

BLOCK HOUSE

- STEAK & NO REVOLUTION - 1968 UND DIE FOLGEN

Im Gespräch mit Stephan von Bülow, dem Vorsitzenden der Geschäftsführung der Block-Gruppe über Fleisch aus Südamerika, den letzten Superstar der Gastro-Szene und das Ruhrgebiet als neuer Standort.

Gute Steaks sind in. Die Block House Steakhäuser sehen stets gleich aus. Seit Jahren. Ist das noch zeitgemäß?

Stephan von Bülow: Wir haben unsere Gäste gefragt und es ist erstaunlich, sie haben gesagt: Bloß nichts ändern! Wir haben da und dort schon etwas geändert, doch das Produkt bleibt im Mittelpunkt. Unsere Häuser verfügen über gute Kommunikationsatmosphäre und einen guten Service, wir bieten das klassische Restaurant-Erlebnis. Bei uns finden sie im Haus auch keine Reklame, alles ist ideal eingerichtet. Die Restaurants sind nicht billig, keine Frage, dennoch für Jedermann. Ich sag immer: 105 Prozent Leistung für 95 Prozent Euro. Für uns kommt auch kein Lieferservice in Frage.

Zur Block House Gruppe gehört auch die Burger-Kette Jim Block?

SvB: Auch die ist kein neues Trend-Produkt, sie existiert schon seit 1973, damals eine Reaktion auf McDonald's in Deutschland. Die Burger passen perfekt zu unserer Steakproduktion im eigenen Haus. Unser Gründer, Egon Block, hat schon damals gesagt: „Der Burger ist die Bratwurst von morgen“.

Egon Block ist mit 76 Jahren immer noch präsent im Unternehmen, oder?

SvB: Egon Block ist der letzte Pop-Star der deutschen Gastronomie. Ich bin froh, mit ihm arbeiten zu können. Er ist bodenständig, als Mensch interessant. Er besucht jede Filiale mindestens einmal im Jahr und ist bei den Mitarbeitern sehr beliebt.



Wie hat sich das Beef-Geschäft verändert?

SvB: Der Fleisch-Genuss wird immer bewusster. Die Gäste sind immer noch bereit Geld auszugeben, aber sie wollen etwas über das Essen wissen.

Ihr Fleisch kommt vor allem aus Südamerika?

SvB: Fast ausschließlich aus Argentinien. Wir reifen es selbst in eigener Fleischerei, je nach Rohware um die acht Wochen. Inzwischen haben wir aber auch deutsche Rinder. Auch um unabhängiger zu sein von schwankenden Weltmarktpreisen. 19 Betriebe mit 5.000 Tieren, eine alte DDR-Rasse aus der Uckermark. Die geben hervorragendes Fleisch, das Tierwohl steht dabei im Fokus. Freilaufende Tiere, deren Kälber etwa lange bei der Mutter bleiben. Unser Ziel ist der Ausbau auf 15.000 Tiere. Bei Aktionen bieten wir aber auch Fleisch aus anderen Ländern an, etwa seit über 30 Jahren schon aus Uruguay. Heute aber auch aus den USA, Irland und Australien.

Jetzt planen sie auch, das Ruhrgebiet zu erobern. In Essen entsteht der erste Anker?!

SvB: Der Kennedyplatz ist ein reizvoller Ort. Andere Gastronomien sind bereits da, wir kommen dazu, ergänzen das Angebot. Wir haben auch andere Stadtteile angesehen, doch wir sind gezielt an diesen Standort in der Innenstadt gegangen. Als nächstes ist dann eigentlich Dortmund interessant für uns. Erste Gespräche an guten Standorten waren aber noch nicht erfolgreich. Wir haben aber Geduld. Für uns ist das Ruhrgebiet insgesamt natürlich hochinteressant, denn Erfahrungen haben auch gezeigt, dass unsere vielen Produkte im Lebensmitteleinzelhandel dort sofort stärker laufen, wo auch unsere Restaurants vor Ort sind.

Wir danken Ihnen für dieses Gespräch!

Tom Thelen

FAKTEN

Umsatz der Block Gruppe: 368 Millionen Euro im Geschäftsjahr 2016

Anzahl der Mitarbeiter Block Gruppe: über 2.400

Anzahl Block House Restaurants: 39 in Deutschland; 10 Franchiseunternehmen in Österreich, Spanien, Portugal und der Schweiz

Anzahl der Mitarbeiter Block House: rund 1.200

Eröffnung des ersten Block House Restaurants: 1968 in der Dorotheenstraße in Hamburg

Umsatz der Block House Restaurantbetriebe (DE): 120 Millionen Euro im Geschäftsjahr 2016

Anzahl der Gäste in den Block House Restaurants: 6 Millionen im Geschäftsjahr 2016

(Stand: März 2017)