

Sichtwechsel. Gastronomie. Der Spitzenkoch Eduard Hitzberger hat sich einen persönlichen Traum erfüllt und die leichte, gesunde Küche massentauglich gemacht. Oskar Marti testet als «Mystery Man» Restaurants im nahen Ausland.

«Am Anfang lächelten die Kollegen»

Eduard Hitzberger war einer der höchstdekorierten Köche der Schweiz. Heute ist er erfolgreicher Take-away-Unternehmer und bietet gesunden Fastfood an.

MARC BENEDETTI

Eduard Hitzberger, Wahl-schweizer mit österreichischen Wurzeln, hat in seiner Kochkarriere erreicht, wovon andere träumen. 1981 übernahm er mit seiner Frau Waltraud das Restaurant Chesa Pirani in La Punt im Oberengadin und brachte es zur Blüte. 1992 wechselten die beiden ins Relais & Châteaux-Hotel Paradis in Ftan. Nur sechs Jahre später erhielt der Küchenchef für seine Kreativität vom Gastroführer Gault Millau 18 Punkte und vom Guide Michelin zwei Sterne. Ab diesem Zeitpunkt «hagelte» es fast jährlich eine Auszeichnung. 1998, 2005 und 2006 wurde Hitzberger von verschiedenen Guides und Zeitschriften zum «Koch des Jahres» gekürt, das Hotel erhielt die Auszeichnung «Bestes Ferienhotel der Schweiz» und das Gourmetlokal La Bellezza war «bestes Restaurant der Schweiz». Was will man noch mehr, fragte sich Eduard Hitzberger, damals knapp 50 Jahre alt. «Ich habe mich eines Tages hingesetzt und mir

Gedanken gemacht. Ich hatte alles erreicht, was ich wollte», sagt Eduard Hitzberger. In der Bewertung der Gastroführer noch höher zu steigen, habe ihm «keinen Kick mehr gegeben». Er wollte auch nicht anfangen, sich auf den Lorbeeren auszuruhen. Und jünger werde man auch nicht. «25 Jahre in der Formel 1 der Gastronomie zu arbeiten, hinterlässt Spuren», sagt der Spitzenkoch rückblickend.

Hitzberger beschloss einen Neuanfang. «Ich wollte mir einen lange gehegten Traum erfüllen. Statt für viel Geld für wenige Gäste zu kochen, wollte ich einem breiten Publikum meine Ideen einer gesunden Küche zugänglich machen.» Auch seine Frau und die Kinder bestärkten ihn darin.

Unkomplizierte gesunde Angebote für das urbane Publikum

«Schönheit und Leistungsfähigkeit sind angestrebte Attribute unserer Gesellschaft, gleichzeitig wird Übergewicht zu einem immer wichtigeren Thema. Der Alltag macht es aber häufig schwierig, sich gesund und ausgewogen zu ernähren. Die Mittagspause ist zeitlich begrenzt. Restaurants oder Kantinen mit einem schnellen, gesunden Angebot sind häufig nicht vorhanden oder zu teuer. Genau hier wollte ich deshalb meinen Beitrag für eine unkomplizierte, gesunde Ernährung leisten.» Zusammen mit seinen Geschäftspartnern Philippe Hagen, Alain Huber und Andy Schwarzenbach setzte er ab 2006 seine Vision um: die Qualität von Fast-

food zu verbessern. Weg vom Junkfood, hin zu schmackhaftem, gesundem Essen zu fairen Preisen. «Am Anfang hat mancher Kollege mich belächelt», sagt Hitzberger. «Vom Millionär zum Tellerwäscher», hiess es oft. Doch das Konzept traf den Zeitgeist. Der Pilotbetrieb im Einkaufszentrum Sihlcity in Zürich erhielt rasch den Publikumspreis von «Best of Swiss Gastro». Das 2011 eröffnete «Hitzberger Basel Aeschenplatz» wurde 2012 als bestes Take-away-Restaurant ausgezeichnet.

Heute ist der ehemalige Spitzenkoch ein erfolgreicher Take-away-Unternehmer und Buchautor. Bei der nach ihm benannten Kette werden die Speisen mit natürlichen, hochwertigen Zutaten täglich frisch nach Eigenrezeptur zubereitet. «Unsere Menüs sind ausgewogen und nicht einfach light», sagt Hitzberger. Die Betreiber achten auf regionale und schweizerische Anbieter, wenn möglich aus Bio-Produktion. Der Umweltschutzgedanke ist Teil des Betriebskonzepts. Die Idee biologisch abbaubarer Verpackungen wurde kürzlich von einem französischen Fernsehsender als «sternewürdig» bezeichnet.

Ziel sind weitere Franchising-Betriebe in der Schweiz

Mittlerweile gibt es vier «Hitzberger»-Filialen in Zürich, eine in Bern und zwei in Basel. Nummer 7 wird diesen Monat in der Möbel-Pfister-Zentrale in Pratteln eröffnet, als Shop-in-Shop-Konzept. «Unser Ziel sind weitere Betriebe in der Schweiz», sagt der Gründer,



Alain D. Boillat

Eduard Hitzberger (56) kochte fast 30 Jahre lang in der Spitzenliga. Heute ist er ein erfolgreicher Take-away-Unternehmer und froh, diesen Wechsel vollzogen zu haben.

«Wir suchen derzeit motivierte Franchisenehmer.» Dann sei eine Expansion ins deutschsprachige Ausland angedacht. «Das Franchising-Konzept liegt fixfertig in der Schublade», erklärt Eduard

Hitzberger. Heute bewundere ihn mancher Spitzenkoch für den Mut zum Neuanfang, den er Mitte des letzten Jahrzehnts gehabt hat. Hitzbergers Tipps für Berufskollegen, die ebenfalls ihre Träume

verwirklichen wollen: «Schräg denken, mit jungen Leuten im Team zusammenarbeiten und die Bedürfnisse des Kunden analysieren. Und: Wichtig ist, was der Kunde will und nicht, was ich will.»

ANZEIGE

Roland Pianos

Das perfekte Instrument für Hotel, Restaurant, Piano Bar oder Zuhause

gastronomia
4.11. – 7.11.

Roland (Switzerland) AG · 4452 Itingen · 061 975 99 99
pianos@rolandmusik.ch · www.rolandmusik.ch

«Mystery Man» outet sich

Oskar Marti kann in der Schweiz kaum ein Restaurant betreten, ohne vom Personal erkannt zu werden. Anders ist das (noch) in Österreich und im mediterranen Südtirol.

MARC BENEDETTI

Der ehemalige Spitzenkoch und Gastronom Oskar Marti ist kein Klischee-Pensionierter, der zurücklehnt und nur noch seinen Hobbys frönt. Sein Herz schlägt immer noch für die Branche: «Es ist doch schade, wenn die vielen beruflichen Erfahrungen, die man in 45 Jahren gesammelt hat, einfach so auf die Seite gestellt werden», sagt er. Deshalb ist «Chrüter-Oski» auch knapp drei Jahre nach dem Verkauf seines Restaurants in Münchenbuchsee immer noch als Berater tätig. Das sind andere auch. Das Spezielle: Marti ist undercover unterwegs. Er besucht als «Mystery Man» Gaststätten, schaut sich ihren Auftritt, das kulinarische Angebot, die Infrastruktur und die Mitarbeiter an und notiert seine Eindrücke. «Ausser dem Besitzer

weiss meistens niemand, wer ich bin», sagt Marti. Als «Mystery Man» vollzieht er also einen Sichtwechsel und schaut sich den Betrieb aus der Sicht des (sehr gut informierten) Gastes



adb

Oskar Marti testet Restaurants aus Gästesicht.

an. Daraus resultiert oft nach Gesprächen über seine Beobachtungen mit dem Auftraggeber eine Beratung, wenn Marti das Konzept nicht ganz überzeugt.

Die saisonalen Produkte und die Tradition ins Konzept integrieren

Obwohl das Südtirol immer in den höchsten Tönen gelobt wird, ortet Marti auch dort noch Verbesserungspotenzial. «Jetzt ist gerade Apfelsaison. Doch warum bietet kein einziger Gasthof Apfelkuchen oder Gerichte mit Äpfeln in dieser Zeit an? Das hat mich gewundert.» Saisonale und regionale Produkte gehören sei-

ner Meinung nach in jedes Betriebskonzept integriert. Traditionen seien ebenfalls wertvoll und ein «USP». Beispielsweise bei der Kleidung der Mitarbeiter. «In ganz Europa sieht man die gleichen langweiligen Bistroschürzen», stellt Oskar Marti fest, «dabei wäre eine junge Frau in einer Tracht doch viel schöner anzuschauen...»

Die Linde steht jetzt nicht mehr ausschliesslich vor der Türe

Auch in Österreich ist Marti oft unterwegs. Dort testete «Chrüter-Oski» kürzlich einen traditionsreichen Gasthof, der von Linden umgeben war und sogar den Namen des Baums trug. «Im ganzen Lokal fand ich jedoch keinerlei Bezug zur Linde. Schade.» Neu bietet der Wirt Drinks mit Lindenblütensirup an. Die Bergbachforelle kocht er im Lindenblütensud. Ausserdem wird dem Gast ein Korb unter die Nase gehalten, in dem er sieht, was gerade an Biogemüse im Garten des Restaurants reif ist. Kürzlich erhielt Marti eine positive Rückmeldung vom Gastronomen, dass die Neuerungen sehr gut ankommen. «Kleine Änderungen mit grosser Wirkung», stellt der «Mystery Man» fest.