



Burger: Die pflanzlichen sind seit der Pandemie besonders beliebt.

Das Comeback des Burgers

Hauptsache, schnell und günstig? Das war einmal. Heute macht der Burger Furore als *Lifestyle-Liebling*.

Franziska Hidber

Superstar Andreas Caminada hat einen Spitzenkoch Markus Arnold auch. Und Gault Millau widmete ihm 2020 ein Ranking. – Eben noch brachte man den Burger mit jungen Menschen in Verbindung, die im Neonlicht einer Fastfoodkette in das kaloriendichte Vergnügen beissen, während ihnen Ketchup in den Ärmel tropft. Und nun: Spitzengastronomie und Gault Millau. Was ist passiert? «Sorgfältig und mit guten Produkten hergestellt, kann ein Burger wunderbar sein – das haben die jungen Chefs entdeckt. Vor allem in den Bars und Hallen der Luxushotelserie feiert er ein verblüffendes Comeback», sagt Urs Heller, Chefredaktor von Gault Millau.

Ja, aber weshalb ausgerechnet Burger und nicht etwa Pizza oder Hotdog? Darauf hat der Berner Gastroberater Urs Messerli eine Antwort: «Burger lassen sich gut skalieren und personalisieren – jeder Spitzenkoch kann seinen eigenen «Signature Burger» erschaffen.» Daniela Kimmich, Kommunikationsspezialistin bei Gastrosuisse, bestätigt das: «Hamburger sind in der Gastronomie ein Trendprodukt, weil sie sich vielfältig und kreativ zusammenbauen lassen. Mit exklusiven Zutaten wie Angus- oder Wagyu-Beef finden sie sich auch in der Spitzengastronomie, dort aber eher bei den jungen, wilden Starköchen als in klassischen Betrieben.»

Möglichst frisch und regional
Food-Journalist Nicolas Bollinger beobachtet den Boom schon länger: «Der Burger hat in den

letzten zehn bis fünfzehn Jahren einen gewaltigen Image-Wandel vom Fast- zum Slowfood erfahren». Das sei wenig überraschend: «Damit folgt der Burger lediglich einem grösseren Foodtrend: Möglichst alles selber herstellen, möglichst frisch, mit hochwertigen Zutaten, die natürlich von kleinen, regionalen

«Sorgfältig und mit guten Produkten hergestellt, kann ein Burger wunderbar sein – das haben die jungen Chefs entdeckt.»

Urs Heller
Gault Millau

Produzenten stammen.» Wer hätte das gedacht, als McDonald's 1976 in Genf die erste Schweizer Filiale eröffnete?

Gut drei Jahrzehnte später beugte sich Thomas Hirschberger in München über ein Gegenkonzept zu den bisherigen Burger-Angeboten, die seiner Meinung nach einen zu männlichen Touch hatten. Ergo richtete er die Einrichtung am weiblichen Geschmack aus und entwarf «Hans im Glück» – einen Burgergrill mit stimmungsvoller Atmosphäre wie im Birkenwald, gesunden Zutaten und knackigen Salaten.

Erfolgreichster Neustart
2010 ging er mit dem ersten Lokal im Münchner Stadtteil Neuhausen an den Start, drei Monate später erwirtschaftete er

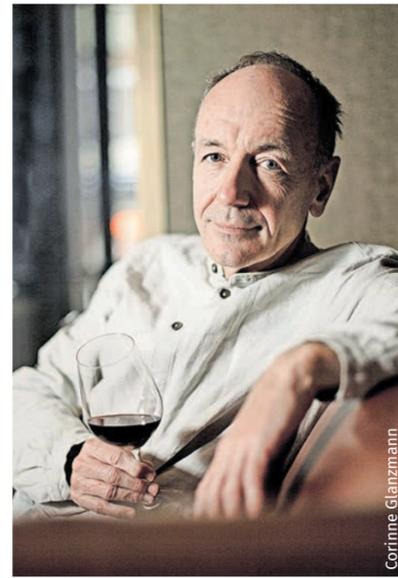
bereits Gewinn. «Hans im Glück» war der erfolgreichste gastronomische System-Neustart in Deutschland 2010. Hirschbergers Konzept funktioniert bis heute, davon zeugen rund 90 Restaurants bis nach Singapur: «Wir freuen uns, dass 60 Prozent unserer Gäste Frauen sind, haben aber den Anspruch, mit unserem Angebot alle anzusprechen, unabhängig von Geschlecht oder Ernährungsweise», sagt Peter Prislín, Director Marketing Strategy and Communication.

Auf dem Platz Bern war «Kung Fu Burger» 2013 das erste Restaurant, das sich auf hochwertige Hamburger spezialisiert hatte – und den Gästen erklären musste, weshalb Fleisch vom Evolener Rind, Speck aus Schöpfen und Käse aus Gysenstein mehr kosten als ein Big Mac. 2015 zog Zürich mit «Burger Meister» nach. Der Name ist Programm: «Burger Meister» führt die besagte Gault-Millau-Liste an, ist mittlerweile mit insgesamt zehn Restaurants in Zürich, Basel und St. Gallen präsent und will weiter wachsen.

Aufwind durch Pandemie
Die Pandemie befeuerte den Boom zusätzlich: Beim Lieferdienst Eat.ch schaffte es der Cheeseburger 2020 erstmals in die Top Ten. Im selben Jahr wuchs der Umsatz bei pflanzlichen Burgern gemäss Marktforschungsinstitut Nielsen um 228,4 Prozent gegenüber 2019. Bereits jeder sechste verkaufte Burger besteht nicht aus Fleisch, heisst es im Fleischersatz-Report. «Unmeat», das erste komplett fleischlose Burgerrestaurant hierzulande, lancierte im Dezember 2021 den klimaneutralen Burger, eine Premiere. CEO Theo Favetto hat noch mehr Pläne: «Bis Mitte Jahr werden alle unsere Produkte klimaneutral sein, in drei Jahren wollen wir klimapositiv werden.»

Ob mit oder ohne Fleisch: Angesichts des Booms bleibt die Frage, ob die Beliebtheit des Burgers finanziell motiviert ist. Daniela Kimmich winkt ab: «Man kann nicht von einem Renditeprodukt sprechen.» Derweil hat «Twist Burger», ebenfalls vegan, sein erstes Pick-up-Lokal in Zürich eröffnet, Dessert inklusive: Burger mit Schokoladencreme und Haselnüssen.

Weinlese



Corinne Glanzmann

Italiens Weine: Die Schweizer sind ganz närrisch

Auch wenn Italiens europameisterlicher Glanz beim Fussball am Verblasen ist, bezüglich Wein sind unsere Nachbarn Weltmeister. Jedenfalls für uns Schweizer. Aus keinem anderen Land führen wir mehr ein, 2021 waren 43 Prozent der insgesamt rund 176 Millionen Liter italienischer Herkunft. Frankreich folgt mit 23 Prozent, Spanien mit 15 Prozent. Alles in allem kamen 4 Prozent mehr ausländischer Wein über die Grenze als im Vorjahr, und dies, obwohl der Pro-Kopf-Konsum erodiert. Auch 2021? Das werden wir wissen, wenn Ende Monat das Bundesamt für Landwirtschaft die Verbrauchszahlen des vergangenen Jahres veröffentlicht.

Der Hauptgrund für die verstärkten Einfuhren ist die ausgesprochen kleine letztjährige Schweizer Ernte. Über 2000 Importeure sorgen dafür, dass wir auch künftig nicht auf dem Trockenen sitzen werden. Dafür müssen wir aber tiefer in die Tasche greifen, denn nicht nur in der Schweiz, auch in vielen anderen Ländern fiel die Ernte klein aus: Dies treibt die Preise hoch, wie auch die Verteuerung von Verpackungsmaterial und Transportkosten, diese findet schon seit Monaten statt.

«605 Rebsorten sind offiziell registriert, von der weissen Sorte Albarenzueli bianco bis zur roten Sorte Vien de Nus.»

Aus Italien kam 2021 2,4 Prozent mehr Wein in die Schweiz als 2020. Den stärksten Zuwachs gabs mit 14 Prozent beim Schaumwein. Prosecco wird auch hierzulande am liebsten getrunken, und das in rauen Mengen. Doch die Schweiz ist ebenso wichtigster Importmarkt für Franciacorta, den flaschenvergorenen Spumante aus dem Gebiet des Lago d'Iseo, gekeltert aus Chardonnay und – mit deutlich geringerem Anteil – Pinot noir und Pinot blanc. Beim Rotwein in Flaschen stammen 44 Prozent der Importe aus Italien, beim Weisswein sind es 36 Prozent. Und noch eine letzte Zahl: 605 Rebsorten sind offiziell registriert, von der weissen Sorte Albarenzueli bianco bis zur roten Sorte Vien de Nus, angebaut von den Dolomiten bis nach Pantelleria. Aus deren Trauben werden lokale und regionale Spezialitäten gekeltert, und auf internationaler Ebene misst man sich mit den Besten.

Stefan Keller ist regelmässiger Autor bei der «Schweizerischen Weinzeitung» und ist in der Valtellina als Weinproduzent tätig. Er zählt zu den Gründern der Vereinigung Mémoire des Vins Suisses und ist Ehrenmitglied des Sommelier-Verbands Schweiz. Stefan Keller lebt und arbeitet in der Schweiz und in Wien.

www.stefankellerpartner.com

Kostproben

Wer mag sie nicht, Italiens Klassiker Chianti, Brunello und Vino Nobile di Montepulciano! Bei allen drei gibt Italiens meistangebaute Sorte Sangiovese den Ton an. Doch wer kennt Duralla aus den lessinischen Bergen, Verdicchio bianco aus den Marken und Grignolino aus alten Reben, wie ihn Ermanno Accornero keltert, der so einer alteingesessenen piemontesischen Sorte zu neuem Glanz verhilft? Drei Kostproben abseits der Trampelpfade.



Knackiges aus Durella
Fongaro Brut 2013
Fongaro, Roncà, Venetien
75 cl, Fr. 35.50, erhältlich bei: Vogelsanger Weine, St. Gallen-Winkeln



Markantes aus Verdicchio
Sora Elvira 2020
Alberto Serenelli, Ancona,
Marken 75 cl, Fr. 24.50, erhältlich bei: Dani Matter Weine, Samedan



Subtiles aus Grignolino
Grignolino Bricco del Bosco
Vigne Vecchie 2016
Accornero, Vignale Monferrato, Piemont. 75 cl, Fr. 46.-, erhältlich bei: Carl Studer Vinothek, Luzern