



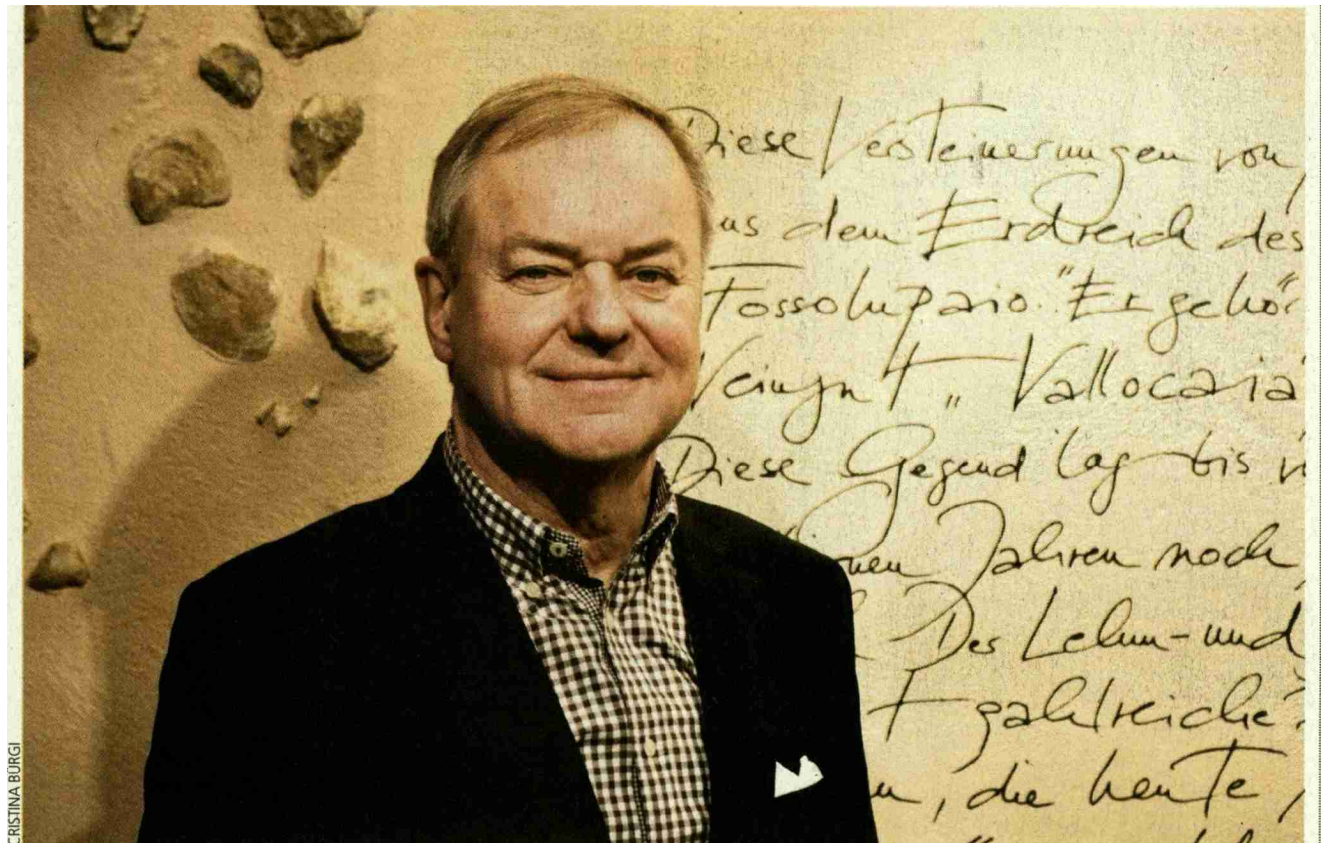
GastroJournal  
8046 Zürich  
044/ 377 53 05  
www.gastrojournal.ch

Medienart: Print  
Medientyp: Fachpresse  
Auflage: 20'649  
Erscheinungsweise: 50x jährlich

Themen-Nr.: 721.024  
Abo-Nr.: 1094406  
Seite: 2  
Fläche: 98'887 mm<sup>2</sup>

Rudi Bindella spricht über Erfolg, Familie und Veränderung

# Von Tradition und Moderne



Rudi Bindella steht an der Spitze eines der grössten Gastronomieunternehmen der Schweiz.

**Cristina Bürgi** Seit 41 Jahren mischt er in der Schweizer Gastronomieszene mit, und mittlerweile nennt er 41 Betriebe sein Eigen. Ein Gespräch mit Rudi Bindella über die Zeichen der Zeit.

Vor 107 Jahren legte Jean Bindella, Rudis Grossvater, den Grundstein für das Familienunternehmen. Die

Marke Bindella hat sich seither stark entwickelt: Sie steht für über 40 Restaurants in der gesamten Schweiz, für ein Weingut in der Toskana sowie eine Weinhandlung in Zürich, für einen Handwerksbetrieb und eine Immobilienfirma. An der Spitze dieser vier Betriebszweige steht Rudi Bindella. Der 68-Jährige wird die Geschicke seines Unternehmens noch zwei weitere Jahre leiten, dann übernehmen drei seiner vier Söhne.

**GastroJournal:** Die Marke Bindella

konnte sich seit über 100 Jahren auf dem Markt behaupten. Warum?

**Rudi Bindella:** Ich denke, weil wir nah beim Gast und nah bei den Mitarbeitenden sind. Für den Gast ist es heute wichtig, dass er ein Wohlbehagen und eine Herzlichkeit spürt, wenn er ein Restaurant betritt – immerhin opfert er dafür seine Freizeit. Gut essen und trinken kann er fast überall, aber ein netter Empfang ist keine Selbstverständlichkeit mehr. Wir versuchen, ihn genau damit anzusprechen.



GastroJournal  
8046 Zürich  
044/ 377 53 05  
www.gastrojournal.ch

Medienart: Print  
Medientyp: Fachpresse  
Auflage: 20'649  
Erscheinungsweise: 50x jährlich

Themen-Nr.: 721.024  
Abo-Nr.: 1094406  
Seite: 2  
Fläche: 98'887 mm<sup>2</sup>

## «Sobald man denkt, man habe alles erreicht, fängt der Sinkflug an»

Und das funktioniert nur, wenn es im Betrieb vorgelebt wird: wenn ich auch zu den Mitarbeitenden freundlich und nett bin.

Sie nennen Ihre Mitarbeitenden oft «meine Familie». Kann man denn noch von Familie sprechen, wenn man über 1000 Angestellte hat?

Es ist natürlich schwierig, jeden Einzelnen zu kennen. Wir haben viele langjährige Mitarbeitende, und diese kenne ich beim Namen – alle anderen mindestens visuell. Alle drei Monate laden wir unsere neuen Mitarbeitenden an unseren Hauptsitz ein, um ihnen dort den Betrieb, die Familie und die für ihren Bereich zuständige Geschäftsleitung vorzustellen. Das wird sehr geschätzt und ist wichtig, um den Mitarbeitenden unsere Werte zu vermitteln.

Sie sind seit 41 Jahren im Geschäft – welche Veränderungen auf dem Markt für Verpflegung haben Sie bemerkt? In erster Linie ein steigendes Gesundheitsbewusstsein. Die Gäste möchten möglichst frisch, leicht und bekömmlich essen. Auch das Interesse am Produkt hat zugenommen – die Menschen sind heute besser informiert und erwarten eine höhere Qualität. Darum ist es wichtig, dass man sein Gegenüber nie unterschätzt und ihm auf Augenhöhe begegnet – ein Aspekt, auf den wir unsere Mitarbeitenden schulen. Ausserdem möchten die Gäste nicht mehr an die klassischen

Gänge gebunden sein: Die Reihenfolge und Menge eines Essens soll beliebig sein. Wir mussten da völlig umdenken.

Wie haben Sie darauf reagiert? Wir haben eine günstige Ausgangslage, da wir immer der italienischen Kultur verpflichtet waren. Diese ist von Haus aus sehr gesundheitsverträglich. Zudem achten wir darauf, dass wir gute Produkte verwenden: zum Beispiel ein kaltgepresstes Olivenöl oder aromatische Dattel-Tomaten. Diese Produkte kosten natürlich mehr, aber man bemerkt den Unterschied. Natürlich können auch wir noch besser werden. Darum fördern wir bei allen Prozessen ein Qualitätsbewusstsein, denn sobald man denkt, man habe alles erreicht, fängt der Sinkflug an.

Mit welchen Herausforderungen haben Sie zu kämpfen?

Einerseits damit, dass das Angebot immer und überall zunimmt, und andererseits damit, dass der Konsum bewusster wird und abnimmt. Die Konkurrenz wird anspruchsvoller, der Gast ebenso – er legt mehr Wert auf Gesundheit, Kosten und Kochprozesse. Eine andere Schwierigkeit ist, gute Standorte zu finden und sich diese leisten zu können. An attraktiven Lagen müssen wir mit dem Detailhandel oder internationalen Marken konkurrieren. Unser Vorteil ist aber, dass wir zum Teil Restaurants in eigenen Immobilien besitzen.

Und dann gibt es da noch die Skepsis der Anwohner, wenn ein grosses Gastro-Unternehmen aus Zürich ein Lokal in ihrer Stadt übernehmen will...

Wir waren schon oft mit Widerstand konfrontiert, wenn wir ein

Restaurant übernehmen wollten – beispielsweise beim Kornhauskeller in Bern. Aber es gab gar keine anderen Interessenten, schön gar nicht aus Bern. Oft wird befürchtet, dass wir aus einem Lokal etwas Standardisiertes machen – dabei wollen wir das Ursprüngliche erhalten. Wir vereinheitlichen lieber im Hintergrund, wo der Gast es nicht bemerkt, und gestalten dafür das individuell, was der Gast spürt. Bei unseren Betrieben erkennt man eine gewisse Handschrift, aber dennoch gleicht keiner dem anderen.

Mit dem neuen Konzept «Più» an Zürichs Europaallee haben Sie zum ersten Mal ein Restaurant mit Take-away-Bereich eröffnet. Warum?

Das hat einerseits mit dem Generationenwechsel zu tun: Das «Più» ist ein Projekt meines ältesten Sohnes Rudi. Andererseits ist es im Moment sehr gefragt, «on the go» zu essen. Ich finde das eigentlich eine traurige Entwicklung, und bin deswegen beim Take-away nur mit halbem Herzen dabei. Die klassische, bediente Küche wird für mich immer eine Zukunft haben. Dennoch müssen wir den «schnellen» Trend berücksichtigen, denn sonst werden die Gäste von der Konkurrenz bedient – und das wäre ja auch schade.

## «Die klassische, bediente Küche wird immer eine Zukunft haben»

Wird es also künftig bei jedem neuen Konzept ein Take-away geben?

Nein, wir entscheiden das von Fall zu Fall. Die Ästhetik hat bei uns auch einen grossen Stellenwert, und



GastroJournal  
8046 Zürich  
044/ 377 53 05  
www.gastrojournal.ch

Medienart: Print  
Medientyp: Fachpresse  
Auflage: 20'649  
Erscheinungsweise: 50x jährlich

Themen-Nr.: 721.024  
Abo-Nr.: 1094406  
Seite: 2  
Fläche: 98'887 mm<sup>2</sup>

manchmal geht diese zu Lasten der Rentabilität. Natürlich müssen wir unsere Kosten decken können, aber das Leben ist zu kurz, um nur dem Gewinn hinterherzurrennen. Das ist allerdings nur möglich, weil wir ein Familienbetrieb sind – solange wir nicht so gross werden, dass wir an die Börse müssen, können wir eigenständig bleiben und Dinge aus eigener Kraft erschaffen.

Und doch expandieren Sie dynamisch... Das stimmt, aber wir machen den Schritt nie länger als unser Bein. Die Unternehmung sollte stets überblick- und führbar bleiben. Im Moment legen wir mehr Wert auf eine Standortoptimierung als auf eine Expansion: Wir möchten die bestehenden Betriebe noch besser führen und qualitativ aufwerten. Zudem werden wir sicher den einen oder

anderen kleineren Betrieb aufge-

« **Es ist schade, dass es in Zürich keine Wirteprüfung braucht** »

ben. Unsere kritische Umsatzquelle liegt zwischen 2,5 und 3 Millionen Franken – wenn ein Restaurant weniger Umsatz macht, können wir damit unsere Kosten nicht decken. Für die Mitarbeitenden hat das allerdings keine Konsequenzen – diese können wir weiterbeschäftigen.

Apropos Betriebsschliessung: Welche Fehler beobachten Sie in der Gastronomie häufig?

In unserer gesättigten Wohlstandsgesellschaft sind die Anforderungen an die berufliche Kompetenz sehr

hoch. Jeder hat das Gefühl, er könne ein Restaurant führen – darum gibt es viele Quereinsteiger. Diese tun zum Teil der Innovation gut, aber sie unterschätzen oft, wie viel Zeit und Geduld es braucht, um einen Betrieb zu führen. Ich finde es eigentlich schade, dass es in Zürich keine Wirtprüfung braucht – die würde allen guttun. Ich vergleiche den Gastwirt oft mit einem Arzt: Beide haben mit «Restauration» zu tun, der Arzt stellt ja quasi den Körper wieder her. Und doch muss er viel strengere fachliche Voraussetzungen erfüllen als der Gastwirt, obwohl dieser ebenfalls eine hohe Verantwortung gegenüber Gästen und Mitarbeitenden trägt. Ich fände einen anspruchsvollen Lehrgang in der Gastronomie sinnvoll. Mit der positiven Konsequenz, dass das Leistungsniveau steigen würde.

### Ein Lieblingsrestaurant



Das Casa Ferlin in Zürich ist für Rudi Bindella ein Musterbeispiel italienischer Kultur. In diesem Familienbetrieb steht der Vater am Herd und der Sohn an der Front. Die Küche sei italienisch, authentisch, klassisch – und qualitativ hervorragend. «Es scheint fast aus der Zeit gefallen, aber die Gäste schätzen es», sagt Bindella. **cb**