



Front Zürich **Ayverdis Zürich: Der Kebab mit**

**ZÜRICH**

# In seinen Kebab kannst du bedenkenlos reinbeissen

**Der Kebab von Ayverdis an der Badenerstrasse hat in einem Test am wenigsten Keime aufgewiesen. Die Inhaber wollen damit die Branche in der Schweiz in ein besseres Licht rücken und die Konkurrenz zur Hygiene ermutigen.**



von

**Marino Walser**



Pascal Leuthold, der die Medienarbeit für die Gebrüder Ayverdis übernimmt, sagt: «Es ist die Auszeichnung für unsere Überzeugung, wofür wir uns seit dem Start des Unternehmens einsetzen.»

20Min/Marino Walser

## Darum gehts

- Ayverdis hat in einem Test am wenigsten Keime im Kebab aufgewiesen.
- Hygiene sei dem Unternehmen schon immer sehr wichtig gewesen.
- Das Resultat des Tests sei auf das Drei-Säulen-Prinzip zurückzuführen.

«K-Tipp» testete insgesamt 21 verschiedene Kebabs aus Restaurants in der **ganzen Schweiz**, zum Beispiel in Bern, Luzern, Zürich, St. Gallen oder Genf. Das Ergebnis in Kurzform: Getestet wurde auf die Gesamtkeimzahl, die Bakterienstämme Escherichia coli (ein Darm-Bakterium) sowie Bacillus cereus und Hefepilze.

Am wenigsten Keime und Bakterien der getesteten Kebabs wies der Döner des Ayverdis an der Badenerstrasse in Zürich auf. Weniger als 1000 Keime wurden darin gemessen. Zum Vergleich: Der Grenzwert der Gesamtkeimzahl in der Schweiz liegt bei zehn Millionen.

## Erfolg auf Drei-Säulen-Prinzip

Über das Resultat zeigen sich die Inhaber äusserst erfreut. «Es ist die Auszeichnung für unsere Überzeugung, wofür wir uns seit dem Start des Unternehmens einsetzen», sagt Pascal Leuthold, der die Medienarbeit für die Gebrüder Ayverdis übernimmt. Leuthold spricht dabei das Bewusstsein für Qualität und Hygiene an, die sie in ihren drei Restaurants bieten wollen. «Von Anfang an war für uns klar: Hygiene und Qualität spielen Hand in Hand», so Leuthold weiter.

Ayverdis baut ihren Hygiene-Erfolg auf einem Drei-Säulen-Prinzip auf. Zum einen werden die Lieferkette und der Lieferant des Fleisches fein säuberlich ausgesucht und vorab kontrolliert. «Die Sauberkeit beim Hersteller ist das A und O», so Leuthold. Über zwanzig Fleisch-Produzenten haben sich die Inhaber unter die Lupe genommen. Keiner von ihnen hat laut Leuthold den Hygieneansprüchen des Ayverdis standgehalten. «Wir merkten, dass wir das selbst in die Hand nehmen müssen. Mit einem Schweizer Metzger haben wir eine eigene Methode entwickelt, wie wir das Fleisch herstellen können, ohne dass es bei der Produktion in die Hände eines Menschen kommt», erklärt Leuthold.

Um den höchsten Hygienestandards ausserdem gerecht zu werden, habe Ayverdis laut Leuthold seit Jahren ein externes Labor damit beauftragt, viermal jährlich in allen drei Restaurants unangekündigte Kontrollen zu machen. «Damit werden wir auf mögliche Risiken aufmerksam gemacht und können entsprechend agieren.»

## Eigene Produktionsküche

Zum anderen setzt Ayverdis auf eine eigene Produktionsküche, die Rohmaterialien wie Salat, Tomaten, Zwiebeln, Saucen etc. im Unternehmen weiterverarbeitet. So werden an der Badenerstrasse alle Zutaten für die drei Restaurants von einem ausgebildeten Koch jeden Morgen frisch verarbeitet. «Dabei arbeitet unser Koch nach klaren Richtlinien», sagt Leuthold.

Die Restaurants in Affoltern und Oerlikon geben jeden Tag neue Bestellungen der Zutaten an die Produktionsküche auf. «Damit können wir auch Food Waste entgegensteuern. Aber vor allem sind die Produkte frisch und nach Hygienestandards verarbeitet», erklärt Leuthold. Das Fleisch wird in jedem Restaurant in einem separaten Raum gebraten und geschnitten.

## Branche soll mehr Anerkennung erhalten

Dies sei auch die dritte Säule im Hygienekonzept des Unternehmens. Die Drehspiesse sollen vom Gast so weit wie möglich ferngehalten werden. Auch so könne man den rund 2000 Kundinnen und Kunden pro Tag – in allen drei Standorten zusammen – qualitativ hochwertiges und hygienisches Essen bieten. «Klar, wir sind teurer als die Konkurrenz. Aber das Resultat des Tests unterstreicht, weshalb», sagt Leuthold.

Das Testresultat von Ayverdis soll die Konkurrenz dazu ermutigen, ebenfalls in die Hygiene zu investieren und weiter zu denken, als an die schnellen Einnahmen. «Der Test zeigt ein verfälschtes Bild der Branche. Viele Kebab-Verkäufer und -Verkäuferinnen bemühen sich, Hygienestandards einzuhalten. Leider gibt es auch einige, die sich dieser Thematik zu wenig annehmen. Unsere Branche soll mehr Anerkennung in der Schweiz erhalten», sagt Leuthold.

## Keine News mehr verpassen

Mit dem täglichen Update bleibst du über deine Lieblingsthemen informiert und verpasst keine News über das aktuelle Weltgeschehen mehr.

Erhalte das Wichtigste kurz und knapp täglich direkt in dein Postfach.