

Vorsprung durch Wissen

GASTRONOMIE *report*

8005 | Einzelpreis € 9,00

3 | 2024

**Hotelier im
Fadenkreuz
der Ermittler**

**Konzept:
Lerch
Genusswelten**

**Topthema:
Problemlöser
Convenience**

A photograph of a man, Christian Stahl, standing in a vineyard. He is wearing a white button-down shirt and dark trousers. The vineyard is lush with green leaves, and the background shows a clear blue sky. A red circular graphic is overlaid on the bottom right of the image.

**Christian Stahl -
Fränkischer Winzer &
Sternekoch**



Lerch Genusswelten, Biberach & Allgäu

Mit Genuss Erfolge feiern!

Acht Betriebe, mehr als 600 Mitarbeiter, Jahresumsatz rund 30 Millionen Euro! Thomas und Angela Lerch samt Familie(n) gehören zu den Helden des schwäbischen Gastgewerbes, ohne sich groß ins Rampenlicht zu drängen. „Das liegt vermutlich an unserer oberschwäbischen Bescheidenheit“, sagte uns Thomas Lerch lächelnd bei unserem Besuch im Panoramahotel Oberjoch. „Außerdem gibt es halt immer viel zu tun.“ Dabei hat der Hotelier und gelernte Koch viel zu erzählen – über Genuss, Mitarbeiterführung, Gäste- und Lieferantenbindung und vieles mehr.

Das Parkhotel Jordanbad in Biberach gehört seit 2003 zum Lerch-Portfolio. Ab 2012 folgten das Panoramahotel Oberjoch mit Alpin Chalets und Alpin Lodges, das Hotel Das Weitblick Allgäu in Marktoberdorf, das Hotel Sommer in Füssen und der Campingplatz Brunnen. Vorerst jüngster Betrieb ist seit 2023 das Smart Mountain Hotel BergBuddies in Oberjoch. Diese Liste kann sich wahrlich sehen lassen, dürfte bei dem ein oder anderen Leser aber Fragen aufwerfen wie: „Kriegen die nicht genug?“ oder „Wie schaffen die es, Mitarbeiter für acht Betriebe zu finden, während wir verzweifelt nach einem Koch suchen?“ So unglaublich es klingen mag: Es ist letztlich einfacher, 600 Mitarbeiter zu finden als einen oder zwei. Es kommt halt doch auf die Größe an, wenn die Rahmenbedingungen passen. Die Lerch-Gruppe bietet Azubis eine abwechslungsreiche Ausbildung in mehreren Betrieben. O-Ton Thomas Lerch:

O-Ton Thomas Lerch: „Sie müssen delegieren können, Sie müssen Ihren Mitarbeitern Vertrauen schenken und ihnen Verantwortung übertragen.“ Foto: Daniel Reinhardt

„Wir hatten zwischenzeitlich sogar eine Kooperation mit einer Hotelfachschule in Neuseeland und haben unsere Azubis für einige Wochen ans andere Ende der Welt geschickt.“ Lehrlingen, die ihre Ausbildung erfolgreich abschließen, steht bei der Lerch-Gruppe eine Vielzahl an Aufstiegschancen offen. So bindet man Mitarbeiter – und schafft Flexibili-



Das Panoramahotel Oberjoch – eines der Flaggschiffe der Lerch Genusswelten. Foto: Lerch

tät. „Wenn bei den Mitarbeitern in einem unserer Betriebe ein Engpass entsteht, können Mitarbeiter aus anderen Betrieben auch kurzfristig einspringen“, so Thomas Lerch.

Beste Ausbildungsbetrieb Deutschlands

Eine tolle Ausbildung spricht sich herum – über die Grenzen der Branche hinaus. Der verdiente Lohn war die Auszeichnung „Beste Ausbildungsbetrieb Deutschlands 2023“, die vom Bundeswirtschaftsministerium vergeben wird. Die Experten-Jury war vor allem von dem kreativen Ausbildungskonzept (Mentoring, Team-Events, Seminare zur Persönlichkeitsentwicklung, etc.) und der hohen Übernahmequote überzeugt. Und von der Tatsache, dass bei der Lerch Gruppe Auszubildende aus aller Welt arbeiten – aus Marokko, Ungarn, Indonesien, Tadschikistan, Afghanistan, Nicaragua, Kroatien, Griechenland, Usbekistan, Madagaskar und Deutschland. Julia Zwicker, Geschäftsführerin im 4-Sterne Superior Panoramahotel Oberjoch sagte bei der Preisverleihung: „Wir sind mega stolz, diesen tollen Preis erhalten zu haben! Ausbildung ist Zukunft und dafür stehen wir!“

Das Ausbildungskonzept spiegelt ein Kernelement der Lerch Gruppe wider. Wie schafft man es, ständig mehrere Betriebe zu führen, ohne sich zu verzetteln oder sich aufzuarbeiten? Dazu Thomas Lerch: „Sie müssen delegieren können, Sie müssen Ihren Mitarbeitern Vertrauen schenken und ihnen Verantwortung übertragen.“



Rückgrat des mittelständischen Unternehmens: die Familien Lerch, Zwicker und Hasieber.

We are family!

Das fällt natürlich leichter, wenn führende Mitarbeiter Familienmitglieder sind. Julia Zwicker, die Geschäftsführerin des Panoramahotels Oberjoch und des Hotels Weitblick in Marktoberdorf (die beide Häuser mit den „Chef-Direktoren“ Pascal Woerlé und Jana Ritter führt), ist die Tochter von Angela und Thomas Lerch. Schwiegersohn Philipp Zwicker ist Geschäftsführer der Hotels Sommer in Füssen (Hoteldirektor Lucas Böhle) und BergBuddies in Oberjoch. Tochter Isabell ist für das Controlling der gesamten Gruppe zuständig und leitet mit ihrem Partner Julian Hasieber den 5-Sterne-Campingplatz Brunnen in Schwangau. Hier braucht man keine CEOs, hier wird ein modernes Gastro-Unternehmen kongenial von den Familien Lerch, Zwicker und Hasieber geleitet.

Wieso gelingt hier die Staffelübergabe auf die nächste Generation offenbar reibungslos, während es in anderen Familienunternehmen oft zu unlösbaren Problemen kommt? „Wir haben unsere Kinder nie dazu gedrängt, Karrieren im Gastgewerbe anzustreben“, sagt Thomas Lerch. „Meine Frau und ich haben stets Wert darauf gelegt, einen Freundeskreis auch außerhalb der Branche zu pflegen und darauf geachtet, beim gemeinsamen Frühstück mit den Kindern nicht übers Geschäft zu reden. Und seit vielen Jahren nehmen wir uns den Sonntag frei.“

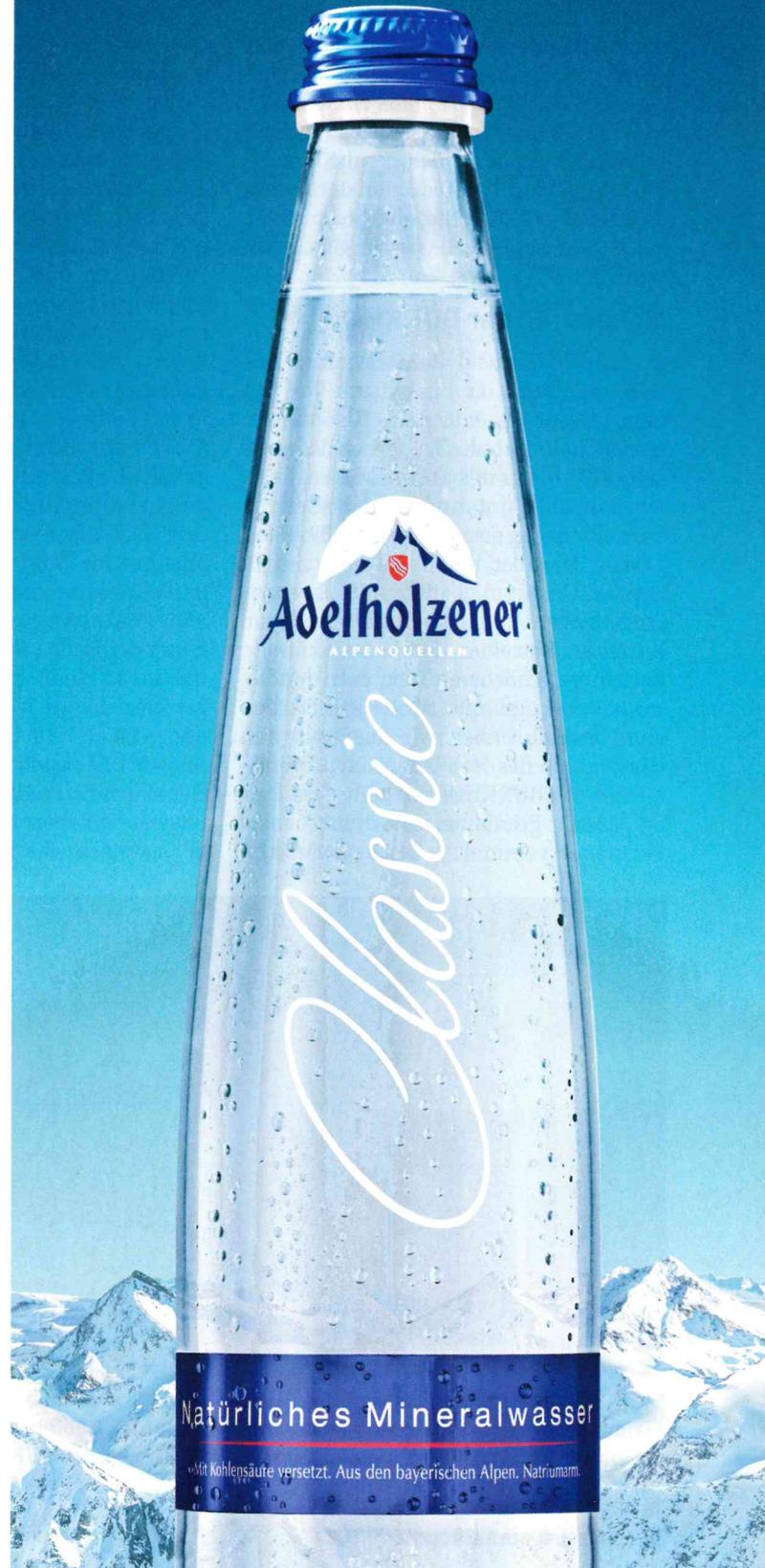
Anders gesagt: Wer seinen Kindern vermittelt, dass das Gastgewerbe einerseits ein toller Job ist, es aber andererseits auch ein Leben neben der Arbeit geben kann und muss, hat gute Karten bei der Nachfolgeregelung. Wobei der Begriff Familienbetrieb im Hause Lerch, Zwicker und Hasieber weit gefasst ist: Alle Mitarbeiter können und sollen sich als Familie verstehen. Offiziell firmiert das Unternehmen als „Lerch Genusswelten“. „Wir haben nach einer gemeinsamen Klammer für die doch recht unterschiedlichen Betriebe gesucht“, so Thomas Lerch. „Jüngere, unternehmungslustige Gäste dürften sich im Hotel BergBuddies besonders wohl fühlen, für ein gemischtes Publikum ist u. a. das Panoramahotel Oberjoch ein wunderbarer Urlaubsort, Familien mit Kindern steuern gern unseren Deluxe-Campingplatz an, wer im Urlaub Natur und Kultur erleben möchte, kommt im Hotel Sommer auf seine Kosten. Was wir aber allen Zielgruppen in unseren Betrieben garantieren können, ist Genuss als weitgefasster Begriff, der nicht nur Essen und Trinken umfasst, sondern z. B. den Bergblick vom Balkon, wohltuende Entspannung im Spa-Bereich oder einfach nur eine Auszeit bei einer aromatischen Tasse Kaffee.“

Ein Produkt – ein Anbieter!

Was die einzelnen Betriebe zusammenhält, sind nicht nur kreativer Freiraum und eigene Verantwortung der führenden Mitarbeiter, sondern auch ein klar definierter Rahmen mit einigen festen Regeln. Dazu gehört der Grundsatz: ein Produkt – ein Anbieter für alle Betriebe! „Ein wichtiges Kriterium bei der Auswahl ist, dass die Lieferanten und Partner zu uns passen,

DIE REINE KRAFT DER ALPEN.

Adelholzener Alpenquellen –
Partner der Gastronomie.



also im Idealfall ebenfalls Familienbetriebe aus der Region sind“, erklärt Thomas Lerch.

Im Hotel Sommer kommen die Früchte beispielsweise von der Fa. Früchte Jork aus Isny/Allgäu, das Bier von der Familien-Brauerei Zötler aus Rettenberg im Allgäu, das Fleisch von der Allgäuer Landmetzgerei Adolf Baur, das Eis von der Allgäuer Eismanufaktur, Öle, Essig & Mehle von der Allgäuer Ölmühle und die Heißgetränke von der bayerischen Marke BURKHOF des Familienunternehmens J.J. Darboven aus Hamburg. BURKHOF ist seit 2021 stolzes Mitglied im erlauchten Kreis der Lerch Genusswelten-Lieferanten. Dahinter steckt eine spannende Geschichte, die beispielhaft zeigt, wie im Hause Lerch gearbeitet wird.

Genusspartner BURKHOF

Im Jahr 2021 stand die Übernahme des Hotels Sommer in Füssen an. Vor Ort beim Gespräch mit dem Eigentümer wurde natürlich Kaffee gereicht. „Der schmeckt besser als unsere Marke, habe ich damals spontan meinen Begleitern zugeflüstert“, erinnert sich Thomas Lerch. „Darüber hinaus gab es damals gerade Unstimmigkeiten mit unserem langjährigen Kaffeelieferanten und der bisherige Betreiber des Hotel Sommer berichtete in höchsten Tönen von der Zusammenarbeit mit BURKHOF/Darboven. Deshalb haben wir uns nach der Übernahme des Hotels für einen Probetrieb mit BURKHOF entschlossen. Das ist gängige Praxis bei uns, einen neuen Partner erst einmal für ca. ein Vierteljahr



Mit seinen Spezialitäten deckt J.J. Darboven die gesamte Heißgetränke-Range ab.

in einem unserer Betriebe zu testen, bevor wir eine Entscheidung für die gesamte Gruppe treffen.“

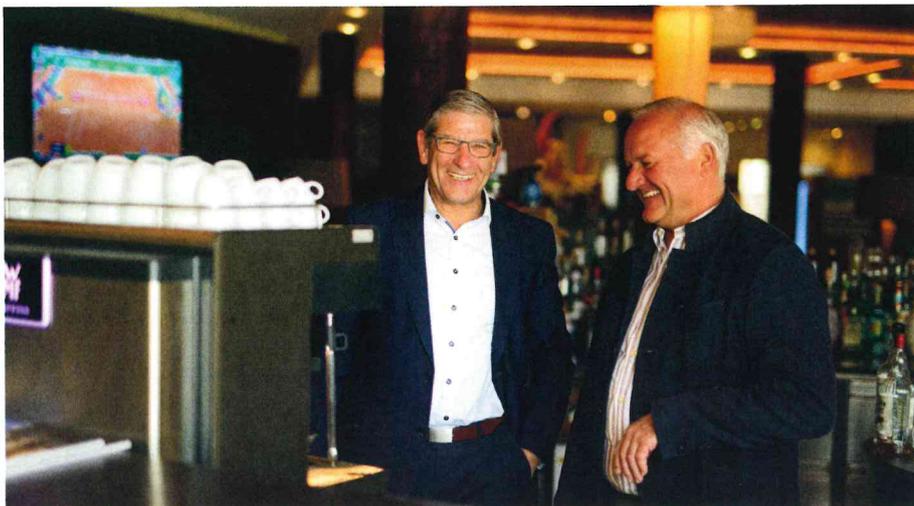
Weil der Probetrieb – von der Güte der Heißgetränke bis zum erstklassigen Service und Kundendienst – überzeugend ausfiel, ist BURKHOF fester Bestandteil der Lerch Genusswelten geworden. „Guter Kaffee hängt nicht allein von exzellenten Bohnen und einer Profi-Kaffeemaschine ab, da steckt mehr dahinter“, erklärt Franz Hitzlberger, Gebietsleiter Region Süd von J.J. Darboven. „Deshalb haben wir die rund 20 Kaffeemaschinen in den Betrieben der Lerch Gruppe exakt auf die ausgewählten Kaffeearten eingestellt. Da geht es u. a. um den Mahlgrad, den Anpressdruck, die Grammatik (sprich Kaffeemenge pro Tasse), aber auch um die Wassertemperatur, die Härte des Wassers und pH-Wert. Nur wenn alle Parameter zusammenpassen, erreicht der Kaffee sein volles Aroma.“ Damit das so bleibt, kommt Franz Hitzlberger vierteljährlich in die Lerch-Betriebe und prüft als Kaffee-Tester, ob das Ergebnis noch höchsten Ansprüchen genügt. Der Name BURKHOF mit der Rösterei in Sauerlach steht seit 1928 für traditionelle bayerische Kaffeekultur. Heute prä-

sentiert sich die Marke in einem nachhaltigen, zeitgemäßen Verpackungsdesign. Das Sortiment besteht aus 15 klassischen Genussröstungen und drei Bio-Fairtrade-Kaffees. Bei Verkostungen im Hause Lerch wurden folgende Kaffees ausgewählt: BURKHOF Savoy Cafe Creme, BURKHOF Espresso Speciale und BURKHOF Favorit Extra (für den Filterkaffee). Bei entsprechender Nachfrage der Gäste können auch BIO- und Fairtrade-zertifizierte Kaffees eingesetzt werden. Als Pionier der Branche bietet J.J. Darboven bereits seit 1993 Fairtrade-Kaffee an.

Das Hamburger Familienunternehmen unterstützt die Lerch-Gruppe in verschiedenen Bereichen: von der Auswahl des passenden Kaffee-, Tee- und Kakao-Sortiments bis hin zu zielgruppengerechten und trendigen Rezepten. „Mit unserem regionalen Außendienst sind wir direkt in der Nähe und jederzeit persönlich ansprechbar“, so Franz Hitzlberger. Seine regelmäßigen Besuche nutzt er natürlich auch dazu, Sortiments-Neuheiten vorzustellen, zuletzt beispielsweise Cascara-Mango, die EILLES TEE Kreation des Jahres 2024, und die neue Kakao-Sorte COCAYA Premium Vegan.

„Wir sind in einem ständigen Austausch und auf einem guten Weg, weitere Innovationen im Heißgetränke-Bereich gemeinsam voranzutreiben“, so das Fazit von Franz Hitzlberger. Ergänzt wird die Kooperation durch Schulungen, die Katrin Stumpfhauser, Leiterin der Darboven-Akademie in Sauerlach, zu verschiedenen Heißgetränke-Themen für Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Lerch-Gruppe anbietet. Diese Angebote stehen übrigens allen Gastro-Kunden zur Verfügung.

Die Treue zu ausgewählten Lieferanten zahlt sich für alle Beteiligten durch eine Vielzahl an Synergie-Effekten aus. Wer „drin ist“ im Lieferanten-Pool, wird garantiert sein Bestes geben, um den lukrativen Großauftrag zu behalten. Dazu ist die Referenz Lerch Genusswelten ein Türöffner bei neuen Gastro-Kunden weit



Lieferant, Servicemann & Ideengeber: Franz Hitzlberger, Gebietsleiter Region Süd von J.J. Darboven, beim Fachsimpeln über Kaffee mit Thomas Lerch. Fotos: Daniel Reinhardt

über das Allgäu hinaus. Und die Lerch-Gruppe kann sich über motivierte Partner freuen und über günstige Preise durch hohes Auftragsvolumen.

Eine ausgefeilte Logistik kommt hinzu. „Große Lagerhaltung verursacht nur unnötige Kosten“, so das Credo von Thomas Lerch. „Frische Ware wird spätestens am zweiten Tag verarbeitet.“ Damit kleine, qualitativ hochwertige Lieferanten aus der Region bei diesem Tempo mitkommen, fungiert die Fa. Früchte Jork als eine Art Zwischenhändler. Dort werden kleinere Chargen gesammelt und als „Gesamtpaket“ an die Lerch-Betriebe geliefert.

Erfahrung in der Sternegastronomie

Mit dem „Sammeln“ von (Pacht-)Betrieben hat Thomas Lerch früh angefangen. Er stammt aus einer alteingesessenen Gastro-Familie, begann mit 14 Jahren eine Kochlehre, absolvierte eine Hotelfachschule und schaffte den Sprung ins Landhaus Scherrer in Hamburg. „Das war in meiner Jugend mein großer Traum, mal in einem Sternelokal zu arbeiten“, erzählt Thomas Lerch. „Nicht weil ich später ein Sternelokal führen wollte. Aber ich wollte wissen, wie es da zugeht und wie die arbeiten.“

1987 wagte er den Sprung in die Selbstständigkeit und übernahm die Kleemeistererei, ein kleines Restaurant in Laupheim. Bei einem Betrieb blieb es nicht. Zwei Jahre später pachtete Thomas Lerch die Kantine der Fa. Lindenmaier, 1997 kam die Bewirtung der Stadthalle Biberach hinzu, im Jahr 2000 der Ebersbacher Hof, ebenfalls in Biberach, um nur die wichtigsten Wegmarken zu nennen. Nicht von einem Betrieb abhängig zu sein, Vorteile wie zentralen Einkauf und Mitarbeiterpool nutzen, Wachsen und Delegieren: Diese unternehmerische Philosophie wurde zum Markenzeichen.

Im Jahr 2003 stieg Thomas Lerch als Geschäftsführer des Parkhotels Jordanbad in die Hotellerie ein. Die lohnende Aufgabe: ein in die Jahre gekommenes Kneipp- und Kurhotel in ein modernes Thermen- und Gesundheitserlebnis zu verwandeln. Der erfolgreiche Gastro-Unternehmer traf hier auf Jahrhunderte alte katholische Traditionen. 1889 hatte der Orden der Franziskanerinnen von Reute hier die erste ärztlich geleitete Kneipp'sche Wasserheilanstalt Deutschlands gegründet. Aber Tradition allein reicht heute nicht mehr. Erst war Tho-

mas Lerch als Gastro-Berater hinzugezogen worden, schließlich stand die Frage der Übernahme im Raum.

Das Erbe Kneipps werde auch künftig hochgehalten, versprach Lerch bei der entscheidenden Sitzung. Es werde sogar ein Mehr-Gänge-Kneipp-Gala-Menü im Restaurant geben. Und auf die Frage nach seiner Konfession antwortete er: „Ich bin evangelisch, aber meine Frau und meine Kinder sind katholisch.“ Nach dieser entwaffnenden Antwort stand der Karriere als Hotelier nichts mehr im Weg.

Im Herzen ist Thomas Lerch aber Koch, die F&B-Bereiche seiner Hotels sind sein Steckenpferd. Nicht nur wegen des Kneipp-Menüs werden beispielsweise im Parkhotel Jordanbad 53% des Erlöses mit Speisen und Getränken erwirtschaftet, den Rest teilen sich Logis (42%) und Spa (5%). Der Fokus auf regional bayerische Genusswelten und Kulinariik zahlt sich aus, genauso wie der Blick über den Tellerrand.

Steaks und Filets von der „alten Kuh“, eine Tradition aus dem Baskenland, standen gerade im Fokus einer Gastro-Aktion in den Lerch-Genusswelten. „Dafür haben wir fünf Kühe gekauft und schlachten lassen und das Fleisch dann auf unsere Betriebe verteilt“, erzählt Thomas Lerch, der sich dem Slow Food-Gedanken verpflichtet fühlt.

Gemeinsam stark sein!

Ob Restaurant oder Hotel: Im Wettbewerb gegen Gruppen und Ketten tun sich Einzelkämpfer immer schwerer. In der Hotellerie steht für mittelständische Familienbetriebe

z. B. der Weg offen, sich Vereinigungen wie Best Western anzuschließen, dabei selbstständig zu bleiben und trotzdem von den Vorteilen einer Kooperation zu profitieren. Die Lerch Genusswelten sind sozusagen ihre eigene Hotelgruppe. Eine Größe von acht Betrieben reicht – wie wir gezeigt haben – aus, um Vorteile u. a. beim Einkauf und bei der Mitarbeiter- und Azubi-

Suche zu generieren. Das gilt auf überzeugende Weise auch beim Marketing unter dem Motto: unterschiedliche Betriebe – vereint im Genuss. Hier kommt zum Tragen, dass die Lerch Genusswelten glaubhaft für gemeinsame Werte, Ziele und Visionen stehen: regional, familiär und weltoffen, der Tradition und dem Genuss verpflichtet, aber auch nachhaltig und ökologisch.

„Wir sehen uns als Botschafter für den ganzheitlichen Alpentourismus“, sagt Thomas Lerch. „Der Erhalt der Natur ist uns eine Herzensangelegenheit.“ So ist die Lerch-Gruppe mit allen Häusern Mitglied im Bund Klimaneutrales Allgäu 2030. Dazu gehören neben dem Fokus auf regionale Lebensmittel auch kurze Lieferwege, wenig Verpackung, grüner Strom und klimaneutral produzierte Druckprodukte. Im Hotel Sommer, im Hotel Das Weitblick Allgäu und im Panoramahotel Oberjoch stehen große PV-Anlagen auf den Dächern. Das macht die Häuser an Sonnentagen beim Thema Energie zu weiten Teilen autark. Auch in diesem Bereich werden die Mitarbeiter mitgenommen – durch regelmäßige Schulungen in puncto Nachhaltigkeit.

Wie es weitergeht? „Es wird Zeit für neue Projekte, schließlich brauchen allein schon die Mitarbeiter und Azubis mal wieder neue Herausforderungen“, so Thomas Lerch lächelnd, um ernster hinzuzufügen: „Ja, wir sind bereits in konkreten Gesprächen und Verhandlungen.“ – Solche Unternehmen und Macher braucht unser Land gerade dringend. Bitte mehr davon!



Genuss à la Lerch: Vom Alpenblick bis zur Tischkultur.