Der Pfadfinder des feinsten Geschmacks

Wie findet man immer wieder Produkte, die den verwöhnten Kunden von Globus Delicatessa gefallen? Durch Spürnasen wie Richard Kägi. Er ist Einkäufer.

Mit **Richard Kägi sprach Paul Imhof**

BILDER MATTHIAS JURT

Richard Kägi in seiner Küche: «Die Hälfte Italienisch, je ein Viertel Asiatisch und Französisch. Und täglich Pasta.»

Richard Kägi ist eine Spürnase, ein Pfadfinder des feinen Geschmacks. Der Winterthurer, der als Knabe dank höchstinstanzlicher Ausnahmegenehmigung mit den Mädchen die Kochschule besuchen durfte, durchstöbert alle fünf Kontinente nach Kolonialwaren, nach Essenzen und Gewürzen, Öl und Essig, Tee und Kaffee, Konserven und Konfitüren, Reis und Pasta – nach allem, was haltbar und verschlossen ist, einen Deckel hat und nicht direkt als Frischprodukt gilt wie Fleisch und Fisch, Obst und Gemüse. Er ist einer von sieben Einkäufern, die ein Sortiment von rund 30000 Produkten im Globus Delicatessa immer wieder erneuern und auf hohem Niveau zu halten versuchen. Gelernt hat Kägi Maschinenmechaniker und dann Kellner; er war Co-Besitzer der Baccara-Bar in Winterthur, seit 1995 ist er als Einkäufer unterwegs.

Herr Kägi, wo beschaffen Sie sich am meisten Informationen?

Die beste Quelle sind Menschen und Reisen, Restaurants und Mundpropaganda. Köche wissen immer viel. Wenn ein Produzent etwas Besonderes herstellt, ist die regionale Gastronomie die erste Anlaufstelle, wo er sein Produkt hinbringt. Ein feines Öl, Essig, Gewürze, Nudeln, das ganze Spektrum. Auch Würste und Käse.

Die gehören doch nicht zu Ihrem Bereich?

Von uns Einkäufern reise ich am häufigsten, also liegt es auf der Hand, dass ich auch für meine Kollegen Augen und Mund offen halte; oft erhalte ich Aufträge.

Sind die Promotionen – wie nun Österreich – in der Delicatessa der Anreiz, neue Produkte zu suchen?

Ja. Ein schönes Beispiel war die französische Atlantikküste. Es gab ein paar Eckpunkte wie Île de Ré und Noirmoutier, wo Fleur de Sel produziert wird, oder Sardinen in der Bretagne. Nun, ich fuhr los Richtung Süden und kam nach Pau am Rande der Pyrenäen. Im Entrée des Hotels sah ich in einer Glasvitrine ein paar hübsch gestaltete, total verstaubte Konfitürengläser. Man sagte mir, die Konfitüre stamme aus Pau, hergestellt vom Weltmeister im Konfitürenmachen. Gut, ich ging da hin. Der Mann war ein netter, bescheidener Typ, er machte auch hervorragende Konfitüre. Ich fragte ihn dann noch, ob er einen guten Produzenten von Bayonne-Schinken kenne, eine weitere Spezialität aus dieser Gegend, und so ergab ein Wort das andere, ich kam zu einem Betrieb, wo «Pied noirs», Schwarzfusschweine, verarbeitet werden. Es ging weiter ins Baskenland, von Biarritz bis in die Bretagne, alles der Küste entlang.

Und bei jedem Halt haben Sie wieder etwas Neues erfahren?

Man trifft überall Personen an, die etwas wissen. Ich geriet an einen Meeresbiologen, der sensationelle Austern züchtete, dann war da der kleine Fischerhafen von Guilvinec, wo Küstenkutter Bar de ligne fangen, Wolfsbarsch an der Leine.

Eine Besonderheit waren die Piments d'Espelette, baskische Chilis. Alles spricht von Peperoncini, Birdseyechilis, Habaneros und Sie kommen mit einem Produkt, das die wenigsten Konsumenten in der Schweiz gekannt haben dürften.

Ja, der Piment. Davon hatte ich schon lange vorher gehört, ich hatte auch schon versucht zu bestellen, aber das Angebot ist klein. Ohne persönlichen Kontakt läuft nichts. Ich fuhr ins französische Baskenland nach Espelette, fuhr durch Dörfer, wo die Piments zum Trocknen an den Hausmauern hingen, und hielt vor einem Bauernhaus, läutete und wurde hineingelassen. Da war ein Baske wie aus dem Reiseführer, ein Brocken mit Schnauz. Ich erklärte ihm mit meinem Französisch, was ich wollte. Er hörte zu und sagte nichts. Ich erzählte ihm, wie wir funktionieren, ich schrieb auf einem Zettel, wie wir zahlen, soundsoviel Skonto nach soundsoviel Tagen. Er schaute zu. Als ich fertig war, nahm er den Zettel, strich alles durch und sagte, zahlen sofort und Skonto keins. Da diskutiert man nicht weiter. Seither haben wir diese Piments, ein extrem gutes Produkt.

Brauchen Sie Mindestmengen?

Nicht unbedingt. Ein Produkt kann auch der Profilierung dienen: Wichtig ist, dass wir es anbieten können, wenn auch nicht immer. Eigentlich sollte kein Aufwand für ein spannendes Produkt zu gross sein. Es muss allerdings ethisch verträglich sein.

Gewürze sind bekannt, da gibt es kaum mehr Neuentdeckungen. Wie können Sie sich bei den Gewürzen profilieren?

Mit möglichst frischer Ware. Da brauchts Lieferanten, die auch mit kleinen Mengen arbeiten.

Was ist eine kleine Menge?

Zum Beispiel 500 Gläschen von einer bestimmen Currymischung im Jahr. Mit spannenden Mischungen kann man sich bei den Gewürzen ganz sicher noch profilieren. Speziell heute, man möchte ein neues Geschmäcklein auf dem Grillfleisch, hat aber keine Lust, selber Aromen zu mischen. Da können wir einiges anbieten, etwa für die asiatische Küche. Wir haben ausserdem vor zwei, drei Jahren Gläschen kreiert, in denen man die Gewürze beim Gebrauch frisch mahlt. Das hat eine kleine Revolution ausgelöst. Heute bietet jeder Grossverteiler solche Mühlen an.

Coop, Migros und sogar Denner haben Edellinien geschaffen. Nun ist Globus eine Migros-Tochter. Stellen Sie Migros Selection zusammen?

Das machen die Migrosleute komplett selbständig. Solche Befürchtungen gab es sofort, als bekannt wurde, dass die Migros Globus kaufen würde. Man musste sich damals schon klar abgrenzen. Es gibt keine Berührungspunkte. Aber die Grossen hatten bei uns genau hingesehen, das wurde uns klar anhand der Produkte, die sie in ihren Edellinien anbieten.

Und graben Ihnen das Wasser ab?

Zum Teil, gewiss.

Merken Sie das?

Ja. In Bereichen, in denen wir vorher exklusiv waren. Teigwaren-Eigenmarken zum Beispiel. Wir sagten einst, wir wollen eine richtige Eierpasta, mit sieben Eiern pro Kilo Mehl, und das hatte niemand. Heute finden Sie bei Coop Fine Food ähnliche Teigwaren. Die Grossverteiler werben heute auch mit kleinen Produzenten. Aber ich habe noch nie einen in einem Laden gesehen. Bei uns ist das anders, wir laden Produzenten ein, damit sie ihre Produkte persönlich vorstellen können.

Bei Ihren Promotionen.

Ja. Seit Donnerstag zeigen wir Österreich, da kommen sehr viele Produzenten zu uns mit tollen Spezialitäten wie Eismeer-Saibling, Kärnten-Kaviar aus Saibling-Rogen, Bio-Rohmilchkäse, Schokolade von Bachhalm und Zotter, Sachertorten aus dem Hotel Sacher, Leckereien aus der Zuckerbäckerei Demel, Weine von Kracher, Konfitüre von Staud, Gulaschcrème aus Ungarn, etc.

> «Die besten Quellen sind Menschen, die Reisen und Mundpropaganda.»

Österreich ist ein Nachbarland. Südafrika liegt weiter entfernt...

... das zeigen wir im nächsten Jahr. Im März fliege ich nach Südafrika, um Sachen zu suchen.

Südafrika hatten Sie doch schon einmal. Gibt das eine Wiederholung?

Nein. Vor einigen Jahren zeigten wir Afrika in einem grossen Bogen. Wir waren in Madagaskar, in Ostafrika, der Wein hielt Südafrika ein bisschen zusammen. Diesmal werden wir neue Produkte haben. Der Wein wird wichtig sein, wir werden weiter vorangehen mit Gewürzen, die südafrikanische Gastronomie ist aufregend.

Was ist daran aufregend?

Es gibt gute Frischprodukte wie Fisch. Dann ist Südafrika ein eigenwilliger Schmelztiegel, wo es eine Art leichter Marktküche gibt – keine Fusion-Küche. Man kocht mit dem, was man im Augenblick findet. Ohne grossen Aufwand.

Woher stammen die Einflüsse?

Sicher aus Europa: Französisch, Italienisch, dann aber gibt es einen starken indischen Einfluss, und natürlich auch allerhand Afrikanisches.

Sie erwähnen Frischprodukte, Sie nennen ethische Leitplanken. Wie steht es mit der Ökologie? Spielen in Ihrer Suche und den folgenden Bestellungen bedrohte Fischbestände eine Rolle, brandgerodete Regenwälder, auf deren Böden nachher Rinderherden weiden oder Fruchtplantagen angepflanzt werden?

Wir reden darüber, wir erfahren davon. Wir kaufen Fische aus Farmen, aber auf Wildfänge können wir trotzdem nicht verzichten. Wir schauen darauf, dass die Fische mit der Leine gefangen werden und nicht in Netzen, schon gar nicht in riesigen Schleppnetzen. Das ist eine traditionelle und faire Fischerei. Natürlich müssen wir uns auf die Lieferanten verlassen können, auf die Importeure – wir haben keine eigene Logistik, um Frischprodukte selber einführen zu können – und die Unternehmen vor Ort. Auf den Bar de Ligne von Guilvinec in der Bretagne stiess ich in einem uralten Zeitungsartikel, den ich herausgerissen und aufbewahrt hatte. Diese Wolfsbarsche bieten wir mit einem Label an. Auch pazifische Fische, die aus Neuseeland und Australien stammen, sind rückverfolgbar: Auf den Boxen stehen Namen und Daten von Fischer und Fang.

Die orange Etikette des Bar de Ligne ist eines der wenigen Labels, die man in der Delicatessa sehen kann. Die Bio-Knospe dagegen findet kaum statt.

Doch, immer stärker. Wir hatten immer mit kleinen Produzenten zusammengearbeitet, man kannte sie und wusste, wie sie arbeiteten, nämlich naturnah. Das war praktisch Bio – nicht offiziell, denn viele dieser Produzenten konnten oder wollten die Kosten für die Zertifizierung nicht aufbringen. Mittlerweile zeigen wir auch bei unseren Eigenmarken das Bio-Label. Bonetti in Bad Ragaz, der unsere Pasta-Eigenmarke herstellt, ist sogar Demeter-zertifiziert. Wir zeigten das nie, weil wir bei den Eigenmarken eine gestalterische Linie bewahrten. Mittlerweile ändert sich das. Bio-Produkte müssen auch abgetrennt und verpackt sein, damit sie nicht verwechseln werden.

Was ist Ihr grösster Flop?

Flop? Es gab Produkte, die wir aus dem Sortiment nahmen, weil sie nicht liefen. Zum Beispiel ein sensationeller Essig aus dem Piemont, oder ein Essig aus Banyuls.

Was würden Sie nie importieren?

Nichts aus Kinderarbeit. Es gibt ethische Standards, die von der Firma bestimmt werden.

In der Delicatessa dominieren italienische Produkte. Warum?

Italien ist die Mutter der Küchen. Die italienische Küche ist die beliebteste, nicht elitär. Die Produkte kann man sich leisten.

Welches war Ihre kostbarste Entdeckung?

Eine Kiste Vanillestengel. Ich war im Vanillegebiet von Madagaskar und erhielt diese Kiste als Geschenk zum Abschied. Das Flugzeug, das aus der tiefsten Provinz zurück nach Antananarivo fliegen sollte, startete nicht. Der Pilot bat um Spenden für Benzin. Ich reichte ihm die Kreditkarte. Er lachte. Ich gab ihm die Kiste Vanille. Wir konnten fliegen.

Spaghetti mit Mönchsbart

Was kocht ein Mann, der Jahr für Jahr auf Reisen geht, um in aller Welt neue Produkte für eine interessante Küche zu suchen? «Pasta», sagt Richard Kägi, «jeden Tag». Etwa Spaghetti mit Mönchsbart, einem italienischen Gemüse, das erdig schmeckt..

1 Zwiebel und 1 Knoblauchzehe fein schneiden, ebenfalls etwas Chili sowie 2-3 Sardellenfilets (am besten gesalzene: ausnehmen, wässern wenn nötig).

Spaghetti kochen und 2 Minuten, bevor sie al dente sind, Mönchsbart (gewaschen, Wurzelbereich abgeschnitten) in den Spaghettitopf geben, vermischen und mitkochen.In einer Sauteuse Olivenöl erhitzen, Zwiebeln und andere Zutaten dazugeben, dämpfen; Spaghetti mit Mönchsbart abtropfen, in Sauteuse geben und mit den andern Zutaten kurz verrühren. Servieren; Parmesan nach Geschmack.