



3 SVEN WASSMER Culinary Director, Grand Hotel Quellenhof, Bad Ragaz

Er hat eine ganz klare Vision: Sven Wassmer möchte eine «neue Schweizer Alpin-Küche» entwickeln, wie er es nennt. Dabei scheut er keinen Aufwand. So arbeitet er seit vier Jahren mit Gemüsebauer Marcel Foffa eng zusammen. Wassmer entscheidet mit, was in die Erde kommt, und sein Souschef ist regelmässig in Domleschg vor Ort. So wisse man stets, was wann komme, was wann eingelagert werden müsse. Nicht nur möchte er den Produzenten und dem Essen selbst wieder «ein Gesicht geben», er strebt auch nach mehr Diversität bei den Produkten. Zum Beispiel beim Spinat: «Ist dieser verblüht und ausgeschossen, fängt er an, Triebe zu machen», sagt der 32-jährige Fricktaler, der die kürzlich eröffneten Betriebe Memories und Verve by Sven im Grand Resort Bad Ragaz verantwortet. In der Küche würden diese hohlen Röhren blanchiert und einmal durch die Pfanne geschwenkt. Bei den Rüebli wiederum lasse er die Erde bewusst dran: «So konserviert man ihren Geschmack.» Das Grün werde mit Hanfsamen zu einer Art Pesto verarbeitet. Diversität und ein schonender Anbau sind Wassmer aber auch zu Hause wichtig. So kauft er vorwiegend Bio- und Demeter-Produkte ein, um den toxischen Fussabdruck kleinzuhalten; er isst Fisch nur in Massen, trinkt *low-intervention*-Weine, hat den Fleischkonsum stets im Auge und versucht, weitestgehend auf Plastik zu verzichten. «Es geht darum, zu schauen, was es um einen herum alles gibt, was vor der Türe ist», sagt der Spitzenkoch und junge Vater. Was er damit meint: Unser Essen kommt irgendwo her. Genauso wie die Freude daran. *Oliver Schmuki*

4 ANNA VETSCH (LINKS), JANINE WIRTH Inhaberinnen Sustainable Design Projects, Zürich



Rückverfolgbare, sozial und ökologisch verantwortungsvolle Wertschöpfungsketten sind bei Ihren Projekten zentral. Was kann man als kleiner Brand bewegen?

«Unsere Geschäftspartner und wir als kleines Label zeigen auf, dass Nachhaltigkeit in voller Konsequenz verankert werden kann. Wir haben beispielsweise die Lieferketten der Fin-Lederaccessoires so gestaltet, dass sie nicht nur in der Nische funktionieren, sondern auch skalierbar sind. Denn wir möchten und können auch die grösseren Brands zu mehr Nachhaltigkeit bewegen. Wir teilen unser Wissen gerne.»

Redaktion: Anna Kaminsky

5 AUREL GREINER Geschäftsführer Revendo, Zürich



Als Aurel Greiner realisierte, dass in der Schweiz in jedem Haushalt ungebrauchte Handys rumliegen, war die Geschäftsidee für Revendo geboren. Die Firma repariert gebrauchte Elektro-Geräte und verkauft sie wieder. So bleiben Laptops und Smartphones länger im Umlauf. Das ist sinnvoll, braucht doch die Produktion neuer Geräte sehr viel Energie. Nächsten September eröffnet das 2013 von Aurel Greiner und Laurenz Ginat gegründete Unternehmen bereits die neunte Filiale in der Deutschschweiz. *Nik Egger*

NZZ am Sonntag | 11. August 2019

6 LAURA SCHÄLCHLI Geschäftsleiterin Schokoladenmanufaktur La Flor, Zürich

NZZ am Sonntag: *Wie produziert man Schokolade nachhaltig?*

Laura Schälchli: Indem man bereit ist, die Kosten einzurechnen, die anfallen, wenn man die Gesundheit und das Wohlbefinden von Mensch, Natur und Umwelt respektieren und fördern will.

8 Franken 80 für eine Tafel Schoggi à 70 Gramm, ist das der Preis für nachhaltigen Schokoladengenuss?

Wir arbeiten handwerklich, transparent in einer urbanen Umgebung mit hochwertigen Zutaten. Man kann uns mitten in Zürich besuchen kommen und sich ein Bild davon machen, wie wir arbeiten. 8 Franken 80 ist der Preis, für den wir bei La Flor eine Schokoladentafel anbieten können.

Wie viel Schokolade pro Kopf wäre ressourcen- und umwelttechnisch angemessen?

Wir treffen dreimal täglich Entscheidungen, was wir essen und trinken. Der Konsummix eines jeden Ressourcenverbrauchers ist verschieden. Anstatt sich auf das Wieviel zu konzentrieren, würde ich eher darauf achten, woher die Schokolade kommt. Ist es transparent, woher der Kakao kommt? Wieviel sagt ein Label wirklich aus? Wo wird hergestellt, woher kommen die Zutaten, und was sind die Löhne und Arbeitsbedingungen aller Personen, die invol-

viert sind, bis eine Schokoladentafel fertig produziert ist?

Wie findet man das beim Schokoladenkauf heraus?

Firmen wie Choba Choba, Original Beans, Raaka und Schöki machen solche Informationen transparent, auf der Verpackung und online.

Wie soll man Schokolade für ein möglichst nachhaltiges Geschmackserlebnis geniessen?

Wie ein gutes Glas Wein, bewusst und mit allen Sinnen. Beim Essen von guter Schokolade mit einer breiten Aromenvielfalt und hohem Kakaoanteil wird man sensorisch verwöhnt. Daher muss man nicht eine ganze Tafel aufs Mal essen. Es reicht schon ein kleines Stück.

Wo kaufen Sie selbst Süsses? Steht Ihnen einmal der Sinn nach anderem als der eigenen Schokolade?

Auf dem Wochenmarkt finde ich frische Früchte direkt vom Produzenten. Im Bachser Märt oder im Kolonialwarenladen Schwarzenbach gibt es tolle Trockenfrüchte. Berg und Tal im Viadukt bietet eine schöne Auswahl an Schokoladen, besonders Garçoa-Schokolade ist sehr empfehlenswert.

Interview: Anna Kaminsky



FOTOS: BEAT MUMENTHALER, NICOLAS DUC, LUKAS LIENHARD, LUCIA HUNZIKER