

EMOTIONAL INTELLIGENCE (EI)
Are Leaders Made or Born?

Dr. Wolf Wagschal

WERTE ZUM ERFOLG

10

DER MENSCH
HINTER DEM UNTERNEHMER

 **liebert**

AK NETWORKING & VERLAG



Meine ersten Führungserfahrungen machte ich natürlich in der Gastronomie. Ich habe in zahlreichen Restaurants in Kanada und später auch in Monaco gearbeitet. So richtig begann allerdings in Südfrankreich an der Côte d'Azur meine Management-Karriere. In Monaco trafen alle dem Jetset-Leben, ich auch. Doch zugleich war ich sehr erfolgreich als Manager und erhielt eine einmalige Anstellung als Berater. Diese verdanke ich einer Fügung. Ich lernte vor Ort sehr einflussreiche Leute kennen. Dazu zählte unter anderem Mike Power, ein erfolgreicher Geschäftsmann, amerikanischer Investor und langjähriger Schulfreund von Fürst Albert von Monaco. Im Betrieb ich in gastronomischen Themenfeldern. Eine großartige Erfahrung. Eine großartige Tätigkeit. Doch nicht jede Erfahrung im Disneyland für Erwachsene war gut. Deshalb beschloss ich, die Côte d'Azur zu verlassen und meiner eigenen Karriere zu folgen.

Ich kehrte in die Schweiz zurück, wo ich zunächst für die Candrian Catering arbeitete, dann für Autogrill und schließlich als Senior Manager bei der Kamer Gastronomie tätig war. Sehr lehrreiche Jahre, die mich jede Menge über Führung lehren ließen, aber auch darüber, wie ich meinen eigenen Mitarbeitenden in meinem eigenen Unternehmen einmal führen möchte.

Mit 35 Jahren lebte ich also in der Schweiz eine ziemlich große Firma. Alles war perfekt. Ich hätte so weitermachen können. Doch ich wusste, im Rückblick würde ich es bereuen, nicht jede Chance, die mir das Leben bot, wahrgenommen zu haben. Also beschloss ich, Entrepreneur zu werden und meinen Vorbildern zu folgen. Ich wollte raus aus meiner Komfortzone, etwas wagen und natürlich gewinnen. So kam es, dass ich 2003 mit vier Freunden mein eigenes Unternehmen, die Five AG, gründete. Alle vier waren erfolgreiche Finanzleute aus der Privatwirtschaft – ich war der einzige Fachmann aus dem Gastgewerbe. Wir waren Feuer und Flamme und eröffneten ein erfolgreiches Restaurant nach dem nächsten. Es lief. In den ersten vier Jahren kreierten wir sieben Gourmethermel. Dazu zählten das Five Gauche, die Stapferstube, die Rebe Herrliberg und die Rüsterei sowie die Mitarbeit an einer Vielzahl weiterer Projekte.

Ich bin sehr stolz darauf, dass damals die Zusammenarbeit mit dem Hotel Baur au Lac, einem 5 Sterne Luxushotel, begann. Diese hält mittlerweile seit über 18 Jahren. Was zunächst als Kooperation mit dem Five Gauche startete, wuchs über die Jahre zu einer Tätigkeit als Berater und Markenbotschafter. In dieser Rolle arbeitete ich direkt mit dem General Manager sowie der Eigentümerin Andrea Kracht zusammen, deren Familien das Hotel seit 1844 in der nunmehr siebten Generation führt. In all dieser Zeit habe ich mehrere General Manager erlebt. Drei an der Zahl. Es ist beeindruckend, wie sich das Hotel entwickelt hat – Tradition und State-of-the-Art wird gelebt. Ich habe das Haus für eines der besten der Welt.

In dieser Zeit hatte die Five AG fast 120 Mitarbeitende und wir erwirtschafteten über 12 Millionen Schweizer Franken Umsatz. Was wir alle zusammen jedoch nicht kommen sahen, war die Wirtschaftskrise. Sie traf uns mit voller Härte und ohne Plan B. Meine Partner und ich beschlossen, die Firma aufzugeben und ordentlich zu liquidieren.

Mit 40 Jahren, im Jahr 2009, war ich zu einem Neustart gezwungen. Es war mit Sicherheit keine einfache Zeit, ich war enttäuscht und niedergeschlagen. Das Ganze kostete mich nicht nur Ego, sondern auch viel Geld. Ich verlor fast meine kompletten finanziellen Ressourcen, was für mich eine Katastrophe war – meine Partner jedoch hatten ihre angesehenen Berufe sowie Unternehmen, auf die sie zurückgreifen konnten. Kurz: Ich saß alleine da. Ich hatte die Wahl: Liegen bleiben oder aufstehen und weitermachen. Ich bin ein Macher. Immer schon gewesen. "Wenn du zu Boden gehst, steh wieder auf. Immer und immer wieder. Solange, bis du dein Ziel erreicht hast." Das ist mein Mantra. Aufgaben ist daher für mich keine Option. Also habe ich die WW Worldwide Hospitality GmbH (WWWH) gegründet. Das Unternehmen steht im Dienst der Gäste, denn wir widmen uns dem Glück und der Zufriedenheit der Kunden. Damit das gelingt, braucht es gutes Personal, ein klares und einzigartiges Konzept und einen ehrlichen Führungsstil. Das ist unser Daily Business bei WW Worldwide Hospitality. So schaffen wir es, unserem gehobenen, äußerst anspruchsvollen Klientel Perfektion zu bieten.



Dr. Wolf Wagschal, 2010 WW Worldwide Hospitality GmbH

www.wwwh.ch

Erst Koch, Kellner sowie Barmann, danach Manager bis hin zum Geschäftsführer eines globalen Gastronomieunternehmens mit Leitung von über 350 Mitarbeitenden. Nahezu parallel ein Studium unter anderem an der renommierten Harvard University, an der nicht weniger renommierten Les Roches Universität mit Abschluss und an der European Business School. Es folgte ein duales Executive MBA-Studium an der European Business School und der Universität La Salle in den USA. Nur einige von zahlreichen Etappen auf dem facettenreichen Lebensweg von Dr. Wolf Wagschal.

Heute ist der Schweizer Kanadier seit mehr als 30 Jahren in der Gastronomie tätig. Als Inhaber und CEO von WW Worldwide Hospitality GmbH und Vorstandsvorsitzender der HATO Restaurants gehört er zu den kreativen Machern der kulinarischen Foodie-Szene. Zusammen mit seinem Team gelingt es ihm immer wieder aufs Neue, außergewöhnliche Konzepte zum Erfolg zu führen und damit seinem Motto "We create lifetime guests" gerecht zu werden.

Dr. Wolf Wagschal ist vielfältig engagiert – unter anderem ist er Vizepräsident der Cambridge Society of Food and Beverage Management (CFM), Mitglied der WPO International European Chapter und Mitglied der Cornell Hotel Society. Zu seinen Hobbies zählen Taekwondo, er hält mit den 2. Dan (schwarzen Gürtel), Tennis, Skifahren, Golf und natürlich seine Leidenschaft für gutes Essen sowie tolle Weine und Interior Design.

Dr. Wolf Wagschal wohnt in der Nähe von Zürich. Er liebt das Reisen nach Ibiza und Miami.

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 panasiatischen 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



Dr. Wolf Wagschal
CEO & Founder of WW World Hospitality GmbH
Entrepreneurship Award

Dr. Wolf Wagschal has been involved in gastronomy for 35 years. From his humble beginnings as a chef, waiter, he worked his way up to managing director for several multi-unit gastronomy operations. With the goal of creating value for investors and creating lifetime guests, Dr. Wagschal founded WW World Hospitality GmbH in 2010. The company is involved in hospitality, partnerships and consulting, with many of their operations appearing in top 5 lists for best restaurants in Switzerland.

Dr. Wagschal was educated at Harvard University and the Cornell University-School of Hotel Administration, and has an honors degree from the famed Swiss Hotel School "Les Roches". He also holds a dual MBA from EU Business School and La Salle University in Switzerland. His dissertation, centered around the topic of emotional intelligence, earned him a perfect 6.0 score and advancement for his Doctorate in Business Administration. He is a member of the WPO International Chapter. Wolf's hobbies include Tae Kwon Do (whereby he holds a second degree black belt). He resides in the countryside of Zurich and in Ibiza.

t
v
i
e
p
S,
ca
so
Ne
aff
ma
pro
con
just
and
and

After
tradi
Tesla
Roma
passic
eficial
conce
within
In 2010

MIT HAND UND HERZ

DR. WOLF WAGSCHAL

4 FRAGEN

Was gehört für Sie zu einem gelungenen Essen?

Wenn man die Speisekarte liest und alles bestellen will, das es gibt, und der Kellner freundlich ist und einen gern bedient: Das ist der Anfang eines gelungenen Essens. Dazu eine warme, sexy Atmosphäre bei der das Licht stimmt und die Musik gut ist. Das erschafft ein unvergessliches Ambiente.

Wie wichtig ist das Konzept, wenn man einen neuen Restaurant eröffnet?

Das Konzept ist sehr wichtig ... Gutes Essen allein reicht nicht aus und auch eine gute Location hilft nichts, wenn das Personal schlecht ist. Viele glauben, ein Restaurant zu eröffnen sei einfach, dabei ist es eine komplexe Sache. Ich habe in den letzten 20 Jahren über 33 Restaurants in verschiedenen Ländern eröffnet und 30 davon haben noch heute unter dem gleichen Namen und mit dem gleichen Konzept geöffnet. Warum? Weil die Konzepte für Menschen gemacht wurden und nicht für unsere Egos.

In der Zürcher Rüsterei haben Sie z. B. mit dem Architekten und Künstler Heinz Julen die Räume ausgestattet. Wie wichtig ist die Inneneinrichtung und das Ambiente, wenn die Küche schon gut ist.

In allen Konzepten, die ich erarbeitet habe, habe ich eng mit den Architekten, den Innenarchitekten und den Agenturen zusammengewirkt. Vom Geschäft bis zum Restaurant. Ein roter Faden muss alles harmonisch verbinden. Ganz zu schweigen davon, dass das Design auf die Funktion abgestimmt sein muss. Designer vergessen das gerne. Mein Vater war Architekt und Interior-Designer und ich glaube, dass ich mein Auge für's Detail und meine Leidenschaft für Design von ihm geerbt habe. Oft habe ich eine Idee, die wir mithilfe von Designern aufs Papier und dann in die Wirklichkeit bringen.

Was für gastronomische und kulinarische Trends dürfen wir in nächster Zeit erwarten?

Ich glaube, dass die Menschen ehrliches, echtes Essen wollen. Sie wollen wissen was sie essen. Das liegt, denke ich, an den Skandalen der letzten Jahre. Persönlich versuche ich so vegetarisch wie möglich zu essen, was in meinem Beruf nicht einfach ist. Wenn ich aber Fleisch esse, dann muss es das Beste sein. Von einem Tier, das gut gelebt hat, und natürlich Bio. Ich glaube, dass das kommen wird. Fleisch, Fisch und Geflügel sind einfach nicht nachhaltig und so wird sich der Markt entwickeln. Gesundes Essen, das schmeckt und Stil hat, wird die klassisch europäische Küche beerben.



Wolf Wagschal wurde schon zum Napoleon der schweizerischen Gastronomie getauft. Seine Umtriebigkeit prägt die kulinarische Landschaft der Eidgenossenschaft nun seit Jahren. Der Sohn von Auswanderern kehrte zum Studieren aus Kanada zurück nach Europa und finanzierte sich mit Aushilfsjobs seine Zeit in Harvard und Cornell. Schon mit 20 wird er zum Geschäftsführer, bald darauf CEO. Mit vier Freunden und Partnern startet er mit der FIVE AG in Zürich durch. Im Takt eröffnen sie ein Restaurant nach dem anderen und haben Erfolg. Das Rive Gauche, die Rüsterei und die Stapferstube schliessen Lücken in der Gastrowelt. Doch 2010 trennen sich die Wege und Wagschal orientiert sich mehr «in den Hintergrund». Als Investor und Konzeptentwickler ist er von «start to finish» an der Planung und Umsetzung von neuen Projekten beteiligt. Mit seiner neuen Firma Worldwide Hospitality verschreibt er sich ganz dem Glück und der Zufriedenheit der Gäste. Gutes Personal, ein klares Konzept und ein ehrlicher Führungsstil verbinden all seine Projekte. So schafft er es, international renommierte Mitarbeiter für seine Projekte zu gewinnen und seinen Gästen Bestes zu bieten.



WWZ

WHO IS WHO IN ZÜRICH

DIE 200 PROMINENTESTEN PERSÖNLICHKEITEN 2014



gastronomie

Wagschal Wolf

Er gehört zu den Machern der Zürcher Gastronomie. Als Berater war er 2014 unter anderem massgeblich an der Neueröffnung des Fine Dining Clubs «Alice Choo» beteiligt. Ein Jahr später folgen mit den Restaurants «HATO» in Zürich und St. Moritz zwei neue Highlights, die Wagschal ebenfalls mit der «Alice Choo»-Crew ins Leben ruft. Geboten wird gesunde asiatische Küche auf höchstem Niveau, laut Wagschal ohnehin der grosse Trend. Privat ist der gebürtige Kanadier mit Schweizer Wurzeln, der seit über zehn Jahren dem Hotel Baur au Lac beratend zur Seite steht, nach wie vor mit DJane Monica Babilon verlobt, die kürzlich vom Männermagazin Maxim unter die 100 schönsten Frauen der Schweiz gewählt wurde.



WOLF WAGSCHAL

Der Wolf Wagschal ist Kanadier mit schweizerischen Wurzeln. Seit rund 30 Jahren ist er sowohl in Nordamerika als auch in Europa in der Gastronomie vernetzt. Beginnend als Chefkoch, Köchlein, Backbeleg, hat er sich in die Position des Geschäftsführers eines sehr grossen Gastro-Betriebes hochgearbeitet. Wolf Wagschal ist spezialisiert auf die Wiederbelebung von Konzepten, was er in den letzten 15 Jahren zu beweisem Verständnis hat. Bereits im Alter von 19 Jahren hat er seine erste Arbeitsstelle in leitender Position an. Seither hat er über 35 verschiedene Restaurants geführt.

Wolf Wagschal studierte sowohl an der Harvard University als auch an der Cornell University-School of Hotel Administration. Er verfügt über einen Honorary Degree als «Hon. Member Restaurant» (HON. Member) und absolvierte auch seinen Dual MBA der European University und der La Salle Universität in der Schweiz. Seine Dissertation mit dem Thema "Emotionale Intelligenz - der Schlüssel zum effektiven Franchising" verschaffte ihm ein perfektes Ergebnis (A+) und brachte ihm die Doktorwürde in Betriebswirtschaftslehre an der beiden Universitäten. Seine PhD-These Emotionale Intelligenz war "Wunderschön gelungen" und sehr gelobt.

Die Stärken von Dr. Wolf Wagschal sind seine Führungsqualitäten und seine kreative Fähigkeit, sich etwas vorzustellen und es dann in die Tat umzusetzen. Er hat ein immenses Netzwerk von Kontakten auf lokaler und auch auf internationaler Ebene. Er ist ehemaliger Vizepräsident der Cornell Food Society (CFS), Vizepräsident der Cambridge Society of Food and Beverage Management (CSFBM), ehemaliges Mitglied der YPO (Young Presidents' Organization) und ehemaliges Mitglied der WFO (International European Chapter). Wolf Wagschal hat Hobbies und unter anderem Tau Kawa Du (Schweizer Gletsch) zweites Ge-

schlecht, Tennis, Skifahren, Golf, Reisen, und natürlich eine Leidenschaft für Essen und Wein.

AKTUELLE PROJEKTE:

- Neues Projekt in Planung in der Weihnachtszeit (2014) - (Diverse Gastro)
- BEVE GASTRO & BEVE GASTRO TERRASSE in BAUBAU AU LAC
- BRASSERIE & OF MORITZ (St. Moritz im August 2014)
- FORTINACH Patis & Pastry in Moritz (geplant Dezember 2014)
- TUCKERSON Bars, Zürich und Pop up
- Diverse Verwaltungsaufträge und Consulting Projekte

• mehr Infos unter: www.ww.ch

PHOTO: © - PHOTOGRAPHY/CHRIS COOPER

- 27 -



INTERVIEW

1. Sagen Sie sich als Gastronom oder eher als Geschäftsmann?
Nur alleine als Restaurant zu arbeiten geht nicht mehr. Ich sehe mich als Geschäftsmann mit Passion zur Gastronomie, mit einem Dream-Team eines Restaurants. **ICH BIN EIN DETAIL FREAK!**

2. Was sind die größten Trends?
Es entsteht in der Gastro-Szene ein neuer Trend, welcher in Richtung "gründer erben" geht. Die Menschen haben mittlerweile das Vertrauen zum Essen verloren. Demgegenüber gibt es immer mehr „organic & real food“. Es ist ein Bedürfnis nach Essen ohne Zusätze, ohne Glutamat und ohne Konservierungsstoffe, entstanden. Das sieht man auch bei den Fast-Food-Ketten. Diese verlieren an Kundenzahl und müssen langfristig das Konzept umdenken.

3. Wie wichtig ist Social-Media für den Gastrobereich überhaupt?
Prüfer hat man besonders eine Nachricht geschickt und oft geschrieben, wo man sich gerade befindet und was man gerade ist. Highlight markieren die Gäste den Standort, machen Fotos von den Gerichten und posten es sofort. Social-Media ist also sehr wichtig und ja, ich bin ein Fan von Social-Media.

4. Was macht Dr. Wolf Wagschal in 10 Jahren?
Ich hoffe, dass ich dann weiterhin gesund bin, damit ich mit dem Weltrekord kann was ich liebe. **WE CREATE LIFETIME GUESTS!**

5. Welche Location in der Schweiz würden Sie unseren Lesern empfehlen?
Selbstverständlich empfehle ich die Bise Grotte oder Bise Grotte Tavernen. Das Restaurant befindet sich im Mittelbau an Lac und natürlich das HÄTÜ (Namenlos) bei „Zürich geht aus“, „Kreuz und Joch“-Mitteln.

6. Man sagt, dass hinter jedem erfolgreichen Mann eine starke Frau steckt. Wie ist das bei Wolf Wagschal?
Nach der 6-jährigen Beziehung mit Monica Behler (D) und von der Monica Schwitz (D) als eine der erfolgreichsten Frauen gewählt, freue ich mich auf neue Herausforderungen, welche mich auf mich zusammen werden. Besonders aber freue ich mich auf die Zeit, welche ich jetzt für meine Gesundheit und meine Hobbies habe und auf die Zeit in meiner zweiten Heimat in China.

BITTE WÄHLEN SIE EIN STICHWORT AUS:

PEPSI ODER COCA-COLA:
Weder noch, ein lebendes Wasser oder ein fruchtiger Saft

WINDOWS ODER MAC:
Mac

WINTER ODER SOMMER WINTER:
Winter. St. Moritz, Sommer Zürich/Genève

TAG ODER NACHT:
Ich empfehle auf und für ein Nachtessen

- 28 -



HATO
Fine Asian Cuisine
 Brandschenkestrasse 20
 8001 Zürich
 +41 (0)44 280 18 80
 zurich@
 hato-restaurants.com
 hato-restaurants.com

HATO St. Moritz
 Posthaus, Via da Vout 3
 7500 St. Moritz
 +41 (0)81 838 00 00
 st.moritz@
 hato-restaurants.com

Aktuelle Informationen
 über geltende Öffnungs-
 zeiten, kulinarische
 Angebote und Veranstal-
 tungen finden Sie
 zu jeder Zeit auf unserer
 Website
 hato-restaurants.com

HATO

Panasiatisches Lebensgefühl hat einen Namen: HATO

Asiatische Gastronomie definiert sich ja meistens über sein Herkunftsland: man geht zum Thailänder oder Chinesen. Das HATO hat sich aber nicht einfach einer gastronomischen Richtung sondern einem Lebensgefühl verschrieben.

Entsprechend wäre es auch falsch, HATO einfach als Restaurant zu bezeichnen. HATO steht für Gerichte, welche minutiös rezeptiert sind und an denen so lange gearbeitet wird, bis sie schlicht und einfach perfekt sind. Wer schon mal den Crispy Aromatic Duck Salad probiert hat, weiss von was wir sprechen: knapp 30 Zutaten werden zu einem Gericht kombiniert, welches nicht besser gemacht werden kann.

Mit weniger als dem Perfekten gibt sich Innovator und Gastro-Macher Wolf Wagschal (Bild) auch gar nicht zufrieden. Zusammen mit dem Investor und Unternehmer Sébastien Le Page steht er für die HATO-Philosophie, welche nicht nur für überdurchschnittliche Gastronomie und zufriedene Kunden steht. Auch die

Zufriedenheit der Mitarbeiter ist eine tragende Säule des Konzeptes: nur wenn sie echte Wertschätzung erfahren, sind sie auch enthusiastische Gastgeber.

Dr. Wolf Wagschal, welcher weltweit schon viele Gastronomie- und Hospitality-Projekte zum Erfolg gebracht hat, weiss, dass erfolgreiche Projekte immer auch nachhaltig sein müssen, um mehr als ein Hype zu sein. Entsprechend plant er die Expansion von HATO. Als nächstes steht die Eröffnung in einem Luzerner Fünf-Sterne-Boutique-Hotel an und anschliessend steht Düsseldorf auf dem Plan, wo das HATO Ankermieter im «The Cradle» wird, das erste Holzhybrid-Bürogebäude, welches weit über die Region Aufsehen erregt.

Dass diese Philosophie aufgeht, beweist auch der Erfolg während der Lockdowns. Kaum ein Restaurant wurde so häufig für kleine private Anlässe und Caterings genutzt wie das HATO: der Umsatz blieb nahezu auf dem üblichen Niveau. Trotzdem sind wir froh, können wir wieder auf der schönen Terrasse geniessen.



HATO neu in «The Hotel» in Luzern

HATO Luzern
The Hotel
 Sempacherstrasse 14,
 6002 Luzern
hato-restaurants.com/luzern
luzern@hato-restaurants.ch

Öffnungszeiten
Restaurant
 Di - Fr 11:45 - 14:00
 Di - Sa 18:00 - 24:00
Bar & Lounge
 Di - Do 15:00 - 24:00
 Fr & Sa 15:00 - 01:00

Mit Fine Asian Cuisine hat sich HATO über die Jahre einen Namen gemacht. Die Erfolgsgeschichte des in Zürich und St. Moritz lancierten Gastroerlebnisses wird nun in Luzern fortgesetzt. Das vom französischen Stararchitekten Jean Nouvel geprägte Boutiquehotel «The Hotel» ist neu Schauplatz für die kulinarischen Kreationen von HATO Executive Chef Alfredo Pena.

Feine Aromen aus aller Welt

Mit seinem konsequent umgesetzten Konzept «unique & inspiring» traf HATO in Zürich nicht nur unseren Geschmack, sondern auch den einer kosmopolitischen Klientel. Das Restaurant ist bekannt für exquisite Genüsse und exotische Aromen, mit Sorgfalt inszeniert von seinen talentierten Chefs. HATO vereint die Aromen der panasiatischen Küche mit Designeinflüssen aus Japan und Gastronomie-Inspirationen aus der ganzen Welt. Seinen Ursprung fand das Restaurant im Geschäftsviertel von Zürich und schon bald folgte ein zweiter Standort im Wintertourismusort St. Moritz.

Luzern als neue Oase für Design- und Kulinarikfans

Im «The Hotel» Luzern, dessen Architektur die unverkennbare Handschrift von Jean Nouvel trägt, werden künftig auch panasiatische Delikatessen genossen. Für das Interieur war die renommierte Solothurner Interior Designerin Judith Schleicher zuständig. Sébastien Le Page und Dr. Wolf Wagschal (Bild Mitte) – das Duo hinter dem Konzept – können ihren Stolz über das Ergebnis schlecht verstecken und loben die Kombination des bewährten HATO-Styles mit dem puristischen Stil von Judith Schleicher.

Für die Umsetzung der kulinarischen Kreationen von Executive Chef Alfredo Pena in Luzern konnte HATO mit Jordi Gasó (Bild rechts) einen Koch von Welt engagieren. Aufgewachsen in Mexiko und Kolumbien, sammelte der ambitionierte Gastronom Erfahrungen bei renommierten Chefs rund um den Globus und spezialisierte sich in den letzten Jahren auf die panasiatische Küche. An der Front wird Patrik Pieger (Bild links), der sein Können bereits in der Villa Honegg unter Beweis stellte, die Gäste begeistern.

Wir freuen uns, dass wir die HATO-Hits wie den Crispy Duck Salad oder die bekannten Sushikreationen auch in Luzern geniessen können. (tw)

HATO



Dr. Wolf Wagtschal

LET'S GO CELEBRATE!

DER CH-KANADIER IST EIN MIT ALLEN WASSERN GEWASCHENER GASTRONOMIE-PROFI. DAS EHEMALIGE GRÜNDUNGSPARTNER DER SCHWEIZER FIVE AG BESITZT HEUTE MIT WW WORLDWIDE HOSPITALITY SEINE EIGENE MARKETING & EVENT-FIRMA, DIE FÜR KUNDEN KREATIVE UND PRESTIGE TRÄCHERIGE GASTRONOMIE ENTWICKELT. ABER AUCH AN ZAHLREICHEN ANDEREN NATIONAL UND INTERNATIONALEN PROJEKTEN IST DER UMBREICHIGE UNTERNEHMER BETEILIGT. WELCHE DAS SPIND UND WAS MAN IN DIESEM HARTEN BUSINESS HEUTE ALLES BEACHTEN SOLLTE, BEANTWORTET UNS DR. WAGTSCHAL AUF DEN FOLGENDEN SEITEN.

Von Lisa Hübner

Wolf Wagtschal, sagen Sie uns doch etwas in Ihrer Muttersprache. Wie kam es zu Ihrer Berufung? Ich bin heute ursprünglich aus Kanada, meine Eltern kamen aus der Schweiz, und ich bin heute ein Schweizer. Ich war in der Schweiz in der Lebensmittelbranche tätig, bis ich nach Zürich kam, um an der Universität zu studieren. Ich habe dort einen Bachelor in Business Administration und einen Master in Marketing. Ich habe dann in der Schweiz gearbeitet, bis ich nach Zürich kam, um an der Universität zu studieren. Ich habe dort einen Bachelor in Business Administration und einen Master in Marketing. Ich habe dann in der Schweiz gearbeitet, bis ich nach Zürich kam, um an der Universität zu studieren.

Wie sieht es mit der Zukunft der FIVE AG aus? Wie ist die Idee dazu entstanden? Die FIVE AG ist ein Unternehmen, das sich mit der Entwicklung von Restaurants beschäftigt. Ich habe mit einem Partner begonnen, der ein Restaurant in Zürich hatte. Ich habe dann gesehen, dass es in Zürich viele Restaurants gibt, die nicht erfolgreich sind. Ich habe dann gesehen, dass es in Zürich viele Restaurants gibt, die nicht erfolgreich sind. Ich habe dann gesehen, dass es in Zürich viele Restaurants gibt, die nicht erfolgreich sind.



Die FIVE AG hat ein Restaurant in Zürich.

Und was machen Sie denn jetzt gerade? Ich bin heute ein Unternehmer. Ich habe ein Unternehmen gegründet, das sich mit der Entwicklung von Restaurants beschäftigt. Ich habe mit einem Partner begonnen, der ein Restaurant in Zürich hatte. Ich habe dann gesehen, dass es in Zürich viele Restaurants gibt, die nicht erfolgreich sind. Ich habe dann gesehen, dass es in Zürich viele Restaurants gibt, die nicht erfolgreich sind.

Gibt es denn bei Ihnen denn noch eine spannende Projekt? Ja, es gibt noch ein spannendes Projekt. Ich habe ein Unternehmen gegründet, das sich mit der Entwicklung von Restaurants beschäftigt. Ich habe mit einem Partner begonnen, der ein Restaurant in Zürich hatte. Ich habe dann gesehen, dass es in Zürich viele Restaurants gibt, die nicht erfolgreich sind. Ich habe dann gesehen, dass es in Zürich viele Restaurants gibt, die nicht erfolgreich sind.



Was ist die Idee der FIVE AG? Die FIVE AG ist ein Unternehmen, das sich mit der Entwicklung von Restaurants beschäftigt. Ich habe mit einem Partner begonnen, der ein Restaurant in Zürich hatte. Ich habe dann gesehen, dass es in Zürich viele Restaurants gibt, die nicht erfolgreich sind. Ich habe dann gesehen, dass es in Zürich viele Restaurants gibt, die nicht erfolgreich sind.



Wie sieht es mit der Zukunft der FIVE AG aus? Die FIVE AG ist ein Unternehmen, das sich mit der Entwicklung von Restaurants beschäftigt. Ich habe mit einem Partner begonnen, der ein Restaurant in Zürich hatte. Ich habe dann gesehen, dass es in Zürich viele Restaurants gibt, die nicht erfolgreich sind. Ich habe dann gesehen, dass es in Zürich viele Restaurants gibt, die nicht erfolgreich sind.

Wie sieht es mit der Zukunft der FIVE AG aus? Die FIVE AG ist ein Unternehmen, das sich mit der Entwicklung von Restaurants beschäftigt. Ich habe mit einem Partner begonnen, der ein Restaurant in Zürich hatte. Ich habe dann gesehen, dass es in Zürich viele Restaurants gibt, die nicht erfolgreich sind. Ich habe dann gesehen, dass es in Zürich viele Restaurants gibt, die nicht erfolgreich sind.

Wie sieht es mit der Zukunft der FIVE AG aus? Die FIVE AG ist ein Unternehmen, das sich mit der Entwicklung von Restaurants beschäftigt. Ich habe mit einem Partner begonnen, der ein Restaurant in Zürich hatte. Ich habe dann gesehen, dass es in Zürich viele Restaurants gibt, die nicht erfolgreich sind. Ich habe dann gesehen, dass es in Zürich viele Restaurants gibt, die nicht erfolgreich sind.

Was ist die Idee der FIVE AG? Die FIVE AG ist ein Unternehmen, das sich mit der Entwicklung von Restaurants beschäftigt. Ich habe mit einem Partner begonnen, der ein Restaurant in Zürich hatte. Ich habe dann gesehen, dass es in Zürich viele Restaurants gibt, die nicht erfolgreich sind. Ich habe dann gesehen, dass es in Zürich viele Restaurants gibt, die nicht erfolgreich sind.

Wie sieht es mit der Zukunft der FIVE AG aus? Die FIVE AG ist ein Unternehmen, das sich mit der Entwicklung von Restaurants beschäftigt. Ich habe mit einem Partner begonnen, der ein Restaurant in Zürich hatte. Ich habe dann gesehen, dass es in Zürich viele Restaurants gibt, die nicht erfolgreich sind. Ich habe dann gesehen, dass es in Zürich viele Restaurants gibt, die nicht erfolgreich sind.

Wie sieht es mit der Zukunft der FIVE AG aus? Die FIVE AG ist ein Unternehmen, das sich mit der Entwicklung von Restaurants beschäftigt. Ich habe mit einem Partner begonnen, der ein Restaurant in Zürich hatte. Ich habe dann gesehen, dass es in Zürich viele Restaurants gibt, die nicht erfolgreich sind. Ich habe dann gesehen, dass es in Zürich viele Restaurants gibt, die nicht erfolgreich sind.

Wie sieht es mit der Zukunft der FIVE AG aus? Die FIVE AG ist ein Unternehmen, das sich mit der Entwicklung von Restaurants beschäftigt. Ich habe mit einem Partner begonnen, der ein Restaurant in Zürich hatte. Ich habe dann gesehen, dass es in Zürich viele Restaurants gibt, die nicht erfolgreich sind. Ich habe dann gesehen, dass es in Zürich viele Restaurants gibt, die nicht erfolgreich sind.

Was ist die Idee der FIVE AG? Die FIVE AG ist ein Unternehmen, das sich mit der Entwicklung von Restaurants beschäftigt. Ich habe mit einem Partner begonnen, der ein Restaurant in Zürich hatte. Ich habe dann gesehen, dass es in Zürich viele Restaurants gibt, die nicht erfolgreich sind. Ich habe dann gesehen, dass es in Zürich viele Restaurants gibt, die nicht erfolgreich sind.

Wie sieht es mit der Zukunft der FIVE AG aus? Die FIVE AG ist ein Unternehmen, das sich mit der Entwicklung von Restaurants beschäftigt. Ich habe mit einem Partner begonnen, der ein Restaurant in Zürich hatte. Ich habe dann gesehen, dass es in Zürich viele Restaurants gibt, die nicht erfolgreich sind. Ich habe dann gesehen, dass es in Zürich viele Restaurants gibt, die nicht erfolgreich sind.

Wie sieht es mit der Zukunft der FIVE AG aus? Die FIVE AG ist ein Unternehmen, das sich mit der Entwicklung von Restaurants beschäftigt. Ich habe mit einem Partner begonnen, der ein Restaurant in Zürich hatte. Ich habe dann gesehen, dass es in Zürich viele Restaurants gibt, die nicht erfolgreich sind. Ich habe dann gesehen, dass es in Zürich viele Restaurants gibt, die nicht erfolgreich sind.

Wie sieht es mit der Zukunft der FIVE AG aus? Die FIVE AG ist ein Unternehmen, das sich mit der Entwicklung von Restaurants beschäftigt. Ich habe mit einem Partner begonnen, der ein Restaurant in Zürich hatte. Ich habe dann gesehen, dass es in Zürich viele Restaurants gibt, die nicht erfolgreich sind. Ich habe dann gesehen, dass es in Zürich viele Restaurants gibt, die nicht erfolgreich sind.

Was ist die Idee der FIVE AG? Die FIVE AG ist ein Unternehmen, das sich mit der Entwicklung von Restaurants beschäftigt. Ich habe mit einem Partner begonnen, der ein Restaurant in Zürich hatte. Ich habe dann gesehen, dass es in Zürich viele Restaurants gibt, die nicht erfolgreich sind. Ich habe dann gesehen, dass es in Zürich viele Restaurants gibt, die nicht erfolgreich sind.

Wie sieht es mit der Zukunft der FIVE AG aus? Die FIVE AG ist ein Unternehmen, das sich mit der Entwicklung von Restaurants beschäftigt. Ich habe mit einem Partner begonnen, der ein Restaurant in Zürich hatte. Ich habe dann gesehen, dass es in Zürich viele Restaurants gibt, die nicht erfolgreich sind. Ich habe dann gesehen, dass es in Zürich viele Restaurants gibt, die nicht erfolgreich sind.

Wie sieht es mit der Zukunft der FIVE AG aus? Die FIVE AG ist ein Unternehmen, das sich mit der Entwicklung von Restaurants beschäftigt. Ich habe mit einem Partner begonnen, der ein Restaurant in Zürich hatte. Ich habe dann gesehen, dass es in Zürich viele Restaurants gibt, die nicht erfolgreich sind. Ich habe dann gesehen, dass es in Zürich viele Restaurants gibt, die nicht erfolgreich sind.

Wie sieht es mit der Zukunft der FIVE AG aus? Die FIVE AG ist ein Unternehmen, das sich mit der Entwicklung von Restaurants beschäftigt. Ich habe mit einem Partner begonnen, der ein Restaurant in Zürich hatte. Ich habe dann gesehen, dass es in Zürich viele Restaurants gibt, die nicht erfolgreich sind. Ich habe dann gesehen, dass es in Zürich viele Restaurants gibt, die nicht erfolgreich sind.

NEW YORK

Daily Food News from NYNYMag.com

10/25/07 at 2:20 PM

Swiss Restaurant Mogul Looks to Become Uppity Burger Baron



So this is what a gourmet burger looks like? Photo courtesy Dr. Wolf Wagschal

Among the high rollers we met at last night's [autism benefit](#) was a good-natured Swiss restaurateur with the formidable name of Dr. Wolf Wagschal. Wagschal was being shown around by our old pal Drew Nieporent (NOBU, Tribeca Grill etc), and we found ourselves chatting up the good doctor with his charming date the lovely Ivanka Trump about his plans. It appears that the famed "Restaurant Doctor of Switzerland" who by the way was educated in American best universities (Harvard & Cornell) has it in mind to create a gourmet, high-end, white-tablecloth restaurant devoted entirely to hamburgers. "It won't be like you have here, with your bacon cheeseburgers and so on," he tells us. "We will have a cordon bleu burger, a vitello tonnato burger, a mushroom-and-Brie burger, and so on. And it won't be like the DB burger either; it will be totally dedicated." Wagschal wants the restaurant, which he plans to open first in Switzerland, Germany and then possibly in the USA, to have the atmosphere of [Tribeca Grill](#). And who can blame him? But unless he serves one of *our* bacon cheeseburgers, we won't be going there. Vitello tonnato!

FILED UNDER: [NEWSFEED](#), [BURGERS](#), [DB BURGER](#), [DREW NIEPARENT](#), [TRIBECA GRILL](#), [WOLF WAGSHCAL](#)

Read more: [Swiss Restaurant Mogul Looks to Become Uppity Burger Baron](#) -- Grub Street New York



2 BUSINESS: Education

Be our guest *Switzerland*

As the hospitality industry bounces back, the Les Roches school in the Swiss Alps is training the next generation of industry stars. We check in for a stay.

WRITER
Grace Charlton

PHOTOGRAPHY
Riccardo Banfi

At some point between sampling the canteen's hibiscus financiers and hearing about students' internships in five-star hotels, it becomes clear that student life at Les Roches International School of Hotel Management is no run-of-the-mill university experience. Despite its remote location, nestled in the Swiss alpine community of Crans-Montana (population 10,000), the Les Roches hospitality and business school attracts a crowd that is overwhelmingly international. Students can be overheard laughing as they chat in Mandarin, Spanish, English and sometimes

all three; all of them smartly dressed in suits, pristine shirts and silk ties. Emre Doguoglu, a second-year student is one of MONOCLE's guides on a tour of the campus. He is back in Switzerland after completing a five-month internship at the Rosewood Miramar Beach in California. Together with Samuel John Bond, he guides us through a library, a media centre for students to get professional portraits taken and the sleek stainless-steel kitchens where cooking classes are taught. Chef Matteo Salas, the fine-dining instructor, can often be spotted snowboarding on nearby slopes. Salas isn't the only one. "I loved the concept of studying business and hospitality but also skiing at the weekend," says Doguoglu.

But life at Les Roches isn't all pâtisseries and saloppettes. The academy is in the world's top tier of hospitality schools. "Les Roches is an incredible platform for industry connections," says Bond, who did his placement at Oswald's, the London private members club. He's not wrong: the network of major global players that attend Les Roches careers day and snap up graduates speaks louder than any glossy prospectus. The LVMH

group, Accor, the Ritz-Carlton, Rosewood, Sofit House and Bloemberg all make a prize of competing to, as well as visiting nearby rivals Glion and the Ecole Hôtelière de Lausanne (EHL).

Given its facilities and the connections it offers, it's not surprising that Les Roches is where many aspiring hospitality professionals want to end up. Emily Svetitska Simons, 26, is in her first year of her bachelor's degree and tells *MONOCLE* that her aim is to one day become a skilled practitioner in what she calls "the old school artform that is being a concierge". "I've been dreaming about going to Les Roches," says Simons. "I've invested my time and everything to go to the school, getting myself involved in as many Les Roches events as possible." When we speak, Simons, who grew up in Vienna, is in her housekeeping work and already has three internship offers. "I think I'll go for the one in Portugal."

"With Les Roches the first thing that comes to mind is quality," says Nandevra Rai Byrne who works in talent acquisition for luxury hotel chain Six Senses. "We look for diversity and they're culturally aware of each other's nationalities. They have the insane ability to integrate so I can comfortably send them to Morocco, the Maldives or the Middle East."

The head of Málaga Tourism, Jonathan Gimeno Páez, concurs. "We have hundreds of Les Roches graduates on the Costa del Sol, which pushes us up in terms of the level of service and satisfaction of the visitors," he says. "What sets them apart? 'Details. And passion for service.'"

Les Roches opened its doors as an international boarding school in 1914, pivoting to tourism and hospitality in 1979 before moving towards a business-school model with an attention to customer service. Undergraduate programmes are the school's main draw, with 1,102 attendees, each paying about €200,000 for boarding, two compulsory semesters of work placements and three-and-a-half years of fees.

Les Roches's graduates will be even more in demand in the future. During the pandemic, rates of international travel plunged by 70 per cent. While the industry is recovering from the effect of years of closures and uncertainty – the UN World Tourism Organisation says that international tourism was at 57 per cent of pre-pandemic levels between January and July 2022 – its finances are still reeling.



The global industry's 2021 revenue of €1.2trn was still far short of the pre-pandemic level of €1.5trn in 2019. But if the global sector flattened when restrictions were imposed, the steady pace of teaching in Crans-Montana barely skipped a beat. "On a Friday we were advised to empty the campus," says Pablo Jesus Garcia Sanchez-Prado, teacher at Les Roches since 2014 and director of the school's innovation-focused think-tank Spark. "We have students of more than 100 nationalities and during the pandemic we were able to organise for them to study across different time zones remotely. We didn't lose a day of teaching."

Now teaching is back in person at Les Roches's campuses in the Swiss Alps, Marbella and Shanghai. With one faculty member for every 16 of its 2,500 students, attendees are plunged into the realities of hospitality work from their first semester. They're drilled with a customarily Swiss hands-on approach to teaching, learning the basics of housekeeping, creating cocktails in mixology classes. Early morning shifts at the canteen, which begin before breakfast, are a rite of passage.

While it's unlikely that graduates will become cleaners or bartenders, the importance of instilling the understanding of every process that takes place in a hotel is crucial. "Tourism is a very traditional industry," says Carlos Díez de la Lanza, the CEO of Les Roches. "Our model is very solid and well-trend. We cannot forget that this is a

"This industry is about relations and managing emotions. We're proud of the human touch and the communities we create"



Previous page
1. Les Roches International School of Hotel Management

This page
1. Lunchtime buffet
2. Breakfast buffet
3. Alumnus
4. Wolf Wagschal
5. Cooking class
6. Salma Mias
7. Students in staff
8. Robotic coffee server
9. Student at work



people-to-people industry. It's about relations and managing emotions." From the bellboy to the general manager, every person matters when it comes to elevating an experience for your customer, Díez says. "We're proud of the human touch and the communities we create."

The bonds between Les Roches's network of alumni – forged during classes and afterwards at alumni parties – remain strong for years after graduation. "When I see a job offer I always look out for my fellow alumni because I know the quality of education we're getting," says Salma Mias, who graduated in 2012 and is now based in Singapore working as the head of marketing for hospitality-technology-solutions company PIA Computer Systems. "We were always incentivised and encouraged to think for ourselves and felt empowered to speak up, to think, to innovate."

And for all its traditional appeal, Les Roches is attempting to do just that. The school launched its Spark initiative in 2020 and is hosting its annual Education Summit on the day of *MONOCLE*'s visit. Speakers from various industries – Silverius Cruise, Deloitte and Boutique Hôtellerie among them – take the stage and outline the challenge that the hospitality industry has in leveraging data and new software in figuring out what technological tools might enhance a fundamentally human experience. "Your priority is always adding value to your customers," says Susan Garrido, the head of Spark in Marbella. "It's about knowing when to stop."

With every passing year, it will only become more necessary for new cohorts starting their studies at Les Roches to be able to discern between gimmicks that only frustrate travellers and which elements bring an even more seamless experience – and with it, boost profits. "The pandemic was a problem and an opportunity at the same time," says Díez. "We're moving towards being a business school but with a certain agility and an understanding for customer service." — @