



INTERVIEW

Vielfalt als Stärke

Im Gespräch mit **Josef Donhauser**, Gründer und CEO der österreichischen DoN-Group, die nun mit dem Konzept Fat Monk nach Deutschland kommt.

Herr Donhauser, 2020 übernahmen Sie in Österreich Vapiano. Was war Ihre Idee und mit welchen Veränderungen ist bei Vapiano zu rechnen?

Wir haben 2020 die Vapiano-Masterfranchiselizenz für den Alpen-Adria-Raum übernommen und erhielten somit nicht nur die Möglichkeit den österreichischen Markt exklusiv zu entwickeln, sondern auch Norditalien, Slowenien und Kroatien. Dies war zu Beginn der Corona-Krise und die Übernahme ging natürlich mit viel Risiko einher. Wir wussten jedoch, dass viele Restaurants in Österreich weltweit zu den umsatzstärksten des gesamten Konzerns zählten und die Marke extrem stark ist. Das Unternehmen ist daher nicht am Konzept gescheitert, sondern an der wirtschaftlichen Verflechtung mit der börsennotierten Mutter.

Heute führen wir 14 Restaurants (eines davon mit einem Franchisenehmer) und es steht eine weitere Eröffnung Ende

2023 in Wien bevor. Die gestützte Markenbekanntheit ist in Österreich auch heute noch genauso hoch und liegt bei 90 %. Die nächsten zwei Jahre werden wir die bestehenden Restaurants modernisieren und nach und nach auf eine teils digitale Guest Journey mit Orderpoints umstellen. Darüber hinaus arbeiten wir in Österreich auch an einem neuartigen Konzept für kleinere Standorte von bis zu 300 m².

2018 haben Sie Fat Monk – Deli Bowls in Wien gegründet und bis heute weiterentwickelt, 2023 den ersten Store in Deutschland eröffnet. Welche Pläne haben Sie?

Wir haben Fat Monk – Deli Bowls 2021 als multiplizierbares Franchise-Konzept weiterentwickelt, um den österreichischen und deutschen Markt gemeinsam mit Franchisepartnern auszubauen. Wir führen heute in Wien 7 Standorte und haben



Deli Bowls bei Fat Monk.



Cookies: Leckerer to go bei Fat Monk.



DoN Group (4)

Aromatisiertes Wasser macht Appetit auf Genuss.



Eines der Konzepte der DoN-Group: Fat Monk.

Anfang des Jahres einen ersten Standort in Berlin eröffnet. In den nächsten drei Jahren sind bis zu 60 Stores in Deutschland geplant. In Österreich haben wir mit Standorten von bis zu 100 m² sehr gute Erfahrungen gemacht und werden diese Strategie in Deutschland fortführen. Standortvoraussetzungen sind umliegende Büros, Bildungseinrichtungen, Travel Hubs und High Streets.

Was ist das Besondere am Konzept

Fat Monk – Deli Bowls?

Das Konzept ist inspiriert durch internationale Bowl-Rezepte, die wir mit regionaltypischen (heimischen) und saisonalen Zutaten sowie traditionellen Zubereitungsarten wie Einrexen [Anmerk. der Redaktion: Einwecken] oder Einlegen verbinden. Wir sind vor allem durch unsere extravaganten Zutaten wie Chilikraut, eingelegte Radieschen oder Apfelkraut sowie wieder entdeckte Gemüsesorten wie die Urkarotte beliebt. Mit lokalen Lieferanten, veganen Creams und Dressings sowie einem umfassenden Angebot an pflanzlichen Proteinen, heben wir uns hier zusätzlich vom Markt ab und treffen eine sehr gesundheits-, nachhaltigkeits- und ernährungsbewusste Zielgruppe – Werte, die in Deutschland und Österreich immer wichtiger werden.

Unsere Karte besteht aus „SignatureBowls“ und „Createyour-ownBowl“, als festgesetzte und länderübergreifende Standards. Bei unseren saisonal wechselnden Specials sind uns der regionale und saisonale Bezug besonders wichtig, wodurch es hier durchaus zu Abweichungen kommen kann.

Sie sind gelernter Konditor und führten ein eigenes Lokal. Ihre Passion für Gastronomie begann also schon früh.

Heute gilt Ihre DoN-Group mit einem Jahresumsatz von 140 Mio. Euro als größtes privat geführtes Catering- und Gastronomieunternehmen in Österreich. Gibt es eine Art Geheimrezept? Was waren wichtige Meilensteine?

Offen zu sein für Neues ist für mich wesentlich für eine erfolgreiche Weiterentwicklung. Meilensteine am Weg von DoN gibt es mittlerweile einige. Eine sehr wichtige Station ist die Übernahme des ÖBB Rail Caterings im April 2018, die unserer Gruppe einen unheimlichen Wachstumsschub bescherte. Ebenso die Übernahme der österreichischen Vapiano-Restaurants mitten in der Pandemie im Mai 2020 und natürlich auch die Entwicklung unserer eigenen Fresh Casual Brand Fat Monk – Deli Bowls, das bereits angesprochen wurde.

Auch in den letzten beiden Jahren gab es Highlights. Im September 2020 konnten wir die Services in den Lounges der Austrian Airlines am Vienna International Airport übernehmen und im März 2021 folgten die Lounges des Flughafens Wien. Unser jüngster Meilenstein ist der Einstieg ins Airline Catering und mittlerweile zwei fixen Partnern in Wien.

Ihr Unternehmen ist sehr breit aufgestellt – von Catering, auch Bahncatering, Cafés, Restaurants bis hin zu Bars. Gibt es einen gemeinsamen Nenner dieser Konzepte oder ist es die Vielfalt?

Unsere Stärke ist tatsächlich die Vielfalt. Tailored taste – maßgeschneiderter Genuss ist der gemeinsame Nenner. Wir lernen intern ständig voneinander und profitieren von den Erfahrungen aus den unterschiedlichen Bereichen. Synergien sind ein wichtiger Aspekt, denn alle Anforderungen zu erfüllen, ist für Einzelbetriebe oft nicht mehr möglich.



Neuester Fat Monk: In Berlin im Manifesto Market.



Fat Monk in Wien, Quartier.

Ihre Gruppe beschäftigt an die 2.000 MitarbeiterInnen. Nicht erst seit Corona sind Angestellte in der Gastro ein limitierender Faktor. Wie sehen Sie das? Was tut Ihr Unternehmen, um Mitarbeitende zu finden/zu halten?

Wir bringen unseren MitarbeiterInnen sehr viel Wertschätzung entgegen. Sei es durch den persönlichen Kontakt und flache Hierarchien oder eine ganze Reihe an Benefits. Einen hohen Stellenwert hat auch die Möglichkeit, sich weiterzubilden. Die DoN Academy bietet Trainings in den unterschiedlichsten Bereichen und macht Weiterbildung für Interessierte auch auf privater Basis möglich. Die wichtigsten Trainings sind bei uns

genauso maßgeschneidert wir unsere Services. So kann unser Team mit uns und in unseren Unternehmen weiterwachsen.

Danke für das Interview, Herr Donhauser. Wir wünschen Ihnen weiterhin viel Erfolg und sind gespannt auf weitere Neuigkeiten Ihrer DoN-Group.



winterhalter®



www.winterhalter.de/energiesparend

ENERGIESPAREND SPÜLEN

Moderne Spültechnik schont die Umwelt und spart bei jedem Spülgang bares Geld. Winterhalter zeigt, welche technischen Features Betriebskosten reduzieren, wann sich die Anschaffung einer neuen Spülmaschine lohnt und wie mit einfach umzusetzenden Maßnahmen die Energiekosten in der Spülküche gesenkt werden können.