

Zürcher Sushi rollt gegen Westen

In Bern hat die erste «Yooji's»-Filiale ausserhalb des Kantons Zürich eröffnet. Die Expansion des erfolgreichen Sushi-Konzeptes soll von der Hauptstadt aus weiter führen.

SABRINA GLANZMANN

Edamame? Als Marc Saxer und Daniel Kehl den beliebten japanischen Sojabohnen-Snack als Erste in die Schweiz importierten, mussten sie in den frühen 2000er-Jahren noch ziemlich Aufklärungsarbeit leisten. Die Gastro-Unternehmer hatten gerade die erste Filiale ihres Sushi-Konzeptes «Yooji's» im Zürcher Seefeld eröffnet, aber die ersten Gäste waren noch wenig sensibilisiert auf Maki, Sashimi, Nigiri und Begleiter. Heute, 13 Jahre später, stehen Edamame längst in den Kühlregalen der hiesigen Grossverteiler, und «Yooji's» hat sich in Zürich und Winterthur mit fünf weiteren Filialen im Markt und in der Gruppe Two Spice AG von Saxer und Kehl (siehe Box) etabliert.

Nun wagt man erstmals den Sprung über die Kantonsgrenze: Seit einem Monat steht im Berner Freizeit- und Einkaufszentrum Westside auf 140 Quadratmetern der siebte Ableger des Schweizer Sushi-Systemers. Eigentlich, so erzählt Co-Gründer und Inhaber

Marc Saxer, sei eine Schweizer Expansion «nicht wirklich auf dem Radar» gewesen, der Zürcher Gastrobetreiber und sein Geschäftspartner Daniel Kehl waren direkt von der Besitzerin und Migros-Tochter Neue Brünen AG angefragt worden, die Migros kannte sie von der Filiale im Glattzentrum. Für «Yooji's» kommen zwar nicht nur Hochfrequenzlagen infrage; an der Zürcher Josefstrasse im Kreis 5 steht das Restaurant mitten im Quartier, generell müssten «das Gebäude und der Charme stimmen, sonst nützt die beste Lage nichts», sagt Marc Saxer. «Beim Westside waren wir aber sofort interessiert, weil das Zentrum eines der schönsten hierzulande und für unser Konzept ideal ist.»

Tuna aus den Philippinen, Schockgefrieren in Kloten

Dennoch: «Offen gesagt machte es mir schon Bauchweh, mit Bern an einem Ort zu eröffnen, wo die Leute uns und wir sie nicht kennen. Das Beizen-Business hat sehr viel mit Persönlichkeit und Vertrauen zu tun, gerade auch beim Frischprodukt Sushi», sagt Marc Saxer. Aber die erste Bilanz ist positiv, man habe weit über den Erwartungen gestartet, mit «quasi Vollauslastung».

Zum Konzept gehören das klassische Sushi-Laufband «Kaiten», Touchscreens für Bestellungen an jedem Platz und ein Take-away-Bereich. Die Preise der Gerichte



Mit Sushi als Kernprodukt halten sich die «Yooji's»-Betreiber seit 13 Jahren im Markt.

Bilder zvg

bewegen sich zwischen 4.90 Franken bis 12.90 Franken, kalkuliert je nach Waren- und Produktionsaufwand, und die Preiskategorien sind für den Gast jeweils farblich gekennzeichnet. Marc Saxer spricht von «fairen Preisen», schaue man sich die Einkaufs- und Verarbeitungphilosophie des Unternehmens an: Nebst dem Bezug über grosse Händler, welche die hiesigen Fischproduzenten beliefern, arbeite man vor allem direkt mit

«Es machte mir Bauchweh, in Bern zu eröffnen, wo wir die Gäste nicht kennen.»

Marc Saxer
Gründer und Inhaber von «Yooji's»



«Yooji's»-Gründerväter: Die Zürcher Gastro-Unternehmer Daniel Kehl (l.) und Marc Saxer.



Moderne Touchscreens am traditionellen Sushi-Laufband («Kaiten») in der Berner Filiale.

einzelnen, zertifizierten Produzenten zusammen und besuche sie auf den Philippinen oder Malediven vor Ort. Beim Tuna – Saxer betont, es werde nur Gelbflossen- und kein gefährdeter Blauflossenthunfisch bezogen – brauche es «bestenfalls 48 Stunden ab Fang, bis er bei uns auf dem Teller ist». Das für die Sushi-Herstellung zwingende Schockgefrieren des Fisches mache man an der eigenen Flüssigstickstoffanlage in der Manufaktur in Kloten selbst, «und weil wir diesen ganzen Prozess selber machen, rechnet sich das auch finanziell.»

Nächstes Projekt: Ein Pop-up-Store für zehn Tage in Arosa

Geschult werden die Sushi-Köche von Head Chef Christian Moor in Kloten, bevor sie in den Betrieben starten. Regelmässig treffen sich die Köche, um Ideen auszutauschen und Kreationen jenseits der Klassiker Tuna Maki und California Inside Outs auszutüfteln – «finden eine Idee alle gut, nehmen wir sie ins Programm auf», so Saxer. Zuletzt war das eine «Christmas Roll» mit Krevetten, Ketchup, Orange, Meerrettich und Sesam.

Und nun, wird die Schweiz weiter «yoojisiert»? Gehe es nach

Opening-Bonus und geschäftiger Weihnachtszeit im Berner Westside so positiv weiter, peile man gezielt weitere Standorte an – bereits geplant ist die Eröffnung einer Filiale im Hauptbahnhof Luzern diesen Herbst. Kommen den Samstag geht's aber erst mal nach Arosa: Dort sorgt bis am 19. Januar ein Pop-up-Store im Hotel Obersee für frisches Sushi in den Bergen.

Fakten Two-Spice-Gruppe mit 17 Betrieben

Yooji's ist ein Betrieb der Zürcher Two Spice AG. Der gelernte Koch Marc Saxer und der Betriebsökonom Daniel Kehl haben die Gastronomie-Gruppe 1990 gegründet. Heute umfasst sie insgesamt 17 Betriebe – darunter die Restaurants Bohemia, Nooba, Iroquois, Cheyenne und Toto in Zürich sowie die Weinhandlung Weindepot. Die Gruppe beschäftigt total rund 400 Mitarbeitende, bewirtschaftet jährlich ca. 2,5 Mio. Gäste und weist einen Jahresumsatz von 45 Mio. Franken aus. sag

News

App und Plattform für weniger Lawinenunfälle

Das Risikobewusstsein bei Schneesportlern soll durch ein kostenloses Lern- und Planungstool geschärft werden: Die Suva und das Institut für Schnee und Lawinenforschung (SLF) haben mit «White Risk» eine Webplattform und eine App fürs Mobiltelefon entwickelt. Profis und Laien, besonders Tourenfahrer und Freerider, sollen mit den Hilfsmitteln mehr über Lawinen lernen, SLF-Bulletins abrufen und Touren planen können. In den letzten zehn Jahren wurden in der Schweiz über 2000 Personen von Lawinen erfasst.

Neues Designhotel «The Passage» ab März in Basel



The Passage

Am 10. März eröffnet am Steingraben 51 in Basel das Designhotel **The Passage**. Laut Mitteilung soll es «eine Bereicherung unter den Basler 4-Sterne-Hotels» sein. Neben 52 Zimmern wird es eine Suite und drei Lofts haben. Das Haus führt Julien Baly, der auch Hoteldirektor im Boutiquehotel D in der Rheinstadt ist. Für die Architektur des Neubaus und das Interior Design zeichnen die Architekten Marilii Santos-Munné und Lorenz Wyss verantwortlich – sie bauten auch das «Stucki» im Bruderholz mit Chef Tanja Grandits um.

Gäste bewerten «Kronenhof» Pontresina als top



zvg

Das **Grand Hotel Kronenhof in Pontresina** ist «Die Nr. 1 des Landes»: Das 5-Sterne-Superior-Haus hat in der Hauptkategorie des «Holidaycheck Award 2014» gewonnen. In dieser Gruppe werden laut dem Bewertungsportal «die Besten der besten Hotels in 41 der beliebtesten Urlaubszielen besonders hervorgehoben». Der Award 2014 wurde für sechs Kategorien vergeben. Grundlage sind über 980 000 Bewertungen aus dem vergangenen Jahr.

Alle Schweizer Ausgezeichneten und die Kategorien:
www.htr.ch/holidaycheck

Bewilligung für Anbieter von Risikoaktivitäten

Seit 1. Januar gelten in der Schweiz strengere Regeln für Risikosportarten. Betriebe und Personen, die Aktivitäten wie zum Beispiel Hochtouren, Klettern, Riverrafting oder Bungee-Jumping gewerbmässig anbieten, brauchen eine Bewilligung. Gewerbmässiger Anbieter ist, wer jährlich über 2300 Franken Einkommen erzielt. Zudem gilt es, eine Berufshaftpflichtversicherung von mindestens 5 Mio. Franken abzuschliessen. Eine Liste auf der Website des Bundesamtes für Sport (BASPO) zeigt, welche Anbieter die nötige Bewilligung und Ausbildungen haben. sag

Ein Filmfestival für Saas-Fee

Eine Walliser Destination geht neu cineastische Wege: Im März findet das erste «Saas-Fee Filmfest» statt. Produktionen aus fünf Ländern sollen die Gäste begeistern.

SABRINA GLANZMANN

Der Frühling 2014 bringt Saas-Fee einen frischen Kulturevent: Vom 19. bis zum 23. März findet dort zum ersten Mal ein Filmfestival mit Wettbewerb im derzeit unbespielten Cinema Rex statt. Initianten und Leiter des «Saas-Fee Filmfest (SFFF)», so der offizielle Name, sind der Berliner Festivalmacher Stefan Fichtner und der einheimische Schauspieler Gabriel Zurbriggen. Sie wollen Spiel- und Dokumentarfilme aus der

Schweiz und den vier Nachbarländern Österreich, Deutschland, Frankreich und Italien zeigen.

Zu den Partnern gehören neben Gemeinde und Kanton unter anderem lokale Unternehmen wie Bergbahnen, Restaurants, Hotels sowie Saas-Fee/Saastal Tourismus als «Schnittstelle und Betreuer vor Ort», so Andrea Betschart, Manager Events & Animation bei der Tourismusorganisation. Die Finanzierung, zu der aktuell keine kon-

kreten Zahlen genannt werden, laufe vornehmlich über Sponsoren und die Partner. «Das Ziel ist, das Filmfest als jährlichen Event zu etablieren» erklärt Andrea Betschart. Neben Einzeltickets (15 Fr. Normalpreis, 12.50 Fr. ermässigt) und dem Festivalpass (140 Fr. normal, 130 Fr. ermässigt) verkauft Saas-Fee/Saastal Tourismus auch Packages (3 Tage ab 420 Fr., 5 Tage ab 767 Fr.) mit Übernachtungen, Skipass und Festivaleintritten. Sowohl Detailprogramm

als auch Fachjury, die für die Kürzung des dotierten Film-Hauptpreises verantwortlich zeichnet, sind noch nicht bekannt; laut Mitteilung bringe das Festival aber «aussergewöhnliche Filme, Filmemacher und Schauspieler nach Saas-Fee.» «Wir versprechen uns vom SFFF, Gäste, Fans und Einheimische gleichermaßen anzusprechen», sagt Andrea Betschart.

www.sfff.ch