



Französischer Kururlaub am Main

Auch im zweiten La Maison du Pain mitten in Frankfurt tauchen Kunden ab in eine andere, französische, Welt. Die Idee, mit französischem Flair und Produkten dem Alltagsstress zu entfliehen, geht auf.



Oben: Im La Maison an der Schweizer Straße schaffen helle Holzmöbel französische Atmosphäre und laden zum Verweilen ein. Ganz rechts: Gründer des La Maison du Pain, Oliver Meyer. Links daneben: Mitbegründer Markus Spengler



Fotos: Meisie

Es war ein gewagtes Unterfangen, das Oliver Meyer und Markus Spengler mit der Eröffnung ihres ersten Maison du Pain im Jahre 2007 eingingen, schließlich war das große Vorbild Le Pain Quotidien mit einem ähnlichen Konzept zuvor auf dem deutschen Markt gescheitert. Im März 2007 eröffneten sie das La Maison du Pain mitten im Frankfurter Nordend, einer gehobenen Wohngegend in Frankfurt am Main. Aller Unkenrufe zum Trotz, dass so ein Café ohne richtige Fußgängerzone nicht funktioniere, hatten Meyer und Spengler mit ihrem „Haus des Brotes“ einen so großen Erfolg, dass im Juni dieses Jahres Maison Nummer zwei auf der anderen Seite des Mains in Sachsenhausen eröffnet wurde.

Bewährtes Konzept. Das Sortiment haben die Macher für ihre zweite Filiale nicht verändert und so gibt es auch in diesem Café neben einem reichhaltigen Frühstücksangebot und einer Mittagskarte vor allem viele Konditorwaren. Das Backwarenangebot ist ebenfalls reichhaltig und viele Kunden kommen nur zum Brot- oder Kuchenkauf ins Maison du Pain. Die Gründer, Meyer und Spengler sind beide Männer vom Fach und auf dem Frankfurter Gastronomie-Parkett keine Unbekannten. Meyer ist Bäckermeister und hat eine eigene Bäckereikette mit über 25 Filialen, Spengler einen großen Catering-Service.

Inspiration in New York. Die Idee zum französischen Bistro hatte Meyer schon vor neun Jahren. Einige Jahre später begann er mit der Ausarbeitung des Konzepts und konnte es 2007 in die Tat umsetzen. Spengler holte er sich erst kurz vor der Eröffnung mit ins Boot, um – wie er selbst sagt – einen starken Partner für den Gastronomie-Bereich an seiner Seite

zu haben. Die Idee hatte Meyer erstaunlicherweise nicht – wie man leicht meinen könnte – in Frankreich, sondern mitten in New York City. „Dort besuchte ich eine Filiale der belgischen Franchisekette Le Pain Quotidien, weil ich mir die Verpackungen ansehen wollte“, erzählt Meyer. Begeistert war er aber nicht nur von den Verpackungen sondern auch vom Konzept der Bistrokette, das ebenfalls auf französische Atmosphäre setzt.

Der Kunde ist König. Mayer gefiel, dass der Gast Zeit haben sollte, sein Essen in Ruhe und ansprechender Atmosphäre zu sich zu nehmen. „In Deutschland hatte ich schon seit einiger Zeit das Gefühl, dass man sich nicht mehr genügend Zeit fürs Essen nimmt“, erläutert Meyer. „Die berühmte deutsche Gemütlichkeit kommt mehr und mehr abhanden. Essen muss vor allem schnell und billig sein.“ Im Maison du Pain stehen nun wieder der Gast, Freundlichkeit und Service im Vordergrund. Mayer legt viel Wert darauf, dass seine Verkäufer und Verkäuferinnen nicht nur die Produktpalette kennen, sondern auch mal ein freundliches Wort mit den Kun-



Links: Die Baguettes aus Mayers Backstube werden mit feinen Zutaten belegt, die Markus Spengler teilweise bei Lieferanten aus Frankreich einkauft. Rechts: Ganz neu im Angebot hat La Maison du Pain selbstgemachte Marmeladen, die ein Stück Frankreich auch nach Hause bringen sollen.

den wechseln und sich die Zeit dafür nehmen. Das französische Konzept passt da genau ins Bild: „In Frankreich hat Essen einen anderen Status und wird als hochwertiger Teil des Lebens angesehen“, sagt Mayer. „Mit dem Maison du Pain können wir unseren Gästen ein Stück Ess- und Lebenskultur näher bringen.“ Und die Gäste genießen die Auszeit vom stressigen Alltag.

Bis ins letzte Detail. Von der straffen Planung und der Arbeit hinter den Kulissen, bekommt man im Café kaum etwas mit. Doch bevor Mayer den Sprung ins kalte Wasser wagte, plante er sein Konzept bis ins letzte Detail. Auch die zweite Filiale unterscheidet sich kaum von dem Mutterladen am Oederweg. Es sind vor allem die Details, die den Charme des

Cafés ausmachen. Egal ob Geschirr, Servietten oder der Brotkorb mit dem passenden Stoffeinsatz; alles ist abgestimmt auf das französische Lebensgefühl. Den Café au Lait bekommt man natürlich auch hier nur im stilechten französischen Bol und mit viel Milchschaum serviert.

Eine andere Welt. Wer das Maison du Pain in der Schweizer Straße betritt, taucht ab in eine andere Welt. Es duftet herrlich nach frischen Croissants und warmen Brioches. In den Brotregalen aus hellem Naturholz schmiegen sich französische Bergbrote an traditionelle Flutes; über allen thront der französische Klassiker, das Baguette. Naschkatzen werden leicht verführt von feinen Konditorwaren und köstlichen Obsttörtchen. Aber auch Gäste mit Bärenhunger kommen hier mit herzhaften Snacks wie den typisch französischen Tartines auf ihre Kosten. Die hellen Holzmöbel im Landhausstil laden zum Verweilen ein. Kristallene Kronleuchter, Bedienungen in schwarzer Uniform und mit weißem Häubchen sowie leise französische Musik, die sich nicht aufdrängt, komplettieren das französische Café aus dem Bilderbuch. Die Illusion ist perfekt und der Kunde, landet – je nach individueller Frankreicherfahrung - in der Provence, Paris oder auch der Normandie. Meyer: „Viele Kunden schätzen unsere Läden gerade wegen dieser besonderen Atmosphäre.“

Croissants sind der Renner. Bei den angebotenen Produkten legen Mayer und Spengler Wert auf Qualität und Detailtreue. Mayer produziert alle Backwaren bis auf Croissants, Schokobrötchen und Rosinenschnecken selbst. „Die Croissants bekommen wir direkt aus Frankreich geliefert und sie werden von den Verkäuferinnen im Laden gebacken“, erzählt Meyer. Ihr hoher Butteranteil von über 30 Prozent machte sie bei seinen Kunden, trotz des stolzen Preises von 1,40 Euro zum Verkaufsschlager. Auch bei der Eröffnung der zweiten Filiale machte das Maison du Pain durch seine Croissants schnell von sich reden. Mayer und Spengler verteilten Gutscheine für Croissants und während der Eröffnungstage gingen so mehrere tausend Croissants über die Ladentheke. Das Sortiment der übrigen Backwaren ist ausgefallen. Kaiserbrötchen oder andere deutsche Klassiker sucht man hier vergeblich, kann sich aber mit einem Rosinen-Nuss-, Safran- oder Tomatenbrötchen trösten. Alle Backwaren haben zudem Bioqualität. Auf die wird im Laden allerdings nicht ausdrücklich hingewiesen. „Der Kunde soll ja aufgrund der Qualität der Backwaren zu uns kommen und nicht weil wir Bioprodukte verkaufen“, findet Mayer. Sein Partner Markus Spengler ist für Auswahl und Einkauf von Käseprodukten, Wurst und Obst zuständig.



Die zweite Filiale des La Maison du Pain liegt ebenfalls in einer Frankfurter Wohngegend, fernab der hochfrequentierten Touristenziele in der Innenstadt.

„Durch seine Arbeit als Caterer kannte er schon viele Händler, unter anderem auch in Frankreich“, erklärt Mayer. Deshalb kommen bei einem Frühstück im Maison du Pain auch nur französische Produkte aufs Baguette. Sogar Butter und Marmelade stammen vom französischen Nachbarn.

Französische Mittagspause. Das Sortiment auf der Mittagskarte wurde ebenfalls von Spengler entwickelt. Ein französischer Koch sorgt für den letzten Schliff der Tartines, Salate und Suppen. Die Tartines sind geröstete Landbrotcheiben, die mit ausgefallenen Produkten belegt und teilweise warm serviert werden. Eine ausgefallene Variante der Tartines ist zum Beispiel die Tartine Rilletle de Oie, Landbrot belegt mit Gänserilletle, Feldsalat und glasierten Apfelspalten. Die Preise für die Tartines liegen bei 6,90 Euro bis 12,90 Euro. „Unsere Produkte sind zwar etwas teurer als in normalen Café-Konzepten, dafür verkaufen wir aber auch ein Stück Lebensqualität mit“, findet Mayer.

Frühstück im Vordergrund. Das Frühstück ist nach wie vor der Renner im Maison du Pain und wird den ganzen Tag über angeboten. „Der Tag fängt für jeden zu einer anderen Uhrzeit an“, sagt Mayer. „Warum soll ich da einige Produkte nur bis zu einer bestimmten Uhrzeit anbieten? Wenn jemand um drei Uhr ein Frühstücksei mit frischem Croissant haben will, was spricht dagegen, dass er es dann auch bekommt?“ Die Philosophie geht auf und das Maison du Pain ist zu jeder Tageszeit gut besucht. Morgens früh und in der Mittagszeit kommen Geschäftsleute, am späten Vormittag die Studenten und nachmittags vor allem Mütter mit ihren Kindern. „An einem guten Sonntag haben wir so zwischen 1.000 und 1.400 Kunden“, sagt Mayer. Bedenkt man den Durchschnittsbon von 5,60 Euro, ist das sicherlich kein schlechter Schnitt.

Nur im Frankfurter Raum. Mayer und Spengler planen auch in Zukunft weitere Maisons du Pain zu eröffnen. Allerdings nicht wie anfangs gedacht durch Franchising und vor allem auch nur beschränkt auf den Frankfurter Raum. Als mögliche Standorte für neue Filialen sind Bad Homburg, Wiesbaden und der Frankfurter Flughafen im Gespräch. „Ich habe schon Anfragen aus anderen deutschen Städten wie zum Beispiel Berlin oder Düsseldorf bekommen“, gibt Mayer zu. „Doch bei einer Expansion auf so großem Raum sehe ich die Gefahr, dass wir die Qualität der Backwaren nicht halten können. Frische steht bei uns über allem. Wenn die Backwaren aber erst einen halben Tag unterwegs sind, sind sie am Zielort nicht mehr so frisch.“ Doch auch auf regionaler Ebene könnte es bald interessant werden, denn erst kürzlich kündigte Le Pain Quotidien einen erneuten Einstieg in den deutschen Markt an. Unter anderem als Standort im Gespräch: Der Frankfurter Flughafen.

IN KÜRZE

La Maison du Pain GmbH & Co. KG
SchweizerStr.63
60594 Frankfurt am Main
Tel: (069) 61994481
Fax: (069) 61994496
www.lamaisondupain.de

Gegründet:	2007
Mitarbeiterzahl:	45
Filialen:	2
Öffnungszeiten:	Mo-Fr: 7-21 Uhr Sa, So: 8-21 Uhr
Sitzplätze:	70 (35 drinnen, 35 draußen)
Grundfläche:	140 qm

Spezialitäten:	
Getränke:	Café au lait, 3,00 Euro Rieme (französische Limonade), 3,40 Euro Champagner, 8,00 Euro

Gastro:	Tartine Rilletle de Oie, 6,90 Euro Tartine Tarte Flambeé (Flammkuchen), 7,90 Euro
---------	--

Durchschnittsbon:	5,90 Euro
-------------------	-----------