

# AG amuse gueule

Fremde begrüßen. Freunde verabschieden.

## DIE CHANCE

*Menschen sehnen sich nach echter Verbindung, nicht nach noch einem Restaurant. amuse gueule macht aus Heimtischen Begegnungen.*

## PROBLEM

*Auswärts essen ist transaktional; Verbindung fehlt.*

- Restaurants optimieren Durchsatz, nicht Gemeinschaft.
- Zugezogene und Locals haben keinen warmen Weg, sich beim Essen zu treffen.

## LÖSUNG

*Kuratierte Dinner in echten Wohnungen.*

- Hobbyköch:innen laden ein; Gäste werden in intime Abende gematcht.
- Literarische Anti-Restaurant-Marke setzt den warmen Ton.

## MARKT

*Erlebnisse sind, wohin Konsumausgaben wandern.*

- Starke Nachfrage nach Gemeinschaft und kuratierten Erlebnissen.
- Stadt-für-Stadt-Playbook, beginnend in Köln.

## MODELL

*Take-Rate auf kuratierte Plätze.*

- Provision pro gebuchtem Platz; premium kuratierte Formate.
- Gastgeber:innen verdienen; die Plattform kuratiert Vertrauen und Matching.

## VORSPRUNG

*Marke und Kuratierung, nicht nur Logistik.*

- Eine markante, poetische Marke, die Wettbewerber nicht billig kopieren.
- Vertrauen und Geschmack im Matching erzeugen Wiederkehr.

## STECKBRIEF

### SEKTOR

Private Dining · Marktplatz

### MODELL

Kuratiertes Dining-Marktplatz

### MARKT

Erlebnis-Dining, zuerst Köln

### PHASE

Früh — Köln

### SITZ

Köln, DE

## WAS WIR SUCHEN

Partner und Kapital, um Gastgeber:innen, Gäste und Städte auszubauen.

### KONTAKT

hallo@tomfrerich.de  
tomfrerich.de