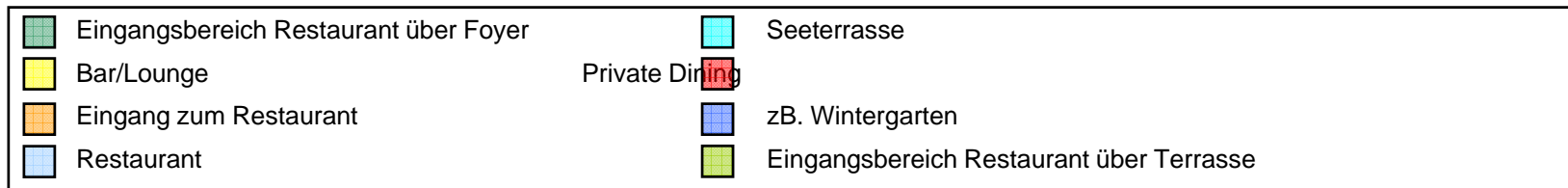
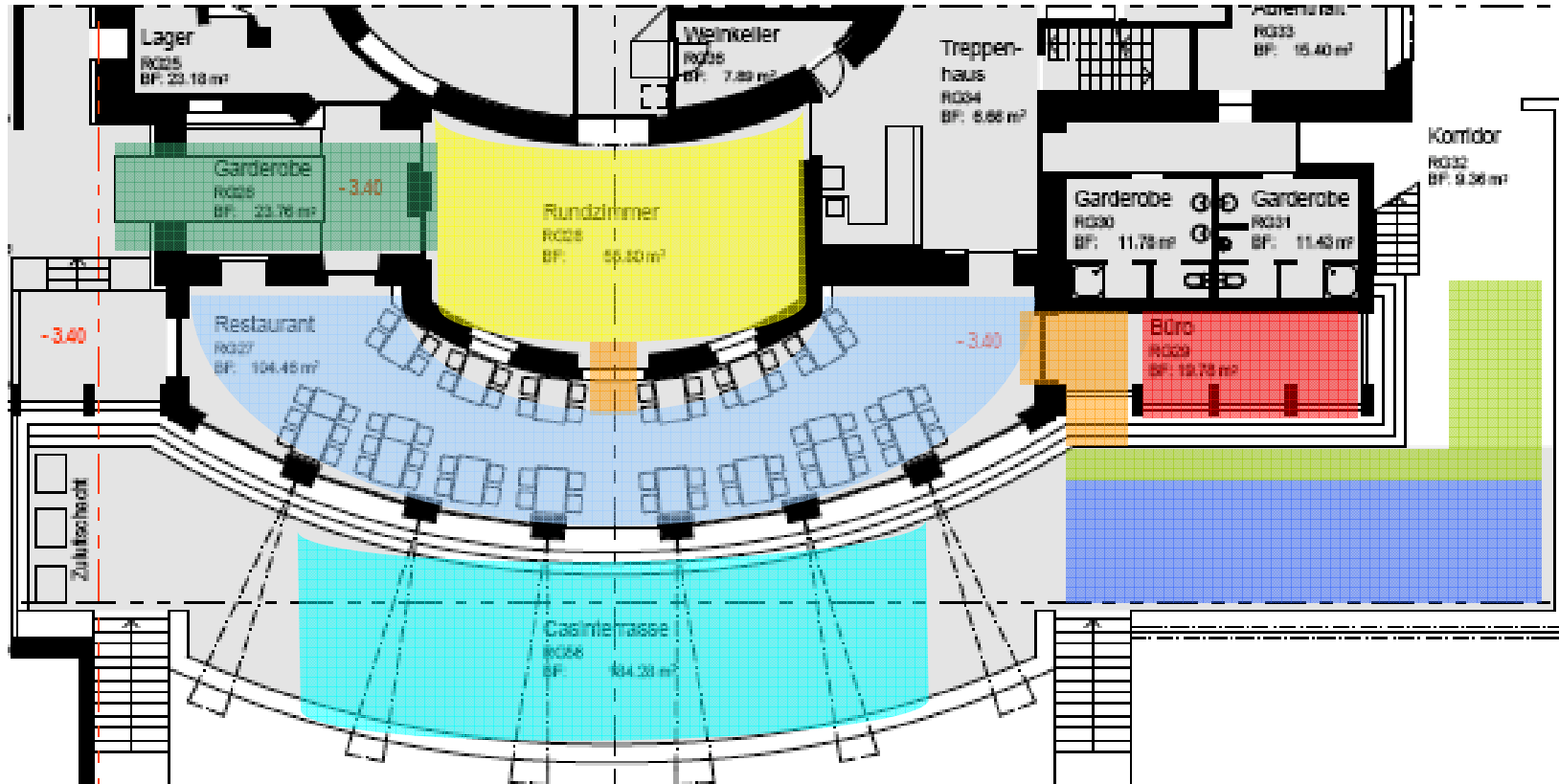
Hinweise für das gesamte Dokument:

- **Sämtliche Aufzählungen sind keine „Hitparaden“, das heisst, die Reihenfolge innerhalb eines Abschnitts setzt nicht zwingend Prioritäten**
- **„F&B“ steht im gesamten Dokument für Food & Beverages -Speisen & Getränke-**
- **Für die bessere Lesbarkeit wird bei Personenbezeichnungen jeweils die männliche Form verwendet. Gemeint sind selbstverständlich Personen beider Geschlechter**

1.2 Ausgangslage

- Um ein attraktives und realisierbares Konzept für das neue Restaurant im Theater-Casino Zug zu finden, wurde ein Workshop mit den Mitgliedern des Stiftungsrates durchgeführt
- Die Ergebnisse des Workshops flossen wo sinnvoll und möglich in die Grobkonzeptidee mit ein
- Nachfolgend werden die wichtigsten Aussagen des Grobkonzeptes noch einmal verdeutlicht:
 - das Restaurant soll der Treffpunkt der Stadt Zug werden -die favorisierte Wahl der Zielgruppen-
 - in Bezug auf das Catering soll das Theater Casino Zug der favorisierte Veranstaltungsort werden
 - es wird jedoch dem Pächter kein Exklusivrecht am Catering erteilt
 - das Restaurant erstreckt sich über 4 Räume -Bar im Rundzimmer, Restaurant im Seerestaurant, Private Dining in den Büros und die Seeterrasse ev. mit Wintergarten-
 - das Service Design ist in allen vier Räumlichkeiten Full Service, ausser im Foyer während der Veranstaltungspausen ist Selfservice
 - die F&B Angebote variieren von Raum zu Raum: Bar - kleine Speisen; Restaurant - Casual-Fine-Dining; Private Dining - Chefs Table; Seeterrasse/Wintergarten - Kaffee & Kuchen, kleine Speisen oder Casual-Fine-Dining
 - Schlagwörter: „Cherry on the pie“, „Leuchtturm“, „junge Wilde“

2.1 Layoutvorschlag



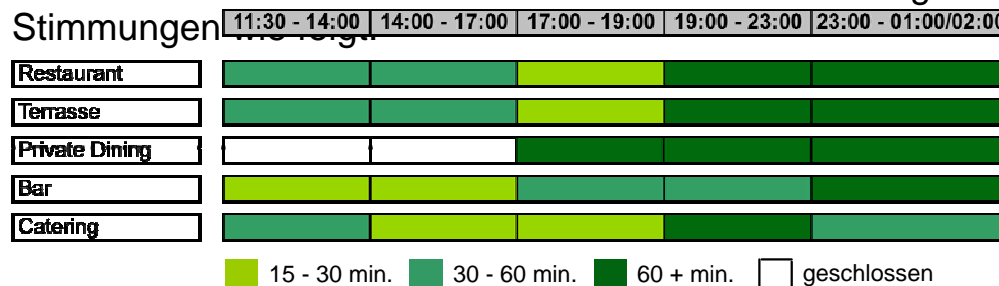
2.2 Raumprogramm

- Bar im Rundzimmer: Anzahl m2: ca. 56 m2
Anzahl Sitzplätze: ca. 20
Einrichtungen: Barkorpus, Bistrotische, Stühle, Stehtische, Dekorationen
- Seerestaurant: Anzahl m2: ca. 105 m2
Anzahl Sitzplätze: ca. 60
Einrichtungen: Tische, Stühle, Gueridons, Dekorationen
- Private Dining: Anzahl m2: ca. 20 m2
Anzahl Sitzplätze: ca. 10
Einrichtungen: langer Tische -Chefs Table-, Stühle Dekorationen
- Wintergarten: Anzahl m2: ca. 60 m2
Anzahl Sitzplätze: ca. 40
Einrichtungen: Bistrotische und Stühle, Pflanzen, Dekorationen
- Seeterrasse: Anzahl m2: ca. 125 m2
Anzahl Sitzplätze: ca. 70
Einrichtungen: Loungetische und Sofas, Holztische & Stühle, Dekorationen

2.3 Räumliche Stimmung

- Das passende Ambiente für die möglichen Raumvarianten wird durch das Interior Design erzeugt. Dies durch folgende Eigenschaften:
 - Restaurant: Schlichtheit, Einfachheit, Design, Helligkeit und die optimale Raumaufteilung -Verhältnis Raum/Anzahl Plätze-
 - Bar: Gemütlichkeit und Kommunikation
 - Private Dining: Qualität und Diskretion
 - Wintergarten/Terrasse: Entspannung und Leichtigkeit
 - Cateringräumlichkeiten: Authentizität und Charme

- Die Aufenthaltsdauer in den verschiedenen Bereichen gestaltet sich durch die räumlichen Stimmungen wie folgt:



- Die verschiedenen Räumlichkeiten bieten durch das Ambiente unterschiedliche Aufenthaltsqualitäten resp. Erlebnisse
- Die Gastronomie ist tagsüber sehr schnelllebig und abends ruhig

2.4 Materialisierung und Möblierung

- Folgende Materialien sind im Zusammenspiel denkbar:
 - Leder und Metall
für die unterschiedlichen Sitzgelegenheiten im Bereich der Bar und im Restaurant
Vorstellung: bequeme Lounge-/Barhocker
 - Stein
im Bereich der Bar -Wände-, eventuell auch die Bar selbst
Vorstellung: die Steinmauern und die Kerzen zaubern eine urige/gemütliche Stimmung in die Bar
 - Dunkles Holz
Parkett und Tische im Restaurantbereich, im Private Dining und in der Bar
Vorstellung: Das Holz verleiht den Räumen Wärme, Natürlichkeit und Herzlichkeit
 - Textilien
Tischdecken im Restaurantbereich und auf der Seeterrasse
Vorstellung: damit wird der Fine-Dining Aspekt hervorgehoben
 - Rattan/Hularogeflecht
die Möblierung auf der Seeterrasse
Vorstellung: grosse, breite und tiefe Sofas, niedrige Tische, etc.

- **Vorraussetzung für einen Einklang der Materialien ist ein harmonisches Zusammenspiel der Farben und Formen**

3.1 F&B Credo

- Die F&B Angebote als Teil der 4 Qs: Qualität von Food, Qualität von Beverages, Qualität von Dienstleistung, Qualität von Raum und Aufenthalt
- Hohes Qualitätslevel der gesamten F&B Angebote; das Restaurant positioniert sich über die F&B-Kompetenz
- Frische, wenn möglich regionale und saisonale Produkte berücksichtigen
- Essen als Inszenierung -“Stagecraft“-
- Sehr hohe Präzision und Qualität in der Herstellung und Präsentation der Produkte
- Verwendung derselben Zutaten in mehreren Gerichten -“Keep it simple“, optimale Foodmatrix, Frische-
- Authentische internationale und regionale Küche mit einem attraktiven und breiten, aber nicht sehr tiefen Angebot
- Food Themen könnten die Schweizer oder mediterrane Küche oder Fusion -zB. Einflüsse aus Asien- beinhalten; auch könnten die jeweiligen Veranstaltungen das Menü beeinflussen
- F&B Angebote profilieren sich durch die Kreativität des Kochs
- Rücksicht auf gegenwärtige Trends wie „Transparenz“ und „Genuss als neuer Luxus“ -siehe Anhang 9.1. Zeitgeist-
- Ausgewogene vegetarische Alternativen in allen Foodkategorien

- **Zentrale Werte: Qualität, Vielfalt, Frische, Präzision und Attraktivität**
- **Maximales Erlebnis für den Gast -“cleverer Luxus“-**

3.2 F&B Beispiele

- Die Menübestandteile im Restaurant bestehen aus maximal:
 - 10 Vorspeisen -Salate, Suppen, kalte und warme Vorspeisen-
 - 15 Hauptgängen -Fisch, Fleisch, Vegi-
 - 10 Desserts
 - Mittags zusätzliche Tagesmenüs/Businesslunches -Fleisch, Fisch, Vegi-
- In der Bar werden kleine Speisen und Snacks serviert, ausgerichtet auf Theaterbesucher
- Auf der Terrasse werden je nach Tages- und Jahreszeit die F&B Angebote des Restaurants und der Bar serviert

F&B Matrix	Food	Beverages
Restaurant	"Casual-Fine-Dining" mit la Carte Menüs, Ausnahme Tagesmenüs	Schwerpunkt liegt auf einer spannenden Weinkarte
Terrasse	Mittags und abends wird die Restaurantkarte angeboten, nachmittags die Barkarte sowie Desserts	Mittags und abends liegt der Schwerpunkt auf Weinen und Softdrinks, nachmittags auf Heissgetränken und Softdrinks
Private Dining	Spezielle Degustationsmenüs "Chefs Table", kann auch mit einem Kochkurs verbunden werden	Schwerpunkt liegt auf einer attraktiven Weinkarte
Bar	Ausgerichtet auf kleine Gerichte und Snacks vor und nach den Vorstellungen oder für Zwischendurch	Schwerpunkt liegt auf Aperitif- und Digestifgetränken sowie Cocktails
Catering	Angebot auf den Wunsch des Gastes ausgerichtet -vom Aperitif Snacks bis zum 7-Gänge Menü-	Auf den Wunsch des Gastes ausgerichtet -vom Aperitif bis zu einem Getränkemenü mit Wein, Cocktails, etc.-

- **Die F&B Angebote sind je nach Outlet ausgestaltet, können aber auf Wunsch auch in anderen Bereichen bestellt werden**

4. Service

- Um das Konzept des „In-Restaurants“ authentisch zu verwirklichen, werden im Service in allen Räumlichkeiten und in der Küche gelernte und nicht gelernte Mitarbeiter eingestellt
- Dieser Mix zwischen Fachkräften und Studenten/Aushilfen, etc. kreiert ein lebhaftes und lockeres Serviceteam und beeinflusst somit die Atmosphären in den verschiedenen Räumlichkeiten positiv
- Die Servicedienstleistung ist jederzeit professionell, zurückhaltend und entgegenkommend
- Die Mitarbeiter werden gut geschult und sind stets freundlich

5. Betriebsrechnung

- Folgende Annahmen wurden zur Kalkulation der Betriebsrechnung getroffen:
 - die Terrasse wird als Verlagerungsgeschäft gesehen, da sie nicht das ganze Jahr hindurch nutzbar ist
 - Das Sommer- und Wintergeschäft gleicht sich durch die Spielpause im Sommer aus
 - Caterings wurden nicht in die Betriebsrechnung mit einbezogen, da der Caterer kein Exklusivrecht an den Caterings hat und pro Catering einen gewissen Betrag an den Betrieb zahlen muss
- Die Betriebsrechnung des Restaurants verdeutlicht, dass das geplante Restaurant profitabel ist -sowohl für den Pächter, als auch für die Vermieterin-
- Profitabel für den Pächter, da im dritten Jahr bei realistischen Annahmen ein EBT von CHF 138'525 -3.9% des Nettoumsatzes- erwirtschaftet werden kann
- Profitabel für die Vermieterin, da die Investitionen von ca. CHF 2.0 Mio über die Mindestmiete kapitalisiert werden können bei einer Kapitalisierungsrate von 12%
- Für nähere Informationen zu der Betriebsrechnung in drei Szenarien, sowie der Grobkostenschätzung siehe Anhang 9.2. - 9.5.

6. Fazit

- Die Aufenthaltsqualität, F&B Angebote und die Servicedienstleistungen müssen sich auf dem selben Niveau/Level befinden, um das Konzept realistisch/authentisch umzusetzen
- Die genannten Faktoren jedes Themas bilden diese Einheit
 - Aufenthaltsqualität: auf den Raum und die Gelegenheit angepasst
 - F&B Angebote: an die Bedürfnisse sowie die Räumlichkeiten angepasst
 - Dienstleistung/Service: an die Bedürfnisse und die F&B Angebote angepasst
- In Bezug auf die Betriebsrechnung ist ersichtlich, dass die von dem Stiftungsrat/der Stadt Zug zu tätigen Investitionen durch die Miete kapitalisiert werden können

7. Next Steps

- Benennung/Festlegung der einzelnen Positionen im Organigramm -Stadt Zug-
- Definieren des jeweiligen Aufgabenbereichs -Stadt Zug-
- Projekt Kick-off mit Team

8. Quellenverzeichnis

Literatur

- Dokumente des Stiftungsrat Theater Casino Zug und des Betriebs
- A. Haderlein (2007). *100 Top Trends*. Zukunftsinstitut GmbH
- A. Kirig, Mag H. Rützler (2007). *Food Styles*. Zukunftsinstitut GmbH

9.1 F&B Zeitgeist 1/2

Basierend auf Quellen bekannter Zukunftsinstitute -siehe Quellenverzeichnis-

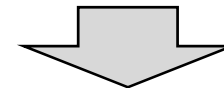
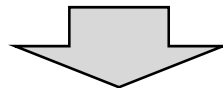
Trend

Bedürfnis nach Region

Globalisierungsängste und Anonymisierung industrieller Lebensmittel verstärken die Sehnsucht nach Vertrautheit, Nähe und Heimat. Immer mehr Konsumenten legen Wert auf Produkte, denen nicht der Faktor Klimakiller anhaftet, sondern die in ihrer direkten Umgebung produziert wurden. Zudem gelten regionale Produkte als umweltschonend, gesünder und nährstoffreicher, da sie sich automatisch an den Jahreszeiten orientieren

Bedürfnis nach Transparenz, Vertrauen, Sicherheit

Lebensmittel sind etwas Essenzielles und damit Produkte, über deren Herkunft, Qualität, Zusammensetzung und Herstellung die Konsumenten mehr wissen wollen. Essen und Ernährung verlassen immer mehr die Privatsphäre und erlangen öffentliches Interesse -vgl. Lebensmittel-Skandale, etc.-. Das damit steigende Wissen über den Zusammenhang zw. Food und Gesundheit erhöht die Nachfrage nach Transparenz und Informationen



Relevanz für das Theater-Casino

Durch den Verkauf von regionalen Produkten mit einer Geschichte dahinter, wird dem Gast das Gefühl von Heimat und Nähe vermittelt. Sie können die Qualität nachvollziehen und leisten zudem einen Beitrag an die heimische Wirtschaft

Der Verkauf von regionalen Produkten und deren Geschichte gibt dem Gast das Gefühl von Transparenz; Herstellung, Inhaltstoffe, Herkunft etc. sind bekannt. Regionale Produkte werden als natürlich und damit als gesund wahrgenommen -Sicherheit, Vertrauen-

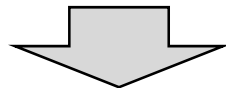
F&B Zeitgeist 2/2

Basierend auf Quellen bekannter Zukunftsinstitute -siehe Quellenverzeichnis-

Trend

Sen-satt-tion

Essen und Trinken haben sich aus der Privatsphäre befreit und sind öffentlich geworden. Denn Essen ist längst nicht mehr nur Nahrungsaufnahme, sondern ein soziales wie kommunikatives Ritual. Es wird gegessen, um sich auszudrücken, darzustellen und abzugrenzen: Essen und Trinken werden als gemeinschafts- und sinnstiftende Sozialfaktoren wieder entdeckt und wollen von den Konsumenten an neuen Orten „zelebriert“ werden

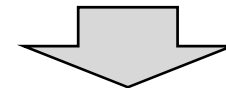


Relevanz für das Theater-Casino

Das Theater-Casino bietet seinen Gästen verschiedene Räumlichkeiten um zu „zelebrieren“: die Banketträume für grössere Anlässe, die Bar -zB. für Theaterbesucher, die den Abend mit einem Snack oder Drink in einer gesellschaftlichen Runde ausklingen lassen wollen-, etc.

Genuss ist der „neue“ Luxus

Der neue „Genussmittelluxus“ macht sich an vielfachen, aber seltenen, besonders authentischen und an Produkten, die sich durch eine Besonderheit auszeichnen, fest. Das zukünftige Luxusverständnis ist demnach ein aufgeklärtes, bei dem es nicht länger um Prestige geht, sondern um einen Mehrwert, der sich über Genuss, Ethik Authentizität, Exklusivität und Gesundheit definiert



Die Positionierung über die hohe F&B-Kompetenz unterstützt den „neuen“ Luxus. Der Mehrwert für die Gäste wird durch die verschiedenen Angebote generiert -Bar, Restaurant, Private Dining und Terrasse-

9 Anhang

9.2 Betriebsrechnung pessimistisch

Annahmen:

_Anzahl Tage/Jahr geöffnet	365	resp.	30.41	Tage/Monat geöffnet
_Fixmiete/Mindestmiete:	8.0%	bis	CHF 3'000'000	Jahres-Netto-Umsatz
_Umsatzmietanteil:	8.0%	ab dem	CHF 3'000'000	übersteigenden Jahres-Netto-Umsatz

Please note:

Blaue Zahlen können verändert werden
Schwarze Zahlen werden mit Formeln berechnet und sollten nicht überschrieben werden

Netto-Umsatzszenarien

	Anzahl Plätze; bei T-A = Gäste	Ø Umsatz pro Platz	Belegungsfaktor	Umsatz pro Tag	Umsatz pro Monat	Umsatz pro Jahr	
Vormittags 8.00-11.00 Uhr	120	CHF 7.50	0.5	CHF 450	CHF 13'685	CHF 164'250	
Mittags 11.00-14.00 Uhr	120	CHF 30.00	0.75	CHF 2'700	CHF 82'107	CHF 985'500	
Nachmittags 14.00-17.30 Uhr	120	CHF 10.00	0.5	CHF 600	CHF 18'246	CHF 219'000	
Abends 17.30-24.00 Uhr	120	CHF 50.00	1	CHF 6'000	CHF 182'460	CHF 2'190'000	
Take-Away/Delivery/Diverses	0	CHF -	1	CHF -	CHF -	CHF -	
Total Umsatz	realistisch	100%	Ttl.Pers./Tag:	330	CHF 9'750	CHF 296'498	CHF 3'558'750
Total Umsatz Szenario	pessimistisch	80%			CHF 7'800	CHF 237'198	CHF 2'847'000

Kosten

	Warenkosten	Mitarbeiterkosten	übriger Betriebs-aufwand	Miete -Fix-	Miete -Umsatz-	Total Miete
in % pro Jahr	28.0%	44.0%	16.0%	8.0%	8.0%	8.4%
in CHF pro Jahr	CHF 797'160	CHF 1'252'680	CHF 455'520	CHF 240'000	0	CHF 240'000
Total Kosten pro Jahr						CHF 2'745'360

Mieterseitige Investitionen

	Investition	Abschreibungs-dauer in Jahren	Abschreibungs-rate	Zinssatz	Abschreibung im 1. Jahr	Verzinsung im 1. Jahr
Kleininventar/Table Top/Preopening	CHF 500'000	10	10.0%	5.0%	CHF 50'000	CHF 25'000

Erfolgsrechnung pro Jahr

	EBITDA	Abschreibungen	EBIT	Verzinsung	EBT
in % vom Jahresumsatz	3.6%		1.8%		0.9%
in CHF pro Jahr	CHF 101'640	CHF 50'000	CHF 51'640	CHF 25'000	CHF 26'640

9 Anhang

9.3 Betriebsrechnung realistisch

Annahmen:

_Anzahl Tage/Jahr geöffnet	365	resp.	30.41	Tage/Monat geöffnet
_Fixmiete/Mindestmiete:	8.0%	bis	CHF 3'000'000	Jahres-Netto-Umsatz
_Umsatzmietanteil:	8.0%	ab dem	CHF 3'000'000	übersteigenden Jahres-Netto-Umsatz

Please note:

Blaue Zahlen können verändert werden
Schwarze Zahlen werden mit Formeln berechnet
 und sollten nicht überschrieben werden

Netto-Umsatzszenarien

	Anzahl Plätze; bei T-A = Gäste	Ø Umsatz pro Platz	Belegungsfaktor	Umsatz pro Tag	Umsatz pro Monat	Umsatz pro Jahr	
Vormittags 8.00-11.00 Uhr	120	CHF 7.50	0.5	CHF 450	CHF 13'685	CHF 164'250	
Mittags 11.00-14.00 Uhr	120	CHF 30.00	0.75	CHF 2'700	CHF 82'107	CHF 985'500	
Nachmittags 14.00-17.30 Uhr	120	CHF 10.00	0.5	CHF 600	CHF 18'246	CHF 219'000	
Abends 17.30-24.00 Uhr	120	CHF 50.00	1	CHF 6'000	CHF 182'460	CHF 2'190'000	
Take-Away/Delivery/Diverses	0	CHF -	1	CHF -	CHF -	CHF -	
Total Umsatz	realistisch	100%	Ttl.Pers./Tag:	330	CHF 9'750	CHF 296'498	CHF 3'558'750
Total Umsatz Szenario	realistisch	100%			CHF 9'750	CHF 296'498	CHF 3'558'750

Kosten

	Warenkosten	Mitarbeiterkosten	übriger Betriebs-aufwand	Miete -Fix-	Miete -Umsatz-	Total Miete
in % pro Jahr	28.0%	43.0%	15.0%	8.0%	8.0%	8.0%
in CHF pro Jahr	CHF 996'450	CHF 1'530'263	CHF 533'813	CHF 240'000	CHF 44'700	CHF 284'700
Total Kosten pro Jahr						CHF 3'345'225

Mieterseitige Investitionen

	Investition	Abschreibungs-dauer in Jahren	Abschreibungs-rate	Zinssatz	Abschreibung im 1. Jahr	Verzinsung im 1. Jahr
Kleininventar/Table Top/Preopening	CHF 500'000	10	10.0%	5.0%	CHF 50'000	CHF 25'000

Erfolgsrechnung pro Jahr

	EBITDA	Abschreibungen	EBIT	Verzinsung	EBT
in % vom Jahresumsatz	6.0%		4.6%		3.9%
in CHF pro Jahr	CHF 213'525	CHF 50'000	CHF 163'525	CHF 25'000	CHF 138'525

9 Anhang

9.4 Betriebsrechnung optimistisch

Annahmen:

_Anzahl Tage/Jahr geöffnet	365	resp.	30.41	Tage/Monat geöffnet
_Fixmiete/Mindestmiete:	8.0%	bis	CHF 3'000'000	Jahres-Netto-Umsatz
_Umsatzmietanteil:	8.0%	ab dem	CHF 3'000'000	übersteigenden Jahres-Netto-Umsatz

Please note:

Blaue Zahlen können verändert werden
Schwarze Zahlen werden mit Formeln berechnet
 und sollten nicht überschrieben werden

Netto-Umsatzszenarien

	Anzahl Plätze; bei T-A = Gäste	Ø Umsatz pro Platz	Belegungsfaktor	Umsatz pro Tag	Umsatz pro Monat	Umsatz pro Jahr	
Vormittags 8.00-11.00 Uhr	120	CHF 7.50	0.5	CHF 450	CHF 13'685	CHF 164'250	
Mittags 11.00-14.00 Uhr	120	CHF 30.00	0.75	CHF 2'700	CHF 82'107	CHF 985'500	
Nachmittags 14.00-17.30 Uhr	120	CHF 10.00	0.5	CHF 600	CHF 18'246	CHF 219'000	
Abends 17.30-24.00 Uhr	120	CHF 50.00	1	CHF 6'000	CHF 182'460	CHF 2'190'000	
Take-Away/Delivery/Diverses	0	CHF -	1	CHF -	CHF -	CHF -	
Total Umsatz	realistisch	100%	Ttl.Pers./Tag:	330	CHF 9'750	CHF 296'498	CHF 3'558'750
Total Umsatz Szenario	optimistisch	110%			CHF 10'725	CHF 326'147	CHF 3'914'625

Kosten

	Warenkosten	Mitarbeiterkosten	übriger Betriebs-aufwand	Miete -Fix-	Miete -Umsatz-	Total Miete
in % pro Jahr	28.0%	42.0%	14.0%	8.0%	8.0%	8.0%
in CHF pro Jahr	CHF 1'096'095	CHF 1'644'143	CHF 548'048	CHF 240'000	CHF 73'170	CHF 313'170
Total Kosten pro Jahr						CHF 3'601'455

Mieterseitige Investitionen

	Investition	Abschreibungs-dauer in Jahren	Abschreibungs-rate	Zinssatz	Abschreibung im 1. Jahr	Verzinsung im 1. Jahr
Kleininventar/Table Top/Preopening	CHF 500'000	10	10.0%	5.0%	CHF 50'000	CHF 25'000

Erfolgsrechnung pro Jahr

	EBITDA	Abschreibungen	EBIT	Verzinsung	EBT
in % vom Jahresumsatz	8.0%		6.7%		6.1%
in CHF pro Jahr	CHF 313'170	CHF 50'000	CHF 263'170	CHF 25'000	CHF 238'170