

GIPFELSTÜRMER

Es tut sich etwas in den Bergen. Zwischen den Gipfeln werden Produkte von höchster Qualität hergestellt und – nicht zuletzt dank Spitzenköchen – neue kulinarische Höhenflüge erprobt. Eine kurze Geschichte über innovative Gastro-Seilschaften im alpinen Raum.

Hinter dem Mond. Ewiggestrig. Stockkonservativ. Das sind nur einige der Stereotype, die sich in manchen Köpfen festgesetzt haben, wenn es um die Bergler und ihre Berggebiete geht. Doch diese Vorstellungen sind von vorgestern. Denn der Alpenraum erfindet sich gerade neu. Die Kombination von hochklassiger Gastronomie, der Herstellung nachhaltiger Spitzenprodukte und Tourismus soll in vielerlei Hinsicht neue Perspektiven eröffnen – und so Arbeitsplätze erhalten oder sogar schaffen.

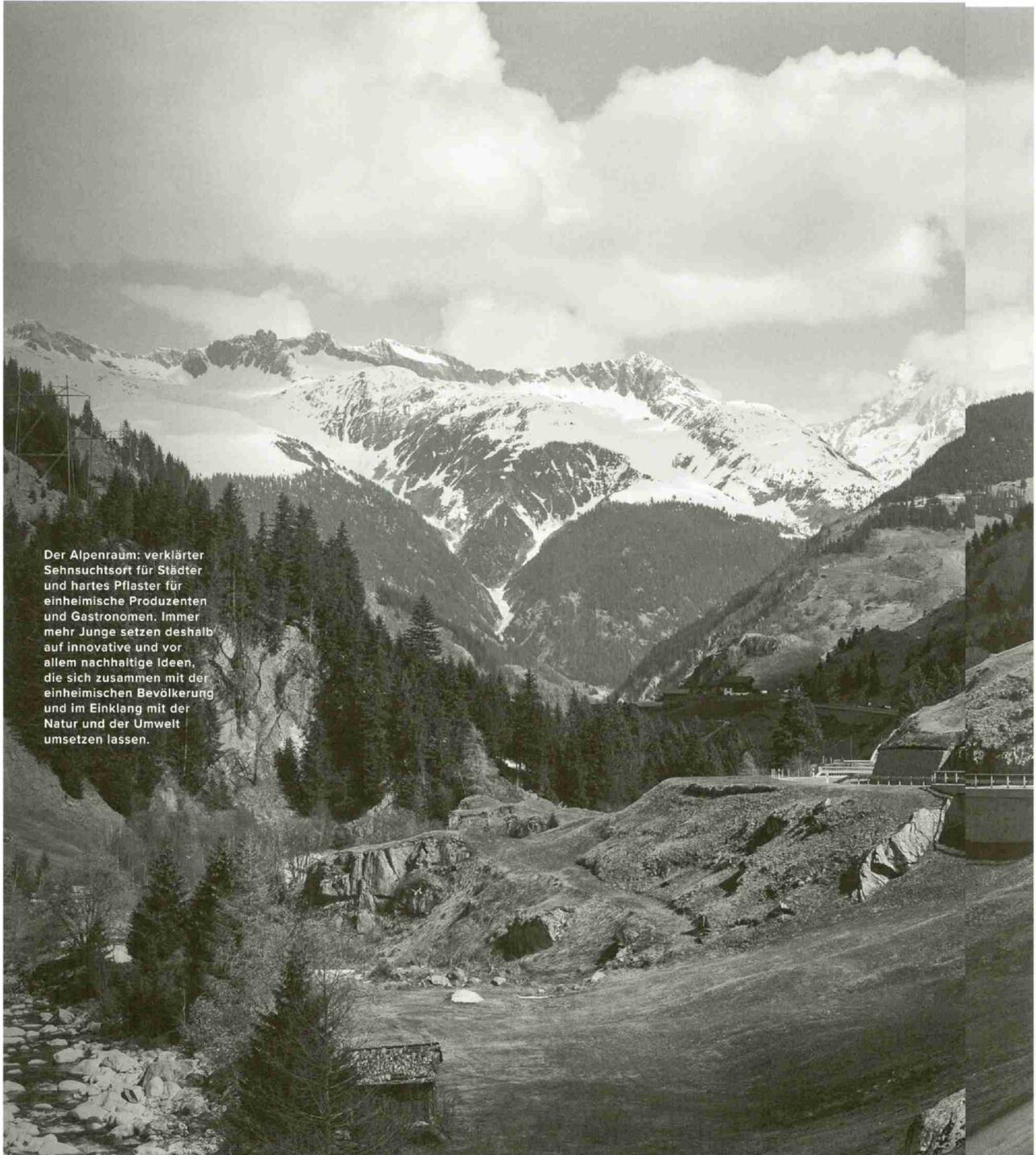
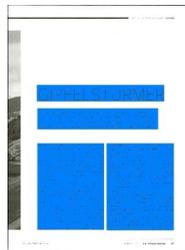
«Natur und Gewissen sind unsere einzigen Zusätze», erklärt Adrian Hirt von Alpahirt. «Wir legen sowohl Wert auf die wesensgerechte Tierhaltung und eine enkeltaugliche Umwelt als auch auf Produkte, die einer ausgewogenen Ernährung gerecht werden.» Das Aha-Erlebnis hatte er während seines Lebensmitteltechnologie-Studiums: «Da stellte ich fest, dass unsere heutige Nahrung nur noch ganz wenig mit der Natürlichkeit wie zu Urgrossvaters Zeiten gemein hat. Bündnerfleisch ohne Pökelsalz, ohne Zucker, ohne Ascorbate und andere Zusatzstoffe gab es 2013 nicht, als ich erstmals über die Gründung von Alpahirt nachdachte. Ausserdem wurden 80 Prozent des Bündnerfleisches aus importierten Tieren hergestellt.» Er habe sich an Hippokrates erinnert, der bereits 4000 vor Christus sagte: «Eure Nahrungsmittel sollen eure Heilmittel und eure Heilmittel sollen eure Nahrungsmittel sein.»

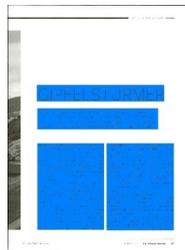
Hirts Grossvater Anton Hassler jr. – der Neni – produzierte zeitlebens Trockenfleisch. Dabei verzichtete er bewusst auf den Zusatz von Pökelsalz und betonte immer wieder, es müsse eine gute, alte Kuh sein, so eine ausgezehrte Milchkuh gebe nichts Gutes. Das Handwerk hatte er vom gleichnamigen Ur-Neni er-

lernt. Der (Ur-)Enkel besann sich auf deren Philosophie: «Das Fleisch unserer Produkte stammt von rund zehnjährigen Kühen, die acht Kälber geboren und sieben Sommer auf saftigen Bündner Alpweiden verbraucht haben.» Alpahirt verarbeitet pro Jahr etwa 150 Mutterkühe von 80 Bauern aus der Surselva zu Salsiz und Edelstücken. Aus dem Fett wird Rindsbratfett, die Haut wird zu Bergleder gegerbt. Im Herbst will Adrian Hirt zudem Alpschwein- und Hirschsalsiz produzieren. Zu den Kunden gehören neben diversen Online-Bestellern auch 150 Läden und die Spitzenköche Sven Wassmer, Mitja Birlo, Flavio Müller und Andreas Caminada (siehe Interview Seite 36). Inzwischen beschäftigt Alpahirt fünf Festangestellte sowie einige Aushilfen. Ausserdem wurden durch den Erfolg des Unternehmens bei den Produzenten und Lieferanten zusätzliche Arbeitsplätze geschaffen.

Die jungen Wilden

Back to the roots also, zurück zu den Wurzeln. Nicht nur bei Adrian Hirt. Das stimmt auch für Emanuel Berni, der dies allerdings wörtlich nimmt. Der Jungkoch aus Vals GR gilt als grosse Entdeckung. Tief in seiner Heimat verwurzelt, kocht er mit dem, was ihm die Natur schenkt. Berni: «Ich habe mir zum Ziel gesetzt, aus den Produkten, die das Valsertal bietet, kreative und moderne Gerichte zu erschaffen. Ebenfalls möchte ich alte regionale Gerichte neu interpretieren und diese modern präsentieren.» Sein Motto lautet «Alpine Inspiration» – und genauso heisst auch sein Kochbuch,





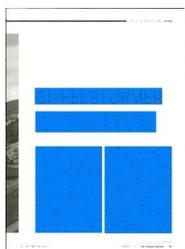
das er mithilfe eines Crowdfundings realisierte. Darin finden sich Rezepte, die das Ursprüngliche mit dem Gourmet-Erlebnis verbinden, sowie Reportagen über den Imker, den Jäger, den Fischer und den Senn, seine Lieferanten. Das Buch liess aufhorchen. So fand Ende August im Haus der Begegnung des Klosters Ilanz GR der Anlass «Inspirierende alpine Kulinarik» statt, an dem Küchenchef Markus Niehaus Kostproben aus dem Werk seines einstigen Lehrlings Emanuel Berni kochte. «Meine Küche soll überraschen, nicht überfordern», sagt dieser. In einem ehemaligen Dorfladen in seinem Heimatdorf hat Berni das «Wurzel Werk» eröffnet, coronabedingt liegt es momentan allerdings auf Eis. Ein kleiner, aber feiner Anfang einer Karriere, die gross werden kann.

LINKS ZU DEN PROJEKTEN

alphahirt.ch
zur-sau.ch
emanuel.berni@hotmail.ch
graubuendenviva.ch
culinarium-alpinum.ch
andreascaminada.ch



Im bernischen Weiler Abländschen machte früher das Postauto halt. Winters war ein kleiner Skilift in Betrieb. Heute leben hier gerade noch 38 Einwohner. Über ein Viertel davon sind Teil des Gastronomieprojekts «Zur Sau», das ruhesuchende Städter anziehen und den Einheimischen ein Zusatz Einkommen bescheren soll.



Grosses Potenzial hat auch das Berghotel Zur Sau am Ende der Welt. Im Mai dieses Jahres wurde es in Dorf Abländschen BE eröffnet, das zur Gemeinde Saanen gehört. «An unserem Hotel kommt niemand vorbei, denn dahinter gibt es nichts. Nichts als herrliche Bergwelt und Natur», sagt Wirt Clà Frei. So ganz stimmt das allerdings nicht, schliesslich finden sich dort 40 Kühe und 38 Einwohnerinnen und Einwohner. Von Letzteren sind zehn in die «Sau» involviert. Und natürlich eine hervorragende Küche sowie grossartige Räume. «Wir wollen Tourismus und Landwirtschaft dieses unverwechselbaren Tals miteinander verbinden und haben darum die Stiftung Prospectus Mons gegründet, die Perspektiven für Bergdörfer und Bergtäler aufzeigen soll. Denn im kleinen Kreis gibt es eine grosse Wertschöpfung», so Clà Frei. «Wer in Abländschen isst, hat ein Anrecht darauf, dass möglichst viel Abländschen auf dem Teller ist.»

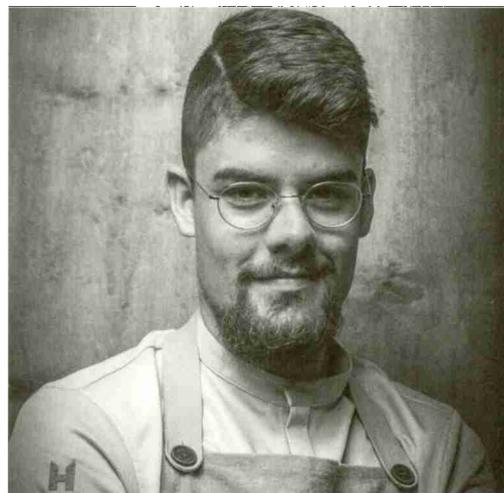
Die Region als Markenzeichen

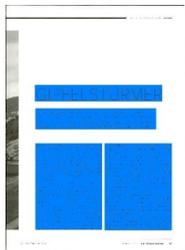
In das Projekt «Essbare Landschaft» des ehemaligen Kapuzinerklosters in Stans NW ist mit Pro Specie Rara ebenfalls eine Stiftung involviert. Im Klostergarten wurden nicht nur rund 500 Obst- und Beerensorten gepflanzt, sondern auch ein aussergewöhnlicher Kräutergarten angelegt. Das dort ansässige Culinarium Alpinum versteht sich als einzigartiges Kompetenzzentrum für Regionalkulinarik im Alpenraum.

Ein weiteres Kompetenzzentrum wird im Herbst in Jenaz GR eröffnet. Es besteht einerseits aus dem zwei-

ten Genussmarkt von graubündenVIVA – den ersten gibt es seit Dezember 2020 in der Autobahnraststätte Heidiland in Maienfeld GR –, in dem zirka 150 Produkte von 50 Bündner Produzenten erhältlich sind. Andererseits werden die traditionelle Handwerkskunst und verschiedene Verarbeitungsstufen gezeigt. Ziel von graubündenVIVA ist es, durch Sensibilisierung und Emotionalisierung der regionalen Produkte die Nachfrage zu steigern und den Kanton Graubünden als Hochburg des alpinen Genusses zu positionieren.

Die urbanen Gebiete sehen sich gerne als Trendsetter. Im Moment jedoch werden sie von den vermeintlichen Hinterwäldlern abgetrocknet. Die Berge sind die neuen kulinarischen Thinktanks.





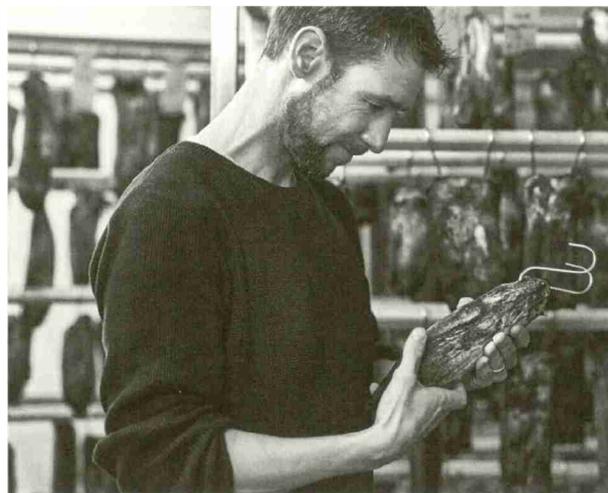
Marmite Professional
8048 Zürich
044/ 450 29 49
<https://www.marmite-professional.ch/>

Medienart: Print
Medientyp: Fachpresse
Auflage: 10'000
Erscheinungsweise: 6x jährlich

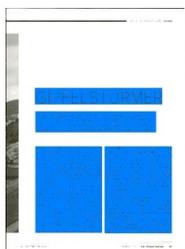
Seite: 32
Fläche: 239'110 mm²

Auftrag: 3009371
Themen-Nr.: 140.008

Referenz: 81982235
Ausschnitt Seite: 5/7

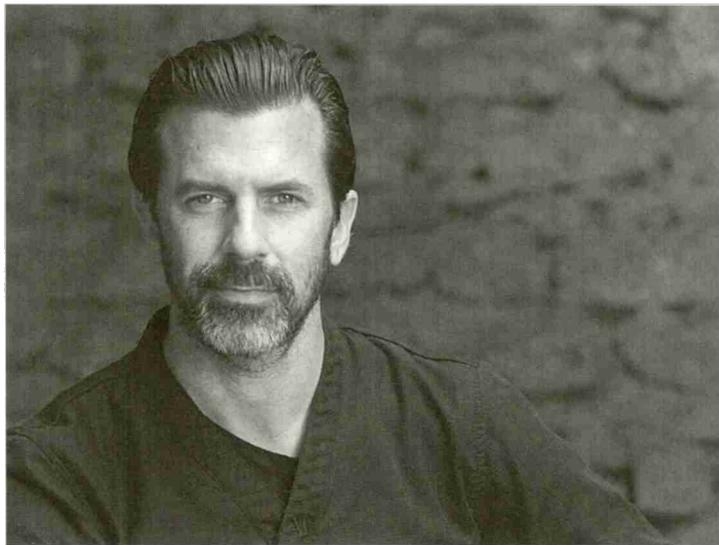


Jung, dynamisch und mit höchsten Ansprüchen an die Qualität ihrer Produkte und Dienstleistungen: Oben links das junge Trio, welches das Berghotel und Restaurant Zur Sau im bernischen Abländschen betreibt: (v. l. n. r.) Gastgeber Clà Frei, Köchin Marie Fallegger und Allrounder Adrian Hostettler. Recht daneben der Alpenjungkoch Emanuel Berni. Und links der umweltbewusste Fleischproduzent Adrian Hirt von Alphhirt, Bündner Metzger in fünfter Generation.



«Regionalität ist kein Trend, sondern eine Notwendigkeit»

Andreas Caminada, Schloss Hotel Restaurant Schauenstein



Andreas Caminadas Schloss Hotel Restaurant Schauenstein im bündnerischen Fürstentum (3 Michelin-Sterne, 19 Gault-Millau-Punkte) gehört zu den 50 besten Restaurants der Welt und wurde überdies 2018 zum besten Restaurant Europas gekürt. Nachhaltigkeit ist ihm ein Anliegen – in der Küche und auch ausserhalb.

Andreas Caminada, wie wichtig sind Ihnen regionale Produkte?

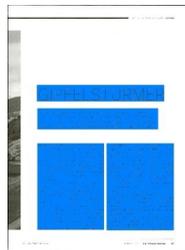
Sehr wichtig. Wenn Saison ist und es genügend regionale Produkte gibt, ist es sinnvoll, diese zu verwenden. Das kann zum Beispiel aber auch bedeuten, im Herbst Spargeln zu servieren, die man im Frühling eingelegt hat, oder Chili und Wasabi zu verwenden, die in der Schweiz wuchsen. In unserem Schlossgarten haben wir einen Permakultur-Garten angelegt, in dem vieles wächst – etwa Zitronengras, Chili, Pfeffer und diverse Paprikasorten. Zudem nehmen wir uns die Zeit, manche Pflanzen auch mal wuchern zu lassen, dadurch entstehen spannende Dinge. Dieser Garten bildet eine einzigartige Grundlage für unsere Küche. Regionalität ist also kein Trend, sondern eine Notwendigkeit.

Welche Bedeutung kommt der nachhaltigen Produktion von Lebensmitteln zu?

Weil dieser Anspruch der Gesellschaft wichtig ist, macht er natürlich auch vor uns nicht halt. Das Bedürfnis nach Regionalität und Nachhaltigkeit hat sich in der Corona-Zeit noch verstärkt. Es gibt Spitzengastronomen, die das aufnehmen. Andere jedoch arbeiten nach wie vor mit Fois gras, Steinbutt und dergleichen. Es kommt einfach auf das Konzept und die Identität eines Restaurants an. Alles ist erlaubt, aber man sollte seinem Profil treu bleiben und dennoch dynamisch sein. Für mich gilt: Act locally, think globally.

Sie und graubündenVIVA waren Gastgeber des Future Dialog 2019, in dessen Rahmen Sie unter anderem mit den Spitzenköchen Rodolfo Guzmán aus Chile und René Redzepi aus Kopenhagen diskutierten. Was war die Idee dahinter?

Wir wollten spüren, wohin es in der Gastronomie geht. Wir sind uns einig, dass Saisonalität das Wichtigste ist, und dann kommt noch die Regionalität dazu. Einer der Teilnehmer zeigte uns zudem den Food-Print auf, also den ökologischen Fussabdruck von Lebens-



mitteln. Das war extrem spannend: Ich wusste zuvor zum Beispiel nicht, dass per Flugzeug importierte, aber saisonal geerntete Lebensmittel unter Umständen nachhaltiger sind als regional in einem Gewächshaus produzierte.

Wie können Sie und Ihre Kollegen helfen, in Berggebieten Arbeitsplätze zu erhalten oder zu schaffen?

Wenn man etwas mit Herzblut und Engagement macht, unternehmerisch denkt und innovativ ist, schafft man automatisch Arbeitsplätze. Ich habe vor 18 Jahren mit vier Angestellten begonnen, heute sind es zirka 70.

Und wie geht das genau?

Die wirtschaftliche Nachhaltigkeit ist ebenso entscheidend wie jene der Rohstoffe und des Personals. Wir investieren sehr viel ins Wohlbefinden unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Wir fordern extrem viel von ihnen und wollen deshalb auch etwas zurückgeben. Sei es in Form von wöchentlichen Yoga-Lektionen, Fitnessstunden oder jährlich mindestens vier Weiterbildungen. Diese Patron-Mentalität ist wichtig, denn es ist schwierig, Personal zu finden – nicht zuletzt wegen der Corona-Pandemie.