



## Sandwiches, Wraps, Peanuts und mehr

Was auch immer Daniel Milewicz und Wolfram Geppert ('Dynamic Food') ihren Kunden anbieten – es soll ein bisschen 'mehr' sein als anderswo. Es geht um mehr Geschmack, mehr Qualität, mehr Frische bei einem hervorragenden Preis-/Leistungsverhältnis. Deshalb heißen die von den beiden erfahrenen Gastro-Profis entwickelten Konzepte auch stets '& more': 'Sandwich & more', 'Wrap & more',

'Peanuts & more'. Alle drei laufen bereits seit bis zu zwei Jahren erfolgreich am Frankfurter Hauptbahnhof, der sich in den vergangenen Monaten sowohl architektonisch als auch gastronomisch ordentlich herausgeputzt hat. Die Pavillons der Dynamic Food Systemgastronomie GmbH gehören zu den beliebtesten Anlaufstellen für hungrige Reisende mit Lust auf Sandwiches, Wraps, Bratwurst, Kaffeespezialitäten und Knabberspaß für unterwegs. Die Startphase am Frankfurter Hauptbahnhof ist geglückt, jetzt suchen Milewicz und Geppert Franchisenehmer, um weitere Standorte zu erobern.

Die Konzepte im Einzelnen: **Sandwich & More** hat neben Sandwiches, Kaffeespezialitäten und diversen Getränken auch Wurst im Programm – gebraten und als Hot-Dog-Varianten. Die Sandwiches werden am Stand vor den Augen des Kunden belegt – ein enormes Image-Plus, wie Daniel Milewicz bestätigt. Das F&B-Verhältnis ist wie bei Wrap & More 70:30, Sandwiches und Wurst liegen gleich auf bei jeweils 35 %

vom Gesamtumsatz. Renner sind das Mozzarella-Baguette (3 €) und das Ciabatta mit Hähnchenbrustfilet und Senf-Curry-Dressing (3 €). Am Frankfurter Bahnhof steht ein 24-Stunden-Outlet am Querbahnsteig in zentralster Lage, ein zweites versorgt die Pendler in der B-Ebene. Den Tagesumsatz beziffern die Betreiber mit 3.000-4.300 €, den Durchschnittsbon mit 3,50 €.

**Wrap & More** – Wraps, Sandwiches, Crêpes, dazu Kaffeespezialitäten aus dem Halbautomaten und div. Getränke. Wraps,



vor allem die Curry-Huhn-Variante (3,10 €), laufen am besten (30 % vom Gesamtumsatz), Sandwiches und Crêpes Erlösen jeweils rund 20 %. Bestseller bei den Kaffeespezialitäten (insg. rd. 20 % vom Umsatz) ist Milchkaffee (1,60 €). Zielgruppe sind Pendler und Reisende, das Konzept ist auf Hochfrequenzstandort ausgerichtet und lässt sich auf Flächen von 20-60 qm realisieren. Der Pilot am Frankfurter Bahnhof setzt nach Angaben der Betreiber bei einem Durchschnittsbon von 3,50 € pro Tag etwa 2.000-3.000 € um.

**Peanuts & More** verspricht lifestyliges brainfood mit gesundem Mehrwert. Das Angebot umfasst Nüsse sowie schokolierete, getrocknete und kandierte Früchte, lose und verpackt. Dazu wellnessbetonte Getränke wie Bionade, Carpe Diem, Markenwässer und Fruchtsäfte (Beverage-Anteil: 20 %). Der Durchschnittsbon beträgt 3 €, die Zielgruppe ist ganz klar finanzstark und gesundheitsbewusst. Das Corporate Design mit hohem Wiedererkennungswert unterstreicht die Hochwertigkeit der Produkte: klare Formensprache mit Holz und Metall als bestimmende 'Elemente'. Der 'Mini' im Dynamic-Food-Konzeptsortiment braucht gerade einmal 2-6 qm und Erlöst zwischen 500 und 1.200 € am Tag.

Außerdem in der Pipeline: Extrawurst, ein hochwertiges Wurstkonzept, das Tradition und Moderne verknüpft. „Innerhalb des Sandwich & More-Konzepts ist der Erfolg des Wurstangebots enorm“, erklärt Milewicz. „Trotz ihrer Beliebtheit bei Alt und Jung führt die Wurst jedoch in der Systemgastronomie bisher ein Schattendasein. Genau diese Marktlücke haben wir im Visier.“ Zum abgerundeten Konzept gehören neben Wurstvielfalt von Thüringer über Krakauer bis hin zum Käsekrainer auch hochwertige Toppings Senf- und Saucenvariationen. Dazu frisch gebackene Weizenbrötchen, kräftiges Schwarzbrot. Der flexible Pavillon kann sowohl als eigene Einheit als auch als Shop-in-Shop-Lösung realisiert werden (Platzbedarf etwa 16-50 qm). [www.dynamicfood.de](http://www.dynamicfood.de)