

B

O



**VIRGINIA MAISSEN —
INNENDESIGN
FÜR ALLE SINNE**

SEITE 68

S

CHEF-SACHE

N°2/19

G

KOPF-SACHE

2

2.1 CHEF-Sache		2.3 Dreamteam	
Man isst heute mit allen Sinnen	68	Grosse Klappe – grosses Herz	92
Gastronomie in den Genen	76		
2.2 Best of Swiss Gastro		2.4 Headhunting	
BOSG geht neue Wege	82	König der Korken	98
«Die Igeho ist eine Ideenbörse»	86		
Der Beste der Besten ist eine Bar	88		
BOSG: Die Gewinner 2020	90		



Die Familie Wiesner: Anita, Daniel, Manuel sowie Fredy Wiesner von der gleichnamigen Gastrogruppe.

GASTRONOMIE IN DEN GENEN

Der Liebe wegen ist Fredy Wiesner nach Zürich gezogen. Geheiratet hat er dann eine andere. Mit ihr hat er seine Leidenschaft für die Gastronomie und seine gute Nase für Konzepte entdeckt. Beides hat er weitervererbt: Sein Sohn Daniel und Miss Miu beweisen es.

—
TEXT MICHAELA RUOSS
FOTOS ZVG, MICHAELA RUOSS



In seiner Kindheit waren die Stadt Zürich und die Gastronomie für Fredy Wiesner weit weg. Im wahrsten Sinne des Wortes. Aufgewachsen ist er nämlich auf einem Bauernhof im basel-landschaftlichen Bottmingen, ins Berufsleben startete er mit einer KV-Lehre. Nach Zürich, wo er noch ein berufsbegleitendes Betriebswirtschaftsstudium mit Schwerpunkt Marketing absolvierte, zog es ihn der Liebe wegen. Geheiratet hat er ebenfalls im Kanton Zürich, wenn auch eine andere Frau.

VON BREZELN ZU KÄNGURUFLEISCH

Seine Gattin und seine Söhne Daniel und Manuel gingen ihm zur Hand, als er 1990 den Grundstein für sein heutiges Unternehmen legte – mit kleinen Take-away-Shops im Zürcher Seefeld und im Hauptbahnhof, zu denen er durch Zufall kam. Er hatte damals viele Jahre im Detailhandel bei Globus Zürich gearbeitet, zuletzt als Verantwortlicher des Konzernmarketings. «Ich hatte einfach Lust, etwas anderes zu machen», sagt Fredy Wiesner – und sein Sohn Daniel, der beim Gespräch neben ihm sitzt, schmunzelt.

Fredy Wiesners erster Grosserfolg: die australisch inspirierte Outback Lodge.



Vielleicht wäre es bei Lustprinzip und Take-away geblieben, hätte Wiesner senior nicht seinen späteren Brezel-Stand im Zürcher HB verloren und sich auf die Suche nach etwas Neuem gemacht.

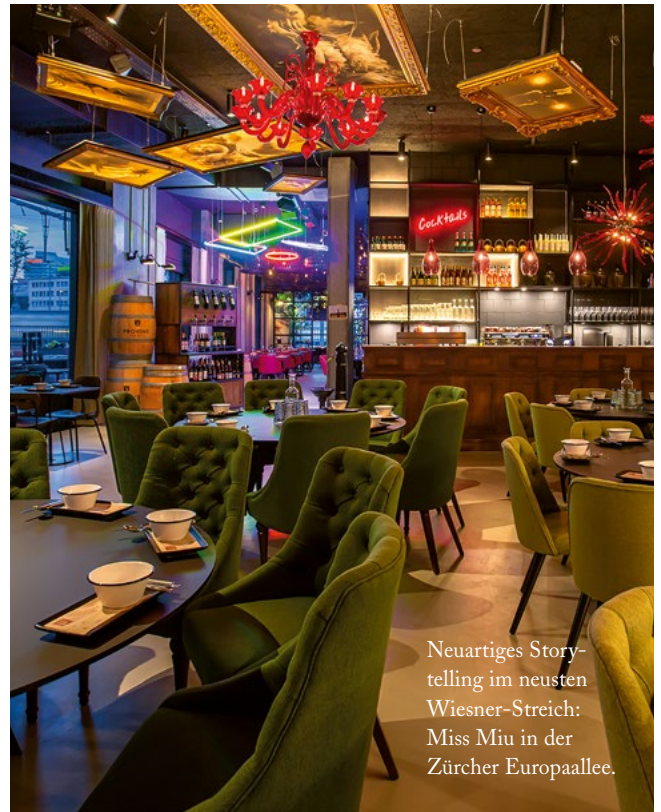
Fündig wurde er auf einer Reise nach London, wo er ein australisches Lokal entdeckte. Zurück in Zürich bewarb er sich mit seinem ersten Restaurant-Konzept, «das noch auf ein A4-Blatt passte», am Bahnhof Stadelhofen als Pächter. Er setzte sich gegen 60 Mitbewerber durch und eröffnete 1997 die erste Outback Lodge, zwei Jahre später folgte in Winterthur die zweite. Es blieb aber nicht bei Emu-, Krokodil- und Känguru-Fleisch. Heute gehören fünf Ethno-Food-Brands zur Fredy Wiesner Gastronomie (FWG): das asiatische Nooch – Asian Kitchen, Negishi – Sushi Bar, das Burger-Restaurant The Butcher, Frida's Coffee & Cake und seit neustem das Miss Miu, wo es koreanische Spezialitäten gibt. Die Negishi – Sushi Bar bezeichnet Wiesner als derzeit stärkste Marke, bei The Butcher sieht er noch Potenzial.

LANGSAM, ABER SYSTEMATISCH GEWACHSEN

Insgesamt betreibt die FWG derzeit 31 Restaurants in sieben Städten in der Deutschschweiz und beschäftigt 650 Mitarbeitende aus 60 Ländern. Das sind ein paar mehr als zu Wiesners Anfängen, als er Brezeln und Sandwiches verkaufte. «Geplant war das Wachstum nicht, es ist vielmehr einfach passiert. Wir sind aber langsam gewachsen – mit System», so Fredy Wiesner. Wie das mit der Systemgastronomie geht, hat er in seinen Jahren bei Globus gelernt. Im Gegensatz zu Betrieben wie Globus, Starbucks oder McDonald's bekommt man bei Nooch, The Butcher oder Negishi vom System nichts mit. Die Lokale sind alle unterschiedlich eingerichtet, und der Gast wird persönlich bedient, am Tisch. Systematisiert wird nur im Hintergrund – also bei Einkauf, Rezepten und Marketing.

Expandiert wird bei der FWG nicht auf Biegen und Brechen, auch in Zukunft nicht. «Das Konzept muss für eine Stadt Sinn machen und zu einer Location passen», sagt Daniel Wiesner, der die operative Leitung des Unternehmens von

ZAHLEN & FAKTEN

Miss Miu*Location: Europaallee 48, Zürich**Eröffnung: Juni 2019**Küche: Koreanische Spezialitäten**Fläche: 430 m²**Sitzplätze: 150 Plätze innen, 80 Plätze aussen, 40 Plätze in der Bar**Anzahl Mitarbeiter: 24**Durchschnittsbon: Mittag CHF 24.-,**Abend CHF 45.-*

Neuartiges Storytelling im neusten Wiesner-Streich: Miss Miu in der Zürcher Europaallee.

seinem Vater in den letzten zwei Jahren allmählich übernommen hat. Im Familienbetrieb involviert ist er schon lange. «Kaum konnten wir stehen, haben mein Bruder und ich mitgeholfen. Erst als Tellerwäscher, später als Glace-Verkäufer», sagt der 36-Jährige. Die Arbeit habe ihm immer Spass gemacht. Darum sei für ihn, im Gegensatz zu seinem Bruder Manuel, schon im Gymnasium klar gewesen, dass er später voll ins Familienbusiness einsteigen würde. Unklar war nur, in welcher Funktion. «Gesagt hast du mir damals davon natürlich nichts, gäll?!», fällt ihm Wiesner senior ins Wort.

DIE GESCHICHTE VON MISS MIU

Nicht reingeredet hat der heute 72-Jährige seinem Sohn bei dessen erstem eigenem «Baby»: dem koreanischen Restaurant Miss Miu, das der Junior im Juni an der Zürcher Europaallee eröffnet hat. Das sei ganz und gar Daniels Idee gewesen. Er habe ihm lediglich ein Budget gegeben – sich aber sonst zurückgehalten: «Wenn man aus einer Idee ein Restaurantkonzept, das funktioniert, realisieren will, muss man alles bis ins letzte Detail durchdenken und

sich dem Prozess hingeben. Das kostet viel Herzblut», sagt Fredy Wiesner. Er habe das oft genug gemacht, um zu wissen, dass er Daniel von aussen nur bedingt sinnvolle Inputs hätte geben können.

Im Fall von Miss Miu hat der Prozess zwei Jahre gedauert. Am Anfang stand eine Reise – wie immer, wenn Daniel Wiesner nach neuen Trends Ausschau hält. Oder vielmehr: eine Mission. Denn der Betriebsökonom reist gezielt; in Städte wie Berlin, Paris, London, New York. Im Gepäck hat er eine Liste von Restaurants und Stadtteilen, von denen er gelesen hat und die er abklappern will. Bei einer solchen Expedition ist die Idee für sein koreanisches Restaurant geboren worden. Die dem Lokal zugrundeliegende Story von Miss Miu schrieb er dann in einer schlaflosen Nacht, über zwei Gin Tonic.

WIESNERS TEUERSTES LOKAL. EVER.

DieFWG-Restaurantserzählenalleine Geschichte von fremden Kulturen und Ländern. Für das Miss Miu hat Daniel Wiesner erstmals eine fiktive erfunden:



Links: Auch in Basel zu Hause: das Nooch am Barfi. Oben: Eine Sushi-Platte aus dem Negishi.

von der Vollblutköchin Atsuko Yamano, dem Ex-Barkeeper Park Tae-Soo und seiner gut betuchten Tante Miss Miu, die sich in einem aufstrebenden Quartier in Seoul den Traum vom eigenen Restaurant erfüllen. Man könnte daraus glatt einen Film machen. Wozu braucht es die Fiktion? «Die Story war meine klare Vorstellung vom Restaurant und davon, was es erzählen soll», erklärt Daniel Wiesner. Dass er seine Vision zum ersten Mal so konkret Schwarz auf Weiss niederschrieb, machte vieles einfacher. «Ich habe mich zwei Jahre lang intensiv mit koreanischer Küche und Kultur auseinandergesetzt. Die Geschichte half mir, mich ob all der gesammelten Ideen nicht zu verzetteln und auf das Wichtigste zu fokussieren. Ausserdem wusste jeder genau, wie das Lokal am Schluss aussehen muss – vom Rezeptentwickler bis hin zu Innendekorateur und Bühnenbildner.» Bühnenbildner? So wie in einem Film? Das klingt aufwändig, sprich: teuer. «Das wars», wirft Fredy Wiesner ein. «Miss Miu ist das teuerste Lokal, das wir je gebaut haben.» Darf man fragen, wie viel es gekostet hat? «Fragen darf man», sagt Daniel Wiesner – und lacht. Sein Vater stimmt ein.

NACHFOLGEREGELUNG UND ANDERE KNOCHENARBEIT

Nicht immer zum Lachen war die Regelung der Nachfolge. «Die Vorstellungen von Jung und Alt waren manchmal sehr unterschiedlich. So mussten wir drei ein paar Kämpfe ausfechten», erzählt Wiesner senior. Doch jetzt sei alles geklärt, und er übergebe seinen Söhnen den Betrieb Ende Jahr endgültig. Wie sieht die Rollenverteilung dann aus? «Mein Bruder Manuel übernimmt die Leitung des Backoffice und hat damit die wichtigste Aufgabe: Er muss die Kosten im Griff haben. Ich gebe das Geld aus.» Wieder lacht Daniel Wiesner und verschränkt die Arme hinter dem Kopf.

In welche Idee investieren sie als Nächstes? «In Miss Miu», sagt Wiesner junior ohne nachzudenken. Mit der Eröffnung eines Restaurants beginne die Knochenarbeit erst: «Viele Dinge, die in der Theorie cool ausgesehen haben, entpuppen sich in der Praxis als zu kompliziert und ineffizient.» Hinsehen und Fehler eingestehen sei zwar oft schwierig, aber zwingend nötig, wenn man nicht in Teufels Küche kommen wolle. Und so sind jetzt drei Leute zu-

sammen mit dem Restaurantleiter damit beschäftigt, am Status quo zu feilen: ein Food-Entwickler, ein Food-Kontroller und ein Betriebsbetreuer. Das nehme derzeit etwa 20 Prozent ihrer Arbeitszeit in Anspruch. Den Rest der Zeit verbringen sie in und mit den anderen Betrieben.

«Wir arbeiten ständig an unseren Konzepten», sagt Daniel Wiesner. Mit internen Leuten, aber auch mit einer externen Firma. Diese schickt zwei Mystery-Esser pro Monat in jeden FWG-Betrieb, anschliessend folgen die Rückmeldungen zu Angebot, Essens- und Servicequalität. «Das Feedback tut oftmals weh. Aber es hilft uns, uns zu verbessern, und nebenbei veränderte Bedürfnisse der Kunden zu entdecken – und so wieder auf neue Ideen zu kommen», erklärt der Junior. Und der Senior nickt.





Im Metalli-Einkaufszentrum in Zug ist die FWG gleich doppelt vertreten: mit The Butcher und einem Negishi (siehe linke Seite).

ZUTATEN DES ERFOLGSREZEPTE

1. **Eine Menge Mut**, eine neue Idee zu haben und sie durchzuziehen - auch wenn einem alle einreden, dass sie nicht funktionieren.
2. **Viel Zeit und Geduld**, sich mit der Idee zu befassen und sie bis ins Detail zu einem Konzept auszuarbeiten.
3. **Eine Location**, die zum Konzept passt.
4. **Einen Batzen Geld**, das Konzept umzusetzen und nach der Eröffnung mögliche Fehler auszubügeln. Und um eine allfällige erste Durststrecke zu überstehen.
5. **Eine grosse Portion Glück**.



E-71 ESSENCE

igeho 16-20|11|19
Halle 1.1 - Stand A100

FAEMA
BY VASSALLI

IMRPRESSUM

HERAUSGEBER

KIS-COM AG

FLÜELASTRASSE 27
8047 ZÜRICH, SCHWEIZ

MAIL@KIS-COM.CH
+41 44 400 50 29

VERLEGER

ANDREAS KRUMES

CHEFREDAKTION

STORYLINE.CH

REDAKTION

REGULA BURKHARDT-LEHMANN
MANUEL GAMMA
CHRISTIAN NILL
MICHAELA RUOSS
ROBERT WILDI
BARBARA SCHINDLER
CHRISTIAN GERIG

FOTOS

MISCHA SCHERRER
MICHAELA RUOSS
CHRIS KREBS

WO NICHT ANDERS VERMERKT SIND DIE
FOTOS EIGENTUM DER KIS-COM AG.

LAYOUT

DIE WERBEKANZLEI AG

KORREKTORAT UND DRUCK

AVD GOLDACH AG

ERSCHEINUNGSWEISE

3x JÄHRLICH

ANZEIGEN

JASMINE SCHÄRER

AUFLAGE

23 000 EXEMPLARE PRINT | E-PAPER

ISSN

PRINT 2624-9510
ONLINE 2624-9529

VERKAUFSPREIS

CHF 15.-

COPYRIGHT BY KIS-COM AG.
NACHDRUCK UND SONSTIGE VERWENDUNG SÄMTLICHER INHALTE OHNE
SCHRIFTLICHE GENEHMIGUNG DER KIS-COM AG SIND VERBOTEN.

