

Zürich

Tapetenwechsel vor dem Neustart

Konzepte in der Gastroszene Am Montag öffnen viele Restaurants mit limitiertem Betrieb. Sechs Strategien, die zeigen, wie viel Improvisation und Flexibilität im Gastgewerbe gefragt ist.

David Sarasin, Claudia Schmid und Thomas Wyss

Ein Schutzkonzept mit sieben Seiten, auf denen nicht nur die Abstände zwischen den Gästen und den Tischkanten vorgeschrieben, sondern auch diverse Verbote aufgelistet sind. So ist es beispielsweise nicht erlaubt, sich mit Freunden, die man spontan am Nachbartisch sieht, zu mischen: Wirklich gesellig wird die erste Phase nach der Wiedereröffnung der Restaurants wohl nicht. Trotzdem arbeiten die meisten Lokale an diesem Wochenende auf Hochtouren, sodass sie ab Montag ihre Gäste so gut wie möglich empfangen können. Gerade unabhängige Betriebe müssen eine eigene Strategie entwickeln, um die Massnahmen einhalten zu können. Andere verzichten gar auf ein Opening. Sechs Beispiele.

Gasthof Falken Neustart nach dem Neustart

Es war ihr Lebensprojekt, und sie mussten es sechs Tage nach der Eröffnung wieder schliessen: Céline Tschanz und Florian Bobst gehören zu jenen Gastronomen, die monatelang für eine Neueröffnung gearbeitet haben – und während des Hochfahrens jäh gestoppt wurden. Der Gasthof Falken, seit 400 Jahren ein Wirtshaus, sollte Wiedikon noch mehr beleben. Zwei Monate bauten die ehemaligen Gastgeber des Hardhof, die im vergangenen Juni den Zuschlag für die Stadtliegenschaft bekommen haben, um. Sie liessen Tapeten aufziehen, Böden erneuern und wollten den ehemaligen Falcone wieder zur Quartierbeiz für alle machen. Doch sämtliche Anlässe – das Haus verfügt im oberen Stock über einen grossen Saal – wurden abgesagt, das Eröffnungsfest Ende März ebenso.

Bisher hatten sie nur Investitionen, fertig einrichten konnten sie nicht. «Weil auch die Läden zugingen», sagt Céline Tschanz, «fehlen uns noch viele Einrichtungsstücke.» Die vergangenen Wochen vergingen mit steten Hochs und Tiefs, begleitet von einer sich fast täglich ändernden Nachrichtenlage. «Wir wollen langsam wieder einsteigen, weil es momentan unmöglich ist, eine längerfristige Strategie zu entwickeln», so Tschanz. Immerhin verfügt das Lokal über genügend Platz. Allein auf der Terrasse lassen sich bei schönem Wetter 66 Leute bewirten. Um die Terrasse geniessen zu können, setzt das Paar vor allem auf ein attraktives Angebot am Wochenende. So soll es jeweils am Samstag und Sonntag Brunch geben, der mit selbst gemachten Würsten oder einem Sonntagsbraten ausgebaut werden kann.

Olé-Olé-Bar Blumenladen statt Barbetrieb

Einige Bars werden trotz der Lockerung des Lockdowns den Betrieb nicht sofort wieder aufnehmen können. «Wir wollen aufmachen und suchen noch nach einem Weg», sagt etwa Sonja Huwiler, eine der Betreiberinnen der Olé-Olé-Bar an der Lang-



Sie hoffen auf schönes Wetter, um die geräumige Terrasse nutzen zu können: Flo Bobst und Céline Tschanz vom Gasthof Falken an der Schmiede Wiedikon. Foto: Andrea Zahler

strasse. Ein geeignetes Konzept, das mit dem knappen Platz in der durchwegs engen Lokalität umsetzbar sei, hätten sie bisher aber noch nicht gefunden. Den Platz vor dem Lokal haben sie und ihre Mitbetreiberinnen nun aber bereits umgestaltet – und mit Kaye Anton vom Blumenatelier A zu einem floralen Markt umfunktioniert.

Anstatt die Gäste drinnen zu bewirten, binden und verkaufen die Mitarbeiterinnen der Olé-Olé-Bar in der Aussenwirtschaft Blumensträusse. Wer etwas trinken möchte, kauft sich ein Bloody Mary. Über dem Eingang prangt in bunten Lettern der Schriftzug «Garteparty». Immer zwei Kundinnen und Kunden aufs Mal können sich zwischen den Gestecken, Töpfen und Sträussen bewegen. Ob das finanziell einträglich sei, kann Huwiler noch nicht sagen. «Für die Stimmung im Team ist es gut», meint sie.

Coming Soon Erweiterung des Aussenraums

Das asiatische Lokal im Kreis 4 scheint gerüstet zu sein für die kommenden Monate. Darauf liessen in den letzten Wochen die vielen Arbeiten schliessen. Ein nachbarschaftliches Gespräch kurz vor der Wiedereröffnung zeigt: Die Betreiber haben viel gemacht. Da ist nicht nur der Take-out, an dem seit dieser Woche von der Strasse aus Speisen bestellt werden können, da ist auch ein umfassendes Konzept, wie man trotz Distanz- und Hy-

gienevorgaben gut funktionieren kann.

Wichtigste Massnahme des 50 Plätze fassenden Restaurants: die Erweiterung nach draussen. Nicht nur in den Hof, den es vorher schon gab, sondern auch in die Durchfahrt an der Rolandstrasse. Auf Ministühlen und an Harasstischen isst der Gast ab Montag bei schönem Wetter zwei Sorten vietnamesischer Platten. «Das improvisierte, kostengünstige Setting passt zum vietnamesischen Streetfood, den wir anbieten», sagt Mitbetreiber Rico Fanchini. Notwendig sind auch Trennwände zwischen den Tischen – ebenfalls gefertigt aus Harassen. Fürs Coming Soon gibt es dank der Erweiterung 20 zusätzliche Plätze, was laut Fanchini bei Vollbesetzung zu gleich vielen Gästen wie bei Normalbetrieb führte.

Angepasst haben Fanchini und sein Team auch die anderen Teile des Restaurants. In jedem Raumabschnitt lassen sich andere Menüs bestellen. Zu diesem neuartigen Restaurantgefühl passen die Gesichtsvisiere mit Regenbogenspiegelung der Mitarbeiter. «Es ist die Flucht nach vorne», sagt Fanchini.

Veltliner Keller Verfrühte Sommerpause und bauliche Massnahmen

Die Touristen bleiben aus, die Geschäftsleute sitzen im Homeoffice und buchen keine Business-Lunches mehr: In der Altstadt ist die Situation derzeit besonders hart. Das spürt auch Georg Derungs, den alle «Gior-

gio» nennen. Im Alter von 28 Jahren hat der bald 80-jährige den Veltliner Keller an der Schlüsselgasse erworben.

Das erweist sich jetzt als Vorteil: Als Restaurant- und Hausbesitzer ist er finanziell vergleichsweise unabhängig und kann pausieren. «Da wir im Sommer sowieso mehrere Wochen geschlossen haben, weil das verwinkelte Lokal keinen Garten bietet, schliessen wir, bis die warmen Monate vorbei sind», sagt Derungs. Das Hauptgeschäft finde im Herbst und Winter statt. Trotzdem macht sich Derungs Sorgen, vor allem, wenn die aktuelle Situation anhält. Der Veltliner Keller wird deshalb die nächsten Monate so umgerüstet, damit in den kleinen Räumen genügend Platz für Gäste bleibt. Auch Trennwände sind geplant, was im Haus aus dem 14. Jahrhundert mit den Holzschnitzereien nicht nur eine technische, sondern auch eine ästhetische Herausforderung bleibt.

Negishi, Nooch & Co. Schon vor dem Lockdown eine Delivery-Strategie

Als Daniel Wiesner vor ein paar Jahren in London weilte, realisierte er, wie viele Restaurants zusätzlich auf ein Lieferservice- und Take-away-Geschäft setzen. Gleichzeitig sah der Co-Geschäftsführer der Gruppe Fredy Wiesner Gastronomie, dass die Hotellerie immer stärker vom Quasi-Monopolisten Booking.com abhängig wurde – und für dessen «Dienste» erst noch stattliche Gebühren bezahlen muss-

te. «Da wusste ich: Wenn wir dieses Szenario für unsere Branche verhindern wollen, müssen wir selber aktiv werden.»

Also startete man 2009 Jahr ein Delivery-Angebot mit einem Velokurier für das Sushi-Restaurant Negishi. Wiesner sagt, es habe lange Optimierungsarbeit gebraucht, bis man auf dem heutigen Niveau angelangt sei. Inzwischen beträgt der Take-away-/Delivery-Anteil am Gesamtumsatz zwischen 20 und 40 Prozent. Das grosse Geld jedoch verdiene man damit nicht, so Wiesner, «die goldene Formel haben auch wir nicht gefunden».

Die Gruppe, die schweizweit 32 Lokale betreibt – 11 Nooch, 9 Negishi, 8 The Butcher, 2 Outback Lodge sowie je ein Miss Miu und Gypsy Rose –, hatte nun den Vorteil, bei Lockdown-Beginn ohne Zusatzaufwand auf den etablierten Lieferservice fokussieren zu können. Zuerst wurde es mit 15 Restaurants versucht, später mit 10, ab da habe es sich gerechnet, sagt Wiesner. Darum geht diese Strategie weiter, «es kann sein, dass tatsächlich eine zweite Welle kommt und die Massnahmen wieder verschärft werden». Abgesehen davon werden ab Montag 26 Lokale öffnen, ausgenommen sind vorläufig jene im Bankenviertel (anhaltendes Homeoffice) und in der Altstadt (fehlende Touristen).

Bauernschänke/Taverne Der Lieferdienst ergänzt das Business

Wenige Tage nach dem Lockdown im März hat ein Kollektiv

um den Gastronomen Valentin Diem und den Koch Nenad Mlinarevic den Lieferdienst Auswärts Daheim ins Leben gerufen. Während viele andere Betriebe zuwarteten oder erst vor kurzem damit begannen, ihr Essen auszuliefern, waren die Betreiber der Bauernschänke und der Neuen Taverne von Beginn weg dabei. Dies gelang nur, weil Ursina Widmer und Fanny Eisl, beide Marketing- und Eventprofis, in Rekordzeit den Webshop aufgleisten und ihn in den Medien platzierten.

Nicht nur die Stammkunden der Restaurants, auch Neugierige bestellen seit bald zwei Monaten die wöchentlich wechselnden, vakuumierten Speisen, die teilweise auch von mit der Crew befreundeten Köchen stammen. «Wir führen den Webshop bis Ende Jahr weiter, damit wir weiterhin breit aufgestellt bleiben und auch die Mitarbeiter beschäftigt sind», sagt Diem.

Nicht zuletzt soll das Liefergeschäft teilweise die fehlenden Einnahmen wettmachen. So eröffnet die Taverne ab 14. Mai vorerst nur abends, die Bauernschänke geht am 19. Mai wieder auf und bietet im Vergleich zur neuen Taverne kaum Sitzplätze im Freien. Doch auch in der Taverne, so Diem, werde man sich stark einschränken müssen: In der Gaststube sind nur noch 36 Gäste pro Seating möglich. Selbst wenn die Tische pro Abend zweimal belegt seien, werde man nicht auf mehr als 50 Personen kommen. Früher waren es bis zu 120 pro Abend.