



Stefan Brunner will mit seiner App «Bionär» die Direktvermarktung aufmischen – auch in der Gastronomie. Die Idee: Köche können das Land quadratmeterweise pachten und vom innovativen Biobauern massgeschneidert anbauen lassen – unter anderem mit Spezialkulturen, welche die hiesige Kochavantgarde ins Schwärmen bringen.

Text Sabrina Glanzmann
Bilder Eduard Wyss

Ein kalter Wintermorgen im Berner Seeland. Der Nebel hängt tief über den Feldern; er macht die Landstrasse durch den Weiler Spins bei Aarberg zu einem ungemütlichen Tunnel, den man nur möglichst rasch hinter sich lassen möchte. Wenig später am Küchentisch im Biobetrieb Eichhof wartet dafür eine umso munterere Stimmung auf die Besucher: Bei einer Tasse Kaffee erzählt Bauer Stefan Brunner gut gelaunt von seinen Projekten, während seine Frau Lorena zwischen Rosenkohl-Rüsten und Mitdiskutieren versucht, Elena, das jüngste ihrer vier Kinder, zum Schuhe anziehen zu bewegen. Immer wieder klingelt Stefans Handy: «Ja, von den kleinen Schwarzkohlen habe ich noch, ich reserviere sie gleich für dich.» Kein Zweifel: Da geht was auf diesem Betrieb, für ein Beklagen über Nebel gibt es weder Zeit noch Grund. «Ich sage immer: Die Leute vom Oberland wissen gar nicht, was für eine mystische Stimmungen sie hier verpassen, wir sollten unbedingt Ferien im Seeland für sie organisieren!», sagt Stefan Brunner und lacht. Schelmisch.

Gelegenheit macht kreativ – dieses Motto gilt für so ziemlich alles, was der 31-Jährige auf seinem Hof anpackt seit der Übernahme von seinen Eltern im Jahr 2010 und der Umstellung auf biologischen Gemüse- und Ackerbau. Im Schaugarten gleich hinter dem Haus baut er alles Neue versuchsweise an, das es auf die 14 Hektaren Fruchtfolgefläche schaffen könnte. Gegen 200 verschiedene Kulturen aus aller Welt und viele Pro-Specie-Rara-Sorten kamen hier seit 2014 schon in die erste Testphase – Speisefarn zum Beispiel, diverse Federkohlsorten oder Quinoa. Am Anbau des trendigen Pseudogetreides aus den Anden hatte sich der Eichhof als einer der ersten Schweizer Betriebe überhaupt versucht. Als Brunners 2016 eine ganze Hektare damit bepflanzen, war die Ernte nach dem feuchten Sommer mit 40 Kilogramm zwar bescheiden. Für Stefan Brun-

marmite food lab
Symposium
13. Februar 2017

Stefan Brunner lanciert
am Symposium zum Thema
«The New Swiss Cuisine»
seine App «Bionär»

Der letzte Schrei des visionären Biobauern



1 Er überlässt das Konventionelle lieber anderen: Biobauer Stefan Brunner mit frisch geerntetem Oca, Sauerklee-Knollen, auch Anden-Gemüse genannt.

2 Auf seinen Feldern im Berner Seeland verucht sich Stefan Brunner an den verschiedensten Kulturen – auch Amaranth (hinten im Bild) ist dabei.



3 Bei Punkte- und Sterneköchen besonders beliebt: Mini-Sellerie vom Eichhof.

4 Ein Produkt, das auf dem «Diversitas Marktplatz» auf grosses Interesse stiess: Second-cuts vom Kabis.



ner aber kein Grund, dem Quinoa bereits wieder abzuschwören: «Im Gegenteil, wir bleiben dran. Aufhören kann ja schliesslich jeder.» Eine weitere Eichhof-Innovation, an der er drangeblieben ist: Der «Jät-Ferrari», ein Gefährt zum effizienten Unkrautjäten. Den Prototypen hat Stefan Brunner nach einer Blitzidee quasi über Nacht aus einem alten Velo, einem Bürostuhl und Stahlverstreben zusammenggebaut. Liegend und rückenschonend mit Sonnenschirm lässt sich so das Unkraut aus den Biofeldern holen, und das kommt an: Über hundert Stück hat Stefan Brunner an Bauernkollegen verkauft, Nachfrage steigend. «Es liegt in meiner Natur, Ideen nachzugehen, Neues auszuprobieren. Es gehört für mich zu unserem Beruf dazu, um heute weiterzukommen – auch finanziell.» Sein jüngstes Projekt, um weiterzukommen, ist soeben gestartet: Mit der App «Bionär» will Stefan Brunner die Direktvermarktung revolutionieren – auch in der Gastronomie.

Der Name «Bionär» ist Programm: Die App soll helfen, biologische Lebensmittel auf visionäre Art an die Kunden zu bringen. Das Prinzip: Der Eichhof verpachtet sein Land quadratmeterweise, mit einer

Standardkategorie für Endkonsumenten und einer Gastronomie-Kategorie für Köche. Wer die App herunterlädt, sieht in Vogelperspektive die Eichhof-Felder und entscheidet sich für Art und Menge der Produkte: zwei Quadratmeter Rüebli und einen Quadratmeter Sellerie zum Beispiel, und zwar nicht im symbolischen Sinn, sondern genau das Stück Land, das er auf der App auswählt, ist auch «seines». Sowie der Ertrag davon. Das soll direkten Bezug, ein Gefühl für die Nahrungsmittelproduktion und die Biolandwirtschaft schaffen.

Federkohl-Dinner als Startschuss

Via Push-Nachrichten, wöchentlichen Bildern vom Land und weiteren Infos erfahren die «Bionäre», wie sich ihre Produkte entwickeln, sie können mitfiebern und sehen, was zum Beispiel nach starkem Regen mit dem Land passiert. «Und wissen dann später, wieso die Ernte wie ausfällt», so Stefan Brunner. Auch gemeinsame Jät- oder Ernte-Tage sind geplant, und das Land ist für Besuche jederzeit zugänglich. Die Idee zu dieser Storytelling-Offensive entstand Ende 2015, im Hinblick auf die

Rentabilität und die Erschliessung neuer Betriebszweige. «Ich machte eine Bestandsaufnahme und dachte: Es muss doch machbar sein, mit den heutigen technischen Möglichkeiten dieser Schrebergarten-Sehnsucht nachzukommen, die immer mehr junge Familien in den Städten haben. Man will wieder geerdet sein und wissen, wo die Produkte herkommen. Produkte sind heute austauschbar, die Geschichte und die Emotionen dahinter nicht.» An der App schraubte Stefan Brunner mit einem Softwareentwickler so lange, bis er sie nun, pünktlich zu seiner Teilnahme am «marmite»-Symposium «The New Swiss Cuisine», als Beta-Version lancieren konnte. Dass «Bionär» auch für die Gastronomie zugänglich wird, das war am Anfang kein Thema – ein umso grösseres ist es seit Frühling 2016, seit Stefan Brunner eng mit Top-Chefs aus der ganzen Schweiz zusammenarbeitet – Fabian Fuchs, Pascal Steffen, Dave Wälti, Rolf Fliegauf, Sven Wassmer, Stefan Heilemann, Moriz Stiefel und viele mehr. Den Grundstein dafür legte im Herbst 2015 ein Federkohl-Dinner in Basel, für das Stefan Brunner via Bioproduzentenorganisation Terraviva Produkte lieferte



1



2

- 1 Fabian Raffener, Küchenchef im Restaurant Meridiano im Kursaal in Bern, schätzt den direkten Kontakt mit Produzenten.
- 2 Vom Eichhof auf den Teller: Spinatwurzeln, Oca, Süßlupinen, Second-cuts vom Kabis treffen auf Baumnussöl und Raps/Holzkohlemayonnaise.

Form des «Produkte-Scoutings». «Mir gefällt, dass ich so unkompliziert an Produkte komme, die meiner Philosophie entsprechen: die nicht alle genau gleich aussehen und ohne weitere Prozesse oder Zusätze auskommen. Gerade die kleinen Produkte, wie etwa der Mini-Sellerie, sind sehr interessant für einen Betrieb wie unseren. Wir haben hohe Ansprüche an unser Vegi-Menü, oft spielen ganze Gemüse die Hauptrolle. Aber bei einem Fünf-Gang-Menü kann ich keine 12-Zentimeter-Knolle auf den Teller bringen ... Es macht viel mehr Sinn, ein kleines Produkt einzusetzen, und der Geschmack ist erst noch intensiver.» Ebenfalls beliebt in Fabian Raffeners Küche: Second-cuts vom Kabis – Chabistriebe, die Stefan Brunner eher zufällig auf dem Feld entdeckte, nachdem er die Chabispflanzen nach der Ernte eine Weile stehen und sich selbst überlassen hatte. Er schnitt sie ab, rüstete sie und stellte ein Foto davon in die Facebook-Gruppe – «Ich hatte ja keine Ahnung, wie beliebt sie sein würden.»

Die «Bionär»-App für die Köche will hier anknüpfen und den Köchen massgeschneiderten Anbau bieten. Der Preis für die Gastronomie liegt bei 35 Franken pro Quadratmeter im Jahr – 10 Franken mehr als in der Standardkategorie, weil die Spezialkulturen mehr Koordination und Aufwand benötigen, aber auch Lagergemüse sind in dieser Kategorie natürlich erhältlich. Die Push-Nachrichten und Fotos sollen den Köchen dazu dienen, dass sie ihre Produkte genau in dem Stadium ernten lassen können, wie sie es sich wünschen – auch «leaf to root» inklusive Wurzeln. Stefan Brunner sieht die Chancen für die Gastronomie insbesondere auch bei der Kommunikation und beim Mehrwert für den Gast: Mit Tablets auf den Tischen zum Beispiel, auf denen die Geschichte des Rüebli vom Feld bis auf den Teller aufgezeigt wird, mit Bildern direkt vom Feld. Auch Livestreams und eigene QR-Codes für die Felder sind angedacht. Nun soll «Bionär» aber vorerst in einer zweijährigen Betaphase laufen; ab 2018 sollen bereits auch andere Biobauern ihre Felder via App verpachten können. «Ich starte mal mit einer halben Hektare und schaue, wie die Nachfrage ist. Aber klar, wenn gewünscht, kann ich mein ganzes Land «bionären», sagt Stefan Müller beim Abschied. Der Nebel draussen, der ist längst verflogen. ■

bionär.ch

und wo er Tobias Zihlmann kennenlernte – der Koch und Jungunternehmer kreierte für das Dinner im Auftrag von Pro Specie Rara Gerichte aus diversen Federkohl-Sorten, um die unterschiedlichen Eigenschaften und Vielfalt zu zeigen. Als Tobias Zihlmann für die Federkohl-Muster einen Hofbesuch in Spins machte, wurde er auf das Versuchsfeld aufmerksam. «Er sah meinen Speisefarn und sagte, er wüsste da einen Koch, den das garantiert interessiert. Ich solle Bescheid geben, wenn der Farn erntereif sei.» Der Koch war Fabian Fuchs vom Zürcher Sternelokal Equitable, der im April ziemlich angetan war von den Farn-Mustern für seine auf regionale, fair gehandelte und biologische Produkte ausgerichtete Küche. Im Juni startete Tobias Zihlmann dann seinen «Diversitas-Marktplatz», eine geschlossene Facebook-Gruppe, die Köche mit Produzenten von Spezial- und Nischenprodukten zusammenbringt (siehe

Seite 45) – ein Steilpass für Stefan Brunner und seine Spezialkulturen, auf die er nebst den gängigen Handelswaren in seinem Schaugarten ja schon länger setzt, aber keinen entsprechenden Absatzkanal dafür hatte.

Massgeschneiderter Anbau für Köche

Das ist passé. Wenn er heute in der Facebook-Gruppe Bilder von Löwenzahn-Chicorée postet, von Spinat-, Kapuzinerkresse- oder Korianderwurzeln, Sauerklee-Knollen (Oca) oder Cassisholz, greift die hiesige Kochavantgarde entzückt in die Tasten. Oder reisst sich um das Eichhof'sche Mini-Gemüse, das für die Qualitätsnormen des Handels zu klein ausfällt. Auch Fabian Raffener, seit Dezember 2016 Küchenchef und Nachfolger von Jan Leimbach (17 Punkte, 1 Stern) im Restaurant Meridiano im Kursaal Bern, schätzt diese

Der vernetzte Vermittler

Text Sabrina Glanzmann
Bilder Eduard Wyss/Pro Specie Rara

Der Aha-Moment kam während seiner Zeit als Koch im Restaurant Focus im Park Hotel Vitznau. Bei seinen Streifzügen durch die Natur und durch den Austausch mit lokalen Produzenten stiess Tobias Zihlmann immer wieder auf kulinarische Trouvaillen und fragte sich: «Wieso kommen solch grossartige Lebensmittel nicht in den breiteren Handel? Warum klappt das beispielsweise in Skandinavien und bei uns nicht – dieser breite Austausch zwischen Köchen und Produzenten?» Diese Thematik liess ihn nicht mehr los, und er wusste, wenn er gültige Antworten auf diese Fragen finden wollte, musste er selbst raus aus der Küche. Anfangs 2016 gründete er das Unternehmen Diversitas, um seine Vernetzung in der Gastronomie, mit Produzenten, kulinarischen Vereinen und Stiftungen zu nutzen – «Ich merkte, dass ich ein Bindeglied zwischen Produzent und Gastronom sein kann, wenn es um die gezielte und breitere Bekanntmachung von Spezialitäten geht.» Er erhielt viele Anfragen von Koch-Kollegen, ob er jemanden kenne, der krumme Rüebli habe, ein bestimmtes Wildkraut oder ein spezielles Gemüse. «So kam mir die Idee einer Plattform, um derartige Anfragen zu bündeln und Gastronomen und Produzenten direkt miteinander zu vernetzen.» Im Juni 2016 startete er auf Facebook den «Diversitas Marktplatz» als geschlossene Gruppe mit dem Ziel, eine direkte Vermarktung vor



2



1

allem von Nischenprodukten zu ermöglichen. Ohne Werbung oder grosse Akquise, sondern durch unkomplizierten Direktkontakt zwischen Produzent und Koch. «Denn die Mengen derartiger Produkte sind oft gering, um für den konventionellen Handel interessant und relevant zu werden. Die Lebensmittel werden nicht visibel, und wie soll ein Koch etwas nachfragen, wenn er gar nicht weiss, was es alles gibt? Und wie soll der Produzent umgekehrt wissen, dass ein Potenzial da wäre?» Der «Marktplatz» schliesst hier eine Lücke und stösst auf reges Interesse: Von den aktuell 238 Mitgliedern macht die Hälfte die Elite der Schweizer Spitzgastronomie aus. Produzenten können Bilder ihrer Produkte posten mit den nötigsten Angaben dazu, «das dauert keine 30 Sekunden. Die Köche sehen es und je nach Reaktionen weiss der Produzent innerhalb von 24 Stunden, ob eine Nachfrage besteht.» Jetzt plant Tobias Zihlmann eine eigene B2B-Plattform nach diesem Prinzip, auf der man auch gezielt nach Produkten recherchieren kann und die für Labels wie etwa Bio Suisse oder Demeter, KAG Freiland oder Pro Specie Rara offenstehen soll. Aktuell fungiert Tobias Zihlmann ausserdem als Berater der «Raronautik-Mission» der Stiftung Pro Specie Rara. Ziel des Projekts ist, das kulinarische Potential von seltenen Sorten und Rassen gemeinsam mit Köchen zu erforschen und für die Gastronomie verfügbar zu machen – vorhandene Sorten werden dafür gesichtet und degustiert, um Geschmackseigenschaften zu beschreiben und Nutzungsempfehlungen

- 1 Jungunternehmer Tobias Zihlmann am Federkohl-Dinner von Pro Specie Rara.
- 2 In der Facebook-Gruppe «Diversitas Marktplatz» entsteht ein unkomplizierter Direktkontakt zwischen Produzenten und Köchen.

für die Verwendung in Gastroküchen zu sammeln. Die dritte «Mission» findet am 27. Februar 2017 im Bio-Saatgutbetrieb Sativa Rheinau statt. Nach der Erforschung der alten Tessiner Rüebliorte Gniff und alten Randensorten ist nun die «birnenförmige Zwiebel» im Fokus. ■

diversitas.ch
prospecierara.ch/de/projekte/raronautik

Symposium: *The New Swiss Cuisine*

Stefan Brunner und Tobias Zihlmann sind Gäste am Symposium «Swiss made: The New Swiss Cuisine – wie nutzen wir das Potenzial?», das am 13. Februar 2017 ab 13.30 im marmite food lab in Zürich stattfindet.

Das Symposium ist der dritte Teil der Event-Reihe zur Zukunft der Schweizer Kochkunst, die «marmite» im Rahmen der Initiative «New Swiss Cuisine» veranstaltet. Diese wurde 2015 gemeinsam mit Valser lanciert mit dem Ziel, das kulinarische Image der Schweiz zu stärken und nach aussen zu tragen. Am 13. Februar stehen Logistik und Beschaffungs-/Vertriebskette im Zentrum. Ebenfalls mit dabei: Koch Fabian Fuchs (Equitable Zürich) und Peter Volz (Forschungsgesellschaft Agtronauten, Region Freiburg i.Br.)

Das Programm und die Daten aller «marmite»-Events 2017: siehe Seiten 40/41.
www.marmite-events.ch