

Mit Grillhühnern zur Imbisskette



Frische, saftige, knusprige Grillhendln und bestens geschulte Mitarbeiterinnen – das ist die Basis des Erfolgs von Hendlkönig Stefan Wochinz.

Was mit einfachen Grillhendlwagen auf Dorffesten begann, findet nun mit modernen Imbisskiosken seine Fortsetzung. Hendlkönig Stefan Wochinz erobert mit klug ausgewählten Speisen Schritt für Schritt den Imbissmarkt.

Seit über 17 Jahren beschäftigt sich der gelernte Koch mit Grillhühnern, stellte seine Grillhendlwagen stets dort auf, wo hohe Besucherfrequenz garantiert ist – Bei Zeltfesten am Land, auf Supermarktparkplätzen und vor Einkaufszentren.

Als jedoch vor rund zwei Jahren die Vogelgrippe die Geschäfte mit den Hühnern massiv zu schmälern begann, weitete Wochinz kurzerhand das Sortiment aus, entwarf fix installierte Imbissbuden und wagte sich damit auf das schwierige Ter-

rain der Systemgastronomie – mit den bereits bestens etablierten Fastfood-Konzerne McDonald's, Burgerking, Schnitzelhaus & Co. „Um in dieser kulinarischen Welt nicht nur überleben zu können, sondern auch Erfolg zu haben, „weiß Wochinz, der bereits mit 19 eine Pizzeria pachtete, „brauchst du die richtigen Produkte zur richtigen Zeit am richtigen Ort. Und das in allerbesten Qualität“.

Somit sind es mittlerweile 25 Speisen, die in den bis dato 25 vor Einkaufszentren, Fachmarktzen-

tren und anderen neuralgischen Punkten aufgestellten Kiosken erhältlich sind – vom Back- und Grillhendl über Chicken Wings, Fасhierte Laibchen, Gebackenen Emmentaler und Würsteln aller Art bis hin zu Eis und Mehlspeisen.

Eine halbe Million Hühner im Jahr

Wobei Wochinz großen Wert darauf legt, „dass alle Produkte an jedem Kiosk immer gleich aussehen und gleich schmecken“. Das bedarf einerseits bestens geschulten Personals und andererseits exakter optischer Vorgaben und Rezepte – so hat jedes Produkt seine eigene, katalogisierte Rezeptur, hat jeder Mitarbeiter ein Handbuch mit exakt einzuhaltenden Checklisten auch für Hygiene und Einhaltung der Frische.

Was noch dazu gehört sind, natürlich qualitativ hochwertige Rohstoffe. So kommen seine rund 500.000 im Jahr verarbeiteten Hühner generell von „Huber's Landlhendl“ aus Pfaffstätten, „außer wenn wir mit unseren Grillwagen vor einem Merkur stehen, dann kommen sie von Wech, Titz oder Reicher – allesamt Anbieter mit bestem Ruf und bester Ware“. C+C Pfeiffer ist für die Lieferung aller Würstel zuständig, der Rest sind österreichische Qualitätsmarken. Wobei alles bis auf das Fасhierte und das Kebap-Fleisch – das kommt tiefgekühlt – frisch angeliefert und verarbeitet wird.



Hendlkönig Stefan Wochinz: „Ich möchte in Europa 160 Standorte.“



Eigene Rezepturen

Für seine Gewürzmischung – durchaus ein Punkt, bei dem er sich von allen anderen Grillhendl-Anbietern unterscheidet – hat Wochinz gemeinsam mit der Firma Huber eine Rezeptur entwickelt, „die weniger Salz und weniger Paprika als alle anderen beinhaltet. Der Rest bleibt ein bestens gehütetes Geheimnis.“ Nicht geheim, dafür jedoch umso effizienter ist die Tatsache, dass diese Gewürzmischung den Hühnern nicht nur äußerlich, sondern mittels speziellem Spritzverfahren auch innerlich zugute kommt, „was sich“, so Wochinz weiter, „ungemein positiv auf den Fleischgeschmack auswirkt“.

Ebenfalls täglich frisch und nach eigens entwickelten Rezepturen wird in der Mauterndorfer Firmenzentrale der Erdäpfelsalat und der Kraut-Speck-Salat zubereitet, wobei es gerade die Salate sind, die momentan sortenmäßig extrem ex-

pandieren. Wochinz' nächster Coup: „Drei weitere Salate – einen mit Mozzarella, einen Thunfischsalat und einen Chefsalat.“ Und: Selbstverständlich könne man sämtliche am Kiosk angebotenen Speisen auch mitnehmen.

Auf nach Europa

Auch was die Expansion seiner Hendlkönig-Kette betrifft, hat Stefan Wochinz klare Vorstellungen: „2008 möchte ich in Österreich fünf bis zehn neue Kioske eröffnen und Schritt für Schritt mit rund 160 Standorten ganz Europa erobern. Die Kioske selbst möchte ich teils selbst produzieren und dann weiterverkaufen und teils selber betreiben – wie zum Beispiel in Süddeutschland.“ Wenn alles klappt, dann wird man ab dem kommenden Jahr die orangefarbenen Hendlkönig-Kioske auch vor den Outlets einer großen deutschen Baumarktkette finden. Was seine Mitarbeiter-



So oder so ähnlich sehen sie aus, die Hendlkönig-Imbisskioske. Im Bild jener in Wien Stadlau vor dem Hornbach-Outlet.

zahl von derzeit 51 durchaus schlagartig erhöhen wird. Sicher sehr zur Freude von weiblichen Wiedereinsteigern, „denn 79 Prozent unserer Mitarbeiter sind Mütter und Großmütter, die anderswo keinen Job mehr bekommen, bei uns jedoch richtiggehend aufblühen“. Infos: www.hendlkoenig.at ■

Waldquelle

Sport



Erfrischend praktisch!