

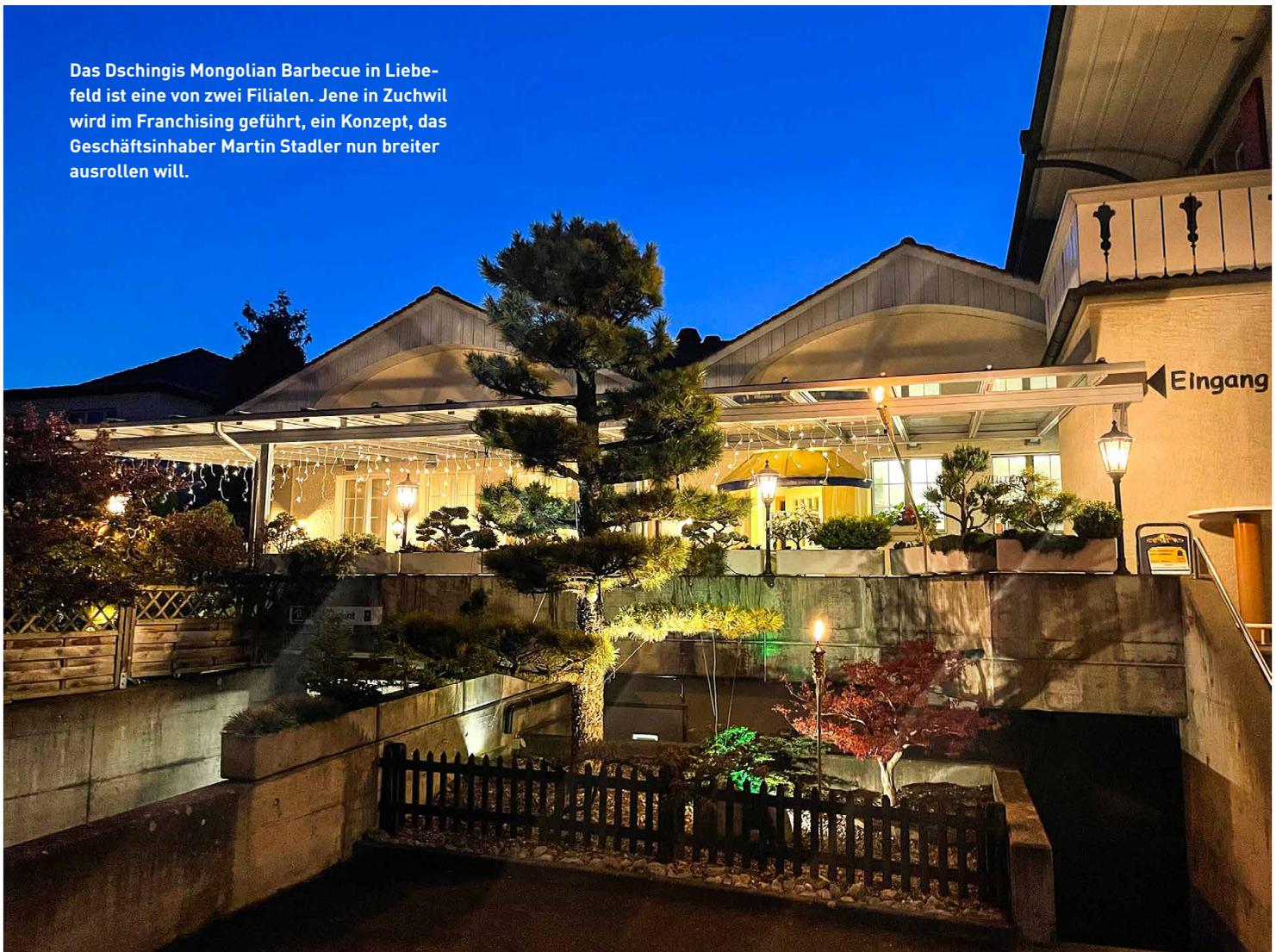
Das Dschingis Mongolian Barbecue, Bern-Liebefeld:

Effizienter Ausschank als Erfolgsfaktor!

Was sein Vater mit zwei Partnern vor 30 Jahren in Thun eröffnete, ist bis heute ein bewährtes Gastro-konzept geblieben: Dschingis Mongolian Barbecue heissen Martin Stadlers Gastro-Betriebe im Liebefeld von Bern und in Zuchwil. Letzterer wird von einem Franchising-Partner geführt. Mit einer Ausweitung des Franchise-Modells will Gastro-Unternehmer Martin Stadler jetzt den langjährigen Erfolg weiterentwickeln. Ebenso erfolgreich ist die Partnerschaft mit der Grapos Schweiz AG, Marktführerin im Bereich des Postmix-Getränke-Ausschanks. Sie besteht seit 20 Jahren und hat mit der Brooklyn-Version eine stylische Ergänzung erhalten, die perfekt ins Dschingis passt.

Text: Sabine Born | Bilder: Stephan Frech und zVg.

Das Dschingis Mongolian Barbecue in Liebefeld ist eine von zwei Filialen. Jene in Zuchwil wird im Franchising geführt, ein Konzept, das Geschäftsinhaber Martin Stadler nun breiter ausrollen will.



Mongolisches Barbecue – das geht so: Man schöpft nach Lust und Laune vom Buffet mit einer grosszügigen und vielfältigen Auswahl an rohen Produkten und türmt also beispielsweise Kefen, Zucchini, indischen Käse, Tofu, Poulet oder Crevetten auf den Teller. Profis stapeln höher als Anfänger, weil sie den Volumenverlust beim Grillieren bereits kennen. Dann mariniert man mit Soja-Sauce, Bouillon oder Knoblauch-Öl und gibt die Köstlichkeiten an der Grill-Theke ab. Eine erfahrene Barbecue-Spezialistin schiebt die Zutaten auf einem heissen Herd hin und her. Es brutzelt, zischt und dampft. Bis zu fünf Gerichte werden gleichzeitig zubereitet. Dann richtet sie das Grillierte auf sauberen Tellern an, die Gäste schmecken mit Barbecue- oder Pfeffer-Saucen nochmals ab und dann heisst es nur noch: Geniessen!

Das Konzept des mongolischen Barbecues lernten Ernst Stadler und seine Kollegen vor über 30 Jahren in Kopenhagen kennen. Sie führten das Erfolgskonzept in der Schweiz ein. Ein Kassenschlager, der im Rahmen eines Franchise-Netzwerks innert Kürze zur Eröffnung mehrerer Filialen in der ganzen Schweiz führte. «Ein paar Jahre später zog sich mein Vater aus der Gruppe zurück. Er eröffnete sein eigenes Restaurant in Zuchwil, blieb der Gruppe als kompetenter

Berater im Hintergrund aber stets verbunden», erklärt Sohn Martin Stadler, der das Konzept seines Vaters im Jahr 2003 auf einen eigenen Betrieb im Liebfeld adaptierte und diesen seither erfolgreich führt – mit viel Herzblut und Stolz auf seinen Vater, einem innovativen Kopf, der die Gemeinschaftsgastronomie mit cleveren Ideen dereinst aus ihrem Schattendasein holte.

Dschingis setzt auf Franchising

Seit 2015 firmieren die beiden Lokale in Liebfeld und Zuchwil als Dschingis Mongolian Barbecue, und seit letztem Jahr wird der Betrieb in Zuchwil als Franchise-Modell der Stama Gastro AG geführt, in welche Martin Stadler in Zukunft weitere Franchise-Betriebe integrieren möchte. «Das heisst, das Restaurantkonzept «Dschingis Mongolian Barbecue» steht interessierten Gastronomen zur Verfügung,

Der Gast wählt aus über 30 Zutaten aus – Gemüse, Fleisch, Fisch und vegane Alternativen, würzt mit Saucen und Ölen und lässt die Köstlichkeiten grillieren.



Es zischt, dampft und brutzelt – ein bisschen Show ist natürlich auch dabei.



Die Gäste schauen zu: Auf der grossen Grillplatte werden mehrere Gerichte gleichzeitig zubereitet.



Viel Platz zum Geniessen:
154 Plätze sind es im
Innenbereich, 70 auf der
Terrasse.

«Den Stillstand während der Coronazeit nutzte ich für die Entwicklung eines soliden Franchise-Konzepts, welches ich bis ins Detail ausgearbeitet habe und jetzt breit ausrollen will.»

Martin Stadler, Geschäftsinhaber des Dschingis Mongolian Barbecue und der Stama AG.

die eine eigene Filiale eröffnen möchten. Es ist ein durchdachtes, flexibles und erfolgreiches Konzept, einfach umzusetzen und aufgrund kalkulierbarer Waren- und Personalkosten auch wirtschaftlich interessant», sagt Martin Stadler zu GOURMET.

Das Franchise-Modell ist also auch für Gastro-Einsteiger bestens geeignet. Die Risiken sind dank der bewährten Geschäftsidee minimiert. Ausserdem erhalten Franchise-Nehmerinnen und -Nehmer ein umfassendes Startpaket inklusive der Lizenz zur Standorteröffnung, der Nutzung der Marke und des geistigen Eigentums sowie eine Einführung des Personals und sämtliche Rezepte, an denen der gelernte Lebensmitteltechnologe von Anfang an mitgetüftelt hat.

Nach Weiterbildungen in Deutschland darf sich Martin Stadler sogar Meister der deutschen Süswarenindustrie nennen. Er lernte auf Suppen und Saucen, arbeitete später für namhafte Schokoladenhersteller in der Schweiz und zuletzt als Lieferant für McDonald's im Bereich

Brotprodukte. Normen und Auflagen hielten die Kreativität und Effizienz in der Lebensmitteltechnologie aber zunehmend aus, die Prozesse wurden zähflüssig und langwierig, so dass er schliesslich in die Gastronomie wechselte, die ihn schon immer faszinierte. «Den Stillstand während der Coronazeit nutzte ich für die Entwicklung eines soliden Franchise-Konzepts, welches ich bis ins Detail ausarbeitete und jetzt breit ausrollen will.»

Anknüpfen an bestehende Partnerschaften

«Auch in den Bereichen Marketing, Kommunikation und Qualitätssicherung unterstützen wir unsere Franchising-Partner. Wir schulen Betriebsabläufe und die Umsetzung unserer Hygienekonzepte. Wir helfen bei Verhandlungen mit Lieferantinnen und Lieferanten, bei der Beschaffung von Rohstoffen und Materialien und vermitteln Kontakte zu bewährten Partnern und Partnerinnen wie der Grapos Schweiz AG aus Worb, die uns seit der Eröffnung im Liebefeld mit zuverlässigen Lösungen im Bereich des Postmix-Getränkeausschanks unterstützt», erklärt Martin Stadler.

Konkret: mit einem Postmix-Getränkeausschank im Servicebereich, aus dem Grapos-Softdrinks sprudeln. Frisch, spritzig, cool. Dahinter steckt ein ausgeklügeltes System. Die Leitungen führen in den Keller, wo sich im Dschingis Bern-Liebefeld auf rund 1,5 Quadratmetern zwölf Bag-in-Boxen mit den Grapos-Aroma-Konzentraten stapeln. «Eine Zehn-Kilo-Box ergibt rund



Die Grapos-Konzentrate und die Kühlung des hauseigenen Wassers lagern im Keller auf kleinstem Raum. Das bedeutet: 90 Prozent weniger CO₂-Ausstoss und 40 Prozent weniger Energiebedarf.



Die integrierte Steuerung des Original Schankomats garantiert höchstmögliche Sicherheit und Verbundfähigkeit zu nahezu allen Kassensystemen.

GASTRONOMIE

65 bis 70 Liter Softgetränke. Von jedem Geschmack sind zwei Boxen durch einen Vakuum-Umschalter zusammengeschlossen. Dieser verhindert ein Leerlaufen der Konzentrat-Leitungen. Ist kein Konzentrat mehr in der Box, schaltet das System automatisch auf die nächste Box um», erklärt Rolf Dütsch, Mitinhaber der Grapos AG. So einfach ist das.

Sprudelfrischer Genuss

Die mit Pressluft betriebene Vakuumpumpe leitet die Aroma-Konzentrate anschliessend mit dem im Karbonator gekühlten hauseigenen Wasser zu den Ausschankhahnen hoch, wo das Getränk A la Minute gemischt wird – und fertig ist das erfrischende Softgetränk – Grapos-Cola, Grapos-Zitrone, sogar Rivella, und zwar das Echte. Denn mit Rivella pflegen die Geschäftsführer der Grapos Schweiz AG eine langjährige Partnerschaft. Deshalb sprudelt auch das Schweizer Kultgetränk direkt ab Zapfhahn in die Gläser der Gäste.

Frischer geht nicht! Und nachhaltiger auch kaum. «Der ökologische Fussabdruck von Grapos Getränken ist 90 Prozent kleiner gegenüber einem Getränk aus der Flasche, da viel weniger Transporte anfallen», betont Toni Fankhauser, Mitinhaber der Grapos AG, gegenüber GOURMET. Und das ist in Zeiten von CO₂-neutralen Zielsetzungen vieler Unternehmen ein schlagkräftiges Argument. Auch die Rezyklierbarkeit der Einweg-Boxen zahlt auf dieses Konto ein. Was in der Berggastronomie schon lange ein Argument ist, kommt auch in der Stadt gut an.

Inspirationen aus New York

Die Auswahl von 30 Geschmacksrichtungen und die lange Haltbarkeit der Konzentrate sprechen

i

Die Grapos Schweiz AG

Die Grapos Schweiz AG ist spezialisiert auf Postmix-Ausschankanlagen, mit welchen Aroma-Konzentrate mit karbonisiertem Wasser A la Minute gemischt werden und sprudelfrisch aus dem Zapfhahnen fliessen. Die Anlagen gibt es in verschiedenen Varianten und Grössen – vom kleinen mobilen Theken-Gerät wie das Brooklyn bis zu eingebauten Oberthekenanlagen, deren ausgereifte Getränke-Technik im Keller lagert. www.grapos.ch

ebenfalls für die Grapos AG. «Der Schankomat gehört heute zu den höchstentwickelten Ausschanksystemen auf dem Markt», sagt Toni Fankhauser, und Martin Stadler betont: «Die Grapos AG ist eine vorbildliche Lieferantin mit tollen Angeboten inklusive flexiblen Finanzierungsmodellen. Und die Servicetechniker kommen, wenn man sie braucht, auch an einem Samstagabend, denn ohne Softgetränke läuft bei uns gar nichts.» Man muss dazu auch sagen, dass die Anlagen sehr zuverlässig funktionieren und

«Eine Zehn-Kilo-Box ergibt rund 65 bis 70 Liter Softgetränke.»

Rolf Dütsch, Mitinhaber der Grapos Schweiz AG.



Die Gäste bedienen sich an der Brooklyn-Ausschankanlage selbst – das entlastet auch den Service.

«Wer liefert, behebt auch allfällige Störungen und nimmt Wünsche auf. Deshalb sind die Geräte wartungsarm und bieten immer beste Qualität.»

Toni Fankhauser, Mitinhaber der Grapos Schweiz AG.

eine Intervention selten nötig ist. «Das hängt damit zusammen, dass wir alles aus einer Hand anbieten: Getränke, Technik und Service. Wer liefert, behebt auch allfällige Störungen und nimmt Wünsche auf. Deshalb sind die Geräte wartungsarm und bieten immer beste Qualität.» Nun haben wir aber noch gar nicht über Brooklyn gesprochen, das In-Viertel aus New York, trendig, cool, «The place to go», das Grapos zur Entwicklung der Brooklyn-Ausschankanlage inspirierte. Ein Streetfood-Konzept, das sich auch im Dschingis gut macht. Die Bag-In-Boxen mit den Konzentraten sind im Unterschrank ein gut gehütetes Geheimnis, und oben sprudeln hippe Drinks wie Wassermelone-, Grüntee-Kaktusfeige- oder Rhabarber-Limonade aus dem Hahnen. Dazu gibt's in bester Cocktail-Manier



Elf verschiedene Geschmacksrichtungen und Bio-Getränke stehen für die Brooklyn-Anlage zur Wahl – sie sprudeln frisch und spritzig in coole Brooklyn Gläser im Vintagestyle.

frische Minze-Blätter oder Zitronen-Schnitze zum Garnieren. Und das Coolste daran: Die Gäste können sich selbst bedienen, also nicht alle Gäste, sondern nur jene, die ein «All you can drink» bestellen, das passt zum Bestseller «All you can eat» – und natürlich ist das Refill-Angebot auch ins «All Inclusive»-Angebot des Dschingis integriert, mit dem man so lange geniessen kann, wie es einem wohl bekommt.



Auf das Team der Grapos AG ist Verlass: Die beiden Geschäftsinhaber von Grapos, Rolf Dütsch (l.) und Toni Fankhauser nehmen Martin Stadler, Geschäftsführer des Dschingis, in ihre Mitte.



Mehr zum Thema

Dschingis Mongolian Barbecue
 Könizbergstrasse 1
 3097 Liebefeld
 Tel. 031 971 02 24
 bernliebefeld@dschingis.restaurant
 www.dschingis.restaurant/bern-liebefeld/

Grapos Schweiz AG
 Bollstrasse 61
 3076 Worb
 Tel. 031 838 74 74
 info@grapos.ch
 www.grapos.ch



Hier geht's zu weiteren Infos zum Thema