

HGV PRAXIS

Zeitschrift für österreichische Hotellerie, Gastronomie und Großverpflegung



FRÜHSTÜCK:
Der Morgen macht den Tag

ÖHV-KONGRESS WELS

TOP-INNOVATIONEN 2013



Spannende Erlebniswelten, kreiert mit Leihmöbeln von Eventwide.

Bilder: Bric à Brac

Mobiliar im LEIHMODUS

Mit dem Verleih von selbst entworfenen Möbeln hat sich Eventwide einen Namen gemacht. Die Expansion des Wiener Unternehmens erfolgt im Franchise-System.

Ein Event, der das Besondere bieten soll? Eine Möblage etwa, die etwas außerhalb der immer gleichen Tische, Stühle und Baranlagen liegt? In diesem Fall erfolgt immer öfter der Ruf nach Eventwide. Das Wiener Unternehmen verleiht Veranstaltungsmobiliar an Eventagenturen, Party-Caterer und Gastronomen sowie Gemeinschaftsverpfleger, die auch ab und zu Veranstaltungen ausrichten. Inzwischen hat die Führung des Wiener Unternehmens das Potenzial der Nische entdeckt und expandiert seit fünf Jahren kräftig im Rahmen eines Franchise-Systems.

Die Wurzeln des Unternehmens deuten die heutige Richtung bereits an. Bric à Brac heißt der von Paul Kozak gegründete und heute noch hoch aktive Filmausstatter und Verleiher von Filmrequisiten. Nachdem sich die Wiener Eventszene ab der Jahrtausendwende verstärkt nach neuen Ideen umsaht und dabei auch im Bereich Filmrequisiten fündig wurde, entwarf Paul Kozak die erste Serie „Bar White“ als Leihmöbel und gründete 2003 den Verleiher Eventwide. Damit war die Philosophie festgelegt: Eventwide hat ausschließlich selbst entworfene und designte Möbel und Accessoires im Programm.

Die Entwürfe stammen nach wie vor aus der Feder des Firmengründers, dem die Ideen auch in nächster Zeit nicht ausgehen werden. Dabei gehe es dem Designer nicht ausschließlich um originelle Ideen, sondern auch um Praxisnähe, erzählt Andrea Tram-



Innovative Entwicklungen wie befüllbare Tischplatten sorgen für kreative Lösungen.

pisch, Head of Franchise bei Eventwide. „Die Möbel werden nach unseren Entwürfen von österreichischen Handwerksbetrieben hergestellt. Jedes Modell ist so gestaltet, dass es perfekt gestapelt und transportiert sowie rasch und ohne große technische Kenntnisse aufgestellt werden kann.“

Verschleißteile, wie etwa Sitzflächen von Hockern oder Tischplatten, sind rasch und problemlos auszutauschen, das garantiert dem Mobiliar eine lange Lebensdauer. Und sorgt für Flexibilität etwa bei speziellen Farbwünschen der Kunden. Eigene Transportsysteme wie etwa ein spezieller Wagen, auf dem 24 Barhocker platzsparend gestapelt werden können, gehören ebenso dazu wie immer wieder originelle Neuheiten wie Stehtische mit befüllbarer Platte. Das erlaubt gewitzte Deko-Lösungen und spart letztlich auch Tischwäsche.

Die Fülle des Gebotenen ist inzwischen überbordend. Selbst einfache Barhocker werden bei Eventwide zum Designobjekt und bieten etwa mit einem Doppelhocker innovative Sitzgelegenheiten. Schwungvoll designte Loungemöbel finden sich genauso im Angebot wie vielfältig kombinierbare Tische, die sich auch zu geschwungenen, kurvenreichen Ensembles zusammenstellen lassen.

Spannend auch die Serie Labyrinth, aus Tisch, Sitzbänken und Hockern, die völlig neue Raumgestaltungen erlaubt. Ein Designklassiker von Eventwide sind auch die Bar- bzw. Buffetlösungen, bei denen inzwischen bei Bedarf auch der Hintergrund mitgeliefert wird. Eine Vorgabe liefert das Unternehmen auch mit der jüngsten Entwicklung: die Barserie Lumen mit einem eigenen LED-Beleuchtungskonzept, das die Kreativität erst so richtig fordert. Dabei lässt sich die Beleuchtung an die hauseigene Lichtanlage des Kunden anschließen und über diese steuern.

Viel Stoff und Anregung also für Eventagenturen und Caterer. Entsprechend schlugen die innovativen Leihmöbel in der Branche auch ein. Das Angebot sprach sich rasch bis München durch und führte schließlich zum ersten Franchise-Partner, der 2008 in München Eventwide eröffnete. Es folgten Partner in Linz, Innsbruck und Bregenz sowie in Berlin, Warschau und Krakau.

„**Wir sind mit** unseren Franchise-Partnern jetzt recht gut aufgestellt“, bestätigt Andrea



Eine LED-Bar ist die jüngste Entwicklung von Eventwide. Die Steuerung kann über das hauseigene Lichtsystem des Kunden erfolgen.

Trampisch. „Aber je enger das Netz, desto kürzer die Wege.“ Schließlich sind die Franchise-Nehmer untereinander gut und kollegial vernetzt. Das reicht von Tipps bis hin zu gegenseitigen Ausleihungen. Man versteht sich untereinander und treibt bei regelmäßigen Partnermeetings das Geschäft gemeinsam voran.

Mit den Franchise-Partnern ist Österreich gut abgedeckt, eine Lücke gibt es in Südösterreich bzw. im Raum Graz, in dem nach einem Partner gesucht wird. Trampisch: „Ideal wären vor allem Unternehmer, die bereits über eine gewisse Infrastruktur verfügen und die auch schon über Erfahrung im Veranstaltungsgeschäft ihrer Region haben.“ Sie denkt dabei etwa an Zelt- und Messebau, Unternehmen aus der Veranstaltungstechnik oder Floristen bzw. Dekorateurs, aber auch an Entrepreneure aus der Gastronomie, die bereits vorhandene Ressourcen besser nutzen wollen.

„Ideal wäre es, wenn Kandidaten über ein Lager in der Größe zwischen 250 und 400

Quadratmetern verfügen und nach Möglichkeit auch einen Klein-Lkw besitzen“, so die Franchise-Entwicklerin. Für den Anfang benötigt der Franchise-Nehmer ein Möbelstartpaket, das finanziert werden muss. Zur Einstiegsgebühr von 5000 Euro kommt so eine Startinvestition von rund 90.000 Euro. Die jährliche Franchise-Gebühr beträgt fünf Prozent vom Umsatz, mindestens aber 6000 Euro.

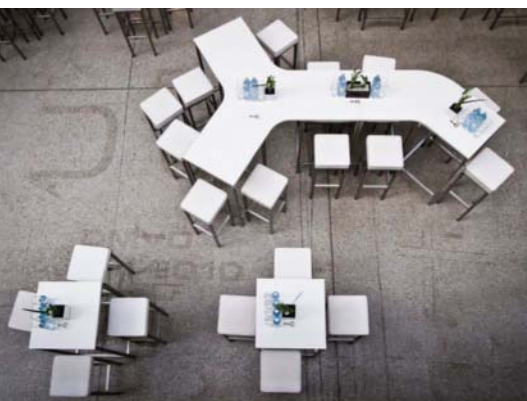
Dafür erhalten die Partner aber einiges. Zum zweitägigen Start-up-Training in Wien, der Montage und Pflege der Eventwide-Möbel sowie der Einschulung in Transport- und Lagerlogistik kommt noch die Unterstützung durch das hauseigene IT-System inklusive Buchungstool und Fotoarchiv. Ständige Updates sorgen dafür, dass die Partner laufend auf dem neuesten Stand sind. Das zeigt auch die neueste Entwicklung: Für Angebote können Einrichtungslösungen für Events nun auch dreidimensional visualisiert werden.

Damit ist der künftige Eventwide-Partner perfekt ausgerüstet und kann ohne weitere Investitionen sofort loslegen. Der Unter-

nehmensberater Peter Lindenhofer errechnete für die Jännerausgabe des Wirtschafts magazins „Gewinn“ den Break-even-Point bei einem Jahresumsatz von 140.000 Euro. Das entspricht wöchentlichen Erlösen von 2700 Euro. Lindenhofer ging bei seiner Kalkulation von einem Eigenkapital von 25.000 Euro und einem Kredit in Höhe von 70.000 Euro aus.

Der finanzielle Aspekt ist nicht zu vernachlässigen, sollte aber nicht alleinige Entscheidungsgrundlage sein. Vielmehr geht es um die Möglichkeit eines maßgeschneiderten Einstiegs in ein Franchise mit einem nachweisbaren Erfolgsmodell. Und um die Vorteile des Franchise an sich. Trampisch: „Man ist kein Einzelkämpfer und allein auf weiter Flur. Man kann auch für komplizierte Herausforderungen gemeinsam Lösungen suchen, und die Partner helfen sich untereinander. Und natürlich tragen alle durch ihre Kreativität zur Weiterentwicklung des gesamten Unternehmens bei.“

www.eventwide.com



Eventwide stellt ausschließlich selbst designte Möbel zur Verfügung. Die Herstellung erfolgt bei Handwerksbetrieben in Österreich und im benachbarten Ausland.



Bereits ein Klassiker: die eleganten Buffetlandschaften von Eventwide.