Ali Ayverdi auf dem Dach des Gebäudes, in dem sein neustes Ayverdi's-Restaurant Ende Juni eröffnet wird, mit Blick auf den Zürcher Hauptbahnhof. Bild: Raphaël Dupain

«Es gibt leider Schmuddelbuden»

Kebab-Unternehmer Ali Ayverdi über das Image seiner Branche, Döner für 25 Franken – und Schweizer Geschmacksvorlieben.

Interview: Benjamin Weinmann und Stefan Ehrbar

Ali Ayverdi, 38, flüchtete 1989 mit seiner Familie aus der Türkei in die Schweiz und wuchs im Entlebuch im Kanton Luzern auf. Später zogen er, seine Eltern Mahmut, 72, und Fatma, 73, und die Brüder Murti, 47, und Hüseyin, 43, nach Zürich, wo die Familie 2002 ein erstes Kebab-Geschäft eröffnete. Heute leitet Ali Ayverdi als Geschäftsführer in Zürich und Zug vier Ayverdi's-Restaurants, die Premium-Kebabs verkaufen. Die Firma zählt über 160 Angestellte. Ende Monat wird an bester Lage beim Zürcher Hauptbahnhof der neuste Standort eröffnet. Hier, mitten im Umbau, empfängt Ayverdi zum Gespräch.

Was macht einen guten Kebab aus?
Ali Ayverdi: Gutes Brot, gutes Fleisch und eine gute Sauce – das sind die drei wichtigsten Komponenten. Und für mich persönlich gehören Zwiebeln und Schärfe einfach dazu.

Fladen- oder Taschenbrot?
Das spielt keine Rolle. Zu Beginn ass man den Kebab in der Schweiz fast ausschliesslich im Taschenbrot. Inzwischen verkaufen wir aber etwa 80 Prozent der Kebabs im Fladenbrot. Das ist nun mal leichter und hat weniger Kalorien. Am wichtigsten ist aber, dass der Kebab mit Liebe gemacht wird.

Kann das auch ein klassischer Bahnhofskebab für 9.90 Franken sein?
Klar. Der Preis sagt nichts über den Geschmack, genauso wenig wie viele Instagram-Posts ein Anbieter hat oder wie gross sein Menü ist. Ich arbeite, seit ich 16 Jahre alt war, in diesem Business und weiss, was es für einen guten Kebab braucht. Ich habe miterlebt, wie mein Vater und meine Brüder unser Fundament aufgebaut haben, wie kreativ sie waren und stets versucht haben, den Kebab weiterzuentwickeln.

Ihre Zutaten sind kreativ: Es gibt Kebabs mit Honig, Frischkäse, Guacamole, Ei oder Granatapfel. Was ist besonders beliebt?
Ganz klar der Kebab mit Ei und Käse. Das ist unser Klassiker, unsere Innovation. Dabei haben uns anfangs viele ausgelacht. Sie meinten: Kebab mit Ei und Käse, das geht doch nicht.

Wie Pizza mit Ananas?
Genau *(lacht)*. Es war die Erfindung meines Bruders. Er fand, wir müssten etwas Swissness in den Kebab bringen. Schliesslich sind wir in einem kleinen Dorf im Entlebuch aufgewachsen, assen viel Rösti mit Ei und Käse. Das hat uns stark geprägt, in uns stecken zwei Kulturen. Und so hat mein Bruder irgendwann mal Ei und Käse in den Kebab gesteckt – und es schmeckte!

Sie stammen aus der Türkei und kamen 1989 in die Schweiz. Was zeichnet hiesige Kebab-Kunden aus?
Die Cocktailsauce im Kebab ist sehr schweizerisch. Die habe ich selbst in Deutschland nicht gefunden. Und die Kebab-Box mit Pommes ist sehr beliebt, oft mit Rüebli und Mais, was eine Schweizer Spezialität ist. In der Türkei isst man den Kebab traditionell weder in der Box noch im Brot, sondern auf dem Teller.

Und was würden Sie nie in einem Kebab verwenden?
Kaviar. Wir haben das mal probiert. Es hat schrecklich geschmeckt. Aber grundsätzlich sind die Kreationsmöglichkeiten beim Kebab grenzenlos. Anfangs waren wir skeptisch, als wir über einen Trüffel-Kebab nachdachten. Doch beim Probieren merkten wir sofort, dass diese Geschmackskombination funktioniert.

Ihre Kebabs kosten bis zu 25 Franken, deutlich mehr als bei der Konkurrenz. Ist das nicht sehr teuer für die mehrheitlich jüngere Kundschaft?
Die Frage ist, womit man es vergleicht. Klar, im Vergleich zu einem simplen Kebab sind wir teuer. Aber im Vergleich mit einem guten Burger, Sushi oder Pizza? Da sind wir auf dem gleichen Preisniveau. Zudem wollen wir den hochwertigen Kebab etablieren. Dafür braucht es gute Zutaten, schöne Restaurants, faire Löhne und entsprechend etwas höhere Preise. Wir verwenden beispielsweise nur Schweizer Fleisch.

Der Siegeszug des Kebabs begann in der Schweiz vor etwa 30 Jahren. War es Liebe auf den ersten Blick?
Nein, gar nicht!

Weil der Kebab eine Bedrohung für Bratwurst- und Hotdog-Verkäufer war?
Das Klischee vom Schweizer, der nur isst, was er kennt, traf früher wohl noch etwas mehr zu. In unserem ersten Restaurant in Zürich Affoltern merkten wir, dass vor allem die ältere Kundschaft skeptisch war. Sie kamen zuerst nur, um ein Glas Wein oder einen Kaffee zu trinken. Doch dann probierten sie irgendwann einen Kebab und waren positiv überrascht.

Inzwischen ist der Kebab hierzulande Mainstream. Sogar die Migros verkauft ihn. Schon mal probiert?
Nein, den Migros-Kebab habe ich noch nie probiert. Die Art, wie er gemacht wird, spricht mich nicht an, obwohl ich meine Lehre bei der Migros gemacht habe. *(lacht)*

Viele Kebab-Shops verkaufen auch Burger. Und für viele Leute ist Kebab nun mal Fast Food. Stört Sie dieses Image?
Per se nicht. Man muss einfach unterscheiden zwischen Fast-Food-Essen und Fast-Food-Image. Bei uns kann man schnell essen, aber frisch und qualitativ hochwertig. Wir hatten immer das Ziel, dass die Leute mit der Familie oder im Anzug sich bei uns wohlfühlen. Es kommen auch viele Leute zu ihrem First Date zu uns. Deshalb wäre es schön, wenn die Branche dieses Schmuddelimage ablegen könnte. Viele Anbieter haben wenig Ahnung von der Gastronomie und eröffnen einfach mal einen Shop. Oft hat es nicht mal eine gute Lüftung. Und wenn es dann noch eine Fritteuse hat, riecht man sofort nach Öl.

War Ihr Start in diesem Umfeld umso schwieriger?
Es hat sicher nicht geholfen. Diese Missstände sind schade und schlecht für die ganze Branche. Ich fühlte mich immer etwas gekränkt, weil ich stolz darauf war, was mein Vater und meine Brüder auf die Beine gestellt hatten. Deshalb machte es bei uns irgendwann Klick, und wir sagten uns, dass wir den Kebab anders präsentieren müssen, weil er bisher falsch vermarktet wurde.

Das schlechte Image der Branche ist aber geblieben, weil es immer wieder Berichte über Hygienemängel oder minderwertiges Fleisch gibt. Wie erklären Sie sich das?
Es gibt nun mal viele Hobby-Gastronomen. Das ist ja grundsätzlich gut so, man soll etwas probieren. Aber wenn, dann bitte richtig. Leider gibt es immer wieder Schmuddelbuden. Ich sehe oft Kebab-Läden, die neu aufgehen und es in fünf Jahren garantiert nicht mehr geben wird. Da hat der Verkäufer manchmal sein Handy neben den Zutaten liegen und benutzt es zwischendurch. So schadet man dem Kebab-Image, das tut mir weh. Gleichzeitig gibt es auch zunehmend Konkurrenten, die unser Konzept kopieren oder es zumindest probieren. Aber das geht nicht so einfach.

Bei Ayverdi's kosten Kebabs mehr als anderswo. Bild: zvg

Inwiefern?
Der «K-Tipp» hat vor eineinhalb Jahren 21 verschiedene Kebabs aus Restaurants in der ganzen Schweiz analysiert auf die Gesamtkeimzahl. Unser Geschäft an der Badenerstrasse in Zürich hatte mit Abstand am wenigsten von allen. Es waren weniger als 1000 Keime, während der Grenzwert bei 10 Millionen liegt. Wir haben seit längerem ein externes Labor damit beauftragt, bei uns viermal jährlich unangekündigte Kontrollen zu machen, damit wir stets mögliche Probleme erkennen und beheben können.

Ende Juni eröffnen Sie Ihre fünfte und prominenteste Filiale, vis-à-vis vom Zürcher Hauptbahnhof. Bisher befanden sich Ihre Geschäfte stets ausserhalb des Zentrums …
Stimmt, das ist ein neues Geschäft für uns. Bisher kamen die Leute mit dem Auto zu uns. Am Zürcher HB nehmen wir die Laufkundschaft ins Visier. Zudem werden wir am Freitag und Samstag bis vier Uhr geöffnet sein, unter der Woche bis 23 Uhr oder Mitternacht. Aber es sind nicht nur die Nachtschwärmer willkommen für den Take-away-Kebab. Wir haben auch hier eine Lounge für eine entspannte Mahlzeit.

Beim Zürcher HB sind die Mieten hoch. Keine Angst, dass Sie sich übernehmen?
Wir haben uns das natürlich lange überlegt, genauso wie unsere Vermieterin, die Firma PSP. Wir haben aber schnell gespürt, dass das passt. Qualität hat ihren Preis, das gilt für unser Essen, aber auch für die gute Lage. Natürlich ist es ein Risiko für uns. Gleichzeitig ist es eine einzigartige Chance. Denn gerade beim HB gibt eine Menschenmenge, die schnell und gut essen möchte. Wir gehen davon aus, dass wir hier 1500 bis 2000 Kebabs pro Tag verkaufen werden. Dafür haben wir 75 neue Mitarbeitende angestellt.

Ihre Kundschaft will doch Parkplätze. An Wochenenden gleichen diese bei Ihren Filialen einer Autoshow.
Das ist so. Für unsere Kunden sind wir Teil ihres Lifestyles. Sie kommen mit ihren eleganten Autos, sind schön angezogen und frisch frisiert, geniessen bei uns einen Kebab und gehen dann in den Ausgang.

Und was folgt nach dem Geschäft beim HB?
Wir wollen weiter nachhaltig wachsen, ohne zu hetzen. Unser grosser Wunsch ist es, eine Filiale in unserem Heimatkanton Luzern zu eröffnen. Auch Bern, Basel, St. Gallen und Winterthur sind auf unserem Radar. Ich gehe davon aus, dass wir jedes Jahr einen weiteren Standort eröffnen können und sehe ein Potenzial von insgesamt zehn Filialen. Ein Franchising kommt dabei nicht infrage. Denn Ayverdi ist unser Familienname. Das wäre, als würden wir unsere Seele verkaufen. Wir möchten die Kontrolle behalten.

Auch der Influencer Zeki hat Kebab-Restaurants eröffnet. Sind Sie sich mit ihm bei der Standortsuche schon in die Quere gekommen?
Bisher nicht. Aber er war im Vorfeld sehr, sehr oft bei uns essen in den Restaurants. Jetzt wissen wir, warum. *(lacht)*

Was gibt es eigentlich bei Ihnen zu Hause zum Abendessen – stets Kebab?
Nein. Ich habe zwei Buben und koche gerne für meine Familie. Manchmal ist es ein einfaches Schweizer Gericht wie Ghackets mit Hörnli, manchmal eine Pizza oder ein türkisches Gericht.

Wie schwierig waren die Anfangsjahre für Ayverdi's?
Sehr schwierig. Denn wir kamen ja nicht aus der Gastronomie. Mein ältester Bruder ist Schreiner, der Mittlere Sanitär, und ich habe meine Lehre bei der Migros gemacht. Wir haben bei null begonnen. Der Älteste arbeitete dann in einem Gastrobetrieb, um die Grundlagen zu lernen, die er uns beibrachte. Der Mittlere fokussierte sich aufs Essen und ich auf den Betrieb. Es brauchte uns alle, sonst wären wir heute nicht hier.