

# Plattform mit Potenzial

## Jack Tomato – Auktionsmarktplatz für gebrauchtes Gastronomieinventar

*Jack Tomato ist eine neue Auktionsplattform für gebrauchte Gastronomiemöbel. „Es wird alles gehandelt, was man in einem Gastronomie- oder Hotelbetrieb findet und braucht. Vom Besteck über Beleuchtung und Sicherheitstechnik bis hin zu dem Seifenspender und dem Fettabscheider“, so Geschäftsführerin Jenny Bernstorff. Der GETRÄNKEFACHGROSSHANDEL sprach mit ihr über das neu gegründete Unternehmen. (eis)*

**GETRÄNKEFACHGROSSHANDEL:** Frau Bernstorff, erläutern Sie bitte Ihr Geschäftsmodell.

**Jenny Bernstorff:** Gerne. Jack Tomato ist der erste und einzige Online-Auktionsmarktplatz für gebrauchtes Gastronomieinventar. Die Gastronomie ist die größte Branche Deutschlands und hat gleichzeitig die höchste Insolvenzrate. Pro Jahr gehen durchschnittlich 55 000 Betriebe pleite und ebenso viele wagen den Neustart. Dabei steht immer Inventar im Raum.

Bislang gab es dafür keinen Marktplatz. Neuware darf auf Jack Tomato nicht verkauft werden, damit sich Marktwerte für Gebrauchtes bilden können. Bei erfolgreichem Verkauf kassieren wir eine Provision von maximal 4,5 Prozent zzgl. MwSt. auf den Nettoverkaufswert.

**GFGH:** Die Idee für Ihr neues Geschäft resultiert auch aus eigenen Erfahrungen?

**Bernstorff:** Richtig. Nach 11 Jahren klassischer Karriere in Unternehmensberatung und Mittelstandsberatung für eine Bank habe ich meinen Freund drei Jahre lang bei der Planung, Vorbereitung und Umsetzung eines Gastronomiekonzeptes und der Eröffnung von zwei Restaurants begleitet.

Ich habe bewusst und vor allem aus Neugier jeden Schritt mitgemacht: Von der Konzeptphase, über Locationsuche, Abstandsverhandlungen, Verhandlungen mit Vermieter, Amt, Lieferanten und Brauereien, Küchen- und Raumplanung, Rekrutierung von Mitarbeitern, Umbau und Start.

Wir suchten damals händeringend nach Referenzpreisen, um die Abstandsverhandlungen mit dem Vormieter zu



*Jenny Bernstorff, Geschäftsführerin der Auktionsplattform Jack Tomato: „Die Gastronomie ist die größte Branche Deutschlands und hat gleichzeitig die höchste Insolvenzrate. Pro Jahr gehen durchschnittlich 55 000 Betriebe pleite und ebenso viele wagen den Neustart. Dabei steht immer Inventar im Raum. Bislang gab es dafür keinen Marktplatz.“*

objektivieren – vergeblich. Dann saßen wir auf Inventar, das wir nicht haben wollten und das schnell wegmusste, um Platz für den Umbau zu schaffen. Die Suche nach einem Marktplatz endete wieder ergebnislos.

Wir wollten EK sparen, indem wir Gebrauchtes kaufen. Keine Chance. Daraufhin fing ich an, mit unseren Brauerei- und GFGH-Partnern zu sprechen und stellte fest, dass deren Problem damit ein noch viel größeres ist. Abzuschreibendes Inventar aus finanzierten Insolvenzen belastet als Abschreibungen tatsächlich die Bilanz. Damit war die Idee geboren.

**GFGH:** Jack Tomato, wie kam es zu dieser Namensgebung?

**Bernstorff:** Unsere Zielgruppe ist in allem heterogen: Nationalität, Sprache, Kultur, Bildung etc... Es musste ein Name her, den sich jeder – egal woher – gut merken kann. Und es war/ist mir wichtig, dass „die da draußen“ verstehen, dass Jack Tomato von einem Gastronomen für alle Gastronomen gebaut wurde, dass wir ansprechbar sind. Es soll keine Schwellenangst geben. Wenn jemand ein Problem oder eine Frage hat, soll er sie bzw. uns ansprechen.

Ein Brandspezialist aus Frankfurt hat uns geholfen. Die Tomate kennt jeder und Jack leitet sich von meinem Sohn Jakob ab... Ich hab zwar anfänglich gestutzt, aber das ist gut so. Der Name bleibt hängen. Und es klappt bislang gut – wir erhalten tatsächlich Nutzerfragen. Wir haben also einen funktionierenden Feedback Loop und das hilft enorm bei der Weiterentwicklung.

**GFGH:** Wie lange dauerte es von der Idee bis zur Realisierung und was waren die größten Herausforderungen dabei?

**Bernstorff:** Es dauerte zwei Jahre – Planung, Konzeption, Kooperationsanbahnung, Programmierung, Letzteres war auch unsere größte Herausforderung aufgrund der hohen Komplexität. Die größte Herausforderung war mit Sicherheit die Definition der Anforderungen an einen Marktplatz.

Was braucht diese Branche und was braucht sie nicht? Wie können wir das Ganze so einfach wie möglich gestalten, aber so komplex wie nötig? Die Programmierung war extrem aufwendig (und teuer), aber notwendig. Es war schnell klar, dass es entweder ganz oder gar nicht heißen muss.

**GFGH:** Skizzieren Sie bitte kurz die Produkte, die dabei im Vordergrund stehen? Wie viele Produkte werden derzeit über Ihre Auktionsplattform gehandelt, was ist das Ziel?

**Bernstorff:** Kein einzelnes Produkt steht im Vordergrund. Es wird alles gehandelt, was man in einem Gastronomie- oder Hotelbetrieb findet und braucht. Vom Besteck über Beleuchtung und Sicherheitstechnik bis hin zu dem Seifenspendler und dem Fettabscheider. Es zeigt sich allerdings, dass vor allem wertige Artikel wie Möbel und teure Küchentechnik am meisten Beachtung finden. Diese sind schlichtweg wertbeständiger.

**GFGH:** Welche Rolle spielt die „Community“?

**Bernstorff:** Wir wollen, dass die Jack Tomato Community sowohl ein Marktplatz als auch ein Ort für den Austausch zwischen den Gastronomen untereinander wird. Die Nutzer können sich über Produkte, Erfahrungen und alles Branchenrelevante austauschen. Es wird sicherlich eine Weile dauern, bis sie Fahrt aufnimmt. Sobald dies geschehen ist und wir wissen, was wirklich gewünscht wird, werden wir die Community auch mit eigenen Inhalten füttern.

**GFGH:** Wie würden Sie Ihre Zielgruppe beschreiben?

**Bernstorff:** Als Verkäufer treten die finanzierenden Brauereien und Getränkefachgroßhändler und die Gastronomen/Hoteliers/Barbetreiber selbst in Aktion. Deshalb waren die Brauereien und der Bundesverband des deutschen Getränkefachgroßhandels bereits bei der Entwicklung des Marktplatzes eingebunden. Auch sogenannte Verwerter und Insolvenzverwalter verkaufen bei Jack Tomato. Als Käufer sind Gastronomen, Hoteliers, Barbetreiber, Einzelhändler, aber auch Privatpersonen aktiv.

**GFGH:** Der GFGH spielt also eine entscheidende Rolle dabei?

**Bernstorff:** Der GFGH ist für uns extrem wichtig. Kaum jemand sonst ist so nah an den Gastronomiebetrieben dran wie er. Wir könnten als Jack Tomato sonst nie diese Nähe – vor allem zu so vielen Nutzern – aufbauen. Der GFGH ist dabei in zweierlei Hinsicht wichtig: Wir wünschen uns, dass er zu verwertendes Inventar über uns anbietet und natürlich auch, dass er Jack Tomato bekannt macht, indem er uns bei Gesprächen mit seinen Betrieben ins Spiel bringt. Damit wirbt er Käufer und kann davon selbst profitieren.

Der GFGH kann seinen Betrieben damit einen Gefallen tun, weil es EK spart, wenn man Gebrauchtes kauft oder eine gute Möglichkeit ist, Geld mit überflüssiger Ausstattung zu verdienen. Zukünftig werden die Ausfallquoten der Gläubiger hoffentlich sinken, wenn sich Jack Tomato etabliert hat.

**GFGH:** Wie unterscheidet sich Ihre Auktionsplattform von anderen wie beispielsweise eBay und welche Vorteile hat der potenzielle Kunde bei der Nutzung Ihrer Plattform im Vergleich dazu?

**Bernstorff:** Wir gehen auf die Bedürfnisse der Branche ein. eBay bietet keine branchenspezifischen Funktionen und es wird Neuware verkauft. Es gibt einige Websites, auf denen man Gebrauchtes – ähnlich Kleinanzeigen – inserieren kann, aber diese Seiten bieten keine Auktionsfunktion und keine unterstützenden branchenspezifischen Funktionen.

Jack Tomato ist von einem Brancheninsider für die Gastronomie entwickelt worden. Es bietet branchenspezifische Funktionen sowie Rat. Es wird konstant in Zusammenarbeit mit Nutzern weiterentwickelt. Zukünftig kommen noch weitere Funktionen dazu. Besonders wichtig ist, dass bei Jack Tomato nichts Neues verkauft werden kann.

So vermeiden wir die Überschwemmung durch Hersteller und Händler von Neuwaren. Nur so können sich auf Dauer repräsentative Marktwerte für Gebrauchtes etablieren. Wenn uns das gelingt, werden z. B. Abstandsverhandlungen bei Betriebsübernahme und Bewertungen in Insolvenzfällen objektiviert. Es wäre doch schön, wenn es eine Alternative zum Liquidationswert geben würde.



*Jack Tomato ist von einem Brancheninsider für die Gastronomie entwickelt worden.“*

**GFGH:** Welche Schritte sind nötig, wenn ein interessierter Getränkefachgroßhändler Produkte über Ihre Plattform kaufen/verkaufen möchte, wie geht er am besten vor?

**Bernstorff:** Als Erstes registriert er sich – gerne auch mit einem Benutzernamen, der seine Identität nicht gleich preisgibt. Die Artikel, die verkauft werden sollen, müssen gut erkennbar fotografiert werden. Darüber hinaus sind ggf. vorhandene Originalrechnungen der Produkte gut. Vielleicht wurde auch ein Gutachten erstellt. Die relevanten Dokumente sollten eingescannt werden, wenn sie nicht digital vorliegen.

Dann gilt es die Artikel in sinnvolle Blöcke zu unterteilen. Es macht beispielsweise wenig Sinn, eine komplette Kneipe anzubieten. Es macht Sinn, sich in die Situation eines Gastronomen zu versetzen, der neu startet, was nicht schwerfallen sollte. Und dann kann es losgehen. Anmelden, auf Verkaufen klicken, Auktion oder Sofortkauf auswählen.

Wir empfehlen die Auktion, außer es besteht bereits eine feste (und realis-



*Jack Tomato wird konstant in Zusammenarbeit mit den Nutzern weiterentwickelt. Zukünftig sollen weitere Funktionen dazukommen.*

tische) Preiserwartung. Als Startpreis kann der Liquidationswert gewählt werden, sollte ein Gutachten vorliegen. Zusätzlich kann ein Mindestpreis hinterlegt werden, unter dem kein Zuschlag erteilt wird, wenn auf Nummer sicher gegangen werden soll.

Unser Tipp: Prinzipiell ist es natürlich besser, überhaupt zu verkaufen, als alles abzuschreiben. Bei weiteren Fragen stehen wir gerne unter [hilfe@jacktomato.de](mailto:hilfe@jacktomato.de) zur Verfügung.

**GFGH:** Wo liegen Ihrer Meinung nach heute generell die größten Herausforderungen für ein Start-Up-Unternehmen?

**Bernstorff:** Ich denke nicht, dass sich die Herausforderungen heute von denen früherer Zeiten maßgeblich unterscheiden. Auch wenn das anscheinend oft ignoriert wird. Eine Idee sollte einem Bedarf nachkommen bzw. ein Problem lösen. Mir scheint besonders wichtig, realistisch und fokussiert zu bleiben.

Es gilt, den Fokus zu bewahren, auch wenn von allen Seiten Erweiterungsmöglichkeiten angetragen werden. Es gilt einen Schritt nach dem anderen zu machen und gemäß tatsächlichem Wachstum zu wachsen. Und natürlich muss man sich auf harte Arbeit einstellen. Erst einmal heißt es „Alles selber machen und dranbleiben!“.

**GFGH:** Welche mittelfristigen Zukunftsziele haben Sie sich mit Jack Tomato gesteckt, was Neukunden anbelangt?

**Bernstorff:** Es sind noch nicht einmal zwei Monate seit dem Launch vergangen. Wir freuen uns schon jetzt über knapp 200 registrierte Nutzer aus Gastronomie, Hotellerie, GFGH, Brauereien, Verwertern und Gebrauchthändlern. Mittelfristig wollen wir, dass vor allem mehr GFGH bei uns aktiv werden und Jack Tomato als ernst zu nehmende Verwertungsplattform wahrnehmen. Bis Ende des Jahres peilen wir 600 registrierte Nutzer an und wollen, dass 20 Prozent der angebotenen Artikel im ersten Anlauf verkauft werden. Aktuell sind es 10 Prozent.

**GFGH:** Frau Bernstorff, dabei wünschen wir Ihnen viel Erfolg und bedanken uns für dieses Gespräch. □