

DIE GENUSSWOCHE



www.genusswoche.ch

Schirmherrschaft



Slow Food[®]CH

SCHIRMHERR

Paolo Basso, bester
Sommelier der Welt,
bereist die Kontinente.

LOCARNO

Eine Genussstadt am
Weg zur Weltausstellung
in Mailand.

AOP-IGP

Drei Produzenten und die
Genüsse, durch die sie
bekannt wurden.





Blancpain und die Genusswoche:
Authentizität, Leidenschaft und Emotionen

Villeret Collection



IB
1735
BLANCPAIN
MANUFACTURE DE HAUTE HORLOGERIE

BLANCPAIN BOUTIQUES
RUE DU RHÔNE 40 · 1204 GENEVA · TEL. +41 (0)22 312 59 39
BAHNHOFSTRASSE 28 · PARADEPLATZ · 8001 ZÜRICH · TEL. +41 (0)44 220 11 80
www.blancpain.com

INHALT



VORWORT	3
LOCARNO Genussstadt 2015	5
SLOWFOOD eine dynamische Bewegung	16
BÜCHER	20, 37, 75
POSTER wild auf Zitrusfrüchte	21
DIE CHARTA der Genusswoche	92
QUALITÄTSKOMITEES	93

Portraits

PAOLO BASSO	
Schirmherr der Genusswoche 2015	8
PEOPLE und ihre Lieblingsgerichte	12

Rezepte

MAGRET DE CANARD	
in Sel des Alpes-Kruste	33
GEMÜSECOUSCOUS	83
CALINE®-MILLEFEUILLE	
mit Eisenkraut	87
KALTES POULET „CEVICHE“	88
SALZIGER VULLYKUCHEN	91

Regionen

WAADT	
Alibabas Schatzhöhle für Regionalprodukte	52
BAFU	
Schweizer Park- und Produktelabel	66

Produkte

Mit AOP-IGP auf Erfolgskurs	25
Kostbares SEL DES ALPES	32
SCHWEIZER WETTBEWERB DER REGIONALPRODUKTE	34
LANDWIRTSCHAFT	
Faire Preise für Früchte und Gemüse	70
Der Standpunkt der Uniterre	74
DIE CALINE®	
ein göttliches Früchtchen	84

Reportagen

DIE HOTELFACHSCHULE PASSUGG	
im Zeichen der Erneuerung	38
BIO SUISSE	
Auszeichnung für aussergewöhnliche Produkte	44
ZÜRICH ISST	
Zürich im Zeichen der nachhaltigen Ernährung	48
DEZA	
Landwirtschaftliche Beratung: Lebenswichtiges Wissen	58
SV SUISSE	
Gemeinschaftsgastronomie: immer grösser, immer besser	62
ERKLÄRUNG VON BERN	
Wie mögen Sie Ihre Schokolade?	64
BLANCPAIN	
Wenn uhrmacherische Präzision auf kulinarische Performance trifft	76
PRÄSENZ SCHWEIZ	
Eine ausgereifte Karte für Mailand	78
FOURCHETTE VERTE	
Getreide und Hülsenfrüchte	82



Nous défendons
une alimentation saine
à la portée de tous.
rejoignez-Nous!

Der Reiz des Naheliegenden



Seit fünfzehn Jahren gewinnt die Genusswoche in der ganzen Schweiz unaufhaltsam an Boden. Das Fest der „guten, sauberen und gerechten“ Ernährung, wie Slow Food es nennt, ist ein Treffpunkt für alle, die im Alltag gut essen wollen. Es ist eine Demonstration unseres Willens, über unsere Ernährung selbst zu bestimmen, allen Bemühungen einer Nahrungsmittelindustrie zum Trotz, die sie uns aus der Hand nehmen möchte.

Im ganzen Land werden Sie wieder lokale Initiativen von Enthusiasten entdecken, und allen ist gemeinsam, dass sie die Ernährung ins Zentrum unseres täglichen Lebens rücken wollen. Die Zeit, die Sie sich für das gemeinsame Essen mit der Familie oder mit Freunden nehmen, ist gewonnene Lebenszeit, Zeit der Lebensfreude und der Freundschaft.

Ist Ihnen bewusst, dass die meisten Nahrungsmittel, die wir nächste Woche essen werden, noch gar nicht in der Schweiz angekommen sind? Nahrungsmittelindustrie bedeutet „Just-in-time-Management“: Viele Getreide, Früchte und Gemüse legen bis zu uns Hunderte oder Tausende Kilometer zurück.

Die Genusswoche will die lokale Produktion stärken und die Produzenten leben lassen, die für unsere Ernährung arbeiten. Das ist der Punkt bei der Ernäh-

rungssouveränität. Wir wollen, dass die drei Volksinitiativen des Schweizer Bauernverbands, der Grünen und von Uniterre öffentlich diskutiert werden, damit die Schweiz keine Ernährungswüste wird.

Deshalb danken wir allen Produzenten, Gastwirten, Lehrpersonen und Köchen, die „fait maison“-Veranstaltungen anbieten (wie das Label, das diesen Herbst herauskommt). Die Zusammenarbeit mit den Handwerkern der lokalen Wirtschaft, die das Leben und Arbeiten im Land ermöglicht, ist für sie Ehrensache.

Unsere Partner, die treuen und die neuen, spielen alle eine tragende Rolle: Zusammen mit dem Genusswoche-Schirmherrn Paolo Basso, dem Besten Sommelier der Welt, und der Schweizer Genussstadt 2015, Locarno, setzen sie sich für den Genuss ein. Machen Sie mit und gönnen Sie sich die Zeit, um den Reiz des Naheliegenden zu erleben! •

Catherine David
Geschäftsführerin der Genusswoche

Josef Zisyadis
Direktor der Genusswoche



Locarno, die Genussstadt 2015

Im Jahr der „Expo Milano“ ist Locarno Genussstadt.

*Das ganze Jahr und besonders vom
17. bis 27. September werden Veranstaltungen
organisiert, die für das Locarnese werben, das die
Schweizer Besucher der Weltausstellung in Mailand
auf ihrem Hin- und Rückweg durchqueren.*



Text Alessandro Pesce / Fotos DR

Das Tessin und das Locarnese unterscheiden sich klar von der restlichen Schweiz, durch ihre Seen, ihr Terroir, ihr Klima, ihre kulturellen und sprachlichen Eigenheiten. Die Unterschiede zeigen sich auch in ihrer lebendigen kulinarischen Tradition, die in der lombardischen Kultur und in alten bäuerlichen Traditionen wurzelt. Mit der Wiederentdeckung vergessener Rezepte, lokaler Spezialitäten, über lange Zeit gering geachteter Gerichte wie der Polenta oder den „cicitt“, den Ziegenkäsen aus dem Maggiatal, die heute Slow Food Presidi sind, erfreut sich dieses reiche, unverfälschte gastronomische Erbe zunehmender Wertschätzung. Das neue Interesse für die Region zeigt sich auch in Projekten wie dem Nationalpark des Locarnese, der sich für regionale Produkte wie etwa das Maismehl aus dem Onsernonetal einsetzt, die „Farina bóna“. Dann gibt es auch die typischen Produkte von innovativen Unternehmen wie den Terreni alla Maggia, die mit Nischenprodukten wie Reis oder Whisky Erfolg haben, und natürlich die grosse Tradition der Herstellung bekannter Würste und Käse, Gemüse, Mehle, Spirituosen und Weine, die sich im In- und Ausland durchgesetzt haben.

Die Region Locarno und ihre Täler bieten den Besuchern in zahlreichen guten Lokalen vom typischen Grotto bis zum Sterne-Restaurant das ganze Spektrum von der traditionellen bis zur innovativen Küche.

Das Organisationskomitee (mit der Stadt Locarno, der Tourismusorganisation Ascona-Locarno, GastroLagoMaggiore, GastroTicino und hotellerieuses Ascona-Locarno) hat sich für die Bewerbung Locarnos um den Titel „Genussstadt 2015“

entschlossen, weil es sich in den Werten der Genusswoche wiedererkennt und sich wie diese für Tafelfreuden mit hochwertigen Lebensmitteln, für die gesellige Tischrunde und die handwerkliche Produktion einsetzt. Ausserdem unterstützt die Genusswoche mit ihren Aktivitäten die nachhaltige Entwicklung und die Erhaltung des kulinarischen Erbes, indem sie für eine Ernährung im Respekt vor dem Menschen und dem authentischen Produkt wirbt. Weil wir uns für unsere Mahlzeiten immer weniger Zeit nehmen und uns auch häufig von standardisierten Produkten ernähren, wissen viele junge Leute gar nicht mehr, wie traditionelle Lebensmittel schmecken. Der Genuss verdient es aber, im Alltag wieder den Platz zu erhalten, der ihm gebührt.

Für die Kandidatur Locarnos als Genussstadt sprach aber noch ein anderer Gedanke. Während die grosse nationale und internationale Sichtbarkeit der Veranstaltung das Image der Stadt und die Zahl ihrer Besucher zweifellos günstig beeinflussen wird, findet in diesem Jahr 2015 in Mailand eine Weltausstellung zum Thema Ernährung statt, und zwar zum Motto: „Feeding The Planet, Energy For Life“. Angesichts der Nähe zu Mailand wäre es schade gewesen, diese Gelegenheit nicht zu nutzen, um der Welt das Locarnese mit seinen Eigenheiten vorzustellen. Es ist ein sicherer Mehrwert, „Schweizer Genussstadt“ zu sein, während sich ein paar Dutzend Kilometer weiter südlich an der Expo 2015 (wo sich Locarno am 16. Mai im Schweizer Pavillon präsentiert hat) alles um die Ernährung dreht. Und schliesslich ist der Tessiner Paolo Basso, der vor kurzem „Bester Sommelier der Welt“ wurde, Schirmherr der Genusswoche 2015. Er wird im

Locarno möchte den Tessinern und den Besuchern im Kanton Tessin ein vielfältiges und attraktives Programm mit Veranstaltungen und Events anbieten, die Emotionen wecken, aber auch zum Nachdenken über alle Aspekte des Tourismus und der Ernährung anregen.

September an der offiziellen Eröffnung des ersten „Wine Festival“ in Locarno teilnehmen.

Die zehn Tage der Genusswoche werden mit dem schon erwähnten Wine Festival und den kulinarischen Routen, die man ganzjährig entdecken kann, den Feinschmeckern in den Restaurants der Region das Beste der Tessiner Gastronomie bieten. Die Piazza Grande, die Altstadt und die maleisichsten Winkel Locarnos werden von Märkten, Ausstellungen und Vorträgen belebt. Mit Spannung werden Events wie das „Risottofest“ erwartet, an dem sich berühmte Köche und Fasnachtsgruppen an Turnierspielen um das letzte Reiskorn streiten werden. Aber noch viele andere Veranstaltungen werden Feinschmecker jeden Alters überraschen und begeistern.

Zur Unterstreichung der Bedeutung der Genusswoche für Locarno hat das Organisationskomitee eine kulinarische Route zur Entdeckung der Region geschaffen, mit geführten Besichtigungen und authentischen Orten, die mit Ernährung und Gastronomie zu tun haben. Mit einem interaktiven Guide können Besucher und Bevölkerung einheimische Produkte und Rezepte entdecken und wiederentdecken. Er soll in den kommenden Jahren auch erweitert und aktualisiert werden und die kulinarischen Besonder-

heiten unserer Region besser bekannt machen.

Die Organisatoren weisen erfreut darauf hin, dass zu den zahlreichen bestehenden touristischen, kulturellen und Freizeitaktivitäten jetzt die Angebote im Rahmen der „Genussstadt 2015“ hinzukommen und dazu beitragen, von der Stadt Locarno, der Region und vom gesamten Tessin ein einladendes

Bild zu vermitteln. Zudem bildet die „Genussstadt 2015“ eine willkommene Gelegenheit, um die bisherige ausgezeichnete Zusammenarbeit zwischen den direkt und indirekt in die Gästebetreuung und die Tourismusförderung einbezogenen Organisationen in Zukunft noch weiter auszubauen und zu stärken.

Locarno ist denn auch weit mehr als die Stadt, in der man die zehn Tage der Genusswoche intensiv erleben kann. Mit dem Lago Maggiore und seinen Häfen, mit der faszinierenden Natur in ihrer Umgebung, mit Flüssen, Wildbächen, Bergseen, Dämmen, Stränden und Badezentren ist sie auch zu jeder anderen Zeit des Jahres (zum Beispiel während der gastronomischen Herbstfestivals) ein Reiseziel für Geniesser.

Informieren Sie sich auf der Website www.cittadelgusto.ch über die Events in der Genussstadt 2015... Willkommen in Locarno, wir freuen uns auf Sie!



Paolo Basso

Der Schirmherr der Genusswoche 2015 ist Bester Sommelier der Welt. Er bereist die Welt, um seine Passion für den Wein weiterzugeben. Nach jeder Reise kehrt er gern in sein Zuhause im Tessin zurück. Dort hat er soeben eine rote Assemblage herausgebracht, die nach seiner Tochter Chiara benannt ist.

Text Pierre-Emmanuel Buss / Fotos DR

Ein Freudenschrei und die Fäuste schwingen in den Himmel. Am 29. März 2013 wird Paolo Basso in Tokio vor 4'000 mitfiebernden Zuschauern Bester Sommelier der Welt. Ein Titel, der alles verändert hat, für einen Kandidaten, der mit zweiten Plätzen in 2000, 2007 und 2010 lange ewiger Zweiter des Wettbewerbs war. „Ich schaffe es nicht, auf alle Anfragen zu antworten“, gesteht der Tessiner mit der Schubertbrille. Er ist sehr gefragt, nicht nur in Japan, wo seine Krönung vom Nationalfernsehen live übertragen wurde.

Dank seinem Erfolg im hochangesehenen Wettbewerb hatte der 48-jährige Sommelier als erster Nicht-Franzose die Ehre, die Weinkarte der Air France-Gruppe zusammenzustellen. Eine hübsche Aufgabe für einen Mann, der seit zwei Jahren zwischen den Kontinenten hin- und herfliegt. „Ich habe mich lange gefragt, weshalb es an den Flughäfen Hotels gibt, lächelt er. Heute weiss ich es. Sie helfen viel Zeit sparen. Zeit ist kostbar, vor allem wenn man allein reist.“

Am liebsten hält sich der Vielreisende in Ligonetto auf, in den Weinbergen, bei seiner Frau und seiner Tochter. Paolo Basso stammt aus Besnate in der Lombardei und hat in mehreren Sternehäusern in der Romandie gearbeitet, bevor er vor fast 20 Jahren im Tessin Wurzeln schlug. Und damit in gewisser Weise zu seinen Wurzeln zurückgekehrt

„Es ist Aufgabe des Sommeliers, die Geschichte hinter einer Flasche Wein zu vermitteln.“

ist. „Das Tessin ist kulinarisch stark von Italien beeinflusst. Hier wie dort ist es Tradition, sich mit der Familie um einen Tisch zu versammeln, zu typischen Gerichten wie Risotto oder Wurstwaren, und natürlich gibt es Wein dazu, und er macht uns glücklich und auf-

richtig, wie ich den Japanern erkläre.“

DER VERMITTLER

Paolo Basso versteht sich als Vermittler zwischen Produzenten und Konsumenten. „Wenn ein Winzer seine Arbeit vom Rebstock bis in den Keller gut macht, findet er selten Zeit zum Kommunizieren. Das gilt in der Schweiz mit ihren vielen kleinen Familienweingütern ganz besonders. Der Sommelier hat die Aufgabe, die Geschichte hinter einer Flasche Wein zu vermitteln, und dazu die Emotion.“ Und natürlich zu jedem Gericht passende Weine zu empfehlen und umgekehrt. „Das Höchste ist für mich die Mariage zwischen Lammfleisch und einem Syrah, einer edlen und verführerischen Rebsorte, die im Wallis und in der Côte-Rôtie sehr grosse Weine ergibt.“

Als Botschafter der Genusswoche im Tessin ist Paolo Basso in seinem Element. In der Sekundarschule in Italien war er der einzige Junge seiner Klasse, der sich für einen Koch-Workshop einschrieb. „Geschmack und Ernährung haben mich immer sehr interessiert. Damals fuhr ich Radrennen. Ich habe gut aufgepasst, was ich esse.“ Mit dieser Neigung hat er





LAUSANNE
PALACE SPA



1915-2015




LEADING
HOTELS*


LEADING
SPAS


SWISS DELUXE HOTELS

GRAND-CHÊNE 7-9 > CH-1002 LAUSANNE
T. +41 21 331 31 31 > F. +41 21 323 25 71
RESERVATION@LAUSANNE-PALACE.CH
WWW.LAUSANNE-PALACE.COM

sich an der Hotelfachschule von Vallesana im Val-tellina angemeldet. Die Ausbildung war der Grundstein für die erfolgreiche Karriere, die er danach in der Schweiz aufgebaut hat.

Paolo Basso kam 1986 ins Wallis, direkt vom Militärdienst, den er in Turin absolvierte. „Ich wollte Französisch lernen, die Sprache der Gastronomie, und nebenbei Ski fahren“, lacht er. „Also habe ich ein wenig recherchiert und bald herausgefunden, dass Crans-Montana alles bot, was ich suchte. Mehrere Fünfsternehotels und ein fantastisches Skigebiet.“

Der Tessiner nutzte seine Walliser Zeit, um im Winter sein Talent zum Wedeln weiterzuentwickeln und von Frühling bis Herbst durch die Rebberge zu streifen. Heute, als Botschafter von Swiss Wine Promotion, kommt ihm diese Erfahrung sehr zustatten. „Als ich nach Crans kam, hatte der Aufschwung von Spezialitäten wie Petite Arvine, Heida, Amigne und Cornalin gerade eingesetzt. Innerhalb von 20 Jahren wurden bei der Qualität spektakuläre Fortschritte gemacht. Das gilt für alle Schweizer Regionen. Unsere Weine stehen denen der grossen internationalen Weingebiete in nichts mehr nach.“

1993 gibt es in der Karriere von Paolo Basso eine Wende. Bei einem Skiunfall zieht er sich eine Rückenverletzung zu. Sein Arzt rät ihm, mit dem Skifahren aufzuhören oder wenigstens drei Gänge herunterzuschalten. „Es war schrecklich. Ich litt, und dann habe ich mir gesagt, dass ich endlich ernsthaft an die Arbeit gehen muss.“ Ein Kollege, der weiss, dass es ihn zum Wein zieht, rät ihm, sich beim Sternerestaurant Cygne des Noga Hilton in Genf zu bewerben. „Im Cygne arbeiteten damals drei Beste Sommeliers der Schweiz, die ideale Umgebung, um auf dem Gebiet der Weine weiterzukommen. Ich habe den Rat des Kollegen befolgt und es nicht bedauert.“

DAS WETTBEWERBSVIRUS

Im Cygne lernt der italienisch-schweizerische Sommelier die grössten Weine der Welt kennen. Und Eric Duret, der Beste Sommelier Europas 1998, bringt ihn auf den Wettbewerbs-Geschmack. „Meinen ersten Wettbewerb um den Titel ‚Bester Sommelier der Schweiz‘ habe ich 1994 gemacht“, erzählt er mit glänzenden Augen. 1995 habe ich es unter die 18 Halbfinalisten geschafft. 1996 wurde ich Zweiter. 1997 habe ich den Titel gewonnen. Ich konnte nicht mehr aufhören. Das Virus hatte mich gepackt.“

Als geborener Kämpfer arbeitete der Tessiner beharrlich daran, sich zu verbessern. Er las Spezialliteratur und degustierte möglichst viel. Von den ersten Wettbewerben in der Schweiz bis zu seinem Welt-

meistertitel 2012 trainierte er täglich zwei Stunden, und in den Monaten vor dem Wettbewerb noch wesentlich mehr. „Meine Ferien plante ich in Weingebiete, um Neues kennenzulernen, und an meinen freien Tagen habe ich degustiert. Das brauchte viel Zeit. Ich habe das Glück, eine verständnisvolle Frau zu haben. Sie hat mich immer unterstützt.“

Seit er den Weltmeistertitel in der Tasche hat, fühlt sich Paolo Basso „beruhigt“. Sein neuer Status half ihm, einen „alten Traum“ zu verwirklichen und selbst Weinproduzent zu werden. Mit der Unterstützung von Freddy de Martin, dem Önologen der Firmen Gialdi und Brivio, hat er eine Assemblage aus Merlot (80%), Cabernet Sauvignon (10%) und Cabernet franc (10%) von Trauben aus dem Mendrisiotto kreiert. Der Wein wurde „Il Rosso di Chiara“ getauft. Seine 10-jährige Tochter hat nämlich rote Haare. Und er war ein Erfolg: Die 5'000 Flaschen des Jahrgangs 2012 waren innert weniger Monate restlos verkauft. Wie er mit sanfter Ironie versichert, werden die nächsten Jahrgänge „noch erfolgreicher sein“.



„ALPKÄSE UND MERLOT“

Paolo Basso kombiniert gern Gerichte und Weine aus derselben Region. Er macht zwei Vorschläge:

Risotto mit weissen Alba-Trüffeln. „Ich empfehle einen Nebbiolo, eine norditalienische Rebsorte, traditionell vinifiziert, 5 bis 6 Jahre in der Flasche. Technisch wäre wohl ein Weisswein angesagt. Aber ich mag es, wenn Weine und Gerichte aus einer Region zusammenfinden. Der fette, sämige Risotto verlangt nach Tanninen und Alkohol. Und die Veilchen- und Gewürzaromen des Nebbiolo harmonieren sehr gut mit der Trüffel.“

Tessiner Alpkäse. „Wie bei der ersten Kombination ziehe ich einen Wein aus derselben Region vor. Ein im Barrique ausgebaute Merlot mit 4 bis 5 Jahren in der Flasche funktioniert sehr gut mit diesem Käse. Vor allem im Tessin, wo der Merlot geschmeidige Tannine hat, ein wichtiger Punkt. Zu Käse schlage ich meist Weissweine vor. Sie eignen sich am besten.“

Das Lieblingsgericht von ...

OB KOMIKER, JOURNALIST, UNTERHALTER ODER SPORTLER:
UNSERE PROMIS ESSEN GERNE GUT. UND MEHR ALS DAS: SIE PREISEN DIE
KÖSTLICHKEITEN DER HEIMISCHEN SCHOLLE UND ÖFFNEN SICH AUCH
GENÜSSEN AUS EXOTISCHEREN KÜCHEN.

Text France Massy / Fotos DR

Illustration Dora Formica



Nik Hartmann

Deutschschweizer Starmoderator

Authentizität

Bei der Verleihung des Schweizer Fernsehpreises 2010 bekam er vom Publikum in der Kategorie „Star“ die meisten Stimmen. Damit ist er der beliebteste Moderator der Deutschschweiz. Nik Hartmann hat Sinn für die Freuden des Lebens. Er bewundert Genusshandwerker, die den Akt der Nahrungsaufnahme zu einem grossen sinnlichen Erlebnis machen. Der Esstisch ist der Treffpunkt seiner Familie. Der gesellige Mann liebt alle Genüsse, vom einfachsten bis zum raffiniertesten: „Zum besten, was ich je gegessen habe, gehören bis heute der Kartoffelstock meiner Mutter

und der Schinken, den es am Sonntag bei meinen Grosseltern gab.“ Aber Achtung, den guten Koch erkennt man oft an den einfachen einheimischen Gerichten. „Ein grosser Chef ist einer, der aus einem einfachen Gericht wie ‚Hörnli und Ghackets‘ ein Festessen machen kann!“ Der Abenteurer bekennt sich zu seiner Schwäche für die Gewürze aus dem Maghreb, aber eigentlich mag er alle Küchen der Welt, wenn sie nur authentisch sind. Beim Wein hat er eine Vorliebe für Gewächse aus dem Aargauer Jura entwickelt.



Raffinierte Nüchternheit

Die nüchterne Eleganz von Darius Rochebin findet sich auch auf dem Teller wieder. Der Starjournalist des Westschweizer Fernsehens wurde von einer Mutter grossgezogen, die „eine gute Köchin war, aber sehr einfache Gerichte zubereitete: Petersiliensuppe, Reis mit Lauch...“ Aus seiner Kindheit ist ihm der Geschmack am Natürlichen geblieben. „Ich mag es, wenn der Koch das Produkt respektiert. Raffinierte Rezepte sind nichts für mich.“ Für ihn ist es ein Genuss, auf dem Markt einzukaufen und danach aus frischen Produkten ein Essen zuzubereiten. „Ich bin ziemlich repetitiv, das ist bei mir fast zwanghaft“, gesteht er. Zum Beispiel ist eine saftige Birne mit einem Stück

Darius Rochebin

Westschweizer Starmoderator

Käse für ihn immer wieder ein Fest. Oder ein schöner Salat mit einem feinen Schinken. Der Ästhet mag aber auch originelle Kompositionen, wie die eines köstlichen Pfirsichs mit einem Mozzarella di Bufala...



Ein Mann und Tausend Vorlieben

Massimo Rocchi ist Italiener und Deutschschweizer, und vor allem Europäer. Sein neuestes Stück „EUä“ wird demnächst ins Französische übersetzt. Ein Stück, in dem er über die Schweiz und ihren Platz in Europa nachdenkt. Wenn man mit Massimo über das Essen spricht, wird deshalb ganz Europa zu Tisch gebeten.

„Für mich ist es sehr wichtig, dass ich mich gut ernähre, weil ich als Komiker mit meinem Körper arbeite. Er ist mein Kapital. Ich suche immer nach Restaurants, die hohe Qualität anbieten. Und richtige Servietten... das gehört zur Tafelkultur.“

Wenn man ihn nach seinem Lieblingsgericht fragt, antwortet er ohne nachzudenken „Spaghetti all'aglio, olio e

Massimo Rocchi

Komiker

peperoncino.“ Kommt man auf kleine Sünden zu sprechen, sagt er schnell: „Die Erotik und die Küche haben dieselbe Farbe: rosa! Drum: Waadtländer Saucisson.“

Bei Tisch pflegt er die Sinne und den Sinn für Freundschaft. Er mag die japanische Küche wegen ihres spirituellen Aspekts und die italienischen Gerichte wegen ihrer Einfachheit. „Diese Reduktion auf das Wesentliche ist grossartig. Es ist die Küche des Fegefeuers, zwischen Paradies und Hölle.“



Die Migros ist die nachhaltigste Detailhändlerin der Welt.



Wir versprechen Giosua, unser Sortiment für Allergiker bis Ende 2016 um 30% zu vergrössern.

In der Migros gibt es immer mehr klar gekennzeichnete Produkte ohne Laktose, Gluten und andere Unverträglichkeitsauslöser. **Mit diesem und zahlreichen weiteren verbindlichen Versprechen engagieren wir uns für die Generation von morgen.**

Mehr auf generation-m.ch

GENERATION M

MIGROS

Ein M besser.



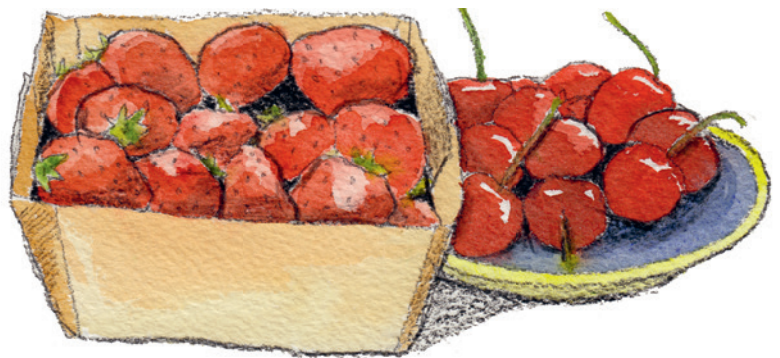
Genussvoll abheben

Wenn man ein Spitzensportler ist und zu schwindelerregenden Pirouetten abheben kann, heisst das nicht, dass man auf kulinarische Freuden verzichten muss. Seiner Form zuliebe hat Stéphane Lambiel zwar immer auf seine Ernährung geachtet, aber er war nie übertrieben streng. „Meine Mutter kochte sehr gut und hat mir gute Essensgewohnheiten beigebracht. In Saxon hatten wir einen Garten voller feiner Früchte und Gemüse. Es war genial, dass man sich einfach einen Salat holen oder Erdbeeren pflücken gehen konnte, oder Kirschen direkt vom Baum... Ich habe immer gesund gegessen. Und

Stéphane Lambiel

Professioneller Kunsteisläufer

für mich ist essen ein anderes Wort für geniessen.“ Wenn seine Grossmutter aus Portugal kam, kochte sie wunderbare kleine lusitanische Spezialitäten. „Jeder Tag war ein Fest! Wir hatten die beste Köchin der Welt bei uns zuhause. Sie kochte viel Fisch, Gambas und natürlich Kabeljau in jeder Form!“



Farbe im Teller

Die Westschweizer kennen ihn von seinen vielen Caberetprogrammen, deren neustes unter dem Titel „À part ça, globalement, ça va plutôt bien“ läuft (dt. „Davon abgesehen, unter dem Strich, geht es ziemlich gut“). Bei den Deutschschweizern

Karim Slama

Komiker

ist er für „Welsch ein Slamassel“ bekannt. Seit seiner Tournee mit dem Zirkus Knie 2009 ist sein Name jedem Schweizer geläufig. Weniger bekannt ist dafür, dass seine Mutter Schweizerin ist und sein Vater Tunesier, und dass Karim Slamas Herz zwischen Pastilla und Apfelkuchen hin- und hergerissen ist.



„Als ich klein war, hat mir meine Mutter ein Stück selbstgemachten Apfelkuchen aufgestellt, wenn ich aus dem Turnen nach Hause kam, und dazu ein Glas Milch. Das war für mich das Allergrösste. Ich esse Apfelkuchen heute noch mit einem Glas Milch!“ Aber der Komiker mag Abwechslung. „Ich esse gern von allem. Wenn es zu eintönig wird, verleidet es mich. Die mediterrane Küche schmeckt mir sehr. Ich liebe Gemüse. Und ich habe gern Farbe im Teller!“



Slowfood, eine Bewegung von unten

Text Stephanie Rebonati / Fotos Filipa Peixeiro

Hinter Slow Food Youth stehen junge Menschen, denen es nicht egal ist, woher das Essen auf ihrem Teller stammt. Sie setzen sich für lokale, saisonale und fair produzierte Lebensmittel ein. Sie organisieren Workshops, Tafelrunden und Produzentenbesuche. Es geht ihnen nicht darum, mit erhobenem Zeigefinger die Welt zu erklären, vielmehr suchen sie den Dialog und nähren so den Diskurs. Food Waste, Geschmacksbildung und Herstellungsverfahren sind Themen, die bei dieser jungen, urbanen Bewegung auf dem Tisch liegen. Drei Mitglieder erzählen, weshalb sie sich engagieren.

Timothées Tipps

Gemüse bei [Marché Cuendet, Bremblens \(marche-cuendet.ch\)](http://marche-cuendet.ch), Linsen und Cerealien bei [La Ferme Iseli, La Sarraz \(ferme-iseli.ch\)](http://La Ferme Iseli), Tagesmenüs bei [L'Elephant Blanc, Lausanne \(lelephantblanc.ch\)](http://L'Elephant Blanc).

Der Enthusiast

Es sei ein kulinarisches Paradies gewesen. Das beste Mahl der Woche. Damals im Schwimmlager. Timothée Olivier gerät ins Schwärmen. Er erzählt vom Mittagsbuffet am letzten Tag des Lagers. Es gab Resten. Essensresten von fünf Tagen, Dessert inklusive. Der kleine Timothée empfand das nicht wie andere Kinder als Strafe, vielmehr machten ihn die vielen Gerichte, die sich auf seinem Teller türmten, noch hungriger. Er war es sich gewohnt, denn seine Eltern tischten daheim alle drei Tage Übriggebliebenes auf. Das lehrte den Romand früh: der Diskurs um die globale Lebensmittelverschwendung kann im eigenen Alltag integriert werden. Es ist eine Haltung,

ein Politikum, dem sich der 23-jährige Lausanner heute verschrieben hat. Er sagt: „Ich will das Thema Food Waste popularisieren.“ Timothée Olivier sitzt in der Küche. Er sitzt hier, weil es sein Lieblingsort ist. Hat er ein paar Tage frei, fährt er aufs Land, besucht Kleinproduzenten und Bauern, lässt sich erklären, weshalb die Tomaten Flecken haben, er fragt, wie sich die vielen Kürbissorten voneinander unterscheiden und wie der Rindsbraten saftig bleibt. Der Geschichts- und Germanistikstudent sucht den Kontakt zur Quelle, weil „Mutter Erde mir wichtig ist“. Er hat einen Plan. Er will die Jugendlichen in Lausanne mobilisieren. Einen Stammtisch gründen, gemeinsam essen und diskutieren – und „Disco Soupes“ planen. Partys im öffentlichen Raum, an denen aus

Gemüseresten Suppe gekocht wird. Schon zwei solche Discos hat er auf die Beine gestellt. Sind sie ein Rezept gegen die Lebensmittelverschwendung? Timothée Olivier, dieser junge Mann mit den grossen Plänen, er zuckt die Schultern, schmunzelt. Und er sagt nein. Aber er habe ein Rezept gegen die Verschwendung von Brot. Er sagt: „Um altes Brot zu verwerten, schneide ich es in Würfel, reibe diese mit Olivenöl und Kräutern ein und lasse sie 20 Minuten im Backofen knusprig werden.“ Es sei zwar nur ein Rezept für Brot-Croutons, aber genau darum ginge es: den Diskurs im eigenen Alltag integrieren.



*Flurinas Tipps
 Schwartenmagen und Obstbrände
 bei Berg und Tal, Zürich (berg-tal.ch),
 feines Schlemmen bei Wii am Rii,
 Schaffhausen (wiiamrii.ch),
 Pariserfladen bei Bäckerei
 W. Motzer, Gonten.*

Die Vermittlerin

Sie sagt, sie sei weder Idealistin noch Romantikerin. Eine militante Naturschützerin sei sie auch nicht. Was ist sie denn? Sie lacht. Sie läuft staksig über eine Wiese, weil sie die vielen, vielen Krokusse nicht zerdrücken will. Sie sagt, sie sei vor allem eins: „neugierig“. Flurina Gradin ist 32, hat Design studiert und ist an der Zürcher Hochschule der Künste für Workshops zuständig, in denen Jugendliche Designpraktiken kennenlernen. Als Co-Autorin veröffentlichte sie einen Schweizer Dorfreiseführer. Als Mitdenkerin konzipierte sie einen Saisonkalender zu 100 heimischen Gemüse- und Obstsorten. Derzeit absolviert sie eine Ausbildung in Feldornithologie. Es sind Zusam-

menhänge wie diese, die Flurina Gradin faszinieren: kauft man Lebensmittel, die mit Obst von Hochstamm-bäumen hergestellt werden, fördert man den Lebensraum des Steinkauzes, der vom Aussterben bedroht ist. Sich also mit Konfitüre und Sirup versorgen und gleichzeitig einer kleinen Eulenart helfen – das möchte Flurina Gradin jungen Menschen vermitteln und tüftelt deshalb mit Gleichgesinnten an neuen Vermittlungsformaten. Mit Kindergärtnern schnüffelt sie sich durch den Gewürzgarten. Mit Primarschülern erkundet sie den Gemüsemarkt. Mit Gymnasiasten produziert sie hausgemachte Butter. Und immer stellt sie dabei Fragen. Wie sehen unsere Essgewohnheiten in zehn Jahren aus? Welchen Stellenwert soll Essen in unserem Alltag einnehmen? Vor kurzem war sie

mit Jugendlichen unterwegs, die zum ersten Mal rohen Fenchel kosteten. Das überraschte und erinnerte sie: „Ich war 15 und mit Freunden im Piemont, als ich zum ersten Mal Rucola ass“. Die Geschmacksbildung ausserhalb des Elternhauses sei genauso wichtig wie jene, die man dank diesem erlebe. Sie erzählt vom Heidelbeeruchen ihrer schwedischen Grossmutter und vom Kalbsvoressen ihrer Schweizer Oma. Sie läuft noch immer über die Wiese und um die Krokusse herum. Unter einem Baum macht sie Halt und schaut in die grosse, runde Krone hinauf. Sie fragt: „Hört ihr die Vögel zwitschern?“ Sie strahlt.



Die Unternehmerin

Valentina Bosia will Schokolade produzieren. Sobald sie genug Kapital beisammen hat, will sie ihre eigene Firma gründen, bei Freunden in Ecuador Kakaobohnen beziehen und hier in der Schweiz, wo die Schokolade Tradition ist, Aufklärung betreiben. Sie will den Herstellungsprozess sichtbar machen. Sie sagt: „Wir Schweizer essen so viel Schokolade und es klingt manchmal fast so, als ob wir sie erfunden haben, aber die Zutaten stammen von weit weg, wo jemand sie pflanzt und erntet. Diese Geschichte will ich erzählen“. Denn sie kennt sie gut, die Geschichte der gelb-orangen Frucht, die im Unterholz der Regenwälder Lateinamerikas wächst. Die 25-jährige Tessinerin hat in Pollenzo gastronomische Wissenschaften studiert – eine kleine Universität, die Slow Food 2003 in Zusammenarbeit mit den Regionen Piemont und Emilia-Romagna gegründet hat. Valentina Bosia hat in Mexiko eine

Vanille-Produktion besucht, in Norditalien alte Frauen, die Tortellini herstellen, in New York junge Leute, die auf ihren Dächern Tomaten anpflanzen. In Ecuador ist sie hängen geblieben. Nördlich von Quito, dort, wo in den Bergen ein kleines Unternehmen mit wenig Mitteln und Maschinen Schokolade produziert. Viereinhalb Monate hat sie mit angepackt. Fermentieren, Rösten, Schälen, die Kakaobohnen lagen in ihren Händen. Als Teenager wollte sie Konditorin werden, aber ihre Eltern, Bienenzüchter aus Stabio bei Mendrisio, wollten, dass die Tochter studiert. Valentina Bosia lacht. Sie sagt: „Jetzt habe ich die Ausbildung in der Tasche und kann endlich Süßigkeiten herstellen“. Es motiviere sie zu wissen, dass sie Teil einer grossen Bewegung sei, „einer von unten“. Dass eine Rückbesinnung auf das Lebensmittelhandwerk stattfindet, dass Misstrauen gegenüber globalen Konzernen aufkommt, dass Informationen demokratisch ausgetauscht werden. Valentina Bosia will mitmischen. Mit Schokolade, „weil sie glücklich macht“.

Sie sagt: „Ich dachte stets, dass ich eine Ausbildung in Gastronomie absolviert habe, aber im Grunde habe ich Politik studiert“.

Valentinas Tipps
Geräucherte Ricotta bei La Töira, Olivone (caseificiotoira.ch), Schokolade von Mashpi, Ecuador (chocomashpi.com), Workshops am Festival Dei Saponi Etici, Losone (festivaldeisaporietici.ch).

DAS NETZWERK LOKAL UND GLOBAL

Slow Food Youth Schweiz wurde 2011 mit dem Ziel gegründet, jungen Konsumenten das Bewusstsein für lokale, saisonale und fair produzierte Lebensmittel zu vermitteln. Der Verein besteht aus jungen Produzenten, Köchen, Studenten, Aktivisten und Feinschmeckern, denen es nicht egal ist, woher ihr Essen stammt. Der Verein organisiert monatlich einen Stammtisch an wechselnden Orten, Betriebsbesuche in der ganzen Schweiz, Workshops in Kindergärten und Schulen sowie Tafelrunden im öffentlichen Raum. Slow Food Youth ist die Tochterbewegung des Vereins Slow Food, der 1986 vom italienischen Publizisten Carlo Petrini als Antwort auf Fast Food und auf die Industrialisierung des Essens gegründet wurde. Slow Food engagiert sich mit 80'000 Mitgliedern in 150 Ländern.

AGENDA

Vom 13. bis 15. November 2015 findet in der Messe Zürich der fünfte Schweizer Slow Food Market statt. Der letztjährige verzeichnete mit über 12'000 Besuchern einen Rekord. Auch dieses Jahr nehmen rund 200 Aussteller aus dem In- und Ausland teil, slowfoodmarket.ch.

MITGLIED WERDEN
Für Leute, die unter 30 Jahre alt sind, kostet eine Mitgliedschaft bei Slow Food Youth Schweiz 30 Franken, slowfood.ch, slowfoodyouth.ch.



EIN ALTER BAUWAGEN DAS JÜNGSTE PROJEKT

Slow Mobil CH ist zwar ein eigener Verein, allerdings versteht er sich als Teil der Bewegung von Slow Food in der Schweiz. Das Slow Mobil ist ein alter Bauwagen, der zu neuen Ufern aufbricht: er besucht Schulen, Tagesstätten und Kindergärten, um jungen Menschen globale Lebensmittelthemen zu vermitteln. Es werden Kochkurse veranstaltet, Schulgärten bepflanzt und Projektstage zu den Themen Fast Food, Industrialisierung und künstliche Nährstoffe durchgeführt. Das Slow Mobil kann über die Website reserviert werden, slowmobil.ch.

AGENDA

Vom 1. bis 30. September 2015 ist das Slow Mobil an der Veranstaltung „Zürich isst“ unterwegs, am 19. September 2015 im Naturama in Aarau und vom 9. bis 12. Oktober 2015 an der Gourmesse im Kongresshaus Zürich.





LESE- ECKE



Aussergewöhnlicher Kaffee

Kaffee ist nicht nur ein äusserst beliebtes Getränk, er kann auch auf dem Teller ein Genuss sein. Die Journalistin Manuella Magnin hat mit der Kaffeerösterei La Semeuse von La Chaux-de-Fonds als Partnerin ein kleines Buch mit ganz einfachen süssen und salzigen Rezepten vorgelegt.

Das Universum des Kaffees fasziniert, es animiert dazu, in Geschichts- und Geographiebücher einzutauchen, hält schöne botanische Entdeckungen bereit und lockt uns vor allem in eine Welt delikater und subtiler Geschmacksnoten, die gerade begonnen hat, bei Spitzenköchen lebhaftes Interesse zu wecken.

Auf Wunsch der Kaffeerösterei La Semeuse hat sich Manuella Magnin 20 salzige und süsse Rezepte auf der Basis von Kaffees unterschiedlicher Herkunft ausgedacht und sie in einem hübschen kleinen Werk mit Illustrationen der Fotografin Corinne Sporrer versammelt. Entstanden ist eine gediegene Werbung für die grossartige Arbeit der Rösterei, die in La Chaux-de-Fonds in 1000 m Höhe mit grosser Hingabe Assemblagen verschiedener Arabica- und Robusta-Crus komponiert und röstet.

Prodigieux Café, Edition La Semeuse, 2015.
Erhältlich zum Preis von Fr. 18.90 auf
www.lasemeuse.ch.



Y a pas que le steak dans la vie

Brechen Sie aus der Routine aus! Bringen Sie mit fast vergessenen Stücken, Texturen und Zubereitungsarten wieder mehr Abwechslung in Ihre Fleischküche. *Y a pas que le steak dans la vie* (frei übersetzt Es gibt noch anderes als Steaks im Leben) assistiert Ihnen mit 35 budgetfreundlichen, mit buchstäblicher Fleisches-Lust und Kreativität ausgeheckten und mit ein paar Geheimnissen vom Metzger garnierten Rezepten, die Sie und Ihre Gäste überraschen und Ihnen grossartig schmecken werden. Der Westschweizer Konsumentenverband hat Ratschläge und Empfehlungen für eine ausgewogene, hochwertige Nahrung im Alltag beigesteuert und ein paar Westschweizer Köche und Persönlichkeiten verraten ihre Lieblingsgerichte.

Doch das Werk hält nicht nur dazu an, die Nase in die Kochtöpfe zu stecken. Es erinnert auch daran, dass qualitativ hochwertiges Schweizer Fleisch Tag für Tag Pflege braucht, vom Stall bis auf den Tisch. Es soll nämlich Appetit machen. Unser Metzger weiss, wie das geht. Lesen Sie, worauf es ankommt, wenn Sie vom Viehzüchter bis in die Metzgerei Einfluss auf die Produktionskette nehmen wollen. Und wenn Ihrer Küche morgen wieder einmal der Wohlgeruch eines delikaten alten Rezept entströmen soll: *Y a pas que le steak dans la vie!*

Y a pas que le steak dans la vie, Ed. FRC, 2015.
Verkaufspreis: Fr. 22.- für FRC-Mitglieder: Fr. 17.-
Zu kaufen auf frc.ch/boutique



Wild auf Zitrusfrüchte

Text Manuella Magnin

Illustration, Dora Formica

Kennen Sie die Kaffernlimette, die Yuzu, oder die Australische Fingerlimette? Falls Sie zu den eingefleischtesten Liebhabern der Zitrusfrüchte oder „Agrumen“ gehören, haben Sie vielleicht schon von diesen Früchten mit ihren delikaten Aromen gehört. Küchenchefs führender Restaurants in unseren Städten bauen Sie gern in ihre Kreationen ein, um unsere Gaumen damit zu überraschen.

Aber woher kommt diese Mode? Und was hat sie in einem Magazin zu suchen, das sich für unsere fabelhaften einheimischen Produkte stark macht? Ganz einfach: Zitrusfrüchte haben auch in der Schweiz eine Fangemeinde. Und sie haben sogar eine Freundschaft zwischen zwei aktiven Fans gestiftet, zwischen Reto Eisenhut, der am Ufer des Lago Maggiore in San Nazzaro gegenüber von Locarno einen herrlichen botanischen Garten besitzt, und Niels Rodin, dem Urgrossneffen des Bildhauers, der seiner Passion für Zitrusfrüchte in Borex im Kanton Waadt frönt.

Als er 2009 in seinem Garten in Gland den ersten Yuzu-Baum pflanzte, war Niels Rodin weit davon entfernt, sich eine Zukunft als grossen Schweizer Zitrusfrüchtekenner auszumalen. Weit davon

entfernt, zu erahnen, dass er eines Tages in einem Gewächshaus oberhalb von Nyon über 80 verschiedene Arten Rutaceae (Rautengewächse) züchten würde.

Niels Rodin, von Beruf Steuerexperte und in seiner sehr ausgefüllten Freizeit Zitrusfrüchte-Züchter, hat Reto Eisenhut im Internet kennen gelernt. Eisenhut ist auf robuste Zitrusfrüchte spezialisiert, von denen er in seinem riesigen botanischen Garten im natürlichen Boden zahlreiche Arten und seltene Hybriden züchtet. Heute besuchen sich die beiden Kollegen regelmässig, tauschen sich über ihre Erfahrungen und Experimente aus. Kürzlich haben sie sich an der Messe Jardins en fête in Coppet einen Stand geteilt.

Niels Rodin plant, in der Schweiz und vor allem in Walliser Rebbergen grössere Kulturen anzulegen, um Küchenchefs

und Konsumenten eine weitaus grössere geschmackliche Vielfalt anbieten zu können.

Ihre betörenden Essenzen, mit denen sich Gerichte wunderbar verfeinern lassen, machen die Zitrusfrucht seit Jahrhunderten zum Objekt der Begierde. Heute bietet Niels Rodin neben den frischen Früchten mit den exotischen Namen, die er in seinem Gewächshaus produziert oder bei einem seiner Züchter-Partner kauft, eine reiche Palette von Produkten mit seltenen Zitrusfrüchten an. Da gibt es verschiedene im Tessin destillierte Liköre, ein in der Mühle von Sévery gepresstes Öl, Senfspezialitäten, die im Kanton Neuenburg hergestellt werden... ungewöhnlich schmackhafte Verbindungen unserer regionalen Aromen mit den herrlich säuerlichen der delikatesten Zitrusfrüchte.

Wenn Sie mehr über diese exquisiten Früchte wissen möchten, betrachten Sie die Skizzen einiger erstaunlicher Arten, die Niels Rodin unserer Zeichnerin Dora Formica überlassen hat (folgende Seiten).

Beachten Sie auch die Websites von www.nielsrodin.com und www.eisenhut.ch

Früchte-Skizzen

In der Schweiz angebaut

Citrus limonimedica di neggia

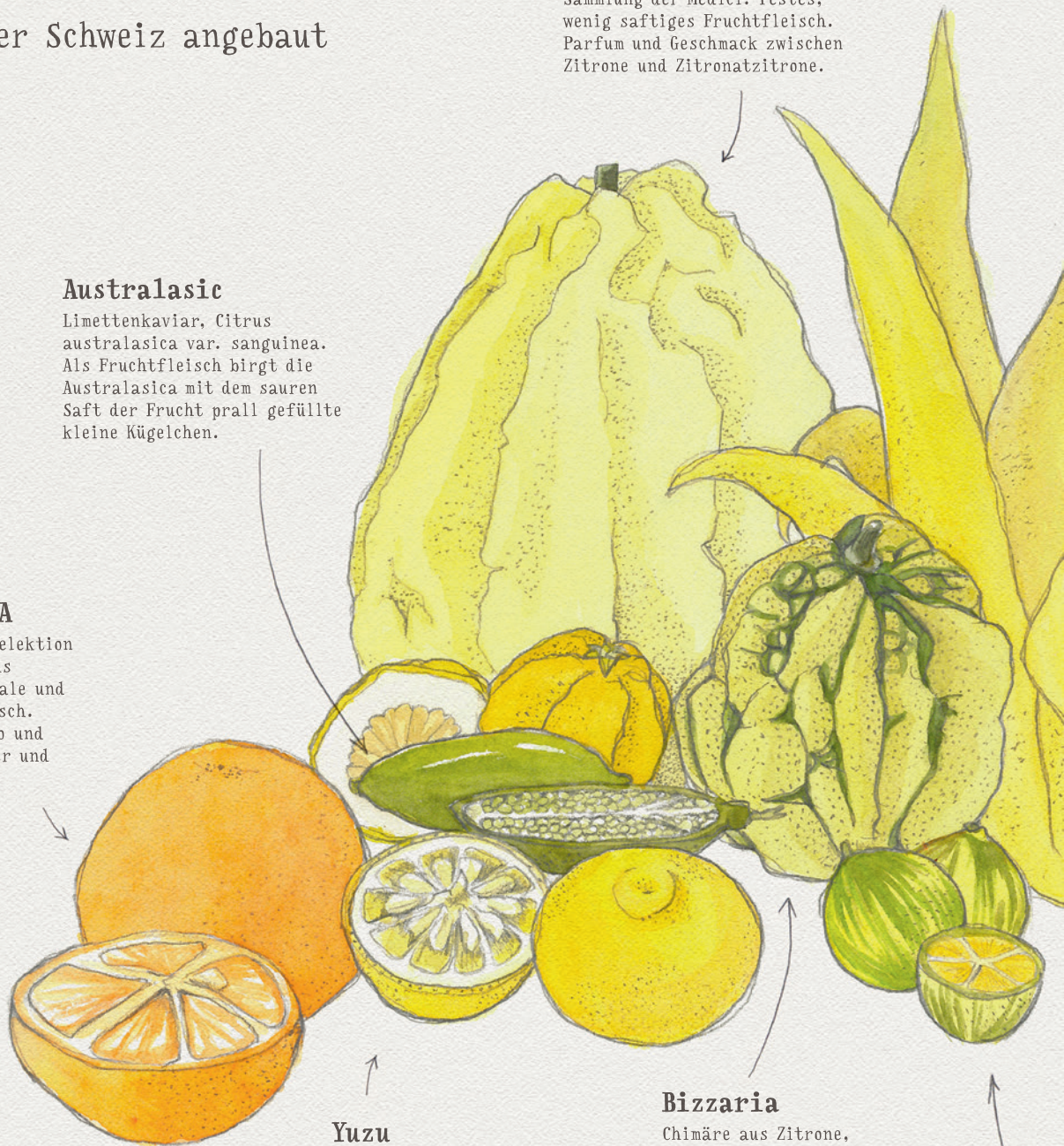
Hybride von Zitrone und Zitronatzitrone, aus der Sammlung der Medici. Festes, wenig saftiges Fruchtfleisch. Parfum und Geschmack zwischen Zitrone und Zitronatzitrone.

Australasic

Limettenkaviar, *Citrus australasica* var. *sanguinea*. Als Fruchtfleisch birgt die Australasica mit dem sauren Saft der Frucht prall gefüllte kleine Kügelchen.

Ichangensis IVIA

Aus einer spanischen Selektion hervorgegangener *Citrus ichangensis*. Süsse Schale und säuerliches Fruchtfleisch. Noten von gelber Pomelo und von Gewürzen wie Ingwer und Pfeffer.



Santa barbara

Citrus limonia oder Rangpur-Limette. Hybride von Zitrone und Mandarine. Starkes Parfum, sauer.

Yuzu

Hybride von Ichangensis und Sauermandarine. Neben der dominierenden Mandarine Noten von Grapefruit und Limette.

Bizzaria

Chimäre aus Zitrone, Zitronatzitrone und Bitterorange, aus der Sammlung der Medici. Wohldosierte Mischung der drei Aromen und Parfums, sauer und saftig.

Buddha-Hand

Gefingerte Zitronatzitrone. Frucht ohne Fruchtfleisch, Saft und Kerne mit floralen Aromen. Als Carpaccio mit grobkörnigem Salz und einem Hauch Olivenöl mariniert ein Genuss.

Ichang lemon sanguyan

Hybride von Ichangensis und Grapefruit. Eine saftigere Cousine der Yuzu. Noten von Limette und Mandarine mit dominierender Grapefruit.

Diamant-Zitronatzitrone

Die in Kalabrien verbreitete Diamant-Zitronatzitrone ist eine der heiligen Sorten, die am jüdischen Laubhüttenfest verwendet werden. Die durchschnittlich saftige, parfümierte Frucht gibt ausgezeichnete kandierte Früchte und köstliche Konfitüren.

Citrumelo 82

Hybride von Pomelo und Poncirus. Fruchtfleisch ähnlich wie Grapefruit, aber würziger. Weniger bitter, saftig.

Combawa

Citrus hystrix oder Kaffirlimette. Schale und Blätter stark parfümiert. Noten von Zitronengras, Ingwer und Limette.

Faustrimedon

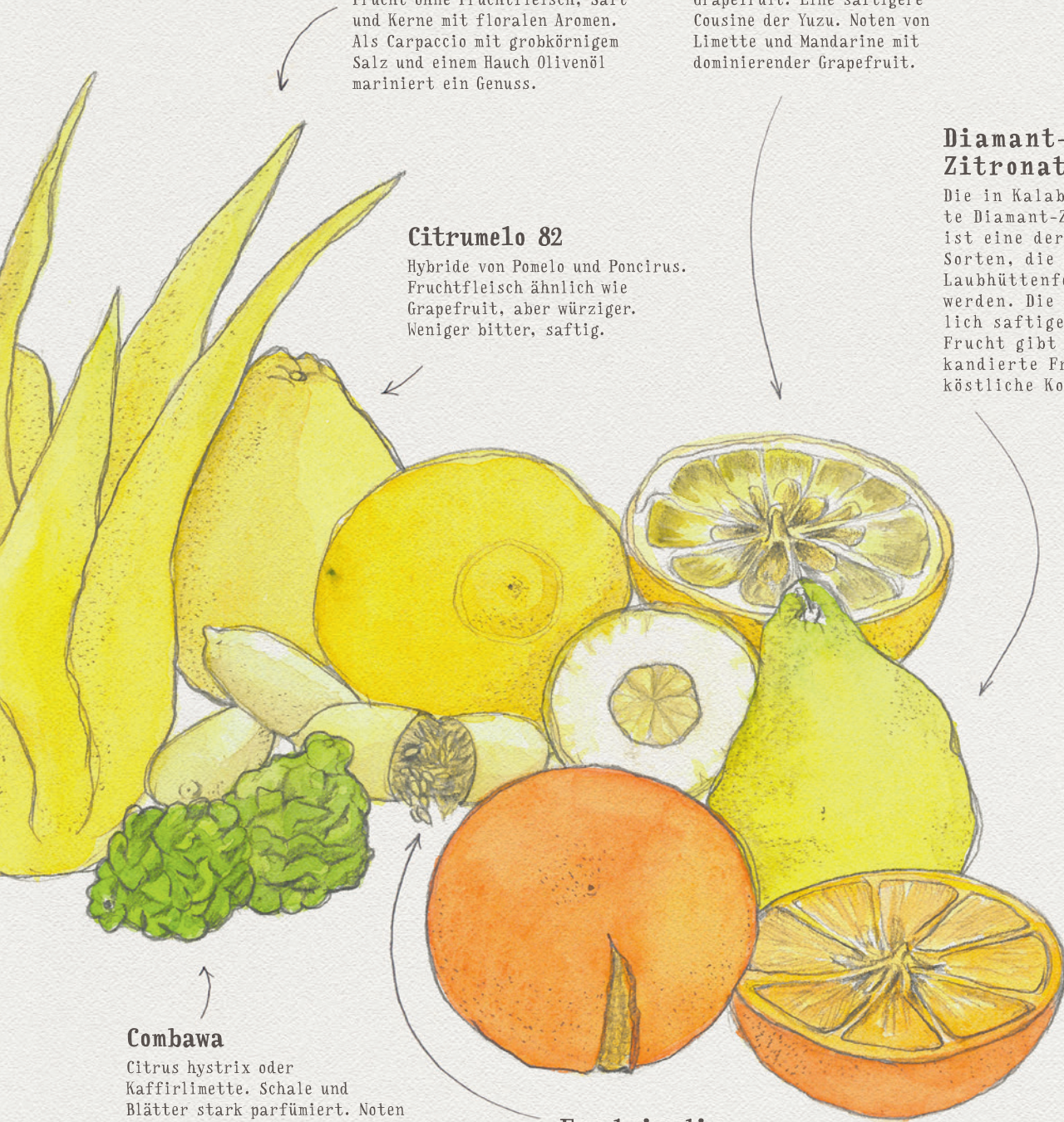
Hybride von Limettenkaviar und Limequat. Sehr starker Geschmack und Parfum von Zitronengras.

Centennial

Panaschierte Kumquat, wahrscheinlich natürliche Hybride von Kumquat und Mandarine. Edel gestreifte, wohl-schmeckende Frucht. Süsse, zarte Schale, saures und saftiges Fruchtfleisch mit Mandarine-Noten.

US-119

Hybride von Citrumelo und Orange. Bananen- und Mangogeschmack.





Qualität liegt in meiner Natur.

Hören Sie auf Ihren guten Geschmack, wenn Ihnen Käse nicht einfach wurst ist. Dann wählen Sie am besten Schweizer Käse. Hergestellt mit Liebe, Leidenschaft und nach den strengsten Richtlinien. Da machen wir keine Kompromisse.



Schweiz. Natürlich.

Unser Schweizer Käse.
www.schweizerkaese.ch

AOP-IGP

Die Erfolgswerkzeuge



Text Knut Schwander / Fotos DR

Sind die AOP-IGP nur noch eine weitere bürokratische Schikane? Nicht für eine wachsende Zahl von Konsumenten und Produzenten, in deren Augen sie im Gegenteil einen Weg zum Erfolg weisen.

Die *Appellations d'origine protégées* (AOP) oder „Geschützten Ursprungsbezeichnungen (GUB)“ und die *Indications géographiques protégées* (IGP) oder „Geschützten geografischen Angaben (GGA)“ garantieren mit präzisen Pflichtenheften die Wahrung von Traditionen und die Echtheit eines Produkts. Zudem bilden sie eine wirksame Antwort auf die Globalisierung, indem sie Produkte bekannt machen, die teils nur einem kleinen Kreis vertraut oder sogar vom Vergessen bedroht sind. Mit Erfolg! Die Produktion des Walliser Roggenbrots ist zum Beispiel auf das Doppelte angewachsen, seitdem es 2004 mit einer AOP geschützt wurde!

Die AOP-IGPspielen heute die Rolle einer treibenden Kraft in der Bewahrung einer Tradition in Bewegung

AOP und IGP sind also für Produzenten und Verbraucher ein Gewinn. Die AOP-IGP bieten den Verbrauchern wiedererkennbare Logos, und auf der Website www.aop.igp.ch finden sich verlässliche Informationen mit einer staatlichen Garantie, die auf einer konstruktiven Partnerschaft zwischen dem Bundesamt für Landwirtschaft und den Produktionsketten beruht.

Damit spielen die AOP-IGP eine wichtige Rolle für die Erhaltung einer Tradition in Bewegung. Von Erstarrung sind sie weit entfernt und schliessen auch die Nutzung von Spitzentechnologien nicht aus: „Ein Roboter kann im Reifungskeller bei der Herstellung eines authentischen Terroirprodukts nützlich sein“, meint Alain Farine, der Direktor der Schweizerischen Vereinigung der AOP-IGP, und weiter: „Die Innovationen müssen sich nur der Tradition anpassen. Wenn der Käser die Milch immer in einer 8 gerührt hat, muss der Roboter das auch tun.“

In der Schweiz tragen heute 21 Produkte ein AOP-Logo und 10 ein IGP-Logo, und die Zahl der Kandidaten wächst laufend! Vom Jambon de la Borne über das Appenzeller Mostbröckli bis zum Nussöl aus Sévery birgt die kulinarische Tradition der Schweiz noch viele ungehobene Schätze. Die AOP-IGP können ihnen den Weg zum Erfolg ebnen!



Köstliche Neuenburger Saucissons

Den Saucisson Neuchâtelois IGP genießt man im Herbst an den Torrées, den „Hirtenfeuern“, an denen er über der Glut des offenen Feuers gegart wird. Bei den Gebrüdern Montandon in Les Ponts-de-Martel wird diese Köstlichkeit aber rund ums Jahr produziert.

Die Brüder Pierre und Olivier leiten in der dritten Generation das Familienunternehmen der Montandon. Ihre Metzgerei liegt auf 1000 m Höhe in Les Ponts-de-Martel, auf einer Hochebene im Neuenburger Jura. Dort werden Würste und „Neuenburger Saucissons“ seit 80 Jahren hergestellt, immer im Bestreben um die Wahrung der Tradition. Die Produkte tragen beide das offizielle Qualitätszeichen IGP (Indication géographique protégée).

„Früher konnte Neuenburger Saucisson herstellen wer wollte. Seit 1997 geht das nur noch auf Kantonsgebiet, und man muss ein genaues Pflichtenheft einhalten“, erklärt Pierre Montandon, der Verkaufsleiter des Unternehmens, das die Saucissons zu seinem Zugferd gemacht hat und in seinem Slogan führt: „Tradition au Saucisson“. Von den 120 Tonnen Würste und Saucissons, die von rund einem Dutzend zugelassenen Metzgereien in der Region produziert werden, stellen die Montandons

mehr als die Hälfte her. Pro Jahr sind das 400'000 Stück!

Trotz der beeindruckenden Menge werden die Würste und IGP-Saucissons nach wie vor handwerklich hergestellt. Zwar kommen heute gewaltige Fleischwölfe und riesige Knetmaschinen zum Einsatz, doch ein Teil der Herstellung bleibt handwerklich.

Auch das Fleisch muss zwingend aus der Schweiz und vor allem aus der Region kommen, so will es die Tradition. „Wir arbeiten hauptsächlich mit Produzenten aus den benachbarten Tälern zusammen, aus La Brévine, La Sagne und Les Ponts-de-Martel“, bestätigt Pierre Montandon. In der Region gibt es viele Schweinemastbetriebe, die ursprünglich entstanden sind, weil Schweine die Molke lieben, mit der sie hier gefüttert werden, und weil diese in den benachbarten Käsereien reichlich anfällt.

Von den Mastbetrieben werden die Tiere in wenigen Minuten mit minimalem Stress zum Schlachthaus von Les Ponts-de-

Martel gebracht. Die Räume der Montandon SA sind mit dem Schlachthaus verbunden. Hier werden die Fleischstücke zerteilt und sortiert. Die Stücke, aus denen Würste und Saucissons hergestellt werden, müssen ein Drittel Fett und zwei Drittel mageres Fleisch enthalten.

Und worin besteht der Unterschied zwischen der Saucisse IGP und dem Saucisson IGP? Ganz einfach: Die Wurst ist krumm, der Saucisson gerade. Über die Form bestimmt der Rindsdarm, in den die Wurst- oder Saucisson-Masse gefüllt wird. Damit sie das IGP-Label erhalten, müssen Würste und Saucissons ausserdem einen Tag ruhen, bevor sie in die Räucherammer kommen. Danach ist der kalt geräucherte Saucisson bereit für den Verkauf. Jetzt muss er nur noch 40 Minuten im Wasser garen oder – für eine traditionelle Torrée – in Pergamentpapier und dann in nasses Zeitungspapier gewickelt über glühenden Kohlen gebraten werden. Noch eine köstliche Neuenburger Spezialität.



Die ersten Jahrgänge Zuger Kirsch und Rigi Kirsch AOP

Seit 500 Jahren wird in der Region Zug und am Rigi Kirsch gebrannt. Aber seit diesem Frühling ist der erste Kirsch AOP auf dem Markt!

„Ich ahnte nicht, dass Kirsch so gut sein kann!“ gestand kürzlich eine mit einem feinen Gaumen gesegnete Pariserin dem Patron der Etter Söhne AG Zug, Hans Etter, an einer Degustation in der Lichterstadt. Das passt zum Slogan der Firma Etter „La fine eau de vie“. Der Kirsch, der allzu oft nur gerade als gut genug gilt, um dem Käsefondue zu mehr Rasse zu verhelfen, verdient es allerdings, dass man sich für ihn interessiert.

Zum einen ist er das Produkt einer wunderbaren Region. Die Wiesen intensiv grün. Das Zugersee-Ufer und die Rigi, die von englischen Touristen im 19. Jahrhundert zur „Regina Montium“ (Königin der Berge) erhoben wurde: eine Landschaft von einzigartiger Poesie. Besonders im Frühling, wenn rund 400 Arten Kirschbäume blühen und die Felder mit Wirbeln schimmernder Blütenblätter überziehen.

Dann ist er ein authentisches Terroirprodukt, und dies seit über 500 Jahren. Em-

pörten sich die Behörden im siebzehnten Jahrhundert noch über die Nahrungsmittelverschwendung, die sie in seiner Herstellung sahen, so erlebte der Kirsch ab dem 19. Jahrhundert einen phänomenalen Aufschwung, besonders mit der Einrichtung der ersten industriellen Brennereien: Fassbind 1836, Dettling 1867, Etter 1870 und Räber 1877. Der Kirsch aus der Region hat sein AOP-Label ehrlich verdient, umso mehr, als er sich auf eine lange Vergangenheit berufen kann. Die 1870 gegründete „Kirschwasser-Gesellschaft in Zug“ war die erste Zuger Verkaufsorganisation für Kirsch. Sie hat Kirsch in die ganze Welt und bis nach Kuba exportiert.

Den grössten Erfolg hat der Kirschnaps aber weder in der Romandie noch in Frankreich: „Zum Glück gibt es das Fondue...“, witzelt Hans Etter, 65-jährig, in dritter Generation, mit seinem Schwiegersohn Gabriel Galliker-Etter an der Spitze des Familienunternehmens. In der Deutschschweiz, in Deutschland, Österreich, Italien und Belgien genießt

der Zuger Kirsch dafür ganz besonderes Ansehen. Dort wird auch das gesamte Sortiment der verschiedenen Kirschwasser geschätzt: Jahrgangs-Kirsch, Vieille Kirsch, vieux et noble...

In der Vielfalt dieses wenig bekannten Sortiments schlummern Bouquets und Aromen von grossem Reichtum. Kirsch kann sich nämlich im Laufe der Jahre entwickeln: „Nach der Destillation muss er mindestens 12 bis 18 Monate reifen, bevor er in den Handel kommt“, erklärt Hans Etter. Deshalb kann man die allerersten Flaschen „Zuger Kirsch AOP“ und „Rigi Kirsch AOP“ der Ernte 2014 frühestens in diesem Jahr geniessen.

Gibt es auch Sammlerflaschen? Hans Etter kann es bestätigen: „2011 hatte ich das Privileg, eine hundertjährige Flasche zu öffnen: ein Traum! Ein unglaublich feiner Kirsch, eindringlich, aber von vollendeter Eleganz. Ein einzigartiges Vergnügen!“ Da haben wir es wieder, „La fine eau de vie.“



FÜR DAS BESTE VON HIER.



Früchte von den
 Bäumen, auf denen
 ich früher
 rumkletterte.



Ausgewählte Produkte vom Bauern und Produzenten in Ihrer Nähe. Genau das bietet Ihnen Miini Region von Coop mit über 2300 regionalen Produkten. Entdecken Sie, wie gut Nähe schmeckt. Weitere Informationen unter www.coop.ch/miiniregion



Kardy oder Kardone: stachelig, aber gut!



Wer von der Genfer Gastronomie spricht, denkt an den Kardy, aber nicht an irgendeinen, sondern an den „Cardon épineux argenté de Plainpalais“, der 2003 die AOP erhalten hat. Eine stachelige Angelegenheit...

Dass er eine Cousine der Artischocke ist, weiss fast niemand, denn in der Küche bereitet man vor allem die Blattstiele zu, und weniger die Blütenblätter. Genf hat den Kardy im Laufe der Jahrhunderte zu seiner Spezialität gemacht. Das geht so weit, dass der Cardon épineux argenté heute an offiziellen Essen nicht fehlen darf und bei den Wirten der Landgasthöfe ebenso beliebt ist wie in den besten Genfer Gourmet-Restaurants.

Der Kardy ist im 16. Jh. mit den Hugenotten, die vor dem Edikt von Nantes geflüchtet waren, nach Genf gekommen. „Cardon de Plainpalais“ heisst er manchmal, weil ihn die Gemüsebauern damals auf der gleichnamigen Ebene vor den Stadtmauern anbauten. Das kann man sich heute fast nicht mehr vorstellen, wenn man auf dem grossen Platz, der inzwischen zur Stadt gehört, einen Zirkus oder Flohmarkt besucht. Und auch die Ausdauer der Bauern, die

diese schwierige Pflanze angebaut haben, ist nicht leicht zu verstehen...

Pierre Boehm weiss mehr darüber. Er verkörpert die vierte Generation einer Kardybauernfamilie aus Confignon. Mit brutto 100 bis 150 Tonnen ist er der grösste Erzeuger des Kantons, in dem nur sechs Bauern pro Jahr insgesamt 250 Tonnen Kardy produzieren. Seitdem die „Cardons genevois“ 2003 die AOP erhalten haben, ist seine Produktion auf das Dreifache angestiegen, und er hat sich auf Kardy im Glas spezialisiert.

Von der Aussaat im Mai bis ins Glas oder auf den Teller an Weihnachten braucht es aber viel Know-how und Arbeit. Kardy-Blätter mögen sich zu hübschen Strässen öffnen, die an den Akanthus der griechischen Säulen erinnern... aber sie sind stachelig! Wenn die Pflanzen den ganzen Sommer über gewachsen sind, „müssen sie im September umziehen“, erklärt Pierre Boehm, „da die Pflanze jetzt so schnell wächst, dass man fast zusehen kann“.

Wenn sie 1,60 Meter hoch ist, muss man die stachelige Schöne mit den mehrere Zentimeter langen Stacheln befestigen (das ist dann etwa so, als versuchte man, aus Stacheldraht Strässer zu binden!). Danach hat man zwei Möglichkeiten. Man kann sie im Boden lassen und mit einem lichtundurchlässigen Zylinder zudecken. Oder man bringt sie wie früher mit der Scholle in einen Keller, in den kein Tageslicht dringt. „Das tut man, damit sie bleicht und vor allem auch ihren Geschmack behält, da sie am Tageslicht grün und schrecklich bitter wird“. Wenn man bedenkt, dass jede Pflanze rund 30 Kilo wiegt und man sie nach dem Bleichen noch in Handarbeit „putzen“ und zerlegen muss, bis am Schluss nur noch 2 bis 3 Kilo essbare Teile übrigbleiben, versteht man jedenfalls, warum diese Delikatesse ihren Preis hat. Ein 500 g-Glas kostet rund 15 Franken! Aber wer sie liebt, scheut weder Arbeit noch Kosten.



Wettbewerb

MACHEN SIE MIT UND GEWINNEN SIE
eine Auswahl von köstlichen AOP-IGP-Spezialitäten, oder
als 2. bis 5. Preis ein Duo dieser Spezialitäten.

Einsendeschluss ist der 31. Oktober 2015.

**STECKEN SIE DEN TALON IN EINEN
BRIEFUMSCHLAG UND SCHICKEN SIE IHN AN:**

Schweizerische Vereinigung der AOP-IGP
Wettbewerb Genusswoche
Belpstrasse 26
3007 Bern



1. Was ist der Unterschied zwischen diesen beiden Qualitätslabels ?



- Bei einer AOP dürfen die Rohstoffe aus der ganzen Schweiz stammen, müssen jedoch in der Ursprungsregion verarbeitet werden, bei einer IGP dürfen die Rohstoffe aus den Nachbarländern stammen.
- Eine AOP muss von A - Z aus der Ursprungsregion stammen, bei einer IGP dürfen die Rohstoffe aus der ganzen Schweiz stammen, müssen jedoch in der Ursprungsregion verarbeitet werden.
- Eine AOP darf in der ganzen Schweiz hergestellt werden, muss aber den Namen der Ursprungsregion tragen, eine IGP darf im Ausland nach Schweizer Rezept hergestellt werden.

2. Welchen Geburtstag kann die Zuger Kirschtorte IGP 2015 feiern?

- den 50.
- den 100.
- den 25.

3. In welchem Jahr wurde die Girolle erfunden, mit der man den Tête de moine AOP schabt?

- 1950
- 1871
- 1694

Ich abonniere das Kundenmagazin „Tradition & Terroir“ kostenlos
 Deutsch Französisch

Name:

Vorname:

Strasse:

PLZ, Ort:

DIE AOP- UND IGP- PRODUKTE IN DER SCHWEIZ

REGISTER DER AOP

(Appellation d'origine protégée)

	Eintrag
1. L'Etivaz AOP	02. 03. 00
2. Rheintaler Ribelmals AOP	14. 08. 00
3. Tête de Moine AOP	08. 05. 01
4. Gruyère AOP	12. 07. 01
5. Eau-de-vie de poire du Valais AOP	21. 12. 01
6. Sbrinz AOP	24. 04. 02
7. Formaggio d'Alpe Ticinese AOP	14. 02. 02
8. Abricotine AOP	06. 01. 03
9. Vacherin Mont-d'Or AOP	16. 05. 03
10. Cardon épineux genevois AOP	10. 10. 03
11. Walliser Roggenbrot AOP	27. 02. 04

12. Berner Alpkäse AOP,	
Berner Hobelkäse AOP	02. 04. 04
13. Munder Safran AOP	02. 07. 04
14. Vacherin Fribourgeois AOP	28. 02. 06
15. Emmentaler AOP	06. 10. 06
16. Poire à Botzi AOP	05. 10. 07
17. Walliser Raclette AOP	26. 02. 08
18. Werdenberger Sauerkäse AOP	
Liechtensteiner Sauerkäse AOP	
Bloder-Sauerkäse AOP	18. 02. 10
19. Damassine AOP	09. 03. 10
20. Zuger Kirsch AOP	
Rigi Kirsch AOP	02. 09. 13

REGISTER DER IGP

(Indication géographique protégée)

	Eintrag
21. Glarner Alpkäse AOP	30. 01. 14
22. Bündnerfleisch IGP*	29. 09. 00
23. Saucisse d'Ajoie IGP	07. 11. 02
24. Walliser Trockenfleisch IGP	29. 01. 03
25. Saucisson neuchâteloise IGP	
Saucisse neuchâteloise IGP	06. 06. 03
26. Saucisson vaudois IGP	11. 10. 04
27. Saucisse aux choux vaudoise IGP	11. 10. 04
28. St. Galler Bratwurst IGP,	
St. Galler Kalbsbratwurst IGP,	
St. Galler OLMA-Bratwurst IGP	26. 08. 08
29. Longeole IGP	02. 04. 09
30. Glarner Kalberwurst IGP	25. 11. 11



* Bündnerfleisch IGP muss nicht unbedingt aus Schweizer Fleisch hergestellt sein, deshalb darf das Logo mit dem Schweizer Kreuz nicht verwendet werden.

Sel des Alpes, der Schatz aus der Tiefe

Der beliebte Küchenchef Philippe Ligron, Liebling der Medien und Dozent an der Hotelfachschule Lausanne, ist zusammen mit der jungen Küchenchefin Rebecca Clopath seit dem Frühling Markenbotschafter von Sel des Alpes. Diese salzige Köstlichkeit aus den Waadtländer Alpen repräsentiert auch die Werte der Schweiz an der Expo 2015 in Mailand.

Text Manuella Magnin / Fotos Elise Heuberger

Falls Sie zu den glücklichen Besuchern der Weltausstellung in Mailand gehören, werden Sie sicher auch den Schweizer Pavillon beschnuppern. Dort werden Sie im Salzturm die mit Sel des Alpes gefüllten Mini-Salzstreuer in Form eines Würfels entdecken, die speziell für die Expo 2015 kreiert wurden. Der Würfel balanciert auf einer seiner Ecken und weist mit „It's all about balance“ auf den verantwortungsbewussten und fairen Konsum des Salzes hin.

PROMINENTE BOTSCHAFTER

Der Direktor der Saline Bex, Julien Hoeflinger, nahm die Anfrage des Bundes zur Teilnahme an der Weltausstellung in Mailand mit Begeisterung wahr, um so die Marke Sel des Alpes einem breiten Publikum näher zu bringen. Die Saline Bex profitiert von der willkommenen Medienpräsenz. Mit Rebecca Clopath und Philippe Ligron konnten zwei kreative und innovative Küchenchefs als Markenbotschafter für Sel des Alpes gewonnen werden.

Die junge Köchin Rebecca Clopath kocht an der Seite von Stefan Wiesner im Gasthof Rössli im Entlebuch. Philippe Ligron ist insbesondere bei den West-

schweizern gut bekannt: „Ich wurde für verschiedene Partnerschaften angefragt, von Uhren bis Prêt-à-Porter. Doch die Zusammenarbeit mit Sel des Alpes lag für mich als Koch auf der Hand. Dieses Salz ist ein Regionalprodukt und in der Küche unentbehrlich. Als Markenbotschafter steht für mich insbesondere im Vordergrund, dem Publikum die verschiedenen Verwendungsmöglichkeiten und den korrekten Einsatz der unterschiedlichen Salzspezialitäten von Sel des Alpes näher zu bringen.“

EIN „GRÜNES“ SALZ

Das Sel des Alpes ist 100% natürlich und es wird äusserst umweltfreundlich abgebaut. Die Saline Bex deckt ihren Energiebedarf mit ihrer eigenen Wasserkraftanlage und speist einen ansehnlichen Teil der produzierten erneuerbaren Energie ins Netz ein.

Ende 2011 erhielt das Unternehmen die EcoEntreprise-Zertifizierung für sehr gute Leistungen in Bezug auf die nachhaltige Entwicklung. Das Sel fin de Bex in der 500 g- und der 1 kg-Packung ist mit dem Climatop-Label für Produkte ausgezeichnet, deren Herstellung deutlich weniger Energie verbraucht als diejenige vergleichbarer Produkte auf dem Markt.

SCHWEIZER SALZ, EINE LANGE GESCHICHTE

Ohne Salz gäbe es auf der Erde kein Leben. Salz verändert die Geschmackswahrnehmung und gibt unserem Essen mehr Pepp. Vor allem ist Salz aber ein wichtiger Bestandteil unserer Zellen und trägt zur guten Flüssigkeitsversorgung des Körpers bei. Die Geschichte des Schweizer Salzes begann vor zweihundert Millionen Jahren, als sich das Becken des Thetysmeeres zurückzog und Salz zurückliess, das seither im Boden eingeschlossen ist. Salz ist heute einer der wenigen Bodenschätze der Schweiz. Die Schweizer Salinen sind Eigentum der Kantone und des Fürstentums Liechtenstein.

In der Region Basel, in Schweizerhalle und in Riburg, wird seit über 175 Jahren Salz abgebaut. Die Saline Bex produziert ihr Sel des Alpes schon seit 1554. 1877 wird in Bex das Thermokompressionsverfahren erfunden, mit dem sich der Energieverbrauch bei der Salzproduktion um rund 90% verringert.

In den Salzminen von Bex sowie im Museum und auf den geführten Besichtigungen von Riburg und Schweizerhalle werden jährlich rund 80'000 Besucher gezählt.



10 Personen
 Vorbereitung 20 Min
 Kochzeit 30 Min

Magret de Canard in Sel des Alpes-Kruste Sauce céleste

Ein Rezept von Philippe Ligrón

- 1500g frische Entenbrust
- 20g Sel des Alpes – Bio Kräuter Salz „Oriental“
- 20g Sel des Alpes – Bio Kräuter Salz „Scharf“
- 50ml Olivenöl
- 5g Provence-Kräuter oder andere Gewürzkräuter
- 10 Umdrehungen weisser Pfeffer aus der Mühle
- 6 Eiweiss
- 300g Mehl
- 1500g Sel des Alpes – Sel à l’Ancienne
- 20g zerstoßener schwarzer Pfeffer
- 5g Gewürzkräuter (Thymian oder Bohnenkraut, etc.)
- 500ml Rotwein zum Kochen

FÜR DIE SAUCE CÉLESTE

- 20g geschälte und fein gehackte Schalotte
- 50g gut ausgereifte Brombeeren
- 10ml Verjus / Saft von sauren Trauben (falls nicht verfügbar den Verjus durch 8ml Weisswein und 2ml Weinessig ersetzen)
- 10 Prisen Sel des Alpes
- 10 Umdrehungen weisser Pfeffer aus der Mühle
- 10g Butter

Den Rotwein auf zwei Drittel reduzieren, beiseite stellen.

Die Entenbrüste parieren (Blut, Nerven und überschüssiges Fett entfernen), beiseite stellen.

In einer Terrine die beiden Bio-Kräutersalze mit den Provence-Kräutern, dem Olivenöl und ein wenig weissem Pfeffer aus der Mühle vermischen. Die Entenbrüste damit bestreichen und ein paar Stunden kühlstellen.

Die Entenbrüste auf der Hautseite einschneiden, damit die Hitze und die Gewürze besser eindringen können. Die Entenbrüste in einer Bratpfanne auf beiden Seiten ungesalzen aber gepfeffert anbraten und Farbe annehmen lassen. Danach im Kühlschrank abkühlen lassen. Das Sel à l’Ancienne in eine Terrine geben und das Mehl, die Rotweinsauce, den Pfeffer, die getrockneten Kräuter und das Eiweiss hinzufügen.

Ein Backtrennpapier auf eine Kochplatte oder ein Kochfeld legen und mit Salzteig bedecken.

Die Entenbrüste aufeinander legen, Fleischseite an Fleischseite, um das Fleisch zu schützen. Falls eine einzelne Brust übrigbleibt, diese auf der freiliegenden Fleischseite mit einem Backtrennpapier bedecken.

Die Entenbrüste mit der Sel à l’Ancienne- Paste vollständig zudecken.

Im auf 200°C vorgeheizten Ofen 20 Minuten lang garen und vor dem Servieren 10 Minuten lang ruhen lassen.

Während das Fleisch im Ofen ist, wird die Sauce céleste zubereitet. Die Schalotten in der Butter anschwitzen.

Mit dem Verjus ablöschen und die Brombeeren dazugeben. Bei grosser Hitze aufwallen lassen. Zusammen mit dem Bratsaft der Entenbrüste im Mixer pürieren. Abschmecken.

Anrichten. Die Entenbrüste gründlich abwischen, da der Salzgeschmack sonst zu stark wäre, und sie anschliessend tranchieren. Mit der Sauce céleste anrichten und nach Belieben Auberginenpüree oder eine Gemüsemischung und Chips aus Venere-Reis dazu reichen.

ANMERKUNGEN DES VERFASSERS

Die Kruste aus Sel à l’Ancienne schützt die Entenbrüste. Das Rezept für die Sauce céleste geht auf das späte Mittelalter zurück (14. Jh.). Dies beweist einmal mehr, dass man ein schmackhaftes Stück Fleisch schon damals gern mit einer säuerlichen Sauce servierte. Diese Sauce céleste illustriert auch, dass die Farben der Gerichte in jener Zeit nicht unwichtig waren.

Auf zum Schweizer Wettbewerb der Regionalprodukte!

Text Manuella Magnin / Fotos DR

Courtemelon (JU) brummt alle zwei Jahre wie ein Bienenstock, wenn der inzwischen berühmt gewordene Wettbewerb der Regionalprodukte und der Markt für Schweizer Regionalprodukte stattfindet. Am 26. und 27. September 2015 wird die 6. Ausgabe durchgeführt. Für Liebhaber einheimischer Produkte ist das Treffen ein Muss.

Die zauberhafte Umgebung und die himmlisch reine Luft passen perfekt zum Event für Liebhaber echter Delikatessen des heimischen Schaffens. Hier am Busen der Natur finden sie sich alle zwei Jahre zum Schweizer Wettbewerb der Regionalprodukte ein. Die nächste Ausgabe wird am letzten Septemberwochenende stattfinden, mit Basel-Stadt, Basel-Land und Baden-Württemberg als Ehrengästen.

2013 wurden über 1'000 Produkte in 5 Kategorien getestet (Milchprodukte, Bäckerei- und Konditoreiprodukte, Fleischprodukte, Früchte- und Gemüseprodukte und Diverses, alkoholische Getränke). 1'000 Köstlichkeiten für 100 Jury-Mitglieder. 75 Goldmedaillen, 75 Mal Silber, 82 Mal Bronze und 20 Nominierte für einen Preis für hervorragende Qualität. Für die Medallengewinner ist der Wettbewerb, den die Fondation Rurale Interjurassienne (FRI) organisiert, ein gutes Werbement. Wie der Kommunikationsleiter, Olivier Boillat, und sein für die Jury zuständiger Kollege Lionel Gilliotte betonen, ist die Wirkung der Auszeichnungen auf die Konsumenten deutlich greifbar: Sie las-

sen die Verkaufszahlen durchschnittlich um 27% ansteigen.

ANERKENNUNG

Der grosse Markt für Schweizer Regionalprodukte vom Samstag und Sonntag lockt rund 20'000 Besucher, die den Direktkontakt mit den Produzenten ihrer Nahrungsmittel suchen, nach Courtemelon.

Der Erfolg dieser Veranstaltung von nationaler Ausstrahlung, den die Fondation Rurale Interjurassienne vor 10 Jahren ins Leben gerufen hat, beruht auf dem Mehrwert, den die angebotenen Nahrungsmittel geschmacklich und aufgrund ihrer Herstellung bieten. Den Produzenten bietet sie eine Gelegenheit, ihr Know-how bekannt zu machen und Anerkennung zu gewinnen. Die Konsumenten lernen die Gesichter hinter den Nahrungsmitteln kennen, die sie kaufen, und können kostenlos an Workshops von bekannten Schweizer Küchenchefs teilnehmen.

PROGRAMM

Mi 9. und Do 10. September

Wettbewerb der Kategorien „Fleischprodukte, Früchte, Gemüse“

Mi 16. und Do 17. September

Wettbewerb der Kategorien „Milchprodukte und alkoholische Getränke“

Fr 25. September, 09.30-17.00 Uhr

Internationale Konferenz: Accès des produits du terroir aux marchés: quelle stratégie? („Marktzugang für Regionalprodukte: Welche Strategie?“)

Anmeldung: www.frij.ch/conference

Wettbewerb der Kategorie „Bäckerei- und Konditoreiprodukte“

Sa 26. September, 11.00-18.00 Uhr

Markt der Schweizer Regionalprodukte
Genuss-Workshops

Unterhaltung, Essen & Trinken

Wettbewerb der Kategorie „Bäckerei- und Konditoreiprodukte“

19.00 Uhr

Bekanntgabe der Wettbewerbsresultate
Grosses Fest, Essen & Trinken

So 27. September, 09.00-17.00 Uhr

Markt der Schweizer Regionalprodukte
Genuss-Workshops

Unterhaltung, Essen & Trinken

PRAKTISCHE INFOS

Eintritt „Entrée gourmande“ für 2 Tage:
Fr. 10.–

Studierende, AHV: Fr. 7.–

Gratis-Shuttle ab Delémont-Bahnhof und
ab den städtischen Parkhäusern

Fuss- und Velowege ab Bahnhof Delémont
Autobahnausfahrt: Delémont West

Unterkunft und Hotels:

www.juratourisme.ch

Für weitere Informationen:

www.concours-terroir.ch



SCHWEIZER WETTBEWERB
DER REGIONALPRODUKTE
CONCOURS SUISSE
DES PRODUITS DU TERROIR
CONCORSO SVIZZERO
DEI PRODOTTI REGIONALI





Ablauf der Degustation

Was sind die Bewertungskriterien?
Ein paar Fragen an [Olivier Boillat](#) und [Lionel Gilliotte](#)

Nach welchen Kriterien wird die Bezeichnung „Regionalprodukt“ vergeben?

Verarbeitete Produkte aus Rohmaterialien, die ausschliesslich aus der Region stammen und als solche vom Organisationskomitee des Wettbewerbs anerkannt sind, werden automatisch akzeptiert. Die übrigen Regionalprodukte müssen eine Reihe von Kriterien erfüllen, die im Wettbewerbsreglement festgehalten sind und von einer Kommission überprüft werden. Für Schokolade, Gewürze und alkoholische Getränke werden bei der Produktherkunft Ausnahmen gemacht.

Inwiefern unterscheidet sich der Schweizer Wettbewerb der Regionalprodukte von einem Branchenwettbewerb?

Bei unserem Wettbewerb geht es um hedonistische und technische Qualitäten. Unser Grundsatz lautet, dass die eingereichten Produkte dem Endverbraucher schmecken müssen. Jeder kann ein gutes von einem schlechten Produkt unterscheiden. Man muss kein professioneller Sensoriker sein, um ein Nahrungsmittel zu mögen oder eben nicht.

Wer sitzt in der Jury und wie arbeitet sie?

Der Jury gehören rund hundert Tester an. Die Jury jeder Produktkategorie besteht aus einem Experten, einem Produzenten und einem Konsumenten an einem Degustationstisch. Die Jury-Mitglieder werden in einer halbtägigen Ausbildung auf ihre Aufgabe vorbereitet. In Blinddegustation wird ein Los von 5 bis 10 Produkten bewertet. Zunächst bewertet jedes Jury-Mitglied das Produkt individuell, nach einem auf das getestete Produkt abgestimmten Evaluationsschema, und vergibt anhand dieses Evaluationsschemas eine Note. Die Endnote (4 bis 20 Punkte) wird nach Diskussion mit den anderen Jury-Mitgliedern im Konsensverfahren vergeben. Jedes degustierte Los kann mit einer Medaille prämiert werden (Gold, Silber oder Bronze). •



DER JURA EXPORTIERT SEIN KNOW-HOW

Seit 2014 hat der Wettbewerb der Regionalprodukte einen Nachahmer im Ausland. Die Fondation Rurale Interjurassienne hat die Organisatoren des 1. Marokkanischen Wettbewerbs für Terroirprodukte vom 19. und 20. November 2014 in Rabat mit ihrem Fachwissen unterstützt.

Organisiert wurde die Veranstaltung im Rahmen des PAMPAT-Projekts (Projet d'accès aux Marchés des produits agroalimentaires et de terroir) der UNIDO (Organisation der Vereinten Nationen für industrielle Entwicklung).

84 Degustatoren aus allen Regionen degustierten an Degustationstischen mit je drei Personen 372 Produkte aus allen Regionen Marokkos. Am Ende der beiden Degustationstage wurden die besten Produzenten mit Medaillen ausgezeichnet.

Dieser erste marokkanische Wettbewerb wurde mit der finanziellen Unterstützung des Staatssekretariats für Wirtschaft SECO, des Ministeriums für Landwirtschaft und Seefischerei des Königreichs Marokko und der marokkanischen Agentur für landwirtschaftliche Entwicklung ADA durchgeführt.



Meine Gemüseküche für Herbst und Winter

Die Erfolgsautorin präsentiert hier die grosse Vielfalt der Gemüse der kalten Jahreszeit. Über 40 einheimische Herbst- und Wintergemüse, darunter auch alte und weniger bekannte Sorten (Slow Food Presidi und ProSpeciaRara), werden in Text und Bild porträtiert. Jedes Gemüseporträt wird ergänzt durch Hinweise und Küchentricks zur einfachen und schmackhaften Zubereitung und passenden Kombinationen mit Gewürzen, Kräutern und Zutaten. Über 150 einfache Rezepte, roh und gekocht, meist vegetarisch und oft vegan, zeigen die Vielfalt an wunderbaren Gerichten für die kalte Jahreszeit. Reportagen bei Produzenten geben Einblick in die Arbeitsweise der biologischen Landwirtschaft.

Meret Bissegger ist leidenschaftliche Köchin und Pflanzenfachfrau. Heute gibt sie Kochkurse und verwöhnt Feinschmecker bei Tavolatas in ihrer Casa Merogusto.

Hans-Peter Siffert, Fotograf mit den Schwerpunkten Wein, Reisen und Genuss.

Von den gleichen Autoren: Meine wilde Pflanzenküche, ebenfalls im AT Verlag.



Kleine Geschichte der Ernährung in der Schweiz

In seiner „Petite histoire de l'alimentation en Suisse“ erzählt Yvan Schneider die Geschichte unserer Ernährung vom Mesolithikum bis heute. Mit zehn Rezepten, originellen Anekdoten und Portraits berühmter Köche.

Die Geschichte der menschlichen Ernährung handelt vom grossen, faszinierenden Abenteuer einer pragmatischen Entwicklung zwischen Genuss und Notwendigkeit, Mangel und Überfluss, Ressourcen und Know-how. Küche und Tischsitten sind geschichtliche und gesellschaftliche Zeugen der kulturellen Dimension der Mahlzeit und haben unser kulinarisches Erbe geprägt.

Das Werk ist in zehn kulinarische Entwicklungsabschnitte gegliedert, von der Vorgeschichte bis heute, jeder mit einem Panorama der Ernährung und der häuslichen Gewohnheiten einer Epoche, dazu markante Daten, originelle Anekdoten, Illustrationen von Gebrauchsgegenständen und ein illustriertes Rezept einer verführerischen, in eine essbare oder nicht essbare Hülle eingepackten Köstlichkeit.

Das reich bebilderte Buch macht Leserinnen und Leser näher mit dem „täglichen Brot“ unserer Vorfahren der letzten knapp 12000 Jahre bekannt.

Editions Loisirs et pédagogie
72 Seiten, Fr. 25.–



Die Hotelfachschule Passugg Im Zeichen der Erneuerung

Text Knut Schwander / Fotos DR

Die Swiss School of Tourism and Hospitality (SSTH) in Passugg gestaltet die Ausbildung der Hoteliers von Morgen neu. In Zusammenarbeit mit der Hotelfachschule Lausanne baut sie neue Passerellen zwischen Lehre, Höherer Fachschule und Bachelor und führt entschlossen zukunftsorientierte Studienprogramme ein, und dies alles im zauberhaften Rahmen eines alten Luxushotels in einem romantischen Tal unweit von Chur.

Knut Rupprecht ist sichtlich stolz auf das Haus, das er leitet. Seit einem Jahr ist er Direktor der Swiss School of Tourism and Hospitality in Passugg. Der dynamische Fünffziger zieht für mehr als ein Projekt die Fäden. Er ist in Solothurn geboren und in der Romandie aufgewachsen, ist perfekt dreisprachig (deutsch, englisch, französisch). Der ausgebildete Hotelier, erfahrene Lehrer und Fachmann für Human Resources, ist mit Leib und Seele Unternehmer. Derzeit errichtet er die Grundlagen der Hotelfachausbildung der Zukunft. Was in Zusammenarbeit mit der renommierten Ecole Hôtelière de Lausanne (EHL) skizziert wurde, nimmt hier in diesem romantischen Rahmen Gestalt an. Hinter einer Kurve taucht das ehrwürdige „Kurhaus Passugg“ auf. Das alte Thermalhotel im Grünen präsentiert seine schöne „Belle-Epoque“ Architektur mit Türmchen und Kuppeln auf einem romantischen Felsvorsprung unmittelbar über dem zweiten grossen Unternehmen des Ortes, den Passugger Mineralquellen.

Fünf Minuten vom Churer Stadtzentrum entfernt reift die Hotelfachschule der Zukunft heran.

Es ist Mittag, und die Studierenden – die jungen Damen im Kostüm, die Herren im Anzug mit Krawatte – strömen aus den ultramodernen Klassenzimmern durch die grossen Salons mit den Decken aus geschnitztem Arvenholz zum Speisesaal, der an die Noblesse früherer Luxushotels erinnert. Die Ausbildung der Zukunft hat einen historischen Rahmen.

PASS FÜR DIE ZUKUNFT

Wie ihre Räume hat die Swiss School of Tourism and Hospitality (SSTH) historische Grundlagen: Sie feiert 2016 ihr 50-jähriges Bestehen und ist stolz auf ihr Netz von über 5000 ehemaligen Studierenden, die in Hotels in der ganzen Welt ins Kader aufgestiegen sind. Hier werden die künftigen Hotelmanagement-Ausbildungen Realität. Die Passugger Schule ist das Pendant zur Ecole Hôtelière de Lausanne (einer Fachhochschule) für

HF-Ausbildungen (Höhere Fachschule): „Lausanne gilt als beste Hotelfachschule der Welt auf Universitätsstufe. Passugg wird die beste Berufsschule für die Hotellerie und die Gastronomie haben“, erklärt Knut Rupprecht.

Zwei Drittel der Studierenden in Passugg sind Schweizer und Schweizerinnen. Sie folgen den beiden angebotenen Lehrprogrammen der beruflichen Grundbildung oder der höheren Berufsbildung die zum Eidgenössischen Diplom zur/zum Hôtelière-Restauratrice HF / Hôtelier-Restaurateur HF führt. Das dritte Drittel bilden ausländische Studierende, die eine englischsprachige Version des HF-Programms absolvieren. Von der ersten Gruppe möchten 25% der HF-Diplomanden ihre Ausbildung Richtung Bachelor fortsetzen, bei den Teilnehmern des englischsprachigen Programms sind es 80%. In Passugg steht ihnen dieser Weg voraussichtlich ab 2016 offen, wenn ein Passerellenprogramm eingeführt wird, das aus den letzten 3 Semestern des





Begeisterung für den Genuss seit 1893

Santé Zum Wohl! Cheers

Les Vins du Valais.
Liebe auf den ersten
Schluck.



cellinerbordy.ch OCTANE



SWISS WINE
VALAIS

lesvinsduvalais.ch



Nicht einfach nur trinken, sondern mit Mass geniessen

Schweiz Natürlich.

Bachelor-Programms der EHL besteht. Damit wird die SSTH die einzige Ausbildungsstätte der Schweiz sein, die unter einem Dach Lernende, HF- und Fachhochschul-Studierende ausbildet.

Die Hotelfachschule Passugg wird dadurch zum Sprungbrett für junge Leute, die eine berufliche Laufbahn eingeschlagen haben und diese mit einer Hochschulausbildung ergänzen wollen, die zum bekannten Bachelor HES-SO führt, wie ihn die EHL anbietet. Zusätzlich zu ihren Diplomen von Passugg werden sie auch dasjenige von Lausanne erhalten. Mit dieser doppelten Visitenkarte sind sie für ihre berufliche Zukunft optimal gerüstet.

EINE EINZIGARTIGE FORMEL

Entgegen allfälligen Befürchtungen verlängert der neue Weg die Studienzzeit nicht übermässig: 3 Jahre Gymnasium, danach 1 Vorbereitungsjahr und 3 Jahre Bachelor für junge Leute, die den akademischen Weg einer Fachhochschule einschlagen: das sind insgesamt 7 Jahre. Oder 3 Jahre Lehre, 3 Jahre HF und 3 Semester Bachelor für Lernende: zusammen 7,5 Jahre – 4 davon berufsbeleitend. Die Vorteile überzeugen: „Wir werden Super-Hoteliere ausbilden!“ freut sich Knut Rupprecht, und schildert die drei Wege, die die neuen Programme eröffnen. Sie beantworten drei Fragen. „Was?\": In der Lehre steht die operationelle Ebene im Mittelpunkt und sie hat vor allem die Entwicklung des praktischen Know-hows zum Ziel; „Wie?\": Die HF-Ausbildung ist auf die Management-Ebene und das konkrete Management der Betriebsabläufe ausgerichtet; „Warum?\": Inhalt des Bachelor-Studiums bildet die Unternehmensebene mit dem mehr konzeptionellen und strategischen Ansatz des Hotelmanagements.

Wie alle Berufsbildungsabschlüsse unterliegt das HF-Diplom heute dem Klassifikationsprozess des nationalen Qualifikationsrahmens (NQR). Mit diesem Prozess werden die verschiedenen Ausbildungen nach den internationalen

Kriterien kategorisiert, damit die Vorzüge der schweizerischen dualen Berufsbildung international besser sichtbar werden. Das HF-Diplom der SSTH dürfte ab 2016 als tertiäre Ausbildung auf Bachelor-Stufe mit einem professionellen Ansatz kategorisiert sein. Dies wird die internationale Anerkennung und die Stellensuche auf der ganzen Welt erleichtern.

SPEZIALISIERUNG LIEGT IM TREND

Weitere Zukunftsprojekte der Swiss School of Tourism and Hospitality (SSTH) sind zwei Spezialisierungen auf Gebieten, die auf dem Arbeitsmarkt besonders gefragt sind und bestens zum Erbgut des ehemaligen Hotels passen. Die erste, „Gastronomie und Kochkunst“, wird Fragen im Zusammenhang mit regionalen Produkten, der Entwicklung der Tradition, der Nachhaltigkeit in der kulinarischen Produktion und den Geschmacksfusionen vertiefen. Die zweite, „Wellness und Spa“, ist speziell dem Management der boomenden Wellnessanlagen gewidmet.

Derzeit zählt die Hotelfachschule Passugg 220 Studierende auf dem Campus und 70 im Praktikum. Mit den neuen Angeboten wird die Zahl der Studierenden bis 2020 jedoch auf 500 ansteigen. Den Direktor der Schule beflügelt diese Perspektive. Er plant die Eröffnung eines öffentlichen Ausbildungsrestaurants und sogar eines Ausbildungshotels. In der Hotelfachschule, im einstigen Thermalhotel, kann man allerdings schon heute ein schmuckes Zimmer reservieren. Eine feine Gelegenheit, von der Belle-Epoque des Schweizer Tourismus zu träumen und zugleich den Nachwuchs in Ausbildung in seinem Arbeitseifer zu bestärken. •

SSTH Swiss School of Tourism
and Hospitality
Hauptstrasse 12
CH – 7062 Passugg
T. +41 81 255 11 22
www.ssth.ch

*Eine doppelte Visitenkarte
und ein Reisepass in die
berufliche Zukunft.*



Bio Suisse zeichnet jedes Jahr aussergewöhnliche Produkte aus

Text Véronique Zbinden / Fotos DR



Der Respekt vor der Natur und dem Leben und die nachhaltige Vision sind ihnen heilig; über diese Philosophie hinaus streben sie nur einfach nach dem Besten. Reportage über ein paar passionierte Tessiner Handwerker.



Biasca, am Eingangstor zum südlichsten Kanton. Hier haben eine Handvoll Idealisten, die beim Kauf ihrer ersten Kälber von der Bio-Landwirtschaft träumten, Mitte der Siebzigerjahre die Festuca - Fattoria Bortolotti gegründet. Vierzig Jahre später ist die Festuca (dt. die Schwingel, eine Pflanzengattung der Familie der Süßgräser), die zu Ehren der Wildkräuter auf diesen Namen getauft wurde, ein zertifizierter Bio-Betrieb von dreissig Hektaren, davon ein Drittel im Berggebiet. Was als kleine Gemeinschaft begann, ist inzwischen zum Familienbetrieb aufgeblüht und wird heute von Vincenzo Bortolotti, Sohn Vito und Partnerin Sara bewirtschaftet, und von Tochter Ebe, die die Milchprodukte verarbeitet. Im Sommer packen vier Helfer für die gemeinsame Sömmerung mit sechs anderen Höfen mit an.

Im Direktverkauf werden unter anderem fünf wunderbare Käsesorten und ein Sortiment von etwa fünfzehn Joghurts mit je nach Jahreszeit wechselnden Aromen angeboten. Zwei von diesen Produkten wurden mit dem Bio-Suisse-Gourmet-Knospe-Label ausgezeichnet: der Büscion, ein typischer Tessiner Frischkäse aus Rohmilch, und das Kürbis-Joghurt, eine ebenso originelle wie köstliche Kreation...

MIT DEM DINKEL VERSÖHNT

Eine Stunde von Biasca entfernt, zwischen den steilen Hängen des wilden Valle Verzasca, versteckt sich ein anderer passionierter Genusshandwerker, Eros Mella. Der Bäcker des Tals kam 1987 nach Brione. Er arbeitet vorwiegend mit Bioprodukten – „ich muss auch das ganze Tal versorgen“ – und spricht voller Leidenschaft vom Brot, dem lebendigen Lebensmittel, der biblischen Nahrung. Wegen dessen aussergewöhnlichem Geschmack hat sich Eros Mella entschieden, mit Dinkel zu arbeiten, dem wenig zahmen und schwer zu zähmenden Getreide. Auch Grissini, verschiedene Biskuits und einen Blätterteig stellt er aus Dinkel her. Sein Spitzenprodukt ist jedoch der Panettone, den er zu Festtagen backt, wie die Tessiner Tradition es will, und an Liebhaber in der ganzen Schweiz liefert. Sein sinnlicher, goldbrauner Panettone geht auf wie ein Soufflé und ist innen luftig wie Zuckerwatte, in der sich kandierte Früchte und Sultaninen verfangen haben. Dieser wunderbare Bio-Panettone bekam 2013 die Note achtzehn (von achtzehn) und das Bio Suisse Gourmet Knospe-Label.

„Als ich in der Lehre war, hat man viel Chemie zu Hilfe genommen“, erinnert sich Eros Mella: „Das Mehl war mit

verschiedensten Zusatzstoffen angereichert und wurde gefärbt, damit es dunkler aussah; sogar die Vanillesauce war mit Vanillin parfümiert und mit Farbstoff geschönt. Mein Weg zurück zur Natur mit dem Weglassen aller Zusatzstoffe und dem Zertifizierungsprozess hat natürlich Zeit gebraucht. Angefangen hat alles mit einer Bestellung für Bio-Pâtisserie. Ich produziere nur begrenzte Mengen und ziehe die langsame Gärung vor, mit Hefe, die zum feinen Geschmack, zur Struktur und Textur des Brots beiträgt.“

BIO-BUTTER AUS DEM TAL

Der heute über sechzigjährige Bäcker erinnert sich, wie schwer und kompakt Bio-Brote anfangs oft waren: wie Ziegelsteine. „Aber ich wollte den echten Geschmack der alten Zeit wieder finden, mit alten Getreiden und mit den ewigen Zutaten, Wasser, Mehl, Salz und Zeit.“ Das Geheimnis seines Panettone? „Viel Butter, eine lange natürliche Gärung und der Geschmack der Bio-Butter und der Bio-Eier aus dem Tal. Das ist ein Unterschied...“

Übrigens erhielt auch Eros Mellas Zopf mit Bio-Butter im letzten Juni die Höchstnote und das Knospe-Gourmet-Label von Bio-Suisse.

Unsere Spezialdünger: Sonne, Wasser und Mist.

Wir arbeiten lieber mit der Natur zusammen.
Und das schmeckt man.



Bio Knospe. Bringt den Geschmack zurück. BIOSUISSE



Finden Sie Bio in
Ihrer Nähe mit der
Knospehof-App.



Schweiz. Natürlich.

SWISS CHAMBER OF COMMERCE FOR BELGIUM AND THE GRAND DUCHY OF LUXEMBOURG

Founded in 1898, the Swiss Chamber of Commerce for Belgium and the Grand Duchy of Luxembourg has its headquarters in Brussels. It is a platform for meetings between Belgian, European, Luxembourg and Swiss circles in the economic, political and cultural fields.

Its Board comprises representatives of major Swiss companies and associations with a presence in Belgium and the Grand Duchy of Luxembourg. Becoming a member allows easy access to these different circles.



The activities of the Chamber of Commerce consist mainly of lunches and dinner/conferences. A summer cocktail bringing together a significant number of people is held annually in June. Members receive Swissnews, a quarterly newsletter highlighting the activities of the Chamber of Commerce and dealing with subjects closely related to the interests of members.

The Swiss Chamber of Commerce for Belgium and the Grand Duchy of Luxembourg receives no public subsidy. It is funded by contributions and donations from its members.

JOIN US

I, the undersigned, hereby request to join the Swiss Chamber of Commerce for Belgium and the Grand Duchy of Luxembourg as :

- an individual member (annual fee of €100)
- a patron individual member (annual fee of €250)
- a member company (annual fee of €250)
- a patron member company (annual fee of 1500 euros)

And I agree to pay an amount equal to my annual fee to bank account no. 435-2251751-73 (IBAN BE27 4352 2517 5173 KREDBEBB BIC) held at the KBC Bank Bruxelles Congrès branch.

Please return by fax to +32(0)2 649 80 19 or post - to 24 Square des Nations – 1000 Brussels

Name & first name or company name and person to contact :

Address :

Tel. : Fax:

E-mail :

Occupation and main sector of business activity :

Date : Signature :



Die Bortolottis, die sich von Anfang an auf die Bio-Philosophie einliessen, haben nach ein paar Jahren beschlossen, ihre Produktion weitgehend selbst zu verarbeiten und zu vermarkten. Vincenzo und seine Partnerin Tosca sind als einzige konsequent geblieben, und die junge Generation hat sich ihnen angeschlossen und die Leitung der Festuca übernommen. Vito verwaltet das Vieh und den Hof; Ebe hat mit ihrem Papa die Kunst der Käseherstellung erlernt und sich an Kursen im Agrarzentrum von Mezzana bei Mendrisio weitergebildet, und noch dazu fünf Jahre lang Alpkäse hergestellt. Auf Kraftfutter verzichten die Bortolottis vollständig. Im Sinne einer umfassenderen Vision füttern sie ihr Vieh im Winter nur mit dem Heu ihrer Wiesen: „Wir geben unseren Tieren hochwertiges Futter, aber wir wollen auch die Auswirkungen auf die Umwelt kompensieren und die Artenvielfalt erhalten“, sagt Vito Bortolotti. „Wir haben wieder Hecken gepflanzt und Pufferzonen geschaffen, um die Auswirkungen auf das Ökosystem auszugleichen. Wir haben uns für alte, robuste, an Hochlagen angepasste Rassen entschieden, vom Braunvieh bis zum langhaarigen Highland Cattle aus Schottland.“ Die rund vierzig Tiere verbringen die meiste Zeit draussen, auf Alpweiden. Für Vito geht es darum, „zu nehmen, was

die Natur Gutes bietet, und es auf die bestmögliche Art zu verarbeiten, um die Gaben der Natur optimal zu nutzen.“

HOLUNDER, ROSE UND LÖWENZAHN Fleisch wird nur im Direktverkauf angeboten, ebenso mehr als die Hälfte der Milchprodukte. Ebe stellt erstaunliche

*Das berühmte
Kürbisjoghurt
hat die Jury von Bio Suisse
überrascht, sie fand
die Idee speziell.*

handwerkliche Joghurts her, ohne Zusatzstoffe und hauptsächlich mit Zutaten vom Hof. Neben den Klassikern Aprikose, Kirsche und Erdbeere macht sie mit Sirup von Holunderblüten, Rosen oder Löwenzahn parfümierte Joghurts, oder sie versüsst die fermentierte Milch mit hausgemachter Konfitüre. Das berühmte Kürbisjoghurt ist eine dieser raffinierten Kreationen. „Die Jury von Bio Suisse war überrascht, sie fand die Idee speziell. Den Einfall mit den Kürbisjoghurts hatte ich vor 4 oder 5 Jahren“, erzählt Ebe.

„Eine Nachbarin, die auf unserem Kompost Kürbis zieht, gab uns zum Dank solche Berge davon, dass wir nicht mehr wussten, was wir damit machen sollen... Bis ich auf die Idee einer Kürbiskonfitüre mit Ingwer und Orangen kam, und dann eines Joghurts mit dieser Konfitüre“. Mit dem begehrten Gourmet-Knospe-Label wurde 2013 aber auch ein erstraditioneller Tessiner Käse von der Festuca ausgezeichnet, der „Büscion“.

Der Dachverband der Schweizer Knospe-Betriebe Bio Suisse zeichnet jedes Jahr im Juni Bioprodukte, die höchsten geschmacklichen Anforderungen entsprechen, mit dem Zusatzlabel „Gourmet Knospe“ aus. Eine unabhängige Jury von Experten selektioniert und bewertet die Spezialitäten nach den Kriterien Aussehen, Geruch, Geschmack und allgemeinem Eindruck. In zehn Jahren haben 357 Produkte diese Goldmedaille für geschmackliche Spitzenleistungen gewonnen. Die prämierten Spezialitäten werden alljährlich am Sommeranfang am grossen „Bio-Marché“ in Zofingen zur Degustation angeboten.

Der 1981 gegründete Dachverband Bio Suisse vertritt über 5800 Knospe-Bauern und Knospe-Gärtner und ist Besitzer der Marke Knospe. •

Wie sich Zürich in eine grosse Tavolata verwandelt

Im September findet der Erlebnismonat „Zürich isst“ statt. Er bringt nicht nur die städtische Ernährungskultur mit vielen verschiedenen Projekten auf den Tisch, sondern serviert auch frische Denkanstösse zur Nachhaltigkeit.

Text Esther Kern / Fotos DR



ein Projekt von:



Stadt Zürich



Stiftung
Mercator
Schweiz

Wie isst eine Stadt? Natürlich wird man diese Frage nie beantworten können. Denn Essen ist so individuell, dass keine zwei Menüpläne identisch sind. Trotzdem versucht der Erlebnismonat „Zürich isst“ im September eine Annäherung. Dutzende von Events laden zum Schlemmen, Austauschen, Informieren – und zeigen anschaulich, was nachhaltige Ernährung bedeutet. Auf dem Programm stehen etwa Kochkurse, Exkursionen, Gartenbesichtigungen, Vorträge und Tavolatas (siehe auch Box). „Zürich isst“ dient dabei als Plattform, an die sich Private, Stiftungen oder auch Firmen andocken können. So zeigt „Zürich isst“ die Vielfalt an Projekten, Menschen, Ideen, die sich in der Stadt mit dem Thema Ernährung befassen. „Zürich isst“ lebt vom Engagement der beteiligten Partner.

Bedingung für Partnerschaftsprojekte ist ein nachhaltiger Ansatz. „Das Potenzial einer nachhaltigen Ernährung in Bezug auf den Ressourcenverbrauch ist riesig und auf dem Weg zur 2000-Watt-Gesellschaft ein zentrales Anliegen“, sagt Bruno Hohl, Direktor Umwelt- und Gesundheitsschutz Zürich (UGZ). Die Stadt beteiligt sich am Erlebnismonat „Zürich isst“, aus gutem Grund. Hohl: „Unser Ziel ist es, bis 2050 den CO₂-Ausstoss von heute 5.2 auf 1 Tonne zu reduzieren. Der für die Ernährung eingesetzte Energieverbrauch von heute 750 soll auf 250 Watt pro Person sinken.“

Initiiert wurde der Erlebnismonat von der Stiftung Mercator Schweiz, die auch die gesamte Koordination finanziert. Diese möchte damit unter anderem zeigen, wie jede und jeder einen Beitrag leisten kann, um wichtige Herausforderungen wie die Sicherung der Welternährung und den Schutz der natürlichen Ressourcen anzupacken. „Zürich isst“ deckt mit Projekten das ganze Spektrum der nachhaltigen Ernährung ab: Saatgut ist etwa ebenso Thema wie nachhaltige Landwirtschaft oder auch Foodwaste. Und natürlich können sich Besucherinnen und Besucher bei manchen Projekten auch ganz einfach auf eine genussvolle Zeit freuen.

Zur Frage, warum der Erlebnismonat gerade in Zürich stattfindet, sagt Nadine Felix, Co-Gesamtprojektleiterin und Mercator-Geschäftsführerin: „Die Stiftung Mercator Schweiz ist in Zürich zuhause. Und wir haben im UGZ der Stadt Zürich einen engagierten Mitträger für das Projekt gefunden. Das war zentral, um den Erlebnismonat in Zürich zu organisieren.“

Die Stadt agiert dabei nicht nur im Hintergrund, sondern ist auch selber mit mehreren Projekten präsent:

→ Die Organisation „NahReisen“, von der Stadt Zürich mitfinanziert, organisiert jährlich rund zwanzig Ausflüge in

→ 2012 hat die Stadt Zürich mit dem Verein eaternity für die Personalcafeterias ein „Menu Plus“ entwickelt, das weniger als die Hälfte der Treibhausgase vergleichbarer Mahlzeiten verursacht. Eine Weiterentwicklung des klimaschonenden Menüs ist die „essbare Terrasse“ der Personalcafeteria im Amtshaus an der Lindenhofstrasse 19, welche Mais, Kartoffeln und vieles mehr für die eigene Küche produziert. Während „Zürich isst“ finden dort geführte Rundgänge statt.

→ Die Stadtspitäler sowie die Alters- und Pflegezentren achten ebenfalls auf nachhaltige Ernährung. Die Alterszentren haben wöchentliche Vegitage eingeführt.



die Natur und in Gärten der Stadt. 2015 stehen diese Angebote im Zeichen der Lebensmittelproduktion.

→ Die Stadt Zürich legt bei der Verpflegung der Schülerinnen und Schüler Wert auf frische, saisonale Früchte und auf Gemüse, das im Freiland oder unbeheizten Treibhaus gewachsen ist. Während „Zürich isst“ stehen den Schulen eine Vielzahl von Angeboten zum Thema Ernährung zur Verfügung: anpflanzen des eigenen Gemüses, Filme, Spiele, Theater, Vorträge, Workshops, Kochkurse und vieles mehr.

Das Triemlispital organisiert im September vier Themenwochen zur nachhaltigen Ernährung.

→ Gastrobetriebe haben während „Zürich isst“ die Möglichkeit, auf der „Gastrokarte“ von zuerich-isst.ch zu erscheinen: mit einem Klimamenu, einem Bio-Suisse-Produkt oder einer eigenen nachhaltigen Gastro-Idee. Über ein Dutzend von der Stadt Zürich betriebene und viele weitere Cafeterias und Restaurants beteiligen sich mit ökologischen Menükreationen im September an dieser Aktion.

→ Um zu zeigen, wie hoch der persönli-

Genuss '15

21. August bis 13. September 2015



Das Beste
der Region

regionalprodukte.ch/genuss

Entdecken Sie Regionalprodukte
an über 100 Anlässen in Ihrer Region.

Schweiz. Natürlich.

„Koch Pascal Haag hat sich auf die Kreation vegetarischer Gerichte spezialisiert; wer beim Fotowettbewerb von #ZHisst mitmacht, kann einen Kochkurs bei ihm gewinnen.“



che Energieverbrauch im Bereich Ernährung ist, hat die Stadt Zürich die Energiestation entwickelt, eine interaktive Ausstellung, die an fünf Modulen durch die Bereiche Wohnen, Mobilität, Elektrogeräte, Konsum und eben Ernährung führt. Im Rahmen von „Zürich isst“ ist diese vom 5. bis 25. September 2015 im ShopVille des Hauptbahnhofs zu Gast.

Was möchte die Stadt bei ihren Einwohnerinnen und Einwohnern hinterlassen? „Wir wollen zum Nachdenken anregen und zeigen, wie wenig es braucht, im Alltag hinsichtlich nachhaltiger Ernährung etwas zu verändern“, sagt UGZ-Mitarbeiterin Sonja Gehrig, Co-Gesamtprojektleiterin von „Zürich isst“. „Und natürlich soll der Erlebnismonat auch mit Düften, Gerüchen und genussvollen Momenten in Erinnerung bleiben.“

Dass die Foodszene in Zürich sehr aktiv ist, zeigte das Interesse von Partnerinnen und Partnern. Dutzende Initiantinnen und Initianten erklärten sich umgehend bereit, für „Zürich isst“ Projekte zu lancieren. „Zürcherinnen und Zürcher finden in unserer Stadt bereits viele Orte und Events, an denen es Inspiration für einen genussvollen, umweltbewussten Lebensstil gibt“, sagt Sonja Gehrig. „Der Erlebnismonat macht viele bestehende Projekte sichtbar und wird im Zeichen der Nachhaltigkeit bestimmt auch Startpunkt sein für neue Initiativen.“ Insofern verwandelt „Zürich isst“ die Stadt während eines Monats in eine grosse Tavolata, die einlädt zum Essen, Austausch und Experimentieren.●

ZÜRICH ISST HIGHLIGHTS



„Zürich isst“ dient als Plattform für Projekte zum Thema der nachhaltigen Ernährung. Während des ganzen Monats finden zahlreiche Veranstaltungen im Rahmen von „Zürich isst“ statt, etwa Tavolatas, Vorträge, Kochkurse, Filme, Führungen und Ausstellungen. „Zürich isst“ sorgt zudem selber für Programm-Highlights:

→ Das beliebte Street Food Festival Zürich vom **3.-5. September** findet in Zusammenarbeit mit dem Erlebnismonat statt. Besucherinnen und Besucher können sich nicht nur an mobilen Ständen mit hausgemachten Schlemmereien eindecken, sondern sich auch praxisnah mit dem Thema Waste (Essens- und Verpackungsabfall) auseinandersetzen.
→ Am Stadt-Tomaten-Fest vom **6. September 2015** können Tomaten von 80 verschiedenen ProSpecieRara-Sorten gekostet werden. Zudem gibts

eine grosse Saatgut-Tauschbörse. Und: Gesprächsrunden zum Thema „Wem gehört das Saatgut?“, moderiert von Mona Vetsch.

→ Wer seine Stadt etwas besser kennenlernen möchte, setzt sich ins „Zürich isst“-Tram – kuratiert von Slow Food Youth – und lässt sich entlang der neuen Genusslinie durch die Themen der nachhaltigen Produktion und Konsumation in der Stadt Zürich chauffieren. Oder man kauft sich den Führer „Zürich by Food“, der Landwirte, Produzenten, Gartenkooperativen und Läden vorstellt. Bereits im Vorfeld des Erlebnismonats laden die Initianten Zürcherinnen und Zürcher dazu ein, bei einem Online-Fotowettbewerb mit Hashtag #ZHisst ihre Lieblingsrezepte zu posten. Zu gewinnen gibt es etwa Schlemmkörbe aus dem Marktladen Berg und Tal, einen Kochkurs mit Vegi-Chef Pascal Haag oder eine Tafelrunde mit Anna Pearson.

Weitere Informationen:
www.zuerich-isst.ch

EXPO MILANO

„Nutrire il Pianeta. Energia per la Vita“ ist das Motto der Weltausstellung, die bis am 31. Oktober 2015 in Mailand stattfindet. Stadt und Kanton Zürich sowie Zürich Tourismus sind vom 17.

Juni bis 12. September 2015 präsent und zeigen im Schweizer Pavillon, welche Auswirkung sauberes Wasser auf die Innovationskraft und Lebensqualität einer Region hat.
www.zuerich.ch

CHARCUTERIE



Ali Babas Schatzhöhle für Regionalprodukte

Die „Halle“, die Markthalle in der Lausanner Innenstadt, quillt von Produkten der Genusshandwerker aus der Waadt und der Romandie fast über. Seit der Eröffnung 2011 sind die Regale immer voll. Und den Bauern macht die Dynamik der Marke Terre Vaudoise Mut, sich zu ihrer Philosophie zu bekennen: Nähe und Authentizität.

Text Sophie Dorsaz / Fotos Corinne Sporrer

Dass sie immer wieder anders aussieht und anders riecht, diese Halle, ist naturgegeben:

Der Markt für Produkte der Marke Terre Vaudoise verändert sich mit den Jahreszeiten. Im Frühling liegen reife Erdbeeren duftend in ihren Körbchen. Wenn die Saison für Pflaumen und Trauben vorbei ist, schlummern auf den Obst- und Gemüseregalen den ganzen Winter Äpfel neben Kiwis. „Manchmal werde ich gefragt, ob ich Bananen oder Orangen habe. Nein, habe ich nicht. Dies ist kein Supermarkt. Die Bauern garantieren frische, in der Region angebaute und verarbeitete Ware“, betont Suzanne Gabriel, die Leiterin der Halle.

In Lausanne wurde der Raum kürzlich umgestaltet. Jetzt ist ein Teilbereich für die Präsentation der Produkte reserviert (Früchte und Gemüse, Fleischprodukte, Fische, Milchprodukte, Bäckerei, Konserven, Konfitüren, etc.) und von Traiteurservice und Grosshändler getrennt.

Das zweite Geschäft der Marke Terre Vaudoise ist seit 2013 in Pully und bietet fast ausschliesslich Waren aus dem Kanton an. Sogar ein lokaler Metzger hat sich hier eingemietet.

LOKAL KOMMT VOR BIO

Die rohen oder verarbeiteten Produkte, die in der Halle angeboten werden, erfüllen alle dieselben Anforderungen an Nähe, Authentizität, Rückverfolgbarkeit und Qualität. Alles wird nach der Charta der Marke Terre Vaudoise im Respekt vor der Umwelt und den

Tieren produziert. Wie steht es mit Bioprodukten? „Wir haben mehr und mehr Bioprodukte und das ist umso besser. Noch wichtiger ist uns aber, dass die Produkte aus der Region kommen. Es wäre sinnlos, Bioprodukte jede Woche aus 300 Kilometern Entfernung aus der Deutschschweiz auf der Strasse hierher zu transportieren. Aber wenn die hiesigen Bauern biozertifizierte Produkte anbieten, ist das top“, kommentiert Suzanne Gabriel. Die Halle fördert auch die Politik gemeinsamer Transporte. „Wir vernetzen die Händler. Das ist ökologisch und wirtschaftlich sinnvoll.“

MEHR PROFESSIONALITÄT

Suzanne Gabriel hat einen Teil der 150 Produzenten aufgespürt, die die Geschäfte von Pully und Lausanne beliefern, die anderen kamen von sich aus in die Boutique. „Sie werden in der Verkaufsförderung immer professioneller. Die Landwirtschaftsschulen beziehen Verkauf und Marketing heute in die Ausbildung ein.“ Terre Vaudoise bietet Kurse für die Aufwertung der Produkte, die Preispolitik, etc., an. „Wir helfen den Bauern auch, Märkte aufzuspüren. Wenn ein Produkt von einer grossen Supermarktkette entdeckt wird, kann ihm das nur nutzen!“ Im Sommer werden die Waadtländer Produkte, die der Charta entsprechen, mit dem Terre Vaudoise-Logo gestempelt. „Das ist ein Qualitätsgütesiegel, das den Produkten ihre Eigenart lässt. Jedes Produkt behält seine Identität, mit dem Namen des Produzenten und dem Herstellungsort“, so die Leiterin der Halle.

DIE GEHEIMNISSE DER ERZEUGER

Jedes Produkt in der Halle hat seine Geschichte. Drei Produzenten verraten uns ihre Geheimnisse, vom Familienrezept nach Ideen vom anderen Ende der Welt bis zum Handwerk, das mit einem aussergewöhnlichen Herkunftsort verbunden ist.

Die Kräutertees und Sirupe aus dem Jardin des Monts

Begonnen hat alles auf der Alp Mont-Dessous im Pays-d'Enhaut. Ein altes, verfallendes Gebäude mitten in einer Wiese, das später unter Denkmalschutz gestellt wird. Mehr hat es nicht gebraucht, damit Charlotte Landolt, Gärtnerin, den Entschluss fasste, dort oben einen Garten für Gewürz- und Heilpflanzen anzulegen. Mit ihrer Freundin Laetitia Jacot, einer Kräuterkundlerin, sät sie zuerst etwa zwanzig Arten und führt Kultur- und Adaptationstests durch. Heute, zehn Jahre später, gedeihen auf den kleinen Terrassen des Gartens auf 1350 m über Meer rund 30 Arten nach den Bio Suisse Knospe-Richtlinien.

Alle Pflanzen werden von Hand geerntet und die Kräutertees anschliessend auf der Alp getrocknet und verpackt. „Unser Know-how besteht darin, die Pflanzen nach ihrem Wirkspektrum und ihren geschmacklichen Eigenschaften zu kombinieren, um harmonische Kompositionen herzustellen“, erklärt Sandy Menoux, die Marketingleiterin des Jardin des Monts. Das Resultat sind sechs Mischungen mit

sehr unterschiedlichen Wirkungen: anregend,

verdauungsfördernd, entspannend, reinigend, durststillend und wohltuend. „Das Ziel ist es, Pflanzen zu verbinden, deren Qualitäten sich in dieselbe Richtung ergänzen, wie zum Beispiel Melisse, Linde und Eisenkraut mit ihren entspannenden Wirkungen im Abendtee.“ Die Sirupe werden aus dem Aufguss einer einzigen Pflanze mit Bio-Rübenzucker hergestellt. Die sechs Produkte des Sortiments (Zitronenthymian, Feldthymian, Pfefferminze, Zitronenminze, grüne Minze, Katzenminze und schwarzer Holunder) können mit kaltem oder heissem Wasser verdünnt getrunken werden.





Glacé aus Schafmilch von Puidoux

Wenn Sylvain Chevalley, Landwirt auf dem Hof von Praz Romond in Puidoux, sich an die Entstehung seiner Schafmilchglacen erinnert, kommt er ins Träumen. Er ist auf einer Studienabschlussreise, als er dieses Produkt entdeckt, am anderen Ende der Welt, in Neuseeland. Zurück auf seinem Hof berichtet er seinem Bruder von der Idee: sie könnten damit ihre Produktion diversifizieren, die bisher vor allem aus Schafkäse besteht. Mit einer kleinen 5 Liter-Glacedmaschine ausgerüstet versuchen die beiden, die perfekte Formel auszutüfteln – mehr oder weniger überzeugend, aber nie sehr regelmässig. Erst die Zusammenarbeit mit Paolo Gervasi, dritte Glacehandwerker-Generation, führt zum endgültigen Rezept, der Brebisane. Die Glace aus Schafmilch gibt es bald mit zehn Aromen. „Die Fruchtglacen werden mit reinem Früchtepüree hergestellt. Ein Zertifikat bescheinigt allen, dass sie weder Farbstoffe noch Konservierungsmittel enthalten“, erklärt Sylvain Chevalley. „Die Schafmilch, die sämiger und reichhaltiger ist als Kuhmilch, gibt den Glacen eine cremige Textur.“ Die Brebisane mit Raisinée wurde übrigens am Schweizer Wettbewerb der Regionalprodukte 2013 mit einer Goldmedaille prämiert.

Nussöl aus der Mühle von Sévery



Der Geruch von gerösteten Nüssen dringt aus der Produktionswerkstatt neben der Empfangstheke und umfängt einen, sowie man sie betritt, die letzte handwerkliche Ölmühle der Schweiz. „Beim Pressen „à l'ancienne“ („nach altem Rezept“) ist die Röstung entscheidend. Die Paste aus gemahlene Walnusskernen wird während zwanzig Minuten bei 220 Grad erhitzt. Das konzentriert die Aromen und fixiert die Nährwerte im Öl“, erklärt Jean-Luc Bovey, der Direktor der Ölpresse von Sévery, begeistert. Die Technik ist ausgereift, sie wird in der Mühle seit sechs Generationen angewendet. Dokumente bezeugen übrigens, dass die Ölmühle an diesem Ort seit 1598 in Betrieb ist. Die Stromzeugung wurde mit der Zeit eingestellt, die Getreidemühle ebenfalls, doch die Herstellung verschiedener Öle ist in Sévery weiterhin voll im Gang. Da der Kanton Waadt die meisten Nussbäume der Schweiz hat, bleibt das Nussöl das führende Produkt des Hauses. Jedes Jahr werden hier rund 36'000 Liter gepresst. „Die Nusskerne werden uns von Privatleuten gebracht. Wir verarbeiten sie übrigens mehrheitlich im Auftrag, und jedes Los Nüsse separat. Die Leute können beim Pressen ihrer Kerne zuschauen und nachher ihr Öl mitnehmen“, erzählt Jean-Luc Bovey. •

DIESE AUTHENTISCHEN WAADTLÄNDER PRODUKTE WERDEN IN DEN LÄDEN VON LA HALLE - TERRE VAUDOISE ZUM VERKAUF ANGEBOTEN:

- La Halles - Terre Vaudoise / Rue du Genève 100, 1004 Lausanne
- Terre Vaudoise / Grand Rue 9, 1009 Pully
- www.terre-vaudoise.ch



eldora



Wir lieben
Essen!

www.eldora.ch

PARTNER



Gastronomie für junge Leute

Das Walliser Genusswochen-Komitee hat 2007 Bons speziell für junge Leute für ein Essen in einem Gourmet-Restaurant eingeführt.

Mit diesen Bons können 16- bis 25-jährige Gourmets für nur 60 Franken hervorragende Restaurants und aussergewöhnliche Gerichte kennenlernen.

Die Aktion fand sofort grossen Anklang und wird immer beliebter. Ebenso begeistert wie die Jungen, denen sie den Zugang zur Gastronomie erleichtert, sind die Gastwirte, denen die Initiative eine neue Kundschaft zuführt, die sich zudem mit jeder Ausgabe der Genusswoche erneuert. Im Laufe der Jahre haben sich dem Wallis weitere Kantone angeschlossen. Die Bons für gastronomische Spitzenerlebnisse werden während der Genusswoche nun auch in den Kantonen Waadt, Neuenburg, Freiburg und Genf in rund 15 Restaurants pro Kanton eingelöst. Da zu einem hervorragenden Essen ein erstklassiger Wein sehr gut passt, wird die Initiative von den kantonalen Weinbauverbänden unterstützt: von der IVV im Wallis, vom OVV in der Waadt, von den Vignerons du Vully in Freiburg, vom OPT in Neuenburg und vom Opage in Genf.

Ein Bon berechtigt zu einem Viergangmenü und einem Glas Wein (0,5dl). Die Fr. 60.- zahlt der junge Gast beim Einlösen des Bons direkt an den Gastwirt. Bei der obligatorischen Reservation im gewählten Lokal muss die Verwendung des Bons angegeben werden. Dieser ist im Lokal an den Gastwirt abzugeben.

BON GOURMET-ESSEN FÜR JUNGE LEUTE FREIBURG – NEUENBURG – WALLIS – WAADT

Die Bons können auf www.gout.ch/bonsjeunes bestellt werden.





Landwirtschaftliche Beratung: Lebenswichtiges Wissen

Kleine Bauernbetriebe sind auf landwirtschaftliche Beratung angewiesen, um ihre Produktion zu steigern und ihre Einnahmen zu erhöhen. Die Direktion für Entwicklung und Zusammenarbeit (DEZA) engagiert sich mit konkreten Massnahmen für neue Lösungsansätze. Zwei Beispiele dafür sind die Projekte „Plantwise, Kliniken für Pflanzen“ und Agri-Fin Mobile.

Text Sophie Dorsaz / Fotos DR

Bis um das Jahr 2050 werden über neun Milliarden Menschen die Erde bevölkern. Nach Schätzungen der UNO müssen die landwirtschaftliche Produktion und der Zugang zu Lebensmitteln bis dahin um 70% gesteigert werden, um die Grundbedürfnisse der Weltbevölkerung zu decken. Die Direktion für Entwicklung und Zusammenarbeit setzt sich mit ihrem Globalprogramm Ernährungssicherheit bei der Förderung der landwirtschaftlichen Beratung für Kleinbauern in Entwicklungsländern ein.



„Die Landbevölkerung ist heute in der Schweiz und überall auf der Welt einem ständigen Wandel unterworfen. Landwirt sein heisst täglich dazulernen“, erklärt Peter Bieler, Direktor des Globalprogramms für Ernährungssicherheit der DEZA. Wegen fehlender Finanzmittel sind jedoch die öffentlichen Zentren für landwirtschaftliche Beratung, die den Bauern technische Beratung anbieten, in zahlreichen Ländern verschwunden. „Mit landwirtschaftlichen Beratungsdiensten versucht die DEZA die Regierungen zu veranlassen, die Verbindung zwischen der landwirtschaftlichen Forschung und der Realität der landwirtschaftlichen Welt wieder herzustellen. Denn landwirtschaftliche Innovation entsteht aus dem Austausch aller Beteiligten auf regionaler, nationaler und internationaler Ebene.“

Die DEZA engagiert sich an mehreren Fronten, um den Bauern fortlaufend professionelle Unterstützung anzubieten. Sie beteiligt sich am Global Forum for Rural Advisory Services (GFRAS), der wichtigsten Plattform, die weltweit in der Förderung und der Organisation der Beratung tätig ist, und unterstützt konkrete innovative Projekte wie Agri-Fin Mobile und Plantwise mit Finanzbeiträgen aber auch strategischer inhaltlicher Mitarbeit. Beide Projekte machen landwirtschaftliche Beratung in Entwicklungsländern erschwinglich.

DISTANZEN TELEFONISCH ÜBERWINDEN

In der ugandischen Ebene erhält ein Landwirt per SMS die Wettervorhersage für die kommende Woche und informiert seine Nachbarn. In Indonesien bestellt ein Bauer sein Saatgut per SMS, und in Zimbabwe entdeckt ein anderer auf einem Telefon einen neuen Dünger, der eben auf den Markt gekommen ist. Dahinter steckt das Projekt Agri-Fin Mobile, das von der amerikanischen NGO Mercy Corps eingeführt und ausschliesslich von der DEZA finanziert wird. Sein Ziel: Private – Mobiltelefongesellschaften und Banken – und öffentliche Beratungsakteure zusammenbringen, um von den urbanen Zentren weit abgelegene landwirtschaftliche Betriebe mit technischen Informationen zu versorgen und ihnen Zugang zu den Finanzmärkten zu verschaffen. „Damit

WARUM ES BEI UNS ANDERS SCHMECKT?

Sie erfahren es, wenn Sie noch heute ein kostenloses Leseexemplar von marmite, der ältesten Gourmetzeitschrift der Schweiz, bestellen.

044 450 29 49
info@marmite.ch
marmite.ch

marmite
Ess- und Trinkkultur

erhält das Telefon eine ganz andere Dimension. Es wird zum Werkzeug, mit dem sich der Bauer über die Produkte informieren kann, die er anbaut, um seine Produktivität zu erhöhen und seine Einkünfte zu stabilisieren“, kommentiert Peter Bieler. Die Telefonberater – von den öffentlichen Diensten ausgebildete Agrarwissenschaftler – verfassen Nachrichten an die Bauern, die darauf antworten können, um an weitere Informationen zu gelangen.

Das Projekt wurde vor drei Jahren in den Pilotländern Uganda, Zimbabwe und Indonesien eingeführt. „Diese Länder erfüllen die Rahmenbedingungen: Sie haben stabile Privatunternehmen in der Telefonie und in der Mikrofinanzierung und eine Regierung, die landwirtschaftliche Beratung anbieten kann“, weiss Peter Bieler. „Langfristig wollen wir dahin kommen, dass sich das Projekt selbst finanziert. Wenn die Akteure eine echte Partnerschaft aufbauen, ist das absolut machbar. Es geht darum, ihnen zu zeigen, dass alle davon profitieren.“ Die ersten Resultate von Agri-Fin Mobile zeigen, dass die Bauern, die Zugang zur Fernberatung haben, das Programm intensiv nutzen. Sie lassen auch ihre Umgebung davon profitieren und erhöhen die Produktion, den Wohlstand und die Lebensmittelsicherheit dieser Regionen.

„PLANTWISE“ ODER DIE PFLANZENKLINIKEN

Genau wie die Menschen brauchen auch Pflanzen Gesundheitszentren und Ärzte. Mit seinem Projekt Plantwise baut das in Delémont beheimatete Center for Applied BioSciences International (CABI) in den ländlichen Regionen von vierzig Entwicklungsländern ein Netz von Pflanzenkliniken auf. Die DEZA setzt seit 2011 jährlich 1,5 Mio. Franken für die Unterstützung dieser Aufbauarbeit ein, mit der Ernteverluste vermindert werden sollen. Diese Pflanzenkliniken sind Wanderkliniken, die sich auf Märkten an die Kleinbauern wenden. Die „Ärzte“ beraten sie zu Massnahmen gegen Schädlinge und die Behandlung von Krankheiten. Carmen Thönissen, Programmbeauftragte des Plantwise-Programms bei der DEZA, ortet den „Mehrwert des Projekts im auf die Bedürfnisse der Bauern zugeschnittenen Beratungssystem. Ausserdem lässt sich das Konzept gut in verschiedenen Ländern umsetzen, was seine Effizienz mit der Zeit erhöht.“ Denn alle in den Wanderkliniken gesammelten Informationen werden in nationalen elektronischen Datenbanken erfasst. In Zukunft wird eine weltweite Informationsdatenbank geschaffen. „Bis heute haben wir über 600'000 Bauern in rund 30 Ländern erreicht. Damit haben wir unser Ziel – die Einrichtung von 1000 Kliniken bis 2016 – schon weit überschritten. Der Er-

folg von Plantwise hat uns überrascht. Die Landwirtschaftsministerien haben rasch ihr Interesse bekundet und die Ausbildung der Pflanzenärzte in ihre Politik aufgenommen“, freut sich Peter Bieler. Langfristig will Plantwise den Wissensaustausch unter den Bauern und damit ihren Bildungsstand umfassend fördern. Auch Informationen über die Ausbreitung von Schädlingen und Krankheiten sollen möglichst vielen von ihnen zur Verfügung stehen. •

Langfristig will Plantwise den Wissensaustausch unter den Bauern fördern.



DREI MINUTEN IN DEN SCHUHEN EINES BAUERN DIE PLANTEWISE-APP AN DER WELT- AUSSTELLUNG IN MAILAND

Auf dem Schweizer Pavillon an der Weltausstellung von Mailand stehen mehrere interaktive Säulen, die den Besucher einladen, einmal in die Schuhe eines Kleinbauern in einem Entwicklungsland zu schlüpfen. Mit der mobilen App von Plantwise haben die Besucher drei Minuten Zeit, um sich den Herausforderungen der Lebensmittelproduktion zu stellen. Wo das Saatgut ausbringen? Was tun, wenn die Kultur krank ist? Der Pflanzenarzt stellt eine Diagnose – welche Produkte sind einzusetzen? Die App weckt spielerisch das öffentliche Bewusstsein für die Bedeutung der Hilfe, die den Kleinbauern im Interesse der weltweiten Lebensmittelsicherheit angeboten wird.



**SCANNEN SIE DEN
QR CODE UND
PROBIEREN SIE
ES AUS!**

Gemeinschaftsgastronomie erfindet sich neu

SV Schweiz hat sich in etwas über hundert Jahren Zug um Zug zum Markenzeichen für anspruchsvolle Gemeinschaftsgastronomie entwickelt. Die dynamische Wegbereiterin erfindet das Betriebsrestaurant täglich neu, um die sehr unterschiedlichen Erwartungen der Gäste in rund 300 SV Restaurants in der ganzen Schweiz zu erfüllen, noch bevor sie ihnen bewusst werden.

Text Knut Schwander / Fotos DR

Mit Partnerschaften, Workshops und laufenden Angebotsverbesserungen hat SV Schweiz aus der Firmenkantine einen Treffpunkt für Geniesser mit einem gesunden, frischen, kulinarisch reizvollen Angebot gemacht.

„Alle Umfragen sind positiv, sogar bei unseren anspruchsvollsten Gästen“, freut sich Gilles Pettolaz, COO von SV Schweiz in der Romandie. Hinter diesem Namen steht eines der führenden Unternehmen der Gemeinschaftsgastronomie in der Schweiz, mit über dreihundert Personalrestaurants und Mensen und jährlich über 22 Millionen Mahlzeiten! Die Erklärung für dieses Volumen liegt in der Qualität ihrer Dienstleistungen. SV Schweiz achtet sorgfältig darauf, sich mit der ständigen Weiterentwicklung ihres Angebots den Erwartungen ihrer Kunden und Gäste anzupassen – oder noch besser: sie zu antizipieren.

Die 32 Westschweizer SV Betriebe sind Pioniere: „Mit unserem Konzept „gesund, frisch, schmackhaft und nachhaltig“ setzen wir Massstäbe. Und wir entwickeln und verbessern es laufend weiter“, bestätigt Gilles Pettolaz.

Damit ihre Konzepte nicht nur fromme Wünsche bleiben, investiert SV Schweiz mit speziellen Weiterbildungen in die Stärkung ihrer Teams. Zum Bei-

spiel dürfen die Küchenchefs von SV Schweiz dem Starkoch Edgard Bovier in seiner Küche im Lausanne Palace (17/20 im Gault&Millau) über die Schulter schauen. Zudem heuert SV Schweiz für die Küche neue, talentierte Mitarbeiter an: Soeben wurden

zwei Meilleures Ouvriers de France (MOF) eingestellt, die sich um die Qualität des Brots kümmern (s. Kasten unten).

*Bruno Rossignol,
Executive Chef, war früher
Fachlehrer an der Hotel-
fachschiule Lausanne.*

Bruno Rossignol, früher Fachlehrer an der Hotelfachschiule Lausanne und seit 2011 an der Spitze von SV Schweiz, hat zunächst eine Bilanz ge-

zogen und dann neue Projekte eingeführt und umgesetzt. Diese Strategie trägt inzwischen bereits Früchte: Das Angebot der Westschweizer Betriebe von SV Schweiz (170 Köche und täglich 3000 Mahlzeiten) hat sich sehr gut entwickelt: „Wir konzentrieren uns auf lokale Produkte und decken uns bei erstklassigen Lieferanten ein, wie Suter Viandes für Fleisch und Léguriviera für Gemüse“, kommentiert Bruno Rossignol.

Diese Nähe hilft, die Erwartungen des Publikums zu erfüllen, aber auch die Leistung zu steigern: „So können wir nicht nur auf regionale Geschmacksunterschiede eingehen, wir haben vor Ort auch ein schlagkräftigeres und gleichzeitig flexibleres Management.“



NATIONALE STRATEGIE

SV Schweiz sieht sich von ihrem Erfolg bestärkt und plant, in den anderen Schweizer Regionen ähnliche Geschäftsmodelle zu entwickeln. An der Einführung einer nationalen Strategie wird sie dies nicht hindern. SV Schweiz hat solide Partnerschaften mit in ihren Bereichen führenden Unternehmen aufgebaut. Diese Kooperationen unterstreichen die Seriosität ihres Vorgehens: für den Gesundheitsaspekt die Fourchette verte und das berühmte vegetarische Restaurant Hiltl in Zürich vor allem für die Ausbildung der Köche. In Zusammenarbeit mit dem WWF Schweiz hat SV Schweiz ihr eigenes Programm „ONE TWO WE“ mit konkreten und ehrgeizigen Zielen für eine umweltfreundliche Gemeinschaftsgastronomie aufgestellt. Damit engagiert sich das Unternehmen für die Reduktion der jährlichen CO₂-Emissionen um 10% ab 2015.

WORKSHOP FÜR KINDER

Im Rahmen der Genusswoche organisiert SV Schweiz am 25. September einen Workshop für zwei Schulklassen aus Monthey und Ecublens, mit einer Einführung in die Degustation, der Vermittlung von Basiswissen über frische Produkte (Brote, Gemüse, etc.) und praktischer Küchenarbeit, mit einem salzigen und einem süssen Rezept. Die Kinder werden kleine Schürzen, einen gefüllten Korb und Rezeptkarten mit nach Hause nehmen, um die Rezepte zuhause nachzumachen.

GEZIELTE AKTIONEN

In der Romandie geht es mit gezielten Aktionen weiter. Zum Beispiel werden für die Gäste zur Förderung von regionalen und Saisonprodukten Themenwochen durchgeführt und richtige kleine Märkte aufgebaut, wo etwa Spargeln, Beeren oder Champignons im Mittelpunkt stehen. Auch mit diesem Schritt ist das Unternehmen auf Erfolgskurs: Der Umsatz der gesamten SV Group ist 2014 erneut um 7,7% gestiegen. Gilles Pettolaz ist denn auch zuversichtlich: „Das ist ein gutes Zeichen und macht uns Mut, den Weg der Qualität weiterzugehen.“ •

BROT UND FEINGEBÄCK: DER ALLTÄGLICHE GENUSS

Lange vernachlässigt, ist Brot in der Gastronomie inzwischen zum Kultprodukt geworden. Viele grosse Küchenchefs backen ihr eigenes. Ofenfrische warme Brötchen kommen immer sehr gut an... Und da der Markt einträglich ist, sind ganz schnell auch industrielle Brote aufgetaucht, die in letzter Minute aufgebacken werden können. Eine Täuschung, denn frisches Brot ist das nicht und mit den Werten von SV Schweiz nicht zu vereinbaren. SV Schweiz hat sich vielmehr die Dienste eines MOF (Meilleur Ouvrier de France) gesichert: Thomas Marie sorgt dafür, dass sie ihren Gästen erstklassiges Brot anbieten kann. So sind sieben Brotsorten entstanden, die sofort allgemeinen Beifall fanden.

Wie mögen Sie Ihre Schokolade?

Menschenunwürdige Zustände in der Zulieferkette prägen bis heute den weltweiten Kakaomarkt. Die Erklärung von Bern (EvB) engagiert sich für eine fairere Kakaoproduktion.

Text Véronique Zbinden / Fotos DR

Dunkel oder mit Milch, zart-schmelzend oder samtig – wir alle können ihr nicht widerstehen und essen jährlich rund zwölf Kilo: Schokolade gehört zu unseren liebsten Schleckereien und ist eng mit der Schweiz verbunden – mit ihrer Geschichte, ihrem Image und ihrer Wirtschaft. Doch leider wird sie oft unter Missachtung der Rechte von Kindern sowie der Arbeiterinnen und Arbeiter im Süden produziert.

Der von der Erklärung von Bern (EvB) veröffentlichte Cocoa Barometer 2015* liefert dazu alarmierende Daten.

Rund 70% der weltweiten Kakaoproduktion wird in kleinen Familienbetrieben in Westafrika produziert. In den Plantagen an der Elfenbeinküste und in Ghana arbeiten rund 530'000 Kinder unter missbräuchlichen Bedingungen. In diesen beiden Ländern sind die Ein-

künfte der Kakaoanbauenden innerhalb der letzten dreissig Jahre auf die Hälfte gesunken. An der Elfenbeinküste müssten Kleinbauernfamilien das Vierfache verdienen, nur um die von der UNO definierte Armutsgrenze von zwei Dollar pro Tag zu erreichen.

Weil die Produktionsbedingungen so miserabel sind, droht noch eine weitere Gefahr: Die Plantagen sind schlecht unterhalten, werden wenig erneuert und die fehlenden Perspektiven veranlassen die jungen Generationen dazu, auszuwandern. Expertinnen und Experten prognostizieren bis 2020 ein grosses Defizit an Kakao.

KOMPLEXE KAKAOLIEFERKETTE

Wer verdient an der Schokolade? Die Kakaolieferkette ist lang, komplex und undurchsichtig. Laut Schätzungen gehen nur 5 bis 7% des Kakaowertes in der fertigen Tafel an die Kakaoanbauenden.

Röstereien und Verarbeiter teilen sich 7 bis 8%, und den Löwenanteil sichern sich die grossen Kuvertüre-Hersteller und der Detailhandel.

80% des weltweiten Kakaomarkts sind in den Händen von acht Grosskonzernen. Es ist ein paradoxer Markt, betont Andrea Hüsler, Kakaoexpertin der Erklärung von Bern. „Trotz steigender Nachfrage bleibt der Rohstoffpreis so niedrig, dass er den Produzenten kein würdiges Leben ermöglicht.“

Der Anteil des mit einem Label zertifizierten Kakao nimmt laufend zu und ist insbesondere unter den Labels Fairtrade und Rainforest Alliance von 2% auf fast 16% des gesamten Schokoladenhandels gestiegen. Mit Ausnahme der Schweizer Konzerne Nestlé und Mondelez haben sich die meisten grossen Unternehmen verpflichtet, bis 2020 nur noch Schokolade aus zertifiziertem Kakao oder aus kontrolliertem



Anbau zu verarbeiten.

Die Kontrollsysteme weisen allerdings grosse Lücken auf: Freiwillige Massnahmen werden nicht genügen, um die Kakaobauernfamilien aus ihrer extremen Armut zu befreien oder, um die Missachtung der Menschenrechte in der Versorgungskette zu verhindern. Deshalb fordert die Erklärung von Bern bindende Regeln, damit Unternehmen die Herkunft der Rohstoffe genau kennen und ihre Verantwortung wahrnehmen müssen.

Die Erklärung von Bern hat zusammen mit 66 anderen Organisationen die Konzernverantwortungsinitiative für Mensch und Umwelt lanciert. Diese Volksinitiative fordert, dass Schweizer Unternehmen die Einhaltung der Menschenrechte und Umweltstandards in alle ihre Geschäftsbeziehungen integrieren. •

*Mehr Informationen: evb.ch/schoggi



WIE KÖNNEN KONSUMENTINNEN UND KONSUMENTEN HANDELN?

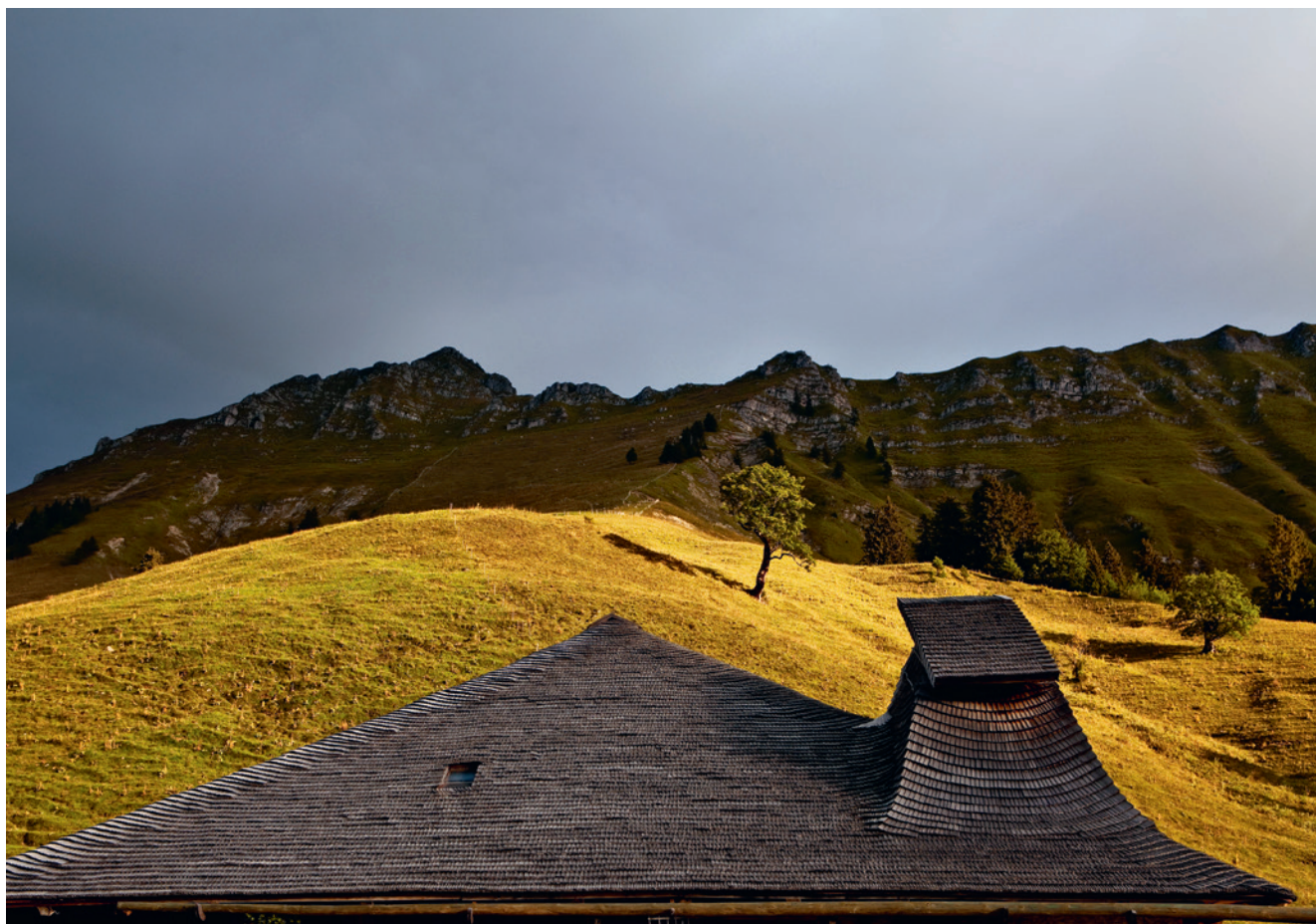
Die Antwort von Géraldine Viret, Leitung Kommunikation bei der Erklärung von Bern

Die Konsumentinnen und Konsumenten müssen gut informiert sein und sich im Dschungel der Labels orientieren können. Denn besonders beim Preis, der an die Produzierenden bezahlt

wird, erfüllen nicht alle dieselben Kriterien. Die Unternehmen machen grosse Versprechungen – das allein reicht aber nicht aus. Deshalb evaluiert die EvB regelmässig das Engagement der Herstellerfirmen und veröffentlicht einen kleinen Guide**.

Die Konsumentinnen und Konsumenten können mit ihrem Portemonnaie Einfluss nehmen, indem sie Produkte aus fairem Handel kaufen. Aber auch mit ihrer Stimme: Sie müssen die Unternehmen wissen lassen, dass die Lebensbedingungen der Kakaoanbauenden beim Kaufentscheid ein wichtiges Kriterium sind.

** Dem Magazin liegt ein Flyer bei, mit dem der Schoggi-Guide der Erklärung von Bern oder auf www.evb.ch/shop bestellt werden kann.



Schweizer Park- und Produktelabel



KENNEN SIE DAS GRÜN-WEISSE QUADRAT,
MIT DEM DIE SCHWEIZER PÄRKE UND IHRE
ZERTIFIZIERTEN PRODUKTE
AUSGEZEICHNET SIND?

Die Schweizer Pärke sind seit 2007 im Gesetz verankert. 2009 wurden erste Produkte zertifiziert, inzwischen tragen über 700 stolz das Produktelabel Schweizer Pärke. Für diese Qualitätserzeugnisse spielen ausser der geografischen Herkunft auch Kultur und Geschichte, Landschaft und Umwelt eine Rolle. Das breite Publikum begegnet dem grün-weissen Label dank seiner wachsenden Bekanntheit zunehmend mit Vertrauen. Ein vielversprechendes, umfassendes und spannendes Projekt.

In der Schweiz gibt es nur ein einziges vom Bund geschütztes Label für die Auszeichnung von Regionalprodukten, deren Herstellung die Verwendung von lokalen Ressourcen und die nachhaltige Nutzung vereint: das Produktelabel der Schweizer Pärke. Die Vergabe des vertrauenswürdigen, aber noch wenig bekannten Labels wird von einer unabhängigen, akkreditierten Stelle kontrolliert.

Nun denkt man bei einem Schweizer Park spontan eher an ein Ausflugsziel als an eine Herkunfts- und Qualitätsbezeichnung. Begonnen hat alles mit dem Schweizerischen Nationalpark, der 1914 gegründet wurde, um die Fauna und Flora eines abgegrenzten Gebiets zu schützen. 2007 hat der Bund drei neue Kategorien von Pärken und ein Label geschaffen: die Naturerlebnispärke in der Nähe der Agglomerationen, die Regionalen Naturpärke im ländlichen Raum mit mindestens hundert Quadratkilometern Fläche, und Nationalpärke, in denen sich die Natur in den von menschlichen Einflüssen abgeschirmten Kernzonen frei entfalten kann. Von Anfang an war

klar, dass die Produkte aus diesen Pärken mithelfen sollten, die kulturellen und landschaftlichen Werte dieser Regionen nach aussen zu tragen. Und zwar mit dem Produktelabel der Schweizer Pärke. Anwärter darauf sind allgemein Erzeugnisse, deren Herstellung im Gebiet des Parks mit lokalen Ressourcen und auf nachhaltige Weise erfolgt und den Park in seinen Zielen unterstützt.

*Begonnen hat alles 1914
mit der Gründung des
Schweizerischen
Nationalparks zum Schutz
von Fauna und Flora.*

NAHELIEGENDES LABEL

Nehmen wir ein Beispiel: Dank dem Label Schweizer Pärke sind der Regionale Naturpark Gruyère Pays-d'Enhaut und seine Käseproduktion unzertrennlich. Würden seine Kuhweiden plötzlich durch andere Kulturarten oder intensive Viehzucht ersetzt, verlöre er seine Identität. Die Label-Produkte dieser Region sind denn auch – wen könnte es überraschen? – der Gruyère AOP, der Etivaz AOP, weitere Hart- und Weichkäse und natürlich der Greyerzer Doppelrahm. Es ist also klar, warum diese Produkte 2012 das Label erhalten haben.

WEGWEISENDER ERFOLG

Ein entscheidender Faktor für den Erfolg der Schweizer Pärke ist ihre Nähe zu Städten und Agglomerationen. Dadurch

sind diese besonderen Regionen rasch zu beliebten Ausflugszielen geworden. Unsere Nachbarn, vor allem Frankreich und Deutschland, haben schon früher mit der Schaffung von Pärken angefangen, doch die Schweiz hat ihren Rückstand aufgeholt. Als 2007 der gesetzliche Rahmen geschaffen wurde, ging man von zehn Pärken aus. Inzwischen sind es aber schon fünfzehn! „Wir sind optimistisch und können feststellen, dass die Arbeit der Pärke Früchte trägt“, freut sich Christoph Grosjean, der marken- und kommunikationsverantwortliche für Pärke von nationaler Bedeutung beim Bundesamt für Umwelt. „2016 wird die finanzielle Unterstützung des Bundes für die Schweizer Pärke dank einer Entscheidung der Eidgenössischen Räte von heute 10 auf 20 Millionen Franken jährlich steigen.“

**VIELVERSPRECHENDE
PERSPEKTIVEN**

Und es werden noch mehr Pärke werden: Sobald ihre Dossiers eingereicht und genehmigt sind, werden die vier Parkkandidaten ebenfalls vom Bund das Pärkelabel erhalten: zwei Nationalpärke in Graubünden und im Tessin (Adula und Locarnese) und ein Naturerlebnispark im Bois du Jorat nördlich von Lausanne. In den nächsten Jahren könnte zudem das Projekt für einen ersten grenzüberschreitenden Regionalen Naturpark bei Schaffhausen Realität werden.

Wie ist dieser Erfolg zu erklären? Auch er scheint naheliegend. Mit dem vom Bund geschützten Label werden vor allem das Kulturgut, das Know-how und der Beitrag der Produkte zur Aufwertung von Natur und Landschaft ausgezeichnet. Dank der

Genusswoche

August - September
2015

th

Transhelvetica

Schweizer Magazin für Reisekultur

PROBEE XEMPLAR
GRATIS

Email mit
Kennwort
«Genuss»
an

genuss@transhelvetica.ch





Kommunikationsarbeit des Parks, aber auch der Kantone und des Bundes, gewinnen die Produkte mit dem Label bei den Konsumenten stetig an Bekanntheit und Vertrauen.

POINTIERTES MARKETING

Für die Produzenten und die Region äussert sich dies natürlich im Verdienst und spornt an, den eingeschlagenen Weg weiterzuverfolgen. Die Zahlen beweisen es: 2011 kannten erst 3% der Bevölkerung das Schweizer Parklabel, 2014 waren es schon 12%. Dahinter stecken vor allem die Arbeit und der Erfolg der Pärke und ihrer Produzenten, die Marketingkampagnen des Netzwerks der Schweizer Pärke und die Informationskampagne des BAFU für das Schweizer Parklabel zum Beispiel mit Postautowerbung. Die App für iPhone und Android orientiert über die Aktivitäten aller Pärke, Angebote für Familien, Wanderungen, Bike-Routen, aber auch Kochrezepte und Hotel- und Restaurant-Adressen in den Regionen. Wie das Label auf den Produkten, bietet auch die App dem Publikum die Gewissheit, dass es Orte, Menschen, Bräuche und Qualitätsprodukte zu entdecken gibt, die langfristige regionale Entwicklungsperspektiven eröffnen. Ein unwiderstehliches Projekt für Produkte zum Anbeissen. •

WWW.PAERKE.CH EINE WEBSITE, EIN NETZWERK

Für Infos über das Netzwerk der Schweizer Pärke, Aktuelles aus den Pärken, Touren, Angebote und Produkte ist die Website www.paerke.ch eine echte Fundgrube! Auch Übernachtungs- und Verpflegungsmöglichkeiten, Wanderwege und Postautorouten holt sie für alle in Reichweite. Mit interaktiven Karten kann man Besuche vorbereiten oder einfach träumen. Und sogar Kochrezepte für die Label-Produkte sind hier zu finden.



Ein Feld „zum selbst Ernten“
in Bois-Bougy bei Nyon.

Faire Preise für Früchte und Gemüse

Was kosten ein Salat, ein Kilo Tomaten, Kürbis, Auberginen, Paprika, Erdbeeren oder Himbeeren? Sie wollen nicht raten? Recht haben Sie! Die Preise auf Märkten und in Geschäften liegen oft weit auseinander.

Texte, Manuella Magnin / Photos, DR

Haben Sie sich schon einmal gefragt, ob sich der Verkäufer vom Laden in Ihrer Nähe mit seiner etwas gesalzenen Rechnung für Ihren Einkauf nicht geirrt hat? Geben Sie zu, dass Ihnen das mindestens einmal durch den Kopf gegangen ist, als Sie mit Ihrer Beute nach Hause gingen. Für das berühmte Kilo Tomaten, für das Sie vielleicht 5.50,6 oder sogar 9 Franken bezahlt haben, hätten Sie im Supermarkt vielleicht 4.50 hingelegt. Wie kommen eigentlich die Preise für unsere Früchte und Gemüse zustande? Was ist ein fairer Preis? Zur Beantwortung dieser Frage könnte man leicht ein ganzes Buch schreiben, denn den Endpreis unserer Früchte und Gemüse bestimmen eine ganze Reihe von Variablen.

TOMATE UND TOMATE

Nehmen wir einmal die Tomaten. Bevor man den Preis einer Schale bewertet, sollte man ein paar Fragen stellen: Wo wurden sie produziert, handelt es sich um eine standardisierte, ertragreiche, Hors-sol gezüchtete Sorte (40kg pro m²) oder um eine alte Freilandsorte (höchstens 8kg pro m²), von was für einem Betrieb kommen sie (Grösse), wer verkauft sie, und wie (Direktverkauf oder Händler)? Nehmen wir eine marokkanische oder eine spanische Tomate. Sie kann - zwangsläufig - billiger sein als eine Schweizer Tomate. Vom Geschmack reden wir jetzt nicht, das ist wieder eine andere Geschichte, denn Tomaten aus dem Ausland werden unreif geerntet, da-

mit sie den Transport überstehen.

Die Angestellten, die an einem anderen Ende Europas oder in Nordafrika schuften, um uns zu ernähren, haben bei weitem nicht dieselben Löhne und Sozialleistungen wie wir sie in der Schweiz kennen. Seitdem die Schweizer Nationalbank den Euro-Mindestkurs aufgehoben hat, ist die Produktion im Ausland noch günstiger geworden. So sehr, dass Medienkampagnen geplant sind, um den Konsumenten zu danken, die immer noch Schweizer Produkte kaufen.

VIELE VARIABLEN

Es stimmt schon, dass Schweizer Produkte ihren Preis haben. Und was die Sache nicht einfacher macht: je nach Anbieter und Produktionsverfahren kann dieser Preis sehr unterschiedlich ausfallen. Ein kleiner Produzent ist zwangsläufig weniger mechanisiert und hat proportional höhere Fixkosten als ein grosser. Für die Ernte und den nachgelagerten Aufwand fällt im kleinen Betrieb mehr Handarbeit an. Je nach Gesamtarbeitsvertrag variieren Löhne und Arbeitszeiten von einem Kanton zum andern.

In Genf arbeitet ein Angestellter im Gemüsebau weniger lang als sein Kollege in einem anderen Kanton. In manchen Grenzgebieten dürfen Gemüse als „Schweizer Produktion“ bezeichnet werden, die auf ausländischem Boden von nach europäischem Tarif bezahlten Arbeitern angebaut werden. Das verfälscht das Bild noch zusätzlich.

Aber nicht nur die Arbeiter kosten unterschiedlich viel, dasselbe gilt für den Boden. Und dann hat noch eine weitere Variable einen erheblichen Einfluss auf den Endpreis: die unbezahlten Familienangehörigen, die in vielen Betrieben mit anpacken. Die Frau des Gemüsebauern hat einen Job und unterstützt nebenbei ihren Mann im Betrieb, ohne Lohn zu beziehen. Die Kinder helfen während der Schulferien gratis mit.

SCHÜTZENHILFE FÜR DIE EINHEIMISCHE PRODUKTION

Ein System von Importabgaben auf ausländische Früchte und Gemüse begünstigt während der Saison die Schweizer Produktion. Die runden Fleischtomaten sind zum Beispiel ab Anfang Juni auf diese Weise protegiert.

Die meisten Produzenten unterstützt der Bund mit dem gut bekannten System der Direktzahlungen, die 2014 rund 2,809 Milliarden Franken erreichten. 2013 erhielten 55'207 Betriebe Direktzahlungen. Die meisten Produzenten können dank dieser Subvention überleben, die der Konsument mit seinen Steuern finanziert. Letztlich machen diese vielen Variablen die Rechnung des Konsumenten extrem schwierig. Er kennt den realen Wert der Lebensmittel nicht mehr, selbst wenn er für seine Ernährung heute dreimal weniger ausgibt als nach dem Ende des zweiten Weltkriegs! •



Eine Tomate von der Ferme des Pralies in Amex-sur-Nyon.

DIE „HELDEN“ DES GEMÜSEBAUS

Es gibt immer weniger von ihnen und sie schuften täglich ohne jede Hilfe, um ihren Kunden hochwertige Produkte zu liefern – die kleinen Bauern, die auf Direktzahlungen keinen Anspruch haben, weil entweder ihr Betrieb zu klein ist oder sie kein EFZ Landwirt/-in haben.

Es sind begeisterte Landwirte wie in der Ferme des Pralies in Arnex-sur-Nyon (VD) oder in der Ferme de Budé in Petit-Saconnex (GE). Diese ganz kleinen Erzeuger gehören zu jenen Helden des Gemüsebaus, die für das kämpfen, was sie Ernährungssouveränität nennen, vor allem indem sie seltene alte Sorten anbauen. Sie bieten Produkte von sehr hoher geschmacklicher Qualität zum wahren Produktionspreis an.

Wie lange werden sie durchhalten? Solange Konsumenten bereit sind, sie zu unterstützen, und solange sie den Glau-

ben nicht verlieren und mit einem Lohn von gegen 4000 Franken pro Monat für etwa 70 Wochenarbeitsstunden leben können – wenn alles gut geht. Wobei dieser Lohn und diese Arbeitszeiten natürlich für den Chef eines Betriebs gelten.

EINE LISTE ALS ORIENTIERUNGSHILFE

Der Verband Marché Paysan veröffentlicht in Zusammenarbeit mit den Wochenzeitschriften AGRI und Terre et Nature jede Woche eine Liste mit Richtpreisen für den Direktverkauf. Produzenten können sich anhand dieser Liste ein Bild von den Preisen ihrer Kollegen machen. Verbraucher finden in dieser Liste die aktuellen Preise des Früchte- und Gemüse-Detailhandels. Es können Mengenrabatte gewährt werden. Die Preise können den unterschiedlichen Anbaubedingungen in den verschiedenen Regionen der Westschweiz angepasst werden.

Bewusst einkaufen



Auf dem Markt

- + grosse Auswahl. Sympathische Ambiance. Direkter Kontakt mit dem Verkäufer.
- Bei weitem nicht alle Verkäufer sind Erzeuger. Viele sind Händler, die ihre Marge haben müssen.

Selber ernten

- + Der direkte Kontakt mit dem Boden. Der Preis ist meist günstiger, weil der Service entfällt.
- Der Zeitaufwand. Selber pflücken braucht Zeit.

Beim Produzenten

- + Der direkte Kontakt mit dem Produzenten, der Ihnen den Geschmack seiner Produkte erklärt, wie er sie anbaut und wie sie zubereitet werden.
- Man muss zum Produzenten gehen und dies kann Zeit kosten.

Hauslieferung durch eine Firma

- + Spart Gänge, vor allem wenn man zum Einkaufen wenig Zeit hat.
- Kein Kontakt mit dem Produzenten. Man zahlt zusätzlich den Service und die ganze Logistik. Und man weiss nicht, was der Bauer an seinen Produkten verdient.

Regionale Vertragslandwirtschaft

- + Der Kontakt mit dem Produzenten, dem ein gewisses Verkaufsvolumen zugesichert wird. Ein Vertrag bindet ihn für eine bestimmte Zeit an den Konsumenten.
- Der Vertrag nimmt einem ein wenig Freiheit. Die Auswahl ist auf die Produktion des Händlers oder der Händler beschränkt.

Im Supermarkt

- + Die Preise sind im Allgemeinen günstiger, weil Grossverteiler mächtig sind und mit ihrem breiten Sortiment die Margen ausgleichen können.
- Kein Kontakt mit dem Erzeuger oder Wiederverkäufer. Kleinere Sortenvielfalt. Die Produkte sind oft standardisiert. Als Konsument weiss man nicht, welcher Preis an den Produzenten bezahlt wird.



Partenaire de vos projets de vie

Retraites Populaires s'engage en faveur du sport et de la culture dans le canton de Vaud. Proche de vous, elle soutient plus de 100 événements chaque année.

www.retraitespopulaires.ch



Offre découverte



**RECEVEZ
TERRE&NATURE
GRATUITEMENT
PENDANT
1 MOIS!**

Je souhaite recevoir **Terre&Nature** dans ma boîte aux lettres durant

1 MOIS GRATUITEMENT (soit 4 éditions papier)

En plus de mon essai gratuit, je désire m'abonner à **Terre&Nature**:

3 mois pour Fr. 30.- (soit 12 éditions papier)

1 an pour Fr. 204.- (soit 50 éditions papier)

Merci de cocher l'offre de votre choix

Mme M.

Nom

Prénom

Rue/No

NPA/Localité

Date de naissance

Tél.

Email

Date

Signature

Bulletin à renvoyer par courrier à: Terre&Nature, Abonnement, Rue Pépinet 1, 1003 Lausanne ou par courriel à marketing@terrenature.ch ou par fax au 021 966 27 20.

Ces offres sont réservées aux nouveaux abonnés résidant en Suisse uniquement et limitées au 31.12.2015. Ce coupon ne peut être utilisé pour prolonger ou renouveler un abonnement déjà existant. Prix pour la Suisse, TVA comprise.

www.terrenature.ch



„Gerechte Preise sind faire Preise!“



Text Valentina Hemmeler Maïga, Gewerkschaftssekretärin Uniterre / Fotos DR

Wie viel sollten wir für ein Nahrungsmittel ausgeben? Im Grunde müssten mit dem Preis die Herstellungskosten gedeckt werden können. Laut unseren landwirtschaftlichen Forschungsanstalten müssten die Bauern demnach für einen Liter Milch 80 Rappen bis 1.20 Franken erhalten, um noch etwas zu verdienen. Dazu kommen die Margen des Verarbeiters und des Verteilers, für beide je 30 bis 40 Rappen. Im Frühling 2015 haben jedoch viele Bauern nur durchschnittlich 50 Rappen pro Liter erhalten. Damit ist die Milchproduktion zwar noch immer das Herz der Schweizer Landwirtschaft, aber für einen landwirtschaftlichen Betrieb nicht mehr rentabel. Für ein Kilo Weizen müssten ungefähr 1 Franken anstelle der aktuel-

len 53 Rappen bezahlt werden, damit der Preis gerecht wäre.

In den Supermärkten halten wir nach Aktionen Ausschau und in den Quartierläden nach den Tischen mit den „günstigen“ Angeboten. Dabei macht der Budgetposten für Ernährung heute nur noch 7 bis 13% aus. Im internationalen Vergleich ist dies der magerste Prozentsatz. Ins Gewicht fallen bei uns vor allem die Ausgaben fürs Wohnen und für Versicherungen aller Art. Einkommensschwache Personen können für Krankenversicherungen und fürs Wohnen staatliche Hilfe in Anspruch nehmen. Gleichzeitig ist die Landwirtschaft ungewollt und ohne Wissen der Konsumenten praktisch gezwungen, sich als Sozialdienst zu betätigen – notabene

in einem Land, das sich schwer damit tut, für eine gerechtere Verteilung des Wohlstands zu sorgen, während viele Bauern bereits zu den „Working poor“ gehören.

Hinter jedem Produkt stehen Frauen und Männer, die arbeiten, und die Natur, die den Umweltauswirkungen der Produktion ausgesetzt ist. Zu einem gerechten Preis einkaufen heisst, dazu beitragen, dass das Ernährungssystem resilient wird und Mensch und Natur nicht in ihrer Existenz bedroht. Die Uniterre-Initiative „Für Ernährungssouveränität“ fordert eine Landwirtschaftspolitik, die Mensch und Natur wieder ins Zentrum der Lebensmitteldébatte rückt und die Durchsetzung gerechter Preise und Löhne ermöglicht. •

ZUM
LESEN



Das kulinarische Erbe der Schweiz

Jahrhundertealte Lebkuchenrezepte gehören zu den kulinarischen Schätzen wie Rivella, ein Industrieprodukt. Das Inventar des kulinarischen Erbes der Schweiz umfasst über 400 Produkte von Salz und Brot bis Wurst und Bier. Eine Equipe von Fachleuten hat in Bibliotheken und Archiven geforscht und sich von Produzenten zeigen lassen, wie die „Erbstücke“ erzeugt werden.
www.kulinarischeserbe.ch

Sie werden ausserdem als gerafft sachliche, mit Anekdoten gewürzte Miniaturen in einer Buchreihe veröffentlicht. Die Bände sind nach Regionen gegliedert und dienen auch als Reiseführer auf den Spuren des Guten. In ihren unterschiedlichen Regionen bietet die kleine Schweiz eine grosse Vielfalt an Lebensmitteln, die zusammen einen Schatz an Wissen und Genüssen bilden.

Das kulinarische Erbe der Schweiz, Miniaturen von Paul Imhof; mit Rezepten von Marianne Kaltenbach (Aus Schweizer Küchen) und illustriert mit „Tableaux culinaires“ von Hans-Jörg Walter, Markus Roost und Roland Hausheer.

Echtzeit-Verlag, Basel – www.echtzeit.ch

Band 1: Aargau, Luzern, Nid- und Obwalden, Schwyz, Zug, Zürich.

Band 2: Bern, Jura, Solothurn, Basel-Landschaft, Basel-Stadt.

Band 3: Appenzell Inner- und Ausserrhoden, Sankt Gallen, Schaffhausen, Thurgau (erscheint im Herbst 2014).

Band 4: Glarus, Graubünden, Tessin, Uri (erscheint Ende 2014).

Band 5: Fribourg, Genève, Neuchâtel, Valais, Vaud (erscheint 2015).



Das kulinarische Erbe der Alpen – Enzyklopädie der alpinen Delikatessen

Wo findet man noch Bauern, die Pferdeeppich anbauen und wo Metzger, die wissen wie man eine „Frâche“ mit Leber und mit Kohlrüben herstellt. Was ist eine Andutgel und wo wird der rosafarbene Radicchio noch gezüchtet? Die Enzyklopädie der alpinen Delikatessen beschreibt rund 500 kulinarische Raritäten: Alte Obstsorten, vergessene Gemüse, Wildpflanzen oder aussergewöhnliche Würste. Der Band ergänzt die beiden preisgekrönten Standardwerke über „Das kulinarische Erbe der Alpen“. Ein Nachschlagewerk für Profiköche und kochbegeisterte Laien. Autor Dominik Flammer und Fotograf Sylvan Müller sind für dieses Werk fünf Jahre lang im Alpenraum herumgereist und haben all jene handwerklichen Produzenten, Landwirte, Gemüsegärtner, Obstbauern, Brenner, Bäcker, Metzger und Konditoren besucht, die dafür sorgen, das grosse kulinarische Erbe des Alpenraums zu pflegen und zu erhalten.

Dominik Flammer, Sylvan Müller,
AT Verlag Aarau/München,
300 Seiten, Fr. 39.90



BLANCPAIN



BLANCPAIN
Joël Robuchon

Wenn uhrmacherische Präzision auf kulinarische Performance trifft

Text Flavia Giovannelli / Fotos DR

Vor der allgemeinen Begeisterung für Gastronomie und Sterne-Köche ist heute niemand mehr sicher. Kein Fernsehsender verzichtet mehr auf ein kulinarisches Programm, in dem sich Amateure und Profis geniale Einfälle zuspielden, bis den Fernsehzuschauern die Augen übergehen.

Blancpain hat allerdings nicht auf diesen Trend gewartet, um sich für die Haute Cuisine zu interessieren: mit der Begegnung mit Frédy Girardet, dem damaligen Küchenchef im Restaurant Hôtel de Ville in Crissier, begann die Pionierin schon 1989 die Mise en Place für grosse Partnerschaften mit berühmten Köchen zu richten. Es war die Zeit, in der Frédy Girardet, Paul Bocuse und Joël Robuchon vom berühmten Guide Gault&Millau zu „Jahrhundertköchen“ ernannt wurden. Die Marke Blancpain feierte dieses Ereignis, indem sie jedem von ihnen eine Uhr mit eingraviertem Namen überreichte. Bei diesem Anlass haben die älteste Uhrenmarke und die Küchenchefs ihre Gemeinsamkeiten klar erkannt, die Liebe zur Handarbeit, die grosse Kunstfertigkeit, mit der ihre Künstler ans Werk gehen, die unendliche Geduld, mit der sie Tradition und Kreativität verbinden, das Streben nach Perfektion, und mehr.

BEFREUNDETE KÖCHE

Die Freundschaft, die Blancpain seither mit dem faszinierenden Universum der Haute Cuisine verbindet, vertieft sich stetig weiter. Mit Joël Robuchon, Frédy

Girardet, Philippe Rochat, Michel Troisgros, Daniel Humm, Marc Haerberlin, Anne-Sophie Pic und Benoît Violier gehören dem Freundeskreis zahlreiche dekorierte Spitzenköche an. An ihrem Firmament glänzen heute alles in allem mehr als 100 Michelin-Sterne! Noch dazu hat sich dieses Universum im Laufe der Zeit immer

*Blancpain interessiert
sich nicht erst seit den
TV-Reality-Kochshows
für die Haute Cuisine.*

weiter ausgedehnt. Die Marke Blancpain hat ihren Namen auch mit den Relais & Châteaux und den Leading Hotels of the World verbunden, und sie hat die Fluggesellschaft Swiss unterstützt, als diese ihr Gourmet-Catering-Programm einführte, um die Fluggäste an Bord mit wechselnden Menüs von Sterneköchen aus verschiedenen Regionen zu verwöhnen und ihnen die besten Schweizer Spezialitäten vorzulegen.

PLATZ FÜR DEN NACHWUCHS

Da ihr die langfristige Vertiefung dieser wertvollen Partnerschaft wichtig ist, bemüht sich Blancpain auch um den Nachwuchs. Die Marke unterstützt zum Beispiel die Schweizer Selektion des Bocuse d'Or, des vom berühmten französischen Koch

ins Leben gerufenen Kochwettbewerbs für Jungköche aus der ganzen Welt, oder den Wettbewerb der Gastro Union unter der Schirmherrschaft von Benoît Violier. Letztes Jahr war Blancpain Partner eines glanzvollen Nachtessens im Hôtel de Ville in Crissier. In der Küche waren die drei aufeinanderfolgenden Chefköche des Hauses am Werk und wurden für einen Abend die „Chefs der Uhrmacher“. Blancpain unterstützt die Köche von Morgen ebenso wie jene der ersten Stunde. Die gegenseitige Anerkennung der Stärken aller Beteiligten besiegelt diese Freundschaften. Als Joël Robuchon die Manufaktur von Blancpain in Le Brassus (Waadtländer Jura) besuchte, war er von diesen Affinitäten nachher noch mehr überzeugt. Er nannte die Manufaktur die „Heiligste der Heiligen“ der Haute Horlogerie.

Schliesslich betätigt sich Blancpain mit ihrer Revue „Lettres du Brassus“, in deren Universum Lifestyle, Motorsport und Taucherei die Hauptrollen spielen, auch als Botschafterin für kulinarische Genüsse. Ihre Artikel über die Gastronomie, über Restaurant-Entdeckungen auf allen Kontinenten, über grosse Weine und Terroir-Produkte schmecken den Lesern. Und wer einmal das Glück hatte, im privaten oder im grossen Rahmen an einem Blancpain-Anlass teilzunehmen, weiss sehr gut, was „Kultur der Gastfreundschaft“ und „Lebenskunst“ in diesem Haus bedeuten. •



Eine ausgereifte Karte für Mailand

Die Karte des Restaurants im Schweizer Pavillon an der Weltausstellung in Mailand zeigt mit ihren kulinarischen Spezialitäten von Partnerregionen und -städten einen Ausschnitt aus der Schweizer Lebensmittelproduktion zwischen Tradition und Innovation.

Text Sophie Dorsaz / Fotos DR

Mit der Weltausstellung „Den Planeten ernähren - Energie fürs Leben“ landet Mailand einen grossen Coup. Die Ernährung bestimmt unser Leben, sie sagt viel über unsere Traditionen aus und sie ist ein Problem, das die ganze Welt angeht. Die gigantische, von 145 Ländern beschickte internationale Ausstellung hat ein faszinierendes, völkerverbindendes Thema. „Für die Schweiz ist es ein Geschenk des Himmels, denn unser Image wird mit Lebensmitteln der Spitzenklasse identifiziert. Neben Uhren, Bergen und Banken kennen Touristen vor allem unseren Käse und unsere Schokolade. Nicht alle Länder haben mit ihren Produkten die Nase so weit vorn“, meint Nicolas Bideau, der Direktor von Präsenz Schweiz. „Wir wollen im Pavillon von bekannten Produkten profitieren, um den ganzen Reichtum der Schweizer Gastronomie vorzuführen.“ Ein Take-Away und ein Restaurant laden im Innern des Pavillons zur Entdeckung regionaler Gerichte zwischen Tradition und Innovation ein.

DIE SCHWEIZ ZUM ANBEISSEN

Im ersten Stock des Pavillons wartet das Restaurant auf Besucher, die Appetit auf helvetische Spezialitäten haben – mit fünf Vorspeisen und Snacks, sechs Hauptgerichten und ebenso vielen Käsesorten und Desserts auf der Karte. Während der Partnerwochen (mit den Kantonen Valais, Tessin, Uri und Graubünden und den Städten Basel, Genf und Zürich) kommen 15 regionale Spezialitäten dazu. Genf bietet zum Beispiel im September die Longeole IGP mit Sauvigny-Linsen und Gratin aus Cardons épineux genevois AOP an. „Wir haben die Regionen um eine Liste ihrer Spezialitäten gebeten und sie den Palexpo-Köchen in den Restaurants des Pavillons vorgelegt, damit sie ihre Machbarkeit prüfen, und dem Agro-Marketing Suisse, das über die Vertretung der Schweizer Landwirtschaftsprodukte am Stand wacht“, erklärt Nicolas Bideau. Wie die Projektleiterin Mailand 2015 beim Agro-Marketing Suisse, Laurence Bovet, bestätigt, „hatten wir vor allem die Aufgabe, die Schweizer Herkunft der am Stand

präsentierten und zur Zubereitung der Spezialitäten verwendeten Produkte zu gewährleisten. Und natürlich möchten wir internationalen wie Schweizer Besuchern die Vielfalt unserer Küche zeigen. Ich bin sicher, dass viele Schweizer über die Gerichte anderer Kantone wie etwa die Tessiner Luganighe überrascht sein werden.“ Im Restaurant sind Erzeugnisse aus der traditionellen Landwirtschaft neben verarbeiteten Produkten anzutreffen und „repräsentieren die Schweiz in ihrer ganzen Vielfalt“, freut sich Nicolas Bideau.

DEN TRADITIONEN VERPFLICHTET

Da die Karte internationale und Schweizer Besucher ansprechen soll, muss sie den kulinarischen Traditionen der Regionen treu sein. „Unser Küchenchef, Pascal Gloorieux, arbeitet seit 35 Jahren bei Palexpo und kennt die Schweiz und ihre Spezialitäten aus unseren vielen Events in- und auswendig“, versichert Pierre-Igor Cusinir, der Palexpo-Projektleiter für die Expo Mailand. „Manche Gerichte waren jedoch aufwändiger. Wir mussten Geschmacks-

Selbst gemacht. (VON UNS)



Einfach gut essen.

MIGROS

Ein **M** besser.

tests durchführen, um den Originalrezepten möglichst nahe zu kommen, wie bei den Pizzoccheri aus dem Valposchiavo, für die wir die Verantwortlichen für Regionalprodukte im Kanton Graubünden hinzugezogen haben.“ Perfektionismus ist auch im Service angesagt: „Die Raclette-Meister des Pavillons mussten beim Käser Eddy Baillifard in Bruson im Wallis in die Schule, um zu lernen, wie der Käse geschabt wird.“ Die Köche unter der Leitung des Chefs Jean-Yann Fuchs haben eine 100m² grosse Küche zur Verfügung, um schnell möglichst viel produzieren zu können.



Den Italienern schmecken unsere Charcuterie, unsere Käse und unsere Weine.

DANK GIRO DEL GUSTO EINE LÄNGE VORSPRUNG

Mit ihrem „Giro del Gusto“, der Genuss-tournée, die letztes Jahr im Vorfeld der Weltausstellung in Mailand, Rom und Turin Station machte, hat sich die Schweiz eine Länge Vorsprung verschafft. Die Auftritte des „Swiss Mobile House“ in den drei Städten haben Präsenz Schweiz auf den Kurs gebracht, den sie mit ihrem Pavillon weiter fahren will. „Am Giro del Gusto hat sich gezeigt, dass die Liebe der Italiener zum Essen weit über die Zeit hinausgeht, die sie bei Tisch verbringen. Sie interessieren sich für die Geschichte der Produkte und wollen ihre Herstellungsgeschichte und die Produzenten kennen lernen“, erklärt Nicolas Bideau. „So überraschend das erscheinen mag: Die Italiener waren letztes Jahr sehr an unserer Charcuterie, unserem Käse und den Weinen interessiert, die ihrer Küche schliesslich am nächsten kommen. Das Panino mit Saucisson Vaudois, das Raclette und die Tour der Schweizer Weine waren enorm erfolgreich.“ Auch die „Foodbattles“, die Duelle der Produzenten mit Produkten aus Italien und der Schweiz (z.B. Parmesan gegen Sbrinz), wurden wieder aufgenommen. „Es funktioniert, weil die Produkte in Szene gesetzt werden, und sie mit der Verteidigung der Traditionen zudem eine emotionale Dimension bekommen“, ist er überzeugt. •



DIE ERSTE PARTNERSCHAFT MIT SWISS WINE PROMOTION

Mit der Weinkarte sind Präsenz Schweiz und Swiss Wine eine Partnerschaft eingegangen. Dazu Gilles Besse, der Präsident von Swiss Wine Promotion: „Unser Ziel ist es, durch ein Schaufenster die Vielfalt und die Qualität unserer Weine bei jedem Event zu zeigen, den Präsenz Schweiz organisiert“. Aus den Partnerkantonen und Partnerstädten wurden fünf Weissweine, fünf Rotweine und sechs Spezialitäten ausgewählt. Mit einer Ausschreibung und einer Palette von Festpreisen wurde die Attraktivität der Weine auf dem europäischen Markt gewährleistet. Ein Glas

kostet 3.50 bis 6 Euro. Die Flaschenpreise liegen zwischen 15 Euro für den Walliser Fendant Pierrafeu AOC von Provins und 29 Euro für den Graubündner Pinot Noir Jenins AOC aus den Volg Weinkellereien. In einer Blinddegustation mit einer unabhängigen Önologin, dem Palexpo-Repräsentanten, dem Präsidenten von Swiss Wine Promotion und Nicolas Bideau wurde weiter selektioniert. „Beim Blindtest hat mich das Qualitäts-Preisverhältnis überrascht“, berichtet Nicolas Bideau. Ein Favorit? „Als ich den Bündner Completer AOC degustierte, habe ich gewissermassen einen neuen Wein entdeckt. Eine wahre Freude.“

Getreide und Hülsenfrüchte

Während der diesjährigen Genusswoche ehrt das Label Fourchette verte die Getreide und Hülsenfrüchte, deren Vielfältigkeit, Geschmack und Nährwertdichte gerne vergessen gehen.

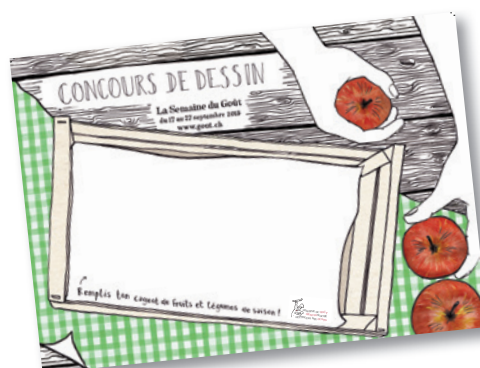
Text Blaise Guignard / Fotos DR

Bei Fourchette verte – dem Label, das seit 1993 ausgewogene Menüs in Kindertagesstätten, Schulmensen, Personalrestaurants und öffentlichen Betrieben fördert – weiss man, dass diese teilweise vergessen geratenen Lebensmittel sehr schmackhaft sein können und dass eine ausgewogene Ernährung die vielfältigen Farben des Lebensmittelangebots widerspiegelt. Schwarz, rot, braun, goldgelb, grün, weiss – alles ist vertreten und wird dieses Jahr von den Sektionen des Verbandes ins Rampenlicht gestellt.

„Hinsichtlich der Getreide beschränkt sich die Auswahl nicht auf Reis oder Teigwaren, ebenso wenig wie Hülsenfrüchte sich auf Linsen beschränken, bemerkt Murielle Gander, diplomierte Ernährungsberaterin und Koordinatorin von Fourchette verte Freiburg, schmunzelnd. Ziel ist es, die Kinder den Geschmack von Weizen, Dinkel, Hafer, Roggen, Gerste, Buchweizen, Hirse, Quinoa und auf Seiten der Hülsenfrüchte die unzähligen Bohnensorten, Gelberbsen, Kichererbsen, etc. entdecken zu lassen. Dadurch wird es einfacher, diese Produkte in die Basisernährung zu integrieren.“

Hülsenfrüchte eignen sich sehr gut als Basis für ausgewogene, schmackhafte und nährstoffreiche ebenso wie für preiswerte und regionale Menüs. Die Kombination von Getreiden und Hülsenfrüchten im selben Menü liefert für den Körper wertvolles Eiweiss – eine gute Alternative zu Fleisch. „Viele traditionell vegetarische Menüs basieren auf solchen Kombinationen, wie das Gemüse-Couscous“ bemerkt Murielle Gander.

Sowohl Hülsenfrüchte wie auch Getreide bieten eine wahre Alternative, die Möglichkeiten für grosse und kleine Gourmets eröffnet; um die zertifizierten Betriebe in der Gestaltung des Themas zu unterstützen, hat Fourchette verte ein pädagogisches Set mit Rezepten und Workshopideen kreiert und dieses an alle kantonalen Fourchette verte Sektionen verteilt. In Genf beispielsweise haben sich ungefähr 40 Kindertagesstätten, 100 Schulmensen und 25 Cafeterias der post-obligatorischen Ausbildung (FH, Universität, etc.) ins Zeug gelegt und vielfältige Variationen kreiert, um ihre Gäste „gluschtig“ zu machen. „Es ist eine Freude zu sehen, welchen zusätzlichen Aufwand die teilnehmenden Fourchette verte-Betriebe betreiben, um sogar neue Menüs zu kreieren,“ erläutert Marie-Pierre Theubet, Mitarbeiterin des kantonalen Gesundheitsdienstes für Kinder und Jugendliche und Ernährungsberaterin. Die Kinder selbst können ihrer Phantasie bei einem Malwettbewerb freien Lauf lassen und die Getreide und Hülsenfrüchte in allen Farben leuchten lassen. •



Zeichenwettbewerb auf der Website der Genusswoche: www.gout.ch

Gemüse- Couscous

Ein Rezept von Michel Thentz,
Präsident der Fourchette verte suisse
und Gesundheitsminister
des Kantons Jura



4 Personen
Vorbereitung 20 Min.
Kochzeit 60 Min.

- 2 gehackte Zwiebeln
- 1/2 TL frischer Ingwer, gerieben
- 160 g Kichererbsen, 12 Std. in Wasser eingeweicht und abgetropft*
- 150 g Rüebli, in 1 cm grosse Würfel geschnitten
- 200 g Zucchini, Kürbis oder Fenchel, in grosse Stücke geschnitten
- 1 Aubergine, in kleine Würfel geschnitten
- 3 Tomaten, in kleine Würfel geschnitten
- 1/2 TL Cayennepfeffer
- 2 TL Paprika
- 2 TL gehackte Koriander- oder Petersilienblätter
- 1-2 TL Harissa
- 2 TL HOLL- Rapsöl
- Salz, Pfeffer
- 450 g Couscous (mittelgross)
- 250 g Blanc battu

*für die schnellere Zubereitung können 400g Kichererbsen aus der Dose verwendet werden

Einen Couscous-Topf oder eine Bratpfanne verwenden.

Die Zwiebeln und den Ingwer mit dem HOLL-Rapsöl anbraten.

Die Kichererbsen, alle Gemüse, den Cayennepfeffer und den Paprika beifügen und pfeffern. Wer mag kann Sultaninen begeben.

250ml Wasser dazu giessen und 60 Min. leise köcheln lassen. Bei Bedarf Wasser nachgiessen. Falls nötig mit etwas Salz würzen. Wenn Kichererbsen aus der Dose verwendet werden, verkürzt sich die Kochzeit um ca. 20 Minuten.

Das Couscous separat oder im Sieb des Couscous-Topfs nach den Anweisungen auf der Verpackung zubereiten.

Für die Sauce 6 TL der Kochflüssigkeit in eine Schüssel geben und 1-2 TL Harissa hinzufügen. Gut umrühren und die Sauce separat servieren.

Das Couscous in einer Schüssel anrichten und die Gemüse in die Mitte geben. Mit dem Koriander oder der Petersilie bestreuen und mit dem Blanc battu servieren.

Die Caline® Ein göttliches Früchtchen

Text Manuella Magnin / Fotos DR



Ein Zufall der Natur hat uns im Süden der französischen Alpen eine Pflaume mit einem fantastischen Geschmack beschert. Christophe Marmy ist dem Charme der erstaunlichen Köstlichkeit verfallen. Jetzt wird sie auch in Noville im Kanton Waadt gezüchtet.

Vielleicht haben Sie sie letztes Jahr im August im Obstregal eines Supermarkts mit anderen Pflaumen wetteifern sehen. Wenn ja, ist sie Ihnen bestimmt wegen ihrer Form und Farbe aufgefallen. Wahrscheinlich hat sie Ihnen mit ihrem kleinen Aufkleber zugezwinkert und sich trotz ihrem ein kleines bisschen höheren Preis in Ihren Korb zu schmeicheln versucht. Falls Sie der Versuchung 2014 nicht erlegen sind: nach Lektüre dieses Artikels gibt es kein Zurück mehr. Die Caline® ist ein absolut einzigartiges Früchtchen. Schon Ihre Herzform ist unvergleichlich. Ihre zarte Haut schimmert von rotorange über tiefrot bis dunkelviolet. Ihr Geschmack könnte einem Heiligen zum Verhängnis werden. Wer eine Caline® anbeisst, macht nämlich eine völlig neuartige Geschmackserfahrung. Ihre Geschmackspalette wird mit jedem Bissen reicher, verströmt Aromen von Birne, Banane, Melone, Aprikose und natürlich Pflaume. Zudem verändert sich ihr himmlisches Parfum je nachdem, ob man sie mit oder ohne Haut verzehrt.

EIN LANGER WEG

Es hat lange gedauert, bis dieses Geschenk der Natur zu uns fand. Ohne einen glücklichen Zufall, eine hartnäckige Baumzüchter-Familie in der Drôme und die grenzenlose Begeisterung und feine Spürnase eines Christophe Marmy (den grossen Westschweizer Küchenchefs kein Unbekannter) wüssten wir bis heute nichts von ihr. „Diese Pflaume mit dem Engelherz fasziniert uns seit Jahren“, gesteht er. „Sie zu produzieren, auf den Markt zu bringen und für ihre Verbreitung zu sorgen war ein Abenteuer und ein Kraftakt!“

Alles begann mit einer Entdeckung auf einem Spaziergang in der Nähe eines alten Nonnenklosters aus dem 11. Jh. in Vernaison in der Drôme. Laurent Clut, ein Botaniker aus Leidenschaft, sammelt dort regelmässig Obstkerne, pflanzt sie bei sich an und pflöpft die jungen Triebe später auf andere Obstbäume auf. Als 2003 die berühmte Pflaume mit dem himmlischen Geschmack auftaucht, sind alle begeistert.

„In den ersten Jahren haben wir sie als Pflaume verkauft, dann aber wegen ihres besonderen Geschmacks und ihrer Textur beschlossen, sie mit einem eigenen Namen einzutragen“, erinnert sich Christophe Marmy.

VON DER DRÔME NACH NOVILLE

Die 6 Baumzüchter produzieren jährlich über hundert Tonnen Caline®, die in Frankreich, in der Schweiz und in Italien verkauft werden. Im vergangenen Jahr haben die ersten Caline®-Pflaumenbäume, die vor drei Jahren in Noville im Kanton Waadt angepflanzt wurden, erste Früchte getragen. „Es war hart“, verrät der HFL-Chef. „2013 waren die Bäume vom Hagel beschädigt. Aber wir hielten durch und es hat sich gelohnt. Dank dem Know-how und dem ausdauernden Engagement talentierter Baumpfleger konnten wir in Noville letztes Jahr rund 2500kg Caline® ernten.“

EINE „SAUBERE“ FRUCHT

Die Caline® aus Noville trägt die Labels von SwissGAP und ÖLN. Unabhängige Stellen kontrollieren und zertifizieren die Obstplantagen regelmässig. Im Handel werden sie zudem auf Rückstände überprüft. Die Zertifizierung erfolgt auf dieser Stufe und Verbraucher können SwissGAP-Produkte erst danach kaufen.

Die Caline® ist zwar nicht bio-zertifiziert, wird aber so natürlich wie möglich behandelt und nach den Grundsätzen des integrierten Pflanzenschutzes (ÖLN) gepflegt.

Dieses Jahr dürften 200 Tonnen der aussergewöhnlichen Früchte auf den Markt kommen, in der Schweiz hauptsächlich bei Manor, Culturefood und Migros Wallis und in Frankreich bei Grand Frais. Davon kommen 12 Tonnen aus Noville. Mit dem

exquisiten Caline®-Nektar und dem ebenfalls köstlichen Sorbet des grossen Maître Glacier Paolo Gervasi aus La Conversion lässt sich der Genuss jedoch über das ganze Jahr ausdehnen.

ANIMATIONEN

Von den geschmacklichen Vorzügen der Caline® überzeugt, haben zwölf Betriebe des Gemeinschaftsverpflegungsunternehmens SV Schweiz beschlossen, eine Kampagne für sie zu veranstalten. Die Betriebe werden Flyer mit einem Rezept mit der Caline®-Pflaume und Tablett-Sets mit ihrer Abbildung erhalten. Ihre Kunden werden sie ausserdem in Schalen kaufen und mitnehmen können, um die Rezepte zuhause auszuprobieren. Die grösste Animation wird am 8. September im Bahnhofrestaurant SBB Lausanne Voyageurs stattfinden.

Christophe Marmy wird von 11 bis 14 Uhr an einem Präsentationsstand anwesend sein, wo eine Sorbet- und Nektardegustation organisiert wird. •



DER NEKTAR

Für Geniesser ist es kein Saft wie ein anderer, es ist ein Hochgenuss. Der im Wallis abgefüllte Caline®-Nektar wird zum Preis von Fr. 5.95 pro 5dl verkauft. Sein Geschmack variiert je nach Zuckergehalt der Frucht und Erntejahr. Deshalb wurde beschlossen, ihn wie einen Wein mit einem Jahrgang zu versehen.

DAS SORBET

Das Caline®-Sorbet ist ein „Haute Couture“-Produkt. Seine Komposition wurde Paolo Gervasi anvertraut, dem Glacé-Meister aus La Conversion. Dem Frucht-Püree werden Zuckersirup und kleine Stückchen getrockneter Caline® zugesetzt. Demnächst soll auch eine Caline®-Glacé mit Schafmilch von La Brebisane® in Puidoux in den Verkauf gelangen.



begleitet Sie in der 
Genusswoche 2015!



 www.facebook.com/reitzelsuisse



REITZEL (SUISSE) SA | ROUTE D'OLLON 14/16 | CH-1860 AIGLE | WWW.HUGOREITZEL.CH

Caline®-Millefeuille mit Eisenkraut von Martial Stoky

Rezept vom Martial Stoky



4 Personen
Vorbereitung 45 Min.
Kochzeit 10 Min.

FÜR DEN BLÄTTERTEIG

- 1 rechteckig ausgewallter Blätterteig

Den Blätterteig im auf 185°C vorgeheizten Ofen zwischen zwei mit Backtrennpapier belegten Blechen 10 Min. backen. Das obere Blech entfernen. Auf einem Gitter auskühlen lassen und in gleichmässige Rechtecke schneiden. Beiseite stellen.

FÜR DIE GEKOCHTE CREME

- 2dl Milch
- 2 Eigelb
- 35g Zucker
- 20g Mehl
- 1 Gelatineblatt
- 2g wohlriechendes Eisenkraut

Die Milch zum Kochen bringen und das wohlriechende Eisenkraut darin ziehen lassen. Eigelb mit Zucker und Mehl verrühren. Die Milch zu dieser Mischung giessen und wie eine Vanillecreme verarbeiten. Das eingeweichte und ausgedrückte Gelatineblatt in die 60°C warme Creme einrühren und in eine Form giessen.

Kühl stellen und kalt in regelmässige Rechtecke schneiden, wie für eine Cremeschnitte.

FÜR DAS CALINE®-GELÉE

- 200g Caline®-Püree, 10% gezuckert
- 100g Zucker
- 10g Pektin

Alles zusammen zum Kochen bringen, danach in eine Form giessen. Abkühlen lassen und kalt in gleichmässige Rechtecke schneiden.

FÜR DAS CALINE®-COULIS

- 200g Caline®
- 20g Zucker
- 1 EL Zitronensaft

Alles zusammen kalt mixen, durch ein feines Sieb passieren.

FÜR DEN CALINE®-SIRUP

- 200g Caline®
- 100g Zucker
- 200g Wasser
- 1 EL Zitronensaft
- 2-3 wohlriechende Eisenkrautblätter
- 1 Vanilleschote

Mit dem Zucker, dem Wasser, dem wohlriechenden Eisenkraut und der aufgeschnittenen Vanilleschote einen Sirup zubereiten. Die Caline®-Früchte in regelmässige Spalten schneiden. Die Spalten in Vanillesirup pochieren und auskühlen lassen.

ZUM AUFSCHICHTEN BRAUCHT ES

- gebackene Blätterteig-Rechtecke
- Limonenzesten
- geschälte Pistazien
- Eisenkrautblätter

Das Millefeuille in Lagen wie auf der Abbildung aufschichten. Mit den pochieren Caline®-Spalten, ein paar Eisenkrautblättern, den Limonenzesten, Pistaziensplittern und dem Caline®-Coulis beenden.

Das Grillpoulet

Immer ein beliebter Genuss

Text Manuella Magnin / Fotos Corinne Sporrer

Schliessen Sie die Augen und schnuppern Sie! Kennen Sie diesen Duft? Weckt der vertraute Wohlgeruch eines Grillpoulets Kindheitserinnerungen? Läuft Ihnen das Wasser im Mund zusammen? Na, dann ab an den Herd und ans grosse Schneidebrett! Für das kunstvolle Garen eines Hahnhchens verrät uns Florence Porignon, die Küchenchefin der Table d'Edgard im Lausanne Palace, ihre Geheimnisse. Beginnen Sie damit, Ihr ausgenommenes, gerupftes und abgetrocknetes Poulet mit einer Mischung von Gewurzkurtern und zwei zerstoßenen Knoblauchzehen zu füllen. Salzen und pfeffern Sie es. Erhitzen Sie etwas gutes Olivenöl in einer Pfanne. Lassen Sie die Schenkel 15 Minuten

lang Farbe annehmen. Damit sie richtig in der Pfanne liegen, stützen Sie das Hahnhchen mit einem Kartoffelstuck ab. Diese Etappe ist wichtig. Die Schenkel brauchen länger, um zu garen. Wenn Sie Florences Anweisungen folgen, vermeiden Sie es, die zarteren Teile zu lange zu kochen und auszutrocknen. Heizen Sie den Ofen auf 180°C vor. Geben Sie das Poulet hinein und lassen Sie es während einer Stunde garen, wobei Sie es alle zehn Minuten begiessen. Der F&B-Manager des Lausanne Palace, Jean-Louis Foucqueteau, steht mit seinem Werkzeug bereit und zeigt uns Schritt für Schritt, wie das Poulet tranchiert wird. Jetzt muss es nur noch verzehrt werden. Guten Appetit!

1 – Das Poulet mit einer Gabel und einem scharfen Messer auf einem Schneidebrett bereitlegen.

2 – Das Poulet auf die Seite legen. Die Gabel in den Schenkel einstechen.



3 – Unter dem Schenkelknochen einschneiden.

4 – Mit der Gabel den Schenkel nach links ziehen, ohne ihn zu zerreißen. Mit dem Messer ganz durchschneiden und darauf achten, die Haut nicht zu verletzen. Mit dem zweiten Schenkel auf dieselbe Weise verfahren.



DIE SCHWEIZER LIEBEN GEFLÜGEL

11,42 kg Geflügel hat der Durchschnittsschweizer 2013 verzehrt. Proviande, die Branchenorganisation der Schweizer Fleischwirtschaft, hat festgestellt, dass die Vorliebe für das Federvieh mit dem weissen Fleisch von Jahr zu Jahr wächst.

Die Schweizer Produzenten können etwas mehr als 54% der einheimischen Nachfrage abdecken. Die restlichen 46% werden hauptsächlich aus Brasilien, Deutschland, Frankreich und Ungarn importiert.

Die besten Poulets sind die langsam wachsenden Freilandhühner, wie etwa das Greyerzer Nackthalspoulet mit dem Label Cou Nu Noir (80 Tage Aufzucht), die vom Culinarium zertifizierte Ribelmais-Poularde aus Mörschwil SG oder Poulets mit dem Bresse-Label.

IP-SUISSE

Wie bei allen Lebensmitteln empfiehlt es sich, auf Qualität statt auf Quantität zu setzen. Die etwas günstigeren IP-Suisse-Poulets (aus integrierter Produktion), die am Marienkäfer auf der Verpackung erkennbar sind, stehen in der Gunst der Verbraucher ebenfalls hoch. Sie werden nach sehr strikten Normen gehalten, mit 100% Schweizer Getreiden und ohne GVO oder tierische Fette gefüttert und haben Anspruch auf „RAUS“, auf regelmässigen Auslauf im Freien.

Die Pouletmastbetriebe werden regelmässig kontrolliert. Das Bundesamt für Landwirtschaft erlaubt nur 30kg Poulets pro m² – gegenüber 50kg in der Europäischen Union.

5 – Mit der Messerspitze vom oberen Ende der Brust bis zum Flügelgelenk einschneiden.

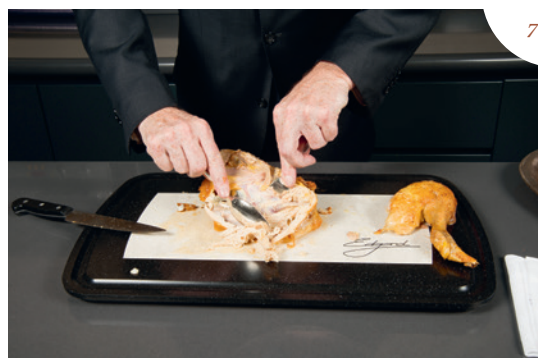


5

6 – Mit der Gabel das Brustfilet abheben. Mit dem Messer nachhelfen, um die Haut nicht zu zerreißen. Mit der zweiten Brust auf dieselbe Weise verfahren.



6



7

7 – Das Fleisch mithilfe eines Löffels und einer Gabel ablösen.



8

8 – Nach dem Ablösen der Flügel mit dem Löffel die Innen- oder Minifilets ablösen.

Kaltes Poulet „Ceviche“

Rezept vom Manuella Magnin



4 Personen
Vorbereitung
20 Min.

- 300g Poulet-Reste (ideal ist Brustfilet)
- 1 nicht zu scharfe rote Chilischote
- 1 rote Zwiebel
- Körner eines gekochten Maiskolbens
- 3 Scheiben Süsskartoffel, gewürfelt
- 1 Bund Koriander
- 6dl Limonensaft
- 3 cm Ingwer
- 3 Knoblauchzehen
- 1 TL Salz
- ein Schuss Milch
- ½ dl Fischfumet
- 3 Eiswürfel

Haut vom Poulet entfernen. Das gekochte Fleisch in feine Lamellen schneiden.

Die Zwiebel mit der Mandoline in Scheiben schneiden.

Die Chilischote in Würfelchen schneiden. Die Hälfte des Korianders mit dem Limonensaft, dem Ingwer, dem Knoblauch, dem Salz, dem Fischfumet, einem Schuss Milch und 3 Eiswürfeln in den Mixer geben. Alles zu einer homogenen Flüssigkeit mixen.

Das Poulet mit den Maiskörnern, den Süsskartoffel- und Chiliwürfeln, der Zwiebel und dem feingehackten restlichen Koriander vermischt in tiefen Tellern anrichten.

Die Hälfte der Flüssigkeit über das Poulet giessen und es als leichte, erfrischende Vorspeise servieren. Die restliche Flüssigkeit lässt sich im Kühlschrank mehrere Tage aufbewahren, um zum Beispiel ein Fischcarpaccio zu würzen.

Salziger Vullykuchen

Rezept vom Verband
der Waadtländer Bäuerinnen,
Gruppe von Constantine

8 Personen
Vorbereitung 20 Min.
Kochzeit,
15-20 Min.



FÜR DEN TEIG

- 1 kg Mehl
- 4 TL Salz
- 7-8 dl Milch
- 40 g frische Hefe
- 100 g Butter
- 40 g Schmalz

Mehl und Salz mischen. In der Mitte eine Vertiefung formen. Die Hefe in 1 dl Milch auflösen. Die restliche Milch erwärmen. Die Butter und den Schmalz dazugeben und schmelzen lassen, ohne zu kochen. Die aufgelöste Hefe in die Hälfte der Milch-Buttermischung rühren. Auf das Mehl giessen und sanft ein paar Minuten kneten. Nach und nach die restliche Flüssigkeit dazugeben und rund 10 Minuten kneten, bis ein glatter, geschmeidiger Teig entstanden ist.

Zugedeckt rund 30 Minuten an einem vor Zugluft geschützten Ort aufgehen lassen.

Den Teig in vier gleich grosse Portionen teilen und diese auf gefettete Bleche verteilen, ohne Mehl dazuzugeben. Noch einmal eine Stunde lang ruhen lassen.

Die Teigränder mit zwei Fingern zusammendrücken und abwechselnd nach innen und aussen ziehen, sodass rundherum ein regelmässiges Zackenmuster entsteht. Den Boden mit einer Gabel mehrfach einstechen.

FÜR DEN BELAG

- 3,5 dl Doppelrahm
- 600 g Speckwürfel
- Kümmel
- Salz

Etwa zwei grosse Suppenlöffel Doppelrahm auf dem Boden bis an den Rand des Zackenmusters verteilen. Mit Salz bestreuen. Ein bis zwei Handvoll Speckwürfel darüber verteilen und nach Belieben mit Kümmel bestreuen.

Den Ofen auf 230°C vorheizen und jeden Kuchen 15 bis 20 Minuten backen. Die Backzeit kann je nach Mehltyp unterschiedlich sein. Am besten mit Ober- und Unterhitze backen, die den Teig nicht austrocknet und ihn luftig und weich erhält. Die Kuchen müssen nur leicht goldfarbig werden. Lauwarm serviert schmecken sie am besten.

Die Charta

Wozu eine Genusswoche?

Wir nehmen uns immer weniger Zeit zum Essen. Unsere Lebensmittel werden zunehmend standardisiert. Viele junge Leute und Kinder kennen den Geschmack unserer traditionellen Produkte nicht mehr. Der Genuss verdient es, im Alltag wieder einen Platz zu finden. Die Genusswoche soll zu Veranstaltungen ermuntern, welche die Freude am Essen, an Qualitätsprodukten, an der Geselligkeit rund um die Tafel und an der handwerklichen Produktion fördern.

Ziele und Ethik der Genusswoche

Die Genusswoche ist Teil einer Initiative zur nachhaltigen Entwicklung und zur Erhaltung des kulinarischen Erbes. Die Veranstaltungen der Genusswoche spiegeln den Reichtum des Geschmacks und alles dessen, was mit einer genussvollen Ernährung zusammenhängt – einer Ernährung mit Produkten, bei denen der Mensch, der sie herstellt oder verarbeitet, und die Gegend, aus der sie stammen, noch eine Bedeutung haben. Diese Veranstaltungen sollen dazu einladen, zum Essen mit anderen zusammen zu kommen, und sich bewusst zu werden, dass wir beim Essen Kräfte schöpfen und geniessen.

Schirmherr / Schirmherrin

2015	Paolo Basso
2014	Carlo Crisci
2013	Vréni Giger
2012	Gérard Rabaey
2011	Martin Dalsass
2010	Philippe Rochat
2009	Marie-Thérèse Chappaz
2008	André Jaeger
2007	Georges Wenger
2006	Irma Dütsch
2005	Fredy Girardet

Die Genusswoche möchte:

- Die Vielfalt der Geschmäcke und Ernährungskulturen bekannt machen.
 - Den Austausch unter den Angehörigen der Ernährungsberufe fördern.
 - Das Interesse der jungen Generation am genussvollen Essen wecken.
 - Die Konsumenten für die Qualität und die Saisonabhängigkeit der Produkte sensibilisieren.
 - Dem handwerklichen Können Anerkennung verschaffen.
 - Die gesunde Ernährung fördern.
 - Das Ansehen von Qualitätsprodukten und das Interesse an ihnen stärken.
 - Kulinarische Traditionen erhalten und zu Innovationen anregen.
 - Die häusliche Kochkunst neu beleben.
- Die Genusswoche richtet sich an Kinder, junge Leute, Männer, Frauen, Familien, Lehrpersonen und an alle, die gern essen und Qualitätsprodukte kennen lernen wollen, die sich zum Degustieren und Geniessen Zeit nehmen und sich um ihre Umwelt und ihre Gesundheit kümmern wollen.

Jeder Veranstaltungsorganisator verpflichtet sich:

- Eine besondere Veranstaltung zu kreieren, um ein Produkt, ein Rezept, ein Know-how oder die Geselligkeit am Tisch zu fördern.
- Mit Qualitätsprodukten zu arbeiten.
- Der Veranstaltung nach Möglichkeit eine pädagogische Dimension zu geben.



SEMAINE DU **GOÛT**
GENUSSWOCHE
• SETTIMANA DEL **GUSTO**

QUALITÄTSKOMITEES

Abplanalp Lucienne	Enseignante	Gay Madeleine	Oenologue		
Allenspach Andreas	Komitée Ostschweiz	Gex Philippe	Gouverneur du Guillon		
Alcala Thomas et Eleuterio	Affineurs de jambons	Geyer Jean-Luc	Cuisinier chef		
Amrein Olivier	Epicurien	Gianettoni Claudio	Presidente GLATI		
Auf der Maur Jost	Journalist	Gollner Edgar	Slow Food		
Ayer Pierre-André	Cuisinier chef	Gottraux Martial	Slow Food		
Bachmann Christophe	Apiculteur	Graff Noémie	Vigneronne		
Baeriswil Bertrand	Président Slow Food Fribourg	Grandi Paolo	Sociogastronomo		
Baermann Peter	Cuisinier chef	Guidoux Serge	Pêcheur		Ott Lukas
Bailly Martine	Agence d'information agricole Agir	Guignard Philippe	Cuisinier chef		Stadtpräsident Liestal
		Haenni Frédéric	Gastro-Vaud		Vigneron
Barthassat Luc	Pays romand pays gourmand	Hamdaoui Mohamed	Journaliste		Paganel David
Beausoleil Denis	Directeur de Genève-Terroir	Hauser Muriel	Gastro-Fribourg		Pasotti Marco
Benedetti Marc	Journalist	Helg Pepi	Gastro-Vaud		Pedrioli Elena
Bessire Jean-Marc	Cuisinier chef	Heyraud Marc	Slow Food		Pesce Alessandro
Bezençon Nicolas	Uniterre	Higgi Michael	Professeur d'université		Pfaff Rolf-Peter
Biennerth Martin	Sennerei Andeer	Hobmeier Elsbeth	Slow Food Ostschweiz		Pfarrer Raphael
Bissegger Meret	La cucina naturale	Hofmann Anna	Chefredaktorin		Pfister Richard
Blanc Daniel	Restaurateur	Humbel Lorenz	Slow Food		Pfister Thomas
Blanc Roland	Restaurateur	Imhof Paul	Brennerei		Philippona Jean-Nicolas
Blaser Max	Maître boucher le Cochon d'Or	Jaques-Dufour Martine	Journalist		Produits du Terroir du Pays de Fribourg
Boillat Olivier	Fondation rurale interjurassienne	Jenni Martin	Fondation Promotion du Goût		Piazzoli Brigitte
		Joris Jean-Maurice	Journalist		Responsable del servizio alberghiero del EOC
Boisseaux Stéphane	Chercheur	Joss Nicolas	Cuisinier chef		Consulente SMPPC
Bolay Charles-Bernard	Président Uniterre Vaud	Jost Esther	Office des vins vaudois		Gastro Jura/Jura-Bernois
Böniger Daniel	Journalist	Juillerat Edy	Coordnatrice Fourchette Verte		Producteur de film
Bosia Luigi	Giornalista	Kalandranis Gianni	Restaurateur		Raboud Isabelle
Boverat Jean-Louis	Finale Jeunes Confiseurs	Kaufmann Franz	Cuisinier chef		Raboud Marie-Joséph
Bovier Edgard	Cuisinier chef	Kilcher Lukas	Winzer		Ravet Bernard
Bratschi Isabelle	Journaliste	Klein Bernard	Landwirtschaftliches Zentrum Ebenrain		Rembault Necker Edmée
Briguet Conrad	Ecole d'Ingénieurs de Changins	Kondratowicz Frederik	Chimiste cantonal		Reynaud-Bestenheider Franck
		Kotarski Nathalie	Cuisinier chef		Riedi Rainer
Brunier Alain	Directeur général EHG	Kunkler Evelyne	Epicuriels		Rochat Michel
Buchwalder Florian	Biohof	Labrosse Serge	Ambassadrice Prosper Montagné		Rod Christophe
Buss Pierre-Emanuel	Journaliste	Lafarge Patricia	Cuisinier chef		Rosset Patrick
Cassis Ignazio	Medico	Lampart Reto	Présidente de la Semaine du Goût VS		Roversi Alessandra
Castella Romain	Produits du Terroir du Pays de Fribourg	Lehmann Daniel	Cuisinier chef		Rueggsegger Elisabeth
		Lehmann Tania	Restaurateur		Rupprecht Knut
Cerf Cédric	Ch. mission Ville de Delémont	Leuba Sabine	Coordnatrice Fourchette Verte		Ryser Dominique
Chenaux Serge	Cuisinier chef	Leuenerberger Ueli	AOP/IGP		Said Bucher Yasmina
Chevrier Philippe	Cuisinier chef	Liechti Walter	Conseiller national, enseignant		Savary Géraldine
Comte Claude Victor	Oenophile	Lischetti Isabella	Slow Food und Telebasel		Schaub Silvia
Conconi Davide	Direttore Ticinowin	Lonati Bernard	Insegnante e consulente per la refezione USC		Schindler Ingrid
Cornut Didier	Oenologue	Lonati Chantal	Cuisinier chef		Schlager Aloïs
Cosandey Anne-Sophie	Restauratrice	Longet René	Restauratrice		Schlumpf Annagret
Couplan François	Ethnobotaniste	Luminati Cassiano	Expert en développement durable		Schlup Michel
Cramer Robert	Président Fondation Promotion du Goût	Magnin Manuela	Regione Valposchiavo		Schmid Heinz
		Marbach-Jund Theresia	Journaliste		Schmitz Martin
Crettenand Gilles	Addiction Valais	Margot Laurence	Das Beste der Region		Schneider Yvan
Crettenand Nicolas	Valais-Wallis Promotion	Marmy Françoise	Fourchette verte Vaud		Schnyder Eliane
Cruchoen Raoul	Vigneron		Spécialiste des plantes sauvages		Schorderet Nicolas
de Courten Didier	Cuisinier chef	Martin Benoît	Gastronomie à domicile		Schorderet Marie-Laure
Décotterd Stéphane	Cuisinier chef	Massy France	Journaliste/vins		Schröter Melina
De Schepper Werner	Journalist	Mathier Diego	Vigneron		Schwab Franziska
Doerig Eschler Gaby	Ing. Agr. ETH	Mathieu Bruno	Paysan-horloger		Schwarzenbach Hermann
Domeniconi Guiseppa	Slow Food	Mayor Jean-Philippe	Ecole de Changins		Semmler Karin
Droz Louis	Epicurien	Meier-Schmid Brigitte	Gastro Suisse		Simon Jean-Charles
Dufaux Daniel	Président des oenologues suisses	Mégroz Michèle	Gastronomin		Soldati Jean-Marc
		Meldem Martine	Association des Marchés paysans		Spengler Simon
Dumoulin Frédéric	Vigneron-encaveur	Meo Nathalie	Thurgau Tourismus		Stangl Michel
Duttweiler Jacques	Fromager	Merlo Luca	Ristoratore		Steiner Thomas
Eggimann Tobias	Baselland Tourismus	Meystre Gilles	Gastro Vaud		Storni Roberto
Emery Jean-Marc	Notaire	Miller Christina	Redaktion und Übersetzungen		Suter Massimo
Ewald Jürg	Slow Food	Moginier David	Journaliste		Suter Pierrick
Fabbi Sidonie	Fourchette verte et Service de santé de la jeunesse	Monnerat Philippe	Gastronome		Tarnowski David
Fabbi Sébastien	Secrétaire Général Swiss Wine	Montangero Stéphane	Fédération Fourchette Verte Suisse		Tenca Piero
Favre Laurent	Chambre neuchâteloise d'agriculture	Moresi Gianni	Presidente del CF dell'EIC di Changins/VD		Tettamanti Francesco
		Morgenthaler Laurent	Cuisinier		Thomas Pierre
Fazan Daniel	Journaliste	Morier-Genoud Patrick	Journaliste		Thüring Georges
Feier Eveline	Schweiz Tourismus	Mottini Donato	Commerçant		Tièche Maryline
Felley Pierre-Yves	Chambre valaisanne d'agriculture	Moulin-Roth Catherine	Alimentation et Mouvement		Tisserand Philippe
		Mozzini Elena	Sommelier e idrosommelier		Truffer Alexandre
Fetz Gion Martin	Swiss School of Tourism and Hospitality	Müller-Tschirky Josef	Président Gastro St. Gallen		Valpiani Marco
		Müller Irene	Organisatrice		Violler Benoît
Fléury Louis	Spécialiste viande séchée	Munoz Tania	Domaines Ville de Lausanne		Von Felten Albi
Fléury Mathieu	Secrétaire général de la FRC	Naef Ruedi	Chefredaktor		Vuillamoz José
Flückiger Stefan	Hochschule Angewandte Wissenschaften	Nyffeler Regula	Geschäftsführerin Schützenstube		Vuillaume Blaise
		Orrù Tiziano	SSAT Bellinzona		Wagner Véréna
Forel Olivier	Musicien	Orsat Auguste	Epicurien		Walz Thierry
Frehner Rita	Projektleiterin	Orsat Evelyne	Chargée d'enseignement, diététicienne		
Freymond Diane	Chef à domicile				Wannaz Gilles
Frôté Claude	Cuisinier chef				Wilhelm Peter
Fromm Georg	Winzer				Wunderlin Donnik
Fuchs Fabian	Cuisinier chef				Wyss Katia
Gabriel Suzanne	Prométeure vaud				Zahno Bertrand
Gallais Véronique	Marchande de thé				Zbinden Véronique
Galli Novella	Slow Food Genève				



**JACQUES
DUTTWEILER**
FROMAGES DE QUALITÉ
Présent aux marchés de Lausanne et Vevey

SIÈGE 1410 Thierrens
T. 021 905 68 78
F. 021 905 68 79

Château de Prangins. MUSÉE NATIONAL SUISSE.



Déjeuner sur l'herbe

dimanche
27 septembre 2015
10.00 – 17.00
entrée libre

Musée national suisse | Château de Prangins
Av. Général Guiguer 3 | 1197 Prangins | +41(0)58 469 38 90



FONDATION
DE
VERDEIL
Prestataire de pédagogie spécialisée

La culture passe aussi par le goût

« Apprendre, créer, se dépasser, au menu des ateliers, des saveurs qui raviront toutes les papilles des élèves de la Fondation de Verdeil. »

La cuisine, un bien pour tous!



svrestaurant

SVRestaurant et Culturefood s'associent
à l'occasion de la semaine du goût,
pour la formation du
" bien manger " de notre jeunesse



Culturefood
quand l'appétit va ...

www.sv-group.ch - www.verdeil.ch - www.culturefood.ch

«Le salon du bon goût»

**SLOW
FOOD
MARKET**

13 – 15 novembre 2015
MESSE ZÜRICH | Halle 9

www.slowfoodmarket.ch

Ve 12h - 21h, Sa | Di 10h - 19h



Promoteur et partenaire :

Slow Food'CH

Presenting sponsor :



Partenaire médias :

Sonntagszeitung

UNIKAT



SUISSE GARANTIE Schweiz. Natürlich.

«Wann findet der Tag des Apfels statt?»

«Am 18. September 2015!»



www.swissfruit.ch
Facebook: swissfruit

plaisirs GASTRONOMIE & VOYAGES

CHRISTINE BÜHLER TOKYO LE MEILLEUR CHOCOLAT... SUISSE OU BELGE? L'ASPERGE... À TOUTES LES SAUCES!

LES SUISSES À TABLE!

PLAISIR C'est offrir... c'est recevoir. Le plaisir est sûr, une garantie de plaisir qui fait le plaisir de faire et de se faire plaisir, et que l'achat est un plaisir. Ça, c'est le plaisir, pour tous les jours, pour tous les moments de la vie. Le plaisir est sûr, une garantie de plaisir qui fait le plaisir de faire et de se faire plaisir, et que l'achat est un plaisir. Ça, c'est le plaisir, pour tous les jours, pour tous les moments de la vie.

face au chocolat belge

Abonnez-vous!

plaisirs GASTRONOMIE & VOYAGES Fondé en 1956

Abonnez-vous ou offrez un abonnement de 1 an au prix de Fr. 80.- plus Le Guide La Suisse Gourmande

Plaisirs Gastronomie & Voyages
Ch. de la Plage 12 • 2072 Saint-Blaise
Tél. 032 841 72 53
www.plaisirmagazine.ch

*Le magazine qui fait saliver...
...de bonheur!*

Mein Gesundheitsvorsprung:
Komplementär
Gesund versichert



www.egk.ch

Die EGK steht für gleiche Chancen bei Schul- und Komplementärmedizin. Wir beraten Sie individuell. Verlangen Sie eine Offerte, rufen Sie uns an: EGK-Gesundheitskasse, T 061 765 51 11

Aarau | Basel | Bellinzona | Bern | Chur | Laufen | Lausanne | Luzern | Solothurn | St.Gallen | Zürich



Fourchette verte

Das Label der ausgewogenen Ernährung



das Label der ausgewogenen Ernährung
Fourchette verte

Fourchette verte wird unterstützt von Gesundheitsförderung Schweiz und den Kantonen

www.fourchetteverte.ch

UNSERE PARTNER:



MIT DER UNTERSTÜTZUNG
DER KANTONE:



IMPRESSUM

Journalisten

Pierre-Emmanuel Buss, Sophie Dorsaz,
Flavia Giovannelli, Blaise Guignard,
Esther Kern, Manuella Magnin,
France Massy, Alessandro Pesce,
Stephanie Rebonati, Knut Schwander,
Véronique Zbinden.

Grafik

Formaz – Andenmatten,
Marika Zisyadis.

Übersetzungen

Monica Fiorini, Christina Miller,
Jean-Pierre Ammon, Régine Buxtorf.

Herausgeber

Fondation pour la Promotion du Goût
Avenue Dapples 21/CP 99

1001 Lausanne
Tel. 021 601 58 03

www.gout.ch
contact@gout.ch
presse@gout.ch
sponsoring@gout.ch

Leitung

Catherine David
Redaktion und Koordination
Manuella Magnin

Herausgeber

Fédération romande des
consommateurs
CP 6151, Rue de Genève 17
1002 Lausanne
Tel. 021 331 00 90
frc.ch / info@frc.ch

Leitung

Laurence Julliard

Auflage

120'000 Ex.

Druck

IRL plus SA
Chemin du Closel 5
CH-1020 Renens



Le livre
sur/
les quais.



Fondation suisse pour
la diversité patrimoniale
et génétique liée aux
végétaux et aux animaux

SALINE DE BEX
DEPUIS 1554



SEL DES ALPES 

Das Schweizer
Spitzensalz

Der Geschmack der Alpen.



Sel des Alpes kommt aus dem Herzen der Waadtländer Alpen direkt auf Ihren Teller. Das rundum authentische Spitzensalz wird nicht nur umweltschonend hergestellt, sondern lässt auch jedes Gericht zu einem Gedicht werden.

seldesalpes.ch



Offizieller Partner:

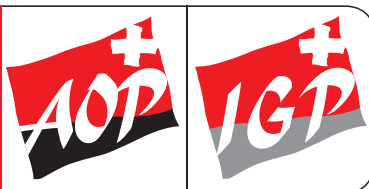




Die Wurzeln das Handwerk der Charakter

Eine AOP- oder IGP-Spezialität wählen, heisst vor allem Genuss erleben. Gleichzeitig das traditionelle Handwerk und die nachhaltige Landwirtschaft fördern. Die Schweizer AOP und IGP-Produkte gehören zum reichen kulinarischen und kulturellen Erbe unseres Landes.

Schweiz. Natürlich.



Appellation d'origine protégée / Indication géographique protégée

www.aop-igp.ch



www.facebook.com/aopigp