

Q Suche nach Restaurants, Hotels oder Weingüter

16.09.2026

beef & glory – zehn Jahre, eine Story

Fotos & Interview: Das Wiener Steakrestaurant entwickelt sich laufend weiter, setzt aber mit dem erneuerten Interieur einen Meilenstein.



Neues beef & glory, bewährtes Team © Derenko Innenarchitektur

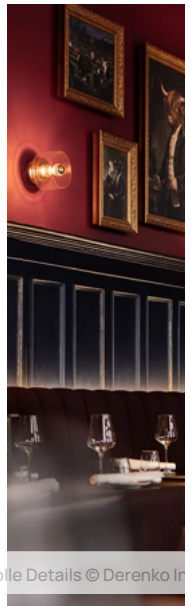
Vlatka Bijelac und **Nelson Atiso-Naah** sind eben in ihr zehntes beef & glory-Jahr gestartet, dazu gratulieren wir herzlich! Fünf Mitarbeiter begleiten sie auf ihrem erfolgreichen Weg schon von Anfang an, erzählt Vlatka stolz. Für das Jubiläumsjahr haben sie sich **neues Interior Design** von Derenko gegönnt, aber auch an vielen weiteren Schrauben gedreht. Insbesondere das **Weinangebot** wurde **ausgebaut** und das Team entsprechend geschult. Für die Inhaberin ein natürlicher Prozess: „Wir haben jedes Jahr investiert. Man davon sieht der Gast sofort, vieles überhaupt nicht. Für uns gehört das zum Unternehmertum dazu.“

Seit 2019 ist beef & glory in den World's 101 Best Steak Restaurants vertreten und erreichte dort als Best of Best Platz 19 weltweit sowie **Platz 1 im deutschsprachigen Raum**. Auch die Gault&Millau-Tester:innen besuchen das Carnivoren-Paradies regelmäßig (aktuell zwei Hauben) und freuen sich an der Entwicklung. Man kommt nicht mehr „bloß“ für ein Steak, es wird ein **Dinner-Erlebnis** mit exzellenten Vorspeisen, Desserts und vielem mehr geboten. Im Gespräch mit Gault&Millau (siehe unten) verrät Vlatka, dass ein eigener Mitarbeiter für Produktentwicklung und Schulungen abgestellt ist.

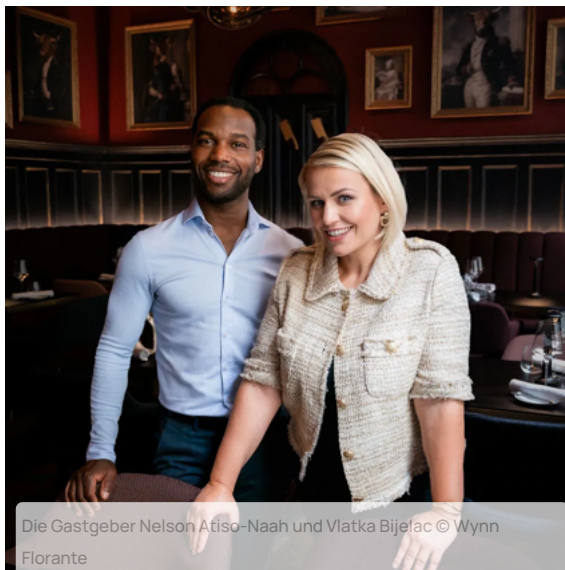
Galerie



Eindrucksvolles Design-Upgrade © Derenko Innenarchitektur



Liebevolle Details © Derenko In



Die Gastgeber Nelson Atiso-Naah und Vlatka Bijelac © Wynn Florante



Avantgardistische Lamperie © Derenko Innenarchitektur

Mehr
Fotos

Facelift zum Jubiläum

Zum Start in das zehnte Bestandsjahr wurde das Restaurant gemeinsam mit dem Wiener Innenarchitekturbüro Derenko überarbeitet, das bereits für die ursprüngliche Gestaltung verantwortlich war. Veränderungen bei **Interieur und Ausstattung** sollen dem Restaurant ein zeitgemäßeres Erscheinungsbild geben.

Parallel dazu wurde in den vergangenen Jahren vor allem **hinter den Kulissen** investiert. Die Dry-Aging-Kapazitäten wurden erweitert, Produktionsküche und Patisserie ausgebaut, zusätzliche Lager- und Kühlflächen geschaffen und technische Bereiche modernisiert. „Wer notwendige Investitionen über Jahre aufschiebt, spart langfristig nicht automatisch Geld. Irgendwann steht ein wesentlich größerer und

kostspieligerer Umbau an“, sagt Nelson Atiso-Naah.

Mehr Fokus auf Wein

Ausgebaut wurde zuletzt auch das Weinangebot. **Drei Sommeliers** sind mittlerweile im Team, die reguläre Karte umfasst mehr als **200 österreichische und internationale Positionen**. Ergänzt wird sie durch Raritäten und Einzelflaschen. Ausgewählte hochwertige Weine werden auch glasweise angeboten. Daran reagiert das Restaurant auch auf veränderte Trinkgewohnheiten: Gäste bestellen teilweise weniger Wein, wählen dafür gezielter und hochwertiger.

Interview

Gault&Millau: Die vergangenen Jahre brachten einige Herausforderungen mit sich, wir wollen uns nicht an alle erinnern. Gibt es auch etwas, was Ihnen positiv in Erinnerung bleibt?

Vlatka Bijelac: Ganz klar das Wachstum und die Entwicklung, die wir laufend gemeinsam mit unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern erleben dürfen. Besonders stolz macht mich unser Kernteam: Fünf Mitarbeiter sind seit Beginn dabei und haben uns in guten wie in schlechten Zeiten zur Seite gestanden. Ist nach fast zehn Jahren alles andere als selbstverständlich.

Ihr seid von 8 auf 32 Personen gewachsen, habt Euch also vervierfacht. Hat sich die Nachfrage konkret entwickelt? Oder habt Ihr die Effizienz so gut gesteigert?

Die Nachfrage ist tatsächlich explodiert. Wir wachsen beim Umsatz jedes Jahr im zweistelligen Bereich, nicht nur quantitativ. Wir setzen immer stärker auf Qualität und investieren entsprechend in das Team. Wir haben beispielsweise einen Mitarbeiter, der sich ausschließlich mit Experimenten und neuen Entwicklungen beschäftigt. Mir ist ganz wichtig, dass wir nie stehen bleiben.

Wir haben schon von der umfassenden Weinkarte gehört, wie sieht es mit alkoholfreien Alternativen aus?

Das ist mir sehr wichtig, ich trinke selbst keinen Alkohol, dafür haben wir tolle Alternativen parat. Persönlich mag ich sehr guten Traubensaft oder Kombucha, den wir sogar schon selbst gemacht haben. Auf unserer Karte haben wir beispielsweise den alkoholfreien Riesling von Benita Sophie Lobner, „Null Bock“ Rosé vom Schwarzböck und FLEIN Zweigelt. Dazu kommt eine Reihe alkoholfreier Cocktails.

Eure neue Weinkarte ist nicht zuletzt dem geänderten Konsumverhalten geschuldet. Gibt es abgesehen vom Alkoholkonsum auch andere Verschiebungen bei Euren Gästen?

Eigentlich nicht. Unsere Gäste entscheiden sich sehr bewusst dafür, zu uns zu kommen, und wollen das auch genießen und sich die beste Qualität gönnen. Was uns seit Beginn auszeichnet, ist unser sehr bunt gemischtes Publikum. Bei uns sitzt der Student genauso wie der Baumeister, der Bauer und der Architekt. Jeder weiß, dass ein Abend bei uns seinen Preis hat, entscheidet sich aber ganz bewusst dafür.

www.beefandglory.at

von Bernhard Degen

Empfohlene News

Damenspitz mit 0,0 Promille. Geht das?

Neue alkoholfreie Drinks versprechen Wirkung wie Alkohol, nur ohne Nebengeräusche. Gault&Millau hat sie erstmals in Österreich getestet.

Wien: Figlmüller eröffnet Café am Dom

Prominenteste Lage im Angesicht des Stephansdoms mit der Seele eines Wiener Kaffeehauses und der Energie einer italienischen Espresso-Bar.

Bierkarte des Jahres 2025: Stiegl-Gut Wildshut

Die oberösterreichische Brauerei samt Land- und Gastwirtschaft wird nicht wegen der Bierkarte, sondern auch wegen des stimmigen Gesamtkonzepts geehrt.

Was Haubenköch:innen zu Silv

Zwischen Service, Reisen und Familienzeit Razavi, Thomas Dorfer und weitere Spitze ihnen auf den Teller kommt – und welche \

Guide 2025: Die besten Restaur

Das sind die kulinarischen Spitzenreiter de

Eselböck und Weissgerber eröff Kirchenwirt in Rust

Die gefeierten Gastronomen übernehmer von Michael Mooslechner und möchten ei Wirtshaus etablieren.

Neueste News

Culinary Week: Veganmania, Dilon Hoftafel,

...

Austern und Sprudel in der Furore Bar, „Weiße Fete“ von Johann Schmuck, Trippa gastiert in der Cucina Itameshi, Art Dinner von Kater D. und Sekki u. v. m.

Alle Infos zur Genussmesse 2026

Gault&Millau lädt am Wochenende wieder in die Wiener Ottakringer Brauerei: Das Wetter wird perfekt, 110 Haubenköch:innen kochen groß auf.

Grieskirchner: Es braucht Mut, Dinge neu zu denken

Grieskirchner Bier zwischen Herkunft und Aufbruch.

AMA GENUSS REGION: So schme regionale Vielfalt

Zwei Tage lang wurde bei der Gault&Millau probiert, verkostet und entdeckt: Rund 1.0 Genießer:innen besuchten täglich den AM

Martin Auer bringt steirisches I New York

Der Grazer Bäcker Martin Auer eröffnet in seinen ersten Auslandsstandort und wird gefeiert.

Das kredenzt Oberlaa auf der G

Die Konditorei begrüßt die Besucher:innen September in der Ottakringer Brauerei mit

Auf dem Laufenden bleiben

Melden Sie sich kostenlos für unseren wöchentlichen Newsletter an.

Nachname

Email Adresse

Abonnieren

Wir verwenden Cookies, um unsere Services zu verbessern. Die von uns erfassten Daten werden im Rahmen unserer EU-weiten Aktivitäten verwendet.

[Cookie Einstellungen](#)

Akzeptieren

beef & glory: Zehn Jahre



MartinReischauer



© Derenko – Innenarchitektur und Brand Design für Hotel & Gastronomie

Veröffentlicht: 15.09.2026

Fast zehn Jahre sind in der Gastronomie eine lange Zeit. Vor allem dann, wenn man nicht nur bestehen, sondern sich laufend weiterentwickeln will. Genau diesen Weg geht beef & glory seit seiner Eröffnung. Am 15. September startet das Wiener Steakrestaurant in sein zehntes Bestandsjahr – mit einem behutsamen Facelift, weiteren Investitionen in Küche und Infrastruktur, einem deutlich gewachsenen Team und neuer Stärke beim Thema Wein.

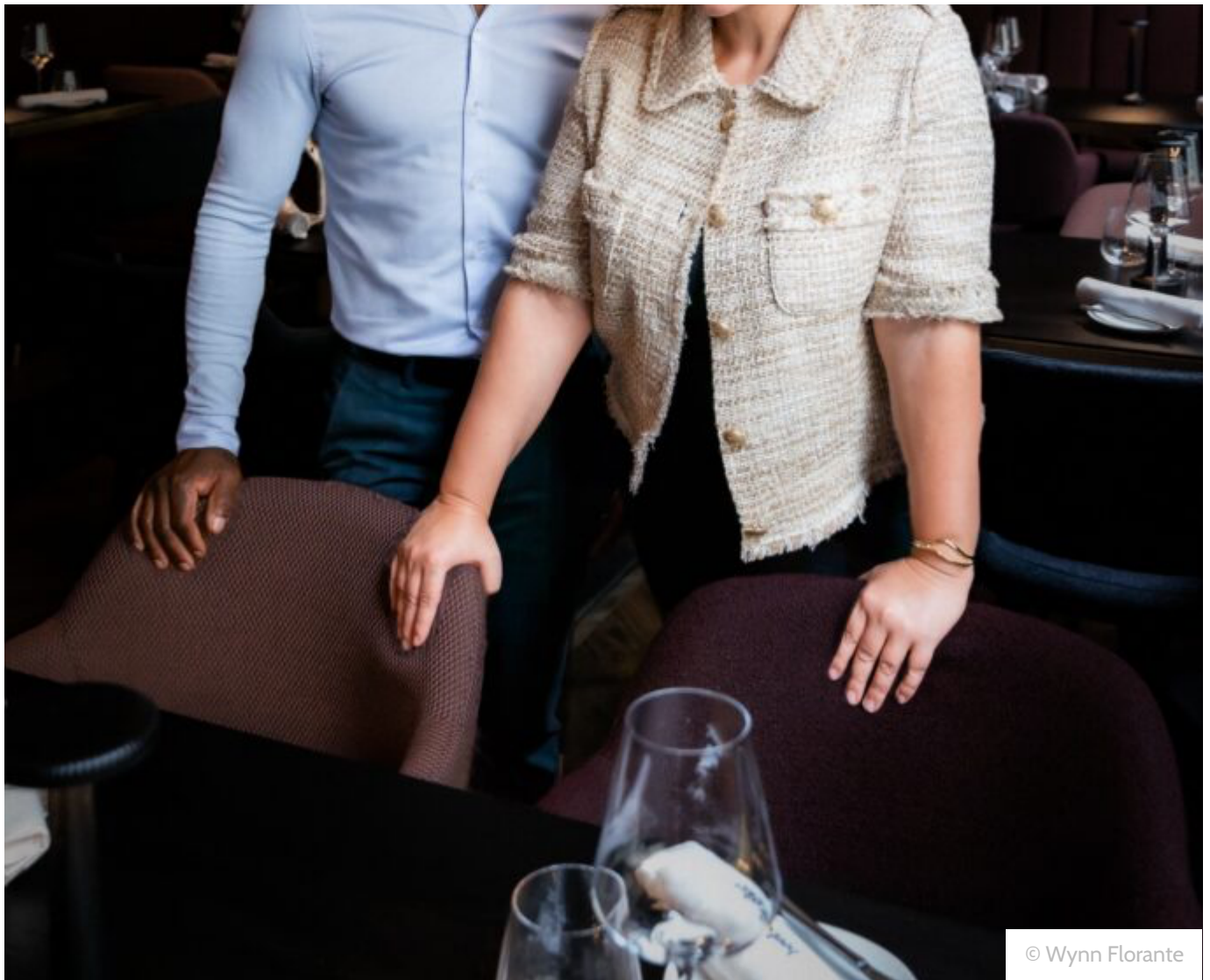
Der Grundgedanke ist dabei derselbe geblieben: außergewöhnliche Fleischqualität aus aller Welt nach Wien zu bringen und Steakhousekultur auf eine zeitgemäße Art zu denken. Was sich verändert hat, ist der Anspruch rundherum.

Für die beiden Inhaber Vlatka Bijelac und Nelson Atiso-Naah war deshalb früh klar, dass ein gut funktionierendes Konzept nicht automatisch ein fertiges Konzept ist.

» Wir haben jedes Jahr investiert. Manches davon sieht der Gast sofort, vieles überhaupt nicht. Für uns gehört das aber zum Unternehmertum dazu. Ein Restaurant kann nicht stehen bleiben, nur weil es gut funktioniert.

erklärt Vlatka Bijelac.





© Wynn Florante

Von Wien auf die internationale Steak-Landkarte

Dass dieser Anspruch auch außerhalb Österreichs wahrgenommen wird, zeigen die Auszeichnungen der vergangenen Jahre. Seit 2019 ist beef & glory Teil der World's 101 Best Steak Restaurants und erreichte dort bereits Platz 19 weltweit sowie Platz eins im deutschsprachigen Raum.

Auch Gault&Millau und Falstaff führen das Restaurant seit Jahren unter den etablierten Adressen der Wiener Gastronomie. Seit 2026 ist beef & glory zudem im Guide MICHELIN Österreich vertreten.

Auszeichnungen sind schön, keine Frage. Aber sie ersetzen nicht die tägliche Arbeit im Restaurant. Am nächsten Abend zählt wieder, was am Teller liegt, wie der Service funktioniert und ob ein Haus seine eigene Linie weiterträgt.

Ein neues Gesicht, ohne sich neu zu erfinden

Zum Start in das zehnte Bestandsjahr bekommt beef & glory nun auch optisch eine Weiterentwicklung. Gemeinsam mit dem Wiener Innenarchitekturbüro Derenko, das das Restaurant bereits von Beginn an begleitet, wurde das bestehende Gestaltungskonzept behutsam überarbeitet.

Das Interieur wirkt eleganter, feiner und zeitgemäßer, ohne die vertraute Atmosphäre des Hauses über Bord zu werfen. Auch der Markenauftritt wurde angepasst. Das Logo präsentiert sich reduzierter und erwachsener – eher Evolution als radikaler Neustart.

Das passt zum grundsätzlichen Zugang des Hauses. Nicht alles muss neu sein. Aber vieles darf besser werden.



(c) Derenko Innenarchitektur

Vieles davon sieht der Gast nicht

Das sichtbare Facelift ist ohnehin nur ein Teil dessen, was sich in den vergangenen Jahren verändert hat. Hinter den Kulissen wurde kontinuierlich investiert: Die Dry-Aging-Möglichkeiten wurden erweitert, Produktionsküche und Patisserie ausgebaut, zusätzliche Lager- und Kühlflächen geschaffen und technische Bereiche modernisiert.

Das sind keine Maßnahmen, die automatisch für große Aufmerksamkeit sorgen. Für einen Betrieb dieser Größe sind sie aber entscheidend.



Wer notwendige Investitionen über Jahre aufschiebt, spart langfristig nicht automatisch Geld. Im Gegenteil – irgendwann steht ein wesentlich größerer und kostspieligerer Umbau an.

so Nelson Atiso-Naah überzeugend.

Da steckt viel Arbeit drinnen, die ein Gast im besten Fall gar nicht bemerkt. Genau das ist oft der Punkt.

Von acht auf 32 Mitarbeiter

Besonders deutlich wird die Entwicklung beim Team. Aus ursprünglich acht Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern sind mittlerweile 32 geworden.

Mit dieser Größe verändern sich automatisch die Anforderungen an Abläufe, Arbeitsplätze und Infrastruktur. Was bei einem kleinen Team noch unkompliziert funktioniert, muss bei mehr als 30 Menschen anders organisiert werden.



Wir müssen uns nicht nur fragen, was unsere Gäste heute erwarten, sondern auch, was unser Team braucht, um jeden Tag auf diesem Niveau performen zu können

so Nelson Atiso-Naah.

Investitionen in Arbeitsbedingungen und Back-of-House-Strukturen gehören für beef & glory deshalb genauso zur Entwicklung des Restaurants wie alles, was direkt im Gastraum sichtbar wird.



© Derenko – Innenarchitektur und Brand Design für Hotel & Gastronomie

Mehr Tiefe beim Wein

Auch beim Wein hat das Haus zuletzt deutlich nachgelegt. Drei Sommeliers bringen zusätzliche Kompetenz ins Team, die reguläre Weinkarte umfasst mittlerweile mehr als 200 Positionen.

Dazu kommen besondere Raritäten und Einzelflaschen, die bewusst nicht alle auf der klassischen Karte stehen. Auch hochwertige Weine werden glasweise angeboten.

Damit reagiert beef & glory auf ein verändertes Konsumverhalten. Viele Gäste trinken heute vielleicht weniger als früher, wählen dafür bewusster. Statt automatisch eine ganze Flasche zu bestellen, darf es auch ein außergewöhnliches Glas zum Steak sein.

Luxus bedeutet damit nicht zwingend mehr. Manchmal bedeutet er schlicht: besser wählen zu können.

Das Fleisch bleibt die DNA

Bei aller Weiterentwicklung bleibt die Kernkompetenz des Hauses unangetastet. Seit seiner Eröffnung steht beef & glory für hochwertige Fleischqualitäten, internationale Cuts und eine intensive Auseinandersetzung mit Herkunft, Reifung und Zubereitung.

Österreichische Produkte treffen auf ausgewähltes Fleisch aus internationalen Herkunftsländern, unterschiedliche Rinderrassen und Reifungsmethoden. Das Steak bleibt dabei Mittelpunkt des Abends.

Der kulinarische Anspruch endet heute allerdings nicht mehr dort. Vorspeisen, Beilagen und insbesondere die eigene Patisserie wurden in den vergangenen Jahren konsequent weiterentwickelt.

Ein besonderer Abend soll schließlich nicht erst mit dem Steak beginnen – und danach abrupt aufhören.

Das zehnte Bestandsjahr wird bei beef & glory deshalb weniger zur großen Rückschau als zur Fortsetzung dessen, was das Haus seit Jahren prägt. Das Fundament ist geblieben, vieles rundherum ist gewachsen: das Team, die Küche, die Patisserie, die Weinkompetenz, die Infrastruktur und der eigene Anspruch.

Nach fast zehn Jahren ist eines damit ziemlich klar: Die Wurzeln dürfen bleiben. Stillstand eher nicht.



Fotocredits:

Porträt © Wynn Florante

Teamfoto & Stilleben © Derenko – Innenarchitektur und Brand Design für Hotel & Gastronomie

beef&glory