



1. Trend-Roundtable-Gespräch der Kikkoman-Botschafter in der Schweiz:

Die Spitzengastronomie im Spannungsfeld von Genuss und Gesundheit



Die zwei sportlichen Gross-Events des Sommers 2008, Euro 08 und Olympiade in Peking, inspirierten die Delico AG, Generalimporteurin von Kikkoman Sojasaucen, im Zusammenhang von gesunder Ernährung und Verpflegung von Spitzensportlern und der allgemeinen Bevölkerung ein Roundtable-Gespräch mit den fünf Kikkoman-Botschaftern der Schweiz über die Ernährungs- und Gastrotrends der Zukunft durchzuführen. Als themengerechte Bühne des Roundtable-Gesprächs diente die für die Euro 08 speziell erbaute Seeplattform bei der Fan-Zone im Zürcher Seebecken. «Die Spitzengastronomie im Spannungsfeld von Genuss und Gesundheit» hiess das Thema der von GOURMET-Chefredaktor René Frech moderierten Gesprächsrunde.



Erstes Trend-Roundtable-Gespräch der fünf Schweizer Kikkoman-Botschafter im VIP-Restaurant auf der Euro 08-Seeplattform in Zürich (v.l.n.r.): Franz W. Faeh, Armin Amrein, Stefan Meier, Jacky Donatz und Reto Mathis.

Wellness, Bodyfeeling, Lifestyle sind die grossen Themen der modernen Gesellschaft. Die Spitzengastronomie steht damit voll im Spannungsfeld zwischen Genuss und Gesundheit. Wie soll sie sich in dieser Situation verhalten?

Kikkoman-Botschafter Reto Mathis: Ohne Gesundheit gibt es keinen Genuss. Gesundheit ist somit im Interesse sowohl des Gastes als auch des Gastgebers. Die Gastronomie hat die Aufgabe, mit ihrem kulinarischen Angebot zur Gesundheitserhaltung und -förderung der Gäste beizutragen. Sie kann dies tun durch eine kluge Auswahl an gesunden, alternativen Ausgangsprodukten, durch die Art der Zubereitung der Ausgangsprodukte sowie durch die Wahl der Zutaten. Eine ausgewogene Ernährung und Verpflegung und das Wohlbefinden des Gastes gehören deshalb zur grundlegenden Pflicht und Philosophie eines verantwortungsvollen Gastgebers und Küchenchefs. Schliesslich geht es uns als

Gastgeber auch darum, dass sich der Gast wohlfühlt und wiederkommt.

Ein gesellschaftspolitisches Problem

Kikkoman-Botschafter Stefan Meier: Aus den einschlägigen Statistiken und Untersuchungen geht hervor, dass es in der hochentwickelten Welt wie in den USA und in Europa immer mehr dicke und übergewichtige Menschen gibt. Fettleibigkeit ist tatsächlich zu einem zentralen gesellschaftlichen Problem geworden, das weitgehend auf eine falsche Ernährung zurückzuführen ist. Obwohl die Wurzeln der Fettleibigkeit in erster Linie im Haushalt- und Privatkonsum begründet ist, hat die Gastronomie, insbesondere die Spitzengastronomie, in diesem Kontext eine Vorbildfunktion zu erfüllen.

Kalifornien verbietet Transfette

Vor allem in den USA ist man offenbar bereits soweit, dass bestimmte

Lebensmittel nach ihrem Fettgehalt als bedenklich, neutral oder gesund kategorisiert werden und dass Speisen und Lebensmittel mit ihrem Fettgehalt deklariert werden müssen. Kalifornien will als erster US-Gliedstaat die Transfette gänzlich aus der Gastronomie verbannen. Was halten Sie davon?

Kikkoman-Botschafter Jacky Donatz: Die vielen allgemeinen Zivilisationskrankheiten, die auf eine ungesunde Ernährung zumindest teilweise zurückzuführen sind, nehmen tatsächlich in einem beängstigenden Ausmass zu. Wir müssen davon ausgehen, dass eine zusätzliche Deklarationspflicht auch in Bezug auf den Fettgehalt früher oder später auch bei uns Realität werden wird. Auch die Herkunft der Produkte oder der Nitrat- und Nitritgehalt von Salat und Gemüse werden in Zukunft ein Thema sein, mit welchem sich auch die Schweizer Gastronomie auseinandersetzen haben wird.



Engagierte Diskussion der fünf Kikkoman-Botschafter zum aktuellen Thema «Spitzengastronomie im Spannungsfeld von Genuss und Gesundheit» auf der Euro 08-Seeplattform im Zürcher Seebecken.

Mehr Saisonalität und Regionalität

Kikkoman-Botschafter Franz W. Faeh: In diesem Zusammenhang gilt es, die globalen Zusammenhänge des Agrarweltmarktes und der Klimaproblematik einzubeziehen. Die Spitzengastronomie tut gut daran, daraus rechtzeitig die richtigen Konsequenzen zu ziehen und beispielsweise konsequent auf die Naturbelassenheit, die Regionalität und die Saisonalität der Ausgangsprodukte zu setzen.

Wer auf Frische, Saisonalität und Regionalität seines kulinarischen Angebotes baut und seine Kreationen mit möglichst wenig künstlichen Hilfsmitteln und Fettstoffen schonend zubereitet, bietet seinen Gästen nicht nur eine höchst schmackhafte, gesunde und natürliche Verpflegung an, sondern sorgt dafür, dass er damit der globalen Agrar- und Umweltkritik keine Angriffsflächen bietet.

Kikkoman-Botschafter Armin Amrein: Genau hier liegt die Lösung des Pro-

blems: Wenn sich die Spitzengastronomie auf die Frische, Saisonalität und Regionalität der Ausgangs- und Frischprodukte zurückbesinnt und diese möglichst schonend und naturbelassen zubereitet, leistet sie einen markanten Beitrag dazu, dass sich Genuss und Gesundheit überhaupt nicht widersprechen.

Es gilt, alles mit Mass zuzubereiten und zu geniessen. In unserer Küche achte ich beispielsweise bewusst darauf, dass wir unsere Gerichte mit natürlichen Kräutern und Gewürzen aromatisieren und möglichst wenig Kochsalz verwenden. Das ist im übrigen auch ein Grund dafür, weshalb wir bei uns sehr häufig die salzreduzierte Sojasauce von Kikkoman verwenden.

Salzarme, gesunde Spitzengastronomie

Kikkoman-Botschafter Stefan Meier: Auch wir achten darauf, unsere Speisen möglichst salzarm zuzubereiten und nach Möglichkeit alternative Würz-

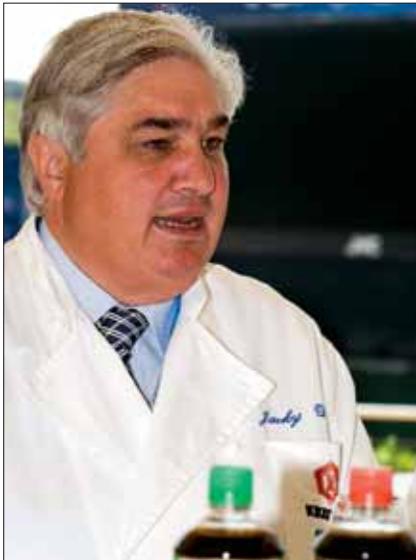
und Aromatisierungsmittel wie die naturbelassenen Kikkoman-Sojasaucen zu verwenden.

Kikkoman-Botschafter Jacky Donatz: Ich gehe sogar soweit zu behaupten, dass wir den Erfolg unserer relativ fleischlastigen Küche darauf zurückführen können, dass wir unsere grossen und populären Fleischstücke seit jeher mit den natürlich gebrauten Sojasaucen von Kikkoman und nicht mit Salz aromatisieren. Denn die natürlich gebrauten Sojasaucen von Kikkoman verstärken den natürlichen Geschmack des Ausgangsproduktes optimal.

Die Spitzengastronomie in der Verantwortung

Wie kann die Spitzengastronomie generell dazu beitragen, dass Genuss und Gesundheit nicht zum Gegensatz werden?

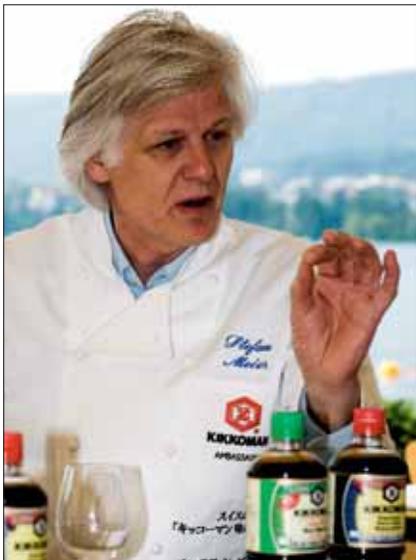
Kikkoman-Botschafter Stefan Meier: Am besten mit einer klaren Kommuni-



Kikkoman-Botschafter Jacky Donatz:
 «Die Deklarationspflicht wird kommen. Aber der heutige Gast weiss seinen Genuss ohnehin richtig und autonom einzuteilen.»

kation und Bewusstseinsbildung. Eine allgemeine Deklarationspflicht über Herkunft und Gehalt an diversen Substanzen der Produkte kann dazu wesentlich beitragen.

Es liegt allerdings auch am Gast selbst, sich der Zusammenhänge zwischen Genuss, Gesundheit und Ernährung



Kikkoman-Botschafter Stefan Meier:
 «In den heutigen Familien ist der gemeinsame Mittags- und Abendtisch sozusagen verschwunden. Man verpflegt sich fliegend mit Fingerfood. Wer so aufwächst, hat es schwer, Genuss und Gesundheit in Einklang zu bringen.»

bewusst zu sein. Noch habe ich beispielsweise keine Bergbeiz im Skigebiet entdeckt, wo Bratwurst, Schnitzel und Pommes frites aus dem Speiseangebot verbannt sind. Warum, so frage ich, ist dies wohl so?

Gleichzeitig müsste es in der gesamten Gastronomie aber auch zu einem Allgemeingut werden, dass den Gästen die Wahl zwischen kleineren, normalen und grösseren Portionen offen und ehrlich und ohne irgendwelche, teilweise auch diskriminierende Bemerkungen und Begriffe (z.B. Seniorenteller, Kinderteller, usw.) gelassen wird.



Kikkoman-Botschafter Reto Mathis:
 «Der Gast ist für die Transport- und Klimaproblematik sensibler geworden. Für uns Spitzengastronomen ergibt sich daraus die Chance, uns mit Terroir-Produkten zu profilieren.»

Kikkoman-Botschafter Reto Mathis:
 Der moderne Konsument und Gast ist tatsächlich sensibler geworden. Er kennt die Klima- und CO₂-Problematik, wenn ihm Erdbeeren aus Chile serviert werden, und er schätzt dies immer weniger. Für uns Spitzengastronomen ergibt sich daraus die Chance, uns mit lokalen und regionalen Terroir-Produkten zu profilieren.

Selbstverantwortung des Gastes

Kikkoman-Botschafter Armin Amrein:
 Ich möchte auch einmal auf die Selbstverantwortung des Gastes hinweisen.



Kikkoman-Botschafter Armin Amrein:
 «Mit Saison- und Regionalprodukten hat die Spitzengastronomie alle Chancen, zwischen Genuss und Gesundheit keinen Gegensatz zu erzeugen.»

Wenn man die generelle Unausgewogenheit zwischen Energiezufuhr und Energieverbrauch der meisten Konsumenten beobachtet und den Bewegungsmangel der meisten Menschen in Büro und Freizeit betrachtet, muss man anerkennen, dass die Spitzengastronomie



Kikkoman-Botschafter Franz W. Faeh:
 «Wer auf Frische, Saisonalität und Authentizität der Produkte setzt und diese möglichst naturbelassen und schonend zubereitet, leistet einen Beitrag dazu, dass sich Genuss und Gesundheit nicht widersprechen.»

Die Kikkoman-Botschafter der Schweiz

Sie sind Meister ihres Faches und in der gesamten Gastro- und Kochbranche der Schweiz höchst angesehene und reputierte Gastronomen und Küchenchefs – die fünf Kikkoman-Botschafter, die sich zum Ziel gesetzt haben, mit ihren Aktivitäten einen Beitrag zum naturbelassenen Aromatisieren der Speisen ohne viel Salz zu leisten.

Die fünf Kikkoman-Botschafter der Schweiz heissen:

◆ Armin Amrein, Michelin-Einstern- und 17 GM-Punkte-Gastronom, der nach über 30 Jahren auf dem Bürgenstock seit einem Jahr das Hotel Walserhof in Klosters führt, ein Haus, das vor Jahresfrist vom Unternehmer Thomas Schmidheiny erworben wurde und welches durch die regelmässige Präsenz der britischen Königsfamilie Weltruhm geniesst.

◆ Jacky Donatz vom FIFA-Restaurant Club «Sonnenberg» in Zürich, ist der einzige FIFA-Küchenchef der Welt und prägt mit seiner grosszügigen Gastgeber-Persönlichkeit das gastgeberische und gastronomische Geschehen auf dem «Sonnenberg» hoch über der Stadt Zürich.

◆ Franz W. Faeh ist «Culinary Director» im Relais & Châteaux-Hotel «Le Vieux Manoir au Lac» in Meyrez bei Murten und gilt unter den fünf Kikkoman-Botschaftern dank seiner jahrelangen Karriere in den besten Häusern Asiens als der Globetrotter der Küchenchefs.

◆ Reto Mathis ist der international bekannte Chef von «Mathis Food Affairs» und vor allem der Gastgeber in der Gastronomie auf der «Corviglia» hoch über St. Moritz. Eben erst hat er auch die gastronomische Verantwortung für das von Stararchitekt Sir Norman Foster gestaltete Restaurant «Post Haus» in St. Moritz übernommen.

◆ Stefan Meier ist der 16 GM-Punkte-Gastgeber im historischen «Rathauskeller» in Zug und für seine schlichten, aber umso harmonischeren kulinarischen Kreationen bekannt. Der Feinsinnige unter den fünf Kikkoman-Botschaftern betreibt auch ein höchst erfolgreiches Catering- und Partyservice-Business im grossen Stil.

hier nicht alle Fehlentwicklungen korrigieren kann.

Kikkoman-Botschafter Jacky Donatz:
Wir bei uns stellen fest, dass sich der Gast seinen Genuss bewusst einteilt. Er kommt beispielsweise auf den 'Sonnenberg', um unsere fleischlastigen Gerichte zu geniessen. Wir haben uns darauf spezialisiert. Das heisst aber nicht, dass derselbe Gast anderntags nicht vielleicht ein vegetarisches Gericht oder eine leichte Salat-Kreation geniessst.

Wo ist die Ernährungslehre in der Schule abgeblieben?

Kikkoman-Botschafter Reto Mathis:
Eigentlich müsste man mit Information und Aufklärung über die Grundzüge einer gesunden Ernährung bereits bei der jungen Generation in der Schule beginnen.

Früher gab es ja noch das Haushaltjahr, wo einem die Grundkenntnisse einer gesunden Ernährung vermittelt wurden. Heute wachsen die Jungen mit Hotdog, Hamburger und Pizza auf. Ernährungslehre in der Schule ist heute ein Fremdwort. Das kann nicht gut kommen.

Kikkoman-Botschafter Stefan Meier:
Dazu kommt, dass in den heutigen Familien der gemeinsame Mittag- und Abendtisch verschwunden ist. Man ernährt sich fliegend, jederzeit und überall und möglichst einfach, bequem und mit Fingerfood. Wer so aufwächst, wird es schwer haben, Genuss und Gesundheit in Einklang zu bringen.

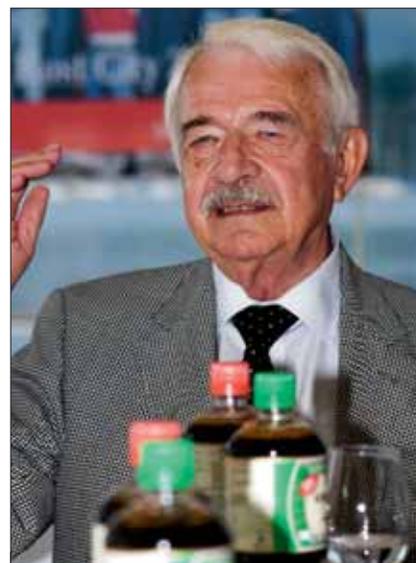
Kikkoman-Botschafter Reto Mathis:
Ich möchte noch auf einen ganz speziellen Aspekt hinweisen, den die Profis in der Spitzengastronomie ohne weiteres in ihrem Betriebs- und Kochalltag vermehrt umsetzen könnten: Ich erinnere an die Glyx-Erkenntnisse und an die Tatsache, dass allein schon durch den Ersatz von tierischen durch pflanzliche Fette viel zum Wohlbefinden und zur Gesunderhaltung der Gäste beigetragen werden kann und dass mit einer fachlich kompetenten Auswahl der Lebensmittel gewisse Komponenten



Matthias Fürer, CEO der Delico AG, Generalimporteurin von Kikkoman-Sojasaucen in der Schweiz.

neutralisiert werden können. Genuss und Gesundheit können mit etwas modernem Fachwissen ohne weiteres ins Gleichgewicht gebracht werden!

Kikkoman-Botschafter Franz W. Faeh:
Ich kann dem nur beipflichten. Mit etwas Fachwissen aus der Ernährungs-



Marketing Consultant Bruno Källi:
«Der Spitzengastronomie obliegt es, etwaige Aengste im Spannungsfeld zwischen Genuss und Gesundheit abzubauen und den Gästen eine gewisse Sicherheit beim kulinarischen Genuss zu vermitteln.»



lehre liesse sich das vermeintliche Spannungsfeld zwischen Genuss und Gesundheit wesentlich entschärfen. In der Spitzengastronomie sind solche Kenntnisse heute unabdingbar. Ich will ein Beispiel nennen: Kürzlich hatten wir im 'Vieux Manoir au Lac' eine Hochzeitsgesellschaft, bei welcher auf acht verschiedene Allergien der Teilnehmenden sowie auf sich nur vegetarisch ernährende Gäste zu achten war!

«Wir sind Genuss-Vermittler und keine Aerzte!»

Kikkoman-Botschafter Stefan Meier: Das ist heute tatsächlich gerade in der Spitzengastronomie ein Problem. Man erwartet von uns, dass wir uns mit allen Diäten und Allergien auskennen. Aber ich möchte doch auch eine wesentliche Ueberlegung in diesem Zusammenhang hervorheben: Wir sind schliesslich keine Aerzte, sondern Genuss-Vermittler!

Fazit

Marketing Consultant Bruno Källi: Die Diskussion der fünf Kikkoman-Botschafter hat ergeben, dass seitens der Gäste nach wie vor ein Bedürfnis nach gesundem Genuss in einem angenehmen gastronomischen Ambiente besteht. Der Spitzengastronomie obliegt es, etwaige Aengste im Spannungsfeld zwischen Genuss und Gesundheit abzubauen und den Gästen eine gewisse Sicherheit beim kulinarischen Genuss zu vermitteln. Die Kikkoman-Botschafter als Spitzen-gastronomen sind sich — das hat



Sie verstehen sich ausgezeichnet und bilden mehr und mehr ein harmonierendes Team von Ausnahme-Gastronomen: Die fünf Kikkoman-Botschafter der Schweiz.

dieses Roundtable-Gespräch mit aller Deutlichkeit gezeigt — ihrer Verantwortung gegenüber ihren Gästen voll bewusst und setzen ausnahmslos auf Frische, Saisonalität, Regionalität und naturnahe Authentizität ihrer Ausgangsprodukte und ihrer kulinarischen Kreationen. Das ist mit Sicherheit ein höchst vielversprechendes Erfolgsrezept für eine erfolgreiche Zukunft der Schweizer Spitzengastronomie.

INFOS:

Delico AG
 Bahnhofstrasse 4
 9200 Gossau (SG)
 Tel. 071/388 86 40
 Fax 071/388 86 41
 Internet: www.delico.ch