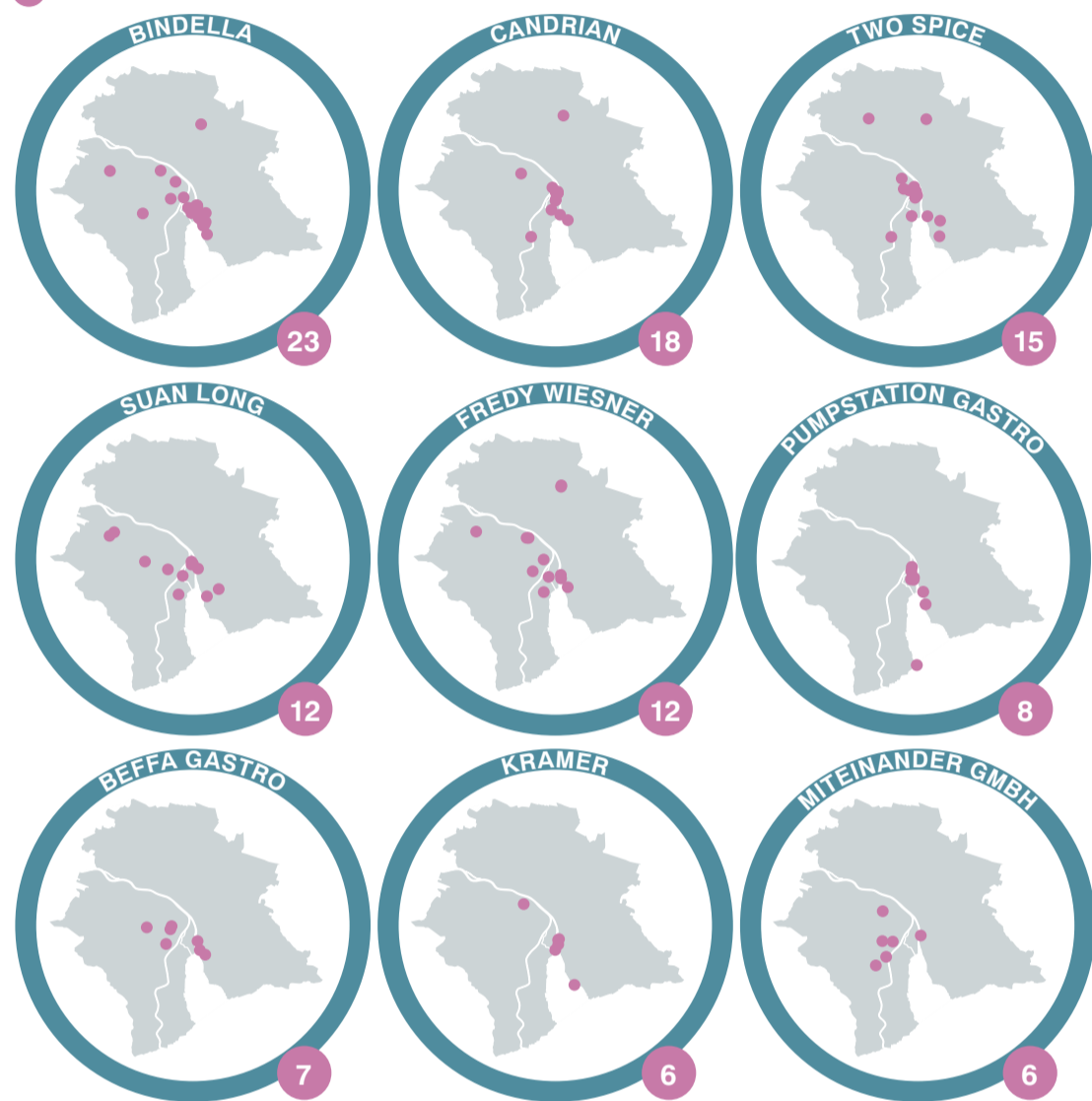


Über 100 Restaurants von 9 Firmen –

Essen In Zürich jagt eine Restaurant-Eröffnung die andere. Die Betreiber sind aber häufig dieselben. Wie viel die Gastrokönige umsetzen,

Wo die Gastrogruppen ihre Lokale betreiben

× Anzahl Restaurants



Grafik: mt

Claudia Schmid und Patrice Siegrist

Während Gäste immer weniger Geld in Restaurants ausgeben, wie Gastro Suisse beklagt, steigt die Zahl der Betriebe in Zürich laufend an. Die neun grössten Player in der Stadt betreiben bereits über 100 Restaurants und eröffnen stetig weitere.

Grösse, Erfolg, Kontinuität und Bonität helfen diesen Gastronomen enorm. Sie können grössere Mengen bestellen, bekommen dadurch bessere Konditionen bei den Lieferanten, können das Management zentralisieren. «Ich bewundere, wie jemand nur ein Restaurant führen kann», sagt etwa Daniel Wiesner, COO der Fredy Wiesner Gastronomie. Die Margen im Geschäft seien klein. Zeit für Anpassungen bleibt einer kleinen Restaurantbesitzerin oder einem -pächter kaum. Die Gastro-Grössen haben den längeren Atem.

Diese konzentrieren sich auf die Zürcher Innenstadt. Mehr als jedes dritte Lokal befindet sich im Kreis 1. Bei der Standortsuche haben sie einen entscheidenden Vorteil: Makler gehen direkt auf die Betreiber gewichtiger Firmen zu, bieten ihnen die besten Standorte mit einer hohen Kundenfrequenz an, während junge Gastronomen vergeblich auf ihre Chance warten. Die Leiter von drei umtriebigen Familienunternehmen erzählen, wie sie ticken.

Dieser Beitrag entstand dank einem Leserhinweis in unserem Projekt «Was Zürich wissen will». fragen.an.tagesanzeiger.ch

Seebuebe, Szenis und Sushi-Pioniere

Candrian: König des Hauptbahnhofs
Der 1923 gegründeten Firma gehören die wichtigsten Gastrobetriebe im Hauptbahnhof, etwa die Brasserie Federal oder das Da Capo. Hinzu kommt, dass **Candrian** auch Franchisen von Nordsee und Burger King betreibt. Auch im Stadtzentrum ist Candrian präsent. So sind die Brasserie Lipp, das Clouds im Prime Tower und seit letztem Jahr das Bau-schänzli in den Händen der Gruppe. Geschätzter Jahresumsatz: Über 100 Millionen Franken.

Two Spice: Die medienscheuen Pioniere
Hinter Two Spice steht mit **Daniel Kehl** und **Marc Saxer** ein Duo, das kaum an die Öffentlichkeit tritt, aber seit Jahrzehnten Trends setzt. Der geschätzte Jahresumsatz liegt bei 100 Millionen Franken. Mit dem Yooji's hat die Firma in den frühen Nullerjahren Sushi populär gemacht. Das jüngste Konzept heisst Yalda; orientalische Restaurants mit Selbstbedienungsbuffet.

Kramer Gastronomie: Die breit Abgestützte
Dieser Gastroriese (Jahresumsatz 2019: 28 Millionen Franken) ist auffallend breit aufgestellt. Die Liste reicht vom Zunfthaus zur Zimmerleuten über das Thai-Restaurant Blue Monkey bis zur Brauerei Steinfels. Gegründet wurde das Unternehmen 1993 von **Christian Kramer** – Startschuss war die heute nicht mehr existierende Burgerbeiz Zic Zac.

Pumpstation Gastro: Die Omnipräsente
Ende 2019 hat sich der in den Medien präasente Gastronom **Michel Péclard** drei neue Projekte gesichert: die Übernahme des Münsterhofs, einen neuen Mietvertrag mit der Seebadi Richterswil und ein neues Gastrolokal, das er mit der NZZ-Gruppe plant. Mit seinem Geschäftspartner **Florian Weber** betreibt Péclard die Pumpstation GmbH, die sich vor allem auf ungezwungene Betriebe am Zürichsee spezialisiert hat. Die «Pumpi» ist eines der bekanntesten Open-Air-Lokale der Stadt. Firmenumsatz 2019: 35 Millionen.

Beffa Gastro: Die Traditionelle
Hörnli, Rösti, Cordon bleu: In den Restaurants der **Familie Beffa**, die kaum an die Öffentlichkeit tritt, wird währschaft gegessen. Lokale wie das Rheinfelder Bierhaus, das Restaurant Bahnhof Wiedikon oder der Aargauerhof an der Langstrasse sind Dauerbrenner. Das Unternehmen mit einem Jahresumsatz von 8 bis 10 Millionen Franken gibt es seit 1922.

Miteinander GmbH: Die vernetzte Szene
Das Netzwerk der Miteinander GmbH von **Marc Blickenstorfer**, **Mischa Dieterich**, **Roger Link** und **Tom Maurer** ist mit der Clubszene verzahnt und gross – Gastroumsatz: 50 Millionen. Die Gruppe ist vor allem auf Szenelokale in aufstrebenden Quartieren spezialisiert. Bekanntestes Beispiel: Frau Gerolds Garten im Stadtkreis 5.



Rudi Bindella jr. führt die Firma in vierter Generation. Foto: Reto Oeschger

Der italienische Riese: Bindella

Bindella steht für Italianità – dabei liegen die Ursprünge des Familienbetriebs woanders: Der Tessiner Jean Bindella, der 1909 eine Weinhandlung gründete und als erster Chianti-Importeur der Schweiz gilt, hat spanische Wurzeln. Die Weinhandlung war der Start einer Dynastie, die bis heute von den Bindellas in vierter Generation geführt wird.

Die Firma ist nach wie vor im Weinhandel und Weinbau tätig. Die Visitenkarte sind allerdings die 44 italienischen Restaurants, die Bindella in einem Dutzend Schweizer Städte betreibt; 23 da-

von allein in der Stadt Zürich. Zürich prägt dabei das Selbstverständnis des Unternehmens. «Wir sind hier bekannt und verwurzelt. In anderen Städten braucht es manchmal etwas Anlaufzeit», sagt der 42-jährige Rudi Bindella jr., der 2018 die operative Leitung für die Bereiche Gastronomie, Marketing und Personal übernommen hat. Er erwähnt das Santa Lucia in Bern, das nach der Eröffnung eine Weile brauchte, bis es sich in der Hauptstadt etablierte.

Mit Rudi Bindella jr. ist jemand am Drücker, der die Szene-

gastronomie kennt und neue Konzepte aufgleist. Zur jüngeren Bindella-Generation gehören etwa die Più-Ristoranti – ein Piz-za-Take-away-Konzept und Ristorante mit neapolitanisch-kosmopolitischem Einschlag. Mit dem Lokal bei der Sihlpost und einem Standort beim Schiffbau gibt es in Zürich bisher zwei Ableger; demnächst soll ein Più in Bern dazukommen.

Für frischen Wind sorgte auch die Übernahme des Szenerestaurants Bank am Helvetiaplatz vor zwei Jahren, zumal dieses orientalisches angehaucht ist. Ein Herzprojekt von Rudi Bindella jr. ist der Edel-Italiener Ornellaia bei der Bahnhofstrasse. Der Küchenchef ist dort Giuseppe d'Errico aus Süditalien, der einst im legendären französischen Dreisternrestaurant Troisgros war. Das ist für Bindella etwas Neues: ein Italo-Koch mit langjähriger Erfahrung in Frankreich.

Obwohl auch die Bindella-Gruppe gefordert ist – laut Bindella jr. spürt man etwa die Anspannung an eine gesunde Ernährung –, befindet sich die Firma mit einem Jahresumsatz von 150 Millionen Franken in einer komfortablen Situation: «Wir haben nicht den Druck zu wachsen. Aber wenn es ein Angebot gibt, das zu uns passt, prüfen wir es», sagt Bindella jr. Gute Standorte seien dabei das A und O. Um diese zu bekommen, müsse er sich aber nicht selber bemühen: «Im Jahr bekommen wir etwa 100 Anfragen, ob wir einen Ort bespielen wollen.»



Bei der Sihlpost gibts Blumenkohl mit Quinoa und Kurkuma. Foto: PD

