



Frisch aus dem Hochbeet:
Chefkoch Thomas schneidet
Kräuter, die direkt in der Küche
weiterverarbeitet werden.

—INTERVIEW

Partnerschaften mit Wurzeln

Hotel Vigilerhof, Seis am Schlern.

Familie Marmsoler führt ihren Betrieb mit einer klaren Philosophie: Verantwortung vor Ort. Wie daraus ein lebendiges Netz an Partnerschaften gewachsen ist und welchen entscheidenden Unterschied die Küche macht, erzählt Juniorchefin Sophia Marmsoler.


Von unseren Höfen.
Für unsere Teller.

Partnerschaften mit umliegenden Höfen gehören bei euch zum Alltag. War dieses Bewusstsein für lokale Kreisläufe schon immer da oder ist es ein Impuls, den die junge Generation neu gesetzt hat?

Es sind vielmehr unsere Wurzeln, die weiterwachsen. Meine Mutter stammt von einem Bauernhof, mein Vater aus einer Metzgerfamilie. Mein Bruder Florian und ich sind mit dieser tiefen Verbindung zur Landwirtschaft aufgewachsen; für uns war es völlig normal, in den Ställen der Verwandten und Nachbarn zu sein. Das prägt das Verständnis für ein Produkt und die Wertschätzung für die Arbeit, die dahintersteckt. Unsere Eltern haben uns vorgelebt, dass ein Hotelbetrieb auch eine soziale Verantwortung trägt: Wir möchten dazu beitragen, dass Bäuerinnen und Bauern von dem leben können, was sie mit Herzblut aufbauen.

Lokale Partnerschaften erwachsen oft aus persönlichem Vertrauen. Wie entstehen

die Kontakte zu den Höfen, von denen ihr eure Produkte bezieht?

Das geschieht meist auf sehr direktem, nachbarschaftlichem Weg. Unser Lammfleisch stammt beispielsweise aus der Zucht meines Partners Thomas, der Bauer und gleichzeitig Chefkoch im Vigilerhof ist. Gemüse beziehen wir oft von seinem Nachbarn, Beeren, Schweinefleisch oder Apfelsaft kommen von anderen Höfen aus der Umgebung. Manche dieser Kooperationen laufen regelmäßig, andere ergeben sich spontan. Wenn unser Nachbar ein Rind schlachtet, nehmen wir es gerne. Oft kommen Produzent:innen auch direkt im Hotel vorbei und bieten an, was sie haben. Wir sind immer für das zu haben, was die Saison gerade bietet.

Das klingt nach einer logistischen Herausforderung. Wie groß ist der organisatorische Aufwand hinter dieser Vielfalt?

Er ist tatsächlich gut handhabbar. Da unser Hotel direkt an der Hauptstraße liegt, liefern



Sophia Marmsoler setzt auf enge Partnerschaften mit Höfen aus der Umgebung – das zeigt sich auch in den Gerichten, die im Hotel Vigilerhof serviert werden.





die meisten Produzent:innen ihre Waren bei uns an. Natürlich ist der bürokratische Aufwand größer, aber wir bleiben unseren Prinzipien treu: Uns sind Qualität und Herkunft wichtiger als der Komfort, alles auf einer einzigen Sammelrechnung eines Großlieferanten zu finden.

—Wir sind immer für das zu haben, was die Saison gerade bietet.

Dein Partner Thomas ist gleichzeitig Chefkoch im Vigilerhof. Wie reagiert die Küche auf Produkte, die vielleicht erst am Tag zuvor angekündigt wurden?

In unserer Küche ist Flexibilität die wichtigste Zutat. Thomas ist sehr kreativ. Für ihn ist es kein Problem, spontan auf das Angebot zu reagieren, sondern eine Bereicherung. Je nach Produktmenge entstehen feine Cremes oder besondere Beilagen. Selbst wenn das Menü bereits geplant ist, lässt sich fast immer ein Element durch ein frisches, lokales Produkt ersetzen.

Bauer und Koch in einer Person: Wie verändert diese Doppelrolle die Arbeit am Herd?

Sie macht vieles einfacher. Thomas ist ein Glücksfall. Er teilt unsere Einstellung, weil er selbst so aufgewachsen ist. Mein Vater hat

ihm sein Wissen um die Fleischverarbeitung weitergegeben – bei uns wird jedes Teil des Tieres verwertet.

Wie wirkt sich diese Überzeugung auf den restlichen Betrieb aus?

Wir arbeiten in allen Bereichen gegen Verschwendung, natürlich auch bei den Lebensmitteln. Was dennoch übrig bleibt, kriegen unsere Minischweine. Dass wir möglichst viel nutzen und möglichst wenig wegwerfen wollen, darauf weisen wir auch unsere Hotelgäste hin.

Den Gästen das Thema Nachhaltigkeit nahezubringen, ohne belehrend zu wirken, ist eine Kunst. Wie schafft ihr die Balance zwischen Bewusstseinsbildung und Urlaubsfreude?

Es ist nicht immer einfach, unsere Haltung zu vermitteln. Aber seit wir unsere Bemühungen – die sind mittlerweile auch zertifiziert – aktiver kommunizieren, wächst das Verständnis. Wir nutzen Broschüren und Aufsteller am Frühstücksbuffet, aber das wohl wichtigste Medium sind unsere Mitarbeiter:innen. Sie lernen bei Betriebsausflügen die Produzent:innen persönlich kennen und können so Geschichten, die hinter den Produkten stecken, erzählen. Wir haben gemerkt: Sobald ein Produkt ein Gesicht bekommt, steigt die Nachfrage. Wenn wir erklären, dass der Apfelsaft im Cocktail vom Hof im Nachbarort stammt, wird er häufiger bestellt.

Ihr macht Herkunft und lokale Zusammenarbeit sichtbar. Welche Formate kommen bei den Gästen besonders gut an?

Unsere wöchentliche Küchenparty ist ein Highlight. Die Gäste kommen zu Thomas in die Küche, schauen ihm über die Schulter, während er von seiner Arbeit erzählt. In dieser lockeren Atmosphäre wird die Herkunft der Lebensmittel zum Erlebnis. Mit meinem Bruder, der in unserem zweiten Hotelbetrieb in St. Valentin in Kastelruth arbeitet, denken wir zudem daran, Genussangebote zu entwickeln, bei denen die Gäste unsere Partnerhöfe besuchen und ins Gespräch kommen können.

Was bräuchte es, damit lokale Kreisläufe zwischen Landwirtschaft und Gastronomie noch besser funktionieren?

Es braucht auf beiden Seiten ein tieferes Verständnis füreinander. Grundsätzlich finde ich es wichtig, dass wir alle erkennen, wie sehr wir von der Landschaftspflege der Landwirt:innen profitieren. Konkret hilft uns in der Gastronomie eine klare Kommunikation vonseiten der Produzent:innen: Was ist momentan verfügbar? Welches Produkt demnächst? Für uns als Betrieb sind verlässliche Partnerschaften wichtig. Wenn wir gemeinsam planen können, welche Mengen welcher Produkte benötigt werden, dann profitieren beide Seiten. Wenn die Kommunikation funktioniert, hat jeder etwas davon.

Drei Dinge, die du vom Vigilerhof mitnehmen kannst

Eine zweite Chance geben. Altes Brot wird geröstet, verfeinert und im Saunabereich als Snack angeboten: So werden Lebensmittel sinnvoll weiterverarbeitet.

Mitarbeiter:innen mitnehmen.

Ein Betriebsausflug zur Käserei, ein Besuch am Bauernhof, ein Briefing zu den Produkten am Frühstücksbuffet. Wer weiß, was serviert wird, kann es auch dem Gast erzählen.

Klare Kommunikation. Wer Gästen verständlich vermittelt, warum bestimmte Entscheidungen bewusst getroffen werden – etwa, dass Kosmetiksets nur auf Anfrage bereitliegen –, fördert das Verständnis und reduziert Rückfragen oder Beschwerden.



Hinter jedem dieser Porträts steht das Netzwerk **alma**. Was in der Dolomitenregion Seiser Alm auf den Teller kommt, entsteht nicht zufällig – es ist das Ergebnis enger Abstimmung zwischen Landwirt:innen und Gastronom:innen. Sie besprechen Mengen, passen Wege an und entscheiden gemeinsam, was wachsen kann und wie es seinen Weg vom Hof auf den Teller findet. So entsteht ein lokaler Wirtschaftskreislauf, in dem Angebot und Nachfrage zusammenfinden – getragen von Vertrauen und Verlässlichkeit.

alma ist kein Label und keine Kampagne, sondern ein Netzwerk, das diese Zusammenarbeit sichtbar macht: konkret und nah am Alltag der Menschen, die hier arbeiten und wirtschaften.

—seiseralm.it/alma