



DER GASTRO-KÖNIG VOM ZÜRICHSEE

Michel Péclard eröffnet stets neue Lokale rund um den Zürichsee.
Besonders am Herzen liegt ihm das «Fischer's Fritz».

DIE NEUEN GASTRO-PATEN



FÜRST DER ASIA-KÜCHE

Leap Chooun Ly hat mit seinen Brüdern die Kette Suan Long aufgebaut. Heute betreibt er Zürichs grössten Asiaten.

Zürich war eine kulinarische Wüste. Dann veränderten junge Wilde mit neuen Konzepten die Stadt. Heute dominieren sie die Gastro-Szene. Und expandieren allmählich ins Ausland.

von BASTIAN HEINIGER



HERREN DER SYSTEM-GASTRONOMIE

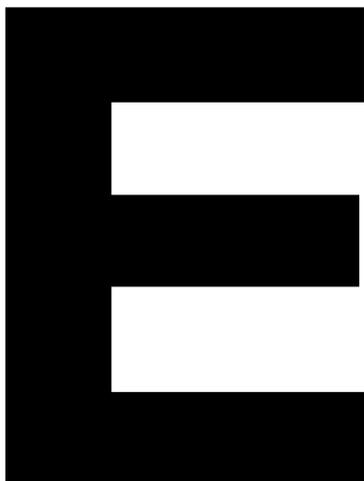
Marc Saxer (r.) und Daniel Kehl führen nicht nur einzelne Restaurants, wie hier das «Totò». Mit der Gastro-Gruppe Two Spice führen sie auch die Ketten Yooji's, Rice Up und Yalda.

► **Michel Péclard**

Umsatz: 36 Millionen Franken

Mitarbeiter: 250

Betriebe: Restaurant Pumpstation (Zürich), Coco Grill & Bar (Zürich), Fischer's Fritz (Zürich), Milchbar (Zürich), Restaurant Kiosk (Zürich), Rooftop Restaurant (Zürich), Pic-Chich (Zürich), The Beach (Thalwil), Alpenblick Arosa (Arosa GR), Mönchhof am See (Kilchberg), Portofino (Thalwil), MS Mönchhof (Schiff für Partys und Anlässe, Zürichsee), Schiffstation (Männedorf ZH), L'O (Horgen ZH)



Er steuert das Motorboot unter der Quailbrücke durch auf den Zürichsee. In der Ferne glitzern die Alpen, Fahrtwind zerzaust sein sich lichtendes Haar. Wie ein König, der sein Reich durchquert, steht Michel Péclard hinter dem Steuerrad. «Mit der «Pumpi» hat alles angefangen», ruft er und deutet in Richtung Opernhaus. «Die Bratwürste haben mich aus jedem Schlamassel geholt.»

Direkt am Utoquai eröffnete Péclard 1998 das Restaurant Pumpstation. Damals ein Unort mit zugespraytem Häuschen, Spritzen lagen herum. Dass sich hier an Sonntagen dereinst tout Zürich um einen Platz balgen wird, und das für eine Bratwurst unter freiem Himmel - undenkbar. «In der Branche haben mich viele belächelt.» Heute dürfte sich mancher Gastronom über die verpasste Chance ärgern. Mit der «Pumpstation» hat Péclard einen regelrechten Goldesel installiert. An guten Tagen macht er hier 25000 bis 30000 Franken Umsatz. Die Rendite liegt über 15 Prozent. Doch in seinem wachsenden Gastro-Reich mit aktuell 14 Betrieben ist das Restaurant Pumpstation nicht sein grösster Trumpf.

Nun, auf der Höhe des Zürichhorns, zieht Péclard das Lenkrad nach rechts, drückt den Gashebel nach unten, der Motor surrt, das Boot schiesst in Richtung «Fischer's Fritz». Sein Lachen überzieht das ganze Gesicht. Michel Péclard ist einer jener Gastronomen, die mehr sind als Betreiber von Restaurants. Er gehört zu einer Handvoll Pionieren, die Zürich in den nuller Jahren cool gemacht und der Schnellverpflegung den Nimbus des Billigen und Ungesunden genommen haben. Aus den einstigen Piraten der Zürcher Szene sind gestandene Paten mit kleinen und grösseren Imperien an Imbissständen, Bars und Restaurants geworden.

DIE STUNDE DER JUNGEN WILDEN

Klar gab es da schon die etablierten Gastro-Unternehmer. Die Familie Bindella mit Restaurants in der ganzen Schweiz; die Familie Candrian mit Bahnhofbuffets, Take-aways, Catering und Hotels; die Familie Kramer mit Restaurants, Bars und Cafés; die Familie Hiltl, der heute etwa die vegetarische Restaurantkette Tibits gehört. Doch alles in allem herrschte kulinarische Tristesse.

Fotos: Phil Müller für BILANZ (2)



UNTER FREIEM HIMMEL

Er beherrscht die Freiluftgastronomie wie kein anderer. Michel Péclard lockt besonders in den warmen Monaten Besucher in seine Lokale.

IN-LOKALE

Im «Fischer's Fritz» (l.) trifft sich an Sonntagen tout Zürich. Kaffeeliebhaber gehen in die «Milchbar» (l.), Cocktails gibts im «Rooftop» (u.).



Wer ein Restaurant eröffnen wollte, musste die damals hohen Anforderungen ans Wirtepatent erfüllen. Musste nachweisen, dass für den gewünschten Standort ein gesellschaftliches Bedürfnis besteht. Musste dem damaligen Chefbeamten, bekannt geworden als «Don Raffi», für eine Bewilligung teilweise hohe Schmiergelder zahlen. Zwischen 1982 und 1991 kassierte der korrupte Beamte 2,3 Millionen Franken. Ermittlungen, Prozess und Verurteilung gaben den Anstoss für die Liberalisierung des Gastgewerbesetzes. «Als 1998 die Bedürfnisklausel wegfiel, kamen die wildesten Leute auf die Idee, ein Lokal zu eröffnen», erinnert sich Gastro-Experte Peter Herzog. Fastfoodstände, Strassencafés, Bars und Clubs kamen auf und brachten der Stadt die oft beschriebene Mediterranisierung. «Erst in den letzten 20 Jahren ist in Zürich etwas passiert», sagt Herzog. Dank der vielen Quereinsteiger.

Ein Quereinsteiger war Michel Péclard nicht direkt. Ein Querkopf allemal. Nach dem Studium an der Luzerner Hotelfachschule stellte ihn der Direktor an. Péclard kümmerte sich fortan um die Administration der Schule und unterrichtete Buchhaltung. Heute sagt er: «Geht man nach Lehrbuch, verdient man kein Geld.» Es sei frustrierend. Im Unterricht schrieb er immer die gleiche Rechnung an die Tafel: Warenaufwand 33 Prozent, Personalkosten 45 Prozent, Miete 10 Prozent - Verlust 3 Prozent.

Die meisten Restaurants sind nicht profitabel, die Gewinnmargen viel zu klein. Laut GastroSuisse erzielen nur 35 Prozent der Betriebe einen passablen Unternehmerlohn und eine ebensolche Rendite auf dem Eigenkapital. Besonders bei Restaurants mit Umsätzen bis 550 000 Franken erwirtschaften gerade mal drei

von zehn Wirten ein angemessenes Einkommen. Péclard schaute irgendwann mit seinen Schülern, was überhaupt rentiert. Resultat: Bratwürste, Pouletflügeli, Fischknusperli. An der Fachhochschule habe man ihn für verrückt erklärt, als er mit der «Pumpstation» eine «Wurstbeiz» eröffnete.

CÔTE-D'AZUR-FEELING IN ZÜRICH

Während an diesem Freitagnachmittag in Zürich Tausende Frauen für Gleichberechtigung auf die Strasse gehen, kurvt Péclard sein Boot in die Bucht des «Fischer's Fritz». Auf den 35 Liegestühlen am Seeufer sonnen sich junge Männer und Frauen in Badehosen und Bikini. Angestellte dekorieren die Tische im Aussenbereich, drapieren Servietten, rücken Weingläser zurecht, ein Koch legt Spiesse auf den Grill. Man erwartet eine Gruppe von 150 Gästen.

Wie bei der «Pumpstation» habe man ihn belächelt, als Péclard 2010 in Wollishofen den heruntergekommenen Campingplatz übernahm. «Wir haben aus einem Schandfleck ein Megateil gemacht», sagt er und schreitet über die Wiese zum Restaurant. Plötzlich hastet er davon in seinen Flipflops. Ein wichtiger Gast aus Deutschland, den er unbedingt begrüßen musste.

Mit dem «Fischer's Fritz» wollte Péclard Côte-d'Azur-Feeling nach Zürich bringen. Er schuf einen Ort, an dem sich Bar, Restaurant, Club, Camping und Wassersport vermischen. Eine Umsatzmaschine nicht nur im Sommer - das Restaurant ist von März bis Ende November offen. Mit all seinen Betrieben setzte Péclard im vergangenen Jahr 36 Millionen Franken um. «Wir hatten alle Glück», sagt er und meint damit jene, die nach der Liberalisierung Betriebe eröffneten. Um die Jahrtausendwende wusste niemand, wie das neue Gesetz funktionieren würde. «Eine Bewilligung für die (Pumpstation) würde man heute nie und nimmer erhalten.»

Doch das Zeitfenster war klein. Für Neueinsteiger sei es heute fast unmöglich - ausser man nimmt Millionen in die Hand. Zu aufwendig und komplex sind unterdessen die Auflagen. Auch beim «Fischer's Fritz» hätten ihn die Behörden vor fünf Jahren fast in die Knie gezwungen. Zwar besass er eine Bewilligung für das Zelt im Aussenbereich, es fehlte aber die Erlaubnis, dort Essen zu servieren. «Wir mussten etwa 50 Hochzeiten absagen», sagt er und tippt sich mit dem Zeigefinger gegen die Stirn. Schlaflose Nächte ohne Ende. Für die nötige Baubewilligung investierte er eine halbe Million Franken, engagierte eigens eine Architektin. Zwei Jahre später hatte er endlich die Bewilligung in der Tasche.

Heute expandiert Péclard primär ausserhalb der Stadt, gerne rund um den Zürichsee. Bald könnte ein erstes Lokal im Ausland folgen. In diesen Tagen fliegt er nach Salzburg, um sich eine Rooftop-Bar anzusehen. Ein österreichischer Milliardär will ihn unbedingt als Partner gewinnen.

WO DIE MANAGER SPEISEN

Szenenwechsel. Angefangen hat Leap Chooun Ly mit einem Chilibistand für Frühlingsrollen, heute gehört ihm das grösste asiatische Restaurant in Zürich. Akkurat frasierter Sidecut, weisses Hemd, Veston mit Einstecktuch, orange Lack-Loafer. Der Besitzer des «Ly's Asia» im Zürcher Kreis 5 könnte ebenso gut im Fashion-business arbeiten. Aber ein bisschen Show gehört dazu. Privat ►

Nur drei von zehn Wirten mit einem Umsatz bis 550 000 Franken erzielen ein angemessenes Einkommen.



**ETWAS SHOW
GEHÖRT DAZU**

Leap Choeun Ly (o.) vor dem «Ly's Asia» (auch u.l.) im Zürcher Kreis 5. Hier vereinte er drei asiatische Lokale in einem.

**SCHNELLE
VERPFLEGUNG**

Im «Take Away» (r.) gibt es panasiatische Gerichte. Das «Lemon Grass» (o.l.) beim Kreuzplatz war das erste Suan Long.

► sei ihm Äusserliches nicht so wichtig. Ly blickt vom oberen Stock hinunter auf die 100 noch leeren Plätze. «Schauen Sie, wie gewaltig», sagt er mit ausgebreiteten Armen. «Ich liebe diesen Raum.» Als glaubte er zuweilen selbst nicht, was er da aufgebaut hat.

Der turnhallengrosse Speisesaal hat etwas Wundersames. Früher lagerten hier die Zahnräder der Maag-Gruppe. Industriechic, eingeklemmt zwischen Prime Tower und dem Glaspalast von EY. Drinnen meterhohe Fenster, sonnendurchflutet, in der Mitte reihen sich Terrakottakrieger und Kirschblüten. Ein Refugium am Mittag für die Manager aus den umliegenden Bürotürmen. 2011 erhielt Ly den heiss umworbenen Zuschlag für das damals ausgeschriebene Lokal.

ALS FLÜCHTLING IN DIE SCHWEIZ

Vom Tellerwäscher zum Millionär lautet ein Klischee. Im Fall von Ly ist das eigentlich untertrieben. Dass er mit drei Brüdern in den neunziger Jahren die asiatische Restaurantkette Suan Long aus dem Boden stampfte, die sie vor sieben Jahren untereinander aufteilten, hat viel mit seiner Vergangenheit zu tun.

Um Punkt 11.30 Uhr strömen die ersten Kunden herein. Aufgeknöpfte Hemden, Casual Friday, draussen sommerlich schwül.

Jetzt zischt es in der Küche, Flammen schiessen aus dem Wok. Auf die Temperatur kommt es an. Und auf die Art, wie jemand den Wok schwingt. «Ich erkenne daran, ob jemand kochen kann.» Mit dem neuen Koch spricht Ly Mandarin. Als er ein Kind war, wäre das lebensgefährlich gewesen. Als 1975 in Kambodscha der Diktator Pol Pot mit den Roten Khmer an die Macht kam, musste Ly die chinesische Herkunft verheimlichen. Seine davor angesehene Familie flüchtete in den Regenwald. Es gab keinen Strom, kaum Infrastruktur. Gegessen wurde aus einem grossen Militärkessel: in trübem Wasser gekochter Reis. Auf der Flucht in Richtung Thailand wurden er und seine sieben Geschwister von Schleppern ausgeraubt. «Hätten sie uns erschossen, niemand hätte das gemerkt.» In Unterhosen gelangten sie schliesslich in ein thailändisches Flüchtlingslager und 1980 von dort in die Schweiz.

Eigentlich spricht der heute 51-jährige Gastronom nicht gerne über die Vergangenheit. «Ich will kein Mitleid.» Weil sie aber durch dick und dünn mussten, «chrampfe» er heute so viel und seine Brüder zum Teil noch mehr, erzählt er in bestem Zürichdeutsch. Lieber spricht Ly über seine Projekte: Im Herbst will er dem «Ly's Asia» ein Facelift verpassen, sich auf die gehobene chinesische Küche fokussieren. «Thailändisch gibt es inzwischen

In Unterhosen kamen Ly und seine Geschwister im thailändischen Flüchtlingslager an.

► Leap Choeun Ly

Umsatz: im hohen einstelligen Millionenbereich

Anzahl Mitarbeiter: 50

Restaurants: Ly's Asia (Maag-Areal Zürich), Take Away (Bahnhof Zürich Stadelhofen), Far East (Zug), im Oktober: Eröffnung eines Asia-Restaurants in Kloten

Seinen beiden Brüdern gehören: 8 Suan Long (Zürich, Wädenswil ZH), 5 Scent of Bamboo (Zürich, Aarau, Rapperswil SG, Luzern), The Lemon Grass (Zürich), Asian Moon (Zürich), Long Huang (Zürich)

überall.» Das angebaute Take-away-Restaurant und das japanische «Teppanyaki» im oberen Stock bleiben gleich. In Kloten eröffnet er zudem im Herbst ein weiteres Restaurant. Der Name sei noch unklar. Vielleicht: «Zum Wilden Mann by Suan Long».

DURCHSTARTEN IN DEUTSCHLAND

Dienstag, 14.30 Uhr. Niemand nimmt Notiz, als die beiden Herren das Ristorante Totò betreten. Schlabberlook, Sneakers, Dreitagebart. Typische Gäste halt im urbanen Seefeld-Quartier. Könnte man meinen. Doch Daniel Kehl und Marco Saxer sind die Besitzer des schicken Italieners und weiterer in Zürich bekannter Restaurants. In der Systemgastronomie haben sie sich ein ansehnliches Imperium aufgebaut. Zu ihrer Two-Spice-Gruppe gehören die Ketten Yooji's, Rice Up, Nooba, Jack & Jo und jüngst Yalda – schweizweit sind es bereits 23 Filialen. Mit einem Umsatz von über 100 Millionen Franken spielen die beiden Zürcher in der Topliga der Schweizer Gastronomie. Obwohl beide schon über 50, sind sie die Shootingstars der Szene, dem Trend oft eine Spur voraus.

Das lockte jüngst Coop an. Der Basler Detailhändler beteiligte sich im vergangenen Jahr mit einem Drittel an Two Spice. Und rückt damit näher an Rivalin Migros heran, die mit den Ketten Molino, Hitzberger, Cha Chà, Chickeria und The Beef Burger ihren Machtbereich stetig ausbaut und hinter McDonald's die zweitgrösste Restaurantbetreiberin der Schweiz ist. In der Branche werden die beiden Two-Spice-Gründer bereits mit Bindella verglichen. Experte Peter Herzog sagt: «Wenn sich jemand trotz der vielen Vorschriften und der hohen Betriebskosten in der Schweiz derart etabliert und es schafft, dass sich ein Grosser einkauft, kann ich nur noch den Hut ziehen!» Wie ist das gelungen?

Kehl und Saxer setzen sich im hinteren Teil des Restaurants, nur im Barbereich sind noch Gäste, blättern in der «NZZ», tippen ins MacBook, Kaffeeduft und Gitarrenpop erfüllen den Raum. Bevor 2001 das «Totò» eröffnete, war hier eine Knelle. Es gab Spielautomaten und Schiessereien. Jetzt gibt es hausgemachte Pasta und Pizza aus dem Steinofen. So beschreibt es Kehl.

Details zum Coop-Deal gibt er keine preis, einzig, dass Coop auf sie zugekommen sei und sie lange schon in Kontakt gestanden hätten. «Die Gastronomie wächst in Richtung Retail und Retail in Richtung Gastronomie», sagt er. In New York, London oder Tokio drücken Detailhändler längst mit eigenen Gastro-Formaten auf den Markt. Umgekehrt hat jedes der momentan 16 Yooji's eine Verkaufsecke mit klassischem Retailangebot. Der hauseigene Yoo-tea etwa steht längst auch in den Regalen von diversen Bioläden, Getränkehandlungen oder den Warenhäusern Jelmoli und Loeb.

Mit Coop im Rücken expandieren die beiden Zürcher nun ins Ausland: Im November eröffnete im Berliner Hauptbahnhof eine Filiale ihrer asiatischen Take-away-Kette Rice Up. Im Oktober ►



DIE DYNASTIE
Mit Rudi Bindella junior hat die vierte Generation übernommen.

Die Strategie von Bindella junior

Mit 41 Jahren führt Rudi Bindella junior die grösste Gastro-Gruppe. Und denkt bereits an die nächste Generation.

Er weilt gerade auf dem eigenen Weingut in der Toskana. Vor einem Jahr hat Rudi Bindella junior (41) von seinem Vater die Rolle als Gastronomiechef der Firma übernommen – mit 1300 Mitarbeitern, 40 Restaurants und einem Umsatz von 234 Millionen Franken (2017) ist sie schweizweit die grösste familiengeführte Gastronomiegruppe. Mit dabei in Italien sind sämtliche Geschäftsführer der Gastro-Betriebe. Gemeinsam besuchen sie den neuen Weinkeller und erhalten Schulungen. «Die Verschmelzung von Gastronomie und Wein ist mir ein zentrales und nächstes grosses Anliegen», sagt Bindella zu BILANZ. Er arbeite derzeit mit dem Team an neuen Konzepten. Ansonsten mache er vieles ähnlich wie sein Vater. «Er ist einen bewundernswerten Weg gegangen, auf dem ich fortschreiten möchte.»

Auf dem gelegten Fundament ausruhen darf er sich aber nicht. Zwar ist die Profitabilität bei Pizza und Pasta vergleichsweise überdurchschnittlich – gemäss internen Vorgaben sollte ein Bindella-Restaurant rund drei Millionen Franken umsetzen und eine Marge von zehn Prozent erzielen. Doch die Dichte an italienischen Lokalen hat in den letzten Jahren zugenommen. Wichtig ist ihm darum, der Zeit voraus zu sein und Neues auszuprobieren, etwa mit dem neu lancierten TV-Format «Wein Battle» auf Sat.1 Schweiz. Der etwas angestaubten Kette Spaghetti Factory will Bindella im Zürcher Niederdorf neuen Glanz verleihen, und mit den beiden Ristorante Più ist er erfolgreich unterwegs – mit der Marke Più setzt er nun auf eine «verdaubare» Expansion. Die «profitabelsten Rösser im Stall» sind aber noch immer die Santa-Lucia-Betriebe. «Mein Herz würde hoch schlagen, wenn meine Enkel mit Più eine ähnliche Entwicklung durchmachen dürften.»



► Daniel Kehl und Marc Saxer

Umsatz: über 100 Millionen Franken

Anzahl Mitarbeiter: 650

Restaurants: 16 Yooji's (Zürich, Winterthur, Bern, Zug, Luzern, Basel, St. Gallen), 2 Nooba (Zürich, Laax GR), 5 Rice Up (Zürich, Bern, Berlin), 2 Yalda (Zürich, Winterthur), Cheyenne (Zürich), Boilerroom (Winterthur), Ristorante Totò (Zürich), Bohemia (Zürich), Iroquois (Zürich)

ERFOLG MIT SUSHI

Daniel Kehl (l.) und Marc Saxer brachten Sushi nach Zürich, das ihnen schmeckte und sie sich leisten konnten. Mit der Sushi-Kette Yooji's (o.r.) haben sie eine bekannte Marke erschaffen.

AUF EXPANSIONSKURS

Kehl und Saxer wollen mit ihrer Reis-Kette Rice Up (l.) in Deutschland durchstarten. Das «Totò» (r.) hat sich in Zürich als guter «Italiener» etabliert.



► startet eine zweite im Stuttgarter Einkaufszentrum Milaneo. «Wir wollen in Deutschland einen grösseren Roll-out machen», sagt Saxer. Helfen dürfte der Trend zu gesundem Fastfood. Bei Rice Up wählen Kunden aus verschiedenen Reissorten und Zutaten wie Sprossen, Gemüse, Tofu oder Fleisch und stellen sich eine eigene Bowl zusammen. Ein solches Konzept fehle in Deutschland bisher. Quantifizieren will Saxer die Expansion nicht. «Wie schnell es vorangeht, hängt davon ab, wie schnell wir attraktive Standorte finden.» Euphorie? Kaum. Kehl und Saxer sind längst abgebrühte Unternehmer geworden.

VOM CABARE ZUM YALDA

Als sie sich 1990 begegneten, war das eine jener schicksalhaften Nächte, die ein ganzes Leben verändern. Ihre damaligen Partnerinnen hatten ein Abendessen arrangiert. Beim Essen beschloss Kehl und Saxer, zusammen eine Beiz zu eröffnen. Kehl war Betriebsökonom, Saxer gelernter Koch, der eine konnte rechnen, der andere ein Restaurant führen. Beide wollten ausbrechen. Heute haben sie keine Rollenaufteilung mehr. «Wir entscheiden gemeinsam, sind aber keine Zwillinge, die immer zusammen unterwegs sind», sagt Kehl und schaut zu Saxer, der gerade etwas ins Handy tippt.

Ihr erstes Lokal hiess CaBaRe - die Abkürzung für Café, Bar, Restaurant. Das Ziel: Gastronomie anders machen als alle anderen. Im damals verschlafenen Binz-Quartier unterhielten sie Gäste von frühmorgens bis spätabends, an sieben Wochentagen, mit jährlich 1500 Livekonzerten. Am Sonntag servierten sie Sushi zum Brunch, als hierzulande mit den Begriffen Nigiri und Maki

noch niemand etwas anfangen konnte. Das Erfolgsrezept erkannten sie früh. Kehl erläutert: «War damals in einem Restaurant die Dienstleistung gut, war das Ambiente steif. Und war das Ambiente lässig, funktionierte die Dienstleistung nicht.» Sie aber wollten eine lockere Atmosphäre und eine perfekte Dienstleistung. Es sind solche Bauchentscheide, die sie zu immer neuen Projekten führten. So lancierten sie um die Jahrtausendwende im Seefeld das erste Yooji's - weil es kein Sushi zu einem vernünftigen Preis gab. «Und als wir 2013 an der Bahnhofstrasse die zweistöckige Filiale eröffneten, erklärte uns die ganze Branche für verrückt», sagt Saxer und blickt kurz vom Smartphone hoch. «Alle sagten, das funktioniere niemals.» Seit dem ersten Tag laufe es bestens.

Doch nicht alle Projekte sind von Erfolg gekrönt. Mit der Burgerkette Jack & Jo kamen sie «zur falschen Zeit am falschen Ort». Zürich wurde in den letzten Jahren mit hippen Burgerläden geflutet. Wo aber alle fischen, gibt es nichts mehr zu holen. Also setzten sie auf einen neuen Teich. Und zogen ein Konzept aus der Schublade, das lange herumlag: ein orientalisches Restaurant mit kaltem und warmem Buffet. Gesund, schnell zubereitet, ein wenig exotisch. Aus den Burgerläden an der Europaallee und in Winterthur sind zwei Yaldas geworden. Es würde nicht erstaunen, wenn Schweizer Städte bald mit Yaldas überzogen würden. ■