



Das Bewusstsein für regionale Bündner Produkte fördern

Die Nachfrage nach authentischen und regional hergestellten Produkten – im Speziellen Lebensmittel – steigt stetig. Noch ist das Potenzial für eine nachhaltige Wertschöpfung nicht ausgeschöpft. Zwei Workshops zeigen Möglichkeiten auf, die Angebote kreativ weiterzuentwickeln und touristisch in Wert zu setzen.

«Bewusst Graubünden»

Sonntag, 15. März, 15 bis 20 Uhr
Hotel Schweizerhof Lenzerheide

Welche Rolle spielen regionale Produkte für den Bündner Tourismus und die heimische Hotellerie? Wie kann das Kulinarikangebot mit Produkten aus der Region aufgewertet werden? Wie können touristische Vermarktungsstrategien mit den Werten und der Geschichte der alpinen Regional-kulinarik verknüpft werden? Diesen und anderen Fragen geht der von graubündenvIVA in Zusammenarbeit mit GastroGraubünden und dem Bündner Bauernverband angebotene Fach-Workshop nach. Im Fokus stehen dabei der Tourismus und die Hotellerie.

Der Schweizer Foodscout, Ökonom und Buchautor Dominik Flammer, ein Kenner und Vordenker der alpinen Ernährung, wird interessante Inputs vermitteln und Inspiration für neue Ideen liefern. Teil des Workshops wird ein Podiumsgespräch mit den beiden Hotelierinnen Irene Müller, Hotel Castell, Zuoz, und Claudia Züllig, Hotel Schweizerhof, Lenzerheide, sowie mit der alpinavera-Geschäftsführerin Jasmine Said Bucher und dem Käseaffineur Martin «Floh» Bienerth aus Anderseed sein.



Mehr dazu auf: www.graubuendenviva.ch/veranstaltungen

Sich gesund und nachhaltig zu ernähren, ist aktuell ein grosses Thema – und das wird es auch in Zukunft sein. Immer mehr achtsame Konsumenten erkennen den tieferen Sinn und Wert von regional produzierten und vor Ort verarbeiteten Lebensmitteln. Stetig wächst das Bewusstsein für leicht bekömmliche, gesunde und schmackhafte kulinarische Erzeugnisse sowie für kurze, überschaubare Produktionsprozesse und Lieferketten von einheimischen Nahrungsmitteln. Die Vorteile der regionalen Produktion und frischen Verarbeitung vor Ort sind bestechend und überzeugen Einheimische wie Gäste Graubündens gleichermaßen. Folge dieser zukunftsorientierten Entwicklung: Es werden langfristig wirksame Investitionen für Produktionsanlagen ausgelöst und interessante Arbeitsplätze geschaffen – umweltfreundliches Produzieren und Konsumieren wird nicht nur gefordert, sondern authentisch gelebt. Viele regionale Hersteller zeigen auf, wie sie mit geschmacklich unverwechselbaren Nahrungsmitteln und Zutaten, cleveren Kooperationen und sympathischen Marketingmassnahmen motivierende Erfolge vorweisen können.

Das Bewusstsein für Regionalität weiter schärfen

Aber das Potenzial für eine kreative Weiterentwicklung dieses Trends ist riesig. Und ist demnach eine grosse Chance für die heimische Tourismusbranche sowie ideenreiche Unternehmer im Gastgewerbe, auf die Karte Regionalität zu setzen und die Flagge der Region zu zeigen. Der Gast soll in der ganzen Breite erleben und erfahren, was es bedeutet, regionale Kulinarik zu pflegen und zu leben. Das Wiederentdecken von alten Getreidesorten ist dabei ebenso ein Thema wie das Wiederbeleben von alten, schonenden und in Vergessenheit geratenen Produktionsmethoden.

Ein stimmungsvolles Restaurant, das dieser Philosophie schon seit vielen Jahren nachlebt, ist das «Scalottas Terroir», das zum Hotel Schweizerhof gehört und mit 15 Gault-Millau-Punkten zu den besten Restaurants des Landes zählt. Der Südtiroler Küchenchef Hansjörg Ladurner legt grossen Wert auf die traditionelle Zubereitung der aus der Region stammenden, naturnah und urtümlich gewachsenen Lebensmittel. Wichtig ist ihm dabei der Kontakt und der vertrauensvolle Austausch mit den einheimischen Produzenten, welche mit ihm die Begeisterung für die Terroir-Küche teilen sowie ressourcenschonend arbeiten und produzieren. Eine wichtige Voraussetzung, um der Nachhaltigkeit ausreichend Rechnung zu tragen und dem Gast einen Mehrwert zu bieten.

Das «Scalottas» ist zudem Träger der Auszeichnung «Bib Gourmand» des Guide Michelin. «Bib Gourmand» steht für sorgfältig zubereitete und preiswerte Mahlzeiten.

Die Regionalität in Wert setzen

Zwei Fach-Workshops am 15. und 16. März, organisiert durch graubündenvIVA in Zusammenarbeit mit GastroGraubünden und dem Bündner Bauernverband, zeigen Möglichkeiten auf, wie die Regionalität in der Gastronomie und Hotellerie umgesetzt werden kann. Ebenso ein Thema, wie vermehrt Wertschöpfung aus dem Trend zur nachhaltigen und nahen Lebensmittelproduktion gezogen werden kann. Weiter sollen innovative Akteure im Bereich Genuss und Kulinarik vernetzt werden.

■ **graubündenvIVA**
Via Nova 37, 7017 Flims
www.graubuendenviva.ch



Claudia und Andreas Züllig-Landolt Bild zvg

Das Bewusstsein für nachhaltige Produkte wächst

Claudia und Andreas Züllig-Landolt sind seit bald 30 Jahren Gastgeber im Hotel Schweizerhof in Lenzerheide. Der sparsame Umgang mit Energie, der Einsatz natürlicher Materialien, die soziale Verantwortung, die gezielte Aus- und Weiterbildung der Mitarbeitenden sowie die Verwendung lokaler Produkte sind im Hotel Schweizerhof Lenzerheide seit vielen Jahren eine Selbstverständlichkeit.

Frau Züllig: Welche Bedeutung hat die regionale Kulinarik für Ihre Betriebe?

Uns war die Bedeutung von regionalen Produkten schon sehr früh bewusst. Da-

rum führen wir seit bald 30 Jahren naturnahe Erzeugnisse von heimischen Produzenten in unserem Angebot und legen grossen Wert auf eine gute Zusammenarbeit mit ihnen. Das Bewusstsein und die Pflege der Regionalität ist für uns mehr als ein Trend – vielmehr ist es eine persönliche Überzeugung und auch Leidenschaft für diese tollen Produkte.

Wie setzen Sie die gelebte Regionalität konkret um?

Wir verzichten beispielsweise für das Frühstücksbuffet bewusst auf nicht saisonale Lebensmittel wie Ananas oder Melonen und bieten unseren Gästen lieber Schweizer Früchte wie Zwetschgen- oder Apfelkompott an. Im Restaurant Scalottas, das ebenfalls zum «Schweizerhof» gehört, werden Kartoffeln oder Getreide auf dem hauseigenen Acker angepflanzt, und unsere Tiere sind beim Bauern der Region zu Hause. In unserer Bar schenken wir ausschliesslich Schweizer Produkte aus und verzichten gänzlich auf ausländische Getränke, da die Vielfalt der Schweizer Getränke enorm spannend ist und jedes Produkt seine eigene Geschichte hat.

Wie reagieren Ihre Gäste auf diese Entwicklung?

Als Gastgeber sind wir täglich im Kontakt mit unseren Gästen und spüren ihre grosse Wertschätzung unseren Produkten und Ideen gegenüber. Das ermuntert uns sehr, unser regionales Angebot weiterzuentwickeln und auszubauen. Weit über 80 Prozent unserer Gäste kommen aus der Schweiz. Ihr Bewusstsein für Nachhaltigkeit und Regionalität ist sehr gross und wächst ständig. Wenn unsere Gäste wissen, woher die Produkte kommen und wie sie produziert wurden, sind sie einerseits begeistert und andererseits auch bereit, dafür einen Mehrwert zu bezahlen.