

07.09

**asr** *journal*

Magazin für die mittelständische Tourismuswirtschaft in Deutschland



# Frischer Wind für den Mittelstand

## Faire Partner

Networking mit hohen Provisionen  
.....

## Neue Zielgruppe

LOHAS sind interessante Kunden  
.....

## Arbeitsrecht

lässt Flexibilität in der Krise  
.....

## Zielgebiete

The New Forest  
.....



# Eat the world

*Existenzgründungen sind vor allem dann erfolgreich, wenn sie originell und authentisch sind. Eine derartige Idee hatte Elke Freimuth, als sie im vergangenen Jahr „eat the world“ gründete. Das asr-Journal stellt die Geschäftsidee vor:*

Immer mehr Menschen verlangen bei einem Stadtbesuch nach Authentizität. Sie suchen nicht die Starbucks dieser Welt oder die Kettenrestaurants, sondern eher die Lokale, Kneipen und Geschäfte, die für eine Stadt „Normalität“ sind. Also die „Jedermanns“, die einer Stadt das unverwechselbare Flair verleihen.

Doch wie kann man diese Destinationen im Stadtraum, seien es Restaurants, originelle oder originäre Kneipen, Bäcker oder Feinkostläden, die quasi in keinem Reiseführer zu finden sind, ausmachen?

Elke Freimuth brachte dies auf eine Idee. Sie entwickelte mit ihrem Start-up-Unternehmen „eat-the-world.com“ Stadt- und Kiezführungen, die sich an genau dieser Messlatte orientieren. Und stieß damit in eine Marktlücke.

## Start im Kiez

Begonnen hat die Lehrerin, die das Untermertum einer Beamtenlaufbahn vorzog, im Graefe-Kiez, wie das Stadtviertel heißt, in dem Elke Freimuth in Berlin lebt. In ihren Führungen geleitet sie die Teilnehmer in authentische Restaurants ihres Stadtviertels, zeigt dabei unter anderem die inzwischen fast untergegangene Kreuzberger Eckkneipenkultur genauso wie einen Feinkostladen, einen klassischen Imbiss, ein typisch deutsches Lokal, ein italienisches Eiscafé oder ein traditionsreiches Kuchenhaus.

Dabei sind die Führungen nicht rein

auf Kulinarisches beschränkt. Es geht der Unternehmerin darum, ihren Gästen das typische Berlin zu zeigen. „Und dies findet nun einmal in den Kiezen in Berlin und nicht am Brandenburger Tor statt.“

Und hin und wieder werden - wie sollte es auch anders in Berlin sein - aktuelle Entwicklungen der jeweiligen Stadtteile zur Sprache gebracht.

## Viele Einheimische

Rund 50 Prozent der Gäste bei den Berliner Touren von „Eat the world“ sind übrigens Berliner, die auf diese Weise neue Seiten der Großstadt entdecken wollen. Eine Mittagstour beispielsweise durch Kreuzberg kostet dreißig Euro, unabhängig von der Teilnehmerzahl werden sie freitags und sonntags durchgeführt. Dabei decken die Speisen, die an den einzelnen Stationen eingenommen werden, eine gute Mittagsmahlzeit ab. Dabei lässt sich Freimuth übrigens nicht von den Lokalen sponsoren. Sie handelt zwar Konditionen aus, aber bezahlt die angesteuerten Locations. Für sie ist das eine Frage der Qualitätssteuerung.

Weitere Touren, die Elke Freimuth anbietet, führen in den Nachbarbezirk Friedrichshain. Inzwischen ist die Jungunternehmerin, die im vergangenen Jahr startete, schon nach Hamburg expandiert und bietet dort ähnliche Touren beispielsweise durch den Hamburger Stadtteil Ottensen an. Begonnen hat Elke Freimuth ohne ei-

nen Cent Anschubfinanzierung. „Ich war von meinem Konzept überzeugt“, sagt die Jungunternehmerin. Eine relativ lange Zeit hat sie an Ihrer Website gebaut, bis sie richtig stimmig war. Das habe ungefähr ein halbes Jahr an Zeit gekostet. Parallel hat sie sich auf Erkundungstour durch die Restaurantszene des Bezirkes gemacht. Dabei ist ihr die Qualität der besuchten Restaurants enorm wichtig. Und dies scheinen auch die Teilnehmer und Teilnehmerinnen an den Touren zu goutieren.

Ein Geheimnis ihres Erfolges: Sich von einer marktfähigen Idee nicht abbringen zu lassen, auch wenn es dafür nicht unbedingt die Fördertöpfe und -mittel gibt, die man sich eventuell erhofft hat.

Vielfach ist es heute die Nische, das Einzigartige was den Erfolg bringt. „Ich habe ein recht hohes Empfehlungsgeschäft“, sagt Elke Freimuth. Nach dem Start steht nun eine langsame Expansion auf der Agenda. Verstärktes Gruppengeschäft ist ein Thema für sie. Hier erarbeitet sie zur Zeit ein Gruppenprogramm, das für mittelständische Reiseveranstalter durchaus interessant werden könnte.

## www.eat-the-world.com

Culture & Food Tour

Böckhstr. 41, 10967 Berlin

Tel.: +49 (0)30 530 661 65

Fax: +49 (0)30 530 661 66

E-Mail: freimuth@eat-the-world.com