

CHARMANTE Gastlichkeit

Das Café Thiele in Fulda hält an Traditionen fest und geht dennoch neue Wege

Klein und fein präsentiert sich das älteste Kaffeehaus der Stadt Fulda noch heute. Seinen Charme macht der Stil früherer Jahre aus. Hier gibt es ein Umsatzplus durch Beständigkeit. Zur warmen Ausstrahlung gesellen sich exklusive Konditoreierzeugnisse, die nach alt überlieferten Rezepten hergestellt werden. Dass es dabei viele Haus Spezialitäten und kleine Besonderheiten gibt, schätzen vor allem die zahlreichen Stammkunden.



Das Café Thiele ist für seine Spezialitäten weithin bekannt: Eine große Tradition haben die Schweizer Törtchen. Foto: Liebzig/Braunholz

Die Schweizer Törtchen sind wohl das bekannteste Produkt aus dem Hause Thiele. Die heutige Inhabelfamilie Young verweist mit Stolz auf das älteste Rezept des Traditionsbetriebs. Das runde Nusshaiser, mit lockerer Mokka-Creme gefüllt und geriebenen Nüssen sowie handgeschabten Schokoladenschichten, ist ein Renner. Ähnlich verhält es sich bei der Creme Giovanni, die schon Udo Jungmann begeistert hat. Als der Schlagsänger 1993 in Fulda ein Konzert gab, lernte er

zuerst im Café Thiele ein und ließ sich von der Creme – ein lockerer Bisquit mit frisch parierten Erdbeeren und bayerischer Vanillecreme – überzeugen. Am Abend sprach er schließlich sogar im Konzert von deren süßhaftem Geschmack.

Köstlichkeiten mit Höfepotenzial

„Auf dieses Kompliment sind wir sehr stolz“, sagt Konditormeister Georg Young, der das Unternehmen seit 1987 gemeinsam mit seiner Ehefrau Susanne



Betrieb mit Charme: Franziska und Susanne Young im Ladengeschäft.

und den Eltern führt. Sein hoher Anspruch ist in der Tradition des 1972 durch Friedrich Otto Thiele und dessen Ehefrau Theresie eröffneten Betriebes begründet und hat Erfolg durch Beständigkeit. Dennoch wissen auch die Youngs um neue Trends und haben sich nicht etwa auf ihren Lorbeeren aus. „Wir halten zwar an unserer Tradition fest, probieren aber dennoch auch mal etwas aus. Wenn es nicht funktioniert, sind wir flexibel genug, um dem Markt entsprechend anzupassen“, sagt der 48-jährige Firmenchef und verweist dabei auf das Thema Coffee-Shops. Demers Trend können man sich schlecht erziehen. Es sei jedoch schwierig, ein Haus wie das Café Thiele zu einem Coffee-Shop umzugestalten, und man müsse auch nicht auf jeden Zug aufspringen. „Unsere Kunden lieben den Charme eines Wiener Cafés hier in unserem Haus, das sich immer elegant dargestellt hat“, sagt Georg Young. Sei es unter der Führung der Familie Thiele oder später nach der Übernahme von James Young, dem Vizee des heutigen Inhabers, der ab 1987er Jahre mit seiner Frau Elisabeth ein Hotel bei Hansa betrieb und 1969 nach Fulda kam. Die Gäste lieben dieses Kleinod charmanter Gastlichkeit. Die 180 Plätze im Café sind ständig besetzt. Im Sommer nutzen viele Gäste seit etwa zehn Jahren ebenso gern den Au-

ßenbereich mit den 90 Sitzplätzen direkt unterhalb der Stadtpfarrkirche. Das Café lebt vor allem von seiner Außenwirkung. Die Inhaber sind immer greifbar und stehen ständig mit den Gästen in Kontakt. Im Eingangsbereich an der Theke gibt die gelernte Einzelhandelskauffrau Susanne Young stets auf Kundenwünsche ein. Die große Kuchen- und Tortenauswahl mit täglich bis zu 90 verschiedenen Sorten begleitet dabei jedermanns Anspruch.

Früchekritik in der Backstube

In der Backstube wird seit jeher alles selbst hergestellt. Georg Young legt mit seinem 3-köpfigen Team viel Wert auf natürliche Zutaten. „Wir versuchen möglichst ohne Convenience zu arbeiten. Natürlich verwenden wir auch Pasten und Aromen, aber der Rest wird mit frischen Zutaten hergestellt. Unsere Zulieferer aus Belgien, Frankreich und der Schweiz sowie aus Marokko und Ägypten garantieren feinste Ware wie etwa die Cacao-Küvertüre. Außerdem versuchen wir möglichst regionale Produkte zu verwenden und setzen auf Bio-Qualität. Sobald es beispielsweise Erdbeeren oder die Bio-Äpfel aus unserem eigenen Anbau gibt, arbeiten wir damit. Ganz besonders wichtig ist die Früchte auch bei unserer Giovanni-Creme, bei der wir die Erdbeeren im Winter etwas vorkümmern“, sagt Georg Young.

Daten & Fakten

• **Unternehmen:**
Café Thiele GmbH
Mittelstraße 2
36037 Fulda
Tel. (0661) 72774
Internet: www.cafe-thiele.de
E-Mail: cafe-thiele@t-online.de

• **Inhaber:**
Elisabeth, Susanne,
Georg und James Young

• **Unternehmensstruktur:**
Geschäft mit Café

• **Mitarbeiter:**
Gesamt: 18, darunter
5 Auszubildende
Konditoren: 5
Küche: 2
Verwaltung: 2
Verkauf: 7
Service Café: 2

• **Sorten:**
Feinstückwaren: 13
Kuchen: 10
Torten: 35,
täglich 15 wechselnde
Pralinen: 12

• **Umsatzstruktur:**
Vorrat im Café: 44 Prozent
Feinstückwaren: 20 Prozent
Kuchen: 10 Prozent
Torten: 10 Prozent
Pralinen: 8 Prozent
Catering: 8 Prozent

• **Preisbeispiele:**
Teiggebäck 200g: 4,20 Euro
Abgabe 200g: 4,20 Euro
Johannesbeeren-Schmandkuchen:
1,80 Euro/Stück im Café
Bavellustort: 2,40 Euro/Stück im Café
Creme Giovanni: 2,80 Euro/Stück im Café
Pralinen: 4,20 Euro/100g
Tafel Schokolade: 2,40 Euro/100g



Das Team im Café mit (v.l.) Annette Seina, Claudia Schmitt, Anja de Boer und Rebecca Berni sorgt für Top-Service.



Georg Young in seinem Café. Der engagierte Gastgeber und sein Konzept kommen bestens bei der Kundschaft an.

Nach feinsten Rezepturen entstehen so täglich nicht nur die Klassiker wie zum Beispiel der Schlagsieger – eine Hippenmasse ohne Marzipan mit geschlagenem Eiweiß und fein geriebenen Mandeln sowie mit dunkler Küvertüre überzogen und süßer Sahne gefüllt – sondern eben auch die Bonifatortorte. „Die ist ein absoluter Renner und in der Domstadt Fulda eine wahre Attraktion. Wenn Sie so wollen, ist das ein Marketing-Gag, der gerade bei Touristen großen Zuspruch findet. Außerdem wurde diese Torte mit ihrem Pfirsich-Champagner-Geschmack etwa zur 1250-Jahrfeier unserer rund 65.000 Einwohner zählenden Stadt kreiert“, erzählt Georg Young, der einst als jüngster Konditormeister Deutschlands nach der Ausbildung im ehe-

Betrieb und Stationen im Münchner Café Lautpold sowie an der Zuderfischschule in Zürich bereits im Alter von 22 Jahren die Backstube in der Konditorei Thiele übernahm.

Kompromisslose Kundenorientierung

Mit ihrer Bodenständigkeit sind sich die Macher des Café Thiele immer treu geblieben. Obenher Gabel ist es, den Gast zu verwöhnen. Damit konnte gerade die heutige Generation den Umsatz im Durchschnitt um 4 Prozent pro Jahr steigern. Ein Erfolgsrezept, das nicht zuletzt auf eine absolute Kundenorientierung zurückzuführen ist. Dazu gehören auch die ständigen Modernisierungs-

maßnahmen in der Backstube sowie im Café, in dem auch das harmonische Lichtkonzept umgesetzt wurde. Jetzt soll sich die Atmosphäre noch ein wenig ändern. Der Teppich soll einem Parquetfußboden weichen. Die Bestuhlung wird einen Lederbezug erhalten, so dass alles moderner wirkt. „Wenn wir uns verän-



dern, müssen wir dies sehr bewusst tun. In der Kaszierung setzen wir einen neuen Trend, unsere Standards allerdings werden bleiben“, sagt Georg Young. Zu diesen Standards zählt unter anderem auch die faire Preispolitik. Für eine Tasse Café zahlt der Gast 1,80 Euro, für ein Stück Torte 2,40 Euro. Für die stabilen Preise musste das Unternehmen allerdings auch schief kalkulieren. Einsparungen in den Bereichen Energie und Tiefen sowie Aushilfspersonal wurden in den vergangenen Jahren letztendlich an den Gast abgeben. Hinzu kam das attraktive Zusatzgeschäft mit dem Cateringangebot. Seit 2003 hat sich der Familienbetrieb darauf spezialisiert und das Angebot nicht nur auf Familienfeierlich-



Creme Giovanni: Ein süßiger süßer Traum verführt die Gäste.

Foto: Café Thiele



Die originalen Macarons gibt es in den Geschmacksrichtungen Vanille, Pistazie, Erdbeere, Schokolade, Zitrone und Mokka.



Die frisch gebackenen Petit-Fours legen fast schon plakatig zum süßen Genuss an.

keiten beschränkt. Vielmehr nimmt der Bereich der Firmenevents mit bis zu 1500 Besuchern einen immer größeren Rahmen ein. Mit ihrer rollenden Kaffeebar, einer Theke und den bis zu 8 Meter langen Stellwänden ködelt die Youngs einen exklusiven Service mit perfekter Logistik.

In dieses Zusatzgeschäft hat sich gerade die nächste Generation eingearbeitet. Stephanie und Franziska Young sind zwar in anderen Berufen tätig, unterstützen die Eltern aber wo es notwendig ist. So beispielsweise beim Catering oder auch beim Versand des Außer-Haus-Services. „Die Bearbeitung der Schokoladen-, Pralinen- und Plätzchenbestellungen koordiniere ich. Im Vorweihnachtsgeschäft verkaufen wir allein etwa eine Tonne Teegebäck in 200 Gramm-Tüten“, erzählt Stephanie.

Event aufgestellt und für neue Ideen stets offen, blickt die Youngs deshalb auch optimistisch in die Zukunft. „Man muss sich an den Markt anpassen, sollte aber immer authentisch bleiben. Das bedeutet eben auch, dass man nicht jedem



Trend hinterherläuft. Wir werden uns beispielsweise keine Brötchen in die Theke legen, nur weil es Mitbewerber tun. Das würde überhaupt nicht zu uns passen, sagt Georg Young. Viel besser füllt das Unternehmen mit einer kleinen Mit-

tagstüchle und neuen Angeboten, auf die über Tischauflieferer hingewiesen wird. Zudem gibt es immer wieder saisonale Besonderheiten, die selbstverständlich frisch auf den Tisch gelangen.

Silke Liebzig/Braunholz

Neu
Starke Marken von UNIFINE
Kaltcreme 2000
Die creme für feinste Füllungen

UNIFINE Food & Baker ingredients GmbH
Rudolfstraße 4 • D-36109 Eintracht
Telefon +49 (0) 531 8122-0 • Fax +49 (0) 531 8122-100
E-Mail: info@unifine.de • www.unifine.de

Der Produkt Spezialist für Feine Backwaren