

Messer & Gabel

A close-up photograph of a plate of food. The plate is light-colored with a dark rim. The food consists of a piece of roasted meat, possibly pork belly, with a small herb garnish. Below the meat is a portion of lentils with some vegetables. To the right of the lentils is a dark, rich sauce. The background is a dark, textured surface.

**DAS REZEPT HEISST
NACHHALTIG-
KEIT** *Eine konsequent nachhaltige
Speisekarte ist möglich*

Speisekarte im Wandel

Interview mit Ernährungswissenschaftlerin Hanni Rützler über Food-Trends und Gästerwartungen. >> Seite 8

Nachhaltigkeits-Tipps

Sieben Ansätze, die in praktisch jedem Betrieb umsetzbar sind. >> Seite 10



KOCH GUTES UND SPRICH DARÜBER

Hansjörg Ladurner und sein Team wissen von jedem Tier, wie es gehalten wird, und von jedem Gemüse, wo es wächst. Das isst sich nicht nur grossartig, sondern wird den Gästen ebenso vermittelt. Eine Kommunikationslektion allererster Güte.



Im Scalottas Terroir in der Lenzerheide dreht sich alles ums Produkt und das nicht erst, wenn es in Hansjörg Ladurners Küche eintrifft. Der gebürtige Südtiroler will wissen, wo seine Zutaten herkommen, wie sie wachsen und gedeihen, mit welchem Handwerk sie veredelt werden. Seine Produzentinnen und Produzenten kennt er darum alle persönlich und wer mit ihm zusammenarbeiten will, muss seine Nachhaltigkeits-Philosophie teilen. Dabei verpflichtet Ladurner sich voll und ganz dem Terroir-Gedanken: Es sind die kulinarischen Eigenheiten der alpinen Umgebung rund um die Lenzerheide, die er zusammen mit seinem Souschef René Bissig in Gerichte übersetzt.

Serviert werden diese nicht in einem fixen Menü, sondern in kleinen Portionen, die sich die Gäste nach Lust und Laune zu ihrer eigenen Abfolge zusammenstellen. Allen Kompositionen gemeinsam sind überdurchschnittlich viel Naturnähe, Geschmack und Geschichten. Auf letzteren baut die Gästekommunikation auf.

Reise für Gaumen und Gedanken

Hansjörg Ladurner und sein Team flechten die Geschichten überall ein: auf der Webseite, im hauseigenen Magazin, in der Speisekarte und, fast am wichtigsten, am

Tisch. Ob zum Essen oder zu den Getränken, es werden Zusammenhänge aufgezeigt, Verbindungen geschaffen, Verarbeitungstechniken erklärt, Anekdoten erzählt. So persönlich und unaufgesetzt, dass man als Gast am Ende des Abends mit dem Gefühl nach Hause geht, bei all den Menschen, Tieren und Gemüseackern auf Stippvisite gewesen zu sein. Das Wissen dazu holt sich das Scalottas-Team direkt an der Quelle: «Einmal im Jahr machen wir eine Produzentenreise, bewegen uns in Herden, Käsekeltern, Fleischtrocknereien und Kastanienhainen», so Hansjörg Ladurner. «Denn was man mit eigenen Augen gesehen hat, bleibt nachhaltiger hängen als lange Manuals. Ich will, dass meine Mitarbeitenden ihre Geschichte erzählen, nicht meine.»

Mit den Gästen auf Produzentenbesuch

Einblick erhalten auf Wunsch auch die Gäste. Letzten Sommer packte Ladurner sieben Mal Suppe und Tee ein, um mit Gästen auf Tour zu gehen. Manchmal hoch auf eine Alp, manchmal auf den hauseigenen «BergAcker». Dieser gehört ebenfalls zum Scalottas. Einerseits wegen den alten Getreide-, Kartoffel- und Bohnensorten, die dort wachsen, andererseits zwecks Anschauungsunterrichts. «Nicht selten treffen unsere Gäste dabei auf das Serviceteam bei der Ackerar-

beit. Einige packen sogar selbst mit an. Man schätzt ein Produkt ganz anders, wenn man selbst daran gearbeitet hat.» Daneben bietet das Projekt vielfältigen Gesprächsstoff für den persönlichen Austausch und spannende Inhalte für die Newsletter. Zusammen mit den Foto-Postkarten, welche die Gäste als Souvenir mitnehmen können, runden diese die Scalottas-Kommunikation ab.

Neue Gäste dank Netzwerk

Enge Produzentenpartnerschaften liefern neben erstklassigen Zutaten und Geschichten auch neue Gäste. «Hofführungen zum Beispiel sind zuverlässige Neugierigmacher», sagt Hansjörg Ladurner. «Ebenso unser Bergbauer Bruno Hassler, der im Winter als Kutscher unterwegs ist, hat uns schon viele neue Kunden gebracht.» Und jene Gäste, die vom marmorierten Bündnerfleisch kaum genug kriegen können, schickt Ladurner zu Jörg Brügger nach Parpan. «So profitieren wir am Ende alle.» Seine Botschaft ist darum klar: «Vernetzt euch mit regionalen Partnerinnen und Lieferanten. Es lohnt sich in jeder Hinsicht.»