

DR. WOLF WAGSCHAL, INHABER VON WORLDWIDE HOSPITALITY MANAGEMENT

MIT HAND UND HERZ

Dr. Wolf Wagschal ist seit über 20 Jahren in der Schweizer Gastroszene tätig und hat in dieser Zeit viele spannende Konzepte entwickelt. Er hat sich vom Tellerwäscher zum CEO hochgearbeitet und ist heute ein begeisterter Unternehmer in mehreren Bereichen. Wolf ist an verschiedenen Unternehmen beteiligt – von der Beratung bis hin zu Immobilien – und nutzt sein grosses nationales und internationales Netzwerk, um Menschen zu verbinden.

VON URS HUEBSCHER



Geschäftsführer»: Herr Wagschal, warum war und ist aus Ihrer Sicht das Konzept HATO in Zürich und St. Moritz noch immer so erfolgreich?

Dr. Wolf Wagschal: Das Gastro-Konzept HATO hat sich einen guten Ruf erworben und begrüsst viele treue Gäste, für die wir sehr dankbar sind. Wir sind stolz auf die Qualität – und während der Pandemie, als die Menschen es leid waren, Pizza oder andere Standardgerichte zum Mitnehmen zu bestellen, wandten sie sich an uns, weil sie etwas Besonderes suchten. Wir planen in diesem Frühjahr / Sommer die Eröffnung eines weiteren HATO in der Schweiz in einem Fünf-Sterne-Hotel und gegen Ende des Jahres in Deutschland im Rahmen einer Partnerschaft. Wir arbeiten an der Version 2 von HATO, die ein schlankes und frisches Aussehen hat und verschiedene Fusionen anderer Küchen in unserem pan-asiatischen Stil verwendet. Wir versuchen, sehr persönlich zu sein, und bieten einzigartige Dienstleistungen wie personalisierte Servietten mit dem Namen des Gastes für unsere Stammgäste sowie verschiedene Möglichkeiten für private Dinners, die sehr beliebt sind und oft genutzt werden. Das HATO St. Moritz ist ein Ganzjahresbetrieb geworden und nicht nur im Winter, sondern auch in einer leichteren und kleineren Version im Sommer geöffnet.

Wie sind Sie während der Pandemie mit den Unternehmen, an denen Sie involviert sind, zurechtgekommen?

Am wichtigsten war es, die guten Mitarbeiter zu halten, und das ist uns bei über 90 Prozent der Belegschaft gelungen. In Zürich haben wir sofort einen hochwertigen Imbiss und Lieferservice eingerichtet, der sehr erfolgreich war. Wir haben unsere Kosten so niedrig wie möglich gehalten und viele private Caterings durchgeführt. Auch im Baur au Lac hat man mit dem Lieferservice begonnen, was seit 1844 nicht mehr gemacht wurde und sehr erfolgreich ist. Generell sind wir jetzt noch stärker und bereit für die hoffentlich baldige Rückkehr zur Normalität.

Wie haben Sie es persönlich in diesen zwei Jahren Pandemie in Ihrem Privatleben geschafft, zufrieden zu sein? Was hat Sie motiviert?

Nach zweimal Covid und einem schlimmen Unfall auf Ibiza bei dem ich fast gestorben bin, habe ich erkannt, dass das Leben sehr kurz ist und man dankbar sein muss, gesund zu sein, gute Freunde zu haben und am Leben zu sein. Das war ein grosser Augenöffner für mich.

Wie bleiben Sie gesund und stärken Ihr Immunsystem und die psychische Gesundheit?

Jeden Morgen Zitronenwasser sowie Kurkuma, Ingwer und Pfeffer. Ich nehme viele wichtige Vitamine ein, um das Immunsystem zu stärken. Ich gehe mehrmals in der Woche in der Natur spazieren, trainiere zu Hause im Fitnessstudio mit einem Personal Trainer. Ich versuche, Atemübungen zu machen, und ich meditiere regelmässig. Ich versuche immer, positiv zu denken und mich mit gleichgesinnten Menschen zu umgeben. Ich ver-



suche, viel zu lesen und mir Zeit für mich selbst zu nehmen. Ausgeglichenheit ist das A und O!

Sie sind einer der Autoren des neuen Buches «THE WAY to Success» mit verschiedenen Unternehmern. Können Sie uns etwas darüber verraten?

Das Buch wird 2022 erscheinen und handelt von der Reise eines Menschen im Leben. Es handelt von den Höhen und Tiefen des Lebens und vom Überleben. Es enthält Beiträge von zehn Unternehmern und anderen, die einfach ihre Geschichte erzählen. Es ist mir eine Ehre, dass ich gebeten wurde, zu diesen grossartigen Menschen zu gehören. Erfolg ist nicht immer nur monetär; es geht auch darum, seinen Weg und die Balance zu finden, um inneren Frieden zu finden und glücklich zu sein.

Was sind Ihre Prognosen für das Gastrogewerbe im Jahr 2022 und wie wird sich die Gastro-Szene verändern oder bereits verändert haben?

Ich glaube, es ist noch lange nicht vorbei. Mit Home Office, weniger Veranstaltungen und vielen anderen Faktoren, die sich meiner Meinung nach in nächster Zeit nicht ändern werden, müssen wir über den Tellerrand hinausschauen und neu definieren, was wir tun und wie wir es tun. Die grösste Krise wird darin bestehen, Spitzenkräfte zu halten und zu gewinnen, die in diesen Jahren der Pandemie das Interesse am Gastrogewerbe verloren haben. Viele Betriebe werden nicht überleben können, wenn sie nicht über ein grossartiges Konzept, Spitzenpersonal sowie ein gutes Management und Marketing verfügen – ganz zu schweigen von treuen Kunden. Dies kann auch eine grosse Chance für uns alle sein, noch besser zu werden, unsere Produkte zu verfeinern und unser Personal noch besser zu schulen. ■

WWW.WWWH.CH