



# «WIR SIND SYSTEM-RELEVANT!»

Mit ihrer gesunden Power-Küche beweisen Petra und Christian Gierstorfer seit 2008 im Berner Traditions- haus Loeb, dass Kaufhausgastronomie modern, sexy und damit für junge Zielgruppen attraktiv sein kann. Sogar während einer Pandemie.

TEXT BARBARA SCHINDLER  
BILDER THOMAS FEDRA



Digitalisierungssprung nach vorne: Self-Order-Station vor dem Berner Kaufhaus Loeb.

In ihrer «Energy Kitchen» serviert das Ehepaar Gierstorfer positive Energie für Körper und Seele: «clean», vielfach rein pflanzliche Speisen und Getränke aus natürlichen Zutaten, die nicht nur gesund, nährstoffreich und qualitativ hochwertig, sondern auch schmackhaft und sättigend sind. Und mit genau dieser positiven Haltung navigiert das Paar auch durch die Corona-Krise und den zweiten Lockdown. Ihr Restaurant im 4. Stock des Warenhauses war zwar geschlossen, nicht aber die Energy-Kitchen-Café-Bar im Erdgeschoss, die durchgehend für den Take-away geöffnet war. «Wir haben alle Ressourcen auf das To-go- und Liefergeschäft fokussiert», berichtet Petra Gierstorfer.



DIE GIERSTORFER - EIN UNTERNEHMER-EHEPAAR

Christian und Petra Gierstorfer - ein Paar mit viel Power und dem Wunsch, seine unbändige Energie weiterzugeben. Und zwar ohne erhobenen Zeigefinger und ideologische Festlegungen: «Wir wollen unsere Gäste nicht zu besseren Menschen erziehen. Aber wir würden sie gerne ein bisschen gesünder und ein bisschen glücklicher machen.»

## ERFOLGREICHE LÜCKENFÜLLER

Zwar durften nur maximal drei Kunden gleichzeitig die Café-Bar am Loeb-Egge betreten, aber der Zuspruch war erstaunlich gross: «Der Standort des Warenhauses und die Nähe zum Bahnhof haben uns unerwartet viel Frequenz beschert», erklärt Petra Gierstorfer. «Da viele andere Möglichkeiten wegfielen, sich unterwegs zu verpflegen, konnten wir erfolgreich die Lücke füllen.» Um ihren Gästen weiterhin warme Mittagsgesichte anzubieten, ergänzten die Gastronomen das reguläre Food-Sortiment der Café-Bar – bestehend aus Backwaren, Sandwiches, Salaten und Suppen – um vegetarische und vegane Schöpfgerichte aus dem Repertoire des Restaurants. Zu-

gute kam der Energy Kitchen, dass ein Grossteil des Angebots ohnehin in der zentralen Produktionsküche im 4. Stock zubereitet und normalerweise innerhalb des Loeb über verschiedene Kanäle ausgespielt wird. Neben dem Restaurant und der Café-Bar sind dies auch verschiedene Relax- und Work-Zonen im Kaufhaus sowie das Mitarbeiterrestaurant. Hinzu kam, dass in den Wintermonaten heisse alkoholische Getränke wie Amaretto-Punsch oder Glühwein dem Unternehmerpaar Traumumsätze bescherten. Anders als in normalen Jahren liess die Nachfrage bis Mitte Februar nicht nach und half, die fehlenden Eat-in-Erlöse zumindest teilweise aufzufangen.

**ÜBER DIE ENERGY KITCHEN IN BERN**

Positive Energie für Körper und Seele! Das ist der Antrieb und der Anspruch von Petra und Christian Gierstorfer, die im Berner Kaufhaus Loeb seit 2008 die Kunden und Gäste mit gesunden Gerichten und Getränken satt, fit und glücklich machen. Das Ehepaar aus Bayern betreibt im Loeb neben dem Restaurant Energy Kitchen auch erfolgreich die Café-Bar im Erdgeschoss, ein Pop-up unter den Loeb-Lauben, das Mitarbeiterrestaurant und den gastronomischen Part der verschiedenen Relax- und Work-Zonen im Kaufhaus. Frisch vor Ort und möglichst ohne Zusatzstoffe gekocht, stehen im Restaurant täglich verschiedene Tagesgerichte mit Fleisch, Fisch oder als vegetarische Option plus Beilagen

zur Auswahl – bereits vorportioniert in Porzellanschüsselchen auf dem Buffet zu Festpreisen: Das ist unkompliziert, optisch attraktiv, gut kalkulierbar und reduziert ganz im Sinne der Nachhaltigkeitsstrategie die Lebensmittelabfälle auf ein Minimum. Am vielfältigen, saisonal bestückten Salatbuffet wird dagegen nach Gewicht abgerechnet. Mini-Brezeli, Sandwiches, saisonale Suppen und Desserts sowie eine verführerische Patisserie-Vielfalt runden das Food-Angebot ab. Gegen den Durst gibt es frisch gemixte Säfte und wechselnde Super-food-Smoothies sowie Kaffeespezialitäten, hausgemachten Eistee und Soft-Drinks. Zum Apéro werden Weine, lokales Bier, alkoholfreie «Mocktails» und Hähnchen gereicht.


**DIGITAL BESTENS GERÜSTET**

Auf die Umstellung auf «Take-away only» war die Energy Kitchen laut Christian Gierstorfer gut vorbereitet: «Dadurch, dass wir immer schon intensiv genutzte Mitnahme- und Lieferangebote hatten, mussten wir uns mit Themen wie umweltfreundliche Verpackung, Mehrwegsystem und Online-Bestellung nicht mehr auseinandersetzen. Unsere Zielgruppe kennt das bereits.» Vom Loeb kam zusätzlich wertvolle Unterstützung durch Werbung für das To-go-Angebot auf grossflächigen Plakaten in den Schaufenstern. «Dadurch haben wir unsere Reichweite, gerade auch beim Publikum, das auf pflanzliche Ernährung schwört, deutlich gesteigert und viele neue Kundinnen und Kunden angelockt», freut sich Petra Gierstorfer. So konnten auch die festen Mitarbeiter relativ schnell wieder zu ihrem normalen Arbeitspensum zurückkehren, während das Arbeitgeberpaar Aushilfen über die Kurzarbeit an Bord hielt.

**DATENFLUSS, BEZAHLUNG UND QUALITÄTSKONTROLLE AUS EINER HAND**

Auch beim Liefergeschäft setzen die Gierstorfers statt auf ein grosses Portal

auf ihre eigene Mannschaft. Kundschaft, die über den im ersten Lockdown installierten Online-Shop bestellt, erhält die Gerichte via lokalen Kurierdienst. «Dadurch haben wir den gesamten Datenfluss und die Bezahlung in den eigenen Händen, ebenso wie die Produktqualität», betont Christian Gierstorfer. Nicht nur für die Mittagsverpflegung in den Büros oder im Homeoffice wird das Angebot gerne in Anspruch genommen. Auch beliebte Anlässe wie der Wochenend-Brunch oder die Valentinsbox am 13. und 14. Februar (mit einem liebevoll zusammengestellten Brunch-Paket für zwei inklusive Sekt, Rose und Herzchen-Luftballon) sind sehr gefragt. Letzteres schlug mit fast 100 Bestellungen alle Rekorde. «Über Instagram-Werbung hat das Angebot genau den Nerv unserer Zielgruppe getroffen», freut sich Petra Gierstorfer. «Mehr als 80 Prozent der Kundschaft waren junge Frauen.»

Die Stimmung in der Energy Kitchen ist dementsprechend gut, trotz mancher Unsicherheit. Sorge macht Christian Gierstorfer vor allem, wie die Gäste sich nach dem Restart der Restaurants verhalten: «Es ist für uns überhaupt nicht

absehbar, ob alles wieder wie vor Corona wird oder die Angst der Gäste vor Nähe und Ansteckung auf Dauer bleibt.»

Im Lockdown Geld zu verdienen, bleibt auch für die Gierstorfers eine Herausforderung. «Nicht alles, was wir momentan tun, rechnet sich finanziell. Es geht uns vielmehr darum, im Gespräch und für unsere Kunden erreichbar, Teil ihrer Routine zu sein», fasst Christian Gierstorfer die Motivation zusammen. «Wir bekommen so viel positive Rückmeldung, merken, dass wir für unsere Gäste wichtig sind. Das schönste Erlebnis in den vergangenen Wochen war, als ein Kunde mir sagte: «Sie sind für mich systemrelevant!.»»

HANDY RAUS, KAMERA DRAUF  
UND ONLINE LESEN.



# NULL SCHLÜÜSIG ÄCHT OFFÄ

SWISS  
MADE

UNSER  
SUPPORT  
FÜR IHREN  
GASTRORESTART



Ihr Restaurant auf  
unserer Website



Umfangreiches Merchandising-Paket  
für Ihren Erfolg



Werden Sie Teil  
unserer Community!  
Folgen Sie uns

www.thegreenmountain.ch