



Frisch aus dem Ofen:
Brot aus der Backstube von
Bäckermeister Klaus
Oberprantacher in Seis.

—INTERVIEW

Was gutes Brot ausmacht

Bäckerei Oberprantacher, Seis. In Klaus Oberprantachers Backstube entstehen Brot und Backwaren für Einheimische und Hotelbetriebe. Der Bäckermeister erzählt, warum ein lokales Produkt mehr braucht als gute Zutaten – und was seinem Handwerk den Garaus machen könnte.


Von unseren Höfen.
Für unsere Teller.



Klaus Oberprantacher versorgt mit seiner Bäckerei Einheimische und Hotelbetriebe in Seis. Für sein Hoamatleabele verwendet er ausschließlich lokales Getreide, das er selbst zu Vollkornmehl mahlt, sowie Rohmilchbutter von einem Hof in der Nähe.



Heute steht Brot oft selbstverständlich auf dem Tisch, ohne dass man ihm große Aufmerksamkeit schenkt. Früher konnte es selbst eine Mahlzeit sein. Hat sich sein Stellenwert verändert?

Für viele schon. Brot ist für einen großen Teil der Konsument:innen zur stillen Beilage geworden. Nur gut genug, um den Teller sauber zu machen. Dabei steckt viel mehr drin, als die meisten ahnen. Ein gut gemachtes Sauer Teigbrot hält die Darmflora auf Trab. Die wiederum beeinflusst Hormone, Schilddrüse, Gehirn. Ich versuche, dieses Wissen weiterzugeben, zum Beispiel bei Backkursen. Mir ist es wichtig, zu vermitteln, was es bedeutet, Brot herzustellen, welcher Aufwand dahintersteckt. Wer das einmal verstanden hat, schaut vielleicht anders auf das, was auf dem Tisch liegt.

Mit dem Hoamatleabele hast du versucht, diesen Gedanken in ein konkretes Produkt zu übersetzen: lokales Getreide, eigene Mühle, Rohmilchbutter von nebenan.

Ja genau. Für mich war von vornherein klar: Wenn ich schon lokales Getreide verwende, dann nur das. Ich mische es nicht mit konventionellem Mehl, dafür ist es viel zu wertvoll. Das Korn, das ich von einem Bauern aus Kastelruth erhalte, mahle ich in meiner Mühle zu Vollkornmehl. Denn im Vollkornmehl steckt am meisten vom Getreidekorn. Dazu kommt Rohmilchbutter von einem Hof in der Nähe. Beides hat seinen Preis und das schlägt sich im Endprodukt nieder.

Was macht es so schwierig, ein Produkt wie das Hoamatleabele zu verkaufen?

Zum einen gibt es eine Geschichte hinter



dem Produkt, die auch den Preis rechtfertigt. Diese zu erzählen, dazu fehlt im Verkauf einfach oft die Zeit. Das ist eine der Schwierigkeiten. Der Name „Hoamatleabele“ ist ganz bewusst dialektal eingefärbt. Aber nicht alle verstehen auf den ersten Blick, was das überhaupt bedeutet. Dann ist da die Sache mit den Labels: Wer sich im Urlaub gesund ernähren will, orientiert sich schnell an Biosiegeln. Biozertifiziertes Brot kann ich aber nicht anbieten, weil ich dafür den gesamten Betrieb umstellen müsste und dann der Hotellerie nicht mehr zu einem wettbewerbsfähigen Preis liefern könnte. Auch nicht unwichtig: Ein Vollkornbrot wie das Hoamatleabele muss man mögen. Es hat Biss, einen kräftigen Geschmack, es sättigt – das ist nichts für jeden Gaumen.

Deine Backstube liegt am Dorfrand, dein Geschäft im Zentrum von Seis. Aber die gute Lage und die Tatsache, dass Seis ein beliebter Ferienort ist, machen es dem Hoamatleabele nicht unbedingt leichter. Warum ist das so?

Als Bäcker brauchst du viele Leute, die an deinem Geschäft vorbeigehen. Und davon ist nur ein Teil bereit, sich vollwertig zu ernähren und auf anderes zu verzichten, um sich hochwertige Lebensmittel wie das Hoamatleabele leisten zu können. Mit unserer Bäckerei sitzen wir außerdem zwischen zwei Welten: Bei

schlechtem Wetter fahren die Gäste in die Städte ins Tal, bei schönem Wetter sind sie oben auf der Seiser Alm. Allein schon deshalb kommen wir nie auf die hohe Frequenz an Laufkundschaft, die es braucht, damit sich ein lokales Premiumbrot trägt.

Die Hotellerie beliefert du seit Langem. Das Hoamatleabele hat sich dort aber nie wirklich durchgesetzt. Woran liegt das?

Auch in der Hotellerie ist beim Einkauf der Preis eines der Hauptkriterien. Das Frühstücksbrot beziehen viele noch von lokalen

—Mir ist es wichtig, zu vermitteln, was es bedeutet, Brot herzustellen, welcher Aufwand dahintersteckt.

Bäckereien – das läuft. Aber fürs Abendessen und die Dreiviertelpension wird immer häufiger anonyme, günstige und stets verfügbare Aufbackware verwendet, wo der effektive Produktionsort meist nicht nachvollziehbar ist. Diese Tiefkühl-Ware wird oft über sehr lange Strecken transportiert und enthält deshalb notwendigerweise diverse Stabilisierungs- und Konservierungsmittel. Ich habe mich auch hier dem Markt und den Verpfle-

gungskonzepten der Hotellerie angepasst und biete meine in Seis produzierten Mini-Gebäcke auch als Aufback-Ware an. Mit hochwertigen Zutaten und sehr kurzen und deshalb nachhaltigen Transportwegen. Eine Herausforderung wird sein, das Hoamatleabele im Kleinformat und als Aufback-Version weiterzuentwickeln und anzubieten.

Weder die Herausforderungen mit dem Hoamatleabele noch der Vormarsch der Tiefkühlware hat dir die Lust am Bäckerdasein genommen. Was treibt dich an?

Ich habe nach wie vor Freude an meiner Arbeit. Und wenn es so weiterläuft wie bis jetzt, passt es auch. Allerdings weiß ich nicht, wohin die Entwicklung geht – geopolitisch, wirtschaftlich. Wenn Lieferketten ins Wanken geraten und Betrieben bewusst wird, dass lokale Hersteller mit kurzen Lieferwegen nachhaltiger produzieren können, ist das vielleicht eine Chance. Ich denke da an die verschiedenen Nachhaltigkeits-Labels, die von manchen Hotel- und Gastbetrieben angestrebt werden. Nachhaltig wirtschaften heißt auch, sich auf lokale Hersteller und kleine Wirtschaftskreisläufe zu stützen. Ob Appelle diesbezüglich Gehör finden, weiß ich nicht. Was ich weiß: Das Hoamatleabele mache ich aus Idealismus. Genauso wie die Backkurse – die kommen gut an, machen mir Freude, und ich habe das Gefühl, dass ich etwas weitergebe, das über das Brot hinausgeht. Und das Hoamatleabele gehört dazu.

Was du von der Bäckerei Oberprantacher lernen kannst

Sichtbarkeit zählt. Wer hochwertiges lokales Brot serviert, sollte es auch entsprechend hervorheben – nicht versteckt auf der letzten Seite der Speisekarte, sondern dort, wo Gäste es sehen und bewusst wahrnehmen.

Wissen schafft Wert. Wer versteht, wie viel Arbeit und Qualität in einem Brot steckt, ist eher bereit, es wertzuschätzen – und auch einen angemessenen Preis dafür zu bezahlen.

Regionalität konsequent denken. Lokale Zutaten allein reichen nicht – erst durch Verarbeitung, Haltung und Kommunikation entsteht ein stimmiges Gesamtprodukt.



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