

# «Zwei Drittel sind keine Veganer»

**Real Vegan Burger, Rösti Wraps, Like Meat Nuggets: Charly Schillinger, Gründer der veganen Burger-Kette Swing Kitchen, über ihren Einzug in die Schweiz und ihre Gästestruktur.**

FRANZISKA EGLI

**Charly Schillinger, gestern eröffnete das erste «Swing Kitchen» der Schweiz. Warum gerade in Bern?**

Unser Franchisenehmer, Stephan Helfer, ist ein Berner. Er hat uns den Standort vorgeschlagen. Zu Beginn waren wir skeptisch, da Bern nicht gerade eine Weltmetropole ist. Als er uns aber den Standort geschildert hat – zwischen Uni und Bahnhof – waren wir begeistert. Es ist eine enorm frequenzstarke Lage mit genau unserem Publikum.

**Das da wäre?**

Studierende, Büroangestellte, Touristen. Diese Gästegruppen sind an diesem Standort überdurchschnittlich vertreten – anders etwa als in der Altstadt, wo auch Fastfood kaum ein Thema sein dürfte. Wir haben mehrmals vor Ort auch die Passantenfrequenz



**Wollen mit ihren Real Vegan Burgers die Schweiz erobern: Irene und Charly Schillinger.**

zvg, Jan Hellman



gemessen und jeweils durchschnittlich 15 000 Menschen erfasst. Das ist ideal: Unsere Lokale, die zwischen 70 und 90 Plätze haben, erfordern ein Minimum von 11 000, um erfolgreich zu sein.

**Dennoch ist Bern keine vegane Hochburg. Wen sprechen Sie an, Fastfooder, Flexitarier, Veganer?**

Gerade deswegen erachten wir es als ideal, mit Bern zu beginnen. In der ganzen Schweiz gilt die vegane Küche noch als etwas Besonderes, und ich bin überzeugt, dass wir hier ein gutes Stammpublikum

erreichen werden. Unsere Gäste sind zu 80 Prozent nicht vegan, über die Hälfte nicht einmal vegetarisch. Zwei Drittel ist weiblich, zwischen 20 und 40, gut gebildet, urban. Wir sprechen zwei Kundensegmente an, die wir in der Schweiz überdurchschnittlich vertreten sehen: Die, die es nicht verlernt haben zu schmecken, die Wert legen auf Qualität. Und diejenigen, denen es nicht egal ist, wie die Welt in zwanzig Jahren aussehen wird. In Umfragen haben wir festgestellt, dass Gäste vermehrt einen Beitrag zum Klimaschutz leisten wollen.

**Nachhaltigkeit ist bei Ihnen ein entscheidender Faktor. Wie zeigt sich diese konkret?**

Unsere CO<sub>2</sub>-Bilanz genießt höchste Priorität: Ein Ressourcenzähler gibt jeweils die Einsparungen bekannt. Wir verwenden nur CO<sub>2</sub>-neutrale Verpackung. Die Patties sind aus heimischem Soja. In Bern werden wir für Frischeprodukte wie Kartoffeln und Gemüse mit regionalen Anbietern arbeiten. Und statt auf hippe Getränke setzen wir auf Softdrinks wie Swing Cola aus eigener Herstellung. Diese hochkonzentrierten Sirupe werden vor Ort mit Berner Leitungswasser

angerührt. Das spart Glasabfüllung, Transport und Reinigung.

**Derzeit wirbt McDonald's mit seinem «Big Vegan», Burger-Lokale bieten Fleisch-Imitate. Bringt Sie das in Bedrängnis?**

Nein. Fact ist, und da spreche ich als Tierschützer und als Unternehmer: Um mit einem veganen Burger erfolgreich zu sein, sollte man selbst ein veganer Idealist sein und mit bestem Beispiel vorangehen, aber auch ein guter Geschäftsmann sein. Ersteres dient der Glaubwürdigkeit, Zweiteres ist wichtig, um langfristig Erfolg zu haben. Viele vegane Konzepte scheitern, weil den Betreibern das geschäftliche Know-how fehlt.

**Als Veganer können Sie mir bestimmt auch erklären, warum man ein Fleisch-Imitat – zum Beispiel einen veganen Burger – will, obwohl man kein Fleisch essen will?**

Weil man als Veganer unter diesem Verzichtsgefühl leidet, das man mit Alternativen kompensiert. Wir haben auch das getestet und gemerkt, je authentischer etwas beworben wird, desto mehr Absatz findet es. Ein «Sojageschnetzeltes» funktioniert nur mässig – im Gegensatz zum «Veganen Wildragout». «Gemüsenuggets» kommen weniger gut an als «Real Vegan Nuggets». Unsere schmecken übrigens so «echt», dass irritierte Gäste sie schon retourniert haben. Die Schreib-

weise ist letztlich auch entscheidend für die, die umsteigen wollen: Es zeigt auf, dass man auf nichts verzichten muss.

**Sind weitere Filialen geplant?**

Läuft Bern gut an, werden wir unserem Franchisenehmer die Gebietsrechte der ganzen Schweiz übertragen; wir können uns hier mehrere Standorte vorstellen, allen voran Zürich. Aber auch in Wien suchen wir nach Standorten an Hochfrequenzlagen, ebenso in München und Hamburg. Mit Holland und Dänemark sind wir im Gespräch. Unser Ziel: möglichst viel Tierqual vermeiden. Das erreichen wir mit möglichst vielen Filialen, die möglichst erfolgreich laufen.

**Swing Kitchen Vegane Fastfood-Kette aus Österreich**

Das erste «Swing Kitchen» der Schweiz hat seine Türen im früheren Kino Royal in Bern eröffnet. 160 m<sup>2</sup> gross, verfügt das Lokal über 50 Plätze. Die vegane Burgerkette hat bereits fünf Filialen in Österreich und zwei in Berlin. Der Gastronom und spätere Wertpapieranalyst Charly Schillinger hat das vegane Fastfood-Konzept 2015 gemeinsam mit seiner Frau Irene gegründet. Beide sind seit Jahrzehnten vegan. fee

[swingkitchen.com](http://swingkitchen.com)

ANZEIGE

Hey  
du Süsse

**SWEET POTATO GNOCCHI, RISSOLÉES & FRITES**

**KADI**

Entdecke leckere Rezepte auf  
[kadi.ch/sweetpotato](http://kadi.ch/sweetpotato)

