

gout.ch

gut für Mensch, Tier und Umwelt

Zürich

Genussregion 2026

Zineb Hattab

Patin der Genusswoche 2026

AOP-IGP

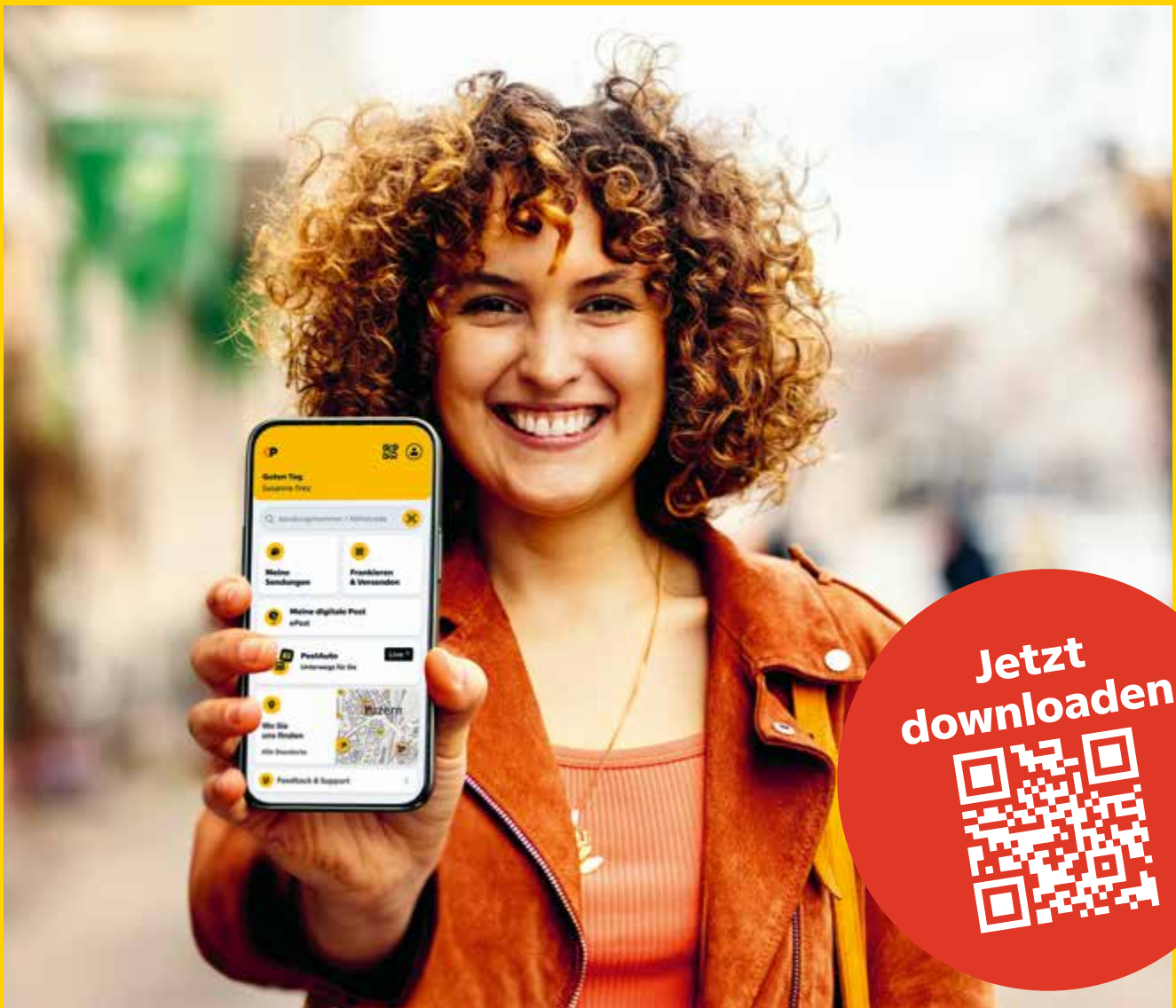
Das Qualitätszeichen

Nr. 16



Entdecken Sie das
Programm und gewinnen
Sie einen Aufenthalt mit
Agritourismus Schweiz





Auf der Suche nach deinem Paket?

Zum Glück gibt's die Post-App.

Die Post macht's möglich.



Die Zürcher Genusswelt

Auf zur Genussregion Zürich 2026	6
Zineb Hattab, Genuss-Patin der Schweizer Genusswoche	10

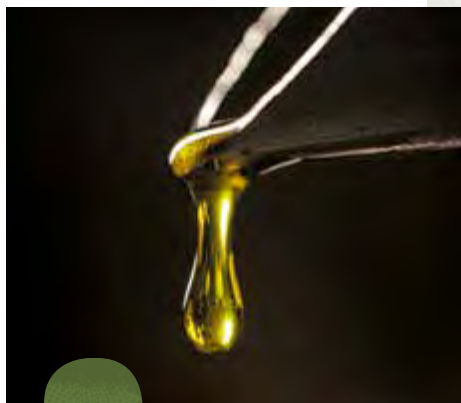


Genuss mit Tradition

AOP-IGP: Eine Erfolgsgeschichte	14
Fokus auf das Label « Fait Maison »	19
Die Sprache der Aromen	21
Swiss Cheese Awards, das Paradies für Käseliebhaber	25
Der Chasselas erobert die Welt	28
Claude Frôté, Kulinarisches Ehrenmeritum	30
Alpenprodukte auf Erfolgskurs	31
Alp'26: Bühne frei für die Produzenten	34
Ferien auf dem Hof	35
Die Rheinwaldziege, Viamala's neue Botschafterin	36

Milch in all ihren Facetten

Mehr als nur Milch	39
Label « Simmentaler Original » : Genuss an erster Stelle	42
Der Genuss für zwischendurch	45
Wo Kühe zu Hause sind	47
Die Erfolgsgeschichte der Laiteries Réunies Genève	51
Lösungen bei Allergien und Intoleranzen	55
Neues von unseren Partnern	59



Genuss im Wandel

Zwischen Rebstock und Olivenhain	60
Zu Besuch beim Teamaster von Chanoyu	64
BE WTR hebt Wasser auf Gourmetniveau	67
Die Salinen von Bex neu entdecken	69
Mathieu Bruno, die neue Handschrift im Stamm von QoQa	72
Delta, Kaffee mit Charakter	75
Die Puffbohne erobert den Tisch	79
BioVino erfindet sich neu	83
verwurzelt® zurück in den Boden	84

Bücher und Filme	87
Charta der Schweizer Genusswoche	89
Partner und Impressum	90

Eine kulinarische Entdeckungsreise durch die Schweiz!

Seit 26 Jahren verbindet die Schweizer Genusswoche das Land mit Hunderten inspirierenden Events.

Treffen Sie passionierte Produzentinnen und Produzenten, geniessen Sie Menüs von Spitzenköchinnen und -köchen und entdecken Sie die Vielfalt, die unsere Esskultur so einzigartig macht. Sorgen Sie sich um die Zukunft unserer Ernährung? Oder möchten Sie einfach Freude am Genuss teilen?

Scannen Sie den QR-Code...

...um das Programm zu entdecken und Ihre eigene kulinarische Route zu gestalten.

♥ vom 17. bis 27. September 2026



Unterstützen Sie die Stiftung Fondation pour la promotion du Goût

Die Stiftung* engagiert sich in der ganzen Schweiz für eine lebendige, genussvolle Esskultur, die fair ist und allen offensteht.



*Die Stiftung ist gemeinnützig anerkannt, Ihre Spende kann von den Steuern abgezogen werden.

Jede Spende zählt!

Spenden Sie per QR-Code in der Banking-App oder per IBAN:

♥ CH14 0076 7000 E564 1207 5



Kochen macht uns menschlich

Unser Ernährungssystem ist erschöpft. Die Agrarindustrie treibt uns unweigerlich in eine Art Barbarei. Tag für Tag ruinieren hochverarbeitete Lebensmittel nicht nur unsere Mägen, sondern auch unsere Umwelt. Ernährungsberater fluten unseren Alltag mit Ratschlägen, ignorieren jedoch oft die absurde Norm der Industrie: Dem Getreide werden Ballaststoffe und Vitamine entzogen, nur um sie später künstlich wieder zuzusetzen! Kein Wunder, dass die Industrie der ultra-verarbeiteten Nahrungsmittel für zahlreiche Zivilisationskrankheiten wie Fettleibigkeit verantwortlich ist.

Die Küche erhält eine Zivilisation am Leben. Sie ist der Raum der Erinnerung und der Identität. Es ist an der Zeit, der familiären Küche wieder ihren rechtmässigen Platz zurückzugeben. Die Schweizer Genusswoche hat mit ihren landesweiten Veranstaltungen genau diese Berufung: die Bewahrung der traditionellen, volksnahen und familiären Küche. Am Herd werden wir menschlich und nicht beim Kauf von hochverarbeiteten Fertiggerichten, die uns angeblich Zeit sparen... Zeit, die wir dann höchstwahrscheinlich auf unseren Smartphones verbringen!

Die Industriekonzerne verfolgen ein einziges Ziel: uns Esser zu entwurzeln. Wir sollen zu gleichgültigen Speiseröhren degradiert werden, die fade Kost gedankenlos schlucken. Wir hingegen kochen, um lebendig zu bleiben, als Menschen mit

Erinnerungen und Emotionen. Unser Verbündeter ist die bäuerliche Landwirtschaft, die regional verwurzelt täglich Ernährungssouveränität vorlebt und trotz spärlicher Unterstützung Widerstand leistet. Ehre gebührt den Bäuerinnen in diesem internationalen UN-Jahr, das sie in den Mittelpunkt stellt!

Die Weitergabe kulinarischer Werte ist ein Akt des Widerstands gegen die geschmackliche Uniformität und ein Akt der Liebe gegen die kulinarische Einsamkeit. Ein starkes Zeichen setzt hierbei die UNESCO-Kandidatur des alpinen kulinarischen Erbes, die von den Alpenländern mit der Schweiz in ihrem Zentrum getragen wird. Einen ganzen transnationalen Kulturraum zu zelebrieren, in dem jahrtausendealte Küchentraditionen, eine hingebungsvolle Gemeinschaft und tiefe Gastfreundschaft zu Hause sind, schafft Raum für wohltuende Entschleunigung und wahre Nachhaltigkeit.

Lassen Sie sich inspirieren und erleben Sie im September Hunderte von Veranstaltungen der Schweizer Genusswoche im ganzen Land. Es erfüllt uns mit besonderer Freude, dass unsere diesjährige Genusspatin, die Spitzenköchin Zineb Hattab, aus dem multikulturellen Zürich jene Wahrheit in die Welt trägt: Essen ist Liebe! Genau dies ist der Herzschlag unserer Mission.

Josef Zisyadis

Gründer der Schweizer Genusswoche

Die Zürcher Genusswelt





Als « Genussregion 2026 » zeigt Zürich ein Jahr lang, wie eng kulinarisches Erbe, Forschung und Innovation miteinander verbunden sind. Veranstaltungen, Begegnungen und Forschungsprojekte machen die Vielfalt eines Ernährungssystems sichtbar, das weit über den Teller hinausreicht. Der Anspruch geht dabei über die reine Vermittlung regionaler Spezialitäten hinaus. Zürich versteht Ernährung als kulturelle, gesellschaftliche und ökologische Aufgabe und positioniert sich als Labor für neue Ideen rund um den nachhaltigen Genuss.

TEXT Alexander Zelenka · FOTOS DR

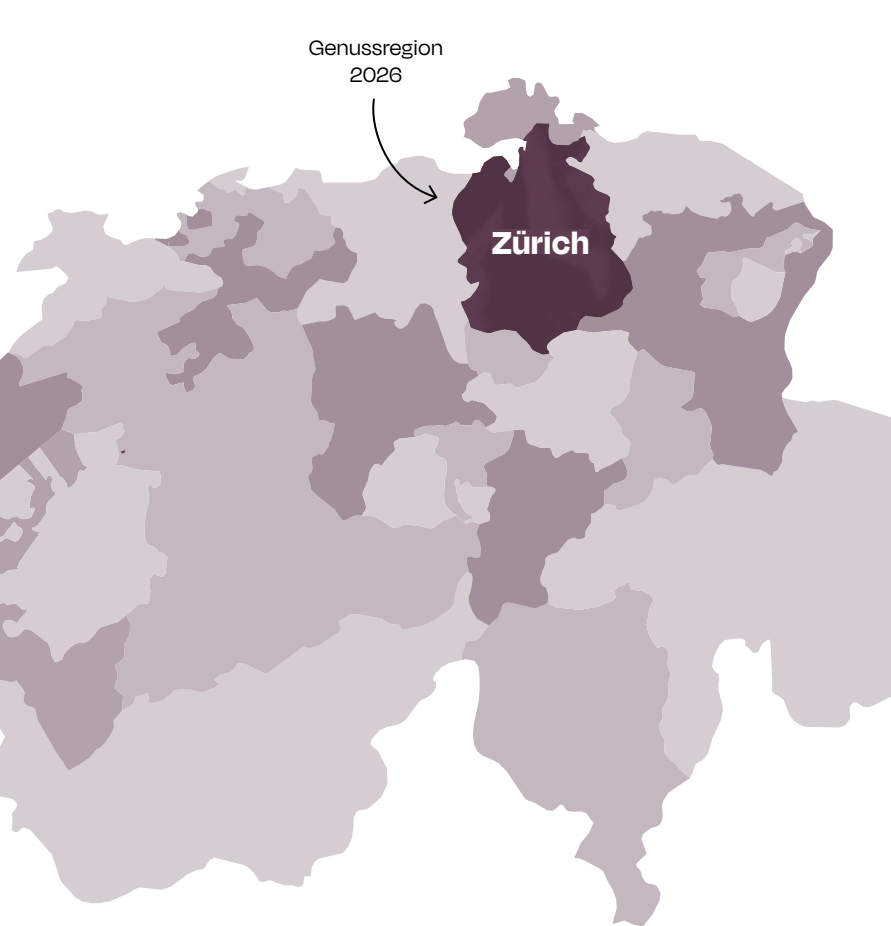
Die Auszeichnung im Rahmen der Schweizer Initiative der Genussstädte und Genussregionen ist weit mehr als ein touristisches Label. Zürich versteht das Themenjahr als Einladung, Ernährung neu zu betrachten. Der Kanton zeigt, wie dort, wo Stadt, Landwirtschaft und Forschung aufeinandertreffen, neue Perspektiven auf Genuss und Ernährung entstehen. «Wir möchten sichtbar machen, was die Vielfalt der Zürcher Esskultur prägt, vom handwerklichen Können bis zur Forschung», sagt Oliver Fischer, Präsident des Trägervereins Goût Zürich und Mitinitiant des Projekts. «Genuss entsteht dort, wo Freude, Verantwortung und Innovation zusammenfinden.» Das Motto «Entdecken. Mitmachen. Geniessen.» bringt diesen Gedanken auf den Punkt. Gäste und Bevölkerung sind eingeladen, einen Kanton zu entdecken, in dem produziert, gekocht, geforscht und über die Zukunft der Ernährung nachgedacht wird.

Ein Jahr, das den Blick auf Ernährung erweitert

Kulinarik ist dabei nicht Selbstzweck, sondern Ausgangspunkt. Der Genuss eröffnet den Zugang zu

Fragen, die heute weit über die Küche hinausreichen: Wie werden Lebensmittel produziert? Welche Rolle spielt die Landwirtschaft vor der eigenen Haustür? Wie lassen sich Gesundheit, Nachhaltigkeit und Genuss miteinander verbinden? Und welches Wissen braucht es, um Ernährung zukunftsfähig zu gestalten? Themen, die auch die Ernährungsstrategien von Stadt und Kanton Zürich prägen. Dahinter steht die Idee, zu einem bewussteren Umgang mit Lebensmitteln anzuregen, ohne auf Freude und Geselligkeit zu verzichten. «Eine Genussregion definiert sich nicht allein über ihre Spezialitäten», sagt Michel Roux, Vizepräsident des Trägervereins Goût Zürich. «Ebenso wichtig ist die Art und Weise, wie Lebensmittel hergestellt, geteilt und im Alltag verankert werden.»

Das Themenjahr richtet den Blick auf die vielen Facetten der heutigen Esskultur. Hinter jedem Produkt und jedem Rezept stehen Fragen nach Herkunft, Verantwortung und Wissen. Zürich bringt dafür unterschiedliche Welten zusammen, die sonst oft nebeneinander bestehen. Der Kanton verfügt über aussergewöhnliche Voraussetzungen:



Spezialitäten mit Zürcher Profil

Die Genussregion Zürich wird von Projekten geprägt, die das ganze Jahr über sichtbar bleiben. Dazu gehören die Zürcher Quinoa und das Programm « Klima à la carte », die von Veranstaltungen und weiteren Aktivitäten begleitet werden. Die zum Auftakt des Themenjahres vorgestellte Zürcher Quinoa ist Teil eines umfassenderen Projekts zur regionalen Quinoa-Produktion im Kanton Zürich. Weitere Akzente setzen die im Programm als « Leuchttürme » bezeichneten Projekte sowie eigens für die Genussregion entwickelte Kreationen. Dazu zählen die Höjicha Chocolate, die gemeinsam von Laflor und dem Café&Teesalon Miyuko entwickelt worden ist, der Genuss-Dog, eine pflanzliche Wurst aus aufgewerteten Biertrebern, sowie das Genuss-Bier, ein alkoholfreies Red Ale aus Winterthur.

Landwirtschaftliche Betriebe, Fachschulen, die ETH Zürich, Hochschulen, Forschungszentren und ein dynamisches Foodtech-Umfeld finden hier auf engem Raum zusammen. So entsteht ein Ort, an dem nicht nur über Ernährung gesprochen wird, sondern an ihrer Zukunft gearbeitet wird.

Zehn Regionen, eine gemeinsame Geschichte

Eine Besonderheit der «Genussregion Zürich 2026» ist ihr dezentraler Aufbau. Zehn Regionen beteiligen sich am Programm und machen die Vielfalt des Kantons sichtbar: von urbanen Quartieren bis zu Weinlandschaften, von kleinen Produzenten bis zu innovativen Landwirtschaftsbetrieben. Jede Region stellt ihre Produkte, Traditionen und lokalen Initiativen vor. Getragen wird das Projekt von einem breiten Netzwerk aus Landwirtschaft, Gastronomie, Hotellerie, Forschung, Bildung und Tourismus. «Wir möchten dauerhafte Verbindungen zwischen den verschiedenen Akteuren schaffen», sagt Oliver Fischer. «Das Themenjahr soll Landwirtschaft, Gastronomie, Forschung und Bevölkerung näher zusammenbringen.»

Mehr als Produkte und Veranstaltungen stehen dabei die Menschen im Mittelpunkt, die das Zürcher Ernährungssystem prägen. Zugleich bietet das Projekt die Gelegenheit, Grenzen zu überwinden: zwischen Stadt und Land, Alltagsküche und Gastronomie, handwerklichen Traditionen und technologischer Innovation. Zu den prägenden Persönlichkeiten der Ausgabe 2026 zählen die Zürcher Köchin Zizi Hattab, Genusspatin 2026, der Gastronom Rolf Hiltl, dessen Familie hinter Hiltl und der vegetarischen Restaurantkette Tibits steht, sowie Martin Jucker, Gründer des gleichnamigen Hofes und einer der bekanntesten Vertreter der Direktvermarktung in der Schweiz.

Drei Wege durch die Zürcher Genusswelt

Das Programm gliedert sich in drei Themenwelten, die die Vielfalt der Zürcher Genusslandschaft widerspiegeln. Weniger als feste Kategorien verstehen sie sich als unterschiedliche Zugänge zu Ernährung, Gastronomie und Innovation, verbunden durch die Freude am Entdecken und den Austausch. «Genuss & Kulinarik» widmet sich Geschmack, Gastfreundschaft und kulinarischem

Können, von traditionellen Herstellungsmethoden bis zur zeitgenössischen Esskultur. «Ernährung & Gesundheit» verbindet Genuss, Wohlbefinden und Nachhaltigkeit durch alltagsnahe und inspirierende Angebote. «Wissenschaft & Innovation» wiederum rückt das Zusammenspiel von Hochschulen, Unternehmertum, Landwirtschaft und Foodtech-Initiativen in den Fokus, welche die Zukunft von Ernährung und Gastronomie mitprägen.

Das Programm führt zu Restaurants, Märkten, Degustationen, Workshops, Festivals und interaktiven Veranstaltungen. Manche Angebote stehen ganz im Zeichen des Genusses, andere verbinden kulinarische Erlebnisse mit Fragen zu Nachhaltigkeit, Ernährung, Handwerk oder neuen Technologien. «Zürich verfügt über ein in der Schweiz einzigartiges Ökosystem», sagt Michel Roux. «Nur wenige Regionen vereinen Landwirtschaft, Forschung, Lebensmittelwirtschaft und gastronomische Kreativität in vergleichbarer Dichte.»

Ein Kanton wird zur Bühne

Seit der Eröffnung am Strickhof in Lindau reiht sich im Kanton Zürich ein Anlass an den nächsten. Das bis Dezember laufend ergänzte Programm ist über eine digitale Plattform zugänglich. Degustationen, Themenabende, Workshops, Genusswanderungen, Festivals, Vorträge und interaktive Formate laden dazu ein, Zürich aus einer kulinarischen Perspektive neu zu entdecken. Einer der Höhepunkte folgt im Herbst mit der Schweizer Genusswoche vom 17. bis 27. September. Sie dürfte dem Themenjahr zusätzliche Aufmerksamkeit verleihen und Zürichs Stimme in aktuellen Debatten über Ernährung, Nachhaltigkeit und neue Essgewohnheiten stärken. Das Programm richtet sich an Gourmets, Familien, Fachleute und Neugierige. So unterschiedlich die Interessen auch sein mögen, im Genuss finden sie zusammen.

♥ genussregion.zuerich/de





Zineb Hattab

« Essen ist Liebe, und wir alle brauchen davon. »

Eine sprühende Energie umgibt Zineb Hattab, eine junge Köchin, deren überwiegend vegane Küche in Zürich begeistert. 15 Punkte im GaultMillau und ein Michelin-Stern im KLE unterstreichen ihren Weg. Als Patin der Schweizer Genusswoche 2026 verkörpert sie die Vielfalt und Dynamik der Zürcher Kulinarik. Porträt einer Ingenieurin, die zur Köchin wurde, getragen vom Wunsch zu teilen.

TEXT Knut Schwander · **FOTOS** Erna Drion

Sie sind Patin der Schweizer Genusswoche 2026, was bedeutet das für Sie?

Es ist mir eine grosse Ehre. Dass gerade ich als Nicht-Schweizerin dafür ausgewählt wurde, berührt mich zutiefst. Zugleich erfüllt es mich mit Dankbarkeit, mich seit meiner Ankunft in der Schweiz stets aufgenommen und ganz selbstverständlich zugehörig gefühlt zu haben.

Was werden Sie im Rahmen der Schweizer Genusswoche Besonderes inszenieren?

Nicht meine Person steht im Fokus. Vielmehr möchte ich im Verlauf der Veranstaltung von März bis September den Blick auf jene lenken, die mein Schaffen ermöglichen und prägen. Mein besonderes Augenmerk gilt den Bäuerinnen und Produzenten, die mich beliefern. Sie bilden das Fundament meiner kulinarischen Haltung, geben meiner Küche ihre Tiefe und tragen meine Signature-Dishes.

Können Sie einige Beispiele nennen?

Der Kohlrabi, ein typisch schweizerisches Produkt, das zu Unrecht ein Schattendasein führt. Im KLE haben wir ihn zur Hauptfigur erhoben: kombiniert mit Algen entsteht ein Gericht, das Meer und Berge miteinander verbindet. Es spiegelt auch meinen eigenen Weg, aufgewachsen am Meer, heute am Fuss der Alpen zuhause. Intensiv und opulent ist es seit drei Jahren unsere kulinarische Signatur. Und doch ist es nur eines von vielen.

Womit verführen Sie unseren Gaumen?

Meine Küche speist sich aus Erinnerungen und Herkunft und findet ihren Ausdruck in einer kompromisslos schweizerischen Produktwelt. Im Dar entfaltet sich eine Harira von stiller Tiefe, während die Bombas de Barceloneta, goldene Kugeln aus Kartoffeln und Fleisch, seit jeher zu den leisen Favoriten zählen. Im Cor stehen Croquettas und Pa de vidre amb tomàquet auf der Karte: der ikonische katalanische Brotklassiker mit Tomate.

Sie zählen heute zu den markantesten Stimmen der Zürcher Gastroszene, dabei war die Küche nicht Ihr ursprünglicher Horizont. Wovon träumten Sie als Kind?

Mich trieb früh der Wunsch an, etwas zu tun, das trägt, etwas, dessen Wirkung greifbar wird. Ich sah mich zunächst im freiwilligen Engagement oder in der Medizin. Schliesslich entschied ich mich für ein Ingenieurstudium. Erst als ich während dieser Zeit für Freunde kochte, wurde mir die eigentliche Kraft des Kochens bewusst: seine Fähigkeit, Menschen zu versammeln, Verbindungen zu schaffen und einen gemeinsamen Raum entstehen zu lassen.

Welche Gerichte kamen während Ihres Studiums in Barcelona auf den Tisch?

Schlichte, teils experimentelle Gerichte. Im Zentrum standen italienische Klassiker wie Pasta oder Risotto, die ich mit

DEPUIS
1901



VILLARS

125 ans

de savoir-faire chocolatier suisse au service
des gourmets et chefs du monde entier



125 Jahre Schweizer Schokoladen-Know-how
für Feinschmecker und Chefs auf der ganzen Welt

125 anni di esperienza nella cioccolateria swizzera
al servizio dei buongustai e chef del mondo intero



FABRIQUÉ À FRIBOURG
Hergestellt in Fribourg
Prodotto a Friburgo



LAIT SUISSE
Schweizer Milch
Latte svizzero



SUCRE SUISSE
Schweizer Zucker
Zucchero svizzero



FÈVES TORRÉFIÉES À FRIBOURG
In Fribourg geröstete Kakaobohnen
Semi di cacao arrostiti a Friburgo



www.villars.com - [f](#) [i](#) [g](#) : [chocolatvillars / chocolatvillars.pro](https://chocolatvillars.com)



Die Apero Guetzli von Agathe



WWW.BISCUITS-AGATHE.CH
[@biscuits_agathe](#)



MIT KRÄUTERN VOM
GRAND-SAINT-BERNARD.



MIT GRUYÈRE AOP



Die ersten Guetzli mit
Bio Suisse Zertifizierung



Kurzer
Lieferweg



Mit feiner
schweizer Butter



marokkanischen und spanischen Einflüssen verband. Mir ging es vor allem darum, mich bewusst von der allzu vertrauten studentischen Alltagsküche zu lösen.

Gab es auch misslungene Gerichte?

Natürlich. Wo experimentiert wird, liegt das Scheitern nie fern. Nicht jede Komposition geht auf und das gilt bis heute. Erst heute Morgen wieder (lacht). Für mich sind solche Fehlgänge integraler Bestandteil jedes kreativen Prozesses, ob am Herd, in der Musik oder im Sport.

Was hat Sie letztlich in die Schweiz geführt?

Die Wirtschaftskrise, wenn ich das so sagen darf! In Spanien fehlten damals die Perspektiven. Also wandten wir, mein Mann und ich, den Blick Richtung Mitteleuropa. Unser Weg führte uns zunächst nach Liechtenstein, bevor wir in der Schweiz Fuss fassten.

Mit 24 kam der Wendepunkt, Sie entschieden sich für die Küche.

Ja. Es war ein Moment der Klarheit. Mir wurde bewusst, wie sehr mich die Küche erfüllt und was sie mir eröffnet. Also entschied ich mich, diesem Impuls zu folgen. Das Risiko blieb überschaubar und der Weg zurück in den Ingenieurberuf wäre jederzeit möglich gewesen. Zunächst wurde es als Episode abgetan. Doch mit dem ersten Praktikum verdichtete sich die Gewissheit und ich blieb.

Für Ihr erstes Praktikum haben Sie gleich hoch angesetzt. Wie sind Sie bei Andreas Caminada gelandet, einem Küchenchef, zu dem die ganze Welt strebt?

Ich habe einfach einen Brief geschrieben, meine Situation und meinen Anspruch dargelegt. Offenbar hat das überzeugt. Danach führte mich mein Weg weiter, zu Massimo Bottura bei Modena und zu den Roca Brothers. Sehr schnell war klar: Es gab nichts anderes mehr für mich.

Sie sind sogar bis nach New York gelangt. Was hat Sie an den USA gereizt?

Eine Zeit in den USA war für meinen Mann und mich seit Langem ein gemeinsames Vorhaben. Die Dinge ergaben sich beinahe folgerichtig. Er erhielt die Möglichkeit, beruflich dorthin zu wechseln, und ich begegnete dem Chef des Blue Hill, dem ich mein Projekt schilderte, mit Erfolg. Von dort aus eröffnete sich mir eine Position im Cosme, eine der besten Adressen für mexikanische Küche in New York. Für mich war dies eine prägende Etappe, die meinen Stil entscheidend geprägt hat.

Mit Ihrer Rückkehr in die Schweiz setzte der Erfolg fast unmittelbar ein...

Mit einer solchen Resonanz hatte ich nicht gerechnet. Vielleicht traf die Eigenständigkeit meines nachhaltigen Ansatzes den Nerv der Zeit. Entscheidend war, dass ich von Beginn an meinem Weg treu blieb.

Die Pandemie wirkte als Katalysator: Sie schärfte mein Konzept und richtete mein Angebot neu aus. Wir entwickelten unsere Formate weiter, bauten das Team aus und setzten klar auf vegane Küche.

Haben Sie also nicht von Anfang an vegan gekocht?

Im Gegenteil. Ich habe alles gekocht, Fleisch, Fisch, Gemüse, und ich schätze Meeresprodukte sowie Käse. Doch als Naturwissenschaftlerin weiss ich: Ihr Anteil lässt sich reduzieren, ohne den Genuss einzubüssen. Niemand ist auf Rindfleisch oder Foie gras angewiesen. Wer saisonal denkt, entdeckt ungeahnte Möglichkeiten, und daraus ist meine Handschrift entstanden.

War das nicht riskant, gerade weil viele Gäste solchen Konzepten skeptisch gegenüberstehen?

Ich war immer überzeugt. Wenn es wirklich gut ist, funktioniert es. Aber eines ist klar, man kann nicht bluffen.

Wie würden Sie Ihre Gäste beschreiben?

Ich hatte vor allem mit Millennials gerechnet. Umso erfreulicher ist die Realität, denn unsere Kundschaft ist erstaunlich breit. Sie reicht von jungen Menschen, die ihren Abschluss feiern, bis zu ihren Grosseltern. Viele Neugierige sind darunter, auch zahlreiche Expats, die je nach Anlass und Stimmung einen Tisch in einem unserer drei Restaurants wählen.

Was nährt Ihre kulinarische Entwicklung?

Ich reise, esse auswärts und tausche mich mit Bäuerinnen sowie meinem Team aus. Wir diskutieren, greifen Erinnerungen auf, das ist ungemein bereichernd. Japan hat meine Karten im letzten Jahr geprägt, dieses Jahr wird es mediterraner.

Wo sehen Sie sich in fünf oder zehn Jahren?

Ich werde an der Seite meiner Teams präsent bleiben, um Orte zu gestalten, an denen Arbeit sicher und nachhaltig ist. Zugleich möchte ich dazu beitragen, den allgemeinen Blickpunkt auf Ernährung zu schärfen. Der Supermarkt steht nicht für das, was wir anstreben. In Japan ist Ernährung Teil der schulischen Bildung, ein politischer Entscheid. Auf meiner Ebene bin ich bereit, Verantwortung zu übernehmen. Denn im Kern bleibt Kochen etwas zutiefst Menschliches: Essen ist Liebe, und wir alle brauchen sie.

Ihre Restaurants

Mit dem Stermerestaurant KLE, dem marokkanisch-spanisch inspirierten DAR und der Weinbar COR prägt Zizi Hattab Zürichs vegetarische Gastronomie.

♥ restaurantkle.com

♥ restaurantdar.com

♥ corwineandpintxos.com

Genuss mit Tradition





Die Qualitätszeichen AOP und IGP sind, gemessen an der Schweizer und europäischen Ernährungsgeschichte, eine vergleichsweise junge Erscheinung. Die Produkte jedoch, die sie schützen, stehen in weit älteren Traditionen. Ihr Geschmack ist nicht aus einem Pflichtenheft hervorgegangen, sondern hat sich über die Zeit entfaltet, und ist aus landwirtschaftlicher Praxis, aus Handelsbeziehungen und aus den kulinarischen Gewohnheiten ihrer Herkunftsregion gewachsen.

TEXT Alexander Zelenka · **FOTOS** AOP-IGP

In den Alpen war die Verarbeitung von Milch zu Käse ursprünglich eine Notwendigkeit. Während der Sömmerung fiel mehr Milch an, als auf den Höfen verbraucht werden konnte. Die Verarbeitung zu Käseläiben machte es möglich, diesen Reichtum zu bewahren und transportfähig zu machen. In diesem Zusammenhang entstanden Käsespezialitäten, die heute prägend sind, etwa der Gruyère AOP oder L'Etivaz AOP, der im Jahr 2000 als erster Schweizer Käse diese Bezeichnung erhielt. Ihr Geschmack ist eng mit ihren besonderen Herstellungsbedingungen verbunden: hochliegende Weiden, eine vielfältige Alpenflora und die saisonale Herstellung in den Alphütten.

Auch die Märkte waren prägende Orte kulinarischer Kultur. In den mittelalterlichen Städten organisierten sich Metzger und Bäcker in Zünften, die nicht nur über Rezepte und Herstellungsweisen bestimmten, sondern deren Weitergabe auch sorgsam regelten. Über Generationen hinweg haben diese Praktiken wesentlich dazu beigetragen, zahlreiche Erzeugnisse bis heute zu bewahren. Ein eindruckliches Beispiel dafür ist das Walliser Roggenbrot AOP. In den Alpentälern, wo Weizen dem rauen Klima kaum standhielt, setzte sich Roggen als prägende Getreideart durch. Die Verarbeitung zu runden, kompakten Broten mit langer Haltbarkeit entsprach den Bedürfnissen einer bäuerlichen Gesellschaft, geprägt von langen und kargen Wintern.

Handwerk als Erbe

Auch in der Wahl der angebauten Sorten zeigt sich das landwirtschaftliche Gedächtnis. Einige haben sich über Jahrhunderte gehalten, weil sie besonders eng mit ihrem Umfeld verbunden sind. Die Abricotine AOP etwa verdankt ihren Ruf einem trockenen, sonnenreichen Klima, das die Reifung der Früchte begünstigt. Andernorts sind es vor allem die Verarbeitungsweisen, die den Charakter eines Produkts prägen. Das Walliser Trockenfleisch IGP etwa ist eng mit der trockenen Luft der Alpentäler verbunden, die eine langsame Reifung der Rindfleischstücke ermöglicht.

Über lange Zeit entstanden diese Spezialitäten ohne besonderen Schutz. Ihr Ansehen speiste sich aus Gewohnheit, aus gelebter Praxis und aus dem Vertrauen der Konsumentinnen und Konsumenten.

Mit der Industrialisierung der Ernährung und der zunehmenden Zirkulation von Waren jedoch wurden Namen, losgelöst von dem Ort, der sie hervorgebracht hatte, übernommen.

Die Herkunftsbezeichnungen sind aus dieser Verschiebung heraus entstanden. Sie verankern nicht nur einen geografischen Ursprung, sondern machen ein überliefertes Gefüge sichtbar. Hinter jeder AOP und IGP steht ein kollektives Gedächtnis, geprägt von landwirtschaftlichen Gesten, von klimatischen Bedingungen und von einem handwerklichen Können, das über Generationen hinweg weitergegeben wurde.



St. Gallen



St. Galler Bratwurst IGP

Die St. Galler Bratwurst IGP zählt zu den bekanntesten Wurstspezialitäten der Schweiz. Sie wird vorwiegend aus Kalbs- und Schweinefleisch hergestellt und mit Milch und Gewürzen verfeinert. Ihr Ruf reicht weit zurück: Bereits im 15. Jahrhundert erwähnten Quellen feine Würste aus St. Gallen. Heute ist die Spezialität eng mit der regionalen Esskultur verbunden, insbesondere bei Festen und auf Märkten. Die IGP bürgt für ihre regionale Herkunft und die Treue zur überlieferten Rezeptur.

♥ sg-bratwurst.ch

Berner Jura



Tête de Moine AOP

Ursprünglich rund um Bellalay beheimatet, ist der Tête de Moine AOP ein Rohmilchkäse aus Kuhmilch. Mit der Girolle werden feine Rosetten geschabt, wodurch sich die Aromen entfalten und eine charakteristische Form entsteht. Seinen Namen verdankt er der gleichnamigen Abtei, wo bereits im Mittelalter Domherren einen namhaften Käse herstellten. Heute schützt die AOP die Herstellung in einem klar definierten Berggebiet des Juras und des Berner Juras.

♥ tetedemoine.ch

3 typische Spezialitäten

Freiburg



Poire à Botzi AOP

Die Poire à Botzi AOP (auch Büschelbirne genannt) ist eine kleine Birne, die vorwiegend aus dem Kanton Freiburg stammt. Ihr Anbau wurzelt in den Obstgärten, die einst die Höfe der Region umgaben. Fest geerntet, wird sie meist ganz zubereitet, oft mit Zucker und Gewürzen, und begleitet traditionelle Gerichte wie das Bénichon-Lammragout. Die AOP schützt heute diese lokale Sorte und ihr Anbaugebiet und bewahrt so eine regionale Obstbautradition.

♥ poire-a-botzi.ch



La **MARQUE** DE VOS
légumes GENEVOIS !

EN CONSOMMANT LOCAL,
DEVENEZ CONSOM'ACTEURS !

PLUS DE 100 LÉGUMES CULTIVÉS
PLUS DE 30 VARIÉTÉS DE TOMATES PRODUITES
UNE PRODUCTION DURABLE
UNE COOPÉRATIVE DE 30 MARAÎCHERS

*Le Goût
de la Nature*

Entreprise



Certifiée



WWW.UMG.CH

100% LOCAL

Hier wird frisch gekocht! Einheitsbrei gibt's woanders

In vielen Küchen hält Convenience Einzug – standardisierte Produkte sparen Zeit, doch oft geht dabei das verloren, was gute Gastronomie ausmacht: Charakter, Handwerk und authentischer Geschmack. Das Label Fait Maison «hausgemacht» steht für Restaurants, die bewusst einen anderen Weg gehen. Sie bereiten ihre Gerichte vollständig oder grösstenteils selbst zu. Industriell gefertigte Produkte bleiben die Ausnahme und werden transparent deklariert.

TEXT Manuela Lavanchy · FOTO pickyourlab.ch

Für Gäste bedeutet das: Klarheit auf der Speisekarte, Ehrlichkeit in der Küche und Genuss mit Handschrift statt Einheitsbrei. Die Auszeichnung erfolgt auf freiwilliger Basis und ist ein sichtbares Qualitätsversprechen an alle, die Wert auf echte Kochkunst legen.

Schweizweites Netzwerk mit über 650 Adressen

Lanciert wurde das Label Fait Maison 2017 von GastroSuisse, der Fondation Promotion du Goût, Slow Food Schweiz und dem Westschweizer Konsumentenschutz (FRC) mit der Mission, das Handwerk in den Restaurantküchen zu fördern, gegen die Geschmacksvereinheitlichung vorzugehen, Transparenz für Gäste zu schaffen und die Verarbeitung von saisonalen wie regionalen Produkten zu fördern. Neun Jahre später führt das Label Fait Maison ein schweizweites Netzwerk von über 650 Adressen, wozu unterschiedlichste Restaurants und auch Kantinen gehören.

Wird in Ihrem Lieblingsrestaurant frisch gekocht?

Geben Sie uns Ihre Empfehlung ab: Kennen Sie ein Restaurant, das auch zum Label Fait Maison «hausgemacht» passt? Bei erfolgreicher Auszeichnung gewinnen Sie mit etwas Glück einen Genussgutschein im Wert von 50 Franken.

Genusswoche mit «Signature»-Gericht

Während der Genusswoche veredeln die teilnehmenden Fait Maison «hausgemacht»-Restaurants (siehe Programm) saisonale Produkte aus der Schweizer Landwirtschaft zu einem 100% hausgemachten Gericht, das die Küche des jeweiligen Restaurants repräsentiert. Eine Weinempfehlung aus den Schweizer Rebbergen gibt es bei einigen gleich dazu.

Entdecken Sie alle ausgezeichneten Restaurants in der Genussregion Zürich und in der ganzen Schweiz.

♥ labelfaitmaison.ch

Entdecken Sie die
Label Fait Maison-
Veranstaltungen



Gute Weine. Unter Freunden.

#tavolataVS

Schweiz. Natürlich.

Wein muss voll genossen



SWISS WINE
VALAIS



swisswinevalais.ch

Die Sprache der Aromen

Bevor Wein den Gaumen erreicht, spricht er zur Nase. Seine Düfte erzählen Geschichten, wecken Erinnerungen und eröffnen neue Genusswelten.

TEXT France Massy

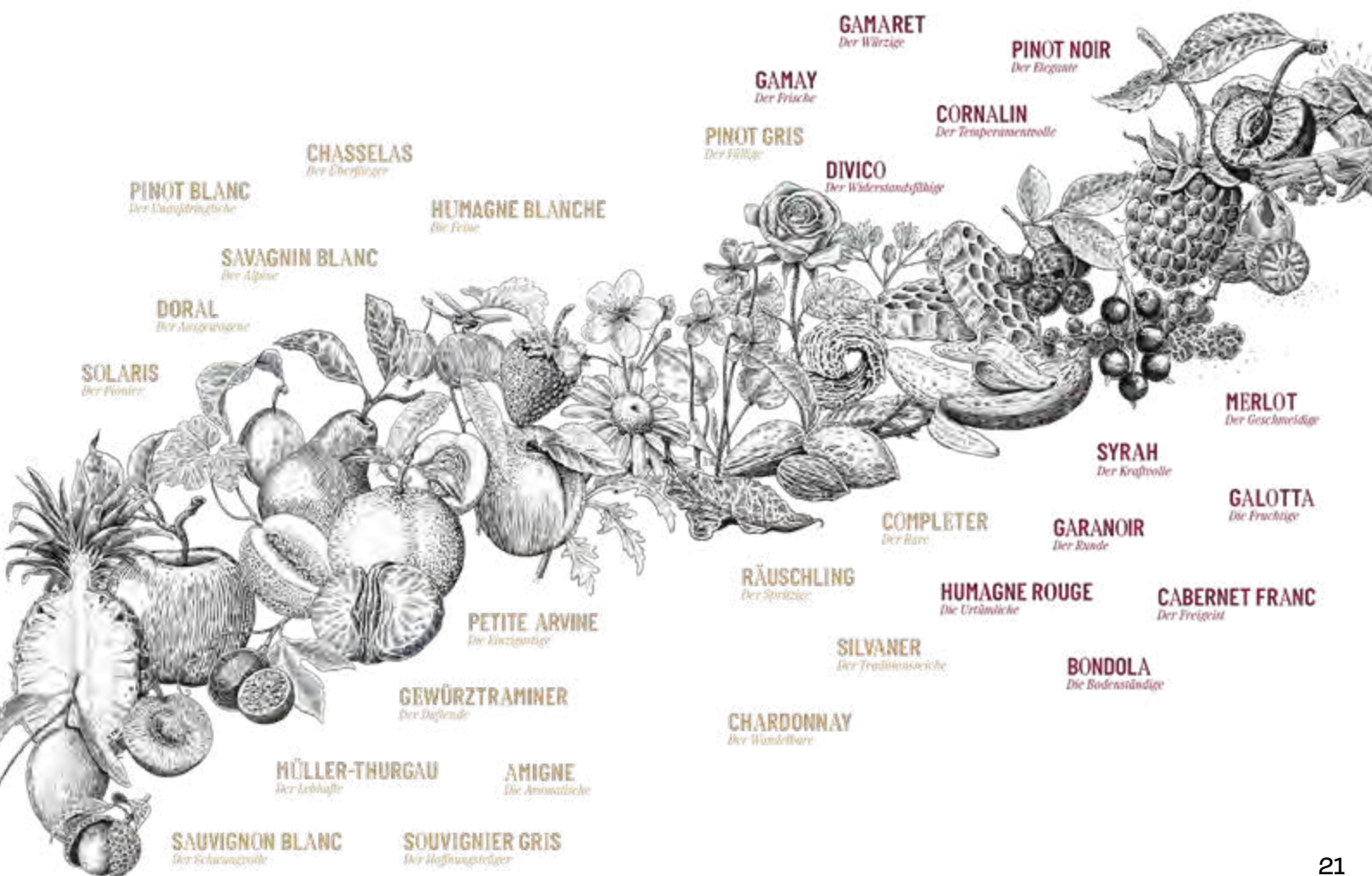
ILLUSTRATIONEN Transhelvetica/Marco Heer

FOTO DR

Wie riecht Wein?

Die Grundlagen unseres Geruchssinns werden bereits vor der Geburt angelegt. Die Rezeptoren für Duftmoleküle verteilen sich zufällig auf der Riechschleimhaut. Kein olfaktorisches Profil gleicht dem anderen. Vielleicht liegt gerade darin der Grund, weshalb ein und derselbe Wein unterschiedliche Assoziationen hervorruft.

In der Nase werden zunächst die flüchtigen Aromastoffe erfasst. Sie gelangen zum Riechepithel und von dort zum Riechkolben, wo die ersten sensorischen Eindrücke entstehen. Das ist die Duftwelt des Weins. Mit dem ersten Schluck eröffnet sich eine zweite Dimension der Wahrnehmung. Über den retronasalen Weg steigen die Aromamoleküle aus dem Mundraum zurück in die Nasenhöhle. Erst jetzt entfaltet sich jene Aromatik in ihrer ganzen Vielschichtigkeit, die eine Degustation so faszinierend macht. Kaum ein Sinn wird stärker von genetischer Veranlagung, kultureller Prägung und persönlichen Erfahrungen beeinflusst als der Geruchssinn. Und kaum ein Naturprodukt fordert ihn stärker heraus als Wein. Seine aromatische Komplexität begeistert die Sinne und lässt Raum für unzählige Interpretationen, von präzisen Beschreibungen bis hin zu überraschenden, bisweilen poetischen Bildern.



Ende Jahr wird sein Buch «Les parfums du vin» neu aufgelegt. Anlass genug, Richard Pfister, Gründer von Proxipel, Önologe und Parfümeur, nach den Geheimnissen unseres Geruchssinns zu fragen.

Richard Pfister bewegt sich seit Jahren an der Schnittstelle von Wein und Duft. Der Gründer von Proxipel, einem Unternehmen, das eine mobile Technologie zur Herstellung von Pellets aus Rebholz entwickelt hat, ist Önologe mit Ausbildung in Changins. Bereits seine Ingenieurarbeit widmete er den Verbindungen zwischen Önologie und Parfümerie, einem Thema, das seine berufliche Laufbahn bis heute prägt.

Ob in der önologischen Beratung, in der sensorischen Ausbildung von Weinfachleuten oder als Referent: Pfister teilt sein Wissen weit über die Schweizer Grenzen hinaus. Seine Expertise ist auch bei renommierten Weingütern gefragt, wenn es darum geht, Weinbau und Kellerwirtschaft an den Klimawandel und veränderte Konsumentengewohnheiten anzupassen. 2013 gründete er zudem Proxipel, das sich seither kontinuierlich entwickelt hat. Die Welt der Weinaromen hat er dabei jedoch nie aus den Augen verloren. Ein Gespräch über einen Sinn, der Erinnerung, Emotion und Wein auf einzigartige Weise verbindet.

Richard Pfister, wie hat Ihre Methode die Degustation verändert?

Düfte werden meist nach olfaktorischer Ähnlichkeit geordnet. Da jedoch jeder Mensch anders riecht, stösst dieser Ansatz an Grenzen. Deshalb habe ich meine Methode auf Aromamolekülen aufgebaut. Daraus entstand eine Systematik mit zehn aromatischen Hauptgruppen, die sich in Familien und Deskriptoren gliedern. Heute umfasst sie über 150 Düfte und bildet das olfaktorische Spektrum des Weins möglichst umfassend ab.

Der Geruchs- und Geschmackssinn gelten als zutiefst individuell. Weshalb? Und schafft Ihre Methode dennoch eine gemeinsame Basis?

Ja. Betrachtet man die Aromamoleküle, wird

verständlich, weshalb derselbe Wein unterschiedliche Assoziationen hervorruft. Dieselbe Verbindung kann hinter völlig verschiedenen Duftbildern stehen.

Im Gewürztraminer erkennt der eine Rosennoten, der andere Litschiaromen. Beide Assoziationen führen zur selben aromatischen Verbindung: Phenylethylalkohol. Ähnliches findet sich in komplexen, gereiften Rotweinen, wo Narzissen- und Pferdenoten auf dieselbe Molekülgruppe zurückgehen.

Moleküle lassen sich präziser bestimmen als Düfte beschreiben. Jeder Mensch verfügt über eine eigene olfaktorische Prägung. Berücksichtigt man genetische Unterschiede, kulturelle Einflüsse und individuelle Dufterfahrungen, wird rasch klar: Die Aromatik eines Weins bleibt immer auch eine persönliche Interpretation.

Im Wein findet man alles, nur keine Trauben. Wie ist das zu erklären?

Die meisten Trauben sind aromatisch weit zurückhaltender, als man vermuten würde. Ausnahmen bilden Sorten wie Muskat. Erst Vinifikationen und Gärung setzen jene Aromavorstufen frei, aus denen sich die Vielfalt eines Weins entwickelt.

Können Winzer und Önologe die Aromatik eines Weins beeinflussen?

Sie können vorhandenes Aromapotenzial freilegen und bestimmte Aromavorstufen gezielt fördern. Einfluss nehmen bereits Terroir, Lesezeitpunkt, Entlaubung oder die Steuerung des Wasserhaushalts. Der Önologe wiederum lenkt den Ausdruck eines Weins über die Vinifikation, die Wahl der Hefen, des Ausbaus sowie des Behälters, wie Holz, Beton, Edelstahl, Amphore oder Sandstein.

Was prägt unsere Sinne, besonders die Nase?

Düfte sind eng mit Erinnerung und Emotion verbunden. Atmosphäre, Temperatur, Musik, Farben und Erfahrung formen die Wahrnehmung. Selbst ein schwarzes Degustationsglas verändert sie. Auch Verfassung, Hunger und Hormone wirken mit. Präzises Degustieren verlangt Ruhe und Konzentration.

« Im Gewürztraminer erkennt
der eine Rosennoten,
der andere Litschiaromen.
Beide Assoziationen
führen zur selben
aromatischen Verbindung. »

Der Önologe und Parfümeur
Richard Pfister teilt sein
Wissen in Weinregionen rund
um den Globus. Hier bei einer
Konferenz in Bordeaux.



Lässt sich die Nase schärfen?

Gewiss. Entscheidend ist das Aromagedächtnis. Wer Düften bewusst begegnet, beim Kochen, im Garten, nach einem Sommerregen oder in der Natur, erweitert fortlaufend seinen olfaktorischen Erfahrungsschatz. Nachhaltig prägen sich Aromen ein, wenn sie mit anderen Erinnerungen verknüpft werden: einer Geschichte, einem Bild, Musik oder einer Emotion. Je dichter dieses Assoziationsnetz, desto leichter lässt sich der Duft wiedererkennen.

Jean-Claude Ellena (Un jardin sur le Nil von Hermès) findet im Sancerre blanc Anklänge an seinen Duft « In Love Again » für Yves Saint Laurent. Welches Parfüm verbinden Sie mit einer Rebsorte?

«La Nuit de l'Homme» von Yves Saint Laurent, um bei derselben Marke zu bleiben, zeigt Facetten von

gealtertem Leder mit einer markanten Würze. Das erinnert mich an im Fass ausgebaute Rotweine mit einsetzender Reife: an konzentrierte Gamays mit einigen Jahren Entwicklung ebenso wie an einen gereiften Cornalin.

Zum Weiterlesen : Das Buch

« Les Parfums du Vin », Richard Pfister

♥ oenoflair.com



SWISS CHEESE AWARDS 2026

FRIBOURG

BY FROMARTE

6. – 11. OKTOBER 2026

Organisator



Gastgeberstadt



Hauptsponsoren



Schweiz. Natürlich.

Unser Schweizer Käse.
www.schweizerkaese.ch





Ein wahres Käseparadies

Zwischen Rhein und Ticino, zwischen Lac Léman und Bodensee werden in der Schweiz rund 700 Käsesorten zwischen Berg und Tal produziert. Die besten werden vom 6. bis 11. Oktober an den Swiss Cheese Awards in Fribourg erkoren.

TEXT Paul Imhof · FOTOS DR

Wenn sich im Herbst Experten und Laien, Käseaffine oder einfach Genussmenschen in Fribourg zur Schweizer Käsemeisterschaft, den Swiss Cheese Awards, einfinden, dürften sich die meisten wohl einig sein: Das wird ein Heimspiel für Fribourg.

Denn im Voralpengebiet dieses Kantons liegt La Gruyère, das Greyerzerland, und dort wurzeln zwei Ikonen der schweizerischen Käsegeschichte: Le Gruyère AOP, über die Jahrzehnte der beliebteste Käse der Schweiz, und der «fromage du bouébo», sein kleiner Bruder, der Vacherin fribourgeois AOP.

Ein Heimspiel? Vorsicht, verschreien sollte man nichts, denn die Käselandschaft der Schweiz ist so

vielfältig wie das Land selbst mit seinem Mosaik an Landschaften und Klimata, seinen Sprachen und Kulturen, den städtischen und ländlichen Lebensweisen – und nicht zu vergessen: den Rinder-, Schaf- und Ziegenrassen.

Bei rund 700 einheimischen Sorten bieten allein schon die Unterscheidungen Grund für Kopf- und Gaumenakrobatik: Die Käse müssen von Sbrinz AOP über Formaggio d'Alpe Ticinese DOP, Raclette du Valais AOP bis Schaf- und Ziegenkäse, Weich- und Frischkäse bis Käseinnovationen und Butter in 33 Kategorien versorgt werden – und das ist bloss der Ausgangspunkt, die erste grobe Einteilung. Für das Fine-Tuning sind dann die 200 Mitglieder der Jury zuständig, bis Ranglisten entstehen, die zu Sieger führen.

Am Ende werden Landesmeister in drei Kategorien ausgezeichnet. 2024, bei der letzten Meisterschaft, wurden die Titel vergeben: In der Kategorie Extrahart und Hartkäse an die Käserei Lanthen in Schmitten FR für ihren Le Gruyère AOP; bei Halbhartkäse gewann der Brigand de Jorat der Fromagerie de Saint-Cierges und bei den Weich- und Frischkäsen der Vacherin Mont-d'Or AOP der Fromagerie André in Romanel-sur-Morges.

Bevor man bei diesem weiten Sortenspektrum die Übersicht verliert, kann es nicht schaden zu überlegen, was Käse überhaupt ist. Das Historische Lexikon der Schweiz (HLS) fasst zusammen: «Käse ist ein hochwertiges Nahrungsmittel aus Eiweiss, Fett, Wasser und Salzen, das aus Milch – hauptsächlich von Kühen (Hausrind), aber auch von Schafen und Ziegen – durch Säure- und/oder Labgerinnung gewonnen und entweder frisch oder gereift konsumiert wird.»

Wie Käse entsteht, ist auch kein Geheimnis. Seit Hunderten von Jahren nach dem gleichen Prinzip: Milch scheidet sich unter Zugabe von Milchsäurebakterien und Lab in Feststoffe und Flüssigkeit, also Käsebruch und Molke (auch Sirte oder Schotte genannt). Die Flocken lassen sich

verbinden zu weichen, elastischen Klümpchen, die man einsammeln, zu Klumpen (Gallerte genannt) verdichten, in Körner zerschneiden, diese in Formen schöpfen, pressen und salzen kann. Das Salz entzieht der Masse weiter Flüssigkeit, aromatisiert den anfänglich geschmacksarmen Teig und schützt ihn bis zu einem gewissen Grad vor Verderben. Dann folgt die Nuancierung dank Mikroorganismen und weiterer Faktoren.

Man könnte meinen, es handle sich da um eine simple Formel. Aber wie können daraus 700 Sorten und mehr entstehen? Was profiliert einen Käse? Zum Beispiel den Le Gruyère AOP?

Sein Geschmack ist unverwechselbar – je älter, desto markanter. Er bildet sich aufgrund der spezifischen Milchsäurebakterien, die auf ihn abgestimmt sind und die in einer Käserei nach jedem Chessi-Gang weitergeführt und nicht bloss kopiert wird.

So entwickelt sich mit allen weiteren Faktoren und Schritten das typische Gruyère-Aroma, am Ende auch dank der Temperatur und Luftfeuchtigkeit im Reifekeller sowie dem Verhältnis von Teig und Schmiere, mit der bei der Affinage der Laib gebürstet



« Mit dem Geschmacksgefühl muss
auch das Gaumengefühl passen. »

Christian Zürcher,
Gewinner der Ausgabe 2025



14. Swiss Cheese Awards

→ in Fribourg, Salle St-Léonard.

Dienstag, 6. Oktober

Vorausscheidung. Rund 1000 verschiedene Käse – eingeteilt in 33 Kategorien – werden einer ca. 200-köpfigen internationalen Jury präsentiert. Diese beurteilt die Käse anhand vorgegebener Kriterien und kürt für jede Kategorie eine*n Sieger*in.

Donnerstag, 8. Oktober

Die Kategoriensieger werden von einer Super-Jury nochmals beurteilt. Gewählt werden jeweils einen Swiss Champion in den Kategorien Extrahart-/Hartkäse, Halbhartkäse und Weich-/Frischkäse.

Freitag, 9. Oktober

Im L'Atelier findet zuerst der Käseplatten-Wettbewerb statt. Die Jury kürt die schönste Käseplatte. Der Wettbewerb ist öffentlich. Am Abend geht die Preisverleihung der Swiss Cheese Awards 2026 im Rahmen der Awards Night über die Bühne. Alle 33 Kategoriensieger*innen, die drei Swiss Champions sowie Siegerin oder Sieger des Käseplatten-Wettbewerbs werden verkündet und geehrt.

Samstag/Sonntag, 10./11. Oktober

Traditioneller Käsemarkt im Quartier Bourg. Alle Siegerkäse sowie regionale Spezialitäten können degustiert und gekauft werden.

♥ cheese-awards.ch

wird. Spezielle Bakterien im Waschwasser interagieren mit der Käserinde. Dabei bleiben Bruchstücke der Proteinketten auf der Rinde zurück. Sie haben kräftige Aromen, dringen in den Käse ein und geben ihm den charakteristischen Geschmack – je intensiver, desto umami.

«Mit dem Geschmacksgefühl muss auch das Gaumengefühl passen», sagt Christian Zürcher, Affineur von Le Gruyère AOP und Tête de Moine AOP in Moudon. Das Gaumengefühl beschreibt die Haptik im Mund. Le Gruyère AOP soll sich nicht schmierig anfühlen und nicht klebrig, vielmehr leicht schmelzend, angenehm und mit wachsender Reife leicht brüchig.

Aber was gibt den Ausschlag, was entscheidet über die Art einer Käsesorte, eines einzelnen Laibs? Wie bei Wein, sei auch bei Käse das Terroir entscheidend, erklärt Zürcher. Begriffe wie *Produit du terroir* oder *Cuisine du Terroir* stammen nicht grundlos

aus dem Setzkasten des Weinbaus: Im Terroir sind die Grundzüge enthalten, die naturgegebenen wie Landschaft und Klima, die menschengemachten wie Sorte und Rasse sowie die Arbeit draussen und drinnen, auf dem Land und im Keller. «Das Chessi entspricht dem Jahrgang», so Zürcher. Es wird jeden Tag neu angesetzt wie die Rebe jedes Jahr neu ausschlägt.

Weit hergeholt? Eigentlich nicht, denn Gemeinsamkeiten bei der Beurteilung der beiden Monumente kulinarischer Freuden lassen sich sehr wohl feststellen, vom Terroir bis zur Degustation.

Die beste Gelegenheit, Unterschiede in allen Variationen kennenzulernen, ist auch der Wettbewerb um die beste Käseplatte, den vor zwei Jahren Manon Vauthey aus Cugy VD gewonnen hat. Für Besucherinnen und Besucher eine Inspiration – allein schon zu verstehen, mit welchem Käse man beginnt und welche Sorte den Genuss beschliesst.

Der Chasselas erobert die Welt

Am 12. Dezember geht der Welttag des Chasselas in seine vierte Runde. Die Initiative gewinnt weiter an Strahlkraft und trägt die Rebsorte, die das Schweizer Weinland wie keine andere prägt, weit über die Landesgrenzen hinaus.

TEXT Alexander Zelenka · ILLUSTRATIONEN Christian Moreillon



In der Schweiz und weit darüber hinaus rücken Degustationen, Begegnungen und Veranstaltungen die vielen Facetten des Chasselas ins Licht. Denn so sehr die Rebsorte für Aperitif und Geselligkeit steht, so faszinierend sind ihre Tiefe, ihre Vielschichtigkeit und ihr Potenzial, immer wieder neu entdeckt zu werden.

Die Stimme des Terroirs

Der Welttag des Chasselas findet in einer Zeit statt, die den Weinbau vor grosse Herausforderungen stellt. Das Interesse am Chasselas ist dennoch ungebrochen. «Viele Produzentinnen und Produzenten machen mit», sagt Nathalie Favre, Generalsekretärin im Schweizer Önologenverband. «Der Welttag des Chasselas hat längst einen festen Platz in ihren Kalendern.» Ein starkes Zeichen für den Willen, eine Rebsorte ins Rampenlicht zu rücken, die zum weinbaulichen Erbe der Schweiz gehört.

Der Chasselas ist in den bedeutendsten Weinregionen des Landes zuhause und bringt die Eigenheiten seiner Herkunft mit bemerkenswerter Präzision zum Ausdruck. Boden, Höhenlage, Exposition und Ausbau prägen seinen Charakter und lassen ganz unterschiedliche Facetten entstehen. Von filigraner Mineralität bis hin zu Weinen von Tiefe und grosser Komplexität.

Auf den Spuren des Chasselas

Zu den charmantesten Botschaftern des Chasselas zählt ein Comic: « Auf den Spuren des Chasselas », von Claude-Alain Mayor und Alexandre Truffer erdacht und von Christian Moreillon alias Brozermo illustriert. Der Comic erzählt von einer Reise durch jene Weinregionen, in denen der Chasselas seine Heimat hat. Spielerisch und für ein breites Publikum zugänglich entfaltet sich die Geschichte einer Rebsorte: ihre Ursprünge, Landschaften und vielschichtigen Terroirs ebenso wie ihr erstaunliches Reifepotenzial.

♥ **Leserinnen und Leser von GOUT.CH** können den Comic per E-Mail zum Vorzugspreis von CHF 15 statt 22 bestellen. Einfach den QR-Code scannen.



Alte Jahrgänge im Rampenlicht

Lange galt der Chasselas als Wein für den frühen Genuss. Heute begeistert er immer mehr Liebhaber mit seinem erstaunlichen Reifepotenzial. Fachleute weisen seit Jahren darauf hin, dass manche Crus mit zunehmendem Alter deutlich an Tiefe gewinnen. Dann entfaltet die Rebsorte Aromen von Honig, Bienenwachs, Trockenfrüchten, milden Gewürzen, Unterholz oder Trüffel. Eine Entwicklung, die überrascht und das Bild dieser traditionsreichen Rebsorte nachhaltig verändert.

Das Reifepotenzial wird auch an mehreren Veranstaltungen im Rahmen des Welttags des Chasselas ins Zentrum gerückt. «In Masterclasses und gezielten Degustationen haben Interessierte die Gelegenheit, die unterschiedlichen Ausdrucksformen des Chasselas und die Entwicklung seiner Aromatik über die Jahre hinweg zu vergleichen», sagt Nathalie Favre. Ziel ist es, Neugier zu wecken, Entdeckungen zu fördern und an die zentrale Rolle des Chasselas in der Schweizer Weingeschichte zu erinnern..

Ein Jubiläum voller Zuversicht

2026 ist für den Chasselas auch ein Jubiläumsjahr. Ende Mai wurde der Welttag des Chasselas bereits zum 15. Mal ausgetragen. Der Internationale Referenzwettbewerb rund um die Rebsorte verzeichnete trotz der Krise im Weinbau mehr Einsendungen denn je: 707 Weine wurden eingereicht, zehn Prozent mehr als im Vorjahr. «Das ist ein erfreuliches Zeichen», sagt Nathalie Favre.

Dass sich sowohl der Wettbewerb als auch der Welttag des Chasselas über die Jahre behaupten, spricht für die aussergewöhnliche Vitalität einer Rebsorte, die Produzierende, Degustierende und Liebhaber weit über die Landesgrenzen hinaus verbindet. Am 12. Dezember bietet sich einmal mehr die Gelegenheit, auf einen der grossen Botschafter Schweizer Terroirs anzustossen.

♥ mondialduchasselas.com



Claude Frôté, Kulinarisches Ehrenmeritum

Fast vierzig Jahre lang war Le Bocca in Saint-Blaise (NE) eine Adresse für Gourmets aus der ganzen Schweiz. Sein Gastgeber: Claude Frôté. Der Gebürtige La Neuveville, Genusspate der Schweizer Genusswoche 2017, prägte die Schweizer Gastronomie über Jahrzehnte.

TEXT Manuella Magnin · FOTOS Dan Riesen

Im März verlieh ihm Bundespräsident Guy Parmelin das Kulinarische Ehrenmeritum. Die Auszeichnung würdigt sein Lebenswerk als Koch, Restaurateur und Winzer sowie als ehemaliger Präsident der Evelyne und René Gessler Stiftung, aus der die Grandes Tables de Suisse hervorgingen. Claude Frôté gehört zu den grossen Persönlichkeiten der Schweizer Gastronomie. Heute verbringt Claude Frôté seinen Ruhestand zwischen dem eigenen Weingut, den Skipisten im Winter und den Hügeln der Toskana, die er am liebsten mit dem Velo erkundet. Begegnung mit einem Mann, der sein Leben dem Genuss gewidmet hat.

Claude Frôté, was ging Ihnen durch den Kopf, als Ihnen der Bundespräsident Guy Parmelin das Kulinarische Ehrenmeritum überreichte?

Diese Auszeichnung hat mich zutiefst berührt. Sie war so etwas wie das Tüpfelchen auf dem i. Ich habe meinen Beruf immer geliebt. Im Service und in der Küche durfte ich 71 Lehrlinge ausbilden, 17 von ihnen führen heute ihr eigenes Restaurant. Dass sich der Bundespräsident Zeit für unseren Beruf nimmt, hat mich besonders gefreut. Das Gastgewerbe gehört zu den grössten Arbeitgebern der Schweiz und bildet viele junge Menschen aus.

War Ihnen diese Auszeichnung mehr wert als ein Michelin-Stern oder Punkte im GaultMillau?

Man kann das kaum gegeneinander aufwiegen. Für die einen sind Restaurantführer wichtiger als für die anderen. Gerade in Tourismusregionen sind sie wirtschaftlich wichtig und ziehen Gäste an. Ich hatte das Glück, in meiner Region bekannt und geschätzt zu sein. Im Le Bocca mussten wir nie um Gäste werben. Während meiner ganzen Laufbahn waren rund 80 Prozent unserer Services ausgebucht.

2017 waren Sie Genuss-Pate der Schweizer Genusswoche. Wie haben Sie diese Rolle erlebt?

Mir war es wichtig, der jungen Generation etwas mitzugeben: Sie für Genuss, gute Küche, grosse Weine und unsere Berufe zu begeistern. Deshalb habe ich ein spezielles Menü für junge Gäste kreiert und Winzer eingeladen, die von Rebsorten, Vinifikation und dem Zusammenspiel von Wein und Küche erzählten. Diese Sensibilisierung halte ich für enorm wichtig. Sie sollte meiner Ansicht nach schon früh beginnen, mit Ernährungsunterricht von klein auf.

Welches Gericht weckt in Ihnen die stärksten Emotionen?

Das richtige Gericht zur richtigen Zeit. Ein Neuenburger Saucisson im Jura oder eine Rinderzunge mit Kapern können genauso bewegend sein wie aussergewöhnlicher Kaviar oder eine Poularde au Vin jaune im Pariser Meurice. Ich erinnere mich oft an meine Fahrten mit dem Velo auf den Chasseral. Oben angekommen gönnte ich mir ein Glas Weisswein und eine kleine Zigarre. Vielleicht war ich nicht immer ein Bewunderer des Winzers, doch dieser Wein, in diesem Augenblick, war unvergleichlich. Und dann sind da die Gerichte der Kindheit. Das berühmte Sonntags-Huhn zum Beispiel.

Wie leben Sie heute Ihre Leidenschaft für den Genuss?

Die Gastronomie lässt mich nicht los. Ich bin weiterhin eng mit der Branche verbunden und regelmässig an kulinarischen Veranstaltungen präsent. Am meisten Zeit widme ich heute allerdings unserem Familienweingut in La Neuveville. Rund 25'000 Flaschen entstehen dort jedes Jahr, und ich bringe sie noch immer persönlich zu unserer Kundschaft.

♥ kulinarischemeriten.ch

Alpengenuss mit Ambitionen

Die Alpen verbindet weit mehr als ihre Gipfel. Eine internationale Bewerbung um eine UNESCO-Anerkennung rückt die kulinarischen Traditionen und das überlieferte Wissen des Alpenraums ins Rampenlicht. Die Schweiz spielt dabei eine zentrale Rolle.

TEXT Oriane Grandjean · FOTOS DR





Das Aroma eines Alpkäses, das Knacken eines frisch angeschnittenen Roggenbrots oder der Duft einer Suppe mit wilden Kräutern. Solche Sinneseindrücke prägen die Genusskultur des Alpenraums. Von Bagnes über Nidwalden bis ins Puschlav wird dieses kulinarische Erbe gepflegt, gelebt und weitergegeben. Nun könnte es auch internationale Anerkennung finden und ins UNESCO-Register guter Praxisbeispiele zur Erhaltung des immateriellen Kulturerbes aufgenommen werden.

Ende März 2026 reichte die Schweiz gemeinsam mit Frankreich, Italien und Slowenien die UNESCO-Bewerbung ein. «Ihr voraus gingen Jahre der Vernetzung und Aufbauarbeit», sagt Julien Vuilleumier, Fachspezialist vom Bundesamt für Kultur. Bereits 2015 legte das Interreg-Projekt «AlpFoodway» den Grundstein für die Zusammenarbeit im Alpenraum. Es machte Traditionen sichtbar, brachte Gemeinschaften miteinander ins Gespräch und rückte Veranstaltungen wie das Roggenbrotfest «Lo Pan Ner» ins Licht. Mit der Zeit wurde deutlich, welches Potenzial in einer gemeinsamen UNESCO-Bewerbung für das alpine Ernährungserbe steckt.

Die Schweiz zählt zu den treibenden Kräften der Bewerbung. Eine zentrale Rolle spielen dabei das Walliser Forschungszentrum CREPA, das Kompetenzzentrum Polo Poschiavo im Puschlav sowie das Bundesamt für Kultur, das den Prozess begleitet

hat. Verläuft alles nach Plan, könnte die UNESCO Ende 2027 über die Aufnahme entscheiden. «Für Polo Poschiavo wäre dies eine besondere Anerkennung», sagt Direktor Cassiano Luminati. «Seit über zwanzig Jahren engagieren wir uns für den Erhalt des immateriellen Kulturerbes rund um die alpine Genusskultur im Puschlav und haben das europäische Projekt AlpFoodway federführend vorangetrieben. Es ist deshalb weit mehr als ein Vorhaben, dem wir uns angeschlossen haben. Gemeinsam mit den Menschen im Tal und unseren Partnern in Frankreich, Italien und Slowenien haben wir diesen Prozess über Jahre hinweg mit aufgebaut und geprägt.»

Wie lebendig das kulinarische Erbe der Alpen geblieben ist, zeigt nicht zuletzt das PALP Festival. Die vielgestaltige Veranstaltung verbindet im Wallis Musik, Landschaft und regionale Genusskultur. Neben Konzerten, die ein breites Publikum anziehen, bietet sie den alpinen Ernährungstraditionen eine Bühne, etwa am Marché des Terroirs alpins. Ein ähnliches Anliegen verfolgt Lo Pan Ner. Das ursprünglich im Aostatal entstandene Fest versammelt Dörfer rund um ihre historischen Backöfen und das Roggenbrot, einen Grundpfeiler alpiner Esskultur. Heute wird es nicht nur im Puschlav und im Wallis gefeiert, sondern an mehr als 200 Orten im gesamten Alpenraum. Auch das Culinarium Alpinum ins Stans hat sich diesem Erbe verschrieben und etabliert sich zunehmend als internationales Kompetenzzentrum für kulinarisches

Was das alpine Ernährungserbe ausmacht

Zum alpinen Ernährungserbe gehören weit mehr als Käse, Roggenbrot und Trockenfleisch. Gemeint sind auch das Wissen, die Fertigkeiten und die Traditionen, die sich rund um Anbau, Verarbeitung und Genuss von Lebensmitteln entwickelt haben. Dazu zählen landwirtschaftliche Praktiken ebenso wie handwerkliches Können, saisonale Bräuche, überlieferte Rituale und regionale Erzählungen. Im Alpenraum haben diese Traditionen eine besondere Ausprägung erfahren. Das Leben in einer von rauem Klima und schwierigen Verkehrswegen geprägten Bergwelt verlangte seit jeher Einfallsreichtum. So entstanden Verfahren zur Haltbarmachung von Lebensmitteln und Pflanzensorten, die den besonderen Bedingungen der Alpen standhalten.



Kulturgut. «Alp'26 ist ein wichtiger Schlüssel für den Aufbau und die Pflege internationaler Netzwerke», sagt Andres Lietha, Geschäftsführer der Stiftung Kulinarisches Erbe der Alpen (KEDA). «Mit dieser Veranstaltung und unserem Podcast, zu dem wir Gäste aus dem gesamten Alpenraum einladen, möchten wir sichtbar machen, wie selbstverständlich sich Nachhaltigkeit und Genuss in den Alpen verbinden.»

Am Wert des alpinen Ernährungserbes besteht längst kein Zweifel mehr. Eine Aufnahme ins UNESCO-Register wäre dennoch weit mehr als eine symbolische Geste. «Sie würde sichtbar machen, was über Jahrzehnte aufgebaut wurde», sagt Cassiano Luminati. «Im Mittelpunkt stehen nicht einzelne Spezialitäten oder Bräuche, sondern das gemeinsame Anliegen, dieses Erbe zu bewahren. Für das Puschlav wäre dies eine Bestätigung des eingeschlagenen Weges und würde unserer Arbeit – Bildungsprojekte, Generationenaustausch, Förderung regionaler Wertschöpfungsketten – zusätzliche Sichtbarkeit verleihen.»

Der eigentliche Wert solcher Initiativen liegt womöglich in den Impulsen, die sie weit über ihren unmittelbaren Anlass hinaus entfalten. «Alp'26 verstehen wir nicht allein als Wettbewerb», sagt Andres Lietha. «Viel wichtiger ist uns der direkte Austausch zwischen den Menschen, die den Alpenraum mit ihrem Wissen und ihrer Arbeit prägen. Mit einem Forum für Fachleute schaffen wir

deshalb Raum für Begegnungen und machen sichtbar, wie Landwirtschaft, Gastronomie, Verarbeitung und Tourismus über Grenzen hinweg zusammenwirken.»

Ob die Bewerbung den erhofften Erfolg bringt, dürfte sich in den kommenden Monaten zeigen. «Im Herbst dürfte feststehen, ob das Dossier für 2027 berücksichtigt wird», sagt Julien Vuilleumier. Anschliessend wird es von einem internationalen Expertenteam geprüft. Fällt der Entscheid positiv aus, erfolgt die Aufnahme ins Register Ende 2027. Die Voraussetzungen dafür scheinen jedenfalls gegeben.

Eine Aufnahme ins UNESCO-Register würde nicht nur die Voraussetzungen für eine langfristige Unterstützung durch das Bundesamt für Kultur schaffen. Sie könnte auch die Verbindungen zwischen den alpinen Gemeinschaften festigen und dem gemeinsamen Engagement zusätzliche Sichtbarkeit verleihen. «Dieses lebendige Netzwerk aus Praktikern, Vereinen und lokalen Institutionen ist schon heute eine Erfolgsgeschichte», sagt Cassiano Luminati. «Menschen begegnen sich, tauschen Erfahrungen aus und lassen sich gegenseitig inspirieren. Eine Aufnahme ins Register würde diesem Miteinander eine dauerhafte Anerkennung verleihen. Sie wäre kein Endpunkt, sondern eine Wegmarke. Die Würdigung dessen, was gemeinsam entstanden ist und zugleich eine Einladung, diesen Weg weiterzugehen.»

« Wir wollen den Produzentinnen und Produzenten des Alpenraums ein Schaufenster bieten. »

Vom 6. bis 8. November wird das Culinarium Alpinum in Stans zum Treffpunkt alpiner Kulinarik. Alp'26 feiert die Vielfalt des alpinen Ernährungserbes und vereint Produzentinnen und Produzenten aus dem ganzen Alpenraum. Degustationen, Begegnungen und Gespräche über die Zukunft der alpinen Esskultur prägen die zweijährliche Veranstaltung. Marie Pfammater, Leiterin Agrarprojekte des Culinarium Alpinum, spricht über Ideen und Ziele von Alp'26.

TEXT Alexander Zelenka · FOTO DR



Seit 2024 gibt es den International Alpine Food Contest. Wie ist die Idee entstanden?

Die Alpen sind reich an kulinarischen Traditionen, deren Vielfalt weit über die einzelnen Regionen hinaus oft kaum wahrgenommen wird. Genau hier setzt der Wettbewerb an. Gemeinsam mit dem alle zwei Jahre in Courtemelon (JU) ausgetragenen Schweizer Wettbewerb der Regionalprodukte, mit dem uns eine enge Partnerschaft verbindet, möchten wir die Erzeugnisse aus dem gesamten Alpenraum zusammenführen (Frankreich, Österreich, Slowenien, Deutschland, Schweiz, Liechtenstein und Italien). 2024 fehlten einzig Liechtenstein und Deutschland. Für Alp'26 erwarten wir Produzierende aus Frankreich, Österreich, Italien und natürlich auch aus der Schweiz.

Welche Auszeichnungen werden vergeben?

Über die Prämierung entscheidet eine Fachjury. Ausgezeichnet werden die besten Produkte mit Bronze (ab 17 Punkten), Silber (18 Punkte) und Gold (19 und 20 Punkte). In jeder Produktkategorie vergibt die Fachjury den «Prix d'Excellence» an ein Produkt, das zuvor mit einer Goldmedaille ausgezeichnet worden ist. Wenn 12 oder mehr Produkte eine Goldmedaille erhalten haben, können nur die Produkte für den «Prix d'Excellence» nominiert werden, welche mit 20 Punkten bewertet worden sind.

Warum haben Sie den Wettbewerb mit einem Forum und einem Markt verknüpft?

Der Wettbewerb richtet sich an Fachleute. Der Markt schafft den direkten Austausch mit dem Publikum. Besuchende entdecken und degustieren die Produkte dort, wo sie entstehen, und kommen mit den Produzentinnen und Produzenten ins Gespräch. Das Forum ergänzt diese Begegnungen mit Diskussionen über Ernährung, die Weitergabe von Wissen und die Zukunft des Alpenraums. Dieses Zusammenspiel macht den Charakter von Alp'26 aus.

Welche Produkte sind vertreten?

Die Vielfalt ist beeindruckend. Vertreten sind Milch- und Fleischspezialitäten, Brot, Konfitüren, Honig, Sirupe, Bier, Spirituosen, Kräuter, Kräutertees und fermentierte Erzeugnisse. Diese Bandbreite macht den kulinarischen Reichtum der Alpen sichtbar. Entstanden ist er in Regionen, die sich geographisch und klimatisch stark unterscheiden, und gerade daraus schöpft jede ihre eigene Identität.

Gab es Produkte, die Sie besonders überrascht haben?

Jede Ausgabe bringt neue Entdeckungen mit sich. In Erinnerung geblieben sind mir etwa der Ennstaler Steirerkas, ein österreichischer Käse mit feinsäuerlichem Charakter, der traditionell über Kartoffeln oder Knödel geraspelt wird. Dazu kommen Safran und Kürbiskernöl. Und natürlich gibt es Klassiker wie den Sbrinz, den ich besonders schätze. Jedes dieser Produkte erzählt von seiner Herkunft, von einer Landschaft und den Menschen, die dort leben. Genau das fasziniert mich an diesem Wettbewerb.

Wie soll sich die Veranstaltung weiterentwickeln?

Grösser muss sie nicht werden. Im Kloster, wo der Markt stattfindet, ist mit 50 Ständen die Kapazitätsgrenze erreicht. Statt weiter zu wachsen, möchten wir das Degustationsangebot von 400 auf 500 Produkte erweitern und Produzierende aus den Nachbarländern stärker einbinden. Neu wird zudem ein Innovationspreis verliehen. Ausgezeichnet werden Produkte, die mit ihren Zutaten, dem Herstellungsverfahren und ihrem gesellschaftlichen Nutzen in den Bereichen Nachhaltigkeit, Ethik und Ernährungsphysiologie neue Impulse setzen.

Vom 6. bis 8. November finden im Culinarium Alpinum in Stans das Forum, der Markt und der Wettbewerb Alp'26 statt.

♥ alp26.ch



Wettbewerb

Zu gewinnen: 3 x 1 Übernachtung für 2 Personen auf dem Hof zur Linde.
Einfach QR-Code auf der Titelseite scannen und teilnehmen



Wo der Bauernhof zum Ferienzu Hause wird

Auf dem Hof zur Linde in Attiswil beginnt der Morgen mit frischem Brot, hausgemachter Konfitüre, Käse aus der Region, Joghurt und Dörrobst vom Hof. Der Frühstückskorb steht vor der Tür des liebevoll renovierten Spychers – einem historischen Baudenkmal, das heute Gästen als gemütliche Ferienwohnung dient.

TEXT DR · FOTOS studiogataric.ch

Was viele Gäste hier suchen, ist nicht Luxus im klassischen Sinn, sondern etwas Echtes: Ruhe, Natur, Tiere und Zeit. «Manche möchten im Stall mithelfen, andere geniessen einfach die Landluft mit einem Buch im Garten», erzählt Gastgeberin Brit Eli. Besonders Familien schätzen den grossen Spielplatz, das Hofleben und die Nähe zu den Tieren. Viele Gäste kommen wieder – manche seit zehn Jahren. «Wenn Gäste sagen: «Es ist wie nach Hause kommen», dann ist das für uns das schönste Kompliment.»

Der Agritourismus begann auf dem Hof bereits vor über zwanzig Jahren. Aus- und Weiterbildungen sowie die Freude am Austausch mit Menschen legten den Grundstein. Als das Stöckli frei wurde und später dank Unterstützung eines Projekts zur regionalen Entwicklung auch der Spycher renoviert werden konnte, entstand Schritt für Schritt ein kleines Ferienparadies auf dem Bauernhof.

Zum Erlebnis gehören heute nicht nur die Übernachtungen im Stöckli oder Spycher, sondern auch Wellnessmomente im Hot Pot oder in der Sauna sowie kulinarische Angebote mit regionalen Produkten – etwa ein Racletteabend mit Spezialitäten aus der Umgebung.

Für Brit Eli ist Agritourismus weit mehr als ein touristisches Angebot. «Wir möchten zeigen, was es braucht, um Lebensmittel zu produzieren und wie die natürlichen Kreisläufe funktionieren.» Gerade in einer Zeit, in der viele Menschen kaum noch Bezug zur Landwirtschaft haben, sei dieser direkte Einblick besonders wertvoll. Ferien auf dem Bauernhof verbinden Genuss, Gastfreundschaft und nachhaltige Ernährung mit echten Begegnungen und einem bewussteren Blick auf unsere Lebensmittel.

♥ hof-zur-linde.ch

Erlebnisferien auf dem Bauernhof

- Übernachtung im historischen Spycher oder gemütlichen Stöckli
- Frühstückskorb mit hausgemachten Hofprodukten
- Wellness mit Hot Pot & Sauna
- Tiere, Spielplatz & echter Bauernhofalltag
- Gut erreichbar mit dem ÖV (Attiswil, BE)

Entdecken Sie alle Angebote auf:

♥ myfarm.ch/de

Die Ziege im Rheinwald als neue Botschafterin

Die Viamala vertraut auf eine ungewöhnliche Botschafterin: die Rheinwaldziege. Zwischen alpinen Landschaften, regionaler Kulinarik und tief verwurzelten Traditionen soll sie neue Gäste für die Region begeistern. Eine originelle Idee, die die Wirtschaft stärkt und zugleich ein lebendiges Erbe bewahrt.



TEXT Reto Thörig, Direktor Viamala Tourismus · FOTOS DR

Wie behauptet sich eine Region, die viele nur auf der Durchreise erleben? Die Viamala setzt auf ihre Herkunft. Genauer gesagt auf die Ziege im Rheinwald, die zum Symbol eines Projekts geworden ist, das Tourismus, Landwirtschaft und regionale Kulinarik zusammenführt, die regionale Wirtschaft stärkt und ein lebendiges Erbe bewahrt.

Die Region erstreckt sich entlang des Hinterrheins vom San-Bernardino Pass bis ins Domleschg. Seit Jahrhunderten zählt sie zu den wichtigsten Nord-Süd Verbindungen der Alpen. Schon die Römer bauten die Via Spluga aus, die später zu einer bedeutenden Handelsachse wurde. Gewürze, Wein, Baumwolle und Zitrusfrüchte nahmen diesen Weg, ebenso wie Reisende und Schriftsteller.

Mehr als eine Durchgangsregion

Mit dem Ausbau der grossen Alpenbahnlinien und modernen Verkehrsachsen verlor die Viamala nach und nach ihre strategische Bedeutung. Heute lässt sich die Region in weniger als einer Stunde durchqueren. Der Anteil an Tagesgästen ist entsprechend hoch, die wirtschaftlichen Effekte vor Ort bleiben begrenzt. Für den Tourismus besteht die Herausforderung darin, längere Aufenthalte zu fördern und die lokale Wertschöpfung zu stärken.

Die Antwort liegt in den Qualitäten der Region: weitgehend unberührte Täler, eine reiche Geschichte, lebendige Traditionen und eine nachhaltige Landwirtschaft. Nach dem Val Poschiavo weist die Viamala den höchsten Anteil an biologischer Landwirtschaft im Kanton Graubünden auf. Die Obstgärten des Domleschg sind für ihre

Apfelsorten bekannt, in den Berggebieten dominiert die Viehzucht. Die Gastronomie nimmt eine zentrale Rolle ein. Hochwertige regionale Produkte treffen auf ein kulinarisches Angebot, das von der Dorfbeiz bis zur Spitzengastronomie reicht.

Mehr als eine Ziege

Die Rheinwaldziege ist zum Symbol der Region geworden. Acht Familien leben von der Zucht von rund 300 Tieren. Ihr Wert geht jedoch weit über den wirtschaftlichen Nutzen hinaus. Die Ziegen tragen dazu bei, die Verbuschung von Weiden und Alpen einzudämmen. Ihre Nutzung ist vielfältig. Zwei Käseereien produzieren Ziegenkäse, das Fleisch wird für seine Qualitäten geschätzt, auch die Felle finden Verwendung. Vor allem aber verkörpern die Tiere das Leben in den Bergen und die enge Verbundenheit mit der Region.

Die Vermarktung des Fleisches bleibt dennoch eine Herausforderung. Anders als in südlichen Alpenregionen hat Gitzi hier keine Tradition. Um neue Wege zu finden, arbeitet Viamala Tourismus mit Züchtern, Verarbeitern und Gastronomen zusammen. Daraus sind bereits Produkte wie Ziegen-Luganighe, Mostbröckli, Rohschinken und Glace aus Ziegenmilch entstanden. Käse wiederum gehört ganz selbstverständlich zu vielen Gerichten.

Die Ziege im Rheinwald erleben

Doch die Ziege im Rheinwald steht für weit mehr als regionale Spezialitäten. Es geht darum, eine Erfahrung zu schaffen. Besucherinnen und Besucher begegnen den Tieren auf Wanderungen, erfahren mehr über ihre Rolle in der Alpwirtschaft und entdecken die Produkte in den Partnerbetrieben. Manche nehmen am Ende sogar einige Spezialitäten mit nach Hause. Davon profitiert die ganze Region. Die regionalen Produkte gewinnen an Sichtbarkeit, die Erträge bleiben in der Region und für die Züchter eröffnen sich neue Perspektiven.

Je länger Gäste bleiben, desto stärker profitieren Produzentinnen und Produzenten sowie die Gastronomie. Die Ziege im Rheinwald steht damit beispielhaft für eine Entwicklung, die den Tourismus prägt: Das Terroir und die Menschen, die es formen, werden Teil des Erlebnisses. So wird aus einem regionalen Produkt die unverwechselbare Marke einer Region.

Viamala wird diesen Herbst Kulinarischer Genussort.

♥ swisstastes.ch

♥ viamala.ch





HEIMATSCHUTZ

Sie sind die Loterie Romande



**SPIELEN HEISST AUCH UNTERSTÜTZEN.
DANK IHNEN VERTEILT DIE LOTERIE ROMANDE
JEDES JAHR 100% IHRER GEWINNE AN SOZIALE PROJEKTE,
SPORT, KULTUR UND UMWELT.**



Finden Sie alle unsere Begünstigten



**Milch
in all ihren
Facetten**



Lange war Milch vor allem eines: ein beinahe universelles Lebensmittel. Diese vermeintliche Einheitlichkeit ist heute einer Vielfalt gewichen, die den Wandel unserer Ernährungsgewohnheiten widerspiegelt. Milch ist längst nicht mehr nur Milch. Ob tierisch oder pflanzlich, roh, angereichert, fermentiert oder aromatisiert, begegnet sie uns in unterschiedlichsten Formen und erzählt dabei ebenso viel über gesellschaftliche Entwicklungen wie über persönliche Vorlieben.

TEXT Alexander Zelenka · **ILLUSTRATIONEN** Dora Formica · **FOTOS** Adobe Stock

Tierische Milch, allen voran Kuhmilch, aber auch Ziegen- und Schafmilch zählt weiterhin zu den meistkonsumierten Lebensmitteln weltweit. Sie ist erschwinglich, nährstoffreich und in nahezu allen Kulturen verankert. Vom Milchkaffee in Europa bis zum Chai in Indien ist sie fester Bestandteil des Alltags. Kaum ein anderes Lebensmittel überschreitet kulturelle und soziale Grenzen so selbstverständlich.

Seit rund 15 Jahren gewinnen jedoch pflanzliche Alternativen rasant an Bedeutung. Ein Blick in die Supermarktregale genügt, um diesen Wandel zu erkennen. Ob Hafer-, Mandel-, Soja- oder Reisdink, ihr Erfolg beruht auf unterschiedlichen Motiven. Umweltbewusstsein, Laktoseintoleranz, ethische Überzeugungen oder Neugier auf neue Geschmackserlebnisse. Besonders Hafer hat sich zum Favoriten vieler Baristas entwickelt, die seine cremige Textur und seinen milden Geschmack schätzen.

Orientierung im Milchregal

Mit der wachsenden Auswahl wird die Orientierung schwieriger. Darf man bei diesen Produkten noch von «Milch» sprechen? Rechtlich lautet die Antwort: nein. Kulturell fällt sie differenzierter aus. Denn pflanzliche Alternativen erfüllen oft denselben Zweck und erweitern das Angebot, statt es zu ersetzen. Auch die Rolle der Milch hat sich verändert. Sie ist nicht mehr bloss Grundnahrungsmittel, sondern zunehmend eine bewusste Wahl: biologisch, regional, laktosefrei oder mit Kalzium und Vitaminen angereichert.

Genau damit arbeitet auch das Lebensmittelmarketing. Die Vielfalt erweitert das Angebot, macht die Wahl aber nicht unbedingt einfacher. Die heutige Milchwelt spiegelt den Wandel unserer Essgewohnheiten wider. Aus einem einst universellen Lebensmittel ist eine breite Palette von Produkten entstanden, die Genuss ebenso verspricht wie Vorteile für Gesundheit und Umwelt.



Hinter den Kulissen: die Frage der Zusatzstoffe

Pflanzliche Getränke erfreuen sich wachsender Beliebtheit. Ein genauer Blick zeigt jedoch, dass ihre Zusammensetzung stark variieren kann. Manche industriell hergestellten Produkte enthalten Emulgatoren, Stabilisatoren, zugesetzten Zucker oder Aromen. Sie verbessern Textur, Haltbarkeit oder Geschmack, entfernen das Produkt aber mitunter von seinem Anspruch auf Natürlichkeit. Die Zutatenliste wird damit zum wichtigen Orientierungspunkt. Ein Hafer- oder Mandeldrink kann aus wenigen Zutaten bestehen oder aus einer deutlich längeren Liste. Wer möglichst naturbelassene Produkte sucht, achtet auf einfache Rezepturen ohne zugesetzten Zucker und unnötige Zusatzstoffe.

Milch und Fleisch aus viel Gras, Klee und Kräutern

Das Gütesiegel « Simmentaler Original » steht für Qualitätsprodukte von Tieren aus standortangepasster und tierfreundlicher Produktion. Simmentaler Fleckvieh ist robust und garantiert beste Milch- und Fleischqualität. Die traditionelle Schweizer Zweinutzungsrasse erlebt unter der Marke « Simmentaler ORIGINAL » eine Renaissance und liegt voll im Trend. Sie ist ein Geschenk der Natur für nachhaltigkeits- und qualitätsbewusste Konsumentinnen und Konsumenten jeden Alters.

TEXT Rudolf Haudenschild · **FOTO** DR



Wer Milch, Käse und Fleisch von «Simmentaler ORIGINAL» Kühen kauft, fördert die im Winter mit schmackhaftem Heu und im Sommer mit saftigem Gras, Klee und Kräuter gefütterte Schweizer Weiderasse.

Nur die Wiederkäuer können Zellulose in ihrem natürlichen Bioreaktor aus den vier zusammenhängenden Mägen (Pansen, Netzmagen, Blättermagen und Labmagen) umwandeln. Die Menschen machen daraus bekömmliche Lebensmittel wie Milch, Käse und Fleisch.

Mit dem Kauf von Fleisch mit dem Logo «Simmentaler ORIGINAL» essen Sie ein Stück Natur und gönnen sich damit ein Stück Glück, saftig und gesund mit viel Protein, Enzymen, Vitaminen, Polypeptiden, Mineralstoffen und gesunden Fettsäuren zur täglichen Stärkung Ihres Immunsystems gegen den Stress im Alltag.

Als Konsument unterstützen Sie mit der Nachfrage nach «Simmentaler ORIGINAL» direkt die Alp- und Weidewirtschaft und wertvolle Familienbetriebe im Hügel- und Berggebiet. So tragen auch Sie zur Erhaltung der alten Viehrasse «Simmentaler ORIGINAL» bei.

Die Absicht der Initianten hinter dem Label aus Landwirtschaft, Käsereien, Metzgern und Gastropartnern wie Transgourmet/Prodega ist es, unter dem Gütesiegel «Simmentaler ORIGINAL» ein erkennbares und attraktives Fleisch- und Käsesortiment aufzubauen und damit die nachhaltige und dem Grasland Schweiz angepasste Zweinutzungsrasse «Simmentaler ORIGINAL» zu fördern. Der Gastropartner Transgourmet/Prodega führt «Simmentaler ORIGINAL» das ganze Jahr im Sortiment.

Genuss ist geteilte Freude und präventive Medizin

Lebensmittel von Wiederkäuern wie dem Rind, welches die Zellulose aus dem Gras zu wertvollen Naturprodukten wie Milch und Fleisch umwandeln kann, sind für das Leben auf der Erde zentral. Als Pflanzenfresser, Dünger- und Fleischlieferanten stehen die Wiederkäuer mitten im ewigen Zyklus von Aufbau und Abbau, von Fotosynthese, Stoffwechsel

und Biosynthese (Sonne, Luft, Pflanzen, Tiere, Mikrobiome, Wasser und Boden) und sind Garanten der Fruchtbarkeit dieser Erde.

Rinder bereichern auch eine ausgewogene Ernährung des Menschen. Die Zubereitung von Milch und Fleisch zu hochwertigen Lebensmitteln mit einem «gewissen» Genussfaktor für Auge, Nase, Gaumen und Magen, ist nicht nur geteilte Freude zwischen Produzenten und Konsumenten, sondern auch gleichzeitig Kultur, kulinarisches Erbe und präventive Medizin für den Menschen.

♥ simmentaler-original.ch

Genuss mit Herkunft

«Simmentaler ORIGINAL» bedeutet: Schweizer Tradition – naturnahe bäuerliche Tierhaltung – widerstandsfähige Zweinutzungsstiere. Denn hochwertige Fleisch- und Milchqualität stärkt Ihr Immunsystem und ist präventive Medizin.

Unter dem Gütesiegel «Simmentaler ORIGINAL» bauen Produzenten, Metzger und der Gastrosektor zusammen ein attraktives Fleisch- und Käsesortiment auf und erhalten so die von einem Rückgang bedrohte Zweinutzungsrasse «Simmentaler ORIGINAL». Im Vorstand der Interessengruppe sind vertreten: Mutterkuh Schweiz, IP Suisse, Swissherdbook, Schweizerische Vereinigung zur Erhaltung und Förderung der reinen Simmentaler Fleckviehrasse (SVS), Simmental Suisse, Coop, Transgourmet, Intercheese, Bell.

«Simmentaler Original» erfüllt «RAUS»-Richtlinien: «RAUS» heisst, dass den Tieren das ganze Jahr Auslauf ins Freie ermöglicht wird. Sie leben auf kleinen und mittelgrossen Betrieben und werden mit viel Raufutter wie Gras, Klee und Kräutern und wenig Ergänzungsfutter gefüttert.

Der Gastropartner Transgourmet/Prodega hat dies frühzeitig erkannt und geht mit dem Ziel in die Offensive, das ganze Tier von «Nose-to Tail» für die modernen Konsumenten mit viel Convenience vollständig zu verwerten. Zum Beispiel mit 70 Gramm «Simmentaler ORIGINAL» Rinds-Tatar in praktischer Verpackung (20 x 70 Gramm) oder 150 Gramm «Simmentaler ORIGINAL» Burger (6 x 150 Gramm).

Nutzen Sie dieses Angebot und verlangen Sie «Simmentaler ORIGINAL». Sie setzen damit ein Zeichen, wem Sie Ihren Schweizer Franken geben, nämlich den Familienbetrieben im Grasland Schweiz, wo bodenständige Kühe noch Familienanschluss haben.

Doppelt wertvoll Simmentaler Original

Das Fleisch der traditionellen
Schweizer Zweinutzungsrasse



Herausragende Qualität
aus nachhaltiger Produktion

Jetzt auch im Grosshandel
für Profis aus der Gastronomie



TRANSGOURMET
PRODEGA

ALPKÄSEMARKT 08.11. BRUSON

**WALLIS
SCHWEIZ**

**PALP
VILLAGE**

Special guest: Lo Pan Ner

RAIFFEISEN



palpfestival.ch

Milchprodukte für den kleinen Hunger

Milchprodukte liefern hochwertiges Eiweiss und Kalzium und gehören zu einer ausgewogenen Zwischenmahlzeit dazu. Von der Kindheit bis ins hohe Alter leisten sie einen wichtigen Beitrag zu einer ausgewogenen Ernährung und zum Erhalt der Gesundheit. Fourchette verte zeigt, worauf es ankommt.

TEXT Elisa Domeniconi · **FOTO** Olga Kriger

Der kleine Hunger zwischen den Hauptmahlzeiten gehört zum Alltag. Für ausgewogene Zwischenmahlzeiten empfiehlt Fourchette verte eine Kombination aus Früchten, Gemüse und Milchprodukten. Früchte und Gemüse liefern Ballaststoffe und Vitamine, Milchprodukte hochwertiges Eiweiss, Kalzium, Jod sowie die Vitamine B2 und B12 (Schweizerische Gesellschaft für Ernährung).

Mit dem Alter verändern sich die Bedürfnisse. Bei Kindern und Jugendlichen unterstützen ausgewogene Zwischenmahlzeiten das Wachstum und begleiten den Schulalltag. Im Alter leisten Milchprodukte einen wichtigen Beitrag zum Erhalt von Muskelmasse und Knochendichte, zwei wichtige Voraussetzungen für Gesundheit und Selbständigkeit.

Einfach gut kombiniert

Ob Milch mit saisonalen Früchten, Naturjoghurt mit Nüssen, Gemüsesticks mit Quarkdip oder Käse mit Brot, diese Zwischenmahlzeiten sind schnell zubereitet und kommen bei Gross und Klein gut an.

Für Kinder von 2 bis 10 Jahren bietet Fourchette verte Vaud ein Set mit sechs Rezepten und sechs Aktivitäten, das den spielerischen Zugang zu Milchprodukten in Betreuungseinrichtungen fördert.

Verantwortungsvoll essen

Das Label Fourchette verte richtet sich nach den Empfehlungen des Bundesamts für Lebensmittelsicherheit und Veterinärwesen (BLV) sowie der Schweizerischen Gesellschaft für Ernährung (SGE). Es fördert eine ausgewogene Ernährung in der Gemeinschaftsgastronomie, von Kitas über Schulrestaurants bis zu Cafeterias.

Zertifizierte Betriebe werden fachlich begleitet und setzen auf frische, saisonale sowie möglichst wenig verarbeitete Lebensmittel. Mit Fourchette verte – Ama terra, fördert das Label zudem Milchprodukte aus Schweizer Herkunft und umweltschonender Produktion.



Empfehlungen

Kinder und Jugendliche:
2–4 Portionen täglich
(je nach Alter)

Erwachsene:
2–3 Portionen täglich

♥ fourchetteverte.ch

Fourchette verte empfiehlt Milchprodukte, die möglichst:

- naturbelassen,
- ungesüsst,
- regional
- und aus tiergerechter Produktion stammen.

SO ISST DIE SCHWEIZ



Aus gutem Grund: Schweizer Fleisch.
Denn die Schweiz bietet beste Voraussetzungen, damit Fleischproduzenten tier- und umweltgerecht arbeiten können. Weitere Informationen finden Sie unter schweizerfleisch.ch



Meine Wahl.

Schweiz. Natürlich.





Mutterkühe und ihre Kälber unter freiem Himmel

Am Jurafuss, in Givrins (VD), führen Manuela Bovet und ihr Vater Fred-Henri einen Angus-Mutterkuhbetrieb. Den grössten Teil des Jahres werden die Tiere auf Weiden und Alpen gehalten. Das Fleisch aus ihrer Zucht trägt das Label Natura-Beef und steht für erstklassige Qualität und verantwortungsvolle Tierhaltung.

TEXT Margaux Mauran · **FOTOS** Margaux Mauran, selinaphotography.ch

Am Dorfrand von Givrins (VD) öffnet sich beim Hof von Manuela Bovet ein weiterer Blick über sattgrüne Weiden, den See und die umliegenden Höhen. Gemeinsam mit ihrem Vater Fred-Henri führt die Waadtländerin eine rund vierzigköpfige Mutterkuhherde mit ihren Kälbern. Die Tiere können das ganze Jahr über nach draussen: im Winter rund um den Hof und sobald das Gras ausreichend gewachsen ist auf die Weide. Im Sommer ziehen sie auf eine 55 Hektar grosse Alp in La Givrine.

Mit geschärftem Sinn für die Atmosphäre im Stall beschreibt die Produzentin mit spürbarer Begeisterung: «Im Frühjahr liegt eine gewisse Ungeduld in der Luft. Sobald das Gras die nötige Höhe erreicht, lassen wir die Tiere bis weit in den Herbst hinein weiden.» Die Familie Bovet hält ihre Angusherde nach den strengen Richtlinien von Natura-Beef und ist stolz auf ihr Fleisch von höchster Qualität dank verantwortungsvoller Tierhaltung.



Natura-Beef Fleisch

Natura-Beef, erhältlich bei Coop und direkt von über 750 Bauernhöfen, zeigt sich vielfältig: vom Entrecôte bis zum Steak, dazu Charbonnade, Ragout oder Siedfleisch. Es stammt von zehn Monate alten Rindern und zählt damit zum roten Fleisch, im Gegensatz zu jenem jüngerer Tiere. Die Kälber bleiben bei den Mutterkühen und trinken deren Milch. So klingt die Laktation der Kühe auf natürliche Weise aus.

Die Kälber bleiben bei ihren Müttern. Im Winter schafft die Laufstallhaltung die Voraussetzung dafür, dass die Tiere zusammenbleiben. Sie bewegen sich frei im Stall. Zwei Stiere ergänzen die Herde. Dass Angus-Rinder von Natur aus hornlos sind, erweist sich in dieser Haltungsform als wertvoller Beitrag

zur Sicherheit. Die Fütterung gründet ganz auf Gras, im Winter in Form von Heu und Grassilage. Lediglich die Kälber erhalten zusätzlich etwas Mais.

Mutterkühe

In der Schweiz blieb die Rindfleischproduktion lange eine Nische, anders als etwa in Schottland oder Frankreich. Erst die Milchüberschüsse der 1960er-Jahre veranlassten den Bund, neue Wege zu fördern. Viele Betriebe kehrten der Milchwirtschaft den Rücken und wandten sich der Mutterkuhhaltung zu, in der die Kälber bis zur Schlachtreife bei den Mutterkühen bleiben.

Diese Haltungsform nutzt zugleich Grünlandflächen, oft in steileren Lagen, die für den Ackerbau ungeeignet sind. Um ihr einen Rahmen zu geben und sie

weiterzuentwickeln, gründeten 1977 zweiundvierzig Pioniere die Schweizerische Vereinigung der Ammen- und Mutterkuhhalter (SVAMH), die heute als Mutterkuh Schweiz bekannt ist.

Fred-Henri Bovet schloss sich früh dieser Bewegung an und stand ihr von 1989 bis 2003 als zweiter Präsident vor. Rückblickend meint er: «Es galt, unser Produkt im schweizerischen Agrargefüge zu verankern. Deshalb haben wir Produktionsvorschriften formuliert, die verbindliche Garantien für Fleischqualität und Tierwohl schaffen.»

Mit der Übernahme des elterlichen Betriebs knüpft Manuela Bovet bewusst an diese Haltung an und führt sie im Zeichen einer lokal verankerten, verantwortungsvoll gedachten Fleischproduktion weiter. Die Vermarktung von Natura-Beef ist an anspruchsvolle Vorgaben gebunden. Dieses Label garantiert, dass die Kälber zusammen mit ihrer Mutter aufwachsen und dass die Tiere täglich Zugang ins Freie erhalten. Selbst die Fütterung ist ein zentraler Anker des Produktionsreglements. Insbesondere die Verfütterung von Soja, und Palmfett sind verboten.

Den Tieren nah

Die Familie Bovet sucht bewusst die Nähe zu ihren Tieren. Beim täglichen Einstreuen frischen Stroh und beim prüfenden Blick auf die Herde lässt Manuela Bovet kaum einen Moment ungenutzt. Ein streichelnder Handgriff hier, eine ruhige Geste dort, selbst gegenüber den ruhigen Stieren. Jede Kuh trägt einen Namen. «Mehrere Generationen stammen aus derselben Linie», sagt die Züchterin. «Da entsteht eine besondere Verbindung». Dadurch kennt sie auch die Charaktere und Gewohnheiten jedes ihrer Tiere.

Auf der Alp nimmt die Herde wieder ursprünglichere Züge an. Zum Kalben ziehen sich die Kühe zurück und bringen die Kälber abseits der Gruppe zur Welt. Seit Fred-Henri Bovet den Betrieb übergeben hat, trägt ihn heute ein kleines Familienteam: Der Senior sieht sich heute «als einfacher Mitarbeiter», Manuela Bovet wird bei Arbeiten wie der Futterernte von ihrem Partner unterstützt, welcher selbst in der Landwirtschaft verwurzelt ist.

Mutterkuh Schweiz

Heute vereint die Organisation mehr als 6'000 Mitglieder, die insgesamt über 100'000 Mutterkühe halten. Diese Haltungsform macht rund 15% des Schweizer Rindviehbestands aus. Die unter dem Label Natura-Beef produzierenden Betriebe (das Label besteht seit 46 Jahren) werden regelmässig im Auftrag von Mutterkuh Schweiz durch die unabhängige Kontrollstelle beef control überprüft. Zusätzliche Kontrollen erfolgen durch den Schweizer Tierschutz. Ein Zertifikat garantiert die Einhaltung strenger Produktionsbedingungen. Ist der Betrieb zudem nach den Richtlinien des Bio-Knospe-Labels zertifiziert, wird das Fleisch unter der Bezeichnung Natura-Beef Bio verkauft.

♥ mutterkuh-schweiz.ch

♥ natura-beef.ch



Wurm in der IT?

Wir finden ihn.



Ein Pfeiler der Genfer Milchwirtschaft

Die Laiteries Réunies Genève (LRG) gingen 1911 aus der Vereinigung zweier Milchgenossenschaften hervor. Heute bilden sie den Verband der Milchproduzenten von Genf und Umgebung. Als einer von elf regionalen Milchverbänden der Schweiz zählen sie zu den prägendsten des Landes.

TEXTE Manuella Magnin · PHOTOS DR

Die Genfer Genossenschaft Laiteries Réunies Genève ist auf Milchannahme, Verarbeitung und Vermarktung von Milch und Milchprodukten spezialisiert. Seit über hundert Jahren arbeitet sie mit den Milchproduzenten der Region zusammen, um die Wertschöpfung der regionalen Milch zu sichern und höchste Qualität zu gewährleisten.

Zum Sortiment gehören Konsummilch, Rahm, Joghurt und Käsespezialitäten für Private und die Gastronomie. Kurze Transportwege, die lückenlose Rückverfolgbarkeit der Rohstoffe und verantwortungsvolle Produktionsmethoden bestimmen ihr Handeln.

Die LRG stärkt die Landwirtschaft der Region, fördert die lokale Wirtschaft und trägt zum Erhalt des landwirtschaftlichen Erbes bei. Zugleich entwickelt sie ihre Tätigkeit laufend weiter und begleitet den Wandel der regionalen Milchwirtschaft.

♥ lrgg.ch

LRG im Jahr 2026 – das sind 80 Milchproduzenten

4

im Kanton Genf

35

im Südwesten des Kantons Waadt

41

in Freizonen

(Pays de Gex und Haute-Savoie)

Davon 6 Biobetriebe!

Schau drauf beim Brot-Kauf

**Neu muss das Herstellungsland
von Brot und Feingebäcken
deklariert werden.**

Mit UrDinkel ist dies ganz einfach:
Die Marke garantiert für Spezialitäten, die aus Schweizer Getreide von zertifizierten Betrieben in der Schweiz hergestellt werden.

In Kooperation mit schweizerbrot.ch



urdinkel.ch
Das wertvollste Getreide.



Schweizer
Getreide
Kultur



Gemeinsam gestalten wir Ihre gedruckte Kommunikation

in **Renens** und auf **pcl.ch**

Druckpartner von Die Genusswoche.

Mit einem **lokalen, verantwortungsbewussten**
und **nachhaltigen** Ansatz bringen wir Ihre
Projekte zum Leben.



Die Spezialitäten von LRG

Piccolino



Schweizer Schmelzkäse, der knuspert

Mit Piccolino ergänzt Jean-Louis sein Sortiment mit einem Käsesnack für Kinder und für unterwegs. Damit erweitert die Marke das wachsende Segment der Snacks und Schmelzkäse. Piccolino steht auch für einen sorgfältigen Umgang mit Ressourcen, denn er entsteht aus Käse, der bei der Herstellung von Tommes, die nicht die richtige Form annehmen. So erhält der Käse eine neue Bestimmung und sein Wert bleibt erhalten. Bis Rezeptur und Format geschmacklich, qualitativ und im Alltag überzeugten, vergingen knapp zwei Jahre Entwicklungsarbeit. Piccolino vereint zwei Schweizer Spezialitäten: einen ohne Konservierungs- und Farbstoffe hergestellten Schmelzkäse mit dem Gütesiegel von Switzerland Cheese Marketing AG sowie Roland® Grissini. Möglich macht dies eine exklusive Co-Branding Partnerschaft mit dem Schweizer Biscuithersteller.

Edelweiss



Der Geschmack Schweizer Milch

Kaum ein anderes Symbol steht so sehr für die Schweiz wie das Edelweiss. Reinheit, Tradition und Qualität prägen auch die Marke der Laiteries Réunies Genève (LRG), unter der Milch, Joghurt und Käse vereint sind. Die Milch Edelweiss steht für Qualität, Regionalität und eine enge Zusammenarbeit mit den Milchproduzenten. Sie ist in verschiedenen Varianten erhältlich. Im Markensortiment gibt es zudem viele verarbeitete Milchprodukte, welche die Schweizer Molkereikompetenz und die Qualität der Rohstoffe unter Beweis stellen. Neben etablierten Spezialitäten von Val d'Arve sind neue Kreationen wie zum Beispiel der Edelweiss-Rahmtomme aufgenommen worden. Die Übernahme der Fromagerie de Martigny hat das Edelweiss-Sortiment zudem um Walliser Käsespezialitäten erweitert. Dazu zählen Raclettekäse aus pasteurisierter und thermisierter Kuhmilch ebenso wie solcher aus Schafs- und Ziegenmilch.

TamTam



Neuer Look für einen Klassiker

Seit 60 Jahren steht TamTam für unkomplizierten Genuss aus Schweizer Milch. Zum Jubiläum zeigt sich der Klassiker mit einem vollständig neu gestalteten Verpackungsdesign. Es greift die Geschichte der Marke auf und übersetzt sie in eine moderne, unverwechselbare Identität.



C-DERMA

By Celine

SWISS MADE BEAUTY BRAND



Skincare **sensorielle**
et **efficace** à adopter
de toute urgence.

Die **sensorische** und
hochwirksame
Hautpflege, die Sie
jetzt unbedingt
entdecken sollten.

Una skincare
sensoriale ed **efficace**
da adottare al più
presto.



SCAN HERE

cdermabyceline.com

MANOR

coop
vitality

haar-shop.ch

Milch, Allergie und Unverträglichkeit. Welche Lösungen gibt es?

Allergien und Unverträglichkeiten gehören für den Gemeinschaftsgastronomen Eldora zum Alltag. Nadia Mendonça und Jennifer Lutz, Ernährungsberaterinnen bei Eldora, sorgen dafür, dass betroffene Gäste ihre Mahlzeiten unbeschwert geniessen können und ausgewogen versorgt bleiben.

TEXT Manuella Magnin · **FOTOS** Sedrik Nemeth

Nehmen Milcheiweissallergien und Laktoseintoleranzen zu?

Die Zahl der Diagnosen nimmt zu, was auch auf ein besseres medizinisches Verständnis und häufigere Abklärungen zurückzuführen ist. Eine Kuhmilcheiweissallergie betrifft vor allem Säuglinge und Kleinkinder und verliert sich meist im Laufe der Kindheit. Die Laktoseintoleranz dagegen tritt überwiegend bei Erwachsenen auf. In der Schweiz sind schätzungsweise 15 bis 20 Prozent der Erwachsenen davon betroffen.

Worin unterscheiden sich Allergie und Intoleranz?

Einer Allergie liegt eine Reaktion des Immunsystems auf bestimmte Milcheiweisse, insbesondere aus Kuhmilch, zugrunde. Der Körper stuft sie als fremd ein und reagiert entsprechend. Die Laktoseintoleranz hingegen hat ihren Ursprung im Verdauungssystem: Sie entsteht, wenn nicht mehr genügend Laktase gebildet wird, jenes Enzym, das für den Abbau von Laktose erforderlich ist. Dieser Milchzucker kommt natürlicherweise in der Milch aller Säugetiere vor.

Woran lassen sich Allergie und Intoleranz erkennen?

Eine Milcheiweissallergie kann sich vielfältig und

oft rasch äussern. Zu den möglichen Symptomen zählen Hautreaktionen, Verdauungsbeschwerden und Atemwegsprobleme. In seltenen Fällen kann es zu einem anaphylaktischen Schock kommen. Die Laktoseintoleranz verursacht dagegen vor allem Beschwerden im Verdauungstrakt.

Welche pflanzlichen Alternativen eignen sich besonders gut?

Pflanzliche Drinks können eine gute Alternative sein. Je nach Produkt enthalten sie jedoch Zucker, Salz, Fett oder Zusatzstoffe. Ernährungsphysiologisch kommt der Sojadrink der Kuhmilch am nächsten, insbesondere beim Proteingehalt. Empfehlenswert sind Produkte, die mit Kalzium und Vitamin D angereichert sind.

Liefern pflanzliche Drinks die gleichen Nährstoffe wie Milch?

Kuhmilch liefert von Natur aus hochwertiges Eiweiss, Kalzium, Vitamin B12 und Jod. Pflanzliche Alternativen enthalten meist weniger Proteine, mit Ausnahme von Sojadrinks. Viele Produkte sind zudem mit Kalzium angereichert. Sie können Teil einer ausgewogenen Ernährung sein, sofern auf eine vielfältige Nährstoffversorgung geachtet wird.

♥ eldora.ch

Rezept

Vully-Milchreis mit Haferdrink und Lebkuchencaramel

Ein Rezept von Florian Berzane, stellvertretender Executive Chef der Eldora Gruppe

FÜR 6 PERSONEN

Zutaten

Milchreis

- 180 g Rundkornreis aus dem Vully
- 1,2 l Haferdrink
- 200 ml Hafercreme
- 140 g Zucker
- 2 Vanilleschoten

Lebkuchencaramel

- 225 g Zucker
- 150 ml Hafercreme
- 150 ml Apfelsaft
- 75 g Lebkuchengewürz

Caramelisierter Puffreis

- 60 g Puffreis nature
- 120 g Zucker
- 30 ml Wasser

Garnitur

- 3 frische Feigen
- Zitronenmelisse
- Lebkuchenkrümel



Zubereitung

Milchreis

Den Reis mit den aufgeschnittenen Vanilleschoten 30 bis 35 Minuten bei niedriger Hitze im Haferdrink garen und regelmässig rühren. Gegen Ende der Garzeit Zucker und Hafercreme begeben. Anschliessend kühl stellen.

Lebkuchencaramel

Aus dem Zucker einen Trockencaramel herstellen und mit Apfelsaft ablöschen. Die erwärmte Hafercreme sowie das Lebkuchengewürz begeben. Fein mixen und beiseitestellen.

Caramelisierter Puffreis

Aus Wasser und Zucker einen hellen Caramel herstellen. Den Puffreis begeben und sorgfältig umhüllen. Auf Backpapier (oder eine Silpat-Matte) verteilen, auskühlen lassen und die Körner voneinander lösen.

Anrichten

Eine grosszügige Portion Milchreis in einen Suppenteller geben. Mit wenig Lebkuchenbrösmeli bestreuen und mit etwas Lebkuchencaramel verfeinern. Den caramelisierten Puffreis darüberstreuen. Mit Feigen und Zitronenmelisse garnieren.

Schweizer Milch, vorwiegend zertifiziert

Eldora setzt ausschliesslich auf Schweizer Milch und bezieht diese grösstenteils aus zertifizierter Produktion. Die Faire Milch gehört seit ihrer Markteinführung im November 2019 zum Sortiment. Besonders in der Romandie hat sie sich etabliert und macht rund zehn Prozent der Beschaffung aus. Ergänzend kommen, je nach Region und Gästebedürfnissen, Milchprodukte mit den Labels GRTA, Swissmilk Green, Bio oder IP-Suisse zum Einsatz. Insgesamt sind 85% der eingekauften Milchmengen zertifiziert.



Rezept

In Milch pochierte Maispoulet- brust mit Waldpilzfüllung

Ein Rezept von Jan Tittel, stellvertretender Executive Chef der Eldora Gruppe

FÜR 4 PERSONEN

Zutaten

- 4 Maispouletbrüste
- Butter

Füllung

- 300 g Waldpilze
- 40 g Schalotten
- 1 Knoblauchzehe
- 40 g Butter
- 30 ml Weisswein
- 30 ml Rahm
- Salz, Pfeffer

Pochierfond

- 1,5 l Milch
- 1 Zweig Thymian
- 1 Lorbeerblatt
- Pfefferkörner
- 1 Knoblauchzehe
- Salz

Sauce

- 500 ml Pochiermilch
- 100 ml Rahm
- 20 g Butter
- 15 g Mehl
- Thymian
- Salz, Pfeffer

Kartoffelstock

- 600 g Kartoffeln
- 100 ml Milch
- 50 g Butter
- Muskatnuss

Kürbis

- 400 g Hokkaidokürbis
- 20 g Butter
- 10 ml Olivenöl
- 5 g Zucker
- Kürbiskernöl

Zubereitung

Waldpilzfüllung

Die Pilze fein hacken. Schalotten und Knoblauch in Butter andünsten. Die Pilze bei hoher Hitze anbraten. Mit Weisswein ablöschen und einkochen lassen. Rahm begeben und köcheln, bis eine cremige Konsistenz entsteht. Würzen und abkühlen lassen.

Poulet

Die Pouletbrüste einschneiden, mit Pilzmasse füllen und verschliessen mit Zahnstocher. Würzen. Die Milch mit den Gewürzen auf rund 80°C erhitzen. Das Fleisch 15 bis 20 Minuten bei 68 bis 70°C pochieren. Herausnehmen und kurz in Butter anbraten.

Sauce

Eine helle Einbrenne zubereiten. Die zum Pochieren verwendete Milch angiesen, Rahm begeben und 5 bis 10 Minuten köcheln lassen. Thymian und Gewürze beifügen.

Kartoffelstock

Die Kartoffeln weich garen, abgiessen und zerstampfen. Milch und Butter unterrühren, abschmecken.

Kürbis

Den Kürbis in Würfel schneiden und in Butter und Olivenöl anbraten. Den Zucker begeben und leicht caramolisieren. 8 bis 10 Minuten bissfest garen, Pfeffer dazugeben.

Anrichten

Den Kartoffelstock auf dem Teller anrichten und den Kürbis darauf verteilen. Die Pouletbrüste in Tranchen schneiden und darauflegen. Mit Sauce nappieren und mit Kürbiskernöl verfeinern.

Migusto

Perfekte Rezept- inspiration auf einen Klick?

Jetzt
Migusto-App
herunterladen



MIGROS

News unserer Partner

Die faire Milch

In der Schweiz erhalten die Milchbäuerinnen und -bauern immer tiefere Milchpreise und sind den Regeln eines Marktes unterworfen, der sie oft aussen vor lässt. Hinter jedem Liter Milch stehen Bauernfamilien, Tiere, die täglich versorgt werden, und Arbeit jahrein jahraus. Doch reicht das zum Leben? Faireswiss garantiert den Produzentinnen und Produzenten 1 Franken pro Liter Milch. So können sie von ihrer Arbeit leben und weiter Milch produzieren. Wer Faireswiss wählt, unterstützt Schweizer Landwirtschaft, Schweizer Milchbetriebe sowie eine tier- und umweltgerechte Produktion. Ein einfacher Entscheid, der den Produzierenden konkret hilft und faire Milch garantiert.

♥ fareswiss.ch



Eine Erfolgsgeschichte

Fairafric ist als Genossenschaft organisiert. 380 Kakaobauernfamilien und über 300 Mitarbeitende produzieren die Schokolade vollständig in Ghana. Für ein Produkt, dessen Geschichte bis heute eng mit Sklaverei und Ausbeutung verbunden ist, ist das ein starkes Zeichen für den fairen Handel. In nur zehn Jahren hat Fairafric sein Ziel erreicht: Ausschliesslich Bio-Zutaten aus Afrika zu verwenden. Kürzlich nahm das Unternehmen zudem eine eigene Anlage zur Verarbeitung der Kakaobohnen zu Kakaomasse in Betrieb. Produziert wird mit Solarenergie, auch die Verpackungen entstehen vollständig in Ghana. So bleibt noch mehr Wertschöpfung im Land. Ein Meilenstein für die Bauernfamilien, die ihre Ernte über Jahrhunderte nie selbst verarbeiten konnten.

♥ mdm.ch

Transparenz und faire Preise

Jahr für Jahr verschwinden Hunderte Milchbetriebe. Die Milchpreise decken die Produktionskosten längst nicht mehr, der Preisdruck des Detailhandels wächst weiter. Diese Entwicklung ist unhaltbar. Umso dringender braucht es politische Massnahmen, die Bäuerinnen und Bauern sowie die lokale Bevölkerung schützen, unfaire Praktiken des Detailhandels begrenzen, die öffentliche Beschaffung einbeziehen und die Wertschöpfung gerechter verteilen. Auf systemische Probleme braucht es systemische, gemeinsame Antworten. Doch fehlender politischer Mut und Weitsicht treiben die Produzentinnen und Produzenten in die Knie. Faire Preise – jetzt oder nie!

♥ uniterre.ch/fr





Genuss im Wandel

Der Olivenbaum erobert die Schweiz. Noch ist die Produktion klein, doch die ersten Haine wachsen und mit ihnen die Ambitionen. Als Alternative zu gerodeten Rebflächen könnte diese junge Branche Antworten auf den Klimawandel geben, landwirtschaftliche Einkommen breiter abstützen und der Nachfrage nach lokalen, rückverfolgbaren Qualitätsprodukten gerecht werden.

TEXT Camille Saladin · **FOTOS** Valentin Flauraud

Im Wandel der Landwirtschaft gewinnt der Olivenbaum neu an Bedeutung. Während steigende Temperaturen, Wasserknappheit und veränderte Konsumgewohnheiten traditionelle Kulturen wie die Reben unter Druck setzen, zeigt sich der Olivenbaum erstaunlich anpassungsfähig. Er verträgt klimatische Gegensätze, benötigt wenig Wasser und liefert über Jahrhunderte hinweg Öl – ein Grundpfeiler der mediterranen Küche – ohne regelmässig erneuert werden zu müssen. Besonders interessant ist sein Potenzial in agroforstlichen Systemen, wo sein lichter Schatten anderen Kulturen zugutekommt. «Der Olivenbaum ist resilient. Er gedeiht auf unterschiedlichsten Böden und kann zu deren Regeneration beitragen, ohne dass chemische Rückstände in die Früchte gelangen», erklärt Frank Siffert, Präsident des Schweizer Verband der olivenerzeuger (ASPO).

Der Schweizer Olivenölmarkt ist bis heute stark von Importen geprägt. Rund 20 Millionen Liter gelangen jedes Jahr aus Italien, Spanien, Frankreich und Griechenland in die Schweiz. Die heimische Produktion bleibt dagegen mit geschätzten 4000 Litern im Tessin und in der Romandie noch marginal.

Klare Perspektiven für eine Kultur mit Zukunft

Mit den ersten Olivenhainen wächst in der Schweiz auch das Bedürfnis nach Orientierung und fachlicher Begleitung. Genau deshalb entstand der ASPO. Denn die Zahl neuer Pflanzungen nimmt rasant zu, oft schneller als das agronomische Wissen rund um diese bei uns noch junge Kultur. Der im September 2025 gegründete Verband vereint heute 80 Mitglieder

mit rund 500 Beteiligten aus den Kantonen Waadt, Tessin und Wallis, sowie Neuenburg, Freiburg und Graubünden. «Der Bestand wird derzeit auf rund 10'000 Bäume im Tessin, 5000 im Wallis, 3000 in Genf und über 20'000 im Kanton Waadt geschätzt. Das ist bereits beachtlich, und die Entwicklung steht erst am Anfang», sagt Frank Siffert. Nun gehe es darum, dieser aufstrebenden Kultur ein solides Fundament zu geben und eine Produktion aufzubauen, die zugleich folgerichtig, hochwertig und nachhaltig ist.

Der ASPO arbeitet an den Grundlagen einer anspruchsvollen Schweizer Olivenkultur. Im Zentrum stehen geeignete Anbauggebiete, Pflanzrichtlinien, passende Sorten für Öl oder Tafeloliven sowie ein technisches Referenzwerk für die Schweiz. Ebenso zentral ist der Aufbau von Ölmühlen, die Organisation der Branche und die Vermarktung. «Die Qualität eines Olivenöls entsteht in der Mühle. Dieses Handwerk verlangt Präzision und Erfahrung», betont die Vereinigung. Entsprechend brauche es Fachkräfte für ein Berufsbild, das in der Schweiz erst am Entstehen ist. Die Arbeiten orientieren sich an den Standards des Internationalen Olivenrats, mit dem Ziel, Schweizer Olivenöl von Anfang an im hochwertigen Segment zu positionieren.

Ab 2027 will der ASPO erstmals einen Wettbewerb für Schweizer Olivenöle lancieren, der von einem Salon begleitet wird, welche dieser aufstrebenden Produktion Sichtbarkeit verleihen sollen. Entwickelt sich die Branche weiter, zieht die Vereinigung langfristig auch geschützte Herkunfts- und Qualitätsbezeichnungen wie IGP oder AOP in Betracht.

« Der Olivenbaum ist resilient.
Er gedeiht auf unterschiedlichsten
Böden und kann zu deren
Regeneration beitragen, ohne dass
chemische Rückstände
in die Früchte gelangen »

Präsident der ASPO



Zwischen Frost und Mikroklima: Die richtigen Sorten finden

Seit Anfang 2025 widmet sich Frank Siffert der Erfassung jener Olivensorten, die unter Schweizer Bedingungen bestehen könnten. «Der grosse Vorteil ist, dass wir auf 6000 Jahre Erfahrung und Selektion zurückgreifen können», sagt der Landwirt. Seine Arbeit basiert auf dem Wissen der Olivenfachleute und auf Netzwerken wie AFIDOL. Im Fokus stehen Sorten, die Frost und Krankheiten trotzen, spät blühen, regelmässig tragen und hochwertige Öle oder Tafeloliven hervorbringen; manche vereinen beides. Die Vielfalt der Schweizer Landschaft macht die Auswahl besonders anspruchsvoll. Zwischen 200 und 4000 Metern Höhe beeinflussen Exposition, Niederschläge und Mikroklimata die Wahl der Sorten, sodass jede Lage eigene Kombinationen verlangt. «Derzeit kennen wir 92 Sorten, die bis -14°C aushalten, rund 50 bis -15°C und zwei mit aussergewöhnlicher Robustheit bis -25°C: die Capelan du Gard und die Moufla de l'Hérault», erklärt Frank Siffert.

Im Fokus stehen vor allem jene Sorten, die sich in der Schweiz bereits bewährt haben und in bestehenden Pflanzungen wachsen. Um dieses Potenzial besser zu erfassen, wurde kürzlich ein Inventar für Olivenbäume lanciert. «Besonders interessieren uns Bäume, die den extremen Winter 2012 mit drei Wochen bei -15°C überstanden haben. Sie gelten als aussergewöhnlich robust», erklärt der Präsident des ASPO. Wer am Projekt teilnimmt, kann seinen Baum kostenlos analysieren und die Sorte bestimmen lassen.

Schweizer Verband der Olivenerzeuger (ASPO), Frank Siffert

♥ 079 210 75 41

♥ frank.siffert@asposuisse.ch

♥ asposuisse.ch





Arnaud Bachelin

Die Leidenschaft im Dienst der Exzellenz

Er ist am 16. September geboren, exakt 174 Jahre nach dem britischen Botaniker Robert Fortune, der das chinesische Teemonopol brach. Arnaud Bachelin ist neuer Tea Master der Schweizer Marken Chanoyu und TEABO. Als Archäobotaniker seiner Abtei Saint-Martin du Bourg verbunden, die er behutsam restauriert, lebt er zwischen der Schweiz und Burgund. In jedem Tee und jeder Infusion offenbart sich ein feines Gespür, getragen von gelebter Kultur des Teilens.

TEXT Manuella Magnin · FOTOS Chanoyu-Teabo

Arnaud Bachelin, Sie sind Archäobotaniker und Autor mehrerer Werke über Tee, Ernährungsgeschichte und Pflanzen. Seit Anfang 2025 sind Sie Tea Master der Schweizer Marken Chanoyu und TEABO. Was hat Sie dazu bewogen, sich in den Dienst eines jungen Schweizer Unternehmens zu stellen?

Ich habe Herausforderungen stets geschätzt, trotz anfänglicher Vorbehalte. Ich komme aus der Welt naturbelassener Tees, während Chanoyu und TEABO die Spannung zwischen aromatisierten und reinen Tees vereinen. Die Dynamik und Vision des Projekts überzeugten mich sofort. Rasch wurde mir klar, dass mich diese Aufgabe wachsen lässt und zugleich beide Marken mit eigenständigen Ansätzen weiterentwickelt.

Welche Rolle nehmen Sie bei Chanoyu-TEABO ein?

Ich arbeite an der Weiterentwicklung der Markenidentität beider Häuser, im Einklang mit der Arbeit meiner Vorgänger. Chanoyu steht für die Premiumlinie, die in Luxushotels und auf Sterne-Tafeln vertreten ist; TEABO richtet sich breiter aus, mit Fokus auf Wohlbefinden sowie würzig-fruchtigen Nuancen. Zwei Tonalitäten, ein roter Faden: kompromisslose Bio-Qualität. Sie trägt heute auch unsere internationale

Expansion, etwa in Häusern der Reybier Group, im Hôtel de Paris Saint-Tropez oder im M de Megève.

Sie messen Ihren Kunden grosse Bedeutung bei; sie sind zugleich Ihre wichtigsten Botschafter, insbesondere die Spitzenköche.

In der Tat verbindet uns mit mehreren Spitzenköchen eine enge, gewachsene Partnerschaft, und wir begleiten sie auch bei Anlässen wie dem Bocuse d'Or. In diesem Jahr lancieren wir Signature-Tees grosser Namen der Schweizer Gastronomie. Meine Aufgabe ist es, die Vision eines Tees oder einer Infusion in eine stimmige Komposition zu übersetzen. Alles entsteht in der Begegnung und im Dialog.

Für Sie sind Begegnung und Beziehung also zentral!

Ein wesentlicher Teil meiner Arbeit gilt der Beziehung und der Begleitung. Nähe, Resonanz und das Teilen von Emotionen sind mir zentral. Es berührt mich, wenn ein Kunde schreibt, nachfragt und die Geschichte unserer Tees selbst weiterträgt. Ich sehe mich ein Stück weit als Sommelier. Ich erzähle von Terroirs, von Produzenten, von einer Haltung, von dem, was ich auf meinen Reisen erfahren habe. Von Begegnungen, Düften, dem Rauschen eines Wasserfalls, von Landschaften...

TEABO

TEABO steht für biologische Tees und ausgewählte Raritäten aus den besten Teeregionen der Welt. Ebenso wichtig sind der Marke eine nachhaltige Produktion und faire Partnerschaften.

♥ teabo.ch



Erzählen Sie uns, wie Ihre Kreationen entstehen.

Ich arbeite am liebsten in der Stille, zurückgezogen in meiner Abtei. Von dort aus entwickle ich meine Kompositionen gemeinsam mit einem Atelier, das auf Basis meiner Rezepturen erste Muster ausarbeitet. Ich bin kompromisslos präzise; oft braucht es zahlreiche Anläufe, bis eine Komposition die gewünschte Tiefe erreicht. Anschliessend werden meine Kreationen von einem internen Degustationspanel geprüft und verfeinert. Ziel ist ein Tee, der nachhallt und einen wirklichen Moment des Genusses eröffnet. Zugleich sichern wir ausreichende Chargen, um jede Versorgungslücke zu vermeiden.

Würden Sie sagen, dass Tee vor allem ein Träger von Erinnerungen und Emotionen ist, noch bevor er als gastronomisches Produkt wahrgenommen wird?

Selbstverständlich. Erinnerungen an Orte, Menschen und Begegnungen prägen mich als Gestalter. Trete ich in eine Hotellobby, sind es Möbel, Atmosphäre und Düfte, die sich einprägen. Begegne ich Bergbauern wie Isabelle Gabioud in Sarreyer im Wallis, finden Landschaft und Persönlichkeit ihren Ausdruck in der Infusion. Das brauche ich. Austauschbare Marketinggeschichten und Produzenten, die ihren Tee um jeden Preis platzieren wollen, schrecken mich ab. Und doch

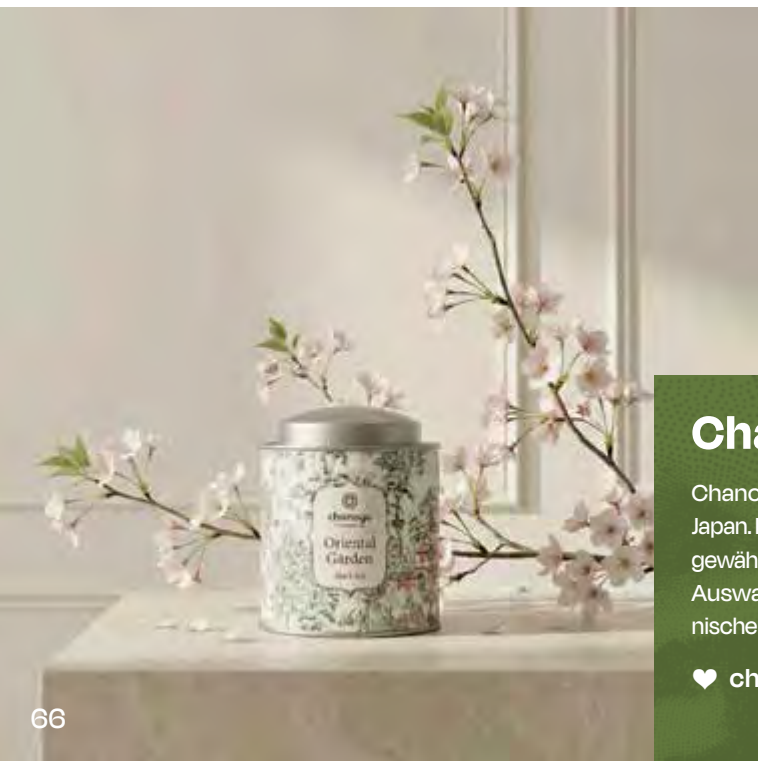
irre ich mich auch. So beim Fujisan Souchong von Hiroki Matsumoto. Er hat mich mit Proben regelrecht überflutet. Irgendwann habe ich ihn probiert und war völlig überrascht. Matsumoto sagte: «Ich wusste, dass du ihn verstehen würdest.»

Erzählen Sie uns von den neuen Projekten, die Sie entwickeln.

Zu den jüngsten Projekten zählt die Kollektion Alteatude, die in Gstaad, der legendären Alpenstation, ihren Anfang nimmt. Sie versteht sich als Hommage an unsere Bergwelt, in einem aussergewöhnlichen Packaging, das in enger Zusammenarbeit mit der Illustratorin Fanny Terrier entstanden ist. Weitere Destinationen werden folgen, ebenso neue Formate und limitierte Editionen.

Wo sind diese Tees erhältlich?

Sie sind ausschliesslich über die Internetseiten von Chanoyu und TEABO erhältlich. Eine Präsenz im Detailhandel ist derzeit nicht vorgesehen, mit Ausnahme ausgewählter Kollektionen wie Alteatude. Die Verfügbarkeit bleibt bewusst limitiert, um den exklusiven Charakter unserer Tees zu wahren.



Chanoyu

Chanoyu widmet sich erlesenen Tees aus Japan. Die Raritäten stammen direkt von ausgewählten kleinen Produzenten. Eine strenge Auswahl erschliesst die Vielfalt der japanischen Teekultur und wahrt ihre Traditionen.

♥ chanoyu-tea.ch



Wasser à la carte

Was wäre, wenn man Wasser wie Wein verkosten würde, mit Terroir, mineralischer Prägung und einem festen Platz in der Gastronomie? BE WTR, 2021 vom Unternehmer Mike Hecker gegründet, denkt Tafelwasser neu: lokal produziert und mit einer eigenen geschmacklichen Identität.

TEXT Alexander Zelenka · FOTOS DR



Sagen wir es, wie es ist: Im Restaurant interessiert Wasser kaum. Es steht immer auf dem Tisch, gehört irgendwie dazu und bleibt doch meist unbeachtet. Dabei kann es, wie Wein, mit seiner Mineralität, seiner Textur und seinem Geschmack die Wahrnehmung eines Gerichts spürbar verändern.

Für BE WTR beginnt hier das Entscheidende: Wasser kann von seiner Herkunft erzählen. Wie ein grosser Wein entfaltet es Balance, Mineralität und Charakter, um sich stimmig in die Küche einzufügen.

Für die Tafel entworfen

Im Kern beruht das Konzept auf lokalem Leitungswasser. «Es wird in einem eigens entwickelten Verfahren gefiltert, das Chlor und unerwünschte Gerüche entfernt», sagt Tessa Bicard, Leiterin Marketing und Nachhaltigkeit. «Entscheidend ist nicht allein die Reinheit, sondern ein Wasser, das sich gerne trinken lässt und in der Gastronomie Bestand hat». Im Restaurant wird es in eleganten, versiegelten Glasflaschen serviert, welche Qualität und Image schützen sollen.

Im Unterschied zu grossen internationalen Marken, deren Wasser oft weite Wege zurücklegt, setzt BE WTR auf kleine, lokale Produktionseinheiten. Fünf Jahre nach der Gründung ist das Unternehmen in Frankreich, Asien, den Emiraten und auch in der Schweiz präsent (Genf, Lausanne, Bern, Zermatt und bald in Zürich). «Das Wasser wird nahe am Konsumort, in einem Umkreis von rund zwanzig Kilometern, gefiltert und abgefüllt», sagt Tessa Bicard. «So lassen sich Transportwege und Umweltbelastung deutlich reduzieren, während die Eigenart des jeweiligen Wassers erhalten bleibt.»

Zwischen Nachhaltigkeit und Gastronomie

Der Ansatz findet bei einer wachsenden Zahl von Betrieben Resonanz, die Umweltfragen nicht als Randthema begreifen. Zu den ersten Partnern zählen Restaurants, Hotels und Brauhäuser. Doch auch andere Unternehmen entdecken BE WTR für sich, allen voran Banken, die ihren Kunden ein gehobenes Erlebnis bieten wollen. In der Spitzengastronomie wird die Idee von Persönlichkeiten wie Anne-Sophie Pic, Emmanuel Renaut und Mauro Colagreco getragen, 3-Sterne Koch des Mirazur in Menton. Auch auf den grossen internationalen Bühnen ist die Marke präsent, etwa beim Bocuse d'Or oder bei der Konditoren Weltmeisterschaft.

Yann Fergeau, Gastronomiebotschafter und Regional Sales Manager, gelernter Sommelier, scheut den Vergleich mit dem Wein nicht: «Winzer arbeiten alle mit derselben Traube und doch entstehen daraus Weine von sehr unterschiedlicher Qualität. Die einen bleiben schlicht, andere gewinnen an Tiefe und Ausdruck. Für uns liegt die Aufgabe darin, aus einer gemeinsamen Grundlage das gesamte geschmackliche Potenzial herauszuarbeiten.»

«Unser Anspruch ist es, Wasser als eigenständigen Bestandteil des gastronomischen Erlebnisses zu etablieren und das fähig ist, ein Menü zu begleiten wie ein grosser Cru». Eine Verkostung nach festgelegtem Protokoll, mit Wasser aus der Karaffe BE WTRAQTIV+ (mit der patentierten Swiss Resonator® Technologie ausgestattet - eine versilberte Kupferspule im Sockel erzeugt ein elektromagnetisches Tieffrequenzfeld, das die Wassermoleküle aktiviert, Anm. d. Red.), ist wohl der unmittelbarste Weg zu einem eigenen Urteil. Und tatsächlich: Am Gaumen wirkt das Wasser lebendiger, beinahe gleitend, und lässt Aromen klarer hervortreten. Feiner, präziser. Unerwartet!

BE WTR für zu Hause

Was zunächst in Gastronomie und Hotellerie begann, findet heute auch im Privaten seinen Platz. Mit Systemen wie AQTIV COMBI oder AQTIV ONE lässt sich zu Hause Wasser direkt aus dem Leitungsnetz beziehen, still oder sprudelnd. So entfällt der Transport von Flaschen, ohne auf Qualität im Glas verzichten zu müssen.

♥ bewtr.com

Salz und Zauber in den Salinen von Bex

In Bex (VD) führt ein neuer Rundgang tief hinein in den Salzberg. In eine unterirdische Welt zwischen Geschichte, Geheimnis und alpiner Fantasie. Eine Einladung, die Geschichte des einzigen noch aktiven Salzbergwerks der Schweiz neu zu entdecken.

TEXT France Massy · **FOTOS** Sébastien Anex, Thomas Buchwalder und Thomas Masotti

Seit dem 6. Juni führt der Weg durch die Salzminen von Bex tiefer denn je in den Berg. Eine neue Inszenierung aus Licht, überraschenden Raumerlebnissen, einer Rutschbahn und süss-salzigen Degustationen verändert den Blick auf das einzige noch aktive Salzbergwerk der Schweiz.

Das Abenteuer beginnt mit dem Eintauchen in die Welt des Bergwerks. Allmählich weicht das Tageslicht einer verborgenen Unterwelt, in der Dunkelheit und eine unvergleichliche Atmosphäre herrschen. Dann steigen wir in den Minenzug, der durch die engen Stollen rattert und den kühlen Fels streift. Mit jedem Meter erwacht tief im Berg eine eigene Welt.

Kathedrale im Berg

Die Stollen öffnen sich zu mächtigen Hohlräumen. Tief im Berg erinnert das Labyrinth aus Gängen und Kavernen an eine unterirdische Kathedrale. In den Felswänden zeichnen sich bis heute die Spuren von Hammer und Meissel ab. Zeugnisse jener ersten Bergleute, die den Fels lange vor dem Sprengstoff von Hand erschlossen.

Entlang den Stollen und Höhlen entfaltet sich die Geschichte der Salinen in sorgfältig inszenierten Bildern. Mit Anekdoten und historischen Ereignissen führt der Guide durch die Jahrhunderte.



Der neue Rundgang verbindet Sinneserlebnis, Spiel und Wissensvermittlung im Labyrinth der seit dem 17. Jahrhundert angelegten Stollen.

Der Ursprung einer Legende

Der Legende nach beginnt alles im 15. Jahrhundert. Hoch über Bex wundert sich ein junger Hirte, warum seine Ziegen immer wieder denselben Bach aufsuchen. Er kostet das Wasser und entdeckt Salz. Bald beginnt die Suche nach einem gewaltigen unterirdischen Sole-Reservoir. Vergeblich. Tatsächlich ist das Salz im Fels eingeschlossen. Seit rund 200 Millionen Jahren ruht es dort, seit jener Zeit, als das Gebiet der heutigen Schweiz noch vom Meer bedeckt war. Seither haben Tausende von Bergleuten den Berg Meter für Meter erschlossen: mit Stollen, Schächten, Kammern, Treppen und Bohrungen.

Insgesamt entstanden so mehr als 15 Kilometer unterirdischer Gänge, von denen heute nur ein kleiner Teil zugänglich ist. Allein die von Hand in den Felsen gehauene Grand Escalier zählt 734 Stufen. Vier Meter in einem Monat, weiter kamen die Bergleute mit reiner Muskelkraft kaum.

Zwischen Felsen und Fantasie

Licht, Klang und schimmernde Salzkristalle kreieren eine Atmosphäre, in der Wirklichkeit und

Fantasie ineinanderfließen. Wenn plötzlich ein Hobbit hinter einem Stalaktit auftaucht, ein Drache tief in einer Höhle lauert oder ein Troll den Weg kreuzt, könnte diese Szenerie direkt Tolkiens Welt entsprungen sein.

Die Stimme des Guides holt die Besuchenden zurück in die Geschichte. Vor rund 200 Millionen Jahren bedeckte das Urmeer Tethys die Region. Mit der Auffaltung der Alpen wurden mächtige Salzschieben im Fels eingeschlossen. Zwischen historischen Werkzeugen und modernen Maschinen zeichnet der Guide die Entwicklung des Salzabbaus von 1684 bis heute nach. Und obwohl der Berg Tag für Tag genauer vermessen wird, sind längst nicht alle Salzadern bekannt.

Mit Schwung durch die Stollen

«Eine Rutsche!» Mitten im Berg führt eine Rutschbahn durch die Stollen. Eine Hommage an jene europäischen Bergwerke, in denen die Bergleute auf diese Weise von einer Stolle zur nächsten gelangten. Heute ist sie eine Freude für Gross und Klein.



Für jeden etwas dabei

Ganz gleich, welche Tour man wählt, die besuchten Stollen sind gut beleuchtet und belüftet. Dennoch empfiehlt sich festes Schuhwerk und warme Kleidung, denn im Berg herrschen das ganze Jahr über konstante 18 Grad.

- **Minenrundgang** (rund 2 Stunden. Die meisten Rundgänge finden auf Französisch statt, einige auf Deutsch. Exklusive Führungen sowie Gruppen ab 45 Personen können, je nach Verfügbarkeit, auf Deutsch, Englisch oder Italienisch gebucht werden. Reservation über die Webseite.)
- **Laternenrundgang** (2 Stunden und 15 Minuten auf einem 500 m Rundgang. Einmal monatlich, im Juli und August jede Woche. Nur in französischer Sprache.)
- **Kombiangebot Mines & Brasserie** (Ab 6 Stunden. Eine Besichtigung der Salzminen, kombiniert mit einem Besuch der Brauerei La Mine und einem Abendessen. Obligatorische Reservation: 3 Tage vor der Besichtigung.)
- **Massgeschneiderte Gruppenangebote** (ab 25 Personen stehen exklusive Angebote zur Verfügung. Reservation über die Webseite.)

In Zahlen

15. Jahrhundert

Entdeckung der salzhaltigen Quellen

1684

Beginn des offiziellen Salzabbaus

15 km

Geschätzte Gesamtlänge
des Stollennetzes

30'000 Tonnen

Jährliche Salzproduktion in Bex

4

Die Anzahl der letzten noch aktiven
Bergleute der Schweiz

90'000

Besuchende pro Jahr

18° C

Konstante Temperatur das
ganze Jahr über. Ein gefragtes
Ausflugsziel bei Sommerhitze
ebenso wie an Regentagen



Das Fleur des Alpes, der Schatz der Salinen von Bex.
Die feinen Kristalle werden von Hand geschöpft und
traditionell auf Lärchenholz getrocknet.

Wieder am Tageslicht bleibt vor allem eins: ein neuer Blick auf das weisse Gold. Salz begleitet unseren Alltag so selbstverständlich, dass sein Wert leicht in Vergessenheit gerät. Seit rund 200 Millionen Jahren liegt es geschützt im Felsen, abgeschirmt von Kohlenwasserstoffen und anderen Verunreinigungen. So bewahrt das SEL DES ALPES aus den Salinen von Bex bis heute seine ursprüngliche Reinheit.

Zum Abschluss führt der Weg an den Degustationstisch. Regionale Spezialitäten treffen hier auf das edle Fleur des Alpes, ob naturbelassen, sanft geräuchert oder mit Schweizer Bio-Cayennepfeffer und Bio-Thymian verfeinert. Auch Chips mit den neuen Würzmischungen gehören dazu. In der Boutique lassen sich ausgewählte Produkte personalisieren. Daneben finden sich besondere Erinnerungstücke und feine Geschenke für Geniesser.

Bis in 800 Meter Tiefe

Um die ergiebigsten Salzsichten aufzuspüren, arbeiten die Bergleute mit Bohrkernen. Die

Bohrungen reichen bis in 800 Meter Tiefe. Unter Druck eingeleitetes Wasser löst das Salz aus dem Gestein und fördert das Salz an die Oberfläche. In Bex erreicht der Salzgehalt der Sole mit rund 300 Gramm Salz pro Liter seinen Sättigungspunkt. Zum Vergleich: Das Tote Meer kommt auf rund 280 Gramm pro Liter, das Mittelmeer auf etwa 38.

Heute produzieren die Schweizer Salinen jährlich rund 650'000 Tonnen Salz, davon 30'000 Tonnen in Bex. Verarbeitet wird es zu Speise-, Landwirtschafts-, Gewerbe- und Industriesalz, zu Auftausalz sowie für Pharma- und Wellnessprodukte. Man betrachtet und lauscht diesen Orten voller Millionen Jahre Geschichte. Diese lockte schon viele Berühmtheiten in die Minen, darunter Kaiserin Marie-Louise von Österreich und Alexandre Dumas.

♥ salina-helvetica.ch/mines

Der Stamm: mehr als ein Tisch

Das QoQa Hauptquartier (QG) in Bussigny (VD) ist längst mehr als ein Firmensitz. Im Stamm treffen Geniesser, Nachbarn, Unternehmer und die Community aufeinander, alle vereint durch die Lust auf Genuss und besondere Erlebnisse. Mit Küchenchef Mathieu Bruno und einem immer ambitionierteren Programm schreibt der Ort seine Geschichte weiter.

TEXT Alexander Zelenka · FOTOS DR





Lange Tafeln, gute Geschichten

Es gehört zu den Markenzeichen des Stamms: vor den offenen Küchen stehen lange Tafeln, an denen Freunde, Teams oder Familien zusammenkommen, etwa für einen Geburtstag. Dank flexibler Anordnung finden Gruppen von zehn bis zwanzig Personen Platz.

Die grossen Tische laden zum Austauschen ein und bringen Menschen ins Gespräch. In einer Region, in der solche Konzepte selten sind, setzt der Stamm bewusst auf das gemeinsame Essen. Eine Erinnerung daran, dass Gastronomie mehr sein kann als gutes Essen allein.

♥ Le Stamm

Route de la Chaux 4, 1030 Bussigny

021 633 21 71

qg.center/fr/stamm

QoQa auf eine Verkaufsplattform zu reduzieren, wäre etwa so, als würde man ein Festival auf seine Bühne beschränken. Zwanzig Jahre nach der Gründung ist das Waadtländer Unternehmen zwar ein Schwergewicht des Onlinehandels. Vor allem aber vereint es 1,3 Millionen Mitglieder in der Schweiz rund um eine gemeinsame Idee: entdecken, teilen, Menschen zusammenbringen und unvergessliche Erlebnisse schaffen.

Besonders spürbar ist dieser Geist in Bussigny. Im Herzen des QoQa-Hauptsitzes ist der Stamm zum Treffpunkt für Mitarbeitende, Nachbarn, Besucher und die Community geworden. Weit entfernt vom klassischen Betriebsrestaurant versteht sich der Ort als reale Erweiterung der QoQa-Welt: offen, unkompliziert und voller Leben.

Neue Handschrift im Stamm

Mit Mathieu Bruno beginnt im Stamm ein neues Kapitel. Der mit 16 GaultMillau-Punkten ausgezeichnete Küchenchef, der unter anderem im Paysan Horloger, im Là-Haut und im Beef'Or gekocht hat, bringt neue Impulse ins Restaurant. Sein Stil verbindet kulinarischen Anspruch mit entspannter Gastlichkeit, die den Stamm ausmacht. Ein Ort, an dem gutes Essen und gemeinsame Erlebnisse gleichermassen zählen.

Zu seinem Ruf beigetragen haben auch die QChef-Abende. Für einige Tage übernehmen renommierte Köchinnen und Köche sowie Finalteilnehmende und Siegende von Sendungen wie Top Chef die Küche und kreieren ein exklusives Menü. Manche Ausgaben ziehen bis zu 700 Gäste an, die eine zeitlich befristete Küche in einer bewusst lockeren Atmosphäre erleben möchten.

Gemeinsam statt allein

Der Stamm ist längst mehr als ein Restaurant. Im QoQa-Hauptquartier finden das ganze Jahr über Seminare, Konferenzen, private Feiern und Business-Events statt. Trotz seiner Grösse hat sich der Ort etwas bewahrt, das selten geworden ist: er wirkt persönlich. Genau dieser Geist prägt die gesamte QoQa-Agenda.

Mystery Trips, Themen-Brunches, Begegnungen mit Persönlichkeiten oder Formate wie der Sunday Roast, bei dem an ausgewählten Sonntagen eine grosse Fleischportion mit klassischen Beilagen zum gemeinsam Essen angeboten wird. Jedes Event bringt Menschen zusammen, die sich sonst vielleicht nie begegnet wären. In einer Zeit, in der vieles hinter Bildschirmen passiert, hält der Stamm an einer einfachen Idee fest: Die besten Geschichten beginnen noch immer an einem Tisch.

LABEL SUISSE

FESTIVAL

Le Festival Label Suisse
présente sa cuvée spéciale
Label Cuite.

À déguster durant sa 12^e édition
du 18 au 20 septembre 2026
à Lausanne.



Le Festival célèbre tous
les 2 ans la scène musicale
helvétique à 360°.

labelsuisse.ch

Millefeuille

Le nouveau magazine culinaire romand
Das neue Kochmagazin der Romandie
La nuova rivista di cucina della Svizzera romanda

Reportages · Portraits · Recettes

Reportagen
Porträts
Rezepte

Reportage
Ritratti
Ricette



LE LIVRE SUR LES QUAIS

MORGES
4-5-6
septembre
2026

NOS HÔTES
D'HONNEUR

Delphine de Vigan
Présidente d'honneur

Noir sur Blanc
Maison d'édition invitée

The Landi logo, featuring the word 'Landi' in green with a stylized green and yellow 'L'.

*appréciez la différence
angenehm anders*

Bonne dégustation à l'occasion de la Semaine du Goût.
Lassen Sie sich an der Genusswoche verwöhnen.

landi.ch

EINTISCH MITTEN AUF DEM SEE

BUCHEN SIE
IHRE
SCHIFFFAHRT
AUF CGN.CH

CGNI 



Kaffee mit Charakter

Seit Mitte der 1990er Jahre prägt Delta Cafés den portugiesischen Kaffeemarkt. Seit 2016 ist das Unternehmen auch in der Schweiz präsent. Seine Entwicklung hat Delta konsequent auf Nachhaltigkeit ausgerichtet. In der Gastronomie wird ihr Kaffee zunehmend geschätzt, vor allem wegen seines unverwechselbaren Geschmacks.

TEXT Manuella Magnin · FOTOS DR

Seit 2016 in der Schweiz

Seit Januar 2016 ist Delta Cafés auch in der Schweiz präsent. Zum Kundenkreis von Novadelta Schweiz zählen renommierte Unternehmen und Institutionen aus Hotellerie und Gastronomie, darunter die Swiss Education Group mit ihren 5 Campus, Accor Schweiz, das Warwick Hotel, JetAviation oder das Kantonsspital Wallis. Neben dem Gastrogeschäft richtet sich der Blick zunehmend auf die Privatkundschaft, mit Kaffeebohnen ebenso wie mit den Kapseln von Delta Q. Präsenz zeigt das Unternehmen an Fachmessen wie Divinum oder Careho und als Partner des Venoge Festivals. Erhältlich sind die Kaffees unter anderem bei Aligro, Conforama und Prodega, sowie online unter

♥ ch.mydeltaq.com/ch/de

Gegründet wurde Delta Cafés 1961 von Manuel Rui Azinhais Nabeiro im alentejanischen Campo Maior. Heute ist das Unternehmen die Nummer eins auf dem portugiesischen Kaffeemarkt, sowohl in der Gastronomie als auch im Privatkundengeschäft. Soziale und ökologische Verantwortung gehören zur DNA der Marke. Delta Cafés verarbeitet Bohnen aus unterschiedlichen Herkunftsregionen. Doch Klimawandel, Bodendegradation und Wasserknappheit gefährden zunehmend die Verfügbarkeit hochwertiger Rohstoffe. Vor diesem Hintergrund macht Delta auf die Vielfalt der Kaffeeherkünfte und die Bedeutung zertifizierten Kaffees aufmerksam, mit dem Ziel, die Biodiversität in den Anbaubereichen langfristig zu erhalten.

Delta Cafés hat sich nicht nur mit Kaffee einen Namen gemacht. Auch als Arbeitgeber geht das Unternehmen seit jeher eigene Wege. Löhne, Arbeitszeiten, Gesundheitsvorsorge sowie Aus- und Weiterbildung gehen deutlich über die gesetzlichen Vorgaben hinaus. 2018 hat Delta als erstes Unternehmen Portugals eine Zertifizierung für sein Engagement zur Vereinbarkeit von Beruf, Privat- und Familienleben erhalten.

Die Nabeiro-Gruppe denkt langfristig. Ihr Ziel ist eine Gesellschaft, die fairer und gerechter ist. Eine Haltung, die auch über den Kaffee hinaus überzeugt. Carlos Sardinha, Inhaber des Lisboa Winebar in Zürich, hat sich deshalb für Delta Cafés entschieden.



LE PORTUGAL A UNE SAVEUR INOUBLIABLE

Avec une harmonie de goûts,
d'arômes et une intensité unique.
On la nomme Delta Cafés.



NOVADELTA Suisse
Route de la Z.I. du Verney 4,
1070 Puidoux,
Suisse

email: info@delta-cafes.ch
tél +41 21 869 06 50
www.deltacafes.com





Carlos Sardinha, weshalb haben Sie sich für Delta Cafés entschieden?

In unserer Winebar stehen hochwertige Produkte aus Portugal im Mittelpunkt. Entsprechend sorgfältig haben wir auch unseren Kaffee ausgewählt, stets mit Blick auf die Erwartungen unserer Gäste. Zunächst besuchten wir die Rösterei von Delta in Campo Maior. Dort trafen wir eine erste Auswahl verschiedener Kaffees, die wir nach unserer Rückkehr in die Schweiz gemeinsam mit Freunden und Gästen degustierten.

Hat das Engagement von Delta Cafés für Nachhaltigkeit bei Ihrer Entscheidung eine Rolle gespielt?

Besonders beeindruckt hat uns die sozioökonomische Bedeutung der Nabeiro-Gruppe für diese abgelegene Region Portugals. Seit Generationen schafft das Unternehmen hier Arbeitsplätze für viele Familien. Auch in Sachen Nachhaltigkeit ist die Gruppe ein Vorbild, für die Region sowie für das ganze Land. Ich kann die Leserinnen und Leser nur ermuntern, die Anlagen selbst zu besuchen.

Wie fiel die endgültige Wahl für Ihren Kaffee?

Noch vor der Eröffnung unserer Winebar organisierten wir eine Degustation mit rund zehn potenziellen Gästen. Entschieden wurde ganz nach Schweizer Art: abgestimmt wurde demokratisch. Die Wahl fiel klar auf den Delta Diamond.

Wie reagieren Ihre Gäste auf den Kaffee?

Unsere Gäste schätzen die Qualität des Delta Diamond, vor allem aber seinen Geschmack. Viele bestellen ihn inzwischen auch für zu Hause. Als grosser Kaffee Liebhaber freut mich das besonders. Früher hätte ich nie einen Kaffee ohne Zucker getrunken. Bei der Degustation wurde der Kaffee jedoch pur serviert. Seither kommt für mich nichts anderes mehr infrage. Geschmack macht eben den Unterschied.

Terre&Nature Junior:
**das Schweizer
Magazin**
für 7- bis 12-Jährige

Entdecke die Natur, die Traditionen und
das vielfältige Wissen unserer Regionen
– im Rhythmus der Jahreszeiten.



1 Jahr · 6 Nummern

CHF 60.-



Jetzt
abonnieren
online

Fokus auf
die Schweizer Tier-
und Pflanzenwelt

Lokale Produkte
im Mittelpunkt

Eine
Bildreportage

Mach mit
– in jeder
Jahreszeit

Schweizer
Traditionen
in Bildern

Jede Menge
Spiele
und Spass



Aktivitäten
für die ganze
Familie



**Das Schweizer Bauer
Magazin zeigt,
was trägt, was bleibt
und warum Herkunft
mehr ist als ein
Trend.**



Jetzt Newsletter abonnieren



Die Puffbohne erobert den Tisch

Nachdem Biolandwirtinnen und -wirte den Anbau der Puffbohne in Kombination mit Weizen neu belebt hatten, entwickelten sie gemeinsam mit Mühlenbetrieben und Bäckereien die ersten Produkte aus dieser Kultur.

TEXT Horace Perret · FOTOS Sigfredo Haro

DIE VIelfALT DER SCHWEIZER REGIONEN ZUM GENIEßEN

Bergli, ein Imprint von Helvetiq stellt die Schweizer Regionen und ihre kulinarische Vielfalt in den Mittelpunkt mit einer Kochbuchreihe, die ebenso Geschichten erzählt wie Rezepte vermittelt.

Typische Rezepte, lokale Produkte und regionales Know-how vereint in inspirierenden Büchern zum Durchblättern, Nachkochen und Teilen.



Das Basel Kochbuch
Erhältlich auf:
Deutsch und Englisch



Geneva Cookbook
Erhältlich auf:
Englisch und
Französisch



Vaud Cookbook
Erhältlich auf:
Englisch und
Französisch



Das Bern Kochbuch
Erhältlich auf:
Deutsch



Das Zürich Kochbuch
Ein genussvoller Blick auf Zürich –
Genussregion 2026 – zwischen
Tradition und Kreativität.
Erhältlich auf: Deutsch und Englisch

Bergli | **HEL·VETIQ**

Erhältlich im Buchhandel und auf helvetiq.com





Die Puffbohne ist heute kaum mehr bekannt und landet meist im Futtertrog. Über Jahrhunderte hinweg gehörte sie selbstverständlich auf den Speiseplan. Die beinahe vergessene Hülsenfrucht hat einiges zu bieten: viel Protein und Ballaststoffe sowie wertvolle Mineralstoffe wie Eisen, Magnesium und Kalzium. Vor einigen Jahren entstand deshalb die Idee, sie zusammen mit Weizen erneut anzubauen, um sie zurück auf den Teller zu bringen.

Weizen und Puffbohnen im Praxistest auf dem Feld

2018 nahm alles seinen Anfang. Eine Gruppe Landwirtinnen und Landwirte aus der Region, die damals auf Bio umstellten, gründeten gemeinsam mit BioVaud und dem FiBL sowie mit Unterstützung des Kantons Waadt die Forschungsgruppe GIREB. Sie suchten neue Wege für die Düngung im Ackerbau, unter anderem mit Versuchen von Mischkulturen. Dabei wachsen zwei sich ergänzende Pflanzenarten auf derselben Parzelle. Eine Anbauweise, die sowohl agronomisch als auch ökologisch überzeugt.

Sieben Jahre lang wurde die Kombination aus Weizen und Puffbohne auf den Feldern des GIREB weiterentwickelt und verfeinert. Unterschiedliche Sorten wurden getestet, Reifezeiten präzise aufeinander abgestimmt und an jener Backqualität gefeilt, die aus einer Idee ein überzeugendes Mehl machen soll. Denn die Puffbohne besitzt eine wertvolle Eigenschaft: Sie erhöht den Proteingehalt des Weizens und verleiht ihm eine bemerkenswerte Stabilität beim Backen. Auch das Ernten verlangte nach neuen Lösungen, da beide Kulturen gleichzeitig eingebracht werden. Ein Verfahren musste gefunden werden, um beide Kulturen wieder sauber voneinander zu trennen. Erst danach werden sie in der Steinmühle separat vermahlen, behutsam und mit Blick auf die Qualität des Endprodukts.



Sauerteigbrot und Guetzli frisch aus der Backstube

Das Projekt hat inzwischen eine neue Dimension erreicht: Hülsenfrüchte sollen wieder ihren Platz im Alltag finden. Nicht als Trendprodukt, sondern ganz selbstverständlich im täglichen Brot oder Gebäck. Dahinter entsteht nach und nach eine regionale Wertschöpfungskette, die von Betrieben der Landwirtschaft, Müllerei und Bäckerei getragen wird, die auf kurze Vertriebswege und handwerkliche Qualität setzen.

Die ersten Produkte sind bereits erhältlich: Sauerteigbrot und Guetzli, gemeinsam mit der Bäckerei «A Deux Pains de Là» in Lussy-sur-Morges entwickelt, deren Handschrift vom handwerklichen Anspruch geprägt ist. Verkauft werden sie auf regionalen Märkten und in ausgewählten Delikatessengeschäften. «Die ersten

Rückmeldungen sind ausgesprochen ermutigend», sagt Aurore Ferrage, die das Projekt bei BioVaud betreut. Geschmacklich halte sich die Puffbohne bewusst im Hintergrund und lasse dem Sauerteig seine ganze Ausdruckskraft. Gleichzeitig verleihe sie dem Brot einen warmen goldenen Ton und eine besonders knusprige Kruste.

Eine echte Herausforderung

Noch setzt das Projekt auf kurze Vertriebswege. Künftig soll jedoch eine halbindustrielle Struktur entstehen, um mehr Konsumentinnen und Konsumenten zu erreichen und die Produktion auszubauen. «Die grosse Herausforderung besteht darin, dass die Wertschöpfung in den Händen der kleingewerklichen Betriebe bleibt», meint Aurore Ferrage. Für sie ist entscheidend, dass die mit Leidenschaft und Engagement getragenen Strukturen menschlich bleiben.

BioVino schlägt mit BioSaveurs ein neues Kapitel auf

BioVino erfindet sich neu. Die 2016 vom Vorstand von BioVaud gegründete Veranstaltung zur Förderung Schweizer Bioweine tritt künftig mit zwei eigenständigen Formaten auf: dem Wettbewerb BioVino, der seinen Namen behält, und dem Salon BioSaveurs.

TEXT Horace Perret · FOTO Magli Grosclaude

Die Neuausrichtung soll beiden Anlässen mehr Eigenständigkeit verleihen und widerspiegelt zugleich den Wunsch der Organisatoren, den Fokus künftig über den Wein hinaus auf weitere Bioprodukte auszudehnen. Am 20. und 21. November vereint BioSaveurs im Lausanner Espace Amaretto rund vierzig Winzerinnen und Winzer sowie etwa zwanzig kleingewerblich Produzierende aus der ganzen Schweiz. «Im Mittelpunkt steht die Verbindung von Bio-, biodynamischen und Naturweinen mit Produkten, die deren Charakter unterstreichen. Deshalb laden wir Käsereien und Charcuterie-Betriebe ein, aber auch Hersteller feiner Apéro-Spezialitäten

und Chocolatiers», erklärt Mitorganisator Fabien Vallélian. Neben rund sechzig Ständen erwartet die Besuchenden ein Rahmenprogramm mit Degustationen und Kochateliers; weitere Details folgen in den nächsten Wochen.

BioVino bleibt seiner ursprünglichen Mission treu und rückt weiterhin Schweizer Bio- und Naturweine ins Rampenlicht. Die Preisverleihung der Ausgabe 2026 fand am 18. Juni im Berner National statt. Alle Siegerweine sind auf biovino.ch zu finden.

♥ biovino.ch

♥ biosaveurs.ch





verwurzelt® zurück in den Boden

Gesunde Böden, gesunde Lebensmittel! Darauf steht das Projekt verwurzelt®, das von der Stiftung Providebit initiiert und von ALIGRO unterstützt wird. Im Kern geht es darum, Wege zu mehr Nachhaltigkeit in der Landwirtschaft zu eröffnen, ohne den Betrieben neue Hürden zu schaffen.

TEXT Clément Grandjean · **FOTOS** DR

Liegt der Ursprung nicht im Boden? So nahe-
liegend die Annahme, so komplex die Realität:
Eine Vielzahl von Anforderungen bindet die
Landwirtinnen und Landwirte zunehmend an admi-
nistrative Abläufe und rückt sie damit von dem ab,
was ihre Arbeit im Kern ausmacht. Genau hier setzt
das Projekt verwurzelt® an: Es will den Blick wieder
auf das Wesentliche lenken.

Im Zentrum steht eine schlichte Frage: Wie stärkt man
die Wertschöpfung im Schweizer Lebensmittelsystem?
«Während der Pandemie hat sich gezeigt, das System

funktioniert, stösst aber gleichzeitig an Grenzen», sagt
Emanuel Hürlimann, Geschäftsführer der Stiftung
Providebit, welche sich mit Fragen der Versorgung,
der Rohstoffverfügbarkeit und der Resilienz befasst.
Für die Nidwaldner Stiftung gilt ein einfaches Prinzip:
«Lösungen entwickeln, die in Krisenzeiten bestehen
und sich im Alltag bewähren. Diese Modelle müssen
in allen Szenarien tragfähig sein».

Zwischen Werten und Fragen

Für Emanuel Hürlimann ist die Lage klar: Die Schweizer
Landwirtschaft ist stark vom Ausland abhängig. «Es

wird viel von Selbstversorgung gesprochen. Doch sobald sich die Grenzen schliessen, wird deutlich, wie begrenzt die Produktionsmöglichkeiten sind. Es fehlen Dünger und Pflanzenschutzmittel, die überwiegend importiert werden», sagt er. «Gefordert ist eine Landwirtschaft, die auch ohne Importe auskommt. Um dieses Modell weiterzuentwickeln, müssen die Landwirtinnen und Landwirte einbezogen werden. Davon profitieren alle: gesündere Böden, nährstoffreichere Lebensmittel und eine resilientere Schweizer Landwirtschaft».

Emanuel Hürlimann misst der Aufgabe zentrale Bedeutung für die Zukunft der einheimischen Landwirtschaft bei und nimmt sie entsprechend in Angriff. Der ausgebildete Landwirt will ein Modell entwickeln, das auf horizontaler Selbstverwaltung beruht: von Bäuerinnen und Bauern selbst getragen, unabhängig und auf klare Werte sowie konkrete Ziele ausgerichtet. Die Wahl der Stiftungsform liegt nahe. Die Idee überzeugt auch Dominique Demaurex, CEO von ALIGRO, der sich als Mitgründer engagiert.

Im Einsatz vor Ort

«Für uns zählt die Arbeit vor Ort, nicht die im Büro», sagt Emanuel Hürlimann. «Wir haben sechszwanzig Landwirtinnen und Landwirte aus der ganzen Schweiz zu einem Gespräch eingeladen. Daraus hat sich eine Reihe von Werten herausgebildet, in denen sich diese Personen wiederfinden und die vom Wunsch nach Unabhängigkeit, nach Wertschöpfung und nach Authentizität geprägt sind».

Was besonders hervorsteicht, ist die administrative Belastung und die Komplexität der Rahmenbedingungen, die den Beruf prägen. «Heute fühlen sich die Landwirtinnen und Landwirte durch Vorschriften eingeschränkt und im Labelschangel

verloren». Statt ein weiteres Regelwerk zu schaffen, setzt das Projekt verwurzelt® auf einen einfachen, wenig belastenden Ansatz.

Der Boden im Fokus

Im Zentrum steht der Boden. «Hier nimmt alles seinen Anfang», sagt Emanuel Hürlimann. «Im Labelwesen bleibt dieser Aspekt häufig unterbeleuchtet. Unser Ansatz setzt bei der Bodenanalyse an, sie dient als Bezugspunkt für die Beobachtung von Veränderungen». Anders als viele Labels, die auf eine Vielzahl von Kriterien ausgerichtet sind, konzentriert sich die Initiative verwurzelt® auf diese Analysen, die schweizweit standardisiert sind. «Regelmässige Proben erlauben es, Struktur und biologische Aktivität der Böden sowie deren Entwicklung über die Zeit nachzuvollziehen. Die Ergebnisse sind direkt, objektiv und vergleichbar. Für uns haben konkrete Fortschritte mehr Gewicht als das Erreichen fixer Zielwerte, da kein Boden dem anderen gleicht.»

Für die Konsumierenden

Das Projekt verwurzelt® wurde Ende 2025 lanciert und stützt sich bereits auf sieben grosse Gemüseproduzenten aus der Ostschweiz sowie eine Mühle im Kanton Bern. Vermarktet werden die Produkte von ALIGRO. «Wir unterstützen die Initiative, weil sie die richtigen Fragen stellt und konkrete Antworten gibt», sagt Dominique Demaurex, CEO von ALIGRO. Die unter dem Label verwurzelt® angebotenen Gemüse sind derzeit in den zehn Deutschschweizer Filialen der Gruppe erhältlich. Die Romandie soll folgen. Mit wachsender Akzeptanz bei den Konsumentinnen und Konsumenten dürfte sich das Sortiment schrittweise erweitern.

♥ enracine.swiss



SWISS Saveurs

Pre-Order



Entscheiden Sie sich mit unserem Service SWISS Saveurs Pre-Order schon vor dem Abflug für frische Produkte Ihrer Wahl, welche Ihnen dann an Bord serviert werden, und Sie erhalten 10% Nachlass auf den Preis.

Unser vielfach ausgezeichnetes kulinarisches Konzept SWISS Saveurs bietet eine grosse Auswahl an frischen Produkten aus dem Hause Confiserie Sprüngli, einem Schweizer Familienunternehmen von Weltrang. Erhältlich für die meisten unserer europäischen Flüge ab Genf und Zürich. Lassen Sie sich von unserem Menü inspirieren.



**Jetzt das Menü durchstöbern
und vorbestellen**

Filme und Bücher

Die Schweiz Topfüber, Schweizer Klassiker, neu interpretiert von Alba

♥ von Isabelle Bratschi

Sie stellt die Schweiz auf den Kopf, ganz wie der Titel ihres Kochbuchs. Frei, eigenständig, radikal kreativ: Alba Farnós Viñals, Küchenchefin der Auberge de l'Abbaye de Montheron (Waadt), gehört zu jener Generation von Köchinnen, die nicht neu erfinden wollen, sondern neu denken. Die junge Katalanin hat das historische Haus aus dem 16. Jahrhundert im Herzen des Jorat übernommen. Sie liebt es zu überraschen und verleiht der regionalen Gastronomie, sowie in ihrem Buch, neue Impulse. Seite für Seite interpretiert sie Schweizer Klassiker neu: Bündner Gerstensuppe wird zu Arancini, Cuchaule zum Baba au Rhum, Raclette zum Beignet. Helvetische Küche trifft auf katalanische, mediterrane und asiatische Einflüsse. 31 Rezepte, die überraschen und begeistern.



Die Schweiz Topfüber
Alba Farnós Viñals
Helvetiq



Spaghetti Science
Lucia Rush
Helvetiq

Spaghetti, spielerisch spektakulär

♥ von Isabelle Bratschi

Eine Szene mit Kultstatus: Susi und Strolch, die ahnungslos am selben Spaghetti ziehen, bis sie sich bei diesem romantischen Essen näherkommen. Genau in diesem spielerisch-lehrreichen Ton entfaltet sich *Spektakuläre Spaghetti*, ein Buch für junge Nachwuchsköchinnen und -köche. Die Pasta dient als roter Faden: Herkunft, Handwerk, die Kunst der perfekten Garzeit, al dente, versteht sich. Eine genussvolle Einführung, begleitet von knackigen Anekdoten, einfachen und natürlichen Rezepten, praktischen Aktivitäten und humorvollen Illustrationen von Lucia Rush. Buon appetito: Die Spaghetti sind serviert!

Milchkrieg in Dalsmynni

♥ von Dario Failla

«Macht entspricht der menschlichen Fähigkeit, nicht nur zu handeln oder etwas zu tun, sondern sich mit anderen zusammenzuschliessen und im Einvernehmen mit ihnen zu handeln», schreibt Hannah Arendt. Genau in diesem Sinne entfaltet sich *Milchkrieg in Dalsmynni* von Grímur Hákonarson als präzise Beobachtung kollektiver Stärke. Im Zentrum steht Inga, Witwe und Erbin eines Milchbetriebs und im Würgegriff einer korrupten Genossenschaft gefangen, deren Strukturen mafiöse Züge tragen und von einer Kultur des Schweigens geprägt sind. Unter der Last der Schulden entscheidet sie sich für die offene Konfrontation mit einem System, das kontrolliert, einschüchtert und die lokalen Betriebe zermürbt. Was als einsamer Kampf beginnt, findet seine eigentliche Kraft im Kollektiv: von der Solidarität der lokalen Landwirtschaft getragen, entfaltet sich ein tief berührendes Porträt einer mutigen Frau, in der sich die Forderungen um Anerkennung und Gerechtigkeit einer ganzen Berufsgruppe bündeln.



Milchkrieg in Dalsmynni
Grímur Hákonarson
Island, 2019

02.-06. DEZ. 2026

ESPACE GRUYÈRE

f @ d goutsetterroirs
GOUTS-ET-TERROIRS.CH



EHRENGAST
swissmilk

PARTNER
LE GRUYÈRE
SWITZERLAND

RAIFFEISEN

MEDIENPARTNER
lematin.ch

Terre Nature



Führen Sie Ihr Unternehmen mit Klarheit, Vertrauen und Gelassenheit dank der fundierten Beratung unserer Expertinnen und Experten. Mit 12 Niederlassungen in der Schweiz steht Ihnen In Extenso mit persönlicher und lokaler Unterstützung zur Seite, passend für Ihr Unternehmen und Ihre Bedürfnisse.

Genève • Nyon • Morges • Lausanne • Montreux • Yverdon-les-Bains • Fribourg • Bulle • Freienbach • Neuchâtel • Moutier • Monthey

RECHNUNGSWESEN | STEUERN | WIRTSCHAFTSPRÜFUNG | UNTERNEHMENSNACHFOLGE | HUMAN RESOURCES



In Extenso
ENTREPRENEZ L'AVENIR.



L'actu déprime, Vigousse dérive.

Abonnez-vous!



vigousse.ch

Charta der Schweizer Genusswoche



Der Geschmack von Produkten, die eine Geschichte zu erzählen haben, ist oft wenig bekannt. Unsere Küche wird zunehmend industrialisiert. Wir nehmen uns für die Ernährung immer weniger Zeit und essen zu oft allein.

Was will die Schweizer Genusswoche?

Den Genuss und die Freude am Essen fördern

Die Genusswoche will Lust auf kulinarische Entdeckungen machen. Sie soll dazu einladen, in Museen zu degustieren, unsere Beziehung zur Ernährung zu überdenken und unsere Neugier auf die Herkunft unserer Nahrungsmittel wecken. Sie soll uns daran erinnern, dass wir beim Essen Kräfte sammeln und geniessen.

Die Genuss-Akteure zusammenbringen und den Austausch begünstigen

Die Genusswoche schafft Treffpunkte für Menschen, die gern gut essen. Sie begünstigt den Austausch zwischen den Fachleuten der Ernährungsberufe und soll dazu anregen, die gesamte Ernährungsgemeinschaft zu vernetzen.

Zur Organisation von Veranstaltungen motivieren

Die Genusswoche will zur Organisation von Veranstaltungen motivieren, an denen jeder Teller und jedes Glas Genussfreuden verheissen. Sie stellt authentische Produkte in den Mittelpunkt und feiert die Geselligkeit bei Tisch.

Gut für Mensch, Tier und Umwelt

Die Schweizer Genusswoche und ihr «Netzwerk der Genussstädte» haben sich zum Ziel gesetzt, auf die Entwicklung nachhaltiger, inklusiver, resilienter, sicherer und vielfältiger Ernährungssysteme hinzuwirken. Diese Ernährungssysteme müssen gesunde und erschwingliche Lebensmittel für alle bereitstellen und gleichzeitig die grundlegenden Menschen- und Tierrechte respektieren. Sie müssen die Lebensmittelverschwendung minimieren, die Biodiversität sowie die Boden- und Gewässerqualität erhalten, substanziell zur Reduktion der Treibhausgasemissionen beitragen und sich dem Klimawandel anpassen. Sie müssen auch die wichtige Rolle des traditionellen und innovativen Handwerks vom Feld bis zum Tisch anerkennen.

♥ Diese Ziele entsprechen der Charta für nachhaltige Ernährung, die unter der Schirmherrschaft des Schweizerischen Städteverbandes entstanden ist.

Ziele

- Die Vielfalt der in unserem Land vorhandenen Ernährungsgenüsse und -kulturen aufzuwerten
- Die Traditionen zu erhalten und die kulinarische Innovation zu begünstigen
- Das handwerkliche Know-how zu pflegen und anzuerkennen
- Die lokale und nachhaltige Produktion zu fördern
- Junge Leute für den Genuss, für den Respekt vor den Lebensmitteln, für die Freude am Kochen und am gut Essen zu sensibilisieren
- Die Verbraucher auf die Saisonabhängigkeit der Produkte und auf die Ernährungssouveränität aufmerksam zu machen

Verpflichtungen

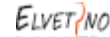
- Eine Veranstaltung anzubieten, die dem Genuss, der Küche und der Freude am Essen gewidmet ist
- Mit authentischen Produkten zu arbeiten, bei denen der Mensch und das Herkunftsgebiet eine Hauptrolle spielen
- Einer Veranstaltung möglichst im Sinne eines oder mehrerer Ziele dieser Charta einen pädagogischen Aspekt zu geben
- Den Austausch und die Geselligkeit zu fördern

Jahre	Patinnen & Paten	Städte & Regionen
2025	Edgard Bovier	Aigle
2024	Gian-Battista & Johann-Baptista von Tschamer	Valposchiavo
2023	Pierrot Ayer	Freiburg
2022	Tanja Grandits	Basel
2021	Philippe Chevrier	Genf
2020	Franck Giovannini	Heidiland
2019	Les Artisanes du Vin suisse	Montreux
2018	Dominik Flammer	Lugano
2017	Claude Frôté	Neuenburg
2016	Theres & Markus Dettwiler	Liestal
2015	Paolo Basso	Locarno
2014	Carlo Crisci	Moutier
2013	Vreni Giger	ViaStoria
2012	Gérard Rabaey	Lausanne
2011	Martin Dalsass	Bellinzona
2010	† Philippe Rochat	Onex und Luzern
2009	Marie-Thérèse Chappaz	Delémont
2008	André Jaeger	St. Gallen
2007	Georges Wenger	Grandson
2006	Irma Dütsch	
2005	Frédéric Girardet	Bulle
2004		Rapperswil-Jona
2003		Sitten
2002		Morges

Gold-Partner



Siber-Partner



Bronze-Partner



Medien



Städte und Kantone



Impressum

Autoren

Isabelle Bratschi, Dario Failla,
Oriane Grandjean,
Rudolf Haudenschild, Paul Imhof,
Manuela Lavanchy, Manuela Magnin,
France Massy, Margaux Mauran,
Horace Perret, Camille Saladin,
Knut Schwander, Alexander Zelenka

Übersetzungen

Daniela Liechti,
Vanessa Chanson Maallem

Illustrationen

Dora Formica

Verlagsleiter

Josef Zisyaclis

Chefredakteur

Alexander Zelenka

Layout

Jérôme Beuchet

Sekretariat

Corina Meldem
Barbara Schneider

Mit natürlicher Intelligenz gemacht.

Herausgeber

Terre & Nature Publications SA
Chemin des Tuilières 3
1023 Préverenges
www.terrenature.ch
Fondation pour la Promotion du Goût
Avenue Dapples 21 / CP 99
1001 Lausanne
+41 (0)21 601 58 03
www.gout.ch
secretariat@gout.ch
presse@gout.ch

Druck

PCL Print Conseil Logistique SA
Rue du Marais 17
1020 Renens
Auflage
100 000 ex.

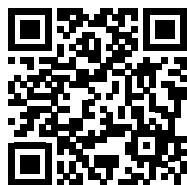


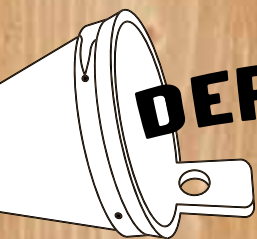
SBB CFF FFS

Ihr Gipfeli steigt hier ein.

Unsere Gipfeli werden in 13 lokalen
Bäckereien an den jeweiligen
Abfahrtsorten für Sie jeden Morgen
frisch gebacken.

sbb.ch/restaurant

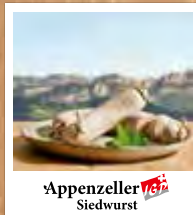
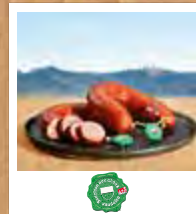
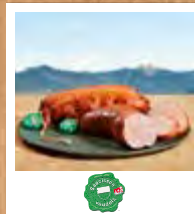
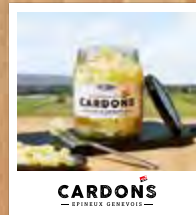
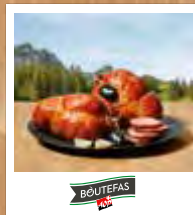
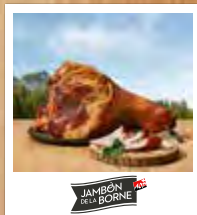
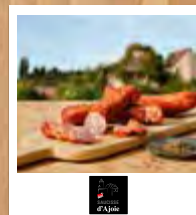
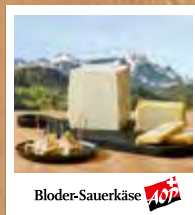
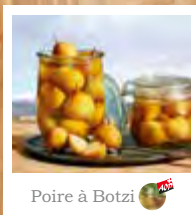
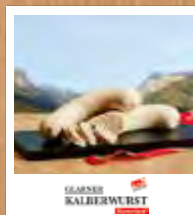
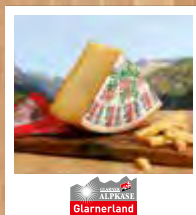
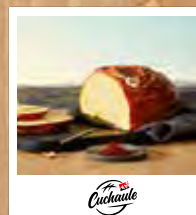
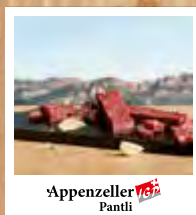
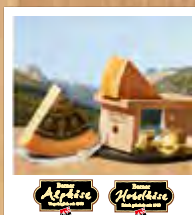




DER RUF DES GESCHMACKS



DIE SCHWEIZER QUALITÄTSZEICHEN



Schweiz. Natürlich.



AOP-IGP.CH

folge uns: aopigp aopigp

