

«Gelungenes Design ist Vertrauenssache»



Christoph Abereggs Gastrokonzepte finden Anklang in der Einzel- und Gruppengastronomie. Für die Jelmoli-Molino Gruppe konzeptionierte er jüngst das neue Frascati, welches seit der Eröffnung bereits für einiges Aufsehen gesorgt hat. Aberegg reicht die Lorbeeren weiter an die Bauherrschaft.

*von Simon Bühler (Text)
und Axel Linge (Fotos)*

Salz&Technik: Herr Aberegg, das neue Frascati ist Ihr achttes Molino. Was ist Ihr Erfolgsrezept?

Christoph Aberegg: Ich denke der Erfolg liegt in der Kommunikation begründet. Als Vermittler zwischen Bauherrschaft, Planung und Ausführung bin ich auf Partnerschaften angewiesen, die von Vertrauen getragen sind. Sowohl mit der Molino Gruppe und den beteiligten Firmen stimmt die Chemie. Nur so sind wir zu derartigen Leistungen fähig. Gerade weil Gastronomiekonzepte stets unter einem extrem hohen Zeitdruck entstehen.

S&T: Wieviel Zeit blieb Ihnen für das Face-Lifting des Frascati?

Aberegg: Es war ein ziemlich sportlicher Zeitplan und weit mehr als ein Face-Lifting. Ausser dem Grundriss hatte ich nichts in der Hand. Nur den Auftrag, alles zu erneuern. Ende Dezember hat man eine Bemusterung gemacht. Davon ausgehend haben wir dann das ganze Lokal aufgebaut. Mitte Januar kamen die Handwerker. Drei Monate später war Eröffnung.

S&T: Wie gehen Sie mit dem hohen Tempo um?

Aberegg: Das hohe Tempo wird von den Mietverträgen diktiert. Weil das Lokal während des Umbaus geschlossen ist, muss man sofort mit der Umsetzung beginnen. Jeder

Umbautag bedeutet einen Tag Umsatzausfall. Dieser Temporausch geht manchmal schon sehr an die Substanz. Deshalb muss ich mir auch gut überlegen, wie viele und welche Arbeiten ich eigentlich annehmen will. Gerade wenn man, wie ich, gerne auch alternative Projekte verfolgt.

S&T: Sie haben aber nicht nein gesagt.

Aberegg: Sie haben nur eine Chance, wenn Sie eine Bauherrschaft haben, die akzeptiert, dass sich während der Bauphase noch vieles ändern kann. Im Fall von der Jelmoli AG Gastronomie habe ich einen Bauherrn, der sich nicht in jede Detailfrage einmischen will und der mir grundsätzlich Vertrauen ent-



«Die beste Werbung für ein Restaurant ist ein imposanter Gesamteindruck»: Christoph Aberegg.

gegen bringt. Anders geht es nicht, wenn Sie Entscheidungen unter derart hohem Zeitdruck fällen müssen.

S&T: Das Frascati war ein funktionierendes Restaurant. Weshalb hat man trotzdem einen derart grossen Umbauaufwand betrieben?

Aberegg: Die Kunst bestand darin, dass man die Stärken des Raumes bestehen lässt, aber die Materialien verbessert. Wir leben in einer stark medialisierten Epoche, wo sich Zeitgeist und Geschmack unter dem Einfluss von Presse, Film und Werbung immer schneller verändern. Der Konsument ist entsprechend anspruchsvoller geworden und sucht sich eben auch in der Gastronomie mit Vorliebe Lokale aus, die up to date sind.

S&T: Welche Änderungen würden sie besonders hervorheben?

Aberegg: Zunächst einmal die Gesamterscheinung des Hauses, insbesondere die Aussenbeleuchtung: Als ich für die Recherchen zum ersten Mal in der Nacht hier war, war es dunkel wie in einem Kuhmagen. Dabei besitzt dieses Art-Deco-Haus einmalig runde Formen. Mit Neonröhren haben wir die

Formgebung akzentuiert. Die beste Werbung für das Restaurant ist ein imposanter Gesamteindruck. Wenn bereits das Haus und seine Umgebung positiv auffällt, braucht man nicht die ganze Fassade mit Molino-Schriftzügen zu überziehen, um Aufsehen zu erregen.

S&T: Zurückhaltung als Zier?

Aberegg: Genau. Wir wollten mit dem Frascati ja ein Molino der gehobenen Klasse kreieren. Das zeigt sich beispielsweise auch beim Mobiliar. Im Loungebereich haben wir Sitzmöbel verwendet, die sonst vorrangig

in Hotellobbys von 5-Stern-Häusern stehen. Die Bilder an den Wänden liessen wir nach meinen Farbvorgaben im Stil des 16. Jahrhunderts von einem Kulissenmaler erstellen. Die dazugehörigen Originalrahmen flogen wir in letzter Sekunde aus Italien ein.

S&T: Ein solches Bild ist sehr kostspielig. – Weshalb diese Investition?

Aberegg: Ich wusste einfach, dass ich hier nicht wie in andern Molinos mit Schwarz-Weiss-Fotos operieren kann. Es sind dies eben genau die Details, die dem Gast zunächst vielleicht gar nicht bewusst auf-

Erfolgreiche Neu- und Umbauten von gastronomischen Betrieben basieren auf starken Partnerschaften, sagt Innenarchitekt Christoph Aberegg, der für das Gestaltungskonzept des Molino-Frascati im Zürcher Seequai verantwortlich zeichnet. Mutige Investoren, kreative Köpfe und pragmatische Realisatoren bilden die Grundsäulen des Gelingens.



Christoph Aberegg



«Licht und Farben haben für mich oberste Priorität»: Christoph Aberegg.

fallen, die das Lokal aber längerfristig von der Konkurrenz abheben lässt. Dass es auf solch feine Nuancen ankommt, habe ich von meinem ehemaligen Lehrmeister Jean-Pierre Dovat beim Einrichten von Villen entlang der Goldküste gelernt. Diese Kenntnisse und Verbindungen zu exklusiven Produzenten sind das Salz in der Suppe.

S&T: Wieso wirkt etwas, wie es wirkt?

Aberegg: Licht und Farben haben für mich oberste Priorität. Wenn das Licht stimmt,

können Sie – überspitzt gesagt – hineinstellen, was sie wollen.

S&T: Wohin geht das Innendesign?

Aberegg: Ich versuche Einflüsse aus Kunst, Werbung und Design aufzunehmen und mit meinem Farbenverständnis zu verbinden. Ich schätze zeitlose Restaurants, die warme und fröhliche Emotionen auslösen. Das muss gar nicht immer mit enormen Kosten verbunden sein. Bereits eine Vase mit einer Blume am richtigen Ort kann einen grossen Effekt erzielen. Völlig durchdesignte Lokale sind immer weniger mein Fall, weil sie nach meinem Verständnis eine sehr schnelle Halbwertszeit aufweisen.

S&T: Welches sind Ihre bevorzugten Materialien?

Aberegg: Möglichst natürliche Materialien, wie wir sie jetzt auch im Frascati vorfinden: Die Tische aus Granit, die Böden aus Eiche und der Verputz im Stucco-Verfahren gespachtelt. Ausserdem Mosaik, Schiefer, Alabaster und Tavertin.

S&T: Sie stehen in Ihrem Business unter enormem Erwartungsdruck. Dennoch betreuen Sie gleichzeitig drei bis vier Baustellen, wo Sie auf Befehl kreativ sein müssen. Wie geht das?

Aberegg: Nur dank verlässlichen Partnern die für mich im Hintergrund eine pragmatische Umsetzung garantieren. So die Firma Bochsler Systemtechnik AG, die von der technischen Planung bis zur Ausführung der Küche, Pizzastation, Buffet- und Baranlage, der vollverglasteten begehbaren Weinkühlzelle und der Weinkühlwand meine Ideen verstanden hat. Da sind Fachleute am Werk, die mit meiner Art umgehen können, auf die ich mich hundertprozentig verlassen kann und die punkto Funktionalität, formschönem Design und edlen Materialien meine Anforderungen umzusetzen verstehen. So können viele Missverständnisse und Fehler von vornherein vermieden werden. Das rechnet sich dann auch für den Auftraggeber.

Ristorante Frascati

Bellerivestrasse 2
8008 Zürich
043 443 06 06

Bauherrschaft: Jelmoli AG,
Gastronomie, Alfred Steiner,
Alessandro Haab

Gesamtprojektleitung: Christoph
Aberegg, Gastrokonzept GmbH

Konzept: Ristorante Frascati ist ein kreatives, betont südländisches Konzept mit einem typisch italienischen Angebot.

Gesamtfläche: 532m²
(Gastraum: 372 m²)

Sitzplätze: 160 Aussen- und
180 Innensitzplätze

Mitarbeiter: 40

Gastrokonzept GmbH

Hardturmstrasse 135
8005 Zürich
043 366 60 95
www.gastrokonzept.ch

Jelmoli AG, Gastronomie Molino Gruppe

St. Annagasse 18
8021 Zürich
01 220 41 72
www.molino.ch