



Georg Jaider vor der Tschötsch Alm: Für ihn ist die Zusammenarbeit mit lokalen Produzent:innen Teil seines Konzeptes.

—INTERVIEW

Was auf dem Weg liegt

Tschötsch Alm, Seiser Alm. Seit zehn Jahren bewirbt Georg Jaider Gäste auf dem Puflatsch. Vieles, was auf den Teller kommt, wächst unten im Tal am Hof des Bruders oder stammt von den Höfen entlang des Weges zur Almhütte. Im Gespräch erklärt er, warum die Logistik dabei oft die größte Herausforderung ist.

alma
Von unseren Höfen.
Für unsere Teller.

Chefkoch Michael verarbeitet in der Küche der Tschötsch Alm, was Hof und Umgebung gerade liefern: von Eiern bis zu selbstgemachten Nudeln.



Schon vor der Eröffnung der Tschötsch Alm hast du in deinem Betriebskonzept als Leitbild „beispielhafte Zusammenarbeit zwischen Gastronomie und Landwirtschaft“ festgelegt. Warum ist dir das so wichtig?

Weil ich so groß geworden bin. Ich bin auf dem Tschötscherhof in St. Oswald aufgewachsen, da war es selbstverständlich, das zu verwenden, was daheim wächst, und beim Nachbarn das zu holen, was man braucht – auch fürs Gasthaus „Zu Tschötsch“, das zum Hof gehört. Auf der Hütte habe ich mir vorgenommen, das weiterzuführen und dabei besonders auf lokale Produkte zu achten.

Was hat sich seit der Eröffnung verändert?

Es finden immer mehr lokale Produkte den Weg in die Gastronomie, auch weil in den letzten zehn, fünfzehn Jahren mehr Produzent:innen dazugekommen sind. Meist allerdings suchen wir sie. Nur selten kommt jemand von sich aus auf die Gastronomie zu.

Hof und Gasthaus führt heute dein Bruder Andreas, du die Alm. Ist er zugleich dein wichtigster Lieferant?

Vieles beziehen wir von ihm, allen voran die Weine. Auch Fleisch kommt von seinem Hof, seine Tiere stehen ja bei uns auf der Alm. Was darüber hinaus gebraucht wird, holen wir von heimischen Metzgern, verarbeitete Fleischprodukte wie Speck von einem Hof in Kastelruth. Von Andreas kommen zudem

—Wir richten uns nach dem, was da ist, und gestalten daraus die Karte.

Marmeladen, Säfte, Obst und Gemüse; dazu die Menge Kartoffeln, die er nicht selbst im Gasthaus braucht. Hinter der Hütte haben wir einen Kräutergarten angelegt und sammeln auch, was rundherum wächst: Kümmel,



Schafgarbe für Kombucha, wilden Spinat, Fichtensprossen. Vieles davon trocknen, fermentieren oder legen wir ein. Einiges an Obst, Gemüse, Säften und Tees hole ich von den Höfen, die entlang der Strecke zu meiner Almhütte liegen.

Ohne die Küche würde dieses Konzept wohl nicht funktionieren. Wie ist das Team eingebunden?

Vieles geht von unserem Chefkoch Michael aus. Er arbeitet effizient und kreativ und schickt uns auch einmal los, wenn er etwas Bestimmtes braucht – Löwenzahn etwa, der, in Butter verarbeitet, im Orzotto landet. Früher setzte man ein Gericht auf die Speisekarte und fragte sich dann, woher die Produkte dafür kommen sollen. Bei uns läuft das umgekehrt: Wir richten uns nach dem, was da ist, und gestalten daraus die Karte. Das braucht Zeit und man muss sich mit den Produkten auseinandersetzen.

Wo läuft es noch nicht so rund?

Bei uns ist derzeit das Getreide das größte Thema. Ein ideales lokales Produkt, weil es sich gut lagern lässt. Bislang finden wir aber nicht die Mengen, die wir benötigen. Voriges Jahr habe ich einen Sack Gerste von einem lokalen Bauern bezogen und über die gesamte Saison verwendet, als Orzotto beispielsweise oder im Salat. Genau da hin möchte ich: Lokale Produkte übers ganze Jahr verfügbar zu haben. Mittlerweile habe ich mit zwei weiteren Produzenten vereinbart, dass sie Getreide

anbauen, das ich ihnen abnehme. Solche Kooperationen wünsche ich mir mehr.

Verlässliche Zusammenarbeit entsteht nicht über Nacht. Was braucht es dafür?

Sicherheit auf beiden Seiten. Die Produzent:innen müssen wissen, dass sie verkaufen können, was sie anbauen. Die Gastronom:innen müssen sich darauf verlassen, dass zur vereinbarten Zeit auch geliefert wird. Der Einkauf wird dadurch aufwändiger – bequemer wäre es, irgendwo anzurufen oder online zu bestellen. Doch wer sich damit befasst, merkt rasch, dass vieles eine Frage der Organisation ist.

Der Weg von den lokalen Produzent:innen auf den Puflatsch ist nicht kurz. Wie löst du die Logistik?

Ich bin in der glücklichen Lage, ein Gebäude an der Auffahrt zur Seiser Alm zu haben, dorthin lasse ich vieles liefern und nehme es auf meiner täglichen Fahrt zur Hütte mit. Von Höfen entlang der Strecke nehme ich mit, was ich so brauche. Das Brot liefert der Bäcker bis auf die Alm, die letzte Strecke bringe ich es selbst.

Umgekehrt kann man von einer Almhütte auf 2.000 Metern nicht kurzfristig etwas besorgen fahren. Wie löst du das?

Insgesamt ist die Lieferung der Punkt, der mir am meisten Kopfzerbrechen bereitet. Bei lagerfähigen Produkten wie Getreide ist das kein Problem, die kaufe ich auf Vorrat. Komplizierter wird es bei Frischem wie Obst und

Gemüse, das alle paar Tage geerntet wird. Die Lage der Almhütten wie unserer erschwert es, auf lokal Angebautes zurückzugreifen. Weil ich nicht immer weiß, wer was verfügbar hat und es nicht sinnvoll ist, wegen kleiner Mengen lange Wege zu fahren. Trotzdem versuche ich, den Kontakt zu den Produzent:innen bestmöglich zu pflegen und auch für Waren, die wir frisch brauchen, direkt nachzufragen. Das miteinander Reden und Vorbeischauen gehört für mich zu einem vertrauensvollen Verhältnis – und genau das sollte gestärkt, die Zusammenarbeit weiter ausgebaut werden.

Ließe sich das Liefern in einem größeren Netzwerk besser organisieren?

Bei Obst und Gemüse werden lokale Produkte eine Nische bleiben – das Angebot wird den Bedarf nie abdecken können. Die Zusammenarbeit ließe sich jedoch deutlich verbessern. Ich stelle mir eine zentrale Stelle vor, vielleicht einen Gemüsehandel, der das Angebot bündelt: Ein:e Produzent:in hat gerade fünfzig schöne Salatköpfe, vertreibt sie über den Gemüsehändler, der die Betriebe über das Angebot informiert. Wir auf der Tschötsch Alm bestellen zwanzig davon, geliefert werden sie mit den restlichen Bestellungen. So kommen lokale Produkte auch leichter auf die Alm.

Was stellst du dir für den weiteren Weg vor?

Dass die Nachfrage der Gastronomie steigt, denn dann wächst auch das Angebot der Produzent:innen. Je mehr man dem Gast von lokalen Produkten erzählt, desto mehr fragt er danach, und das fordert wiederum die Wirt:innen. Im besten Fall entsteht daraus ein Zahnrad, das ineinandergreift. Die Logistik bleibt dabei jener Punkt, an dem sich entscheidet, wie weit sich dieses Potenzial tatsächlich ausschöpfen lässt.

Drei Dinge, die du von der Tschötsch Alm lernen kannst

Was vorhanden ist, gibt die Richtung vor. Wer lokal und saisonal kocht, gibt ein Stück Planbarkeit ab und schafft dafür Gerichte, die fest in ihrer Region und Jahreszeit verankert sind.

Kurze Wege brauchen gute Organisation. Wer Lieferungen bündelt, bestehende Wege nutzt und gemeinsam denkt, macht auch kleine Mengen wirtschaftlich nutzbar.

Wer erzählt, schafft Nachfrage. Je mehr ein Gast über die Herkunft der Produkte erfährt, desto eher wächst das Interesse daran. Diese Nachfrage kann wiederum dazu beitragen, dass regionale Lebensmittel häufiger ihren Weg auf die Speisekarte finden.



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