

ZMORGE

Mi-Sa bis 10 Uhr

SALATE & MENUS

warme Gerichte & Salate

Bircher muesli, Dessert, Früchte

BRUNCH

Sonntag von 7 bis 14 Uhr

Dessert & Früchte

warme Gerichte & Salate

in Brötchen/Frischkäse mit Tils, Äpfel, Mandarinen,
alle nach Geschmack, Obst und Nussöl an der Theke zubereiten

im Lokal	Take Away
100 g	100 g
3.30	2.80
4.30	3.70
3.20	2.80
3.30	2.80
4.10	3.60



Änderungen & Produkte Info

- kein Fleisch
- kein Fisch
- kein Meeresfrüchte
- kein Alkohol
- kein Ei
- kein Milch
- kein Nussöl
- kein Honig
- kein Zucker
- kein Salz
- kein Pfeffer
- kein Knoblauch
- kein Senf
- kein Essig
- kein Mayonnaise
- kein Ketchup
- kein Worcestersauce
- kein Curry
- kein Chili
- kein Currypulver
- kein Currypaste
- kein Curryblock
- kein Currypulver
- kein Currypaste
- kein Curryblock

MELONEN

DI-MITTI
ALLES GUT BEI UNS
VOM 11.00 BIS 14.00 UHR
ALLE GERICHTE SIND
NACH DEM TAGESMENÜ
ZUBEREITET
• kein Fleisch
• kein Fisch
• kein Meeresfrüchte
• kein Alkohol
• kein Ei
• kein Milch
• kein Nussöl
• kein Honig
• kein Zucker
• kein Salz
• kein Pfeffer
• kein Knoblauch
• kein Senf
• kein Essig
• kein Mayonnaise
• kein Ketchup
• kein Worcestersauce
• kein Curry
• kein Chili
• kein Currypulver
• kein Currypaste
• kein Curryblock

Geb Brüder (Fleisch-) Frei

Vor 15 Jahren eröffneten Reto, Daniel und Christian Frei mit Rolf Hiltl ihr erstes «Tibits». Der Rest ist (Erfolgs-)Geschichte. Ein Gespräch über Startschwierigkeiten, Standortfragen und Schweizer Sojabohnen. Interview: Sarah Kohler | Fotos: Stefan Bienz



Auch nach 15 Jahren hält sich der Eindruck, das «Tibits» sei der Take-away-Ableger des Restaurants Hiltl. Stört Sie das?

Daniel Frei: Das wurmte uns anfangs, aber heute? Nein. Vielmehr betrachten wir die langjährige Partnerschaft mit Rolf Hiltl – «Tibits» gehört je zur Hälfte der Familie Frei und der Familie Hiltl – als nicht selbstverständlich. Wir ergänzen uns gut.

Reto Frei: Ausserdem nutzten wir den Namen Hiltl zu Beginn ja bewusst; wir profitierten vom Bekanntheitsgrad.

Dass die Marke Tibits für vegetarische Küche steht, ist in der Schweiz indes längst selbst-erklärend. Wie haben Sie das erreicht?

Daniel: Plakativ gesagt: mit den Leuten, die hier einen Superjob machen.

Das behauptet jeder.

Daniel: Ich weiss, aber es ist so. Dazu kommt viel Schweiß; wir schafften das hier nicht einfach mal so locker, sondern steckten alle eine Menge Arbeit in den Erfolg des «Tibits». Und ja, wir waren zur richtigen Zeit am richtigen Ort: BSE war aktuell, Nachhaltigkeit und Gesundheit waren wichtige Themen, das Bedürfnis nach einer schnellen, unkomplizierten Verpflegung wuchs. Vieles gab uns Rückenwind. Auch dass es in der Schweiz nichts Vergleichbares gab.

Trotzdem verlief der Start harzig.

Reto: Die Standortsuche dauerte viel länger, als wir im Businessplan vorgesehen hatten. Daran hätten wir zerbrechen können; wir bewarben uns an so vielen

«Wenn man eine Firma gründet, sollte Geld nicht der erste Ansporn sein – das kommt nicht gut.»

Orten, aber die Leute winkten ab, sobald sie «Gastronomie» hörten. Es war ein gutes Stück Überzeugungsarbeit, den Zuschlag für den Standort am Zürcher Stadelhofen zu bekommen. Aber dann ...

Daniel: ... wurden wir regelrecht überannt und vom Erfolg überrascht.

Reto: Finanziell sahs darum rasch besser aus, als wir prognostiziert hatten – obwohl die Wettbewerbsjury uns beschiednen hatte, die Idee sei gut, in der Gastronomie aber kein Geld zu holen. Nun, wir wollten ja nicht primär verdienen, sondern setzten mit dem «Tibits» eine Herzensangelegenheit um.

Sie wollten kein Geld verdienen?

Daniel: Am Anfang hofften wir eher, davon leben zu können.

Reto: Hätten wir auf die Finanzen geschaut, hätten wir das Ganze bleiben lassen und wohl kaum zwei Jahre lang nach einem ersten Standort gesucht.

Daniel: Ich hatte an der HSG Betriebswirtschaftslehre studiert, meine Kollegen von damals machten Karriere und amüsierten sich über meinen Plan, in die Gastronomie einzusteigen. Jetzt finden sie cool, was wir machen (lacht). Im Ernst: Wenn man eine Firma gründet, sollte Geld nicht der erste Ansporn sein – das kommt nicht gut.

Sie starteten ohne gastronomisches Know-how. Wie trafen Sie Entscheidungen?

Daniel: Wir stützten uns auf unsere Erfahrung als Gast. Ich glaube, das war ein Vorteil. Wir waren nicht vorbelastet, gingen an gewisse Entscheide naiv heran.

Die Branchenkenntnisse steuerte Rolf Hiltl bei. So entstanden angeregte Gespräche – und Lösungen, die man aus rein professioneller Sicht vielleicht nie in Betracht gezogen hätte.

Und als Brüder: Sind Sie sich generell einig?

Reto: Fast nie, nein (lacht). Und mittlerweile sind wir ja zu viert. Unser ältester Bruder Andreas ist seit fünf Jahren ebenfalls Teil des Unternehmens.

Christian Frei: Als wir starteten, war er noch kein Vegetarier – und das Risiko in seinen Augen zu gross. Das änderte sich natürlich, als wir Erfolg hatten (lacht). Ich finde es schön, ein Familienbetrieb zu sein, und super, dass wir nun komplett sind.

Daniel: Natürlich gehen unsere Ansichten oft auseinander. Aber Brüder sagen sich direkt die Meinung. Das ist gut.

Wer ist die treibende Kraft?

Daniel: Wenns darum geht, etwas zu verändern, ist es Reto. Beim Ausbau des veganen Angebots ist es Christian. Ich suche und evaluiere Standorte. Wir ergänzen uns.

Es hat also jeder seinen Bereich?

Daniel: Eigentlich. Aber wir trampeln uns gegenseitig schon ins Feld.

Reto: Wir mussten lernen, uns abzusprechen, um auch gegenüber den Mitarbeitern eine Meinung zu vertreten.

Daniel: Genau. Wir führen einen Familienbetrieb, so ist das. Dafür sind wir persönlich in den Restaurants und kennen unsere Leute mit Namen. Auch wenns mit zunehmender Firmengrösse schwieriger wird.







Reto: Dafür ist das Unternehmen auf mehr Schultern abgestützt. Am Anfang war viel von uns abhängig, heute haben wir Mitarbeiter, die seit zehn oder sogar 15 Jahren dabei sind. Sie leben unsere Philosophie wie wir.

Christian: Oder besser.

Inwiefern prägen Sie das kulinarische Angebot?

Christian: Da wir vegetarisch oder vegan leben, kennen wir viele Produkte. Dieses Know-how bringen wir ein.

Reto: Wir bieten nur an, was wir selber mögen. Unsere Mitarbeiter und wir müssen hinter dem Angebot zwingend stehen, da sind wir unsere stärksten Kritiker.

Stichwort Wachstum: War für Sie immer klar, dass es der richtige Weg ist, grösser zu werden?

Daniel: Im Businessplan skizzierten wir die Vision, eine gute Sache umzusetzen, diese in der Schweiz zu verankern und über die Grenze zu tragen. Wir expandieren aber nicht um der Expansion willen, sondern nur da, wo wir erwünscht sind, woher effektiv Anfragen kommen.

Reto: Ein gutes Beispiel ist Winterthur, wo wir den zweiten Standort eröffneten: Die Idee dafür kam von einem Stammgast, der die Liegenschaft kaufte und uns fragte, ob wir darin ein «Tibits» eröffnen wollen.

Daniel: Auch aus Basel schrieben uns Menschen, die in Zürich arbeiten und daheim gern ein «Tibits» wollten, die Luzerner gründeten eine Facebook-Gruppe und forderten eins, und aus St. Gallen erhielten wir ebenfalls Zuschriften.

Wo liegen für Sie die Grenzen des Wachstums?

Reto: Entscheidend sind die Grösse der Stadt und die Lage, da wir fürs Buffet ein gewisses Volumen und eine hohe Frequenz brauchen, um Frische zu garantieren. Und ja, wir wollen wachsen, aber die bestehenden Betriebe haben Priorität.

Christian: Wir wachsen organisch. Am zweiten Berner Standort an der Gurten-gasse, zum Beispiel, sind wir, weil das Bedürfnis vorhanden war. Das «Tibits» am Bahnhof war ständig voll, der Ruf nach mehr Platz laut.

Daniel: Wir waren der Idee gegenüber kritischer eingestellt als unsere Gäste, aber wir wagten es – und wurden positiv überrascht.



Schweizer Siegeszug

Wir schreiben das Jahr 1998. Reto Frei studiert Maschinenbau an der ETH, als er vom Businessplan-Wettbewerb erfährt, den die Hochschule mit McKinsey lancierte. Die Wirtschaft harzt, und man will junge Innovatoren fördern. Reto Frei ist begeistert, fragt die drei älteren Brüder, ob sie mit ihm ein Projekt einreichen mögen. Die Burschen stehen sich nah, nicht zuletzt geprägt von der italienischen Mutter. Und weil die Mamma ihre Söhne seit jeher auch am Herd einspannt, haben diese zwar wenig Ahnung von Gastronomie, wohl aber von Essen und Kochen. Damals, als man vegetarische Gerichte auf Schweizer Speisekarten oft noch vergeblich sucht, verzichten die Brüder alle schon ganz oder überwiegend auf Fleisch. Also entwickeln Reto, Daniel und Christian Frei ihr «ProjektV» aus einem eigenen Bedürfnis heraus: nach genussvoller, vegetarischer Kost, unkompliziert und schnell. Im Wettbewerb gewinnen sie damit zwei Preise: für die Idee und den Businessplan. Und sie gewinnen Rolf Hiltl, der in Zürich das älteste vegetarische Restaurant der Welt führt, aus den Medien vom «ProjektV» erfährt und sich als Gastropartner anbietet.

Am Zürcher Stadelhofen eröffnet 2000 das erste «Tibits». Aktuell betreiben die Brüder acht Restaurants, eins davon in London. Im Mai 2016 starten sie mit einem Lokal in Oerlikon, 2017 mit einem in St. Gallen. Sie fassen überdies ein zweites Restaurant in London ins Auge. Während Reto (40) und Daniel Frei (46) hauptberuflich im Unternehmen arbeiten, besitzt und leitet Christian (52) zusätzlich eine Privatschule. Der älteste Bruder Andreas (54) gehört nicht zum Gründerteam, stiess vor fünf Jahren aber zur Firma hinzu.

www.tibits.ch

**«Übrigens:
Im «Tibits» ist
der Dienstag
am Buffet jetzt
vegan.»**



Ein Wagnis dürfte auch die Expansion nach London gewesen sein.

Reto: London war am Anfang schwierig. Mittlerweile läuft aber gut.

Was war schwierig?

Daniel: Die Vegiszene dort war vor zehn Jahren schon viel grösser als in der Schweiz, aber sie war eingeschlossen. Nur Vegetarier gingen in ein vegetarisches Restaurant. Also hörten wir auf, die fleischlose Küche zu bewerben, und sprachen von leckerem Essen und einem coolen Buffet. So funktionierte es.

Mit dem veganen Angebot verfahren Sie heute ähnlich.

Christian: Vegane Kost hat ein enormes Potenzial, das die Menschen noch nicht erkennen. Am Buffet können wir die Gäste daran heranzuführen, ohne es zu betonen. Viele unserer Gerichte sind per se vegan, waren es schon immer.

Reto: Das ist richtig. Trotzdem steht im «Tibits» kein Dogma im Zentrum, sondern der Genuss. Wir bemühen uns um ein veganes Angebot – unter der Bedingung, dass es gut schmeckt.

Christian: Wichtiger ist, dass alle tierischen Produkte, die wir verwenden, von einem Hof stammen: einem Bio-Demeter-Betrieb, der zusätzlich unseren eigenen,

noch strengeren Richtlinien genügt. Zum Beispiel lässt unser Bauer seine Pro-Specie-Rara-Hühner im Winter artgerecht mausern – auch wenn das den Preis für ein Ei verdoppelt. Da wir den Anteil veganer Gerichte kontinuierlich erhöhen, während neue Standorte hinzukommen, bleibt unsere Nachfrage beim Bauern konstant. Übrigens: Im «Tibits» ist der Dienstag am Buffet jetzt vegan.

In allen Filialen?

Daniel: In allen Restaurants.

Sie sprechen nicht von Filialen?

Daniel: War das so auffällig? (lacht)

Fakt ist: Das «Tibits» ist eine Kette. Auch wenn das weniger sympathisch klingt, als Sie vielleicht gern hätten.

Reto: Wir sind eine Kette, okay, aber wir sind eine gute. Und Gutes soll gross werden, nicht?

Zurzeit gibt es immer mehr vegetarische und vegane Gastrokonzepte. Macht Ihnen das zu schaffen?

Christian: Gar nicht. Im Zürcher Seefeld gibts über 120 Restaurants. 80 Prozent davon, schätze ich, kochen mit Fleisch. Weitere vegane und vegetarische Lokale sind also eine Bereicherung.



Von Kaffee- bar bis Kaviar

Alles für erfolgreiche Gastgeber: Live entdecken am bedeutendsten Event für Hotellerie, Gastronomie, Take-away und Care

Reto: Ausserdem entwickelten wir vor dem medialen Hype vegane Gerichte, und bei uns steht seit jeher eine Sojamilch zur Wahl. Wir springen nicht auf einen Trend auf, nein, der Trend bestätigt uns.

Wobei Soja auch kein unproblematisches Thema ist.

Daniel: In der Tat. Deshalb stammt unser Tofu nicht aus China, sondern wird aus Sojabohnen produziert, die in der Schweiz angepflanzt wurden.

Christian: In Bioqualität.

Reto: Anfangs wars schwierig, den ganzen Tofu aus Schweizer Produktion zu beziehen. Wir sind froh, dass sich das Angebot mittlerweile unserer Nachfrage angepasst hat. Überhaupt möchten wir mehr Einfluss auf die Produktion nehmen.

Daniel: Wir haben zum Beispiel das Saatgut für unser «Tibits»-Rüebli selber ausgewählt und lassen dieses eigens anbauen.

Ist das also die Zukunft des «Tibits»: eigene Produkte?

Reto: Die Einflussnahme bis hin aufs Saatgut möchten wir sicher vertiefen, ja. Und zwar immer ausgehend von den Fragen: Welches ist das genussvollste Produkt – und wie kann dieses am besten hergestellt werden? ■

«Wir springen nicht auf einen Trend auf, nein, der Trend bestätigt uns.»

Igeho

Basel 21.–25.11.15