Datum: 08.09.2025

BÄRNERBÄR
BERNS WOCHENZEITUNG

Online-Ausgabe

baernerbaer.ch
3097 Liebefeld
058 668 60 60
https://baernerbaer.ch/

Medienart: Online
Medientyp: Tages- und Wochenmedien

Webansicht

FAMILIE WIESNER GASTRONOMIE

Auftrag: 3017989
Themen-Nr.: 571095

Referenz: ab98ecb9-9c7e-4ddf-a51b-9e5a012175bf
Ausschnitt Seite: 1/7

Berner Postparc: Zwei neue Restis – das steckt dahinter!

08.09.2025, Redaktion

Mit zwei Restaurants will die Familie Wiesner Berns Gastro-Szene aufmischen. Firmenchef Daniel Wiesner erklärt, warum er trotz Risiken auf den Postparc setzt.

Das Wichtigste in Kürze

Daniel Wiesner (42) führt mit seinem Bruder die Familie Wiesner Gastronomie AG.

Die Firma eröffnet im Januar 2026 im Berner Postparc gleich zwei neue Restaurants.

Wir haben Daniel Wiesner gefragt, was die Gäste im «Miss Miu» und im «Negishi» erwartet.

Am 15. Januar 2026 eröffnet die Familie Wiesner Gastronomie AG (FWG) im Berner Postparc gleich zwei neue Restaurants: die Negishi Sushi Bar und das panasiatische Fusion-Restaurant Miss Miu.

Gemeinsam bieten sie 456 Plätze – eine Grösse, die in der Schweiz Seltenheitswert hat.

BärnerBär: Weshalb investiert die FWG gleich in zwei neue Restaurants im Postparc Bern – und das erst noch mit 450 Plätzen?

Daniel Wiesner: Der Standort fasziniert mich seit Jahren – vor allem die grosse Terrasse mitten in der Stadt. So etwas findet man selten. Ein einzelnes Restaurant mit so vielen Plätzen würde in der Schweiz nicht funktionieren. Aufgeteilt auf zwei Konzepte und eine Bar ergibt es aber Sinn.

BärnerBär: Die Vorgänger im Postparc sind gescheitert. Neben der Pandemie waren der Baulärm und die fehlende Frequenz ein Dauerthema. Was werden Sie anders machen?

Wiesner: Früher war der Ort schlecht sichtbar. Mit der neuen SBB-Unterführung, der Nähe zum Bubenbergzentrum und zur Grossen Schanze wird das Gebiet künftig stark frequentiert.

Klar, der Baulärm ist vorerst noch da. Aber wir hoffen, dass er den Betrieb nicht gross beeinträchtigt, da wir vor allem mittags und abends Gäste haben. Am Ende ist es ein Risiko – aber auch eine Chance, schon Anfang 2026 zu eröffnen.

BärnerBär: Können Sie die beiden Konzepte kurz vorstellen?

Wiesner: Wir arbeiten mit dem gleichen Architekten, der die Nooch-Filialen im Westside und an der Aarbergergasse geplant hat. Die Gäste erwarten drei Erlebniswelten, die sich am einzigartigen Geist des Tokioter Vergnügungsviertels Kabukichō orientieren.

Im Miss Miu erzählen wir die Geschichte der gleichnamigen Burlesque-Tänzerin. Höhepunkte im verspielten Ambiente sind das Atrium im Zentrum und ein verstecktes Cabaret. Kulinarisch bieten wir asiatisch-koreanische Fusion-Küche, von Bibimbap bis Korean Fried Chicken.

Die Negishi Sushi Bar steht für eine Kombination aus «Urban Sushi» und japanischem Comfort Food. Dank vielen Pflanzen, Graffitis und Neonfarben wird es eine Mischung aus «crazy» und Natur. Dazu kommt die After-Work-Bar, wo regelmässig DJs auftreten werden.

Neu für uns wird, dass wir auch Firmenanlässe anbieten können – sowohl in der After-Work-Bar als auch im Cabaret.

Zudem wird es am Wochenende auch eine Kinderecke geben – wir werden schliesslich alle älter.

BärnerBär: Viele Ihrer Konzepte sind asiatisch geprägt. Weshalb dieser Fokus?

Wiesner: Asiatische Küche hat sich für uns bewährt. Sie funktioniert in der Schweiz kommerziell sehr gut, und ich mag sie auch persönlich. Inspiration holen wir uns auf Reisen, vor allem in europäischen Grossstädten.

Wir erfinden nicht alles neu, sondern übernehmen Ideen, entwickeln sie weiter und passen sie an. Wir probieren viel aus, und was nicht funktioniert, schliessen wir auch wieder.

BärnerBär: Die FWG gilt als Vorreiterin in Sachen Digitalisierung. Wie muss man sich das konkret vorstellen?

Wiesner: Im Take-away-Bereich setzen wir stark auf Digitalisierung: Es wird eigene Kiosks geben, an denen Gäste effizient bestellen können.

Im Servicebereich sehen wir die Digitalisierung eher unterstützend: Digitale Menükarten bleiben, aber wir ergänzen sie wieder mit klassischen Karten.

Viele Gäste wollen im Restaurant nicht aufs Handy schauen, sondern entspannt den Moment geniessen. Auch beim Bezahlen nutzen wir neue Tools: Gäste können neben dem normalen Bezahlen beim Servicemitarbeitenden auch via QR-Code bezahlen und Rechnungen direkt am Tisch aufteilen. Das spart Zeit für die Gäste und für das Personal.

Entscheidend ist aber, dass die Technik nicht den menschlichen Kontakt ersetzt. Unser Ziel ist, dass die Mitarbeitenden mehr Zeit für persönliche Beratung und Gastfreundschaft haben. Natürlich sind das Essen und die Einrichtung wichtig. Am Schluss ist es aber immer der Mensch, der den Unterschied macht und dem Gast das grösstmögliche Erlebnis bietet.

BärnerBär: Für die Restaurants im Postparc benötigen sie rund 50 neue MitarbeiterInnen. Wie finden Sie in Zeiten des Fachkräftemangels das Personal?

Wiesner: Wir haben derzeit ehrlich gesagt kaum Rekrutierungsprobleme und auch in der Branche hat sich die Situation etwas beruhigt. Als unserer Pläne bekannt wurden, haben sich umgehend bestehende MitarbeiterInnen gemeldet, die eine neue Herausforderung wollten.

Ein Küchenchef und zwei Geschäftsführerinnen stammen nun aus bestehenden Nooch-Teams. Das ist für uns ein grosser Gewinn. Zudem haben wir bei der Rekrutierung des Servicepersonals Tiktok entdeckt und bilden seit mittlerweile zehn Jahre eigene Sushi-Köche aus.

Wir haben uns mit unserer nachhaltigen Personalstrategie einen so guten Ruf erarbeitet, dass die Leute gerne zu uns kommen. Wir können etwas Neues und Aufstiegschancen bieten, oft müssen wir gar keine Stelleninserate mehr machen. Im Fall des Postparcs hilft zudem auch die zentrale Lage.

BärnerBär: Zuletzt immer wieder ein Thema war die Lohntransparenz und die Trinkgeldregelung im Unternehmen...

Wiesner: Das war intern viel weniger ein Thema, als es medial dargestellt wurde. Junge Mitarbeitende erwarten heute Transparenz. Auch beim Trinkgeld sieht der Service genau, wie viel er verdient. Das hat niemanden abgeschreckt, im Gegenteil.

BärnerBär: Und wohin führt die Expansion in Bern langfristig?

Wiesner: Jetzt fokussieren wir voll auf den Postparc und ich hoffe, dass auch diese beiden Konzepte bei den Bernern gut ankommen. Spannend für die Zukunft ist aber sicher die Berner Agglomeration. Ein genaueres Auge werfen wir auf Köniz und Liebefeld.

Daniel Wiesner (42) ist Co-Geschäftsführer der Familie Wiesner Gastronomie AG, die rund 30 Restaurants in der Schweiz betreibt. Unter den Marken Negishi, Miss Miu, Nooch, Outback Lodge und K - zVg/FMG

BÄRNERBÄR
BERNS WOCHENZEITUNG

Online-Ausgabe

baernerbaer.ch
3097 Liebefeld
058 668 60 60
https://baernerbaer.ch/

Medienart: Online
Medientyp: Tages- und Wochenmedien

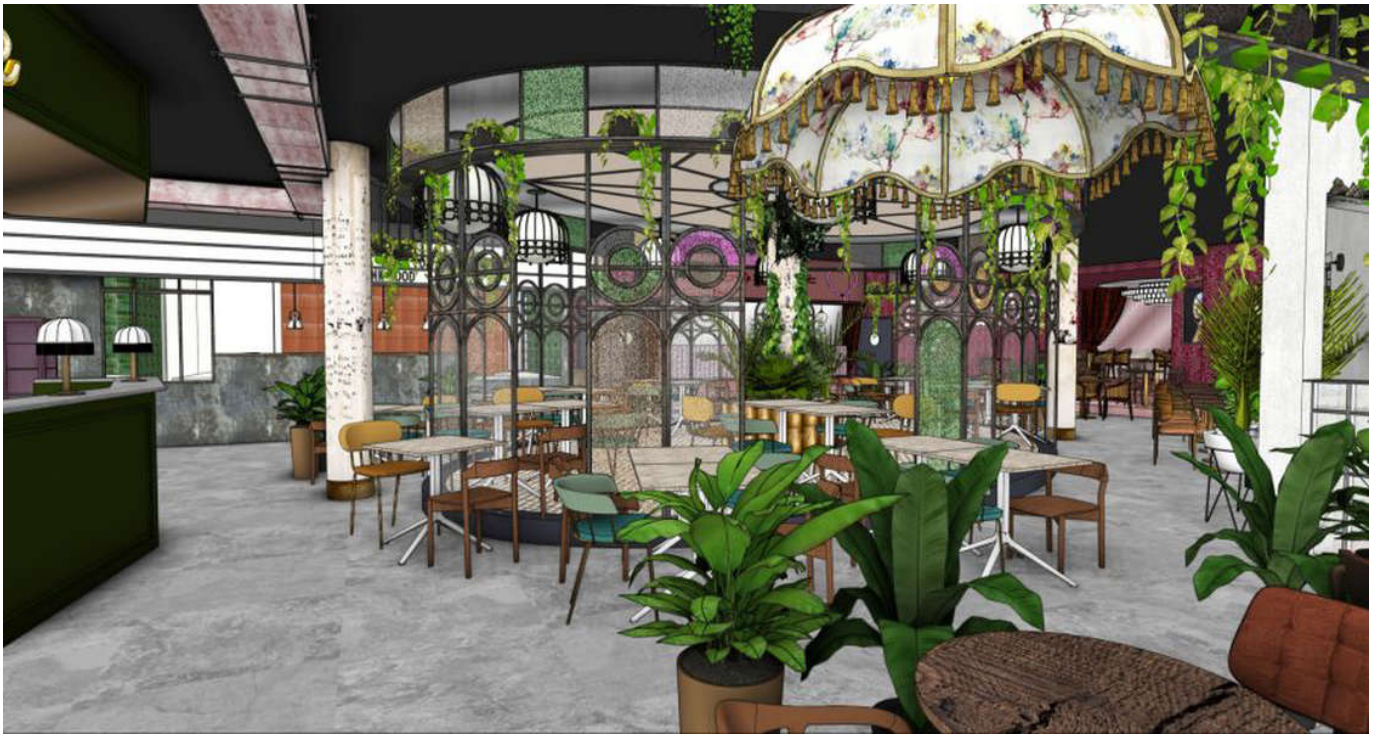
Webansicht

FAMILIE WIESNER GASTRONOMIE

Auftrag: 3017989
Themen-Nr.: 571095

Referenz: ab98ecb9-9c7e-4ddf-a51b-9e5a012175bf
Ausschnitt Seite: 4/7

Daniel Wiesner ist glücklich, dass er mitten im Berner Zentrum ein so grosses Lokal gefunden hat. - zVg/FWG



So soll das Miss Miu im Postparc nach dem Umbau aussehen. - zVg/FWG (Rendering)

Im Negishi im Postparc setzt Wiesner auf viel Grün und Neon. - zVg/FWG (Rendering)

BÄRNERBÄR
BERNS WOCHENZEITUNG

Online-Ausgabe

baernerbaer.ch
3097 Liebefeld
058 668 60 60
https://baernerbaer.ch/

Medienart: Online
Medientyp: Tages- und Wochenmedien

Webansicht

FAMILIE WIESNER GASTRONOMIE

Auftrag: 3017989
Themen-Nr.: 571095

Referenz: ab98ecb9-9c7e-4ddf-a51b-9e5a012175bf
Ausschnitt Seite: 6/7

Im Take-away-Bereich setzt die FWG stark auf Digitalisierung: Es wird eigene Kiosks geben, an denen Gäste effizient bestellen können. - zVg/FWG

BÄRNERBÄR
BERNS WOCHENZEITUNG

Online-Ausgabe

baernerbaer.ch
3097 Liebefeld
058 668 60 60
https://baernerbaer.ch/

Medienart: Online
Medientyp: Tages- und Wochenmedien

Webansicht

FAMILIE WIESNER GASTRONOMIE

Auftrag: 3017989
Themen-Nr.: 571095

Referenz: ab98ecb9-9c7e-4ddf-a51b-9e5a012175bf
Ausschnitt Seite: 7/7

Das Miss Miu-Lokal in der Europaallee beim Zürcher Hauptbahnhof. - zVg/FWG