

# Martha wächst

Drei Jahre nach dem Start expandieren Séverine Götz und Sabrina Zbinden mit ihrem Unternehmen Martha's Salad. Die Idee dazu hatten die beiden Zürcherinnen auf einem Bauernmarkt in Kalifornien. *Ein Porträt von Thomas Zemp*



Séverine Götz und Sabrina Zbinden starten durch: Das Kochbuch «Martha's Salad» der beiden jungen Zürcherinnen verkauft sich derart gut, dass die erste Auflage von 6000 Exemplaren bereits nach wenigen Tagen fast ausverkauft ist und der deutsche Verlag bereits die zweite Auflage drucken lässt. Gleichzeitig eröffnen die Jungunternehmerinnen Take-away-Filialen ihres Geschäfts, das gleich heisst wie ihr Buch. Martha's Salad wird damit zur Marke; nicht nur für ein paar Insider, die sich bisher ihren Salat ins Büro liefern liessen.

Im Gespräch mit der 31-jährigen Séverine Götz und der 33-jährigen Sabrina Zbinden ist vom Durchstarten allerdings nicht viel zu spüren. Dagegen viel von Durchhaltewillen und hartem Arbeiten, von Unbeirrbarkeit und Flexibilität. Von Leidenschaft. Von ihrer Vision einer gesunden, nachhaltigen Ernährung. Und sie sprechen vom Traum eines eigenen Restaurants, den sie alleweil noch haben.

Zu spüren ist beim Treffen auch ihre Spontaneität. Diese stand ganz am Anfang des Projekts, das sich unterdessen zum erfolgreichen Start-up-Unternehmen entwickelt hat. Angefangen hat alles in einem PR-Büro in Zürich, wo die beiden Frauen Pult an Pult als Beraterinnen arbeiteten. Events, Lifestyle und Gastronomie waren die Bereiche, die sie mit ihren Universitätsabschlüssen in Politikwissenschaften und Geschichte sowie Publizistik und Betriebswirtschaft bearbeiteten. Doch Séverine Götz wusste von ihrer Kindheit an, dass sie dereinst selbstständig arbeiten will.

### Ganz so einfach geht das nicht

Den Ausschlag zu ihrem Abenteuer als Unternehmerinnen gab schliesslich der Besuch eines Bauernmarktes auf einer Ferienreise in Kalifornien. Dort stiessen Götz und Zbinden auf eine Frau namens Martha, die an ihrem Stand frisch zubereitete Salate aus verschiedenen Zutaten zusammenstellte und verkaufte. Die Idee nahmen sie mit nach Hause, sie kündigten ihre Stellen ins Blaue hinaus. Ganz seriös erstellten sie Konzept und Businessplan für ihr Restaurant mit Salatbar. Und mussten feststellen: Ganz so einfach geht das in Zürich nicht.

So setzten sie aufs Internet: Online konnten Kunden ihre Salate bestellen,



Frisch, regional und saisonal: Séverine Götz (links) und Sabrina Zbinden in ihrem Lokal am Bahnhof Stadelhofen. Foto: Urs Jaudas

die Götz und Zbinden dann in die Büros lieferten. Zur Produktion hatten sie sich in eine Profiküche eingemietet. «Am ersten Tag standen wir um 5 Uhr morgens nervös in der Küche und begannen zu schnippeln», sagt Götz. Und sie lernten. Nicht zu viel einzukaufen. Dass Tomaten zwar das ganze Jahre erhältlich sind, aber nur ein paar Monate im Jahr saisonal und damit auch gut sind. Auf Exotisches wie Shrimps oder Avocados verzichteten sie. Sie lernten Bauern kennen, von denen sie Gemüse direkt bezogen. Damit konnten sie den Zwischenhandel ausschalten und die Transportwege der Waren ökologisch kurz halten.

Ihr Unternehmen wuchs. Und mit ihm auch ihre Philosophie eines nachhaltigen Kochens und Essens, die sie als Vision vermitteln wollen. Frisch und

gesund sollen ihre Salate, Sandwichs und Suppen sein.

Belächelt von vielen, wurde das Konzept von Martha's Salad von andern kopiert. Den beiden PR-Frauen gaben nicht viele eine Zukunft. Doch diese investierten ihr Ersparnis, verzichteten in den drei Jahren auf vieles und bezahlten sich kaum Löhne aus. Sie schauten Dutzende von möglichen Lokalen an, um ihren Traum von einem Restaurant zu verwirklichen. Doch sie stiessen auf unüberwindbare Probleme: auf zu hohe Mieten in der Stadt Zürich und behördliche Auflagen, die für sie kaum umsetzbar waren.

### Eine Pause, um zu arbeiten

Im letzten Herbst dann kam das Angebot, die vier Lokale des Unternehmens

Schnägg zu übernehmen, das Salate und Sandwichs für fünf Franken verkaufte. Sie rechneten, überlegten - und sagten zu. Ihren Online-Lieferservice stellten sie Ende Jahr für ein paar Monate ein, um sich voll der Eröffnung der Take-away-Lokale zu widmen. Den Laden gleich neben der Bäckerei John Baker beim Bahnhof Stadelhofen und denjenigen beim Bahnhof Enge haben sie bereits eröffnet, das Lokal an der Hornergasse folgt.

Den vierten Standort im Hauptbahnhof werden Götz und Zbinden nur bis im Sommer betreiben, wenn der Mietvertrag ausläuft. Die Lage beurteilen sie als wenig ideal für ihr Business. «Wir wären gezwungen, den Store von morgens früh bis um Mitternacht offen zu halten; für eine Salatbar ist das nicht machbar»,

sagt Götz in ihrem Dialekt, den sie aus Basel mitgebracht hat.

Gleichzeitig ist in diesen Tagen das Kochbuch erschienen. Die Anfrage des deutschen Verlags Umschau kam im letzten Sommer aufgrund eines Artikels über Martha's Salad. Einige Rezepte stammen aus dem Fundus des Lieferservices, andere haben Götz und Zbinden neu entwickelt. Auch hier gilt das Motto: frisch, regional und saisonal.

Den Traum vom eigenen Restaurant haben Götz und Zbinden noch nicht aufgegeben. Das Starbucks-Lokal, das die Stadt im Niederdorf neu vermietet, haben sie kurz angeschaut. Es ist ihnen aber zu teuer. Und der Zeitpunkt mit der Neuausrichtung ihres Unternehmens nicht ideal. Dass der ideale Zeitpunkt aber kommt, davon sind sie überzeugt.