

Unwiderstehlich französisch



FRAGT MAN NACH dem Geheimnis von La Maison du Pain, spricht der Gründer von „französisch inspirierten Brasserien“ und fügt hinzu, dass das La Maison du Pain letztlich eine Mischung verschiedener Konzepte und Ideen ist, die überwiegend aus Frankreich und den USA zusammengetragen wurden. Die Basis des Erfolgs lässt sich leicht beschreiben: langjährige Erfahrung, Kompetenz und Tradition gepaart mit hochwertigen Bäckereiprodukten und einer guten Küche mit kreativen Ideen.

Das abwechslungsreiche Sortiment und die hochwertige Ausstattung machen den Kauf und den Aufenthalt im La Maison du Pain zu einem

Erlebnis. Hier kann man die Symbiose vom Verkauf leckerer Backwaren und einer gastlichen Stätte in einem Raum erleben. In französischer Ambiente entspannt man bei einem Café au lait und einem frisch belegten Baguette und kann dabei interessante Gespräche führen.

Im La Maison du Pain werden ausgewählte Premiumprodukte nach original französischen Rezepturen angeboten. Das Sortiment ist klar, schmal und tief und hebt sich zusammen mit der mediterranen Ausrichtung deutlich von anderen Bäckereien, Kaffeebars oder Bistros ab. Dabei sind alle Speisen und Getränke zu jeder Tageszeit verfügbar. So kann z. B. auch am Nachmittag noch ein Frühstück oder eine warme Tartine am frühen Morgen genossen werden.

Das Lokal repräsentiert französische Lebensart. Das merkt man schon an den Auslagen: belegte Baguettes, Croissants, Pain au chocolat, französische Tartines sowie Suppen und frische Salate holen ein Stück Frankreich nach Deutschland.

EGAL, OB ZUR Mitnahme oder zum Verzehr vor Ort, ob süß oder pikant, ob warm oder kalt, im La Maison du Pain werden Spezialitäten nach original französischer Rezeptur den ganzen Tag über frisch angeboten. Alle Artikel werden exklusiv für das La Maison du Pain hergestellt oder auch vor Ort gebacken und belegt. Die Backwaren und Brote werden speziell mit einer langen Teigführung produziert.

An Boissons fraîches (kalten Getränken) werden neben Standards wie Coca Cola, Fanta oder frisch

Das Franchise-Konzept La Maison du Pain ist ein Kurzurlaub in Frankreich.

gepressten Säften vor allem original französische Getränke und Mineralwasser oder frisch gepresster Orangensaft angeboten. Typisch sind auch die Boissons chaudes (warmen Getränke). Das Angebot reicht von Café au lait über Espresso bis hin zur heißen Schokolade. Um maximalen Geschmack und Verträglichkeit zu garantieren, wird ausschließlich 100% Arabica-Bio-Kaffee verwendet. Der Kaffee stammt aus einer Spezialrösterei





und ist speziell für La Maison du Pain hergestellt worden. Bei den Boissons alcoolisées (alkoholischen Getränken) reicht das Angebot vom obligatorischen Bier über offene französische Weiß- und Rotweine bis hin zum prickelnden Champagner.

Viele Produkte, die auf der Speisekarte stehen, werden auch zur Mitnahme angeboten. Dabei handelt es sich um ausgewählte Spezialitäten – außergewöhnliche Artikel, die einen klaren Kontrapunkt zu Fast-Food und Discountware

darstellen und selbst dann für besondere Genussmomente sorgen sollen, wenn sie unterwegs verzehrt werden. Diese Strategie sichert Nachhaltigkeit auch über den Restaurantbesuch hinaus, erschließt zusätzliche Potenziale hinsichtlich positivem Imagetransfer und sorgt ganz nebenbei für eine effektive Mund-zu-Mund-Propaganda.

Für französisches Flair sorgen das rustikal-ländlich gehaltene Mobiliar aus massivem Holz und die Böden aus gebeizter Eiche. Kristalleuchter verbreiten ein warmes Licht.

Diesem Ambiente passt sich auch das Personal an, das den Gästen freundlich und zuvorkommend die Wünsche von den Augen abliest. Dazu erklingen französische Chansons als Hintergrundmusik. Der Nostalgieofen hinter der Theke verbreitet nicht nur Charme, sondern ist auch rund um die Uhr im Einsatz. Der Duft von frischen Baguettes und Croissants verbreitet sich im ganzen Lokal.



BRANCHENTRENDS BEEINFLUSSEN DIE Nachfrage nach dem Angebot des La Maison du Pain relativ wenig, da das Konzept auf dem deutschen Markt kaum Mitbewerber hat. Die Erfahrungen an den bisherigen Standorten in Frankfurt, Wiesbaden sowie Sulzbach, und ab Juni in Darmstadt, die Presseresonanz sowie die hohe Anzahl an Neu- und vor allem Stammkunden zeigt, dass das La Maison du Pain Maßstäbe setzt und einzigartig ist.

Auch zu Stoßzeiten kann eine hohe Anzahl an Kunden und Gästen bedient werden. Neben der klassischen Bedienung am Tisch hat der Gast die Möglichkeit, alle Köstlichkeiten an der Theke zu inspizieren, in aller Ruhe auszuwählen und



sich diese dann am von ihm gewählten freien Plätzchen servieren zu lassen. Das Angebot der Speisekarte überschneidet sich zum größten Teil mit dem Take-Away-Angebot an der Theke, so dass sich Personalengpässe in beiden Bereichen gut abfangen lassen. Der Personalplan für die La Maison du Pain Filialen wird auf Basis der in der Startphase erhobenen Verkehrsspitzen im Tagesverlauf erstellt. So ist eine ausreichende Personaldichte von Anfang an garantiert.

Der große Erfolg im multikulturellen und kosmopolitischen Rhein-Main-Gebiet offenbart das große Expansionspotenzial der Marke La Maison du Pain: Ein optimales Fundament, um nicht nur die Region mit einem flächendeckenden, knusprigen Gebäck-Teppich zu überziehen, sondern auch, um La Maison du Pain als Franchise-Konzept deutschland- und europaweit auszurollen.

Die zugehörige Strategie gibt es schon. In den kommenden Jahren soll nicht nur in Deutschland, sondern auch im europäischen Ausland expandiert werden. Aufgrund ihres überdurchschnittlichen Qualitätsanspruchs kamen die La Maison du Pain Inhaber zu der Erkenntnis, dass dieses Vorhaben nur auf der Grundlage eines Franchise-Systems mit klar definierten Qualitätsvorgaben und Standards sowie sorgfältiger Auswahl von Standorten und Lizenznehmern machbar ist. Ihnen ist bewusst, dass sämtliche Prozesse zu Qualitätsmanagement und Qualitätssicherung nicht nur lokal umgesetzt, sondern auch vor Ort gelebt werden müssen. Das erfordert tägliche Kontrollen und persönlichen Einsatz der Geschäftsführer genauso, wie eine hohe Identifikation der Mitarbeiter mit dem Unternehmen.

www.lamaisondupain.com