

Zeitschrift: Nebelspalter : das Humor- und Satire-Magazin
Band: 116 (1990)
Heft: 43

Artikel: Silvio Rizzi: Mein Prager-Frühling mit Jutta
Autor: Meier, Werner / Fehr, René
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-616362>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. [Voir Informations légales.](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 15.05.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

Silvio Rizzi: Mein Pra

Von Werner Meier (Text) und
René Fehr (Illustration)

VIELE SENKRECHTE SCHWEIZER, DIE SICH mit unüberhörbarem Unterton der Entrüstung über die drohende oder bereits eingetretene Überfremdung vieler Lebensbereiche in unserem Land mokieren, würden auf eine Erscheinungsform der Überfremdung – wenn es darauf ankäme – ganz bestimmt nicht mehr verzichten wollen: auf die Überfremdung in Küche und Keller.

Französische, italienische, spanische, kalifornische und nächstens bestimmt auch australische Weine sind aus der helvetischen Gastronomie und dem hiesigen privaten Verbrauch nicht mehr wegzudenken. Die frühere Derby- und die durch steigenden Wohlstand bald darauf folgende Edelfresswelle haben es mit sich gebracht, dass die Überfremdung auf dem Teller nie bekämpft, vielmehr sogar mit allen Mitteln bewusst herbeigeführt worden ist.

Zwei Gründe, die beide mit der wirtschaftlichen Entwicklung der Schweiz seit den 50er Jahren zu tun haben, sind im wesentlichen dafür verantwortlich:

- Die Fremdarbeiter, welche im Laufe der Zeit vor allem aus südeuropäischen Ländern in die Schweiz kamen, wollten aus Gewohnheit und Heimweh auch hier so kochen und essen, wie es in ihrer Heimat üblich war und vielfach heute noch ist. Der dadurch entstandene Bedarf an entsprechenden Lebensmitteln war für einen neuen Markt sehr bald gross genug. Heute kann sich kaum jemand mehr vorstellen, dass es Oliven und Mascarpone, Mozzarella und Artischocken, Caffè Tipo Espresso und Peperoncini bei uns erst seit 30–40 Jahren so selbstverständlich, wie dies nun der Fall ist, fast überall zu kaufen gibt. Das alles und noch einiges aus fremden Ländern dazu taucht in Schweizer Küchen auf, wie wenn dies schon immer so gewesen wäre. Es sei denn, man schiebe gleich eine backfertig vorfabrizierte Pizza in den Ofen und genehmige sich zum Dessert eine «Convenience Food»-Zabaglione aus dem Plastikbecherchen.

- Je mehr Schweizer ihre Ferien als Touristen in fernen Ländern verbrachten, um so mehr Leute machten ihre Erfahrungen mit exotischen Spezialitäten aus fremden Kü-

chen zwischen Pattaya und Marrakesch. Was für uns exotisch wirkt, ist dort, wo es herkommt, so normal wie hier ein Geschnetztes mit Röschi. Dennoch versuchen mehr und mehr Schweizer(innen), Spezialitäten, die sie auf Reisen kennengelernt haben, hie und da auch zu Hause nachzukochen und auf den Tisch zu bringen. Dies ist zumindest von den «logistischen» Voraussetzungen her überhaupt kein Problem mehr, denn unterdessen sind die Originalzutaten für ein Couscous hier genauso gut erhältlich wie für ein Sukiyaki, eine Paella Valenciana, ein Chicken-Tikka, ein Mah-meh oder Chili con carne. Und wer das alles nicht selbst zubereiten will, geht einfach ins nächste indische, chinesische, spanische, italienische oder griechische Restaurant.

IN PIONIER, JA SOGAR DER PIONIER AUF diesem Gebiet ist der Zürcher Gastronom Ueli Prager. Damals 31-jährig, eröffnete er 1948 das erste Mövenpick-Restaurant. Zwei wesentliche, bis dahin nie verwirklichte Grundideen bildeten den Schlüssel zum Erfolg dieses Konzepts einer gehobenen Systemgastronomie: der Tellerservice und der Offenausschank von Qualitätsweinen. Da wurde im 1-1l-Degustationsglas auf einmal ein «Château Bordolle Gigot», Grand cru classé en 1789, für den Durchschnittskonsumenten genauso erschwinglich, wie die damals noch sehr exklusiven Scampi und anderes Krustentier aus fernen Meeren, von dem heute nur noch wenige, auf Schnitzel/Pommes frites konditionierte Ernährungstypen nicht wissen, dass man solche Sachen auch essen kann bzw. wie man sie isst.

Seit 1989 ist Ueli Prager, der in der Zwischenzeit 120 Mövenpick-Restaurants (und noch einiges dazu, wie z.B. Hotels) eröffnet hat, «nur» noch Verwaltungsratspräsident des Konzerns. Das Direktionspräsidium übertrug Prager seiner 46-jährigen Frau Jutta, wodurch der Platz Zürich – neben der fast schon showmässig aktiven Ljuba Manz von den CEM-Betrieben – zu einer zweiten Chefgastronomin kam, der die Medien auch aus nichtigem Anlass, das heisst eigentlich: immer, nachhecheln.

Ausgehend von der Feststellung, «die Gäste von heute sind nicht mehr die Gäste von gestern», hat Jutta Prager, wie sie es mehrfach schon andeutete, im Sinn, der Möven-

pick-Idee neue Impulse zu – wie dies im Managerjargon heisst – «implementieren». Man fragt sich in diesem Zusammenhang natürlich sofort: Wo gibt es in der Gastronomie denn noch unbelegte Nischen? Wo noch nicht bestrichene Marktsegmente?

So, wie es Jutta Prager schaffte, den mehr als vierschrotigen Kochstar und Starkoch Norbert Ziörjen als Chef der höheren Küchenausbildung bei Mövenpick zu engagieren, gilt in der Branche als ausgemacht und fast als sicher, dass sie auch noch den unter Edelfressern bekannten und von den Gastwirten hochverehrten Gastroteur Silvio Rizzi, Redaktor des Gourmetführerbestsellers Gault/Millau, als «Berater für innovatives kulinarisches Marketing» in den «Brain Trust» (etwas ähnliches wie seinerzeit die «Task Force» im Ringier-Konzern) der Mövenpick-Zentralverwaltung in Adliswil verpflichten will. Und – wer Jutta Prager kennt – auch verpflichtet wird.

RIZZI, ALS GASTROKRITIKER LAUT PETER Frey von den Bürgenstock-Hotels einer jener «Burschen, die sich vollfressen und mit anderen dubiosen Gestalten erscheinen», würde sich als Kenner der gastronomischen Szene bestimmt auch als kulinarischer Trendsetter profilieren können. Der frühere Deutschlehrer am Lehrerseminar Rorschach und Geschäftsführer der Werbeagentur G&K (Büro Basel) ist zur Zeit in der Schweizer Illustrierten als Autor eines mehrteiligen Küchen- und Kochkurses wahrnehmbar. Zudem arbeitet er – dies sei beiläufig auch noch erwähnt – gerade unter Hochdruck an der Fertigstellung eines Buches, das noch vor Weihnachten erscheinen wird und dieses Jahr vor allem in Kreisen des Wirtverbandes zum beliebtesten Geschenk avancieren könnte.*) Mit dem Titel «Wenn ich eine Beiz hätte ...» dürfte Silvio Rizzi vermutlich einen Supertreffer landen. Aus dem Inhalt dies vorweg: Nach Jahren der verspielten, fast ziselierten Küche, in der die Kochkunst bis zu abgehobenen Exzessen getrieben wurde, sieht Rizzi voraus, dass in der Gastronomie wieder einmal eine «Zeit des Fundamentalismus» im Anbruch ist.

*) Silvio Rizzi: «Wenn ich eine Beiz hätte ...», Edition Ringgi & Zofli, Zürich 1990; 167 Seiten mit 167 Illustrationen, abwuschbarer Pressspandekel, spiralgeheftet (erscheint im frühen Spätherbst und im Buchhandel).

Her-Frühling mit Jutta

Die ewige Dämpferei von Fleisch und Gemüse in der Vaporette oder im Steamer, wie auch das leichte Sautieren, wird mehr und mehr Vergangenheit.

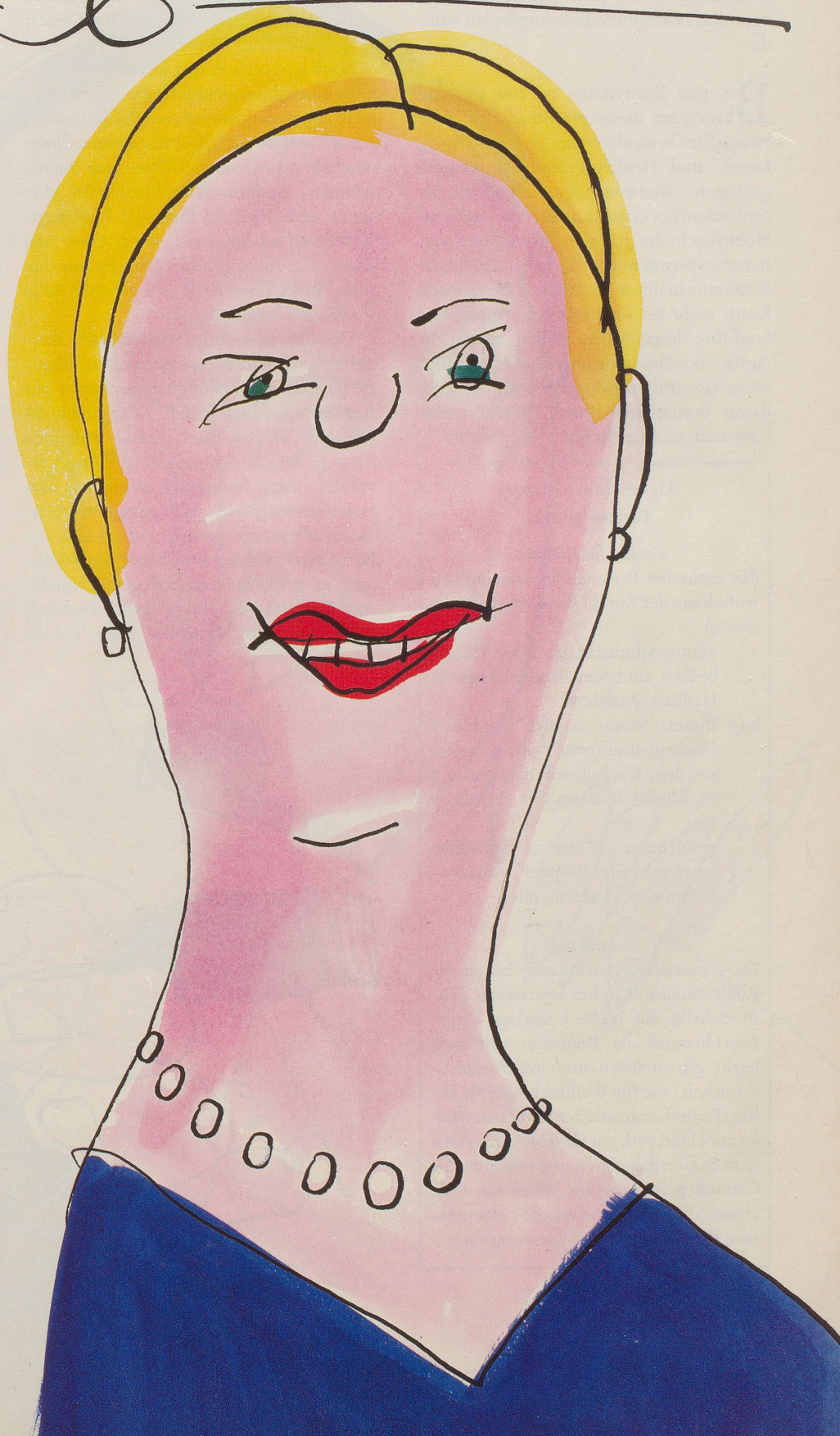
Statt dessen gehen die Meister mit der weissen Mütze immer häufiger dazu über, Speisen eher wieder derb und deftig sowie mit unverkennbarem Regionalgeschmack zuzubereiten. Die Köche braten bald wieder hemmungslos drauflos, und so erstaunt es nicht, dass in «Wenn ich eine Beiz hätte ...» über viele Seiten hinweg «das Lob der Kruste» gesungen wird.

Was hat nun die Mövenpick-Philosophie mit dem von Rizzi herbeigeschriebenen Fundamentalismus in der Küche zu tun? Auf den ersten Blick nicht viel, aber doch mehr, als man zunächst glaubt.

«WEM BEI UNS ETWAS SCHMECKT, DER soll es genauso gut auch bei sich zu Hause essen können», war eine weitere grundlegende Idee von Ueli Prager. Folgerichtig entstanden im Mövenpick-Konzern nach und nach Betriebe, deren Produkte nicht nur für den Verbrauch in den konzernerneigenen Restaurants und Hotels bestimmt waren, sondern auch für den Verkauf «über die Gasse» (heute «Take-out» genannt) oder im Detailhandel. So kommt der Konsument auch für den Verbrauch in den eigenen vier Wänden zu Produkten wie Glace, Kaffee, Wein, Rauchlachs, Schokolade und Konfitüren Marke Mövenpick.

Besonders in diesem Bereich sieht Jutta Prager neue, noch nicht genutzte Marktchancen, und zwar besonders dort, wo nur aufwendig herzustellende «Premium Products» in Form von Konserven dem gehobenen Massenkonsum zugänglich gemacht werden könnten. Die Konserve wird in der Mövenpick-Philosophie ja definiert als «Gutes im Zustand der besten Güte erhalten».

Silvio Rizzi dagegen schätzt Konserven aus der Dose oder aus dem Glas nicht besonders oder überhaupt nicht – ausser: «Thon ist das einzige, was auch aus der Konservendose gut schmeckt.» Gerade wegen dieser radikalen Skepsis scheint Rizzi der richtige Mann zu sein, um bei der Verfeinerung von Konservierungsmethoden beratend und vor allem degustierend mitzuwirken. Es muss ja



Möglichkeiten geben, Früchte und Gemüse, Fleisch- und Molkeerwaren sowie daraus hergestellte Produkte wie etwa Erbsenpurée, Capuns, Crêpes Suzette, Broccoli-suppe oder Kartoffeltatschli fixfertig so zu konservieren, dass dies alles aus der Konserve zubereitet werden kann, ohne dass der Durchschnittsesser einen konservigen Neben- und Nachgeschmack empfinden würde.

BEI DEN KONFITÜREN IST DER DURCHbruch auf dieses geschmacklich hohe Niveau, im besonderen bei Erdbeer-, Aprikosen- und Heidelbeerkonfitüre, bereits gelungen – und zwar Silvio Rizzi selbst. Als professioneller Gastrokritiker ist er auch ein Hobbykoch, der am heimischen Herd viel herumexperimentiert. Dabei schaffte es Rizzi, eine in ihrem natürlichen Geschmack kaum mehr zu übertreffende Aprikosenkonfitüre herzustellen. Allein schon ein Amuse-bouche davon als Versucherli bringt einen Gourmet unweigerlich auf die Idee, damit bestrichene Brote, Brioches oder Croissants nicht mehr nur – wie gewohnt –

Das exklusive Rezept
Tartine Rizzi

Zutaten für 1 Person

(bei mehreren Personen Mengenangaben einfach mit der Anzahl Personen multiplizieren)

- 1 dünn geschnittene (ca. 8,2 mm) Scheibe Brot, am besten handgeschlagenes Haslitaler Malzbrot
- 23 g Butter, wenn möglich Knouner Flockenbutter (etwa 15 Min. vorher aus dem Kühlschrank nehmen und an lichtgeschütztem Ort chambrieren)
- 1 gestrichener, in besonderen Fällen leicht gehäufte Esslöffel Aprikosenkonfitüre aus Lallermarillen

Zubereitung

Die Brotscheibe gleichmässig bis an die Rinde heran mit Butter bestreichen. (Tip: Brotscheibe auf flache Unterlage legen!) Anschliessend die Konfitüre auftragen, leicht glattstreichen und mit Ausstechförmchen (wie für Weihnachtsguetli üblich) Figürchen ausstechen. Auf Dessertteller anrichten, evtl. mit Hagebuttenzweigen samt Beeren dekorieren und servieren. Als Getränk passt dazu am besten ein Café crème, allenfalls ein Schwarztee natur, Assam, First Flush 1989, halbfermentiert.

zum Frühstück, sondern auch bei andern Mahlzeiten als Dessert zu essen. Dies ist bis jetzt zwar erst bei einigen wenigen kulinarischen Freaks Mode geworden, doch ist absehbar, dass sich der Trend zu diesem neuen Dessert (siehe Tartine-Rezept im Kästchen) weit über diesen Kreis hinaus verstärken wird – ähnlich, wie dies vor einigen Jahren mit dem damals fast unbekannten Dessert Tiramisù der Fall war.

Nachdem Jutta Prager kürzlich eher zufällig einmal Gelegenheit hatte, eine «Tartine Rizzi» zu degustieren, war der Entschluss schnell gefasst, nicht nur Konfitüren dieser Machart ins Mövenpick-Sortiment aufzunehmen, sondern, darauf basierend, eine ganze neue Produktlinie mit Fünfsterne-Konserven zu lancieren. Beim Umsetzen dieser «Premium Product Conception» hat Jutta Prager Silvio Rizzi eine zentrale Rolle im «Food Design» zugedacht.

Ob Rizzi diese Aufgabe tatsächlich übernehmen wird, ist zurzeit noch offen. Für eine persönliche Stellungnahme war er vor Redaktionsschluss leider nicht mehr erreichbar. Wegen eines gerade laufenden Tests, in dem die von einzelnen Fluggesellschaften ihren Passagieren offerierten bzw. zugemuteten Bordverpflegungen vergleicht werden, befand sich der Berufesser, als die Redaktion ihn telefonisch zu erreichen versuchte, gerade mit der Air Tanzania auf einem (kulinarischen?) Höhenflug von Dodoma nach Daresalam ...

