



## Gemeinsam

# für die kulinarische Sache

**Mehrwert steigern, Synergien nutzen als auch Hemmschwellen senken und näher zum Gast rücken: Die Food Zurich dient den Hoteliers als willkommene Öffentlichkeitsarbeit.**

FRANZISKA EGLI

**M**an ist salopp versucht zu sagen: Ohne Hoteliers kein Festival. Konkreter: Ohne eine Handvoll Zürcher 5-Sterne-Hotels keine Food Zurich. Denn bis 2015 veranstalteten diese – das «Baur au Lac», das «Dolder Grand», das Widder Hotel Zürich, das «Park Hyatt» und der «Storchen» – jeweils im Frühsommer gemeinsam das Festival «Il Tavolo». So erfolgreich, dass sie beschlossen zu wachsen, dies Zürich-Tourismus-Direktor Martin Sturzenegger unterbreiteten – und buchstäblich offene Türen einrannten: «Das Thema Kulina-

rik brannte auch ihm unter den Nägeln», erzählt Alexandra Heitzer, damals Organisatorin von «Il Tavolo», heute Co-Festivalleiterin Food Zurich und somit massgeblich beteiligt, dass aus dem Fine-Dining-Festival der 5-Sterne-Hotels die heutige Food Zurich, ein Food-Festival für alle, wurde, das etablierte Kulinarik-Events mit neu geschaffenen vereint.

Nun steht vom 7. bis 17. September bereits die zweite Ausgabe von Food Zurich an – mit noch mehr Veranstaltungen, die Veranstalter rechnen mit noch mehr Besuchern (siehe auch Interview links) und mittendrin: Die fünf «Il



Tavolo»-Hotels, die auch heuer wieder den Eröffnungsanlass, das Opening im Jelmoli Food Market, bestreiten: Die Küchenchefs von Olivier Rais über Kay Schultz bis Fredi Nussbaum servieren Kostproben ihrer Kochkunst, die Lehrlinge ihrerseits steuern Leckerbissen zum Festivalthema «Vörig» bei und zeigen gemeinsam, was die Zürcher 5-Sterne-Hotellerie kulinarisch zu bieten hat.

«Das Festival, so, wie es heute aufgestellt ist, zeigt die Stadt in ihrer ganzen kulinarischen Vielfalt», resümiert Wilhelm Luxem, Direktor des «Baur au Lac». Es fungiere als optimaler «Door opener» und bringe sie näher zu den lokalen und regionalen Gästen – was ganz im Sinne der Veranstal-

ter ist: «Das Festival soll nicht nur Zürich als Genussstadt über die Kantons- und Landesgrenze hinaus positionieren und den Tourismus ankurbeln. Es soll auch der lokalen Bevölkerung die Schwellenangst vor der gehobenen Hotellerie nehmen und die herausragende Kulinarik mit publikumsnahen Events ins Bewusstsein rücken», betont Alexandra Heitzer.

#### Für Zürich City Hotels ist der Anlass ein «Key-Event»

Auch wenn man sich in naher Zukunft damit mehr Logiernächte verspricht: Noch lässt sich das Ganze nicht in Zahlen fassen. Dafür sei der Anlass noch zu jung, heisst es allenthalben. «Aber wir

profitieren alle von einer grösseren Reichweite», sagt Luxem vom «Baur au Lac», der den Anlass geradezu als ideal erachtet für einen Städte- und Weekend-Tourismus, wie Zürich ihn biete. Und Jan Brucker, General Manager des Widder Hotel Zürich, ergänzt: «Es stellt sich hier weniger die Frage, inwiefern jeder einzelne teilnehmende Betrieb profitiert. Vielmehr geht es um etwas Übergeordnetes. Nämlich darum, die Öffentlichkeit auf die gastronomische Vielfalt unserer Stadt aufmerksam zu machen und diese zu fördern.»

Von dieser Dynamik profitiert auch die 3-Sterne-Hotellerie. Für den Verein Zürcher City Hotels, dem 15 zentrums-



**Das Opening im Jelmoli Food Market (grosses Bild l. und o.) wird auch heuer wieder von Hotelköchen wie Kay Schultz, Widder Hotel (u.l.), und Olivier Rais vom «Baur au Lac» (u.r.) sowie deren Lehrlingen bestritten.**

Bilder Food Zürich/David Biedert



nahe 3-Sterne-Hotels angeschlossen sind, ist das Festival gar einer ihrer «Key-Events», wie Präsident Matthias Ramer und GM des Sorell Hotels Seidenhof sagt. «Damit schlagen wir gleich mehrere Fliegen: Wir können unsere Hotels promoten, als Kooperation auftreten, Synergien nutzen und gleichzeitig unsere Restauration ankurbeln.» Bereits die erste Durchfüh-



## «Leider hat die Stadtregierung den Nutzen des Anlasses noch nicht erkannt.»

**Jan Brucker**  
GM Widder Hotel Zürich

zung vor einem Jahr wertete er als «Riesenerfolg»: Die Wahrnehmung der Gruppe in der Bevölkerung sei deutlich gewachsen und brachte allein in den Restaurants mehr Gäste, beobachtete er. Heuer haben die Zürich City Hotels die Bäuerinnen und Landfrauen der Swiss Tavolata zu Gast und setzen bewusst auf die Lösung «gemeinsam sind wir stärker». «Als einzelnes Hotel wäre uns ein solcher Auftritt ja gar nicht möglich, von der medialen Reichweite ganz zu schweigen. Zusammen aber gibt es ein grosses Gan-

zes, das uns allen dient», ist Felix Helbling überzeugt, der Direktor des 3-Sterne-Hotels Alexander, in dem ein Workshop zum Thema «Altes Brot, köstlich aufgepeppt» stattfinden wird.

### «Marché au lac» der Produzenten im hoteleigenen Park

Überhaupt nutzen die Hotels die Food Zurich gezielt für eigene Anlässe. Das Hotel Storchen hat den ehemaligen Spitzenkoch André Jaeger zu Gast, der mit elf Lernenden ein Menü kreiert. Fast schon traditionell lädt Heiko Nieder zum fünftägigen Gourmefestival The Epicure im «The Dolder Grand». Und im «Baur au Lac», in dem vergangenes Jahr der vegane Koch Tal Ronnen aus Los Angeles Gastkoch war, stehen diesmal die hauseigenen Partner und Lieferanten im Vordergrund: Am «Marché au Lac» im hoteleigenen Park bieten vom Bauern über den Imker bis zum Fischer alle ihre Waren feil und geben Einblick in ihre Arbeit, während die Kochequipe Kleinigkeiten aus eben diesen Produkten zubereitet. «Damit wollen wir aufzeigen, wer sich hinter den Produkten befindet, die wir auswählen», erklärt Wilhelm Luxem.

Noch aber würden nicht alle die Gunst der Stunde nutzen, fügt Widder-Hotel-GM Jan Brucker an. «Bedauerlicherweise hat Zürichs Stadtregierung die Bedeutung und auch den Nutzen von Food Zurich noch nicht erkannt», kritisiert er. Das äussere sich einmal mehr durch die erschwerten Rahmenbedingungen und Gesetzesauflagen, welche selbst für dieses

zeitlich begrenzte Festival gelten würden, wie sie selbst erfahren und deswegen einen Event streichen mussten. «Hier zeigt sich, dass der Stellenwert des Festivals noch zu wenig in den Köpfen der Behörden verankert ist», bedauert er. Umso mehr gelte es, die Organisatoren und Zürich Tourismus als Trägerorganisation tatkräftig zu unterstützen und sich aktiv am Festival zu beteiligen. «Dies hat zumindest die Branche erkannt», freut er sich, «eine steigend hohe Teilnehmerzahl an Gastrobetrieben beweist dies.»

## Festival Partner aus Gastronomie und Tourismus

Die zweite Ausgabe der Food Zurich findet vom 7. bis 17. September 2017 an zahlreichen Schauplätzen der Stadt und Region Zürich statt. Food Zurich ist ein Verein, der von Zürich Tourismus sowie Partnern aus der Gastronomie und Hotellerie gegründet wurde. Im Vorstand vertreten sind u.a. Jörg Arnold («Storchen Zürich») und Anita Vogler (25hours Hotel Zürich-West), präsidiert wird er von Martin Sturzenegger, Direktor von Zürich Tourismus. fee

foodzurich.com



## Tipps Von Rüeblli und Food 2020

Über 150 Veranstaltungen von Soul Food über Fine Food bis Street Food warten während elf Tagen auf Gäste. Da haben nicht nur Genuss Touristen, sondern auch Branchenleute die Qual der Wahl. Wir haben ein paar besondere herausgepickt:

» Die «Leaf to Root»-Autoren Esther Kern und Sylvan Müller bringen in der Food Zurich Chuchi eine **«Karotten-Jam-Session»** auf die Bühne. Gemeinsam mit Vegi-Koch und Mit-Autor Pascal Haag, Pâtissier Marcel Schmitutz, Physikerin Susanne Tobler und Küchenchef Markus Burkhard zeigen sie, was alles in einem Rüeblli steckt – samt Schalen, Kraut und Samen.

» Das Restaurant Opera organisiert mit «GenussHoch12» ein **Flying Dinner der Extraklasse**: Die Küche verwöhnt die Gäste

mit zwölf Gängen, die in vier verschiedenen Räumen des imposanten Hotels serviert werden.

» Bei Google Schweiz diskutieren Experten im Rahmen der **«Food & Technology 2020+»** von Food-Trendscouts über Foodblogger bis Food-Tuber Fragen zu neusten Food-Trends und der Einfluss der Technologie auf unser Essverhalten.

» Im «Das Provisorium» können aufstrebende, wagemutige und neugierige Gastronomen anlässlich des «100-Days Food-Crowdfunding-Workshops» in Erfahrung bringen, wie man ein Food-Start-up mittels Schwarmfinanzierung zum Fliegen bringt.

» «La Cuisine» widmet sich ganz der **«Pomodoro rosso»**, der Frucht des Südens. Die Gäste erfahren alles über Anpflanzung, Haltbarmachen und Zuberei-

tung der Tomate und lernen aussergewöhnliche Gerichte kennen wie «Frozen Tomater Granita» oder «Fried Green Tomatoes».

» Im Hotel Jakob in Rapperswil dreht sich alles um das Lieblingsprodukt, dem sich die Kochequipe seit Jahren mit Hingabe widmet: die **Kartoffel aus dem Albulatal**. An einem Abendmarkt lässt sich alles rund um Sorten, Farben und Konsistenz in Erfahrung bringen.

» Das Restaurant Rechberg, das ausschliesslich auf Produkte setzt, die im Jahre 1837 auf den Märkten von Zürich erhältlich waren, weitet sein Konzept aus. Die Köche bereiten die Gerichte auf demselben Teller zweimal anders zu: einmal **nach alten Zürcher Rezepten**, einmal modern interpretiert. fee