

Getränke: Eine alte Tessinerin erobert die Szenebars

86 Jahre alt ist sie und stammt aus Grono im Tessin. Trotz ihres hohen Alters reissen sich Schweizer Trendgastronomen um sie. Die Rede ist von der Limonade La Fiorenzana. Der Name stammt von einem mittelalterlichen Turm in Grono. «eXpresso» erzählt die Erfolgsgeschichte des Traditionsgetränks.

«Gazosa», das Wort bedeutet eigentlich gashaltig, aber die Tessiner nennen so ihre Limonade. Rund drei Millionen Flaschen werden jedes Jahr im Tessin produziert. In den Trendbars von Basel, Bern und Zürich erlebt das Süssgetränk einen zweiten Frühling. Viele Restaurants oder Bars, die ihrem Angebot eine besondere Note geben wollen, haben das Süssgetränk auf der Karte.

Dass das Tessiner Traditionsgetränk in der Deutschschweiz und der Romandie bekannt geworden ist, hat das Gastgewerbe Roberto Feusi zu verdanken. Als er vor 15 Jahren die Bar Infinito in Zürich eröffnete, schaute er sich nach Schweizer Produkten jenseits der Getränkemultis Coca-Cola und Pepsi um. Auf einer Fahrt in den Süden sei ihm das Gazosa aus seinen Kindertagen in den Sinn gekommen.

«Gazosa schmeckt nach Ferien im Tessin. Genau so etwas wollte ich anbieten», sagt Roberto Feusi.

Vor allem in der Deutschschweiz läuft das Geschäft hervorragend. «Tendenz steigend», erklärt der findige Geschäftsmann. Umsatz und genaue Verkaufszahlen will er aber nicht nennen. Der Zürcher beliefert Turbinenbräu und Intercomestible, die um den Feinvertrieb besorgt sind: 20 Prozent des Süssgetränkes gehen an Privatkunden und 80 Prozent an die Gastronomie.

Es sind hauptsächlich trendige Bars, die Gazosa anbieten. Das ist kein Zufall: «Die urbane Klientel schätzt den Retrostyle und das Authentische», weiss Roberto Feusi.

Die Suche nach einem Lieferanten war unter den Tessiner Limonadenmachern gar nicht einfach. Denn Grotti in der Nachbarschaft zu beliefern, war eine Sache, Lokale jenseits des Gotthards eine an-



Sie schillern weiss, blau, orange, gelb und blau. Nebeneinander im Gestell aufgereiht, sind sie ein wahrer Augenschmaus.

dere. Schliesslich gewann der Zürcher La Fiorenzana als Partner. Heute liegt der Aussenseiter im milliardenschweren Markt der Süssgetränke voll im Trend.

In der Dorfbeiz von Grono werden die Gazose zum Apéro serviert. Die Aranciata wird mit Campari gemischt, das Citro mit Merlot. Im Tessin kostet eine Flasche

Gazosa 3.50 Franken. Während in den Szenebars der Deutschschweiz schnell fünf bis neun Franken für eine Flasche verlangt werden. Das beunruhigt Roberto Feusi aber nicht, denn die gesunden Smoothies und die flippigen Drinks in diesen Bars seien ja noch um einiges teurer.

christian.greder@gastroneews.ch

Molekularküche-Boom Wie gehts weiter?

Vor vier Jahren wollte ich einen Artikel zur Molekularküche schreiben. Damals fand ich keinen bekannten Koch auf der Deutschschweiz, den man zu Stickstoffdämpfen, Espumas und Kaviarperlen hätte befragen können. Heute dagegen gehört es schon fast zum guten Ton, eine Meinung zur Molekularküche zu äussern oder sie zu präsentieren. Wer löste den Boom aus? Neugierige Köche, die experimentieren begannen, oder die Firmen, welche ihnen die Werkzeuge und Materialien zur Verfügung stellten? Schwierig zu beantworten. Fest steht: Vor allem in der hohen Gastronomie ist «molekular» tot. Neue Texturen und Geschmackserlebnisse erweitern das Repertoire der traditionellen Gastronomie. Es gibt auch skeptische Stimmen. Die Kochvereinigung «Euro-Tourismus Europa» mit Sitz in Deutschland distanziert sich von der «molekularen Küche», warnt vor gesundheitlichen Folgen und bittet ihre Mitglieder, zu kochen mit natürlichen Produkten. Gibt es auch bei uns bald Oppos...

Pressespiegel



Basler Zeitung

Reiche Brasilianer haben Zürich entdeckt

14 000 Gäste aus Brasilien übernachteten bis Ende Mai in Zürich, 37 Prozent mehr als im Vorjahr. «Die Zahl hat uns sehr überrascht», sagt Frank Bumann, Direktor von Zürich Tourismus. Stärker als erwartet habe sich nun ausgezahlt, dass man «die Fühler ausgestreckt», die Zusammenarbeit mit in Brasilien ansässigen Reisebüros verstärkt habe und jährlich rund 20 000 Franken in den vielversprechenden Markt investiere.

Preisverfall beim beliebten Rooibos-Tee

Trotz weltweit steigender Nachfrage dürfte der Rooibos-Tee bald billiger werden. Grund dafür ist eine Überproduktion. Wegen zu hoher Produktionskosten durch gestiegene Löhne und Transportkosten sowie höherer Düngerepreise bleibe ein Teil des Rooibos-Tees in diesem Jahr ungeerntet. Weltweit wird der Markt auf ein Volumen von jährlich 12 000 Tonnen, im Gesamtwert 25,5 Mio. Franken, veranschlagt.



Sushi-Hunger bedroht Blauflossen-Thunfisch

Der Hunger nach Sushi bedroht den Thun. Seit die Chinesen die Delikatesse entdeckt haben, hat sich die Gefahr zu vergrössern. Das bis zu 20 Kilogramm schwere Tier ist seiner Existenz bedroht. Jährlich werden mehr als 50 000 Tonnen Blauflossen-Thun aus dem Mittelmeer gezogen. Der Internationale Kommission zum Erhalt der Fischbestände im Atlantik (ICAT) zufolge dürften es höchstens 15 000 Tonnen sein.