



# Auf der Spur des Guten

Wie erkennt man das Beste des Guten? Was zeichnet eine Delikatesse aus? Verfügbarkeit, Preis oder nur der Geschmack? Hat die Delikatesse überhaupt noch eine Zukunft? Globus Foodscout Richard Kägi über gute Produkte, die feinen Unterschiede und seine Passion fürs Einfache.

TEXT: RICHARD KÄGI FOTOS: CHRISTIAN SCHWARZ, ROLF WILLI

Was wählt der Bedauernswerte, der in der Wüste am Verdurstenden ist: kühles Wasser oder Chateau d'Yquem 1937? Oder jener am Verhungern: Brot mit Käse oder Austern und Kaviar? Delikatessen hin oder her, es ist sonnenklar, worauf die Wahl fallen würde. Auch bei mir damals, als ich sechs Jahre alt war und mein Vater eine Ladung Austern nach Hause brachte. Er war in Paris aufgewachsen und darum bestens vertraut mit absonderlichen Köstlichkeiten. Natürlich griff auch ich tausendmal lieber zu Brot und Käse. Und ich stand nicht kurz vor dem Verhungern. – Was lernen wir daraus? Erstens: In der Not können uns Spitzenweine und luxuriöses Meeresgetier gestohlen bleiben. Zweitens: Es ist noch kein Gourmet vom Himmel gefallen.

Doch worum es im Folgenden geht, ist: Wann wird ein Nahrungsmittel zur Delikatesse und wer erhebt es in diesen Rang? Delikatesse. Der Begriff allein zergeht auf der Zunge wie frisch gebratene Gänseleber – und hierzu wäre der 37er Yquem ganz ausgezeichnet. Nach landläufiger Auffassung sind damit Speisen und Getränke mit besonderem Wohlgeschmack gemeint. Sogenannte «Gaumenfreuden» oder «Spezialitäten». Zumindest will uns das Wikipedia weismachen. Und Wirte, die uns mit «Hier essen Sie gut»-Schildern an ihre Tische locken wollen. Aber ab wann wird ein Produkt so gut, so schmackhaft, so

speziell, so unwiderstehlich, dass es sich mit dem Begriff Delikatesse schmücken darf? Muss es exorbitant teuer sein, nur für wenige verfügbar oder besonders frisch? Oder aufwändig hergestellt, biologisch zertifiziert, luxuriös verpackt, verführerisch präsentiert?

Eine schlüssige Antwort darauf gibt es nicht. Für die einen ist es Hummer à l'armoricaine, für den anderen ein ofenfrisches Brot. Hinzu kommen die sich ändernden Essgewohnheiten. Ein berühmtes Beispiel dafür ist der Rheinlachs, der im 18. Jahrhundert in Basel sogar den Diensthofen Überdruss bescherete, weil er zu oft in ihren Tellern landete. Oder nehmen wir das Huhn. In meiner Kindheit DER Sonntagsbraten schlechthin. Wir alle freuten uns die ganze Woche darauf, natürlich mit handgeschnittenen Pommes Frites dazu. Heute kauft die gestresste Hausfrau oft nur noch die Brust des Huhns, vorgeschnitten, vorgedämpft oder vorgeschneuzelt. Und der Rest des Vogels wird nach Afrika geschickt, als kulinarische Entwicklungshilfe. So ändern sich die Ansichten darüber, was denn das Gute ausmacht. Was sich hingegen niemals ändert, ist die Hingabe und die Begeisterung der Menschen, die hinter guten Produkten stehen. Fischer, Bauern, Jäger und Köche. Als einer der Foodscouts von Globus ist mein Auftrag klar definiert: Kuli-



«In der Not können uns Spitzenweine  
und luxuriöses Meeresgetier gestohlen bleiben.»

narische Köstlichkeiten aufspüren. Das Gute – und nicht das ziemlich Gute – vor Augen und Nase haben, suchend, witternd. Ich bin sozusagen ein menschliches Trüffelschwein. Nur habe ich es besser. Jeden Tag Trüffel verleiden. Tausend weitere Produkte warten auf ihre Entdeckung. Und noch ein Vorteil: Das Schwein riecht nur am Trüffel. Wir dürfen, müssen reinbeissen. Eine eher ungewöhnliche Arbeit, man muss in gewisser Weise besessen sein, den Dingen auf den Grund gehen, nie lockerlassen, das Wesentliche nicht aus den Augen verlieren. Und das heisst, beste Qualität finden. Ich bin aufgrund meiner déformation professionnelle imstande, beim simplen Verspeisen einer guten Wurst dieselbe blitzschnell auf ihre Qualitäten hin abzuchecken, aber sie trotzdem zu geniessen. Mehr noch: Dank meines Wissens, wieso eine Wurst köstlich ist, schmeckt mir diese grad noch einmal so gut.

Hinter meiner Tätigkeit als Foodscout steckt eine lebenslange Leidenschaft. Kaum verdiente ich mein eigenes Geld, investierte ich jeden übrigen Franken in Restaurants und Weine. Ich machte Jagd auf Exklusives, Teures, egal ob es schwamm, flog oder lief. Ich dinierte in einheimischen und französischen Gourmettempeln. Kochte mich durch Wälzer von Bocuse bis Casty. Briet daheim Gänseleber, sautierte Froschschenkel. Grillte teuerste Rindsfilets, erschnorrte mir Kaviar. Flirtete die

Denner KassiererIn schwindlig, sie verriet mir dafür Ankunft und Angebot der jeweils neuen Bordeaux-Jahrgänge. Ein unschätzbare Vorteil beim Kampf um die besten Flaschen.

Doch ein Erlebnis in Mailand in den achtziger Jahren führte mich auf die wahre Spur des Guten. Aimo e Nadia. So wie die Besitzer, hiess auch das kleine Restaurant in der Via Montecucciolli. Chef Aimo trat persönlich an unseren Tisch, mit einem grossen Korb Tomaten anstatt der Karte. Er beschwor uns eindringlich, ihm freie Hand zu lassen, er hätte heute einmalig schöne Tomaten erhalten. Er war nicht zu bremsen in seinem Enthusiasmus, zerdrückte einige der prallroten Kugeln und schrie, riecht, riecht, che fantastico! Dass seine Demonstration auf unseren weissen Hemden ein interessantes Muster aus Tomatenkernen und roten Spritzern hinterliess, schien seine Begeisterung nicht zu bremsen. Und unsere – nach dem ersten Schrecken – auch nicht. Seine Tomaten waren von solch einer seltenen Geschmacksfülle, einer nie vorher geschmeckten Süsse und einem köstlichen Aroma. Ihr Geruch nebelte uns ein, hing noch minutenlang über unserem Tisch. Müssig zu erwähnen, wie gut das Essen uns schmeckte. Ja, sogar besser als am Abend zuvor bei Gualtieri Marchesi, der seinerzeit noch in Mailand kochte und sich lange als einziger Chef Italiens mit drei Michelin Sternen schmücken durfte. Aimo gibt

es noch immer, mittlerweile mit zwei Sternen belohnt. Nehmen Sie bei Ihrem Besuch einen Regenschirm mit oder ziehen sie ein rotes Hemd an!

Diese Episode zeigt uns die Einfachheit des guten Geschmacks. Aber auch das Dilemma einer jeden Delikatesse. Egal, wie einmalig oder teuer ein Produkt ist, um es bewerten zu können, braucht es einen Massstab, einen Vergleich, eine Basis. Den kulinarischen Urmeter sozusagen. Doch den gibt es nicht. Auch wenn ihn nicht wenige für sich reklamieren. Das Gespür für das Gute entsteht mit Wissen, Erfahrung und Bewusstsein. Und nicht mit Geld oder Adel. Klassenunterschiede werden schon lange nicht mehr damit zelebriert, was man isst. Coop und Migros demokratisieren mit «Fine Food» und «Sélection» den guten Geschmack und sichern sich damit ihren Teil des Delikatessenkuchens. Dabei scheint es niemanden zu kümmern, ob es denn nicht fein war, bevor «Fine» draufstand? Und wurde vor der «Selection»-Ära nicht selektioniert?

Nicht nur meteorologische Unbill gemahnt uns an die Angleichung von Sommer und Winter, Frühling und Herbst. Wir staunen längst nicht mehr über das jederzeit famose Angebot

von Gemüse, Obst, Früchten, Fisch und Fleisch. Alles ist immer von irgendwoher erhältlich. Nicht, dass wir uns Zeiten ohne Logistik und ohne Kühlmöglichkeiten zurückwünschen würden. «Hard core saisonal», das bedeutete vor zweihundert Jahren drei Mal täglich Lattich im Mai und dann elf Monate keinen mehr. Und Hungersnöte zwischen den Ernten. Nein, das wollen wir auch nicht mehr. Heute aber lassen sich die Kunden nicht mehr von saisonalen Out of Stocks ihren Speiseplan vorschreiben und wollen alles und zwar immer. Nicht einmal Austern sind von dieser Manie ausgenommen. Wo doch früher jedes Kind wusste, Austern gibt's nur während Monaten mit r. Was bedeutete, man isst keine Austern im Sommer. Natürlich kann man. Die langen, dünnen Portugieser, die schmecken nach Tränen und Jod, sind billig und auf ganzjährigen Verzehr hin gezüchtet. Nicht so die Impériales, Colchesters oder Limfjords. Oder die Belon, Königin der Austern Die gibt es ab September. Und nicht länger als bis April. Sie ist es wert zu warten. Jedes Jahr staune ich über die wundersame geschmackliche Kraft dieser Austern. Sie schmecken nach Sommerferien am Meer, ein bisschen nach ungemachtem Bett und ein bisschen nach Arznei – dekadent und anrühlich. Sich diesen Geschmack unter brennender Julisonne vorzustellen, ist dégoûtant. Ein kalter,

Anzeige:

*Garantiert ohne pflanzliche Fette.*

**SCHWEIZER FLEISCH**

**Alles andere ist Beilage.**

POLYCONSULT







nebliger Dezembervormittag auf dem Trottoir vor einer Pariser Brasserie hingegen mehr als *convenable*.

Einkäufer. Nahrungsmittelbeschaffer. Hört sich nicht besonders inspirierend an. Die Spanne ist gross zwischen den Preisdrückern der Industrie und den Einkäufern in der *Globus delicatessa*. Schoggi-Job, Traumjob, das hören wir von aussen oft. Tatsächlich, Schokolade wird bei uns gegessen, degustiert. Unerlässlich, um die kleinen, feinen Unterschiede herauszuschmecken. Und Traumjob nennt wohl jeder eine Arbeit, deren Motor die Leidenschaft ist. Fündig nach Spezialitäten werden wir auf vielerlei Arten. Wir bieten Einheimisches genauso an wie ein möglichst breites Sortiment an Delikatessen aus allen Ländern, unser Jagdrevier ist die grosse, weite Welt. Wir besuchen Messen und andere Food-Läden, folgen Gerüchen und Gerüchten. Keine Strapaze ist zu gross, um das Besondere, das Spezielle aufzuspüren. Die beste Vanille finden und verstehen, wieso gerade diese die Beste ist? Das heisst stundenlange Märsche durch den Dschungel Madagaskars. Eine der letzten artisanalen Reisblätter-Produktionen in Vietnam sehen? No way ohne eine Tagesfahrt im Monsunregen auf dem Mekong River auf sich zu nehmen. Unseren Kunden möglichst authentische Gerichte, Rezepte und Produkte anbieten? Dafür schwitzen

wir in indischen Küchen, backen Süssigkeiten mit apulischen Hausfrauen, wagen uns in Ferran Adria's Kochlabor in Barcelonas Altstadt und scheuchen Schwarzfusschweine durch die Steineichenwälder Andalusiens. Kulinarische Literatur ist genau so unerlässlich wie der ständige Austausch mit Köchen und Berufskollegen, Foodjournalisten und Gastrokritikern aus der ganzen Welt. Unser Spezialist für den *Traiteur*-Bereich schaffte es vor einigen Jahren, die Spitze der heimischen Gastronomie zu einer engen Zusammenarbeit mit *Globus* zu überzeugen. Seither wird in den Küchen von Rochat, Petermann und wie sie alle heissen, begeistert für uns gekocht. Wir schnüffeln aber auch in den Töpfen von engagierten Hausfrauen und Hobbyköchen, ermuntern pensionierte Küchenchefs zum erneuten Griff an die Kelle und steigen Bündner Jägern nach. Natürlich ist mancher Weg mühevoll oder auch vergebens. Oder beides. Gut erinnere ich mich an eine Konfitürenmanufaktur im Hinterland von Nizza, im *Vallée de Pailon* nahe der italienischen Grenze. Mein letzter Tag in der Region, und es herrschte Generalstreik. Die Bahn nach Cuneo fuhr nicht, und ausser einer Velovermietung gab es nichts in dem Nest, in dem ich fest sass. Kurzerhand mietete ich mir ein Mountain-Bike und fuhr die vierzig Kilometer das Tal rauf. Und wieder runter. Und schlug mir bei einem Sturz einen Zahn aus. Mit der Konfi wurde es

«Das Gespür für das Gute  
entsteht mit Wissen, Erfahrung  
und Bewusstsein.  
Nicht mit Geld oder Adel.»

dann auch nichts, zu klein die Produktion. Nicht nur artisanale Produkte höchster Güte sind die Resultate dieser oft langwierigen, doch letztlich erfüllenden Suche. Immer sind es auch die Begegnungen. Wir treffen Menschen mit der gleichen Begeisterung, den gleichen Ansprüchen und Zielen. Egal, wo auf der Welt, geht es um gutes Essen, rückt man nah zusammen.

Oftmals fliesst der Geschmack des Einkäufers in die Produktion mit ein, wir unterstützen kleine Produzenten in kochtechnischen wie auch in lebensmittelrechtlichen Fragen. Beim regelmässigen Gedankenaustausch werden Ideen für neue Produkte geboren, beim gemeinsamen Degustieren oft rasch wieder begraben. Was realisiert wird, entzückt schliesslich die anspruchsvolle Kundschaft. Neben Exklusiv-Klauseln der Rezepturen verlangen wir vom Produzenten eine vernünftige Kalkulation. Gerade Delikatessen aus der Schweiz sind infolge hoher Produktions- und Grundkosten sehr teuer. Was nützen die tollsten Produkte, wenn niemand sie sich leisten kann? Trotzdem geht die Rechnung meistens auf, die Kunden suchen und schätzen Swisness, trotz oder vielleicht auch wegen der Globalisierung. Wenn Erwin Stocker, ehemaliger Küchenchef des Jungfrau Victoria, in seiner kleinen Küche in Interlaken seinen Kalbsfond aus den besten Zutaten köchelt und in Gläser abfüllt,



«Hard core saisonal», das bedeutete vor zweihundert Jahren  
drei Mal täglich Lattich im Mai und dann elf Monate keinen mehr.»

kann das nicht gleich günstig sein wie Brühe aus der industriellen Produktion. Oder Bäuerin Albrecht aus dem Zürcherischen Boppelsen, die auf den Ästen ihrer Hochstamm-Apfelbäume balanciert, um Stunden später aus dem edlen Obst mit viel Liebe ihren famosen Apfelgelee zu kochen. Wenn Imker Almerio Chiesa als bald 90-jähriger noch jeden Sommer seine Bienenvölker auf die Alpen beidseits des Bleniotal hochführt, wird der später gewonnene Honig seinem Namen wohl eher gerecht als der südamerikanische Einheitsbrei, der in sogenannten Squeeze-Flaschen in den Regalen von Discountern steht.

Die Industrialisierung im Food-Bereich schreitet mit unglaublichen Entwicklungen voran. Sie unterstützt mit sogenanntem «Functional Food» diejenigen, die mittels Nahrungsaufnahme alles mögliche erreichen wollen, nur nicht lustvolles Geniessen, sondern Krankheiten heilen oder verhindern, Vitamine ersetzen, schlank, schön und gescheit werden, Schlaf finden, abstinent werden von all dem, was uns kulinarisch Freude macht. Braucht es alles nicht. Die wahre Delikatesse ist das Einfache, das aber in Perfektion. Es gibt kaum eine Entschuldigung, sich nicht das Beste zu leisten. Nein, ich meine nicht Kaviar, Rindfilet oder Seezunge, Produkte, die sich immer weniger leisten können und deren Qualität vom ungeübten Gaumen schwierig zu beurteilen ist. Ich meine Brot, Gemüse, Wurst, Käse. Fragen Sie nach dem Ursprung, der Herkunft, der Naturbelassenheit. In gut geführten Geschäften wird Ihnen jede Frucht, jeder Salami aufgeschnitten. Guter Geschmack muss sich nicht verstecken. Man muss probieren, degustieren, seinem Geschmack vertrauen lernen. Man kann ihn lebenslang verfeinern.

Der Einstieg der Grossverteiler ins Delikatessen Geschäft kann uns nur recht sein. So wird eine weitere Konsumentenschicht auf besondere Food-Preziosen aufmerksam, und ihr nächster Schritt ist vielleicht derjenige zu uns. Coop-Chef Loosli und Migros-Boss Bolliger machen hier einen guten Job. Wie man hört, läuft das Premium-Geschäft. Wir hingegen müssen auf der Hut sein, noch besser werden, den Vorsprung halten und sogar ausbauen. Das Artisanale anbieten und gleichzeitig innovativ sein, das gehört zur Kernkompetenz der Delicatessa. Dank unserer Grösse, vielmehr Kleinheit, können unsere Produzenten Spezialitäten und Nischenprodukte anbieten, die das Anwerfen der Maschinen bei Fine Food und Co nicht lohnen würde. Eine weitere, wichtige Säule unserer Strategie der kleinen, feinen Produzenten: Man trifft sie häufig in unseren Verkaufsstandorten an, stolz präsentieren sie sich und ihre hausgemachten Köstlichkeiten, lassen die Kunden davon kosten. Auch etwas, das uns unvergleichlich macht. Mehr noch: Es ist ein Beitrag zur allgemeinen Geschmacksbildung. Denn guter Geschmack ist nicht angeboren, geschenkt kriegt man ihn schon gar nicht. Hinter ihm steckt harte Arbeit, ein Leben lang. Doch wer die Spur des Guten einmal gefunden hat, weicht nie mehr von ihr ab. Ist das Leben zu kurz, um schlechten Wein zu trinken, gilt dies für schlechtes Essen noch viel mehr.