

Was diese Saison auf dem Grill gefragt ist

# Von Feuer, Rost und Rösten

**Cristina Bürgi** Es gehört zu den ältesten Formen der Nahrungszubereitung und läutet hierzulande den Sommer ein: das Grillieren.

Sobald sich die ersten warmen Sonnenstrahlen zeigen, packen die meisten Schweizer bereits ihren Grill aus und bereiten knusprige Cervelats und frische Salate zu. Das Grillieren hat etwas Geselliges und Gemütliches – man nimmt sich dafür Zeit und geniesst es, draussen zu sein. Zudem gibt das Rösten über dem Feuer dem Essen einen typisch rauchigen Geschmack.

**Wie lecker** Fleisch und Fisch schmecken, die über dem Feuer grilliert wurden, haben bereits die Steinzeitmenschen in Afrika erkannt. Die Kontrolle über das Feuer hat ihre Ernährung regelrecht revolutioniert: Damit konnten sie Pflanzen entgiften und erlegte Tiere zubereiten und haltbar machen. Sie rösteten ihr Gejagtes entweder über oder direkt auf der Glut oder spießten es auf Stöcke.

**Heute kennt** man verschiedene Arten des Grillierens, die sich vor allem in der Garzeit und den verwendeten Marinaden und Gewürzen unterscheiden. Die wohl bekannteste Form ist das amerikanische Barbecue, bei dem das Fleisch so lange bei niedriger Temperatur gegart wird, bis es fast zerfällt. Danach kann es gepupft werden, wodurch zum Beispiel das «Pulled Pork» entsteht, eine beliebte Füllung für Hamburger.

**In der Schweiz** sind grillierte Würste am beliebtesten: Laut einer Auflistung von Coop landen Kalbsbratwürste am häufigsten auf dem Grill, gefolgt von Cervelats und Schweinsbratwürsten. Obwohl der Einkaufstourismus zunimmt, legen Schweizer Konsumenten insbesondere beim Fleisch Wert auf einheimische Ware. Von den rund



Beim Grillieren spielt die Qualität und Herkunft des Grillguts eine Rolle: Die Nachfrage für Schweizer Fleisch steigt.

52 Kilogramm Fleisch, die ein Schweizer jährlich im Durchschnitt konsumiert, stammen über 80 Prozent aus dem eigenen Land.

«Dass den Schweizer Gästen hiesige Ware wichtig ist, haben wir vor allem beim Pferdefleisch gemerkt», erzählt Martin Stettler, der eine eigene Metzgerei sowie das Restaurant Bären in Schüpfen führt: «Früher haben wir Pferdefleisch aus dem Ausland angeboten, doch vor etwa drei Jahren sind wir auf Fleisch aus dem Emmental umgestiegen. Seither ist die Nachfrage enorm gestiegen.» Das kann auch Andreas Kiesel bestätigen, der das Grill-Restaurant Ox in Interlaken führt: «Die Gäste legen mehr Wert auf Qualität und fragen oft, ob das Fleisch aus der Schweiz stammt.»

**Für Kiesel** ist die Qualität des Fleisches ausschlaggebend: «Es muss perfekt gelagert und gereift sein.» Er bezieht seine Ware vom Dorfmetzger, der das Fleisch am Knochen reifen lässt. Um den Eigengeschmack nicht zu verfälschen, schmeckt er es nach dem Grillieren nur noch mit etwas Meersalz und frischem Pfeffer ab.

**Während bei Martin Stettler** Bratwürste vom Grill am häufigsten bestellt werden – er hat sich auf 62 verschiedene Sorten spezialisiert – sind bei Andreas Kiesel vor allem die Edelstücke vom Rind gefragt, dicht gefolgt von Schweinekoteletts, Pferdefilets und Seesunge. Beide Köche bemerken zudem eine steigende Nachfrage für fleischlose Alternativen, seien es Gemüse oder vegetarische Würste. Aufgrund der vielen Anfragen hat Martin Stettler mit einem Partner gar eine eigene Vegi-Bratwurst kreiert, welche er in dieser Saison zum ersten Mal anbietet.

**Für Peter Zeitler**, amtierender Grillmeister aus Deutschland, geht der Trend für diese Grillsaison ebenfalls Richtung hochwertiges Grillgut und mehr Gemüse. Er empfiehlt zudem, experimentierfreudig zu bleiben und immer wieder etwas Neues auszuprobieren. Für ein optimales Ergebnis ist schliesslich nicht nur das Produkt auf dem Grill entscheidend, sondern auch der Grill selbst: Dieser sollte nicht zu günstig und möglichst leicht zu reinigen sein.

**In der Schweiz** werden Gasgrills am häufigsten verkauft, gefolgt von Holzkohle- und Smoker Grills. Für die Gastronomie eignen sich erstere besonders gut, da sie schnell einsatzbereit und einfach sauber zu halten sind. Aus diesen Gründen setzen auch Martin Stettler und Andreas Kiesel auf Gasgrills, wobei letzterer zusätzlich Lavasteine verwendet, die unter dem Grillgut glühen: «Das sorgt für gute Hitze und ein tolles Aroma.» Martin Stettler gart das Fleisch hingegen im Sous-vide-Verfahren vor, um es nur ganz zum Schluss auf den Grill zu legen, was ihm einen dezenteren Röst-Geschmack verleiht.

**Für einen** hochwertigen Gasgrill ist mit Preisen im vierstelligen Bereich zu rechnen. Es lohnt sich zudem, in ein gutes Thermometer zu investieren, um die Hitze im Auge zu behalten: Diese sollte nie zu hoch sein, denn sonst verdunstet der Fleischsaft. Nebst hochwertigem Grill und Grillgut zählt für Martin Stettler nur eins: «Für das Grillieren braucht es viel Leidenschaft. Die Person am Grill sollte daher mit Enthusiasmus bei der Sache sein.»

## Der Hauptgang kommt auf Rädern



In Schweizer Grossstädten nehmen immer mehr Restaurants die Dienste von Velokurieren in Anspruch, um Bestellungen auszuliefern: So existiert in Basel der Lieferservice «Velogourmet», über den sich Gerichte aus über 25 Restaurants bestellen lassen. Seit die Innenstadt autofrei ist, haben die Aufträge enorm zugenommen. In Zürich arbeitet der «Ultrakurier» mit diversen Gastrobetrieben zusammen, in Bern ist es neuerdings die Genossenschaft «Velokurier» (Foto), die im Rahmen des Projekts «Schnellerteller» Restaurant-Speisen ausliefert. Der Dienst trifft den Nerv der Zeit: Die Auslieferung ist ökologisch und die Velokuriere sind von morgens früh bis abends spät aktiv – was dem wachsenden Bedürfnis der Nutzer entgegenkommt, seltener zuhause zu kochen, aber zu beliebiger Zeit zu essen.

## Beliebtes Foodsharing



Was insbesondere in asiatischen Ländern gang und gäbe ist, setzen nun immer mehr Schweizer Restaurants um: das Konzept des Foodsharing. Dabei können Gäste verschiedene kleinere Portionen bestellen, die dann untereinander geteilt werden. Das unterstreicht die soziale Komponente des gemeinsamen Essens und erinnert an zu Hause, wo alle aus den gleichen Schüsseln schöpfen. Zudem können so mehrere Speisen degustiert werden. In Winterthur wird im Juni das Restaurant «Stricker's» eröffnet, das ganz auf dieses Konzept setzen wird. Weitere Beispiele sind unter anderem Andreas Caminadas Restaurant «Igniv» in Bad Ragaz, das «Restaurant Kaiserstuhl» in Bürglen oder das «Josef» in Zürich.

## RestEssBar sucht Restaurants



Um Lebensmittelverschwendung zu verhindern, haben fünf Freunde 2014 in Winterthur die «RestEssBar» gegründet: Dabei handelt es sich um einen Kühlschrank, der jederzeit öffentlich zugänglich ist und überschüssige, aber noch geniessbare Lebensmittel enthält. Die Produkte werden täglich von freiwilligen Helfern bei teilnehmenden Restaurants und Geschäften abgeholt und in den Kühlschrank gelegt. Inzwischen gibt es weitere RestEssBars in Frauenfeld, Kreuzlingen, Schaffhausen, Luzern, Olten – und demnächst in St. Gallen. Letzterer soll Mitte Mai öffnen, doch noch fehlen den Initianten teilnehmende Läden und Restaurants. Bislang haben sich nur zwei St. Galler-Geschäfte am Projekt beteiligt. Dabei entsteht für Partner kein Mehraufwand: Die Helfer der RestEssBar holen die Ware selber ab, sortieren sie aus und stellen sie in den Kühlschrank.

www.restessbar.ch

Ein Blick über den Tellerrand zeigt, dass Nachbarländer mit ähnlichen Herausforderungen kämpfen

# Von Problemen und Tendenzen in der Gastronomie



Personalrekrutierung als Problem.

**Dass die Rahmenbedingungen** für das deutsche Gastgewerbe keineswegs rosiger sind als in der Schweiz, zeigt eine Analyse des Fachmagazins Food-Service. Fazit: Im vergangenen Jahr hat die Bürokratie für Restaurants in Deutschland aufgrund von Neuerungen am Arbeitsmarkt zugenommen, etwa durch Mindestlohn-bedingte Preiserhöhungen. Das dürfte Schweizer Gastronomen bekannt vorkommen, wird doch hier derzeit über den neuen L-GAV abgestimmt.

**Thema der Analyse** sind zudem Tendenzen auf dem Markt für Verpflegung: So gelten im Nachbarland Gourmet-Burger, Premium Fleisch, heisses Gebäck und vegetarische Rezepturen als stärkste Trend-Produkte des vergangenen Jahres. In der Schweiz erkennt man dies an der steigenden Nachfrage für qualitatives Fleisch (siehe Artikel oben)

sowie an den zahlreich expandierenden Restaurants, die sich auf Burger (beispielsweise Holy Cow) oder vegetarische Speisen (Hiltl, Tibits) spezialisiert haben. Obwohl gerade fleischlose Angebote als Nische gelten, werden sie gross und wirksam inszeniert: Das sorgt dafür, dass längst nicht mehr nur Vegetarier und Veganer den Weg in die entsprechenden Lokale finden.

**Als «Aufsteiger des Jahres»** betrachtet das Magazin einerseits Foodtrucks und Street Food Festivals, deren Erfolg auch in der Schweiz spürbar ist: Street Food Festivals haben sich seit 2014 rasant entwickelt und in fast allen Kantonen etabliert. Als weiterer Aufsteiger wird andererseits Craft Bier gehandelt, wobei die Schweiz den deutschen Nachbar sogar übertrumpft: Während Deutschland knapp über 300 Mikrobrauereien

zählt, existieren hierzulande rund 400 Craft-Bier-Produzenten.

**Schliesslich wagt** das Magazin Food-Service einen kritischen Blick in die Zukunft: Als grösste Herausforderungen für 2016 definiert es die Mitarbeiterbeschaffung, Personalkosten sowie die Führung und Motivation der Mitarbeitenden. Obwohl das deutsche und Schweizer Gastgewerbe von den gleichen Sorgen geplagt wird, bedingt gerade bei der Mitarbeiterbeschaffung das eine Land quasi das Leid des anderen: Während es in Deutschland an Fachkräften mangelt, die unter anderem wegen der Bezahlung in die Schweiz abwandern, fehlt es hierzulande an Gästen, da diese häufiger ennet der Grenze konsumieren. Eine Herausforderung, der sich die Gastronomen mit stetiger Optimierung und einer guten Zusammenarbeit stellen müssen. **cb**