



Günther Sader serviert
im Restaurant Zum Turm,
das die Familie Sader seit
drei Jahrzehnten führt.

—INTERVIEW

Nähe allein reicht nicht

Restaurant Zum Turm, Kastelruth.

Familie Sader führt seit drei Jahrzehnten den historischen Turmwirt als Restaurant und Hotel. Günther Sader erzählt von ehrlicher Herkunft, vollständiger Verwertung und davon, warum lokale Kreisläufe oft an ganz praktischen Fragen scheitern.

alma
Von unseren Höfen.
Für unsere Teller.

Das Restaurant ist seit der Gründung der Vereinigung Südtiroler Gasthaus im Jahr 2012 Teil des Netzwerks, dem heute 26 Lokale angehören. Das bedeutet, dass eure Gerichte zu 75 Prozent aus regionalen oder lokalen Produkten bestehen. Was kommt bei euch aus der näheren Umgebung?

Alles, was geht: Brot, Apfelsaft, Tee, Schnaps, Wein. Im Sommer kommen die Kräuter aus unserem Garten. Schwieriger wird es bei den frischen Produkten. Für Obst und Gemüse schauen wir im Sommer beim Bauernmarkt vorbei. Fixe Kooperationen mit lokalen Produzent:innen von Obst und Gemüse gibt es keine.

Beim Fleisch lautet deine Philosophie: Weniger, dafür wissen, woher. Was steckt dahinter?

Fleisch gehört zur traditionellen Südtiroler Küche, wie wir sie hochhalten. Aber ich bin absolut dafür, den Fleischkonsum zu reduzieren. Zugleich sollte, wer Fleisch isst,

hinschauen: Woher kommt es? Wie wurde das Tier aufgezogen? Wurde es quer durch Europa oder gleich um die halbe Welt transportiert? Auch im Kleinen ist es wichtig für mich, zu wissen, woher ein Produkt kommt und wer dahintersteht. Wir arbeiten mit einem Hof in Telfen zusammen, von dem wir seit vielen Jahren zwei Mal im Jahr ein dreiviertel Rind beziehen, einmal im Frühjahr und einmal im Herbst.

Wie funktioniert diese Kooperation und was passiert, wenn die letzten Stücke aufgebraucht sind?

Der Chefkoch – seit zwei Jahren ist das mein Sohn Daniel – schaut am Hof vorbei und sucht sich die Tiere aus, die er haben möchte. Zerlegen und verarbeiten tut sie Daniel selbst. Die edlen Teile wie Filet oder Roastbeef reifen zwei Monate in der Kühlzelle und sind immer schnell weg. Der Rest hält länger: als Gulasch, Ragout, Suppenfleisch, Würste. Die letzten Stücke vom Herbsttier haben wir heuer im Februar und März verarbeitet.



Letzter Handgriff vor dem Servieren: Chefkoch Daniel Sader setzt auf ehrliche Herkunft der Produkte.



Daniel Sader (rechts) ist seit zwei Jahren Chefkoch im Zum Turm. Als einer der wenigen beherrscht er das Zerlegen und Verarbeiten ganzer Tiere – ein Handwerk, das in vielen Küchen selten geworden ist.



Was wir danach brauchen, beziehen wir bei lokalen oder regionalen Metzgereien. Einheimisches Fleisch zu kriegen, gelingt bei den Edelteilen nicht immer, auch wenn wir es versuchen. Man muss halt ehrlich bleiben: Ist das Filet einmal nicht von hier, behaupte ich es auf der Karte auch nicht.

Ein Tier zu zerlegen und vollständig zu verwerten, gehört in vielen Küchen kaum noch zum Alltag. Welche Rolle spielt es für die Linie des Hauses, dass der Chefkoch dieses Handwerk beherrscht?

Eine zentrale. Daniel hat die letzten beiden Jahre vor der Pension unseres früheren Chefkochs eng mit ihm gearbeitet und das Zerlegen gelernt. Heute macht er es selbst und hat mit jedem Stück Fleisch Freude. Ein Tier vollständig zu verarbeiten ist eine Arbeit, die viele scheuen, es ist einfacher, sich zugeschnittenes Fleisch liefern zu lassen. Auch dass Daniel die Tiere selbst ausgesucht hat, macht einen riesigen Unterschied. Er kann den Gäs-

ten erzählen, was auf ihrem Teller liegt: „Das Schnitzel vor dir stammt von einem Tier, das Jahre auf der Seiser Alm verbracht hat.“ Der Gast will eine Geschichte hören, er kommt ja nicht nur zum Essen.

—Auch im Kleinen ist es wichtig für mich, zu wissen, woher ein Produkt kommt und wer dahintersteht.

Beim Gemüse ist die Lage anders als beim Fleisch. Wo stoßt ihr dort an Grenzen?

Auf dem Bauernmarkt hole ich gerne, was sich ergibt. Das Angebot dort reicht aber nie für den Tagesbedarf einer Küche, die Hotel- und Restaurantgäste zugleich versorgen muss. Da greifen wir meist auf Großhändler zurück. Wenn ich es mir aussuchen könnte, wäre der Anteil an lokalem Gemüse in unse-

rer Küche auf jeden Fall höher. Mehr Produkte aus der näheren Umgebung bedeuten am Ende auch weniger Verkehr auf den Straßen – das ist eine Rechnung, die für mich auch zählt.

Wo liegt die Stellschraube, an der gedreht werden müsste, um lokale Kreisläufe in der Gastronomie auszubauen?

In der Logistik. Würden Produzent:innen direkt ins Haus liefern, wäre vieles leichter. Vormittags laufen die Vorbereitungen, mittags ist Service, dann eine kurze Zimmerstunde, abends wieder Service. Die Zeit, hier fünf Kilo, dort zehn Kilo selbst abzuholen, gibt es nicht. Solange die Lieferwege nicht funktionieren, läuft vieles weiter über den Großhandel, obwohl die Bauernhöfe ganz in der Nähe liegen.

Es gab schon Versuche, Produzent:innen für gemeinsame Lieferungen zusammenzuschließen – gescheitert ist es an der Organisation. Wie ließe sich das anders denken?

Eine Möglichkeit wäre, dass mehrere Betriebe gemeinsam einen Lieferdienst organisieren und finanzieren, der die Produkte bei den Höfen abholt und ausliefert – verlässlich und in Mengen, die für beide Seiten passen. Eine andere Option wäre, dass sich Bäuerinnen und Bauern zusammenschließen und den Vertrieb zum Beispiel über einen Gemüsehandel abwickeln, der uns die Produkte liefert. Und nicht zuletzt braucht es Preise, die für beide Seiten funktionieren.

Was ihr vom Restaurant Zum Turm mitnehmen könnt

Glaubwürdigkeit steht an erster Stelle. Wer die Herkunft von Produkten auf der Karte angibt, muss sie auch nachvollziehbar belegen können. Wer über Produzent:innen spricht, sollte ihre Arbeit wirklich kennen.

Lokale Vermarktung funktioniert, wo sich Strukturen verschränken: zum Beispiel, wenn Bäuerinnen und Bauern die Mengen und Sortimente bündeln und Gasthäuser eine Logistik gemeinsam tragen.

Ganzheitliche Verarbeitung schafft Wertschätzung. Wer ein Tier selbst zerlegt und verarbeitet, entwickelt einen anderen Bezug zum Produkt – und kann Gästen Herkunft und Handwerk glaubwürdig vermitteln.



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