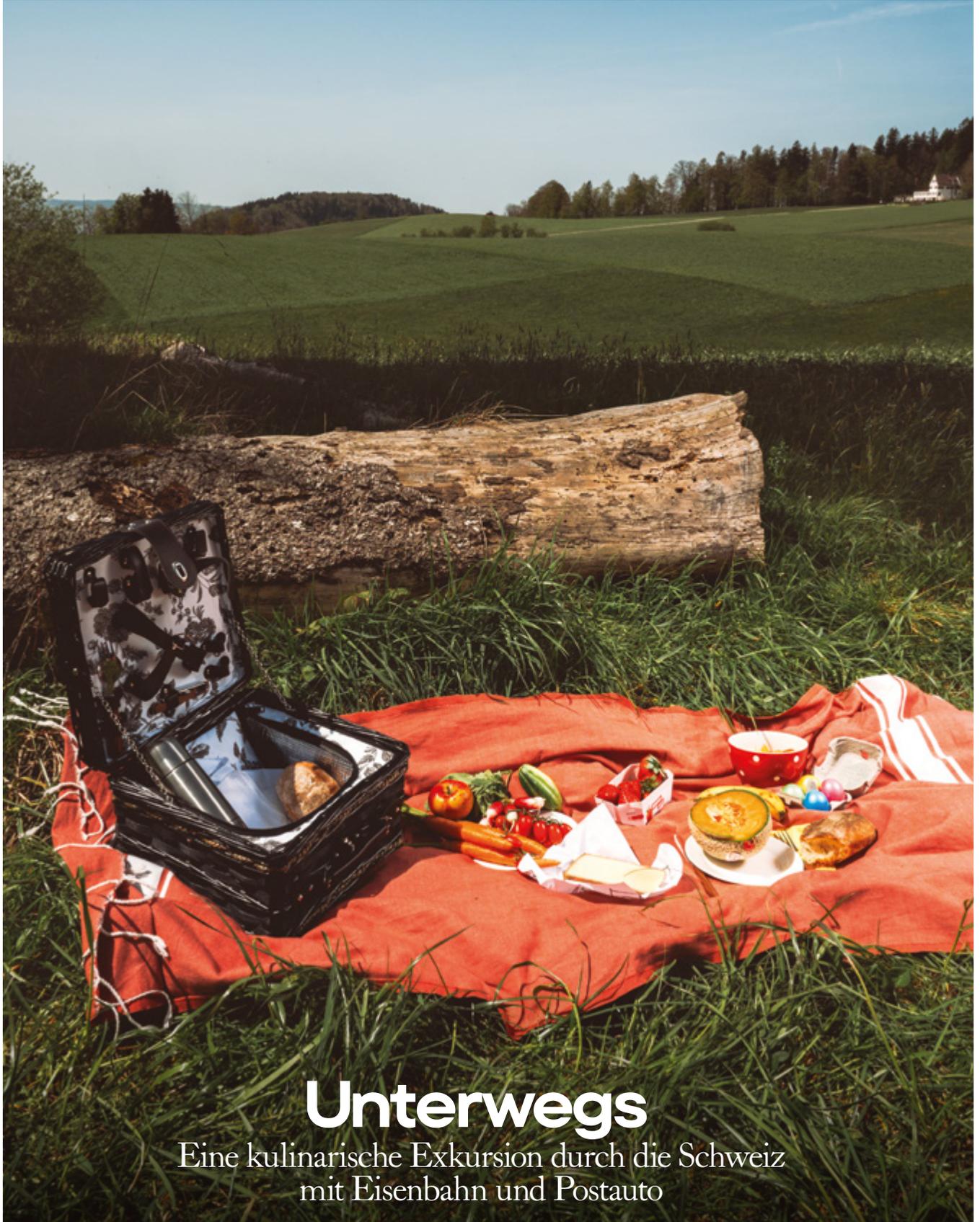


marmite

Seit 1959 dem Genuss verpflichtet



Unterwegs

Eine kulinarische Exkursion durch die Schweiz
mit Eisenbahn und Postauto

№3



(Interview)

Der Herr der Köstlichkeiten

Seit 160 Jahren verkauft die Familie Schwarzenbach Lebensmittel. Schon immer auch mit Fokus auf Produkte aus fernen Ländern. Ein Gespräch über verspäteten Tee, fairen Handel und Platzprobleme mit dem Patron in fünfter Generation, Heini Schwarzenbach.

Text: Sara Witmer Bilder: ZVG

Heini Schwarzenbach, wie viele Tage pro Jahr sind Sie geschäftlich unterwegs?

Das lässt sich so pauschal nicht sagen. Grundsätzlich sind uns Transparenz und direkte Kontakte zu den Ursprüngen unserer Produkte ein grosses Anliegen. Aber wir reisen nicht wahllos umher. Hinzu kommt, dass die Welt dank digitaler Medien auch kleiner geworden ist und man sich bis zu einem gewissen Punkt auch so verständigen kann. Doch für gute Beziehungen bis hin zu den Produzierenden – welche in meinem Verständnis die Basis für gute Qualität sind – geht nichts über persönliche Kontakte. Diese pflegen wir sehr ausgewählt und sehr bewusst.

Ihre Arbeit darf man sich also nicht so vorstellen, dass Sie regelmässig unterwegs sind, um Produkte einzukaufen oder nach neuen Produkten zu suchen?

Wie gesagt, wenn wir reisen, dann sehr gezielt. Natürlich entdecken wir auch auf jeder Reise wieder spannende Sachen. Aber auf viele unserer Produkte stossen wir auf eher unspektakulärem Weg: Man bringt sie uns im Geschäft vorbei, man erzählt mir von einem Produkt oder ich lese etwas...

Haben Sie ein Beispiel?

Gerade kürzlich kam ein junger Mann ins Geschäft. Er komme aus Rumänien

und arbeite an der ETH, erzählte er uns. Er liess uns Honig da. Honig, den ein Freund von ihm in Siebenbürgen produziere. Ich musste zugegebenermassen zuerst nachschauen, wo Siebenbürgen genau ist. Das, was ich dabei erfahren habe, war sehr interessant. Ebenso waren es die Honige, die wir probiert haben. Ich kann mir durchaus vorstellen, sie ins Sortiment aufzunehmen. Nun sind wir daran, Dinge wie Verfügbarkeit, Transportmöglichkeiten zu klären.

Worin besteht Ihre Arbeit, wenn Sie einmal ein interessantes Produkt entdeckt haben?

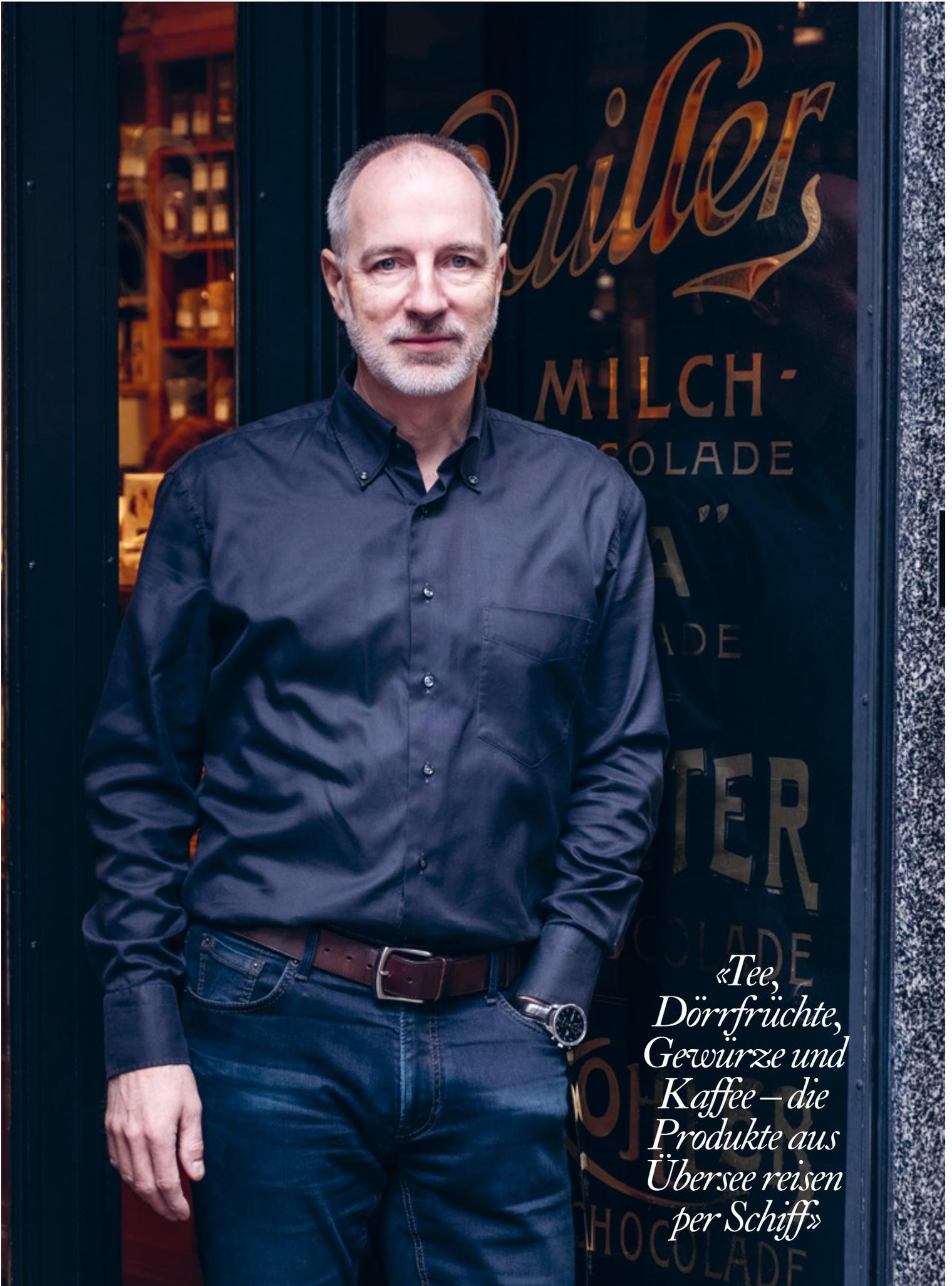
Unter anderem im Klären, Aufgleisen von Transport, Zoll- und Lagerangelegenheiten. Das Besondere bei uns ist, dass wir unterschiedlichste Produkte in unterschiedlichsten Mengen aus der ganzen Welt zu uns kommen lassen. Da wir keine Frischwaren haben, können unsere Produkte gut per Schiff reisen. So gut wie nie sind unsere Mengen aber so gross, dass wir einen Container füllen können. Dann weichen wir auf gemischte Container aus. Diese dürfen aber nicht irgendetwas enthalten. Ich kann beispielsweise nicht Tee neben einer Ladung Seife transportieren. Dieser Tee wäre nach so einer Reise nicht mehr geniessbar.

Klingt herausfordernd.

Ja. Hinzu kommt, dass die Schifff Transporte während Corona aus dem Takt geraten sind und sich bis heute nicht erholt haben. Durch Ausfälle von vor vier Jahren stehen zum Beispiel in Asien noch zu viele Container, die dann in Südamerika fehlen. Oder momentan wird der Suezkanal wegen der Angriffe der Huthi weniger befahren und im Panamakanal hat es wegen Dürren zu wenig Wasser. Insgesamt sind Schifff Transporte momentan nicht sonderlich zuverlässig und tendenziell verspätet. Zum Beispiel haben wir erst heute die diesjährige Frühlingsernte des südindischen Nilgiri-Tees bekommen. Normalerweise erhalten wir diese mehr als einen Monat früher.

Wer mit Produkten aus aller Welt handelt, ist also auch globalen Ereignissen ausgesetzt?

So ist es. Ich möchte aber immer betonen, dass Vorkommnisse uns im Geschäft vergleichsweise marginal betreffen. Wir müssen das Ausbleiben eines Produkts lediglich der Kundschaft erklären und vielleicht nach Alternativen suchen. Wohingegen am Ursprung der Produkte Produzentinnen und Produzenten stehen, die seit der Pandemie oder durch Naturkatastrophen und klimatische Veränderungen schlimmstenfalls um ihre Existenz bangen müssen.



*«Tee,
Dörrfrüchte,
Gewürze und
Kaffee – die
Produkte aus
Übersee reisen
per Schiff»*

Heini Schwarzenbach – der fünfte Heinrich, der das Familienunternehmen erfolgreich führt.

Was sind Produkte, bei denen es ausserordentlich schwierig ist, den Import zu regeln?

Sehr aufwändig ist das Ganze bei Produkten, die hierzulande oder in Europa als Novel Food gelten. Ein Beispiel: In Asien ist Anchan, ein Kräutertee aus den Blüten der Schmetterlingserbsen, schon seit Jahrhunderten als Lebensmittel bekannt. In der Europäischen Union darf er dagegen nur als Nahrungsergänzungsmittel oder zu Dekorationszwecken angeboten werden. Hintergrund ist die Novel-Food-Verordnung, die besagt, dass in der EU nur Lebensmittel erlaubt sind, die auch schon vor 1997 als solche gehandelt wurden. Andernfalls muss ein sehr aufwändiges Zulassungsverfahren durchlaufen werden. Etwas, was für kleine Geschäfte gar nicht erst in Frage kommt. Da wartet man am besten, bis sich einer der Grossen der Sache annimmt.

Welche Bedeutung hat der Zwischenhandel für Ihre Arbeit?

Bei Produkten wie Gewürzen, Dörrfrüchten oder Kaffee, bei denen wir viele Produkte aus vielen Ecken der Welt haben, ist es nur sinnvoll, dass die Fäden diverser Produktionen bei jemandem zusammenlaufen. Dennoch ist es unser Prinzip, den Weg von einer Produktion bis zu uns in den Laden so direkt und transparent wie möglich zu halten. Denn nur das garantiert die Qualität, die wir wollen. Und nur bei einem direkten Kontakt können wir auch von den Produzierenden abholen, was sie brauchen, wir können ihnen unsere Vorstellungen vermitteln, sie uns ihr Produkt erklären lassen und ihnen im Endeffekt auch zeigen, wozu sie eigentlich beitragen.

Gibt mir diese Nähe zu den Produzierenden auch eine Garantie für Fair Trade?

In gewisser Weise ja. Beim Grosshändler da braucht es ein Label. Bei einem kleinen Geschäft wie dem unseren, das sich über die Qualität seiner Produkte definiert, ist es in meinem Interesse, die Beziehungen zu den Menschen, die unsere Produkte produzieren, so nachhaltig und gut wie möglich zu pflegen.



Wie gross darf man sich Ihre Kaffee-, Tee- oder Gewürz- oder Dörrfrucht-Lieferungen vorstellen?

Das ist ganz unterschiedlich. Der grösste Posten ist sicherlich der Kaffee. Davon rösten wir rund 30 Tonnen pro Jahr. Das sind insgesamt etwa anderthalb Container voll. Wobei wir aber Kaffee aus rund 20 Provenienzen verkaufen. Das macht die einzelnen Lieferungen dann wieder vergleichsweise klein. Das gleiche gilt für alle anderen Produkten aus Übersee: Unsere Lieferungen sind eher klein, da wir eine sehr grosse Palette an Produkten haben.

Dennoch: Sie haben über 1000 verschiedene Produkte im Angebot. Wo lagern Sie diese Ware?

Lagerräume sind ein Riesenthema und ein ständig ungelöstes Problem. Kleine Chargen haben Platz hier im Haus. Grössere Bestände oder Kaffee lagern in Kaffeelagern in Rotterdam

oder Basel, und wir rufen dann jeweils ab, wenn wir hier Nachschub brauchen. Ähnlich bei den Dörrfrüchten, welche wir beim Zwischenhändler in Hamburg haben und bei Bedarf nachbestellen.

«Colonialwaren, Südfrüchte, Eier und Konserven» sieht noch heute über dem Eingang Ihres Ladengeschäfts im Zürcher Niederdorf. Wovon erzählen diese Begriffe?

Von einem 160-jährigen Familienbetrieb, der sich ständig den Gegebenheiten anzupassen wusste, ohne dabei den Blick für das Qualitätsbewusstsein zu verlieren. Begonnen hat alles mit Eiern, die mein Urgrossvater in Zürich und Winterthur verkaufte. Am heutigen Standort war der Schwarzenbach lange einfach ein Quartierladen, wo es auch Produkte aus ehemaligen Kolonien, wie Kaffee, Tee und Gewürze zu kaufen gab. Als in den Nachkriegsjahren Gemüsekonserven modern wurden, hat mein Grossvater



Feines, früher und heute – Fensterauslagen, Ladeninterieur und sogar der Duft bei Schwarzenbach im Niederdorf sind seit mehr als 100 Jahren so gut wie unverändert.



Aus Kambodscha: fermentierter Kampotpfeffer.



Aus Peru: Tee aus Schalen der Kaffeekirsche



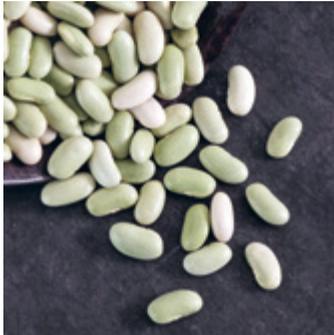
Aus Lettland: getrocknete Quittenstücke.



Aus Asien: Alma Mater, ein wundersames Gewürz.



Aus Deutschland: Zeitreise mit Zuckerstock.



Aus Frankreich: Flageolets, feine Böhnchen.



Aus Südindien: Schwarztee, First Flush Nilgiri.



Aus der Heimat: Willisauer Ringli, wie sie sein sollen.

auch sie ins Sortiment aufgenommen, später Tiefkühlprodukte. Meine Eltern mussten sich in den 80er Jahren sehr genau überlegen, wo sie das Geschäft neben den Grossverteilern und angesichts von Zusammenschlüssen unabhängiger Detailhändler positionieren wollten.

Und wie haben sie entschieden?

Sie haben den Weg eingeschlagen, den wir auch heute noch gehen. Wir haben uns durch unseren Fokus auf Qualität und auf ganz besondere Produkte eine eigene Nische geschaffen. Noch heute sind Gewürze, Tee, Schokolade und Kaffee – die früheren Kolonialwaren – unser Hauptgeschäft. Aber wir verkaufen noch vieles mehr. Nicht zuletzt darum bevorzuge ich heute den Begriff Genusswarenladen.

Wie wichtig sind Produkte aus der Schweiz für Schwarzenbach?

Genauso wichtig wie Produkte aus der Ferne. Unser Sortiment besteht zu rund einem Drittel aus Schweizer Produkten.

Was sind das für Produkte? Gebe Sie uns doch ein paar Beispiele!

Beim Honig zum Beispiel haben wir einen sehr starken Fokus auf die Schweiz. Dies zum einen, weil es in der Schweiz so viel guten Honig gibt, und weil wir uns platzbedingt leider doch irgendwie einschränken müssen. Dann gibt es viele gute Nischenprodukte wie Farina Bóna, das geröstete Maismehl aus dem Onsernonetal oder einen Birnendicksaft von Toni Odermatt in Stans. Beides ganz tolle Produkte, nach denen selten jemand explizit fragt, die ich aber unbedingt im Sortiment haben möchte, weil Qualität, Geschichte und Haltung dahinter so stimmig sind.

Sie sind in dem Haus aufgewachsen, in dem sich der Laden befindet. Was sind Ihre frühesten Kindheitserinnerungen?

Am meisten ist mir der Geruch des Hauses geblieben. Man kann nicht sagen, dass es der Duft von Kaffee, Tee oder Gewürzen ist – es ist eine Mischung aus vielem. Auch heute ist es noch so: Wenn ich nach dem Wochenende ins Geschäft komme, ist es ein Wieder-nach-Hause-Kommen.

Lassen Sie uns zum Schluss noch etwas in Ihren Gestellen, Schubladen, Vitrinen und Theken schmökern! Was erzählen Sie mir ... zu Alma Mater?

Leider noch nicht so viel. Es ist ein Produkt, über das irgendwie niemand etwas weiss. Ich habe das Gewürz vor

einer Weile in Frankreich entdeckt. Wo es manchmal in Crêpes und Gebäck eingesetzt wird. Gewonnen wird es aus einer asiatischen Baumwurzel. Geschmacklich und in der Nase ist es irgendwie eine feine Mischung aus Zimt, Vanille und Tonka. Das ist alles, was ich bisher weiss. Ich suche immer noch nach mehr Informationen.

... zu Lupinenkaffee?

Unser Lupinenkaffee kommt aus dem Kanton Zürich. Geschmacklich ist es ein tolles Produkt. Man darf es natürlich nicht als Kaffeeersatz verkaufen, denn erstens enthält Lupinenkaffee kein

*«Der Geruch
im Laden
ist auch der
Duft meiner
Kindheit»*

Koffein, und auch geschmacklich ist es etwas ganz anderes. Ich mag seine warme Nussigkeit jedoch sehr. Früher wurde geröstetes und gemahlene Lupinenpulver gebraucht, um den Kaffee zu strecken.

... zu den Schokoladen, die zu 100 Prozent aus Kakao bestehen?

Die sind momentan so etwas wie eine persönliche Leidenschaft. Schokoladen ohne Zucker, Vanille oder sonstige Produkte, die den echten Geschmack kassieren, sind die Kür des Schokoladehandwerks. Wenn von der Kakaobohne bis zum Verpacken alles gut läuft, finden wir äusserts faszinierende Geschmacksnoten. Diese Schoggis sind natürlich keine Süssigkeiten und sicherlich fordernd, wenn man sich das nicht gewohnt ist. Man isst sie in mikroskopischen Dosen und kann sie zum Beispiel mit einem leicht süssen Biskuit kombinieren oder kreativ in der Küche einsetzen.

... zu fermentiertem Pfeffer?

Das ist eine traditionelle Art, Pfeffer haltbar zu machen. Die frischen Pfefferkörner werden direkt nach der Ernte in Meersalz eingelegt. Durch das feuchte Meersalz wird der Pfeffer fermentiert.

Was sehr einfach klingt, ist ein sehr aufwändiger Prozess, welcher viel Erfahrung verlangt. Die ätherischen Öle des Pfeffers verändern sich, es entsteht ein einzigartiges Pfefferaroma mit einer weichen Konsistenz, frisch und knackig und nur mässig scharf.

... zum Zuckerstock?

Das ist einfach nur wegen der Form schon ein schönes Produkt! So wurde Zucker früher aufbewahrt und vorrätig gehalten. Bei Bedarf schlug man Stücke davon ab. Heute hat ein Zuckerstock vor allem noch nostalgischen Charakter. Die meisten Zuckerstöcke verkaufen wir um die Weihnachtszeit an Menschen, die Feuerzangenbowle machen.

... zu den gedörrten Quitten aus Lettland?

Den Produzenten der getrockneten Quitten- und übrigens auch Rhabarberstückli habe ich an einer Slow-Food-Messe in Turin kennengelernt. Er hat die Trockenfrucht-Manufaktur von seinem Grossvater übernommen und baut auch eigene Cranberries an.

... zum Kaffeekirschen-Tee?

Das ist eine schöne Geschichte, weil sie zeigt, dass man von der Kaffeepflanze eigentlich viel mehr verwenden kann als nur die Bohnen. Aus dem roten Fruchtfleisch, das die Bohnen umgibt, braut man in Mittel- und Südamerika seit Jahrhunderten Cascara-Tee, ein fruchtiges, koffeinhaltiges Getränk. Konsequenterweise verkaufen wir übrigens auch Kaffeeklätter- und Kaffeeklütentee.

... zu den Willisauer Ringli?

Sind eine Kindheitserinnerung und ein kultiges Produkt, das wir von Bäcker Michael Renggli in Willisau beziehen. Noch heute produziert er nach dem Ursprungsrezept. Die Ringli sind schön braun und haben weisse Tupfen.

... zu den Flageolets?

Ich bin ein absoluter Fan von Hülsenfrüchten. Bis vor Corona waren trockene Hülsenfrüchte aber sehr schwierig zu verkaufen. Seit Corona hat sich das gebessert. Linsen verkaufen wir am besten. Die kleinen, grünen Flageolets aus Frankreich sind ein wahres Edelböhnchen mit feinem Häutchen und nussigem Aroma. Da kommen die Ackerbohnen aus dem Albulatal im Vergleich sehr rustikal daher. Dennoch haben wir aber auch diese im Angebot, weil sie eine gute und wichtige Geschichte erzählen und kulinarisch überzeugend sind.