

Es profitieren beide Seiten

Direktvermarktung / Béatrice und Pierre Arn wirten im «Bären» in Fisibach AG und beziehen die Lebensmittel von lokalen Landwirten.

FISIBACH ■ Konsumentenpreise steigen, doch der Produzent profitiert nicht davon. Lachende Dritte sind oft Verarbeiter und der Zwischenhandel. Um die «Zwischenstationen» zu umgehen, kann ein Bauer sein Produkt direkt vermarkten oder beispielsweise mit einem Gastronomiebetrieb zusammenarbeiten. Der «Bären» von Béatrice und Pierre Arn in Fisibach ist einer davon.

Im 400-Seelen-Dorf im Bachtal an der zürcherisch-aargauischen Kantonsgrenze nahe am Rhein bewirten sie ihre Gäste. «Ich sehe, wie Leute ins nahe Deutschland einkaufen gehen; das tut weh», gesteht Pierre Arn. Das Ehepaar zeigt, dass es möglich ist, auf regionale Produkte zu setzen.

Genug von der Spitzengastronomie

Angefangen haben sie vor 16 Jahren mit einem Mitarbeiter. «Wir waren auf der Suche nach etwas Eigenem, denn nach zehn Jahren 5-Sterne-Hotellerie hatten wir genug», erinnern sich die beiden Mittvierziger. Sie wollten nicht weiter mitansehen, wie Lebensmittel aus der ganzen Welt angeliefert wurden, und danach viel davon im Abfall landeten.

Beide haben bäuerliche Wurzeln. Sie ist auf einem Bauernhof im Tal aufgewachsen, er kommt aus dem Berner Jura. «Ich wollte ursprünglich auch Bauer werden», erzählt der gelernte Koch, doch es habe sich irgendwie anders entwickelt. Beide haben einen starken Bezug und eine grosse Wertschätzung gegenüber Lebensmitteln. Und so ging der Wunsch nach einem Richtungswechsel mit dem «Bären» in Erfüllung.

Heute zählt der «Bären» 15



Pierre und Béatrice Arn kaufen direkt bei den Produzenten ein. Einer von ihnen ist Landwirt Daniel Bleuler (rechts).

(Bild fs)

erre Arn in der Regel eine wöchentliche Haupttour macht. Für Frischprodukte sei er praktisch täglich unterwegs. «Da wäre es schon einfacher, ein paarmal die Woche per Telefon die Lebensmittel nach Hause liefern zu lassen», erklärt er. Doch die «Bären»-Wirte verzichten bewusst darauf und nehmen die Mehrarbeit in Kauf. Ihre Zufriedenheit sei dafür viel grösser. Heute arbeiten neun Personen aufgeteilt auf 450 Stellenprozent im «Bären». «Mit uns beiden sind es 15», scherzt Béatrice Arn.

Daniel Bleuler aus dem Nachbardorf Bachs ist einer der Produzenten.

Beeren, Zwetschgen und Mirabellen. Für ihn ist klar: «Die Natur bestimmt das Programm.» Der «Bären» übernehme dieses Programm und richte seinen Menuplan danach. Dann seien die Beeren auch wirklich reif und voller Geschmack. «Bis Spargeln im Rafzerfeld aus dem Boden spriessen, stehen Spargeln bei uns nicht auf der Karte», ergänzt die Wirtin. Und wenn es für Muttertag keine Erdbeeren gebe, dann müssten dies die Gäste auch so akzeptieren. Kommunikation sei das A und O. Dies gilt auch mit den Produzenten. «Wir müssen eine klare Linie haben,

Sonst seien die Anforderungen eigentlich die gleichen, wie wenn er seine Produkte sonst absetze, meint Direktvermarkter Bleuler. Manchmal müsse er auch etwas produzieren, was der Gastronom wünsche. Erfahrung in Direktvermarktung sei vielleicht ein Vorteil. Doch es sei überhaupt keine Bedingung.

Ein geschlossener Wirtschaftskreislauf

Béatrice und Pierre Arn setzen nicht nur aus ökologischer Überlegung auf regionale Produkte. Es gehe vor allem darum, den wirtschaftlichen Kreis zu schlies-

gegenseitig im Tal», erklärt Pierre Arn die Idee. «Unsere Lieferanten erhalten auch eine Verkaufsfläche bei uns.» Es kann durchaus sein, dass im «Bären» ein Erdbeerdessert angeboten wird und daneben auf einem Tisch Erdbeeren von Bauer Bleuler zu kaufen sind. Die «Bären»-Wirte stellen einen Grossteil ihrer Gerichte sowie weitere Produkte wie Eingemachtes selber her. «Die Kunden sehen, dass wir einen nachhaltigen Lebensstil auch leben.» Andererseits sei so die Küche viel besser ausgelastet und der Produktverkauf – insgesamt 42 – im «Bären» oder auch

für das Restaurant. «Unsere Haupteinnahmequelle ist nach wie vor der Gastrobereich, doch bereits ein Drittel geht über d Gass», erklärt Béatrice Arn.

Einsatz und Flexibilität sind gefragt

Ihr Konzept erfordere eine sehr grosse Einsatzbereitschaft und Flexibilität, auch bei den Angestellten. «Diese haben wir in den vergangenen Jahren geschult», schmunzelt die Patronin. Belohnt würden sie mit einem guten Lohn. Apropos Geld: Wie steht es mit dem Produzentenpreis? Dazu Bauer Bleuler: «Über den Preis sprechen wir eigentlich nicht», erklärt er. Der sei Vertrauenssache, es handle sich um einen fairen Preis.

Von der Zusammenarbeit profitieren beide. Nicht nur wegen des Preises, sondern weil durch die Zusammenarbeit ein ganzes Netzwerk von Produzenten und Konsumenten entstehen würde. Sei dies, dass der «Bären» den Lieferanten Verkaufsfläche anbietet oder auch Überschussware abnimmt, die dann in der «Bären»-Küche verarbeitet wird und so in den Verkauf gelangt. «Restaurantbesucher kommen auch schon mal auf dem Hof vorbei und kaufen ein», freut sich Bleuler. Es hiesse, Bauern und Gastronomen seien oft am «Chlönen», sagt Béatrice Arn. Doch eigentlich sei eine Plattform da, man müsse sich einfach etwas bewegen. Dazu brauche es oft etwas Überwindung. Man müsse auch voll und ganz hinter der Philosophie stehen und damit rechnen, dass es nicht gerade im ersten Jahr mit einem Geldsegen klappe. Die Botschaft nach 16 Jahren «Bären» ist jedoch klar: Es ist machbar.