

## «Der Preis kommt erst am Schluss»



**Claudia Züllig betreibt mit ihrem Mann Andreas seit 28 Jahren das Hotel Schweizerhof in der Lenzerheide GR. Die beiden gelten als Vorreiter der regionalen Küche.**

Text Natalia Godglück

### Wie viel Regionalität findet man bei Ihnen auf dem Teller?

**CLAUDIA ZÜLLIG:** Im Restaurant Scalottas sind es rund 95 Prozent, im Schweizerhof sind wir bei rund 60 Prozent. Wir haben vor 28 Jahren mit regionalen Produkten begonnen und bauen laufend aus. Seit letztem Sommer bewirtschaften wir sogar ein eigenes Feld mit Kartoffeln, Gerste und Ackerbohnen und konnten 600 Kilos Kartoffeln ernten.

### Ihre Produkte stammen nicht ausschliesslich aus Graubünden. Wie definieren Sie Regionalität?

Für uns ist es wichtig, die Ware direkt vom Produzenten zu beziehen. Regionalität heisst für uns auch wiederverwendbare Grossgebäude, was weniger Abfall bedeutet und geringe CO<sub>2</sub>-Belastung für die Umwelt. Kurz gesagt, es ist eine Win-Win-Win-Situation: Wir kaufen hochwertige Produkte ein, der Gast ist begeistert, und der Landwirt kann gut davon leben und bekommt vor allem Wertschätzung für seine Produkte.

### Worauf achten Sie bei der Auswahl Ihrer Produkte?

Die Beziehung zum Produzenten muss stimmen. Wir streben immer eine langfristige Beziehung an. Peter Heinrichs

Milchprodukte zum Beispiel beziehen wir seit 28 Jahren. Im Vordergrund steht immer die Qualität, der Preis kommt erst am Schluss. Wenn die Qualität stimmt, bleiben wir unseren Produzenten treu und machen keine Preisvergleiche.

### Aber auch Sie erweitern Ihr Angebot. Wie finden Sie neue Produkte?

Der Genussmarkt von Andreas Caminada in Fürstenaubaden ist ein guter Ort, um neue Produzenten kennenzulernen. Auch in Publikumsmagazinen entdecke ich immer mal wieder Neues im Bereich Essen und Genuss, so gerade vor einigen Tagen in der NZZ einen hervorragenden Schweizer Gin.

### Regionalität auftischen ist das eine, sie kommunizieren das andere.

Im Scalottas sind auf der Speisekarte alle Produzenten und Lieferanten namentlich aufgeführt. Der Service informiert den Gast zudem bei jedem Gang, woher das Produkt stammt und wie es zubereitet wurde. Im Schweizerhof widmen wir die ersten Seiten der Speisekarte dem Thema Regionalität, gehen auf einzelne Produzenten näher ein und kennzeichnen die regionalen Gerichte. Auch beim Frühstücksbuffet weisen wir auf die Produzenten hin.

### Auf der Scalottas-Speisekarte deklarieren Sie, wer die schwarzen Alpenschweine pflegt, wer die Tiere zerlegt und wurstet oder wer die Arvenpralinen liefert. Wieso so detailliert?

Transparenz ist uns wichtig. Wir arbeiten im Scalottas mit rund 40 Produzenten und Lieferanten und erachten es auch als Wertschätzung, unsere Partner

namentlich zu nennen. Bringt das andere Wirte oder Gäste auf die Idee, selbst von ihnen Waren zu beziehen, freut uns das.

### Wie viele Ihrer Gäste kommen speziell wegen des Regionalen?

Eine Umfrage dazu haben wir nie gemacht. Wir spüren aber, dass die Gäste unsere Produkte schätzen und bereit sind, dafür einen Preis zu bezahlen.

### Gibt es auch Kritik oder sogar Kunden, die ausbleiben?

Meerfisch und Scampi bieten wir nicht mehr an und haben deshalb einzelne Kunden verloren. Wir sind von unserem Weg jedoch überzeugt und gehen diesen konsequent weiter. Im Winter gibt es bei unserem Salatbuffet zum Beispiel keine Tomaten mehr, was seit rund zwei Jahren aber niemand mehr vermisst.

### Also ist Ihr Angebot im Winter reduziert.

Für mich zählt nicht die Vielfalt, sondern die Qualität. Klar gibt es im Winter weniger Früchte und Gemüse als im Sommer. Aber mit guter Planung kann man heute viele Produkte einmachen, schockgefrieren oder lagern wie früher. Statt Ananas und Melonen aus Übersee servieren wir zum Frühstück beispielsweise Schweizer Früchtekompott.

### Worauf müssen Gastronomen achten, die auf regionale Produkte umsteigen?

Man muss von der Nachhaltigkeit überzeugt sein und Freude daran haben, sonst funktioniert es nicht. Die Umstellung braucht Zeit und es ist ein stetiger Prozess, sich mit diesem Thema auseinanderzusetzen. Hilfreich ist sicher, zuvor mal bei einem Betrieb hinter die Kulissen zu schauen. Wir geben unser Know-how und unsere Erfahrungen gerne weiter.

## ZWEI WORKSHOPS ÜBER REGIONALITÄT IN DER PRAXIS

GastroGraubünden bietet in Zusammenarbeit mit dem Bündner Bauernverband sowie Graubündenviva zwei Workshops an. Am 15. März (15 bis 20 Uhr) geht es um die Umsetzung und die Vermarktung der Regionalität in Hotellerie und Tourismus. Im Restaurant Scalottas, Lenzerheide, diskutieren Irene Müller und Claudia Züllig (Hoteliere), Jasmine Said-Bucher, Geschäftsführerin Alpinavera, mit dem Käseaffineur Martin «Floh» Bienerth. Im Anschluss serviert Hansjörg Ladurner vom Restaurant Scalottas ein Menü aus regionalen Delikatessen.

Am 16. März (13 bis 18 Uhr) liegt der Fokus auf Bündner Brottraditionen. In der Casa Caminada, Fürstenaubaden, sprechen Andreas Dossenbach, Peter Kasimow, Lukas Buchli und James Grünig über ihre Erfahrungen mit alten Getreidesorten und die Herausforderungen bei deren Anbau. Moderiert werden die Workshops von Dominik Flammer.

Anmeldung und weitere Infos unter [www.graubuendenviva.ch](http://www.graubuendenviva.ch)