

## EDUARD HITZBERGER SETZT JETZT AUF BIO UND NACHHALTIGKEIT

# Vom Edelkoch zum Fast-Food-Pionier

*Er war über viele Jahre einer der höchst dotierten Köche der Schweiz. In La Punt (Engadin) führte Eduard Hitzberger ein Gourmet-Restaurant mit 18 Punkten und zwei Michelin-Sternen. Dann, mit 54 Jahren, wollte sich der Edelkoch «nochmals neu erfinden», wie er sagt. Und gründete eine Fast-Food-Kette unter dem Motto: Weg vom Junk Food, hin zu gesundem Essen. Und das alles biologisch und nachhaltig. Das Konzept ist erfolgreich, derzeit betreibt Hitzberger acht Lokale – und hat noch lange nicht genug.*

INTERVIEW Hans R. Amrein

**W**eg vom Junk Food – hin zu schmackhaftem, gesundem Fast Food, lautet das Motto Ihres Schnellverpflegungskonzeptes. Und das erst noch zu erschwinglichen Preisen. Wie sind Sie auf diese Idee, beziehungsweise auf dieses Geschäftsmodell gekommen?

Ich habe während meiner ganzen Karriere in der Spitzengastronomie immer für wenige Leute, die viel Geld ausgaben, gekocht. Es war interessant, den Spieß einmal umzudrehen – also für viele Leute mit wenig Geld zu kochen. Denn gesundes, schnelles Essen sollte sich jeder leisten können. Jeder Konsument hat Anrecht auf schmackhaftes und bezahlbares Essen!

**Warum haben Sie ihre Gourmetwelt mit 18 Punkten und zwei Michelin-Sternen verlassen und sind abgetaucht in die Niederungen der Schnellverpflegung?**

Nach 25 Jahren Spitzengastronomie wollte ich mich nochmals neu erfinden. Mit dem Schritt in die vermeintlichen «Niederungen der Schnellverpflegung» habe ich eine spannende und kreative Herausforderung gefunden, mit der ich mich aber sehr wohl fühle. Sie entspricht dem Zeitgeist und dem Wunsch der Konsumenten.

**Hitzberger-Fast-Food soll frisch, gesund und nachhaltig sein. Sehen Sie sich als eine Art «Mc Donalds für Bio- und Öko-Freaks»?**

Wir sehen Hitzberger als natürliche Schweizer Antwort auf die amerikanischen Fast-Food-Ketten. Nebst Frische und Qualität der Zutaten achten wir auf eine gesunde Zusammenstellung und berücksichtigen ökologische Aspekte. Unsere Gäste sind keine Freaks, sondern Leute, die engagiert im Leben stehen und uns dabei entweder aus gesundheitlichen, ökologischen oder schlicht geschmacklichen Gründen besuchen.

**Im Januar haben sie das achte Hitzberger-Lokal im Hauptbahnhof Zürich eröffnet. Sie suchen weitere Top-Standorte, vornehmlich in Schweizer Städten. Entsteht da ein neues Gastro-Imperium unter der Marke Hitzberger?**

Wir erhalten sehr viele Anfragen von begeisterten Gästen, die wissen wollen, wann wir endlich in ihre Stadt oder ihre Nähe kommen. Wir sind natürlich froh, nach und nach mehr Leute mit unserem gesunden Öko-Fast-Food erreichen zu können.

**Wie lautet denn Ihre Wachstumsstrategie? Sind auch Lokale im nahen Ausland geplant?**

Mit sieben selbst betriebenen Standorten und einem im Franchising (Zürich Hauptbahnhof) sind wir bereit für weiteres Wachstum mittels Franchising. Für Deutschland und Österreich, zum Beispiel, können wir uns durchaus eine Partnerschaft mit einem starken Player vor Ort vorstellen.

**Sie setzen, wie gesagt, voll auf Bio und Öko, selbst der Strom in Ihren Lokalen wird ökologisch erzeugt, das Verpackungsmaterial ist kompostier- und biologisch abbaubar. Ist Eduard Hitzberger ein «Grüner», wie man in der Politik sagen würde?**

Wir haben ja nur diese eine Erde, und wir sollten mit den Res- >



Eduard Hitzberger achtet auf regionale Anbieter, wenn möglich aus Bio-Produktion. Auch die Becher und Servietten in seinen Lokalen sind aus nachwachsenden Rohstoffen hergestellt.



Merry-Berry-Smoothie von Hitzberger. «Wir sind froh, nach und nach mehr Leute mit unserem gesunden Öko-Fast-Food erreichen zu können.»



Wrap-Menü von Hitzberger. Ein richtiges Essen macht satt und liegt nicht schwer im Magen. In die Rezepturen sind die neuesten ernährungswissenschaftlichen Erkenntnisse eingeflossen.

sourcen dieses Planeten respektvoll umgehen, um nachfolgenden Generationen die Möglichkeit zu geben, gut auf dieser Erde zu leben.

**Frisch sollen die Speisen sein, zubereitet mit natürlichen, hochwertigen Zutaten. Rechnet sich das?**

Das ist in der Tat eine tägliche Challenge! Wir haben schlanke Betriebsstrukturen, damit wir unseren Gästen besten Geschmack zu fairen Preisen bieten können.

**Gesund sollen die Hitzberger-Menüs und Snacks sein. «Light Food» für Leute, die abnehmen wollen?**

In erster Linie geht es bei uns um frische und

**Bio-Lüge». Oft würden Produkte unter dem Label «Bio» angeboten, aber in Wahrheit seien diese gar nicht biologisch. Bio-Produkte seien zudem nicht gesünder als konventionell hergestellte Lebensmittel. Bio sei nichts anderes als ein Werbegag, so «Der Spiegel». Was sagen Sie dazu?**

Das sehen wir ganz anders. Wir stellen fest, dass Bio zum Teil (aber sicherlich nicht immer) kräftiger und «ehrlicher» schmeckt. Zudem kommt dem

«**WIR HABEN JA NUR DIESE EINE ERDE ...  
WIR SOLLTEN MIT DEN RESSOURCEN DIESES  
PLANETEN RESPEKTVOLL UMGEHEN.**»



Hitzberger-Lokal in der Berner Spitalgasse. «Mit sieben selbst betriebenen Standorten und einem Franchising-Betrieb sind wir bereit für weiteres Wachstum mittels Franchising.»

gesunde Produkte. Die Zusammenarbeit mit Ernährungsberatern bei der Produktentwicklung führt dazu, dass wir dank ausgewogenen Rezepturen rund ein Drittel weniger Kalorien und Fette in unseren Produkten ausweisen. Unsere Gäste haben nachmittags also keinen schweren Klumpen im Magen und fühlen sich deshalb voll fit für die Arbeit. Schluss mit schläfrigen Augen vor dem Bildschirm – trotz doppeltem Espresso ... Wenn gewisse Leute mit unserem Essen auch noch Ihre Abnehmziele erreichen können, umso besser! Für diese haben wir in Partnerschaft mit eBalance.ch, dem führenden Schweizer Online-Programm zum Abnehmen, unsere besonders leichten Speisen extra gekennzeichnet.

**Sie suchen Franchise-Partner, die Lokale unter der Marke «Hitzberger» betreiben. Wie lauten die Bedingungen? Mit welchen Investitionskosten muss ein Franchise-Nehmer rechnen?**

Wir haben hierzu unter hitzberger.ch eigens eine Franchising-Broschüre zusammengestellt, welche die wichtigsten Eckpunkte erläutert.

**Das deutsche Magazin «Der Spiegel» publizierte vor wenigen Monaten eine Story unter dem Titel «Die**

Körper der Wegfall von künstlichen Düngemitteln und anderen Hilfsmitteln sicher zugute. Und nicht zuletzt profitiert unsere Umwelt von einer nachhaltigen Landwirtschaft.

**Wie garantieren Sie Ihren Kunden, dass die angebotenen Speisen und Getränke hundertprozentig «Bio» sind?**

Unser Angebot ist nicht zu 100 Prozent Bio! Unsere Lieferanten könnten uns die Verfügbarkeit in Bio-Qualität gar nicht jederzeit gewährleisten. Zudem würde ein Grossteil unserer Gäste dies auch gar nicht mehr bezahlen können und wollen. Wir setzen dort auf Bio, wo es möglich und sinnvoll ist und wo ein Mehrwert entsteht. Auf dem Menüboard sind alle unsere entsprechenden Produkte mit einem Bio-Label gekennzeichnet.

**Konventioneller Fast Food ist nach wie vor beliebt. Die jüngsten Zahlen der klassischen Fast-Food-Anbieter belegen das. Glauben Sie, dass McDonalds-Konsumenten schon bald zu Hitzberger-Kunden werden?**

Wir glauben, dass es auch eine Frage des Alters ist: In den Sturm- und Drang-Zeiten wird eher noch spätnachts bei McDonalds gegessen. Ab 25 aufwärts spürt und schätzt man seinen Körper eher mehr, die Freude an Qualität und Genuss nimmt zu. Und damit auch die Besuche bei Hitzberger! **H**

# Hotelier persönlich

1955 in Klagenfurt Österreich geboren, absolvierte Eduard Michael Hitzberger im dortigen Hotel Sandwirt eine Ausbildung zum Koch, um nach Wanderjahren in Österreich und in der Schweiz im bündnerischen La Punt das «Chesa Pirani» zu übernehmen. Mit 18 Gault/Millau-Punkten und 2 Michelin-Sternen war er zwischen 1992 und 2006 einer der höchst dekorierten Köche der Schweiz. Seither arbeitet er als selbstständiger Berater und hat 2009 zusammen mit Partnern das neue, gesunde und nachhaltige Fast-Food-Konzept «Hitzberger Restaurant & Take away» in Sihlcity Zürich eröffnet. In der Zwischenzeit umfasst die Kette acht Betriebe, unter anderem in Bern und Basel. Eduard Michael Hitzberger ist verheiratet und Vater von zwei erwachsenen Kindern.

# Hotelier tipp

**ZÜRCHER HOTELIERS FÜR REGIONALES ZMORGE**

Die Zürcher Hoteliers halten in ihrer Strategie für die nächsten drei Jahre fest, dass die Qualität und Nachhaltigkeit der Mitglieder-Betriebe unterstützt werden soll. Unter dem Motto «Frühstück regional und fair» stellte Präsident Jörg Arnold das Konzept vor und beeindruckte mit Fakten: Wer weiss, zum Beispiel, dass nur wenige Kilometer von der Stadt Zürich entfernt rund 150 Bauern im hügeligen Oberland von der Milchwirtschaft leben? Oder dass diese Milch von rund 20 Käsereien zu kulinarisch hervorragenden Produkten verarbeitet wird? Rohmilchkäse aus Kuh-, Schaf- und Ziegenmilch, Hart- und Halbhartkäse, Weichkäse und Frischkäse in zig Variationen finden den Weg in den Detailhandel und via die Vermarktungsorganisation «Natürli» in die Gastronomie. Kaffee, Tee, Trinkschokolade, exotische Früchte und Säfte, Nüsse und Trockenfrüchte liefern den Zürcher Hoteliers Max Havelaar, ein Gütesiegel für fairen Handel. Rund 50 Zürcher Hotels nehmen an der Aktion teil und kommen so dem Wunsch vieler Reisender nach authentischen und nachhaltigen Produkten nach.

[www.zh.ch](http://www.zh.ch); [www.naturli.ch](http://www.naturli.ch); [www.maxhavelaar.ch](http://www.maxhavelaar.ch)

# Hotelier background

**FAIRTRADE-PRODUKTE FÜR DIE GASTRONOMIE**

Was viele Gastronomen und Hoteliers (noch) nicht wissen: Die Max-Havelaar-Stiftung (Schweiz), Partner des Zürcher Hoteliersvereins, engagiert sich nicht nur für Kaffee und Bananen aus fairer, nachhaltiger Produktion. Das Produktangebot von Max Havelaar für die Gastronomie umfasst mehr als 200 Produkte, zum Beispiel Reis, Zucker, Honig, Textilien, Schokolade, Trockenfrüchte/Nüsse oder auch Glacé. Hinzu kommen über 100 verschiedene Kaffeeröstungen. Die Verfügbarkeit der Produkte über Zulieferer (Howeg, Pistor, Scana etc.), Abholmärkte, Kaffeeröster, Früchte- und Fachhändler ist breit abgestützt. Aktuell zählt Max Havelaar (Schweiz) im Gastro-Online-Finder über 650 Betriebe, darin nicht eingeschlossen seien nicht öffentliche Personalrestaurants, «die einen wesentlichen Beitrag zum Erfolg von Fairtrade leisten», schreibt die Stiftung. Die Max-Havelaar-Stiftung (Schweiz) vergibt ein Gütesiegel für fair gehandelte Produkte. Sie verbessert durch fairen Handel die Lebens- und Arbeitsbedingungen von Kleinbauern und Plantagenarbeiterinnen in Entwicklungsländern.

[www.maxhavelaar.ch](http://www.maxhavelaar.ch)