



Viele Schritte bis zur
Pasta: Vom Dreschen bis
zum Mahlen passiert
am Obermalid
fast alles am Hof.

—INTERVIEW

Pasta als Familien- angelegenheit

Obermalid, St. Oswald, Kastelruth.

Bei Familie Malfertheiner wächst Getreide, läuft eine Hausmühle – und entsteht Pasta aus Eiern und Mehl direkt vom Hof. Die kleine Nudelproduktion haben Vater Max, Mutter Brigitte und Sohn Philipp mit viel Tüfteln und Geduld aufgebaut.

alma
Von unseren Höfen.
Für unsere Teller.



Brigitte Malfertheiner mit einer Packung handgemachter Fusilli: „Ich mache alles mit unserem Mehl: Brot, Kuchen, Spätzle.“



Im Laufe der Jahrzehnte ist Getreide von den meisten Höfen verschwunden. Ihr habt es zurückgeholt. Warum?

Max: Früher war der Getreideanbau in der Gegend weit verbreitet und auch am Obermalid ein wichtiger Wirtschaftszweig. Wir wollten ihn wiederbeleben, um das Getreide selbst nutzen zu können.

Brigitte: Ich mache alles mit unserem Mehl: Brot, Kuchen, Spätzle. Wir essen sicher fast so viel, wie wir verkaufen.

Max: (schmunzelt) Na, das nicht gerade.

Ihr habt zwölf Milchkühe, 7.000 Hühner und bietet Urlaub auf dem Bauernhof an, im Untergeschoss des Wohnhauses fertigt ihr in Handarbeit Fusilli, Campanelle, Pizzoccheri an: Wie seid ihr zu Pastamacher:innen geworden?

Philipp: Bei einem Praktikum in Deutschland habe ich die Produktion von Eierteignudeln kennengelernt. So ist eines zum anderen gekommen und wir haben entschieden, es mal mit Getreide und der Pastaproduktion zu versuchen. Das war um das Jahr 2017. Heute bauen wir auf knapp einem Hektar Getreide an.

Max: Wir hatten damals am Hof Äcker übrig. Die Kühe bekamen genug Heu von unseren Wiesen, die Hühner brauchten nicht so viel Fläche. Außerdem fallen bei unseren Freilandhühnern immer wieder Eier an, die zu groß für den Verkauf sind und die wir gut für die Nudeln verwenden können. Heute kommen wir auf insgesamt 1.500 Kilogramm Getreide im Jahr. Keine große Menge, aber für unsere Vollkornnudeln verwenden wir ausschließlich unser Mehl.

Was wächst bei euch und was geschieht zwischen Feld und Teller?

Philipp: Wir probieren immer wieder Neues. Begonnen haben wir mit dem typischen Nudelgetreide Hartweizen. Das hat aber nicht gut funktioniert. Mittlerweile verwenden wir für die Pasta nur Dinkel und Buchweizen. Letzteres ist ja eigentlich kein Getreide, wir brauchen es für unsere Pizzoccheri. Roggen und Gerste bauen wir auch an, allerdings nur für Mehl und Korn.

—Für unsere Vollkornnudeln verwenden wir ausschließlich unser Mehl.

Max: Auf dem Acker sind meist Philipp und ich am Werk. Alle Schritte, bis auf das Spelzen des Dinkels – dafür fahren wir in den Vinschgau –, passieren hier am Hof: Wir dreschen, trocknen und mahlen unser Getreide selbst. Die Mühle läuft abends, am Morgen darauf verarbeiten Brigitte oder Philipp das Mehl frisch zu Nudeln.

Philipp: Das Trocknen war am Anfang das Schwierigste.

Brigitte: Ja, das ist der kritischste Moment, da kann viel schief gehen. Zu schnell getrocknet, zerfallen die Nudeln beim Kochen. Zu langsam, bildet sich Schimmel. Philipp hat die Trockenanlage computerisiert. Die Luftfeuchtigkeit reguliert sich automatisch.

Wo verkauft ihr eure Teigwaren und anderen Erzeugnisse?

Brigitte: Die Nudeln, das Mehl und das Korn verkaufen wir hauptsächlich im Konsummarkt in Kastelruth und in einem Bauernladen in Meran. Dazu kommen Geschenkkörbe für Weihnachten – da gehen schon mal ein paar hundert Packungen Pasta auf einmal raus.

Max: Ab und zu kauft ein Gastbetrieb ein paar Kilo Nudeln oder Mehl. Aber eine regelmäßige Zusammenarbeit gibt es nicht.

Vollkornnudeln, wie ihr sie herstellt, entsprechen nicht der typischen Pasta aus dem Supermarkt. Sie sind dunkler in der Farbe, intensiver im Geschmack, teurer im Preis. Zögert die Gastronomie deshalb?

Brigitte: Bei uns bleibt der Keimling im Vollkornmehl. Das macht die Nudeln nährstoffreicher, sättigender, aber natürlich auch anspruchsvoller im Geschmack – anders als der Gaumen es von der Industrie gewohnt ist.



Max: Dass sie gesünder sind – auch weil wir auf dem Acker keine Pflanzenschutzmittel einsetzen –, ist für die Gastronomie in dem Moment uninteressant. Eine größere Rolle spielt der Preis. Wir wissen, dass wir teurer sind. Aber wir kaufen kein Gramm Getreide dazu, produzieren nur so viel Pasta, wie unser Acker hergibt.

Brigitte: Was uns wirklich stört: Manche führen unsere Produkte das ganze Jahr über auf der Menükarte an – „Strudel mit Mehl vom Obermalid“ –, kaufen aber nur einmal ein Kilo. Ich sage dann: Schreibt es lieber erst gar nicht auf die Karte, wenn ihr es nicht ernst meint.

Wenn die Nachfrage größer und verbindlicher wäre, könntet ihr euch vorstellen, die Produktion auszubauen?

Max: Potenzial ist auf alle Fälle da. Wir hätten die Möglichkeit, mehr Getreide anzubauen. Aber was wir tun, tun wir vor allem aus Idealismus, wir müssen nicht von der Pastaproduktion leben. Sollte die Nachfrage nach unseren Teigwaren wachsen, wäre es natürlich einfacher, Getreide zuzukaufen und so die Produktion zu steigern. Das entspricht aber nicht unserer Überzeugung. Da sind wir stur.

Philipp: Wenn wir in Zukunft vielleicht das Fünffache anbauen würden – weil es verlässliche Abnehmer gibt –, könnten wir auch günstiger verkaufen.

Brigitte: Das ist der eigentliche Schlüssel. Wenn ein Gastbetrieb sagt: Ich nehme übers Jahr eine bestimmte Menge ab, dann können wir planen. Dann lässt sich etwas aufbauen. Aber es braucht Geduld auf beiden Seiten. Getreide wächst nicht auf Bestellung.

Drei Dinge, die du vom Obermalid lernen kannst

Local Highlight. Um die Wertschätzung für lokale Produkte sichtbar zu machen, muss nicht der gesamte Speiseplan umgestellt werden. Ein Gericht mit einheimischer Pasta als Highlight auf der Menükarte reicht – und ist vielen Gästen auch mehr wert.

Verbündete in der Küche.

Köch:innen haben oft mehr Einfluss als gedacht – wer sie überzeugt, lokale Produkte auszuprobieren und damit zu kochen, hat den wichtigsten Schritt schon gemacht.

Begeisterung ist ansteckend.

Nischen können leben, wenn Generationen sie gerne weitertragen – nicht aus Pflicht, sondern aus Überzeugung. Das gilt für Produzent:innen genauso wie für alle, die mit ihnen zusammenarbeiten wollen.



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