gastrotel

IDEEN & KONZEPTE

Premiere in Frankfurt

Mitte Juli eröffnete in Frankfurt am Main das erste deutsche Miller & Carter Steakhouse / Fotos: Miller & Carter

Nach zwei Softopening-Tagen startete Mitte Juli auch offiziell das erste Miller & Carter Steakhouse in Deutschland im Herzen von Frankfurt am Main. Es ist der Pilot des dritten Gastrokonzeptes der Mitchells & Butlers Germany.
Das britische Steakhousekonzept ist mit mehr als 110 Outlets Marktführer in Großbritannien. Dort wurde es 2006 vom englischen Mutterkonzern Mitchells & Butlers eingeführt und wird jetzt erstmals exportiert. Damit die mehr als eine Million verkauften Steaks pro Jahr perfekt gelingen, erhalten Mitarbeiter jeden Betriebes eine Ausbildung an der unternehmenseigenen Steak School nahe London. Das Rindfleisch stammt von Weidetieren in England und Irland und alle Farmen sind mit dem ?Red Tractor?- oder ?Bord Bia?-Siegel zertifiziert. Das ermöglicht Miller & Carter den kompletten Überblick über die Wertschöpfungskette ?von der Farm bis auf die Gabel? und eine lückenlose Rückverfolgung. Das Fleisch ist mindestens 30 Tage in einer Kombination aus Nass- und Trockenreifung gereift, wird von Hand geschnitten und vertikal gelagert. Auf der Speisekarte finden sich neben 13 verschiedenen Steakarten in unterschiedlichen Zubereitungsvarianten (vom 850 Gramm Tomahawk-Steak am Knochen bis zum preisgekrönten Sirloin-Steak) auch Extras wie gegrillter Hummerschwanz. Darüber hinaus werden gegrillter Fisch, Pasta und Beef-Burger, verschiedene Beilagen sowie regionale Gerichte angeboten. Eine Getränkeauswahl mit auf die Speisen abgestimmten Rot- oder Weißweinen und Cocktails rundet das Angebot ab.
Wenn die Glocke läutet?

Bei der Steak-Zubereitung ist Zuschauen erwünscht. Die offene Küche mit Grillstation gewährt Einblick in die Verarbeitung. Eine Besonderheit bei Miller & Carter: Vor der Küche findet sich eine blank polierte ?Küchenglocke?. Mit ihrem Läuten können Gäste ausgezeichnete Küchenleistungen honorieren und erhalten als Dankeschön für das Lob einen Jubelschrei des Küchenteams. Das hohe, offene Raumkonzept schafft auf drei Split-Levels ein modern-gediegenes Ambiente für knapp 200 Gäste. Beim Interieur, in dessen Gestaltung der Gastrokonzern rund 1,5 Millionen Euro investiert hat, dominieren Braun- und Rottöne, dunkle Holzvertäfelungen, verklinkerte Steinwände, Leder, Messing, Spiegel, Textiltapeten und diverse Lichtquellen. Akzente setzen weiße Lilienbouquets auf dem Empfangstresen, Glasvasen mit Obst, mehrere Weinschränke und große Gemälde. Auf dem Mezzaningeschoss mit Platz für bis zu 40 Personen oder im Private Dining-Bereich mit zwölf Plätzen im Untergeschoss kann in intimerer Runde gespeist werden.

Bernd Riegger, Geschäftsführer der Mitchells & Butlers Germany, möchte mit dem neuen Gastronomiekonzept ein breites Publikum ansprechen und einen privaten Erlebnisraum für besondere Anlässe schaffen: ?Wer heute essen geht, möchte nicht nur viel Qualität auf dem Teller, sondern vor allem viel Ambiente drumherum. Essen ist für den Gast Relaxen und Genuss zugleich ? da muss alles stimmen. Auch der Preis.?

Insgesamt werden rund 40 Mitarbeiter im ersten deutschen Miller & Carter beschäftigt. Betriebsleiter ist Mark Wiggins. Der Heidelberger stieg 2007 in die Gastronomie ein, ließ sich im Alex Ludwigshafen zum Fachmann für Systemgastronomie ausbilden, besuchte die unternehmenseigene Management-Akademie und wurde 2016 Betriebsleiter im Alex Saarbrücken. Danach bekleidete er verschiedene Positionen in deutschen Alex-Betrieben. Seit 2018 ist er in die Planung des ersten Miller & Carter in Deutschland involviert, besuchte mehrere Betriebe der Marke in England und absolvierte dort einen Lehrgang an der Miller & Carter Steak School.

Mit dem neuen Gastronomiekonzept möchte Mitchells & Butlers Germany-Geschäftsführer Bernd Riegger den Steakhouse-Markt in Deutschland neu aufteilen. Wenn der Frankfurter Pilot sich etabliert, stehe einer Multiplikation mit jährlich drei bis fünf Betrieben nichts im Wege. Eventuell werden im laufenden Jahr noch zwei weitere Verträge unterschrieben, die Verhandlungen laufen. Die dabei verfolgte Maxime ist Qualität vor Quantität. Riegger: ?Nur was wirkliche Profitabilität verspricht, wird umgesetzt. Wir sind in der vorteilhaften Situation, kein Franchise-Konzept anzubieten und müssen daher auch keinen Expansionswettlauf mitmachen.?