**VORschau #32**

18| 08 | 2023

**Häppchenweise Vorarlberg kennenlernen**

*Die Vorarlberger Tourismusstrategie 2030 hat bereits zahlreiche Projekte angestoßen, um die darin formulierten acht Kernziele zu erreichen. Eines dieser Ziele ist die Entwicklung einer alpinen Kulinarik-Marke. Vorarlberg Tourismus hat sich dieser schönen und umfassenden Aufgabe angenommen und im Juni den Prozess gemeinsam mit Tourismuspartner:innen gestartet. Wir haben mit vier von ihnen über das Wie, Warum und erste konkrete Ideen gesprochen.*

Xinis heißen die Appetithäppchen, die als Spielwiese zur Entwicklung der Vorarlberger Kulinarik-Marke dienen. „Xi“ bzw. „gsi“ leitet sich vom Vorarlberger Dialektwort für „gewesen“ ab. Erfinder ist der hiesige Gastronom Mike Pansi, amtierender Präsident des Verbands der Köche Österreichs und Leiter der Fachgruppe Gastronomie der Wirtschaftskammer Vorarlberg. „Bei der Markenentwicklung geht es um die DNA der Vorarlberger Kulinarik und die Frage: Was macht die Speisekammer Vorarlbergs aus? Die Xinis sind nur ein kleiner Teil davon“, erklärt Pansi.

„Die Kulinarik-Marke definiert, was wir unter Regionalität verstehen und welche Werte wir assoziieren. Um sie weiterzuentwickeln, braucht es ein klares Profil, das sie von anderen Regionen unterscheidet“, erläutert Kerstin Biedermann-Smith, Geschäftsführerin der Sparte Tourismus & Freizeitwirtschaft der Wirtschaftskammer Vorarlberg. Das unterstreicht Joachim Kresser, Bereichsleiter Entwicklung bei Vorarlberg Tourismus: „Gästebefragungen zeigen, dass Unterschiede in der alpinen Küche – von Bayern bis Südtirol, von der Schweiz bis Salzburg – wahrgenommen werden.“ Selbst bei der Zubereitung von Kässpätzle gebe es regionale Unterschiede. Die Vielfalt von Vorarlberg zeige sich in mehreren Aspekten: landschaftlich, sprachlich und eben auch in der Kulinarik. „Das Kleinteilige sehe ich als Essenz, als festen Bestandteil der Marke.“

**Vielfalt auf dem Teller**

„Ziel ist ein niederschwelliger Zugang zur Marke“, so Kresser. Ein erstes Projekt ist eine spezielle Kulinarik-Tour: Mike Pansi wird im Sommer mit seinem Foodtruck Produzent:innen aller Landesteile besuchen, wo er die regionalen Produkte zu Xinis verarbeitet. Begleitet wird er vom TV-Team der ORF-Sendung „Genussland Österreich“. Der Beitrag aus Vorarlberg soll die kulinarische Vielfalt vom Bodensee bis zum Piz Buin abbilden: vom Fischer bis zur Alpensennerin, vom Gemüsebauer bis zum Schafbetrieb. „Wir wollen die Beziehung zwischen Landwirt und Koch auf den Teller bringen“, sagt Joachim Kresser, der die Umsetzung der Vorarlberger Tourismusstrategie 2030 vorantreibt.

**Nachweis über Herkunft**

Geht es nach Kerstin Biedermann-Smith, sollen die Xinis Geschichte und Kultur von Vorarlberg geschmacklich zum Ausdruck bringen. „Aus einer Handvoll Produkte sollen Signature Dishes

entstehen, die die Handschrift der Gastronomen zum Ausdruck bringen.“ Die Xinis liefern damit einen Nachweis sowohl für die Herkunft der Produkte als auch für die heimische Kochkunst.

„In diesem Prozess ist uns Authentizität sehr wichtig. Wenn Produkte aus Vorarlberg verfügbar sind, dann sollen diese auch verwendet werden und keine Importware. Dies bedingt einen kreativen Umgang mit Saisonalität – nicht jedes Produkt ist immer verfügbar“, sagt Marcel Strauß, Geschäftsführer der Ländle Qualitätsprodukte Marketing GmbH, welche das Ländle-Gütesiegel für regionale Qualitäts-Lebensmittel aus Vorarlberg vergibt.

**Neue landwirtschaftliche Modelle und alte Sorten**

„Aus landwirtschaftlicher Sicht sind stabile Eins-zu-eins-Beziehungen sehr wichtig. Dabei platziert der Gastronom in Abstimmung mit dem Landwirt den Bedarf, und das gewünschte Produkt wird entsprechend angebaut oder gemästet. Daraus können sehr tragfähige und langfristige Partnerschaften entstehen“, ist Strauß überzeugt. Über Regionalinitiativen wie bewusstmontafon, die Klostertaler Bauerntafel, Önsche Walser Chuche, die Bregenzerwälder KäseStrasse oder Initiativen wie #zäm und Slowfood werden solche Beziehungen ebenso gestärkt.

Neben der Regionalität zieht Mike Pansi auch Nachhaltigkeit und Gesundheit ins Kalkül. „Wenn wir hinterfragen, was die Speisekammer Vorarlbergs ist, dann können wir den Fokus mehr auf vegetarische Kost richten.“ Alte Linsen-, Kartoffel- und Obstsorten, Hülsenfrüchte, Buchweizen, Bramata – eine alte Maissorte für den typischen Vorarlberger Riebel – seien Zutaten, die es früher gab und wiederbelebt werden sollten. „Wir sind nicht Lachs, wir sind nicht Garnelen. Der Trend sollte der kulinarischen Austauschbarkeit entgegenwirken“, erwartet der Spitzenkoch.

**Digitalisierung des kulinarischen Erbes**

Um zu ergründen, was die Vorarlberger Küche ausmacht, wird eine Historikerin hinzugezogen. Das aufgearbeitete kulinarische Erbe soll schließlich digital erfasst werden: Produkte, Verarbeitung, Zubereitungsarten, Werkzeuge, Kochutensilien, Rezepte, Geschichten und Menschen, die die Vorarlberger Landwirtschaft und Kulinarik prägten. Das Verzeichnis soll zur Recherche und als Inspirationsquelle verfügbar sein.

**Einfluss auf Ausbildung und Angebot**

„Das Kochhandwerk gehört ebenso dazu. Edelstücke sind einfacher zu verarbeiten als ein ganzes Tier, wie es früher üblich war. Die Kulinarik-Marke greift somit auch in die Ausbildung ein“, verdeutlicht Mike Pansi. Künftig kann er sich vorstellen, jährlich eine Handvoll Grundprodukte mit Hilfe des Know-hows von Ländle Qualitätsprodukte Marketing zu definieren und die Kolleg:innen zu motivieren, daraus Xinis zu kreieren. In einem Wettbewerb werden Favoriten prämiert, die landesweit Niederschlag auf den Speisekarten finden, nebst den individuellen Xini-Kreationen der Betriebe. Alternativ zu klassischen Menüs – so die Idee – könnten Gäste einen Abend lang die Besonderheiten der Vorarlberger Küche häppchenweise kennenlernen und genießen.