

SAVOIR FAIRE

Die Nose-to-Tail-Initiative von Proviande

Nose-to-Tail Praxisbeispiel

Wirtschaft Ziegelhütte

**Regional und authentisch,
traditionell und innovativ**

Die Wirtschaft Ziegelhütte liegt auf Zürcher Stadtgebiet am Waldrand über Schwamendingen und ist gleichzeitig Landbeiz und Quartierbeiz. Alle Produkte stammen aus nächster Umgebung, von Schweizer Bauern und Kleinproduzenten. So auch das Fleischangebot: Traditionelle und raffinierte Nose-to-Tail-Kreationen bilden einen festen Bestandteil des Angebots der Ziegelhütte.



Rose Lanfranchi und Stefan Tamò, Gastgeber in der Wirtschaft Ziegelhütte seit 2010.

Konzept und Erfolgsfaktoren

Die Ziegelhütte kauft ganze Tiere ein und verwertet alle Komponenten. Bei Bedarf werden Einzelstücke dazugekauft (z.B. Herz für die Rindsmetzgete). Um alles vom Tier an den Gast zu bringen, setzt die Ziegelhütte auf Kreativität und Flexibilität in der Verarbeitung und Vermarktung sowie auf einen engen Austausch mit Produzenten und Lieferanten.

Kreativität

Mit unterschiedlichen Methoden werden in der Ziegelhütte auch weniger «edle» Stücke aufgewertet. z.B. durch

- Nutzung geeigneter Technologien (z.B. Sous-vide oder Niedergaren)
- Anwendung anderer Schnitte (z.B. Short Ribs vom Rind)
- Verwendung unüblicher Stücke (z.B. Hanger oder Skirt Steak).

Zur Verwertung des anfallenden Hack- und Wurstfleisches bietet die Ziegelhütte selbstgemachte Burger und Würste an.

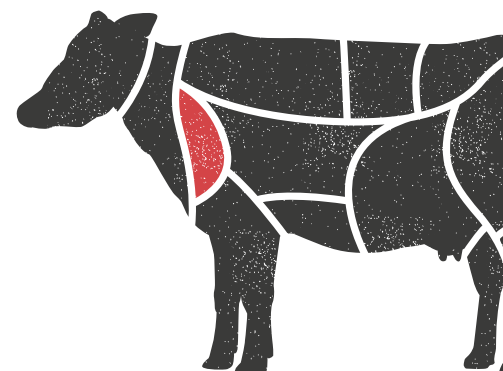
Austausch mit ausgewählten Produzenten und Lieferanten

Eine flexible Menüplanung, die Verwendung unüblicher Schnitte und Stücke sowie Spezialangebote (z.B. Gmües- und Rindsmetzgete, siehe nächste Seite) erfordern einen engen Austausch mit Produzenten und Lieferanten. Von diesem Austausch profitieren auch die Lieferanten der Ziegelhütte, die nun neue Produkte ins Sortiment aufgenommen haben.

Flexibilität

Wird ein Gericht wenig nachgefragt, wird das Angebot angepasst. Hierbei werden unterschiedliche Dinge ausprobiert, bis das Angebot Anklang findet (z.B. andere Zubereitungsart, neue Kombinationen oder Wechsel vom Abend- ins Mittagmenü).

«Wir setzen auf das Potenzial und die Kreativität unserer Chefköchin Sibylle Angst: Auch Nicht-Edelstücke und Innereien interpretiert und kombiniert sie immer wieder neu, um den Gästen ein abwechslungsreiches Angebot zu präsentieren. Das zahlt sich aus.»
Rose Lanfranchi



Rinds- und Gemüsemetzgete



1



2



3



4



5



6

Alles vom Tier zu verwerten gehört in der Ziegelhütte zum Alltag. Während der Spezialwochen wird dies aber besonders zelebriert, wie hier im Beispiel der Rinds- und Gemüsemetzgete. Wie beim Fleisch wird auch beim Gemüse auf eine möglichst vollständige Verwertung geachtet – von Nose to Tail und von Leaf to Root.

1: Pastrami mit Kabissalat auf Bio-Brot und Craftbeer Shot / 2: Markknochen, Pulled Haxe mit Hülsenfrüchten, Fenchel-Rucola-Salat / 3: Herzspießli mit Süsskartoffelchips und Tomatensalsa / 4: Zunge mit Mönchsbar, Spargel und Ei / 5: Ochsenschwanz-Chips mit Kraftbrühe / 6: Skirtsteak, Sausage, Short Ribs

Top-Tipps

- ✓ **Offene Menüsprache verwenden:** Nicht bei jedem Gericht müssen im Menü die Zutaten detailliert beschrieben werden. Eine offene Menüsprache lässt Raum für Variationen im Angebot. So können z.B. für Tagliata (dünn geschnittenes Rindfleisch) unterschiedliche Stücke verwendet werden.
- ✓ **Den Gästen «Aussergewöhnliches» schmackhaft machen:** Aussergewöhnliche Gerichte eher in die Vorspeise nehmen, wo die Portionen kleiner und die Preise tiefer gehalten sind. So trauen sich die Kunden eher, etwas Neues auszuprobieren. Wenn es gut war, trauen sie sich beim nächsten Mal schon etwas mehr.



Wirtschaft Ziegelhütte
CH-8051 Zürich
044 322 40 03
info@wirtschaft-ziegelhuetten.ch
www.wirtschaft-ziegelhuetten.ch

Savoir-Faire: Der Fleischkonsum hat sich in den letzten Jahren stark verändert. Während sich Edelstücke einer zunehmenden Beliebtheit erfreuen, finden weniger beliebte Teile immer seltener den Weg auf den Teller. Mit dem Ziel, Fleischfachleute und Gastronomen bei der Verarbeitung und Vermarktung des ganzen Tiers zu unterstützen, hat Proviande das Projekt Savoir-Faire initiiert.



Proviande Genossenschaft
CH-3001 Bern, 031 309 41 11
www.proviande.ch/sf