Gastro

Infos und News von GASTRO GRAUBÜNDEN Juni 2012
Verband für Hotellerie & Restauration

INTERVIEW

Visionen für die Hotels von morgen

BETRIEBSKONZEPT

Schlosshotel Chastè Tarasp

INNOVATION

Luma: Edelschimmelfleisch für den Gourmet

Heineken®

Negative Äusserungen bringen keine neuen Gäste

Wir alle wissen, wie schwierig es ist, im Moment einen Hotel- oder Restaurationsbetrieb erfolgreich zu führen. Die Umsätze sind bei den meisten Betrieben gegenüber dem Vorjahr drastisch gesunken. Die wirtschaftlichen Aussichten, glaubt man den Prognostikern, sind alles andere als rosig. Die hohe Staatsverschuldung vieler Euroländer ist bedenklich. Die Nationalbank verteidigt die Eurountergrenze von Fr. 1.20 seit mehreren Monaten mit grossem Erfolg. Eine Loslösung von dieser Strategie würde wohl dazu führen, dass der Euro ins Bodenlose fallen würde.

Unsere Branchenverbände fordern bessere Rahmenbedingungen. Bei der Mehrwertsteuerrevision sollen die Gastronomie und die Hotellerieleistungen zu tieferen Sätzen als bisher besteuert werden. Ein Agrarfreihandelsabkommen mit der EU wäre dringend notwendig. Die Politiker hören unsere Botschaften wohl. Leider ist jedoch sowohl im National- als auch im Ständerat noch keine Mehrheit dazu bereit, unseren Forderungen zuzustimmen und entsprechende Gesetzesänderungen voranzutreiben. Zudem nimmt der Bundesrat die Anliegen unserer Branche nicht allzu ernst. Vor kurzem hat er bekanntgegeben, dass er sich gegen die Initiative «für gleich lange Spiesse bei der Mehrwertsteuer» ausgesprochen hat.

NICHT KLAGEN...

Die Medienberichterstattungen in den vergangenen Monaten über unsere Branche, sei es bei der Veröffentlichung der Logiernächtezahlen oder bei Artikeln über das Preis-/Leistungsverhältnis waren äusserst negativ. Doch auch wir als Exponenten unserer Branche stiessen ins gleiche Horn. Mancher Hotelier und Gastronom wird seinen Gästen ebenfalls sein Wehleid über die hohen Mitarbeiter- und Warenkosten, über den Rückgang der Umsätze bei den Logiernächten und beim Verkauf von Mahlzeiten und Getränken im Restaurant geklagt haben.

Gehen wir doch einmal in uns. Was bringt uns diese Flut von negativen Äusserungen? Mehr Gäste, Mitleid, Verbesserungen für unsere Branche? Leider trifft keines der Dreien zu. Vielmehr entwickelt sich aus den vielen negativen Äusserungen eine Negativspirale nach unten. Das heisst, der Gast wird von solchen Äusserungen negativ beeinflusst. Ihn interessieren unsere Klagen, Ängste und Sorgen nicht. Er besucht unsere Betriebe, um sich bei einer guten Mahlzeit, einem guten Glas Wein zu entspannen. Er will in seinen wohlverdienten Ferien relaxen. Wohl fühlt er sich bei uns, wenn wir und unsere Mitarbeiter ihn mit einem Lächeln, ja einem Strahlen in unseren Gesichtern begegnen und ihn mit ausgezeichneten Leistungen verwöhnen.

... SONDERN POSITIV VORWÄRTS SCHAUEN

Die Kraft und der Glaube des positiven Denkens können Berge versetzen. Mit positivem Denken und Handeln können aber auch neue Gäste gewonnen und bestehende Stammkunden gehalten werden. Einfacher gesagt, als getan. Mit jammern und klagen kommen wir keinen Schritt weiter. Unsere Mitbewerber in den umliegenden Ländern haben doch ähnliche Sorgen. Wir müssen uns alle einen Ruck geben, positiv in die Zukunft blicken, neue Chancen endlich wieder erkennen und nutzen... und uns vor allem schleunigst aus dem Tal der Tränen und des Selbstmitleides hinauskatapultieren. Damit werden wir das erste Ziel erreichen, nämlich eine positive Grundeinstellung gegenüber der Zukunftsentwicklung in der Branche und im eigenen Betrieb. Die positive Einstellung wird dazu führen, dass wir uns selbst wohler fühlen, dies gegenüber unseren Gästen und der Öffentlichkeit auch ausstrahlen und kommunizieren. Das veränderte Verhalten wird auf Wohlwollen bei unseren Gästen und in der Öffentlichkeit stossen. Die Medien werden auf breiter Front über unsere Branche wieder Erfolgsmeldungen aussenden. Diese werden dazu führen, dass wieder mehr Gäste kommen und unsere touristischen Dienstleistungen in Anspruch nehmen.

Ferien in Graubünden stellen den Schlüssel zum Jungbrunnen dar..., weil alle Gäste herzlich von der Bevölkerung aufgenommen werden. Selbstverständlich unterliegt diese Haltungsänderung einem Prozess, der nicht vom einen auf den anderen Tag erreicht und umgesetzt werden kann. Doch fangen Sie heute bei sich an, schauen Sie in den Spiegel, lächeln Sie und Sie haben einen ersten Schritt zur Änderung der negativen Haltung bereits gemacht.

FLUREGN FRAVI
GESCHÄFTSFÜHRER GASTROGRAUBÜNDEN

Gastro

Infos und News // Juni 2012

SEITE 4 // BETRIEBSKONZEPT
Schlosshotel Chastè Tarasp

SEITE 7 // INTERVIEW
Visionen und Lösungen für Hotels von morgen

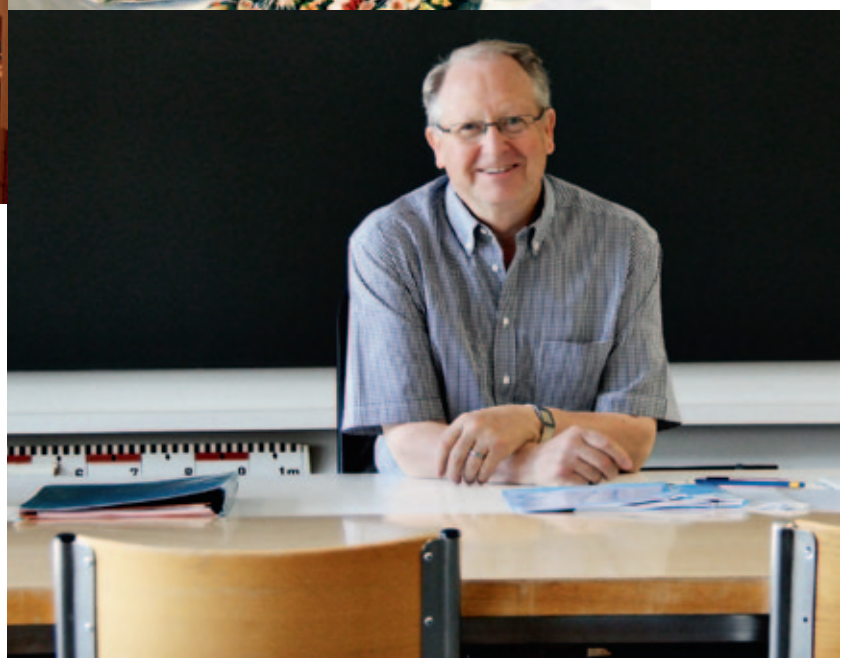
SEITE 10 // INNOVATION
Edelschimmelfleisch für den Gourmet

SEITE 14 // SPIRITUOSEN
«Mit Freude am Genuss wächst die Neugier»

SEITE 24 // KURZNOTIZEN
dies und das …

SEITE 25 // DELEGIERTENVERSAMMLUNG
Gastronomie: Grosse Herausforderungen

SEITE 18 // NACHWUCHS
Kochlernende wickeln Lehrmeister um die Finger



SEITE 20 // ABSCHIED
Tony Annen: Leben für den Kochnachwuchs

SEITE 26 // MARKTINFO
Prodega

IMPRESSUM GASTRO INFOS & NEWS – Die Zeitung für Interessenten, Hoteliers und Gastronomen **AUFLAGE //** 1400 Exemplare **ERSCHEINUNGSWEISE //** 4x jährlich **HERAUSGEBER //** GastroGraubünden, Loestrasse 161, Rosengarten, 7000 Chur, Tel. 081 354 96 96, Fax 081 354 96 97, www.gastrograubuenden.ch, info@gastrograubuenden.ch **REDAKTION //** Fluregn Fravi, info@gastrograubuenden.ch • **Pressebüro kh-media**, 7000 Chur, Tel. 081 353 85 85, info@kh-media.ch, www.kh-media.ch **LAYOUT //** LehmannVisual, Tel. 044 915 56 18, lehmann-visual.ch **ABONNEMENTE //** Sie können gastro infos & news auch abonnieren, kaufen und verschenken: Ein Jahresabonnement kostet Fr. 16.– (Inland), Fr. 20.– (Ausland). Einzelverkaufspreis Fr. 5.–. Mitglieder von GastroGraubünden erhalten gastro infos & news gratis **ABO-BESTELLUNGEN //** GastroGraubünden, Tel. 081 354 96 96, Fax 081 354 96 97, info@gastrograubuenden.ch

Vom Gasthaus zum Viersterne-Hotel

SCHLOSSHOTEL CHASTÈ

Vor 100 Jahren hat die Geschichte in einem 400-jährigen Bauernhaus in Tarasp begonnen: Die Not machte damals die Besitzerfamilie Pazeller erfinderisch. Sie eröffnete eine Gaststube. Seither hat sich viel geändert. Heute ist das Schlosshotel Chastè ein Relais & Châteaux 4-Sterne Superior Hotel. Geblieben ist die herzliche Gastfreundschaft.

Hinter dem Schlosshotel Chastè steckt nicht nur eine traditionsreiche Hotel- und Restaurantgeschichte, sondern vor allem auch eine spezielle Familiengeschichte. Denn das Anwesen selbst befindet sich seit 500 Jahren und 21 Generationen im Besitz der Familie Pazeller. «Das behäbige Bauernhaus wurde in mehreren Etappen zum heutigen Wohlfühlhotel um- und ausgebaut», schreibt Rudolf Pazeller, der zusammen mit seiner Frau Daniela massgeblich die Hotel-Geschichte gestaltete und prägte, in seiner Jubiläumsschrift.

Zwar ist die Anreise ins Schlosshotel Chastè eine kurvenreiche, aber auch eine, die landschaftlich viel fürs Auge bietet. Und ist man erst einmal oben, will man gar nicht mehr weg von diesem schönen Fleckchen Erde. Der Dorfbrunnen steht noch mitten im Dorf zwischen renovierten alten Gebäuden, ringsherum blühen die Alpenblumen auf saftig grünen Wiesen. Der Blick wird immer wieder angezogen vom trutzigen Schloss. Ihm zu Füssen liegt der kleine Tarasper See. Und dazwischen eben das wunderschöne alte, mehrmals renovierte und erweiterte Schlosshotel Restaurant Chastè mit seiner grossen Kunstverbundenheit. Und vor allem ist es ein Stern im kulinarischen Himmel des Unterengadins. In der Küche wird mit viel Leidenschaft, Herzblut und mit viel Kreativität gekocht.

STATT KUNSTMALER EIN KOCH

Rudolf Pazeller, der eigentlich nie Koch werden wollte, sondern viel lieber Kunstmaler oder Innenarchitekt, hat im Familienbetrieb dann doch noch seine Passion gefunden. Als junger Mann träumte Rudolf Pazeller im Kollegium in Saint Maurice, dass er Küchenchef eines zehnköpfigen Teams in einer Hotelküche sei. Für ihn war dies ein Fingerzeig, der ihn bewog, eine Kochlehre zu beginnen – zur Freude des Vaters. Nach Abstechern als Jungkoch zu Felix Real in Vaduz und in die Auberge de Grand Lancy

Wirken im Schlosshotel-Chastè:
Daniela und Rudolf Pazeller mit Sohn Gian-Andrea (Mitte).

in Genf, nach kurzen Ausland- und Sprachaufenthalten und nach dem Besuch der Hotelfachschule erfüllte sich die Vorhersehung dann ab 1968 im eigenen Betrieb…

DER BEGINN

Anton Pazeller, der Grossvater von Rudolf, der bis 1910 das tägliche Brot für seine Familie in Italien verdiente, kehrte heim und baute die im Bauernhaus integrierte Dorfschmiede zu einem kleinen Restaurant um. Auch eröffnete er ein kleines Lebensmittelgeschäft, weil die Schlossruine gerade umgebaut wurde und viele Arbeiter im Dorf waren. Schon 1916 entschied sich Anton Pazeller, ein neues Restaurant zu bauen. Nach seinem Tod führte dessen Frau Angela den Betrieb weiter. 1945 übernahmen die Eltern von Rudolf den Bauernhof samt Restaurant. Um aber überhaupt investieren und ausbauen zu können,

SCHLOSSHOTEL RESTAURANT CHASTÈ TARASP

Besitzer Familie Pazeller
Ausbildung Rudolf Pazeller ist gelernter Koch und absolvierte die Hotelfachschule Luzern. Er kochte für den Shah in Persien und für eine deutsche Gesellschaft in Acapulco. Sein «Kochvater» ist Felix Real vom ehemaligen Restaurant Real in Vaduz.
Daniela Pazeller Nach einer kaufmännischen Ausbildung und Sprachaufenthalten im In- und Ausland arbeitete sie als Chef de Réception in verschiedenen Hotelbetrieben bis zu ihrer Heirat mit Rudolf Pazeller.
Gian-Andrea Pazeller Ausbildung zum Koch, verschiedene Sprachaufenthalte im In- und Ausland und Hotelfachschule: Seit 2007 unterstützt er seine Eltern als Betriebsassistent an der Front, im Service und wenn nötig auch in der Küche. Er wird nun als Geschäftsführer den Familienbetrieb übernehmen.
Philosophie Alte Traditionen bewahren, das Neue aufnehmen und integrieren. Die Wünsche der Gäste werden mit grosser Freude erfüllt. «Unser Ziel ist es, mehr zu machen, als das Übliche. Unsere Gäste sind unsere Juwelen und unsere Mitunternehmer pflegen und halten diese Juwelen.»

Kontakt/Infos
↗ www. schlosshoteltarasp.ch

brauchte die Familie Geld. Darum machte sich der Vater 1946 auf und verdiente sich als Liftboy im Hotel Palace das Geld dazu. Damit legte er gleichzeitig den Grundstein für eine spätere eigene Hotelkarriere.

GEWALTIGE AUFGABEN, GROSSE BELOHNUNGEN

Robert Pazeller rief seinen Sohn 1968 nach Hause. Zu dieser Zeit konnte die Familie bereits fünf Gästezimmer und Zimmer für Mitarbeitende vermieten. In den folgenden Jahrzehnten bauten Rudolf und Daniela Pazeller ihren Betrieb immer weiter aus. Heute bieten sie 19 Gästezimmer an. Ein Meilenstein war der Umbau des Hotels von einem Drei- zu einem Viersterne-Haus. «Eine gewal-

FORTSETZUNG SEITE 6

Vom Gasthaus zum Viersterne-Hotel

tige Aufgabe», erinnert sich der Hotelier und Koch noch gut an dieses Unterfangen. «Auf 13 Baustellen mit bis zu 55 Mitarbeitern täglich wurde abgerissen, gebaggert, neu errichtet und restauriert.» Von da an ging es planmässig Jahr für Jahr weiter nach dem Motto: «Vom Bauernhaus zum Vierstern-Relais & Châteaux-Hotel. Im November durfte Rudolf zusammen mit seinem Sohn Roberto am Relais & Châteaux-Weltkongress in Neapel die begehrte Welcome Trophy entgegen nehmen. «Nie hätte ich erwartet, eine solche Auszeichnung in Empfang nehmen zu dürfen», sagt Pazeller noch heute.

KULINARIK

2002 wurde das Schlosshotel Chastè dann mit seiner Küche in die «Grandes Tables de Suisse» aufgenommen – auch das war für Rudolf und Daniela Pazeller eine grosse Anerkennung für die geleistete Arbeit. Sie entwickelten Hotel und Küche immer weiter. Rudolf pflegt eine hochstehende saisonale Küche mit vielen Produkten aus der Region. Einmalig: Gemüse und Salate kommen sogar aus privaten Gärten von Hobbygärtnern… Rudolf Pazeller versteht sich nicht nur auf die klassische, traditionelle Küche mit Gerichten wie Château-Briand, Kalbsnierli oder Plain in Pigna, sondern genauso auf eine moderne. So findet man etwa auf der Karte: Glasiertes Zanderfilet auf Suser-Risotto, Saibling-Capuns, Lasagne vom grillierten Rindsfilet, Surf &Turf vom Hummerschwanz und Kalbstatare mit Granny Smith, Grünerbsen mit Minze, Tahiti-Vanille und Yuzu-Mousse, oder auch gebratene Entenleber in der Knusperlasagne mit Aprikose Lavendelsabayone und Honigsauce oder in Curryöl pochiertes Royalfilet vom bretonischen Wolfsbarsch auf Venerereis, Blattspinat mit Pinienkernen und Peperoncini-Pesto.

CATERING, KOCHBUCH, FERTIGMENUS…

Seit 2000 hat er sich mit seinen Caterings für Events im Schloss Tarasp einen Namen gemacht. Vom Aperitif bis zum Feinschmeckermenü bereitet er alles zu was gewünscht wird. Legendär sind vor allem die Erntedankfeste – jeweils am ersten Samstag im Oktober – als Höhepunkt und krönender Abschluss jeder Sommersaison. Der umtriebige Hotelier und Koch baute sich gleichzeitig in Zusammenarbeit mit der Metzgerei Hatecke in Scuol ein weiteres Standbein auf. In der Chastè-Küche produziert das Küchenteam bis zu 30 Fertigprodukte für den Verkauf in der Hatecke-Metzgerei. «Sämtliche Gerichte sind frei von Konservierungsstoffen, teilweise sterilisiert und gekürt bis zu drei Monaten haltbar», erklärt Pazeller.

Für die Entwicklung dieser neuen Menülinie duften Ludwig Hatecke und Rudolf Pazeller im Sommer 2011 den Innovationspreis des Bündner Gewerbeverbandes entgegennehmen. Kurz zuvor hat sich Pazeller noch einen Wunsch erfüllt: Mit dem Kunstmaler Rudolf Mirer brachte er das Kochbuch ARTe Cucina heraus. Auch dafür gabs eine Goldmedaille.

ZUKUNFT

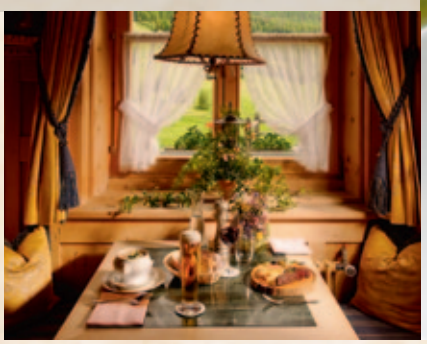
Die ausgesprochene Gastfreundschaft begeistert die Hotel- und Restaurantgäste immer wieder aufs Neue. Rudolf und Daniela Pazeller und seit geraumer Zeit auch ihr Sohn Gian-Andrea, der den Familienbetrieb nun als Geschäftsführer übernehmen wird, verwöhnen in ihrem Hause vor allem Gäste aus der Schweiz, Deutschland, Italien und Frankreich.

Als Jubiläumsgeschenk hat die Familie Pazeller dem Betrieb eine neue Zentralheizung mit Warmwasser Aufbereitung geschenkt. Über all` die notwendigen Investitionen vergessen sie aber glücklicherweise auch nicht, «Luftschlösser» zu bauen: «Vielleicht», so sinnieren sie, «kommt eines Tages jener Investor zu uns, der sich bei uns seine eigene Suite bauen möchte…»

TEXT: KARIN HUBER, FOTOS: ZVG

JUBILÄUMSWOCHEN ZUM 100-JÄHRIGEN

Die Gäste des Schlosshotels Chastè in Tarasp feiern das 100-jährige Bestehen des Betriebes natürlich mit speziellen Angeboten mit: Mit günstigen Jubiläumspauschalen, mit Schlemmer-Wohlfühltage, Dolce Far Niente, Chastès Engadin-Kombi und auch Wandern mit Rudolf. Am 8. Juni verwöhnte die Familie Pazeller eingeladene Gäste aus nah und fern im Schloss mit einem reichhaltigen Jubiläumsaperitiv und einem Gala-Diner.



Visionen und Lösungen für Hotels von morgen

Das Fraunhofer Institut IAO hat das Forschungsprojekt «Future Hotel – Visionen und Lösungen für die Hotels von morgen» durchgeführt. An der Studie beteiligten sich auch Engadiner Hotels. Mehr über das Hotel von morgen sagt Vanessa Borkmann, welche das Forschungsprojekt begleitet.

Vanessa Borkmann, wie also sieht das Future-Hotel aus?

Es wird nicht das EINE Hotel der Zukunft geben, sondern eine Vielzahl neuer Hotelkonzepte, die sich angepasst an den Wandel unserer Gesellschaft und an den Bedürfnissen ihrer klar definierten Zielgruppe entlang am Markt positionieren. Design, also eine Gestaltung zur Steigerung des Wohlbefindens, wird dabei weiterhin eine wesentliche Rolle spielen, jedoch wird die Hotelumgebung zunehmend technologisiert. Dabei ist immer zu beachten, dass die Technik im Hintergrund funktionieren muss, leicht verständlich und bedienbar, um dem Nutzer den Aufenthalt angenehmer zu gestalten.

Sie sagen, die Zukunft eines Hotels hänge entscheidend von der Zufriedenheit seiner Gäste ab. Gibt es eine sogenannte Must-have-Liste für die Bedürfnisse der Gäste?

Die im Rahmen des Future Hotel Projektes durchgeführte Hotelgastbefragung hat gezeigt, welche Aspekte für die Auswahl eines Hotels und welche Ausstattungskomponenten und Serviceangebote den Gästen besonders wichtig sind.

Die wichtigsten Ausstattungskomponenten im Hotelzimmer sind das Bett, das Fernsehgerät, der Internetzugang und der Badbereich. Nur 5 Prozent aller Befragten Gäste sind mit den Hotelzimmern, die Sie bei Ihren Reisen antreffen, bisher zufrieden. Daher kann es sich für den Hotelier lohnen, sein Angebot zu optimieren.

Was genau wünschen sich denn die Gäste?

Natürlich geht es im Hotel um einen aufmerksamen, freundlichen Service. Bei der Hotelauswahl legen Geschäftsreisende im Vergleich zu Privatreisenden mehr Wert auf die Nähe zum Reiseziel, eine Verkehrsgünstige Lage, eine Parkgelegenheit, sowie eine moderne technische Ausstattung im Hotelzimmer, bestehende Rahmenverträge oder Kontingente oder den Tagungsbereich. Privatreisende achten bei der Hotelauswahl im Vergleich zu den Geschäftsreisenden mehr auf die Verpflegung, den Preis, die Bewertung des Hotels im Internet, die Sternekategorie, das Wellness-/Fitnessangebot, die Gebäudearchitektur, oder auf vorhandene Gütesiegel.

«EVENTUELL IST AUFGRUND DES STARKEN FRANKENS FÜR EINIGE HÄUSER MITTELFRISTIG EINE AUSRICHTUNG AUF EINE NEUE ZIELGRUPPE ERFORDERLICH»

Die Gäste sind ja nicht alle gleich und deren Bedürfnisse auch nicht. Gibt es bestimmte Gasttypen?

Ja, genauso ist das. Wir haben in unserer Gaststudie bisher 17 Hotelgasttypen profilieren können. Darunter sind z.B. der Wellnessgast, der designaffine Gast, der Geschäftsreisende, der im Hotel arbeitet, oder auch der besonders umweltbewusste Gast. Natürlich haben wir ausserdem nach den verschiedenen Hotelkategorien differenziert, ebenso wie in verschiedene Altersstufen eingeteilt. Die Profile zeigen, worin sich die Gasttypen einig sind und in welchen Punkten die Gäste unterschiedlicher Meinung sind.

FORTSETZUNG SEITE 8

Visionen und Lösungen für Hotels von morgen

Wie wichtig ist der Preis?

Durch das Internet wird das Hotelangebot für den Gast immer transparenter. Über Buchungs- und Bewertungsplattformen ist der Gast in der Lage die Angebote zu vergleichen und Erfahrungsberichte selbst zu bewerten. Diese zunehmende Transparenz rückt das Preis-Leistungs-Verhältnis immer stärker in den Fokus. Dazu kommt, dass Gäste sich nicht mehr auf bestimmte Kategorien festlegen. Je nach Reiseanlass und Reisezweck wird die passende Kategorie und entsprechend das Angebot an Ausstattung und Service ausgewählt. So ist ein und derselbe Gast für ein wichtiges Treffen mit einem hochrangigen Geschäftspartner in einem 5 Sterne Businesshotel mit herausragender Gastronomie für das Abendessen und für den nächsten Messebesuch mit minimaler Aufenthaltszeit im Hotel in einem 2 Sterne Haus, das ihm ein gemütliches Bett und eine saubere Dusche bietet. Wie viel der Gast also bereit ist auszugeben, wird bei jeder Reise wieder neu entschieden und mit den Anforderungen abgeglichen.

«EINE KLARE IDEE DAVON, WOHIN MAN SICH ENTWICKELN MÖCHTE, ERLAUBT ES, NEUERUNGEN STEP BY STEP EINZUFÜHREN UND ENTSPRECHEND ZU FINANZIEREN»

Die Schweiz beklagt u.a. aufgrund des starken Frankens einen Rückgang an Gästen. Was raten Sie? Wo sehen Sie die Trends?

Es gibt immer Menschen, die sich mehr leisten können als andere und von starken Währungen nicht abgeschreckt werden. Eventuell ist aber für einige Häuser mittelfristig eine Ausrichtung auf eine neue Zielgruppe erforderlich. Man muss sich natürlich als Hotelier die Frage stellen, welche Gäste man in seinem Haus beherbergen möchte. Nicht jeder zahlungskräftige Gast passt am Ende auch zum Hotel und dem gewünschten Gästemix. Ein Rezept habe ich nicht, es ist aber in jedem Fall wichtig, dem Konzept eines Hauses treu zu bleiben und wesentliche Änderungen nur sehr wohlüberlegt vorzunehmen.

Angebote für kurze und spontane Reisen sind nach wie vor ein Trend. Hier gilt es, die Zielgruppen zu erreichen und zu überzeugen, also Lust auf eine Reise zu machen, wo der Gast noch nicht einmal überlegt hat, dass er eventuell verreisen könnte.

Wie können denn die Hoteliers ihre Häuser für die Zukunft fit trimmen? Gibt es innovative Lösungen dafür?

Hoteliers sind ständig gefordert ihre Häuser auf einem aktuellen Stand zu halten um im Wettbewerb nicht unterzugehen. Eine Hilfestellung bei der Entscheidungsfindung im Alltag kann die strategische Orientierung an einem für das eigene Haus gemeinsam mit Experten entwickelten Zukunftsszenario sein. Der Hotelier hat dann eine klare Idee davon, wo er sein Haus in den nächsten 15-20 Jahren sieht, dabei sind Trends und Entwicklungen ebenso berücksichtigt wie die Veränderungen der Gästezielgruppe. Gerade die Einführung neuer Technologien erfolgt oft schrittweise. Eine klare Idee davon, wohin man sich entwickeln möchte, erlaubt es, Neuerungen step by step einzuführen und entsprechend zu finanzieren. Zu den wichtigsten Massnahmen zählen heute nach Aussage der von uns befragten Hoteliers v.a. Technologien zur Steigerung der Energieeffizienz von Hotels oder intelligente Regelungs- und Steuerungsanlagen z.B. für die Gebäudeklimatechnik.

Hardware (Bau, Ausstattung etc.) ist das eine, Software (Dienstleistungen, Freundlichkeit etc.) das andere. Am erfolgreichsten wird wohl jener Hotelier sein, der alles unter einen Hut bringt…

Natürlich, das ist nichts Neues. Es ändert sich aber, dass der Gast immer informierter wird und von überall aus Zugriff auf das Angebot hat beispielsweise eine Buchung über das Mobiltelefon vornehmen kann. Ausserdem wird der Wettbewerb innerhalb der Branche weiter anhalten und gerade die kleine private Hotellerie bekommt besonders im urbanen Raum Druck von der Kettenhotellerie.

Diejenigen Hoteliers, die Ihre Gäste am besten kennen und auf deren spezifische Bedürfnisse eingehen, haben im Wettbewerb sicher die Nase vorn, vor allem, wenn die Hardware, also Räumlichkeiten ansprechend und auf die Gastwünsche massgeschneidert sind. Hoteliers müssen Generalisten sein – Allrounder in Person, oder ein gutes Team.

In Zukunft wird dies wohl immer schwieriger, da beispielsweise die technischen Komponenten im Gebäude oder die Online-Vermarktung des Angebots immer komplexer werden. Hier sind die Hoteliers auf die Zusammenarbeit mit Experten angewiesen. Neue Mitarbeiterprofile sind ein Weg, um darauf zu antworten wie z.B. Social Media Manager oder Nachhaltigkeitsbeauftragte –diese Aufgaben gab es vor Jahren noch nicht. Kooperationen mit spezialisierten Partnern können sich lohnen, hierin liegt auch ein wichtiger Trend.

Innovative Hotels haben es einfacher, auch in schwierigeren Zeiten zu bestehen. V.l.n.r.: La Rösa, Misani, Kulm Arosa.

Wann entscheidet sich ein Hotelier, Anpassungen vorzunehmen. Gibt es hier konkrete Anhaltspunkte?

Die Future Hotel Befragung von rund 2800 Hoteliers hat gezeigt, dass Hotelier in regelmässigen Abständen erneuern und renovieren: Nach Angabe der Hoteliers werden alle fünf Jahre bei 57 Prozent Anpassungen in der Medientechnik vorgenommen und bei 54 Prozent die IT-Geräte angepasst, da diese technischen Gerätschaften schnell veraltet sind. Ausserdem werden aus hygienischen Gründen die Matratzen gewechselt und die Wandbeläge in den Gästezimmern und im Restaurant aufgefrischt.

Umbauten, Anpassungen etc., das kostet meist Geld. Geld, das vielen Hoteliers heute fehlt. Wie umschifft man diesen Teufelskreis?

Eine strategische Planung von Investitionen kann helfen. Selbstverständlich müssen dann wie überall auf der Basis der zu erwartenden Kosten entsprechende Rücklagen gebildet werden, aber wie bereits erwähnt, können aufwendige Veränderungen und Anschaffungen, die mit grossen Investitionen einhergehen dann auch sukzessive vollzogen werden. Zunehmend interessant werden aber auch strategische Partnerschaften, beispielsweise Kooperationen mit Gastronomieanbietern oder Dienstleistern im Wellnessbereich, aber auch ganze Bäder oder Hotelzimmermöblierungen können mit einem Partner realisiert werden. Dadurch können das Angebot, Kapazitäten in bestimmten Bereichen, erweitert werden, ohne dass der Hotelier das Risiko und die Finanzierung alleine tragen muss.

Innovations- und Entscheidungsprozesse, schreiben Sie in Ihrer Studie, seien zunehmend notwendig, um den Hotelbetrieb strategisch zu gestalten und den Hotelerfolg nicht dem Zufall zu überlassen. Bloss: Meistens fehlt es ja an einem kontinuierlichen Innovationsmanagement…

Ja, leider ist das heute noch so der Fall. Ansätze eines Innovationsmanagments zeigen rund 46% der von uns befragten Hoteliers. Für 26 Prozent der Betriebe ist Innovationsmanagement überhaupt kein Thema. Innovationsmanagement für die Hotellerie wird jedoch an den Hochschulen gelehrt und wird immer mehr in die Realität Einzug halten. Auch über einschlägige Beratungsunternehmen wird sich Innovationsmanagement in den Betrieben mehr und mehr etablieren.

Wo sehen Sie die wichtigsten Gestaltungsbereiche für neuartige Produkte und Lösungen?

Ich halte es mit den Hoteliers, die wir befragt haben. Unsere Studie hat gezeigt, dass die Hoteliers derzeit vor allem Handlungsbedarf in Fragen der Nachhaltigkeit und Energieeffizienz sehen, gefolgt von Optimierungen in der Badgestaltung, Neuerungen im Bereich der Informations- und Kommunikationstechnik, Medientechnik und Entertainment sowie im Bereich Internet und Social Media.

Die Gäste sind preisbewusst und erwarten immer mehr Leistungen für das Geld, das sie bezahlen. Das kann ruinös werden für einen Hotelier…

Eine derartige Entwicklung sollte der Hotelier besser nicht unterstützen. Der Gast ist nach eigener Aussage durchaus bereit, für ein besonders überzeugendes Angebot auch mehr zu bezahlen. Es darf am Ende nicht darum gehen, immer mehr und immer besser anzubieten, sondern gezielter und effektiver!

INTERVIEW: KARIN HUBER, FOTOS: ZVG

Luma: Edelschimmelfleisch für den Gourmet

Es tönt absurd: Schimmelfleisch zählt zum besten Fleisch der Welt. Das behaupten zumindest die Erfinder von Luma-Beef, Luma-Pork und Luma-Veal. Und das bestätigen Spitzenköche aus der Schweiz. Was hat es mit diesem Fleisch auf sich?

Erst wenn eine dicke Schicht von Schimmelpilz die Fleischstücke überzieht, dann ist das Fleisch «reif» und genussfertig. Bevor der Gourmetkoch solche Fleischstücke aber in die Pfanne haut (respektive respektvoll legt), wird der Edelschimmel von den Luma-Herstellern abgeschnitten und das Fleisch versandfertig eingepackt. Zugegeben: Über den Anblick des Schimmelfleisches lässt sich kaum streiten: Es animiert so ganz und gar nicht es zu essen.

Aber: Wer das Luma-Beef oder das Luma-Pork selbst einmal probiert hat, den haut es vermutlich doch aus den Schuhen. Geradeso wie Marcus Lindner, Spitzenkoch im Restaurant Mesa in Zürich, oder Markus Neff vom Waldhotel Fletschorn, oder Reto Mathis von Mathis Food Affairs, oder Sandro Steingruber, Restaurant Epoca, Hotel Waldhaus in Flims… Die sind sich einig: Das Fleisch ist eine Bereicherung für die Gastronomie. Sandro Steingruber: «Das Luma-Beef hat einen eigenen Geschmack, es ist würzig, herb, intensiv, sehr zart. Ab und zu nehme ich es auf die Menukarte. Es kommt gut an. Der Preis ist höher als üblich, aber fair. Das Projekt finde ich sehr gut und innovativ.»

Das Unternehmen, welches das Schweizer Frischfleisch veredelt, heisst Luma Dry Aging Company (Luma D.A.C) mit Sitz in Neuhausen. Lucas Oechslin und Marco Tessaro, zwei alte Freunde aus Schaffhausen, haben vor gut vier Jahren darüber diskutiert, weshalb in der Schweizer Gastronomie nicht öfter Fleisch aus Schweizer Produktion verwendet wird. Oechslin, der Biotechnologe, und Tessaro, der Betriebswirtschafter, befragten daraufhin Metzger und Gastronomen zu diesem Umstand und erhielten

zur Antwort, dass das Schweizer Fleisch für die Ansprüche von Gourmetköchen keine konstante Qualität aufweise. So reifte bei den beiden Jungunternehmern die Idee, das Fleisch mittels biotechnologischem Verfahren auf der Basis von Edelpilzen zu veredeln.

«Wir haben lange probiert, welcher Pilz der richtige für die Fleischveredelung ist», sagte Marco Tessaro. Sie kannten das «Schimmel veredelte» Bündnerfleisch oder die Schimmelkäse und erinnerten sich daran, dass die Metzger und Bauern in alten Zeiten ja auch schon «Schimmel-Bärte» auf dem Fleisch wachsen liessen. Nach vielen Versuchen haben Oechslin und Tessaro ihre Idee schon fast wieder begraben, mieteten sich dann aber bei einem Metzger ein, machten neue Versuche und plötzlich gab es Resultate, die sie befriedigten. Im Herbst 2009 wurde der optimale Pilz – in der Natur – gefunden und seither im Labor gezüchtet. Seit rund zwei Jahren produzieren die Jungunternehmer nun Luma-Beef und Luma-Veal, Seit wenigen Monaten gibt es auch Luma-Pork. Die Produktion ist offiziell und behördlich abgesegnet vom zuständigen Bundesamt.

Derzeit verkaufen Tessaro und Oechslin pro Woche rund 250 Kilogramm Schimmelfleisch. Das entspricht einer Jahresproduktion von etwa 1-2 Tonnen. Das ist wenig, findet Tessaro. «Wir streben eine Verdoppelung der heutigen Menge an», so Tessaro. Neu vergeben die Schimmelfleischproduzenten Lizenzen im Ausland. «Ja, wir wollen dort Fuss fassen», bestätigt Marco Tessaro.

FORTSETZUNG SEITE 13

BEISPIEL EINER ZUBEREITUNG

- Luma Beef/Pork/Veal aus dem Vakuumbeutel auspacken
- Mit Küchenpapier abtupfen und ca. 30 min bei Raumtemperatur ruhenlassen.
- In einer Pfanne 2 EL Bratbutter oder Öl stark erhitzen.
- Das Fleisch in der Butter auf jeder Seite für 1 Minute kräftig anbraten.
- Die Hitze reduzieren, das Fleisch für 2 Minuten beidseitig weiter braten
- Fleisch aus der Pfanne nehmen und 2–3 Minuten ruhen lassen
- Mit einem groben Salz leicht salzen. Schräg zur Faser schneiden & servieren

Hinweis: Im Vergleich zu herkömmlichem Fleisch dringt die Hitze schneller in die Luma Produkte ein. Somit verkürzt sich die Bratzeit.

Tipp: Idealerweise werden alle Luma Produkte «saignant» gebraten. Auch das Luma Pork wird von den Spitzengastronomen nicht durch gebraten. In diesem Garzustand entfaltet sich Geschmack, Saftigkeit und Zartheit am Besten.

Lucas Oechslin und Markus Tessaro liefern ihr «Schimmelfleisch» in Gourmetrestaurants.

CALANDA
Von führenden Bergsteigern empfohlen.
Calanda, gebraut aus reinem Bergquellwasser.
CALANDA
www.calanda.com
Natürlich anders.

Luma: Edelschimmelfleisch für den Gourmet

Eingekauft werden von Anfang an hochwertige Fleischstücke. Die Fütterung der Tiere habe einen grossen Einfluss auf die spätere Fleischqualität. «Aus ungenügendem Ausgangsmaterial kann auch ein Edelpilz kein Edelstück machen», so Tessaro. «Es ist ja auch genauso unmöglich, aus einem VW einen Ferrari zu machen… Darum kaufen wir das beste Fleisch aus der besten Züchtung. Das genügt den Luma-Fleischproduzenten aber immer noch nicht. Sie wissen, dass die Qualität nicht nur von der Rasse, dem Alter, der Fütterung und der Haltung der Tiere abhängt, sondern auch im Schlachtungsprozess noch «verdorben» werden kann. «Wenn die Tiere gestresst sind und wenn ihr Fleisch nach der Schlachtung nicht richtig, das heisst langsam, abgekühlt wird, kommt es zu einer Muskelverkürzung mit der Folge, dass das Fleisch zäh ist. «Und durch die Vakumierung übersäuert es.».

Tessaro und Oechslin waren anfänglich selber im Schlachthaus, wählten die Tiere aus Mutterkuhhaltung (Natura Beef) aus und schauten, dass die weiteren Prozesse ihren Ansprüchen genügten. Heute haben sie einen Ansprechpartner im Schlachthaus. «Er liefert uns das von uns gewünschte Fleisch an», erklärt Tessaro.

In den eigenen drei Kühlzellen (Temperatur und Luftfeuchtigkeit genau aufeinander abgestimmt) impfen die Luma-Produzenten ihr hochwertiges Fleisch am Knochen mit den Sporen, lagern es und warten darauf, dass sich der Pilz durchs Fleisch «frisst». Bei Rindfleisch dauert das an die sieben Wochen, bei Kalb und Schwein rund vier Wochen. «In dieser Zeit bildet der Pilz ein weisses Mäntelchen auf der Fleischoberfläche. Die Enzyme des Pilzes bewirken die Geschmacksveränderung und bauen die Totenstarre und das Kollagen, welches das Fleisch zäh machen, ab», beschreibt Tessaro die Prozesse. «Der Edelschimmelpilz wirkt hier wie ein Polizist im Fleisch. Denn der verhindert es, dass sich andere, unerwünschte Mikroorganismen ausbreiten können.»

Nach der Reifezeit schneidet der Metzger das Fleisch vom Knochen und den «Bart» vom nussig duftenden, zarten Fleisch ab. Erst dann ist es bereit in den Pfannen der Gourmetköche gebraten oder grilliert zu werden. Weil das Fleisch durch den Edelpilz derart zart wird, verkürzen sich die Garzeiten. «Doch die Zubereitung ist genau die gleiche wie sonst auch», versichert Tessaro. Wer seinen Gästen Luma-Fleisch anbieten möchte, muss zwar beim Einkauf etwas tiefer als sonst in die Tasche greifen, auch weil das Fleisch während der langen Lagerung rund 50 Prozent an Gewicht verliert. «Aber dafür erhält der Koch ein Stück Fleisch, das unvergleichlich zart ist und wundervoll schmeckt».

TEXT: KARIN HUBER, FOTOS: ZVG

INNOVATIVE TRADITIONALISTEN

Luma setzt sich aus den beiden ersten Buchstaben der Vornamen von Lucas Oechslin und Marco Tessaro zusammen. Lukas Oechslin wurde 1982 geboren und ist in Löhningen bei Schaffhausen aufgewachsen. Er hat nach der Polymechanikerlehre sein Studium in Biotechnologie abgeschlossen. Seine Kreativität, seine Erfahrung und sein Wissen in der Biotechnologie sind für die Weiterentwicklung unserer Produkte massgebend.

Marco Tessaro wurde 1981 in Schaffhausen geboren. Er ist ebenfalls gelernter Polymechaniker. Marco hat seinen Bachelor in Tourism and Hospitality im Jahre 2007 erfolgreich abgeschlossen. Danach hat er sich Erfahrungen im Vertrieb angeeignet. Diese sind unabdingbar, um die Produkte von Luma erfolgreich im Lebensmittelmarkt abzusetzen.

Luma sieht sich als ein Unternehmen, das auf altes Wissen setzt und dennoch ständig auf der Suche ist nach innovativen Ideen. ↗ www.luma-dac.com

TIPPS

Fleischkonsum Die LUMA D.A.C empfiehlt aus ökologischen, gesundheitlichen und tierfreundlichen Gründen keinen übermässigen Fleischkonsum. Die zahlreich im Fleisch vorhandenen lebenswichtigen Nährstoffe sind jedoch ein wichtiger Bestandteil im Ernährungsplan der meisten Menschen. Das bewusste Geniessen mit dem Augenmerk auf die Fleischqualität sollte daher im Vordergrund stehen.

Luma kaufen Luma-Fleisch gibt es einigen Globus Delikatessen-Abteilungen und in auserlesenen Spezialitätenmetzgereien. Verschiedene Gastronomiebetriebe (zumeist Spitzengastronomie) bieten Luma an. In Graubünden u.a. das Restaurant Epoca im Hotel Waldhaus in Flims oder Mathis Food Affairs in St. Moritz.
Gastronomen und auch Privatpersonen können über Internet das Luma-Fleisch bestellen. Infos ↗ www.luma-dac.com

«Wenn man am Genuss Freude hat, dann wächst die Neugier»

Foto: Kellermeister / pixelio.de

Eine Frau, die sich für Destillate interessiert? Die sich nicht nur für den Genuss erwärmt, sondern auch Weiterbildungen besucht? Annalisa Giger vom Hotel Alpsu in Disentis weiss wovon sie spricht, wenn man sie in Sachen «Schnaps» befragt.

Annalisa, du bist eine ausgesprochene Spirituosenliebhaberin. Dies ist ungewöhnlich für eine Frau. Wie bist du auf den Schnaps gekommen?

Ursprünglich mochte ich eigentlich nur süsse Liköre. Mit der Zeit entdeckte ich dann Destillate, probierte einfach mal dies, mal das und begeisterte mich dann bald einmal für Grappa. Ich kaufte verschiedene Sorten. So merkt man die Unterschiede gut. Heute mag ich auch andere Destillate. Es gibt wirklich gute Spirituosen. Der Geschmack entwickelt sich mit der Zeit. Man kann dies gut mit den Weinen vergleichen. Im Laufe der Zeit wird man einfach anspruchsvoller.

Wie bildet man sich in Sachen Schnaps weiter? Gibt es Workshops, Seminare? Die sind sicher heiter…

Es gibt ganz verschiedene Weiterbildungen. Vielfach bieten die Destillerien Seminare und Degustationen an. Dann gibt es auch viele Bücher zum Thema, die gut sind, um sich Basiswissen anzueignen. Wenn man am Genuss Freude hat, dann wächst ja auch die Neugier. Das war bei mir so und ist immer noch so. In der letzten Zeit habe ich mich intensiv mit Whisky auseinander gesetzt.

Wie sieht denn das Sortiment in deinem Restaurant aus?

Meine Gäste können aus rund 150 verschiedenen Destillaten, inklusive Whisky, wählen. Darunter habe edle Flaschen von Urs Hecht (die Traube, die Birne, die Pflaume). Von dieser Rarität erhalte ich jährlich nur einige Flaschen. Entsprechend teuer ist dieses Destillat. Ein Gläschen kostet 18 Franken.

Wie definierst du einen Spirituosen-Kenner?

Zu einem Kenner entwickelt man sich langsam. Es braucht viel Erfahrung, Interesse und Wissen, um sich vertiefte Kenntnisse anzueignen.

Bier braut man seit Jahrtausenden. Mit der Destillation tat man sich etwas schwerer. Die Geschichte sagt, dass die Mauren mit ihren Eroberungszügen das Wissen um die Destillation nach Europa brachten. Wie beurteilst du

Annalisa Giger ist Fachfrau in Sachen Spirituosen. In ihrem Hotel bietet sie den Gästen über 150 verschiedene Destillate an.

heute den Stellenwert von Schnaps?

Heute ist der Stellenwert sicher sehr viel höher als früher, als man mehr einfachere Schnäpse wie Enzian oder einen Trester getrunken hat. Früher trank fast niemand Grappa, heute trinkt fast jeder einen Grappa. In der Gastronomie ist es jenes Destillat, das am meisten verkauft wird (meines Wissens). Wir bieten unseren Gästen aber auch gute Alternativen an.

Wenn wir an die Alchimisten denken, die Schnäpse gegen Krankheiten «brauten», dann ist Schnaps auch ein Gesundheitselixier…

Eher nicht… die moderne Medizin hält davon rein gar nichts. Für den Magen eignet sich vielleicht noch Enzianwurzel. Davon braucht man aber nur ganz wenig. Destillate sind wirklich nur etwas für den Genuss. Man sollte sie mit Verstand trinken, um nicht abhängig zu werden.

Wer darf Schnaps überhaupt brennen?

Nur konzessionierte Destillerien und Bauern. In der Surselva kenne ich nur eine Destillerie und Bauern, die Schnaps brennen dürfen.

«Schnaps, das war sein letztes Wort, dann trugen ihn die Englein fort», heisst es in einem Schlager, den Willy Millowitsch 1960 sang. Kommt Spirit von Spirituosen? Schliesslich verleihen die Geist, Schwung und Elan…

Spirit, Spiritus, zumindest verleihen Destillate Flügel. Spirituosen ist der sekundär gebildete Singular von Spiritus. Sie gehören zu den ältesten Drogen und beeinflussen schnell das Bewusstsein. Wie gesagt, solche Genussmittel sollte man bewusst trinken. Jungen Leuten würde ich niemals Destillate empfehlen.

Schnaps ist ja nicht gleich Schnaps, wie du sagst. Das Schnaps-Universum ist immens gross. Was sind die Unterschiede zwischen Wodka, Whisky, Obst- und Weinbränden und Likören.

Die Herstellung an und für sich ist immer die gleiche. Man kann die Destillate aber in Stahl- oder in Eichenfässern lagern, dann schmecken sie anders. Der Geschmack selbst ist vom Ausgangsprodukt abhängig. Ein Weinbrand, hergestellt aus Wein, ein Kirsch- oder ein Birnenschnaps schmeckt nach Kirschen oder Birnen. Was man wählt, ist also Geschmackssache.

Es gibt mittlerweile Kernobstschnaps, Steinobst, Beerenobst, Trester, Grappa, zudem stärkehaltige Brände aus Getreide, Kartoffeln (Whisky, Wodka, Reisschnäpse), andere aus Pflanzen (Rum aus Zuckerrohr, Tequila aus Agaven). Oder die Schnäpse, die aus Gemüse (Kürbis, Karotten, Tomaten, Sellerie) hergestellt werden. Wer blickt hier noch durch?

Das zeigt schön auf, dass man aus allem ein Destillat brennen kann… Die Gemüseschnäpse eigenen sich gut um Speisen zu parfümieren. Mir selbst schmecken sie aber nicht. Sie werden sicher auch nie zu einem Trend. Zu den meistverkauften Schnäpsen gehören Grappa, Williams (Birnenschnaps), Calvados und Alte Pflaume. Weil es so

FORTSETZUNG SEITE 17

Allegra
natürliches Mineralwasser
ohne Kohlensäure
77 cl
www.passugger.ch
ALLEGRA | PASSUGGER
Ein echtes Stück graubünden

«Wenn man am Genuss Freude hat, dann wächst die Neugier»

viele Sorten gibt, ist Weiterbildung wichtig. Denn nur so kann ein Gastronom seinem Gast erklären, was es mit den verschiedensten Destillaten auf sich hat. In der Gastronomie sind heute Spezialisten gefragt.

Der Genuss von Schnaps gewinnt eine neue Bedeutung. Warum?

Hier spielen Gastronomen eine ganz wichtige Rolle. Sie sind es, die hier Trends setzen können. Der Gast ist insgesamt viel anspruchsvoller geworden, beim Essen, trinken und in seinen Erwartungen. Natürlich spielen auch die Medien eine wichtige Rolle.

Spirituosen sind alkoholhaltige Getränke. Gibt es ein Alkohollimit nach unten und nach oben?

Die untere Grenze liegt bei 15 Volumenprozenten, das sind meist Liköre. Die Obergrenze liegt bei ca. 60 Volumenprozenten, wie etwa bei Rum oder Whisky. Darum wird der Whisky auch mit Wasser verdünnt und kommt mit einer Pipette an den Tisch. Die übliche Spannbreite liegt bei 35 bis 45 Prozent.

Was unterscheidet Schnaps, Edelbrände, Liköre…

Für die Produktion von Liköre werden direkt Fruchtdestillate hergestellt oder es werden ausgewählte Rohstoffe in Alkohol eingelegt. Zu diesen Grundstoffen wird mindestens 100 gr. Zucker pro Liter beigefügt. Je nach dem gibt man auch noch Rahm dazu. Die normalen Spirituosen werden meist zwei- bis dreimal destilliert, was den Alkoholgehalt verringert. Wasser ist ein wichtiger Bestandteil für die Spirituosen. Für Edelbrände muss die Qualität der Früchte sehr hoch sein. Auch werden diese über längere Zeit im Fass gelagert. Das macht sie entsprechend teuer.

Welchen Schnaps empfiehlst du zu welchem Anlass?

Whisky passt gut zum Apéro, aber genauso gut als Dessert, anstelle des üblichen süssen Desserts. Der Gast bestimmt, was er will. Wir empfehlen aber auch unsere Spezialitäten aktiv. Cognac hat man früher oft nach dem Essen getrunken. Doch diese Zeiten sind definitiv vorbei.

Es gibt viele Misch-Drinks aus Schnaps. Alcopops sind beliebt bei Jungen, aber gerade die sind doch auch ein gefährlicher Stoff…

Ja, das finde ich auch, die sind sehr süss, beliebt und gefährlich vor allem wenn zu viel davon getrunken wird.

Wo kaufen die Gastronomen Schnaps? Auf was müssen Sie achten, wenn Sie die teuren Edelbrände einkaufen, damit sie nicht auf ihnen sitzen bleiben?

Einige kaufen direkt bei Bauern, die Destillate brennen, andere direkt bei Produzenten oder auch beim Grossisten. Das sind persönliche Vorlieben.

Wie kann der Gastronom seinen Schnaps-Absatz fördern?

Er muss Spezialitäten anbieten und diese auch aktiv empfehlen.

INTERVIEW UND FOTOS: KARIN HUBER

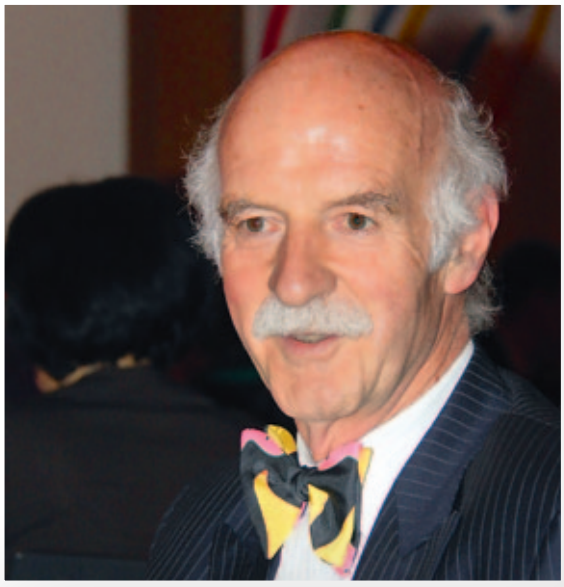
WIE MAN SCHNAPS HERSTELLT

Taddeo Alderotti, ein Florentiner Arzt, der im 13. Jahrhundert lebte, hat zu seiner Zeit notiert, dass das erste Drittel des Destillats von guter Qualität ist, das zweite Drittel von mässiger und das dritte Drittel gar nichts taugt… Alkohol, so stellte Alderotti fest, siedet bereits bei 78,3 Grad Celsius. Beim Verdampfungsprozess (die Destillation) würden zwei lösliche Stoffe getrennt. In den folgenden Jahrhunderten entwickelte man verschiedenste Methoden. Die Destillierapparaturen wurden immer besser und auch die Herstellungsmethoden. Heute kann fast alles destilliert werden, vom Getreide über Früchte bis zu Gemüse.

Annalisa Giger – So geht's: In einer Brennblase wird die Substanz, der Saft oder die Maische, erhitzt und da Alkohol einen niedrigeren Siedepunkt als Wasser hat, verdampft er zuerst. Der Alkoholdampf wird aufgefangen und durch ein Kühlrohr geleitet, wo der Dampf kondensiert. Das Kondensat, der Rohbrand, wird aufgefangen und einmal oder mehrmals destilliert. Dies ergibt den farblosen Feinbrand. Zur Reifung kann man in Stahltanks oder Eichenholzfässern lagern. Während der zum Teil langen Lager- und Reifezeit verdunstet in den porösen und luftdurchlässigen Fässern ein Teil des Alkohols, was wesentlich für den hohen Preis dieser Produkte mitverantwortlich ist.

Kochlernende wickeln Lehrmeister kulinarisch um die Finger...

Der Kochnachwuchs zeigte unter der Regie ihrer Kochfachlehrer Tony Annen und Sepp Meier in der Gewerblichen Berufsschule in Chur erneut, zu welchen Leistungen er fähig ist. Mit ihren kulinarischen Köstlichkeiten wickelten die Kochlernenden sogar ihre Lehrmeister um die Finger. Und auch Anton Mosimann zeigte sich beeindruckt.



Tony Annen (oben) und Anton Mosimann (unten) fördern die Nachwuchsköche.

Die Hommage der Kochlernenden an ihre Lehrmeister war geglückt. Im März dieses Jahres inszenierten die Auszubildenden an zwei Abenden grossartige Essen für ihre Lehrmeister. Zum Event «Gastro und Hotellerie Suisse Graubünden offerieren – Kochlernende organisieren» war auch die Kochkoryphäe und Kochlegende Anton Mosimann mit Frau geladen. Der nutzte die Gelegenheit und erzählte dem Kochnachwuchs, wie er selbst den Kocholymp erreicht hat und auch, dass es sich lohnt, mehr als das Übliche zu leisten. «Denn nur dann steht euch die Zukunft offen», so Mosimann. Weiter sagte er: «Enthusiasmus wirkt Wunder. Und: Alles Simple ist wundervoll, alles Wundervolle ist beautyful. Der Gast ist immer die Nr. 1.» Mosimann schloss mit den Worten: «It`s great to be a Chef»

Unter den Gästen weilten aber auch Persönlichkeiten wie Philip Pauli, Verleger des Kochbuches «Pauli», Starkoch Roland Schmid vom Grand Hotel Bad Ragaz und Max Züst, Direktor Hotel & Gastro formation.

Auf die Beine gestellt haben den Event die Kochlernenden mit ihren Kochfachlehrern Tony Annen und Sepp Meier. Für mehr als 200 Gäste bereiteten sie ein Vorspeisen- und Dessertbuffet sowie Suppen und Hauptgerichte zu. Dazu gabs ein exklusives Rahmenprogramm mit Samuel Zünd und den Swing4You. Die talentierten Entertainer sorgten für die musikalischen Highlights.

Ermöglicht wurde diese Projektarbeit, die vollständig während der Freizeit der Kochlehrlinge erfolgt, durch finanzielle Unterstützung von GastroGraubünden und Hotellerie Suisse Graubünden. Wie Fluregn Fravi, Geschäftsführer GastroGraubünden erklärte, wollten beide Verbände allen Lehrmeistern, die Köche ausbilden, auch einmal Dankeschön sagen. Durch den Abend führten als Weinbutler Stefan Caderas und als Chef de Service Flavia Bebi, beide Kochlernende.

TEXT: KHR, FOTOS: K. HUBER

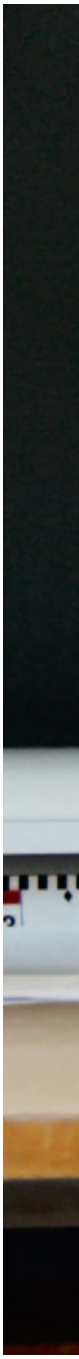
Kochlernende leisteten wieder hervorragende Arbeit.

Swing 4 you sorgen für die musikalischen Highlights.

Sepp Meier ist neben Tony Annen ein sicherer Garant für das Gelingen der Nachwuchs-Events.

TONY ANNEN

Ein Leben für den Kochnachwuchs



Er lebt für den Bündner Kochnachwuchs. Seit 36 Jahren, 33 Jahre davon an der Gewerblichen Berufsschule in Chur, bildet Tony Annen als Kochfachlehrer angehende Köchinnen und Köche aus. Und jetzt, Anfang Juli, wird er von dieser Bühne abtreten – mit vielen Erinnerungen. Unvergessen wird er bei seinen ehemaligen Schülerinnen und Schülern bleiben.

Er hat immer noch Drive wie ein Junger. Und er zieht nach wie vor durch, was er sich ausgedacht hat. Tony Annen ist ein Mensch, der die Koch-Lernenden in allen Bereichen ihrer Ausbildung immer voll und weit über das übliche Mass hinaus unterstützt hat. Brauchte eine seiner Schülerinnen nach der Lehre einen Job in gutem Hause, Tony ebnete alle Wege. Ist der Zug oder der Bus bereits abgefahren: Tony chauffierte den Schüler heim. Hing der Haussegen im Lehrbetrieb schief: Tony suchte das Gespräch. Galt es, die Lernenden nicht nur für den Kochberuf sondern auch fürs Leben fit zu machen: Tony war nie etwas zu viel. Er war «Vater, Freund, Lehrer, Vertrauter und Berater» unisono. Aber er gab nicht nur viel. Er erwartete von seinen Schülerinnen und Schülern immer auch viel. Geben und nehmen, eine Gleichung, die für Tony Annen und seine Schüler aufging.

Tony, du bist seit 33 Jahren Kochfachlehrer an der Gewerblichen Berufsschule Chur. Können die Lernenden nach der Lehre überhaupt kochen?

Sicher können sie kochen. Wichtig ist, dass Auszubildende ein gutes Fundament erhalten und dass sie mehr wissen und tun als das Übliche. Sie sollten ihren Mitkollegen in anderen Kantonen immer eine Nasenlänge voraus sein. Dass das so ist, dafür habe auch ich Sorge getragen. Ich habe sie herausgefordert und sie mit speziellen Projektarbeiten gefördert.

Sind es nicht nur ein paar Talente, die das Kochen während ihrer Lehre tatsächlich lernen?

Natürlich werden aus 24 SchülerInnen nicht 24 SpitzenköchInnen, das ist klar. Allein schon 50 Prozent der Frauen, die eine Kochlehre machen, steigen dann, wenn sie ein Kind haben, wieder aus dem Beruf aus. Auch viele Männer wechseln den Kochberuf gegen einen anderen Beruf aus, wenn sie in einer festen Partnerschaft leben. Dafür gibt es zwei Hauptgründe: die Arbeitszeit und der Mannschaftssport, den sie aufgrund der unregelmässigen Arbeitszeiten nicht ausüben können. Doch von den restlichen Köchen, die im Beruf bleiben, steigen 70 Prozent bis zum Küchenchef auf.

Aus deiner «Küche» respektive «Schulküche» sind einige grosse Talente hervorgegangen.

Ja, das ist so. Ich denke etwa an Yves Rohner, der die Berufsolympiade gewonnen hat, an Stefan Trepp, der im Luxushotel Burj al Arab in Dubai kochte und heute in Bangkok eine Küche mit 150 Köchen führt, oder auch an Benedikt Joos, der im Dorchester Grillroom in London am Kochherd stand und heute die Hotelfachschule in Zürich besucht…

Was braucht es, um gut kochen zu können?

Es braucht nebst dem handwerklichen Können in erster Linie Leidenschaft, Enthusiasmus, Freude und Begeisterung. Auch braucht es Freude am Dienen, Freude daran, jemanden zu erfreuen. Daraus entwickelt sich alles andere automatisch weiter.

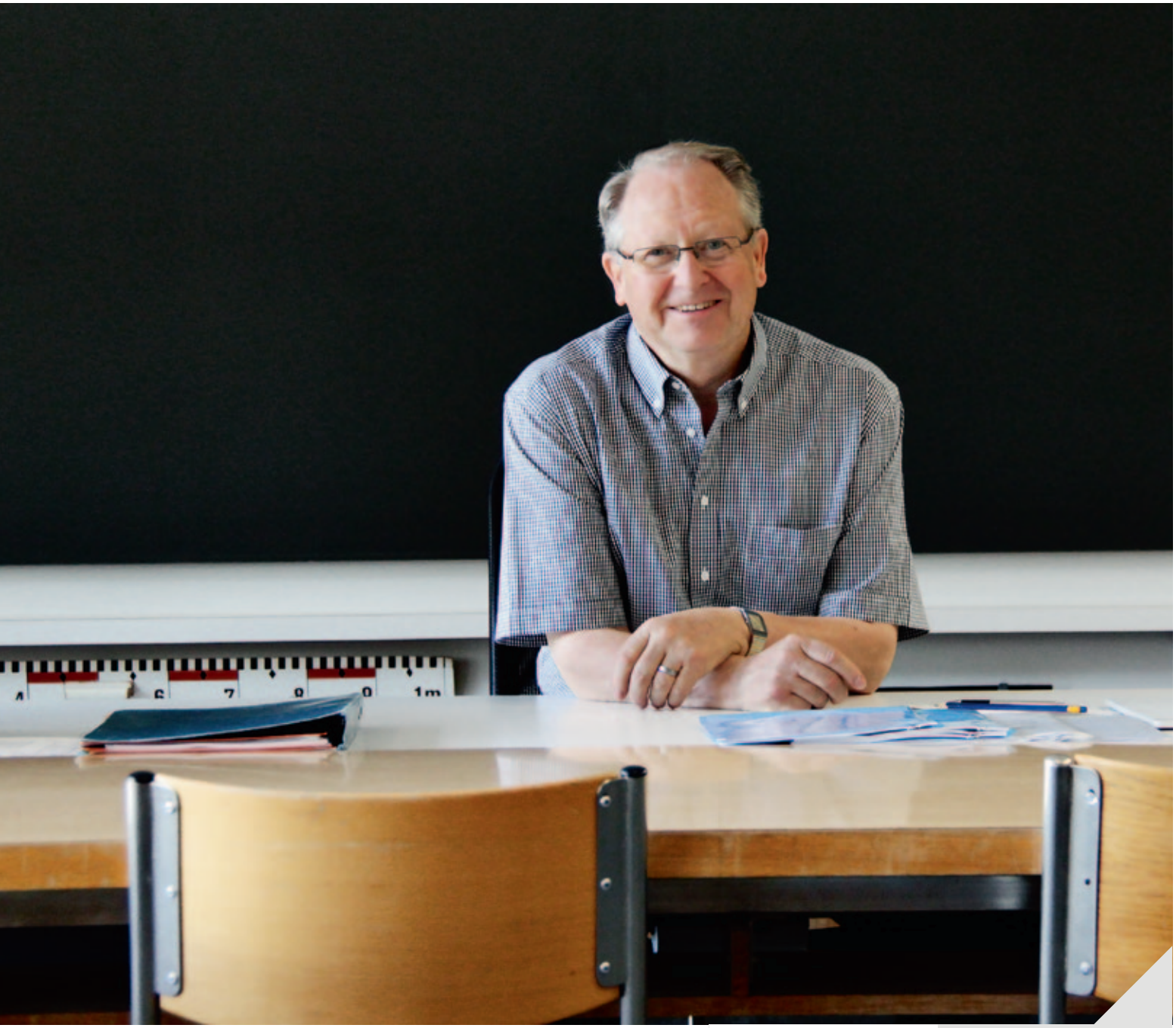
Es gibt viele Restaurants, die oft das Gleiche anbieten und oft einfach ein Päckchen aufschneiden, aufwärmen und servieren. Kein Wunder, dass so die Gäste ausbleiben…

… das stimmt. Oft steckt dahinter Bequemlichkeit. Heute gibt es zwar sehr gute Convenience Food Produkte, nur werden diese von den Köchen nicht weiter veredelt, das heisst, es fehlt die eigene Note. Genau das merkt der Gast, der das Gefühl braucht, dass der Koch das Gericht speziell nur für ihn zubereitet hat. Und genau das ist es. Man muss mehr als das Übliche machen.

Was ist dir in all diesen Jahren, in denen du immer mit jungen Menschen zu tun hattest, aufgefallen?

Ich kann nur sagen, dass die heutige Jugend super ist und die Zahl jener, die Probleme machen, im Promille-Bereich angesiedelt sind. Jugendliche brauchen aber eine Vorbildfunktion und Leitplanken. Ich sehe dies an unseren Projektarbeiten. Alle machen hier mit, ziehen am gleichen Strick, obwohl das Mitmachen ja freiwillig ist.

Du selbst wirst von den Lernenden geachtet, respektiert und auch geliebt. Das ist viel. Was machst du anders als andere?



Hmh, ich weiss nicht… Vielleicht, dass ich alles für meine Schülerinnen und Schüler tue, wenn sie recht tun… Es ist mir wichtig, sie zu fördern und sie zu unterstützen. So helfe ich ihnen auch gerne nach der Lehre einen guten Job zu finden. Ich kenne ja viele hervorragende Küchenchefs, habe beste Kontakte in die besten Häuser, etwa ins Hotel Gstaad Palace, ins Eden Roc Ascona, ins Bellevue Palace Bern oder in den Sonnenberg Zürich. Schon oft bin ich mit den Schülern direkt dorthin gefahren, damit sie sich ein eigenes Bild machen konnten. Es ist wohl schon so, dass die SchülerInnen spüren, dass ich alles mit grosser Leidenschaft tue und für sie da bin. Sie wissen aber auch, dass etwas zurückkommen muss.

Ausserdem sind dein grosses Engagement und dein Herzblut spürbar. Du brennst.

Ich gehe jeden Tag mit grosser Freude zur Arbeit. Das ist eine optimale Voraussetzung, um den Lernenden

FORTSETZUNG SEITE 23

TONY ANNEN

Tony Annen unterrichtet als Kochfachlehrer seit 33 Jahren Auszubildende an der Gewerblichen Berufsschule Chur. Fast 1000 Schülerinnen und Schülern begleitete er in dieser langen Zeit durch die Lehrzeit und unterstützte sie bedingungslos. Das Bündner Gastgewerbe geniesst auch dank dem grossen Engagement von Tony Annen einen sehr guten Ruf.

Nebst seiner Ausbildungstätigkeit engagierte sich Tony Annen immer auch in verschiedensten kantonalen und eidgenössischen Kommissionen, beim Gastroverband, als Prüfungsexperte und Stiftungsratsmitglied. Überdies war er an drei Auflagen des «Pauli»-Kochlehrbuchs wesentlich mitbeteiligt.

Schloss Brandis und CWS. Eine Erfolgsgeschichte.

Gabriela und Roland Herrmann haben ihre gastronomische Berufung gefunden. Das Schloss Brandis in Maienfeld ist ein urgemütlicher Ort für alle, die ehrliches Essen und einen guten Tropfen Wein schätzen.

Als Gastgeber mit internationaler Erfahrung überlassen die Herrmanns nichts dem Zufall und setzen bei der Waschraumhygiene konsequent auf den Rundum-Service von CWS. Erfahren Sie mehr zur Erfolgsgeschichte des Schloss Brandis und der Zusammenarbeit mit CWS auf www.cws-boco.ch oder bestellen Sie den Story-Folder «einblick».

Kundendienst: 0800 800 297 / info@cws-boco.ch / www.cws-boco.ch

CWS

Für
starke Auftritte

DRUCKEREI LANDQUART
Verlag Bezirks-Amtsblatt
info@druckereilandquart.ch | www.druckereilandquart.ch

UNSER WEISS IST GRÜN

WÄSCHERIA
PREMIUM TEXTIL SERVICE

BÜNDNERWEISS UND ÖKOLOGISCH
IN ILANZ, SAMEDAN UND BAD RAGAZ

Ein Leben für den Kochnachwuchs

Tony Annen in der Schulküche inmitten seiner Kochlernenden.

Freude zu vermitteln. Es macht mir auch viel Freude, mit meinen Schülerinnen und Schülern zu arbeiten, sie zu unterstützen. Mir war es immer wichtig, die Lehrmeister persönlich zu kennen. So suchte ich immer auch den direkten Kontakt bei einem Fachgespräch in der Küche. Ein Glück ist ebenso, dass mein Umfeld an der Berufsschule ausgezeichnet ist. Ich habe gute Berufskollegen und hatte selbst immer gute und verständnisvolle Chefs.

Du vertraust den Lernenden auch grosse, verantwortungsvolle «Kisten» an, sie können lernen, Projekte von A bis Z zu managen. Sie führten an der Expo 02 ein Restaurant, sie organisieren kulinarische und kulturelle Erlebnisabende, schreiben ein Kochbuch, bestreiten Gala-Diners am ICD in Davos und andernorts. Und du schickst sie sogar wochenlang ins Ausland…

…weil ich weiss, dass das Vertrauen gerechtfertigt ist. Meine SchülerInnen lernen durch diese Projekte mehr als das Übliche. Die Übernahme von Selbstverantwortung nützt ihnen für ihr ganzes späteres Leben. Sie lernen, dass zuerst die Leistung kommt und erst dann das Vergnügen.

Tony, du kennst Gott und die Welt und alle Kochgrössen. Wer beeindruckt dich denn am meisten?

(grinst), stimmt, ich kenne Gott und die Welt… Im Vatikan arbeitet zurzeit sogar ein ehemaliger Koch-Lernender als Gardist… Also: Am meisten beeindruckt hat mich Anton Mosimann. Er ist und bleibt einfach die Nummer 1. Er war es schliesslich, der dem Kochberuf das schlechte Image nahm, der das Kochen und den Beruf attraktiv machte, der die gesunde Ernährung ohne Zeigefinger propagierte. Mosimann und ich sind ja auf den Tag genau gleich alt und wir sind die gleichen Haudegen… Einen Monat lang durfte ich sogar bei ihm in der Küche des exklusiven «Privat-Club-Restaurant Belfry» während meines sechsmonatigen Nachdiplomstudiums der Ernährungsberufe arbeiten.

Du bist dein eigenes authentisches Markenzeichen. Und trittst nun bald von der Arbeitsbühne ab. Was hättest du im Nachhinein anders gemacht?

Nichts.

Was sind deine herausragendsten Erlebnisse, die Hochs und Tiefs?

Die zahlreichen Projektarbeiten, die meine Schülerinnen und Schüler durchgezogen haben. Das waren echte Highlights. Wir hatten immer alle grosse Freude. Es sind so viele wunderbare Erlebnisse… Ganz speziell war sicher auch die Einladung von Peter Wyss, Küchenchef im Hotel Gstaad Palace zu dessen 60. Geburtstag. Oder die Einladung von Philipp Rochat nach Crissier und jene zum 50. Geburtstag von Anton Mosimann, an dem ich leider nicht teilnehmen konnte… Super gefreut habe ich mich, als sich meine Schülerinnen zu einem Opernbesuch (Bestandteil einer Exkursion) extra schöne Kleider kauften und darin wahnsinnig schön aussahen. Dann natürlich auch der 3-Länder-Wettbewerb Meran, Nürnberg, Chur, den ich erstmals 2010 für den ICD Award in Davos organisierte. Die Lernenden der Gewerblichen Berufsschule Chur bekochten dort beim Galadiner 500 Küchenchefs aus der ganzen Welt. Ich freue mich aber genauso, dass ehemalige SchülerInnen noch immer Rat bei mir suchen.

Noch ein Wort zu deiner Nachfolge…

Jeannine Bentivegna ist eidg. dipl. Betriebswirtschafterin und bildet sich gerade zur Berufsschullehrerin aus. Sie ist eine Powerfrau, hat viel Herzblut und ist eine ehemalige Schülerin von mir. Sie wird es sehr gut machen. Sepp Maier bleibt ja glücklicherweise auch weiterhin als Nebenamt-Lehrer tätig. Ohne ihn hätte ich vieles gar nie machen können. Wir waren fast so etwas wie siamesische Zwillinge.

… und zu deiner Frau

Hinter einem erfolgreichen Mann steht immer eine starke Frau. Genau so war es bei mir. Meine Frau hat mich immer positiv unterstützt.

Was bringt die Zukunft?

Wir werden viel reisen. Und ich werde Zeit haben, Fachartikel zu schreiben, Velo zu fahren und als Gastroflüsterer tätig zu sein.

Gastroflüsterer?

Ich stelle mich Restaurants als Gastrokritiker und Analyst zur Verfügung. Ich teste während eines Besuchs das Essen, den Service und die Betriebsabläufe und analysiere die Schwachpunkte. Jeder kann mich kontaktieren. Ich möchte dies aber nicht kommerziell betreiben. Eine Einladung zum Essen reicht…

INTERVIEW UND FOTOS: KARIN HUBER

dies und das …

Hotel «Arnica» wächst weiter

Das Hotel Arnica in Scuol wächst weiter. Das bestehende Gebäude wurde durch einen Neubau mit 12 grosszügigen Zimmern, einer Suite, Wellnessbereich und Tiefgarage erweitert. Im Hotel lädt ein Kunstprojekt zum stummen Dialog. Das Hotel selbst wurde vor zehn Jahren gebaut. Seither wird es von den Eigentümern, Tinetta und Hanspeter Zogg, erfolgreich geführt. Zu den Gästen zählen Badegäste, Biker, Wanderer und Skifahrende. Das zehnjährige Hoteljubiläum wurde nun mit dem Ausbauprojekt gekrönt. Entstanden ist ein ellipsenförmiges 50 Meter langes Gebäude aus Arvenholz und viel Glas. So wurde alte Engadiner Tradition innovativ und frech inszeniert. Mit dem Erweiterungsbau möchte sich das Hotel Arnica sein bestehendes Angebot im oberen 3-Sterne-Segment erweitern. Infos ↗ www.arnica-scuol.ch

Belvedere Hotels Scuol: Familienangebote

Die Belvedere Hotels Scuol setzen auf einen schönen Sommer in den Bergen. Zum 100-jährigen Jubiläum von «pro juventute» übernachten die Kinder bis 16 Jahre gratis. Für Familien hat die Familie Baumgartner zwei Kinderwochen mit einem cooolen Programm im Angebot. Geplant sind ebenfalls Stammgäste-Wochen. Die Fertigstellung der Chasa Nova läuft auf Hochtouren. Die grosszügigen 2-Zimmer-Suiten sollen ab August bezugsbereit sein. Die offizielle Eröffnung des neuen «Kindes» mit 9 Suiten, 3 Konferenzräumen, Vinothek Wine Valentin, Cuafför-Salon Estetica, Feinbäckerei Benderer und einer Verbindung zum Hotel GuardaVal wird am 18. August gefeiert. Infos ↗ www.belvedere-hotels.ch

Clowns & Kalorien – wieder in Chur

Wieder gastiert das himmlische Verzehrtheater «Clowns & Kalorien» in Chur – vom 20. September bis 28. Oktober. Geboten wird ein Potpourri aus opulenten Kochkünsten und fesselnder Artistik. Hier werden kulinarische Leckerbissen mit artistischen Showeinlagen aufs Schönste miteinander verknüpft. Marion und Frithjof Gasser möchten mit ihrer Crew der heutigen Schnelllebigkeit, in der man vor lauter Terminen die Musestunden oftmals vergisst, entgegenwirken und den Gästen einige unbeschwerte Stunden schenken. Bei «Clowns & Kalorien – das Original» kommen die Besucher in den Genuss von Jongleuren, artistischen Darbietungen, Gesangseinlagen, Clowns und

einem exquisiten 4-Gang-Menü, komponiert mit viel Liebe und Fantasie. Im vierstündigen Spektakel verschmelzen kulinarische und zirzensische Genüsse. Infos ↗ www.clowns.ch

ädas...

Champagner – Jacquart auch in der Schweiz

Gastronomen wissen es: Champagner ist nicht gleich Champagner. Der feine Unterschied zeigt sich bereits durch die klimatischen Gegebenheiten, den besten Lagen in der Champagne und der typischen Bodenbeschaffenheit. Das Alter der Rebstöcke und die Erntemenge bestimmen die Qualität des Traubenguts. Jacquart ist eine Alliance aus 1800 Winzern, die mehr als sieben Prozent der gesamten Rebfläche der Appelation Champagne in den besten Lagen besitzen. Davon befinden sich rund 350 Hektar Rebfläche in ausgesuchten 60 Cru-Lagen, die exklusiv für Champagner aus dem Hause Jacquart reserviert sind. Das Unternehmen ist bereits seit 1996 in der Schweiz mit derzeit sechs Champagnersorten vertreten. Als alleiniger Importeur beliefert die Firma neben den Schweizer Grossisten vor allem auch den Fachhandel und die Gastronomie. Infos ↗ www.jacquart.fr

ANZEIGE

IN SEDRUN AM OBERALPPASS AN DER RHEINQUELLE

ab 1. Dezember oder nach Übereinkunft

ZU VERMIETEN (evtl. späterer Kauf möglich)

mitten im Dorfkern von Sedrun an guter Geschäftslage an der Hauptstrasse liegend, schöne, gutlaufende

TRATTORIA – PIZZERIA

→ mit 90 Innensitzplätzen und 40 Terrassenplätzen
→ mit oder ohne Wirtewohnung
→ fairer/angemessener Mietpreis

Auskunft erteilt Ihnen gerne:
Frau Rita Venzin, Tel. 081 949 11 09 oder Rest. Pizzeria Badus, Via Alpsu 87, 7188 Sedrun, Tel. 081 949 21 07

DELEGIERTENVERSAMMLUNG

Gastronomie: Grosse Herausforderungen

Wirtschaftliche Unsicherheit, der tiefe Eurokurs, der hohe Frankenkurs, die hohen Lebensmittelpreise, Überregulierung und Zweitwohnungsinitiave bescheren der Gastronomie auch in Graubünden ein schwieriges Umfeld. Dabei sind der Tourismus mit Hotellerie und Gastronomie weiterhin wichtige Stützen der Wirtschaft. Klar ist: Qualität und gelebte Gastfreundschaft sind entscheidende Faktoren, um hier zu bestehen. Dies wurde an der Delegiertenversammlung von GastroGraubünden betont. Die Gastronomie steht nach dem letztjährigen Logiernächterückgang und dem gleichzeitigen Einbruch in der Gastronomie vor grossen Herausforderungen. Darum fordert die Branche bessere Rahmenbedingungen, wie etwa auch die Marktöffnung des Agrarfreihandels.

Annalisa Giger (links), Vizepräsidentin GastroGraubünden, leitete die diesjährige Delegiertenversammlung wegen krankheitsbedingter Absenz von Andy Abplanalp, unterstützt von ihren VorstandskollegInnen.

TEXT: KHR

Der Standard für bestes Schweizer Rindfleisch

Seit 2006 führt Prodega Cash+Carry ‚Swiss Quality Beef' (SQB) im Sortiment. Mit diesem Label erfüllt sie den Wunsch der Gastronomie und bietet Rindfleisch-Edelstücke in Schweizer Qualität an. Doch auch Nicht-Edelstücke verzeichnen eine immer grössere Nachfrage. Qualität einkaufen lohnt sich.

SQB-EVENT AUF DEM BAUERNHOF

Am Montag, 21. Mai 2012 fand ein SQB-Event auf dem Produktionsbetrieb von Kurt und Simon Herzog in Gundetswil statt. An die 40 Gastronomen, alles Kunden der Prodega Cash+Carry Märkte Chur, St. Gallen, Winterthur, Dübendorf, Rüschlikon und Dietikon, erfuhren auf dem Betriebsrundgang alles über die Aufzucht sowie über das SQB-Programm. Währenddessen besuchten ca. 35 SQB-Produzenten den Markt in Winterthur, um das Innenleben des Abholgrosshandels besser kennenzulernen. Danach trafen sich alle zum Erfahrungsaustausch auf dem Hof von Kurt und Simon Herzog.

Ziel und Zweck dieses Events war, Produzenten und Kunden zusammenzubringen und so einen optimalen Erfahrungsaustausch zu ermöglichen. Adrian Schärz, Senior Category Manager Metzgerei/Fisch der Prodega, Corsin Willi, Spartenleiter Rindviehmast, Melior AG und Yvan Meuwly, Bereichsleiter Rindvieh, Anicom AG, stellten das SQB-Konzept im Detail vor. Ein gemütlicher Apéro und das anschliessende SQB-Abendessen bildeten den Abschluss des Events.

Adrian Schärz, Kurt Herzog, Simon Herzog, Corsin Willy, Yvan Meuwly

ZARTES SCHWEIZER RINDFLEISCH FÜR DIE GÄSTE

Für den Gastronomen ist SQB ideal, weil es standardisiert ist, d.h. die Teilstücke sind regelmässig in Bezug auf die Grösse und Zartheit. Die Tiere werden für dieses Programm speziell gemästet. Die Mast beinhaltet strenge Vorgaben und Richtlinien. Die Tiere sind bei der Schlachtung nicht älter als 10-12 Monate und weisen aus diesem Grund ein tiefes Schlachtgewicht mit einer maximalen Begrenzung von 280 kg auf. Zudem erfüllen sie hohe Anforderungen betreffend Ausmastgrad und Fleischigkeit. Alle Tiere stammen nur von geprüften und professionellen Mastbetrieben. Ein wichtiger aber vor allem ökologischer Vorteil des SQB-Programms ist, dass das ganze Tier verwertet wird. Auch bei den Nicht-Edelstücken verzeichnet Prodega zunehmend steigende Zahlen.

SQB-ENTRECÔTE AM KNOCHEN GEREIFT

MIT KARTOFFELGRATIN & MARKTGEMÜSE

Zutaten für 4 Portionen
4 SQB-Entrecôte knochengereift à 200g
600 g Kartoffelgratin, lose TK mit Sauce
4 Frühlingszwiebeln
2 Peperoni, orange
Mandeln, geschält
Salz und Pfeffer
2 EL Olivenöl
2 EL Bratcreme
10 g Gemüsebouillon, Granulat
4 Rosmarinzweige

Den Gratin in eingefettete Ramequins schichten und für 25 Min. bei 200 °C backen. Das Gemüse schneiden und mit den Mandeln im Olivenöl heiss anziehen, mit Bouillon, Salz und Pfeffer würzen und bei mittlerer Temperatur fertigbraten. Das Fleisch kräftig mit Salz und Pfeffer würzen, in der Bratcreme 3 Min. pro Seite saignant braten. Tranchieren, à cheval anrichten und mit Rosmarinzweig garnieren. Danach das Gemüse anrichten und mit dem Gratin vollenden.

ASADO GAUCHO RIB

Zutaten für 4 Portionen
2 kg SQB-Asado Gaucho Rib
Meersalz, grob
Pfeffer schwarz, frisch gemahlen
4 EL Erdnussöl
Chilipulver
Rohrzucker
3 Knoblauchzehen, zerdrückt

Das Asado Gaucho Rib salzen und pfeffern. Danach das Erdnussöl mit Chili, Rohrzucker und dem zerdrückten Knoblauch mischen und das Fleisch damit bestreichen. Das Fleisch 1 Std. bei Zimmertemperatur ruhen lassen. Mariniertes Fleisch bei indirekter, niedriger Hitze (110-120 °C) im Gasgrill wie folgt grillieren: Gasgrill auf mittlere Hitze (110 – 120 °C) aufheizen. Danach einen Brenner ausschalten und das Fleisch in einer Aluschale auf die ausgeschaltete Zone legen und während 4.5 Std. bei geschlossenem Grill grillieren. Nach 3 Std. ein Fleischthermometer stecken. Das Asado Gaucho Rib vom Grill nehmen, sobald eis eine Kerntemperatur von 75 °C erreicht hat. Aus der Aluschale nehmen, mit etwas Fleischsaft beträufeln und in Alufolie einwickeln. In der Folie weitere 1.5 Std. bei konstanten 110 – 120 °C fertig grillieren. Danach aufschneiden und servieren.

cash+carry
prodega

PRODEGA CASH+CARRY
Transgourmet
Schweiz AG

Grossbruggerweg 2
7000 Chur
Tel. 081 286 14 14
Fax 081 286 14 15

ÖFFNUNGSZEITEN

Mo/Mi/Do 07.30 – 18.00 Uhr
Di/Fr 07.30 – 20.00 Uhr
Sa 07.30 – 12.00 Uhr

PASSUGGER

unsere Nr. 1

www.passugger.ch

Ein echtes Stück graubünden