

Unkraut zum Essen: Trend oder Irrsinn?

Jetzt soll man auch noch das Unkraut essen!? Ja gerne, sagen die Spitzenköche der exklusiven Gourmetrestaurants. Und die Kunden applaudieren. In Deutschland setzen sich Wildkräuter mehr und mehr durch. In der Schweiz bestehen für solche Raritäten durchaus Marktchancen. An die Qualität werden jedoch sehr hohe Anforderungen gestellt.

Lassen Sie sich vom Genuss eines gemischten Salats verführen, bei dessen Verzehr Ihr Gaumen von einem verführerischen Geschmacksbouquet verzaubert wird. Dabei kontrastiert das leicht süssliche Aroma von jungem Mais herrlich mit der angenehmen Säure einer frischen Zitrone, die sanften Bittertöne vom Lauch durchdringen die knackige Mixtur aus Karotte und Petersilie. Der liebeliche Biss junger Erbsen verfeinert die aufdringliche Senfschärfe. Abgerundet und dezent untermalt wird dieses Gericht von einer Vinaigrette aus Haselnuss- und Maisöl, Weissem Balsamico, Gemüsebouillon, Honig, Salz und Pfeffer.

Was im ersten Moment nach einem herkömmlich gemischten Salat tönt, offenbart sich als seltene Speise, bestehend aus einheimischen Wildkräutern, wie der Vogelmilch, dem Sauerampfer, dem Giersch, dem Ackerheller-, Leim- und Franzosenkraut, der Melde sowie den zarten Blättern des Gelbsenfs.

Salat aus Beikräutern

Beim Wildkräutersalat handelt es sich um eine Salatmischung aus saisonal verschiedenen zusammengesetzten Wildkräutern. Alle diese Kräuter finden sich in frei-

er Wildbahn – an Weg- und Strassenrändern, auf Feldern und Wiesen. Viele gelten in der Landwirtschaft als Unkräuter. Dass diese Kräuter mit ihrer geschmacklichen Vielfalt – sie reicht von sauren über bittere bis zu süssigen Aromen – und ihren ästhetischen Reizen jedoch einen hohen Genuss und eine kulinarische Bereicherung darstellen können, geriet in Vergessenheit. Mit der Produktinnovation Wildkräutersalat sowie anderen kulinarischen Verwendungen der einzelnen Kräuter soll diese vergessene Vielfalt wieder zurück in die Küche und damit in die Ernährung unseres Alltags finden.

Der Gedanke, sich von ansonsten meist unliebsamen Ackerunkräutern einen Salat, eine Suppe oder ein Eis zuzubereiten, mag absurd scheinen. Doch gerade darin könnte die Faszination unserer einheimischen Wildkräuter liegen. Tönt unglaublich, wird aber im nordostdeutschen Mecklenburg-Vorpommern seit nunmehr sechs Jahren erfolgreich praktiziert.

80 Unkräuter im Angebot

Das Unternehmen «Essbare Landschaften GmbH*» betreibt eine fünf Hektaren grosse Gärtnerei der besonderen Art. Das Unternehmensziel besteht darin, essbare Wildkräuter zu kultivieren und diese frisch und gewaschen als Delikatessen an die Spitzengastronomie zu vermarkten.

Inzwischen umfasst das Angebot der Gärtnerei mehr als 80 verschiedene Kräuter, Gemüse und Salate. Neben den klassischen Küchenkräutern wird eine einzigartige Auswahl verschiedener Wild- und Würz-

kräuter mit wohlklingenden Namen wie Speisechrysantheme, Gundelrebe, Myrrhenkerbel oder Bronzefenchel gezogen. Diese werden nach Biorichtlinien angebaut und auf Bestellung täglich frisch geerntet, sortiert und sorgfältig gewaschen.

Pflückfrisch und küchenfertig verschickt, bereichern die Spezialitäten der «Essbare Landschaften GmbH» die Speisekarten von gut 500 Restaurants in ganz Deutschland. Im unternehmenseigenen Kräuterkochbuch werden die «Wilden Kräuter für die Küche» beschrieben. Und gleichzeitig kann darin in Erfahrung gebracht werden, was sich daraus zaubern lässt – zum Beispiel Früchtegratin mit Bronzefenchel-Safran-Eis oder Pfannkühle mit Süssdolde. Die Kultivierung, Pflege und Ernte der Kräuter ist jedoch mit viel Fachwissen und aufwändiger Handarbeit verbunden, was sich entsprechend in hohen Preisen niederschlägt.

Wo steht die Schweiz?

Was in Deutschland von einem kleinen Pionierunternehmen erfolgreich umgesetzt wird, könnte auch in der Schweiz Erfolgsaussichten haben. Dies hat eine qualitative Untersuchung im Rahmen einer Diplomarbeit an der ETH Zürich aufgezeigt. Sie untersuchte das Absatzpotenzial essbarer Wildkräuter mit Interviewbefragungen in den Bereichen Gastronomie, Biofach- und Detailhandel. Das Hauptaugenmerk richtete sich dabei auf die gehobene und alternative Gastronomie, also jene kulinarischen Gaststätten, welche von Guide Michelin oder Gault Millau mit Sternen oder Punkten ausgezeichnet werden.

In der gehobenen Gastronomie erweckten die vorgestellten Wildkräuter gespanntes Interesse und regten umgehend die Phantasie der befragten Kochgilde an. Als Trendsetter im Ernährungsbereich sind Spitzenköche auf der steten Suche nach ausgefallenen Produkten, um der anspruchsvollen Kundschaft Innovationen und exquisite Kreationen bieten zu können.



Anbau qualitativ hoch stehenden Unkrauts in Mecklenburg-Vorpommern.

zvg



Fotos: Anne Freidank

Heimisch und doch exotisch

Für viele Köche würden sich dank der geschmacklichen Vielseitigkeit der Wildkräuter neue kulinarische Möglichkeiten eröffnen – heimisch und doch exotisch – womit gleichzeitig dem allgemeinen gesellschaftlichen Trend hin zu mehr Regionalität und Naturnähe entsprochen werden könnte. «Ein Bedürfnis für solche Produkte besteht mit Sicherheit», erklärt Peter Moser, Küchenchef im «Les Quatre Saisons» in Basel. «In unserem Restaurant verlangt der Gast, dass ich ihm stets neue kulinarische Leckerbissen serviere, die sich vom Alltäglichen abheben.» Ausgefallenheit und Naturgerechtigkeit seien Produkteigenschaften, die den heutigen Konsumentenbedürfnissen nachkämen. Essbare Wildkräuter entsprechen diesen Vorgaben aufs Beste.

Als mögliche Kaufbarriere wurde hauptsächlich die Produktqualität genannt. «Die Frische und Qualität der

Kräuter sowie eine sauber abgewickelte Lieferung, pünktlich, termingerecht und zuverlässig, diese Aspekte sind für mich von zentraler Bedeutung, alles andere ist nicht so wichtig», erklärt Werner Martin vom Restaurant «Martin» in Flüh SO, und Francis Colomb vom «Hotel Drei Könige» in Basel ergänzt: «Die Frische und Qualität stellen die Basis unserer täglichen Kunst dar. Wenn wir gegenüber dem Kunden gute und korrekte Arbeit leisten wollen, dann brauchen wir unbedingt Produkte der ersten Kategorie, Qualitätsprodukte. Mit Basisprodukten kann man keine hohe Gastronomie machen.»

Merkmale wie Frische, Haltbarkeit und garantierte Lieferbarkeit der Wildkräuter stehen damit für Spitzenköche im Vordergrund. Der Preis spielt lediglich eine untergeordnete Rolle, was mit der Ausrichtung der Gourmetrestaurants auf eine experimentierfreudige und zahlungskräftige Kundschaft zurückzuführen ist.

Fachhandel zurückhaltend

Der Biofach- und Detailhandel schätzte die Absatzmöglichkeiten des Wildkräutersalats bedeutend nüchterner ein. Essbare Wildkräuter wurden als interessante und bereichernde Komponenten in Gemischen mit herkömmlichen Blattsalaten beurteilt, hingegen in Reinform abgelehnt. «Diese Wildkräuter sollten mit anderen Salaten gemischt werden. Als Spezialmischung im Frühling, wenn Themen wie Frische, Natur und spriessende Kräuter aktuell werden, stellen sie mit Sicherheit ein super Produkt dar», so die Erkenntnisse eines Marketingfachmanns.

Als Hauptkriterien für die zurückhaltende Markteinschätzung essbarer Wildkräuter wurden der möglicherweise hohe Preis sowie vermutete Kaufbarrieren auf Konsumentenseite einem exotischen Produkt gegenüber ins Feld geführt. Um diese Schwelle zu durchbrechen, müsste ein riesiger Kommunikationsaufwand betrie-

ben werden, so der allgemeine Tenor. Diese Tatsache steht in klarem Kontrast zur Gourmetgastronomie, bei welcher der

Gast dem Koch ein grundsätzliches Vertrauen entgegenbringt und kulinarische Experimente geradezu fordert.

Gebratenes Fischfilet auf Melde und einem Wildkräuterrisotto

Zutaten für 4 Personen

Risotto:

1 Tasse Risottoreis,
ca. 2 Tassen Bouillon,
1 Zwiebel,
etwas trockener Weisswein,
etwas Olivenöl,
1 Knoblauchzehe
eine Hand voll feingeschnittene
Wildkräutersalatmischung

Fischfilet auf Melde:

4 Fischfilets à 150g,
1 Schalotte,
200g frische Melde,
1 Rosmarinzweig

Zubereitung

Den Reis gründlich waschen. Die Zwiebel und den fein gehackten Knoblauch mit dem Reis in Olivenöl anschwitzen. Mit etwas Weisswein ablöschen und mit der Bouillon auffüllen. Ca. 15 Minuten leise köcheln lassen und dabei ab und zu umrühren. Bei Bedarf mit etwas Bouillon auffüllen.

Der Risotto sollte noch körnig sein und nicht zu trocken. Mit Salz, Pfeffer, Muskat, Butter und etwas geriebener Limonenschale abschmecken (evtl. Parmesan) und am Schluss die fein gehackten Kräuter unterrühren.

Die fein gehackte Schalotte in etwas Butter anschwitzen, die frisch gewaschene, leicht feuchte Melde dazugeben, mit Salz und etwas Curry abschmecken, abdecken und ca. 1 Minute dünsten.

Vier entgrätete Fischfilets à 150 g auf der Haut in Olivenöl knusprig braten, einen Rosmarinzweig dazugeben und auf der Melde anrichten. Mit Risotto servieren.

Integriert in Salatmischung

Trotzdem fällt eine abschliessende Beurteilung der Marktchancen von essbaren Wildkräutern grundsätzlich positiv aus. In allen untersuchten Absatzkanälen bestehen gewisse Vermarktungsmöglichkeiten, je nach Kanal hingegen in unterschiedlicher Ausprägung sowie in stark variierenden Produkthanforderungen. Unisono wurden dem reinen Wildkräutersalat wenig realistische Marktchancen attestiert. Einer Salatmischung aus herkömmlichen Blattsalaten, gespickt mit ausgewählten Wildkräutern, werden hingegen durchaus Absatzpotenziale eingeräumt. Das ist eine Strategie, welche von Coop und Migros ansatzweise mit Convenience-Jung- und Kräutersalaten bereits verfolgt wird.

Ein kurzer Ausblick auf die Angebotsseite und auf allgemeine Trends im Ernährungsbereich soll das mehrheitlich positive Bild des Marktpotenzials essbarer Wildkräuter vervollständigen. Der Schweizer Kräutermarkt zeichnet sich durch einen hohen Segmentierungsgrad und eine atomistische Anbieterstruktur aus. Einerseits werden von vielen Mittel- und Kleingärtnereien (z.B. Eglis frische Küchenkräuter AG und Gärtnerei Eichberg AG) frische Küchenkräuter angebaut und vermarktet, andererseits werden getrocknete Gewürz- und Teekräuter produziert.

Vielfach wird die Kräuterproduktion auf kleinen Parzellen im Nebenerwerb betreiben, was Landwirten neue Chancen eröffnet, ein zusätzliches Einkommen zu erwirtschaften. Der Anbau konzentriert sich sehr stark auf die Produktion von Alpenkräutern, die hauptsächlich zur Verarbeitung von Tees, Bonbons oder im Medizinbereich verwendet werden. Hauptabnehmer sind die Ricola AG, die Weleda AG sowie die Hans Kennel AG. Die Dachorganisation der Schweizerischen Kräuteraanbaugenossenschaften, die ARGE Bergkräuter, organisiert die Zusammenarbeit und regelt die Absatzmengen der einzelnen Kräutergenossenschaften. Die



Wildkräutersalat

«Essbare Landschaften»

120g Wildkräutermischung bestehend aus Geissfuss, wilder Malve, Vogelmiere, Hirtentäschel, Leimkraut, Taubnessel, Franzosenkraut, Löwenzahn, wilder Rauke usw. sowie Blütenmischung aus Veilchen, Gänseblümchen, Vergissmeinnicht, Kapuzinerkresse und Ringelblume.

4 EL Gemüsebouillon
2 EL weisser Balsamicoessig
2 EL Haselnussöl
2 EL Sonnenblumen-, Mais- oder Olivenöl
1 TL Honig
Salz und Pfeffer aus der Mühle
1 Spritzer Zitronensaft

Alle Zutaten gut verrühren und kräftig abschmecken. Die Kräuter marinieren, auf einem Teller anrichten und mit den Blüten garnieren.

grössten unter ihnen sind die Coperme im Puschlav sowie die Valplante im Wallis.

Auf Seiten der Endverbraucher lassen sich verschiedene Entwicklungen erkennen. Ökologie-, Gesundheits- und Genussaspekte einerseits, aber auch ein preisbewusster Umgang im Konsumverhalten kennzeichnen die heutige Ernährungsweise. Zudem kann man eine zunehmende Polarisierung der Gesellschaft in Arm und Reich feststellen.

Diese beiden Sachverhalte widerspiegeln sich auf der einen Seite in der gesteigerten Nachfrage nach Qualitäts- und Bioprodukten, auf der anderen Seite im wachsenden Verlangen nach Discountware (M-Budget, Prix Garantie). Es lässt



Fotos: Anne Freidank

sich festhalten, dass sich infolge dieser divergierenden Ernährungstendenzen durchaus Chancen für den Absatz gesunder, naturnaher Qualitätsprodukte wie essbarer Wildkräuter ergeben. Damit liesen sich vor allem Lebensstilgruppen, die «gesund und natürlich», «gesund und fit» sowie «genussvoll und exklusiv» in den Vordergrund stellen, ansprechen.

Nische, Trend oder Irrsinn?

Essbare Wildkräuter: Nischenprodukt, Trend oder Irrsinn? Mit essbaren Wildkräutern verbinden sich gleichermassen alle drei Aspekte dieser Frage. Mit geschicktem Marketing können die aufgezeigten Marktpotenziale abgerufen und

das Produkt essbare Wildkräuter in einem ausgewählten Kundensegment positioniert werden. Als primärer Gatekeeper gegenüber dem Endkonsumenten drängt sich die gehobene und alternative Gastronomie geradezu auf, bedingt auch durch deren stete Suche nach ausgefallenen Produkten. Auf diese Weise würde sich in einem wenig umkämpften Markt für einige Produzenten eine Marktnische öffnen, Fachkenntnisse im Kräuter- oder Gemüsebau vorausgesetzt.

Essbare Wildkräuter verkörpern Eigenschaften wie Genuss, Naturnähe, Gesundheit und Exotik, was heutigen gesellschaftlichen Bedürfnissen entspricht und sich damit im Aspekt Trend vereint. Mut

und Risikofreude sind Merkmale, derer es bedarf, um sich auf das Experiment essbare Wildkräuter einzulassen. Ein Wagnis, das irrsinnig anmutet, auf das sich einzulassen durchaus von Erfolg gekrönt werden könnte.

Conradin Bolliger, FiBL

Mehr Infos:

- Conradin Bolliger, FiBL, Ackerstrasse, 5070 Frick, Tel. 062 865 72 72, conradin.bolliger@fibl.org
- «Wildkräuter für den Gastrobereich; Business-to-Business Absatzmöglichkeiten und Wirtschaftlichkeit», Diplomarbeit ETH Zürich, Conradin Bolliger 2003
- www.essbarelandschaften.de