# Medienspiegel - Familie Wiesner Gastronomie AG

16.11.2026

| | | | |
|---|---|---|---|
| Articles | 2 | Related Articles (+) | 2 |
| Next Pages | 2 | Total Articles | 4 |


**14.11.2026** **Anzeiger von Uster**
**Gustoso übernimmt Mehrheit der Familie Wiesner Gastronomie** **2**

**13.11.2026** **Neue Zürcher Zeitung**
**Wiesner Gastronomie expandiert ins Ausland** **4**

Datum: 14.11.2026

Anzeiger von Uster

Anzeiger von Uster
8620 Wetzikon ZH
044/ 933 33 33
https://www.zo-online.ch/bezirk-uster

Medienart: Print
Medientyp: Tages- und Wochenmedien
Auflage: 3'484
Erscheinungsweise: täglich



Seite: 11
Fläche: 28'268 mm²

Auftrag: 3017989
Themen-Nr.: 571095
Referenz:
3fd9208a-8b1b-4d35-ac65-a4dd2fc60bfe
Ausschnitt Seite: 1/2

# Gustoso übernimmt Mehrheit der Familie Wiesner Gastronomie

(brm)

Volketswil Die Gastro-Brüder Manuel und Daniel Wiesner wollen Europa erobern. Das mit Hilfe der Münchner Gustoso-Gruppe, die ihren Stand in der Schweiz festigen will.

Die in Dübendorf beheimatete Familie Wiesner Gastronomie (FWG) schliesst sich mit der deutschen Gustoso Gruppe zusammen. Zur Wiesner Gastronomie gehören unter anderem die Marken «Nooch», «Negishi» und «Miss Miu». Wie aus einer Mitteilung hervorgeht, will sich das Dübendorfer Unternehmen mit diesem Zusammenschluss national und international weiterentwickeln.
Dazu gehört auch die Neuaufstellung der Eigentümerstruktur. Konkret übernimmt die Münchner Gustoso-Gruppe 75 Prozent der Firmenanteile des Dübendorfer Familienunternehmens. Die FWG betreibt derzeit 32 Standorte in den Regionen Zürich, Basel, Winterthur, Zug, Luzern und Bern und erwirtschaftet einen Jahresumsatz von über 100 Millionen Franken.
Die bisherigen Eigentümer, die Brüder Daniel und Manuel Wiesner, bleiben mit 25 Prozent am Aktienkapital beteiligt und werden die FWG auch künftig leiten. Auch am Standort in Dübendorf wird festgehalten. Damit soll trotz der Übernahme eine gewisse Kontinuität gewahrt bleiben.

## Umsatz von einer halben Milliarde Euro

Im Zuge des Zusammenschlusses erhalten die 850 Mitarbeitenden der FWG-Gruppe einen Sonderbonus: Die Gründerfamilie zahlt ihnen insgesamt 2,5 Millionen Franken aus. Die FWG plant in der Schweiz weiterhin die Eröffnung von zwei bis drei neuen Restaurants pro Jahr. Gleichzeitig soll die neue Eigentümerstruktur die geplante Expansion ins Ausland ermöglichen, heisst es in der Mitteilung weiter.
Ab 2027 soll das panasiatische Konzept «Nooch» erstmals auf den deutschen Markt gebracht werden. Im Gegenzug will die FWG ihre lokale Marktkenntnis nutzen, um Marken der Gustoso-Gruppe in der Schweiz weiter zu etablieren. Durch die Übernahme wächst der Verbund auf über 250 Standorte in Europa mit einem Systemumsatz von knapp einer halben Milliarde Euro.

DIE GUSTOSO GRUPPE Die Gustoso Gruppe ist ein Gastronomieunternehmen mit Sitz in München. Sie wurde im Jahr 2015 gegründet und zählt deutschlandweit 80 Locations. In der Schweiz betreibt die Gruppe 14 Standorte. Zu Gustoso gehören die Marken Ciao Bella, Cotidiano, Ruff's Burger und Otto's Burger in Deutschland sowie Cucina Ristorante und Burgermeister in der Schweiz. Das Unternehmen hat sich zum Ziel gesetzt, eine der führenden Multi-Brand-Gastronomie-Plattformen in Europa zu werden. (brm)

Datum: 14.11.2026

Anzeiger von Uster



Anzeiger von Uster
8620 Wetzikon ZH
044/ 933 33 33
https://www.zo-online.ch/bezirk-uster

Medienart: Print
Medientyp: Tages- und Wochenmedien
Auflage: 3'484
Erscheinungsweise: täglich

Seite: 11
Fläche: 28'268 mm²

Auftrag: 3017989
Themen-Nr.: 571095
Referenz: 3fd9208a-8b1b-4d35-ac65-a4dd2fc60bfe
Ausschnitt Seite: 2/2



Ein Blick in die Küche des «Nooch» in Uster. Archivbild: Ljilja Mucibabic

Datum: 13.11.2026

Neue Zürcher Zeitung



Neue Zürcher Zeitung
8021 Zürich
044/ 258 11 11
https://www.nzz.ch/

Medienart: Print
Medientyp: Tages- und Wochenmedien
Auflage: 68'946
Erscheinungsweise: täglich

Seite: 13
Fläche: 64'167 mm²

Auftrag: 3017989
Themen-Nr.: 571095
Referenz:
c18760ff-0121-471a-8ff0-12c84dbeb29b
Ausschnitt Seite: 1/2

# Wiesner Gastronomie expandiert ins Ausland

ISABEL HEUSSER

## Bereits nächstes Jahr wird das erste Restaurant in Deutschland eröffnet – dafür gibt es beim Unternehmen grosse Veränderungen

Die Familie Wiesner hat sich eine magische Zahl gesetzt.100 Millionen Franken muss der Umsatz ihres Gastrounternehmens betragen. Erst dann dürfen Manuel und Daniel eine Expansion ins Ausland prüfen, das Abenteuer wagen. So haben sie es in ihrer Familiencharta festgeschrieben, als die beiden Söhne im Jahr 2020 die Geschäftsführung von ihren Eltern Anita und Fredy übernahmen.
Im Jahr vor der Übergabe an die nächste Generation machte das Unternehmen mit der «Outback Lodge» sowie den Restaurants «Nooch», «Negishi», «Miss Miu» und «Kitchen Republic» mit ihren Ablegern insgesamt 65 Millionen Franken Umsatz. Nun, sieben Jahre später, ist das Ziel erreicht. Die Familie Wiesner Gastronomie hat die Hundert-Millionen-Marke geknackt. Und die Brüder haben beschlossen, ihr Konzept ins Ausland zu tragen. Schon im nächsten Jahr soll das erste «Nooch» mit asiatischer Küche in Deutschland eröffnet werden.

### Von klein auf dabei

Damit kommt es auch zu einer grossen Veränderung im Familienunternehmen: Manuel und Daniel Wiesner verkaufen 75 Prozent ihrer Anteile an die deutsche Gastrogruppe Gustoso, wie jüngst bekannt wurde. Gustoso führt mehr als 220 Restaurants in Deutschland, Österreich, Frankreich, den Niederlanden und der Schweiz. Hier ist sie mit den Ketten «Burgermeister» und «60 Seconds to Napoli» präsent.
Daniel und Manuel Wiesner bleiben mit 25 Prozent an der Firma beteiligt. Sie führen das operative Geschäft als Co-CEO weiter. Ihr Ziel: etwas «wirklich Grosses» aufbauen. Die Konzepte, die in der Schweiz funktionieren, sollen international erfolgreich werden. «Wir verkaufen nicht, weil wir müssen, sondern weil wir können», sagt Manuel Wiesner zur NZZ.
Der Schritt ist dennoch bemerkenswert für ein Unternehmen, das stark auf eine familiäre Verankerung setzt. Die beiden Co-Chefs haben als Kinder schon im allerersten Betrieb ihrer Eltern ausgeholfen: Als das Café «Sandwich» im Jahr 1991 im Seefeldquartier in der Stadt Zürich eröffnet wurde, halfen die Buben, Brötchen zu schmieren.
Das Café, in dem einst eigenwillige Kombinationen aus russischem Salat und Salami zwischen zwei Brotscheiben landeten, gibt es nicht mehr. Heute ist das Unternehmen mit einer Strategie erfolgreich, über welche die Matcha-Lattetrinkenden, hippen Zürcherinnen und Zürcher die Nase rümpfen: Die Wiesners setzen auf Erlebnisgastronomie.
Die «Outback Lodge» am Bahnhof Stadelhofen steht exemplarisch dafür. Sie ist seit ihrer Eröffnung 1997 im Kolonialstil eingerichtet, Pflanzen hängen von der Decke, auf lustigen Schildern liest man «Crocodile Farm» oder «Hard Work», die Küche bietet Krokodilschnitzel und Känguru-Entrecôte.
In den letzten dreissig Jahren gab es kaum ein Konzept, das die Wiesners nicht ausprobierten. Sie eröffneten - und schlossen - etwa eine Fonduestube, ein afrikanisches Restaurant, ein peruanisches Restaurant, sie verkauften Brezeln, Frozen Yogurt, Apfelküchlein und Hotdogs. Heute setzen sie vor allem auf die asiatische Küche, die die Schweizer Geschmacksnerven kitzelt, aber nicht herausfordert.
Mit ihren 32 Restaurants ist die Familie zu einem Riesen in der Branche geworden. Wie die Familie ihr Unternehmen führt, darüber redet sie gerne. Letztes Jahr hat sie ein Buch über sich selbst schreiben lassen. Es soll auf über 250 Seiten eine «Quelle der Inspiration» für Gastronomen sein, die «voller Pioniergeist und Innovationslust» sind - so wie die Wiesners selbst natürlich. Sich selbst sehen sie als eines der «aufregendsten Gastrounternehmen der Schweiz».

### Trinkgeld auf Lohnabrechnung

Speziell ist, dass sie mit Vorliebe Einblicke in ihre Firmenkultur geben. So landen etwa die Trinkgelder auf der Lohnabrechnung, weil man in den Restaurants nur noch mit Karte oder digital bezahlen kann - eine umstrittene Praxis. Und wer bei der Familie-Wiesner-Gastronomie arbeiten will, kann etwa mit einem Lohnrechner seinen Verdienst bestimmen. Auch Daniel und Manuel haben ihren Verdienstoffengelegt.ImJahr2023ware n es 18 240 Franken pro Monat. Und sie reden über ihre Misserfolge. Das Scheitern ihrer Hamburgerkette «Butcher» bezeichnen sie als «Burger-Debakel».
Zwei oder drei Restaurants eröffnet das Unternehmen jedes Jahr in der Schweiz, und in diesem Takt soll es weitergehen. Mitte November wird ein neues «Nooch» in Reinach im Kanton Baselland eröffnet. Für die Expansion nach Deutschland habe man bewusst einen erfahrenen Partner gesucht, sagt Manuel Wiesner. «Es gibt genügend Beispiele im Markt, bei denen der Schritt ins Ausland im Alleingang nicht funktioniert hat.» Er und sein Bruder gestalteten die Expansion aber aktiv mit: «Die wesentlichen strategischen

Datum: 13.11.2026

Neue Zürcher Zeitung



Neue Zürcher Zeitung
8021 Zürich
044/ 258 11 11
https://www.nzz.ch/

Medienart: Print
Medientyp: Tages- und Wochenmedien
Auflage: 68'946
Erscheinungsweise: täglich

Seite: 13
Fläche: 64'167 mm²

Auftrag: 3017989
Themen-Nr.: 571095
Referenz: c18760ff-0121-471a-8ff0-12c84dbeb29b
Ausschnitt Seite: 2/2

Entscheidungen treffen wir gemeinsam.»
Wiesner macht keine Angaben darüber, wie viel sie mit dem Verkauf ihrer Anteile verdient haben. Eine Zahl aber macht die Familie öffentlich: Sie zahlt den knapp 800 Mitarbeitenden einen «Dankesbonus» von 2,5 Millionen Franken aus. Schliesslich hätten diese einen entscheidenden Beitrag zum Erfolg geleistet. Tue Gutes und sprich darüber - auch das haben die Wiesners, ganz Geschäftsleute, verinnerlicht. Manuel (links) und Daniel Wiesner mit ihren Eltern Fredy und Anita. PD

