

Aktuell

**CITY Regionalausgabe Stadt Zürich**

## **«Leute machen versteckt Fotos vom Lokal»**

**Vor fünf Jahren wurde das Globus-Restaurant am Bellevue eröffnet. Heute ist es eines der profitabelsten Restaurants Europas, sagt Geschäftsführer Peter Koller.**

### **Mit Peter Koller sprach Janine Hosp**

Herr Koller, vor fünf Jahren hat der Globus am Bellevue eröffnet, und heute, so scheint es, verpflegt sein Restaurant die halbe Stadt plus Goldküste. Stimmt die These, dass es das profitabelste Lokal der Schweiz ist?

Ja, vielleicht sogar von Europa. Ohne überheblich sein zu wollen - wir erwirtschaften einen europaweiten Spitzenwert. Wir können es zwar nicht belegen, denn wir haben keine Zahlen dazu. Aber es kommen oft Fachleute aus ganz Europa zu uns, die unser Restaurant ansehen wollen, aus Paris, London, Italien, Deutschland. Und wenn wir ihnen ein paar Zahlen verraten, dann staunen sie nur.

Welche Zahlen sind das?

Nun, das ganze Haus erzielte vergangenes Jahr einen Umsatz von über 40 Millionen Franken, über ein Viertel davon alleine das Restaurant mit 350 Quadratmetern. Der Umsatz ist doppelt so hoch, als wir im Voraus angenommen hatten. Wir verkaufen unter anderem jeden Tag 300 Salate, über 2000 Stück Sushi, 450 Wok-Menüs und 300 Portionen Patisserie.

Sie haben von morgens um 7 bis Mitternacht offen. Der Stuhl, auf dem ich sitze, können Sie zig Mal pro Tag belegen.

Ja, das könnte man berechnen - wir haben täglich etwa 2000 Gäste und im Lokal drinnen 124 Sitze. Die Mittagszeit wird immer kürzer, die Leute bleiben im Durchschnitt nur noch 20 bis 25 Minuten.

Haben Sie deshalb mehrheitlich Barhocker? Damit die Leute nicht zu lange sitzen bleiben? So müssen sie sich gar nicht mehr richtig setzen, sondern können wie bei der Tramhaltestelle nur noch anlehnen.

Die Projektgruppe hatte zwei Stühle zur Auswahl - einen bequemen und einen unbequemen. Sie hat ganz bewusst den bequemen gewählt. Aber glauben Sie mir, das hat im Team für grosse Diskussionen gesorgt. Die einen meinten, es müsse alles schnell gehen und es dürfe nicht zu gemütlich werden. Die anderen wollten einen wertigen, einen bequemen Stuhl. Und das ist er auch, oder? Sonst kommen die Leute ein-, zweimal, und dann sehen wir sie nicht wieder. Es stimmt aber schon, das Restaurant lädt sicher nicht dazu ein, sieben Stunden hier zu bleiben, in den Stosszeiten ist es recht eng hier.

Sie machen auf kleinen Raum einen hohen Umsatz. Sie würden vielleicht mehr verdienen, wenn Sie das ganze Haus zu einem Restaurant machen.

Wir haben letztes Jahr die Papeterie aufgehoben. Mit den zusätzlichen 50 Quadratmetern konnten wir unser Angebot an Patisserie und Sushi vergrössern - wir bieten unserer Kundschaft nun Running Sushi an, Sushi auf dem Förderband. Aber es ist nicht die Idee, das ganze Warenhaus zu einem Restaurant zu machen. Globus am Bellevue ist ein Lifestylehaus für Savoir-vivre und Genuss. Es ist dieser Mix, den unsere Gäste schätzen.

Was ist es, was die Restaurant erfolgreich macht?

Es ist einmal das Angebot; die Gäste können schnell und unkompliziert etwas auf hohem Niveau essen. Es ist aber auch die Atmosphäre, sie hat etwas Grossstädtisches. Und es ist ganz bestimmt auch die Lage; bis zu 75 000 Personen verkehren hier täglich. Unser Haus hat aber auch den

Standort aufgewertet. Andere Unternehmen haben inzwischen ebenfalls erkannt, dass er Potenzial hat, und sind am Bauen. Diese Entwicklung hat aber mit uns begonnen, vorher hatte der Ort eine ganz andere Qualität.

Hat Globus das Konzept selber erstellt - oder gut kopiert? Die langen Tische oder die Wok-Gerichte erinnern sehr an das Lily's an der Langstrasse.

Die Projektgruppe hat das Konzept selber entwickelt. Ihre Mitglieder haben viel diskutiert, sind gereist und mit vielen Bildern heimgekommen. Diese riefen sie dann in den Diskussionen ab. Ja, sie sind tatsächlich auch ins Lily's gegangen und haben gedacht: So könnte es sein. Im Unterschied zum Lily's ist unser Lokal aber nicht bedient. Am Ende ist die Projektgruppe von vielen Projekten inspiriert worden, von den Tapas-Bars in Barcelona oder der Wok-Küche Kelly & Ping in New York. Dort war es das Bild der züngelnden Flamme unter dem Wok, das geblieben ist. Auch eine Salatbar in New York hat die Gruppe angeregt, wo man seinen Salat selber zusammenstellen lassen kann. Dort war die Einrichtung aber richtig übel. Wir haben jedoch nirgends ein fertiges Konzept gefunden, das wir hätten übernehmen können. Inzwischen werden nun wir kopiert - die hohen Barhocker, unsere verschiedenen Counter oder auch das Interieur treffen wir in anderen Lokalen immer wieder an. Und manchmal sehen wir auch, wie Leute versteckt Fotos von unserem Lokal machen. Aber das Interesse ist für uns eine Ehre.

Sie warben im Vorfeld mit dem Slogan «Fastfood für die Goldküste». Günstig ist das Essen tatsächlich nicht.

Bei uns wird alles frisch produziert. Die Patisserie zum Beispiel wird aufwändig von Hand gemacht. Bei uns hat Qualität Vorrang, und das hat seinen Preis. Es stimmt, dass wir die Preise seit der Eröffnung punktuell angehoben haben, aber nicht künstlich. Sie sind alle fair kalkuliert, das ist uns wichtig.

Ist die Goldküste nun gekommen?

Ja, die haben wir sicher im Haus, aber nicht nur. Unser Lokal ist ein eigentlicher Treffpunkt von ganz verschiedenen Gruppen geworden. Bei uns kehrt das Publikum des Opernhauses vor der Premiere ein, Studenten nach der Vorlesung, Anwälte legen hier nach einem strengen Tag einen Stopp auf dem Heimweg ein. Das Spezielle unseres Lokals ist die Mischung des Publikums.

«Der Umsatz ist doppelt so hoch, als wir im Voraus angenommen haben.»