

# «Die Schweizer Armeeküche ist Teil der heimischen Kochkultur»



Ein auf einem Stein gebratenes Schweinssteak ist sehr schmackhaft.

ZVG

Der Stabsadjutant Daniel Marti hat mit dem Weber Verlag ein Kochbuch realisiert, das die Historie der Militärküche anhand von Rezepten und Geschichten aufzeigt.

HGZ: **Daniel Marti, wie ist die Idee zum Buch entstanden?**

DANIEL MARTI: Das ist eine lange Story. Zu Beginn sollte es eine Art internes Handbuch, ein sogenanntes Reglement für unsere Küchenchefs werden. Dieses beabsichtigte ich, mit der Medienstelle des Schweizer Militärs umzusetzen. Mit hilfreichen Tipps und Rezepten für Bankette. Doch nachdem ich in «Salz & Pfeffer» ein Interview zum Thema «La Cuisine Suisse n'existe pas» ge-

ben durfte, kontaktierte mich Franz A. Zölch vom Weber Verlag. Er wolle ein Kochbuch realisieren – mit mir, meinte er am Telefon. Nun ja, wir machen schon eins, war meine Antwort. Aus diesem ersten Gespräch entstand dann die Zusammenarbeit mit dem Weber Verlag.

**Wie sind die Reaktionen auf das Kochbuch ausgefallen?**

Wir haben sehr viele positive Rückmeldungen erhalten. Einerseits von Leuten aus der Branche, die selber Dienst gemacht haben. Andererseits auch von Hobbyköchinnen und -köchen, die auch gerne mal einen einfachen Eintopf nachkochen. Es sind nun schon fast alle Exemplare der ersten Ausgabe weg. Anfang April wird die zweite Auflage erscheinen.

**Das Buch enthält nicht nur Rezepte, sondern auch Hintergrundinformationen. Wie entstand das Konzept dazu?**

Bei der ursprünglichen Idee ging es in erster Linie um das Sammeln von Rezepten der Armeekochnationalmannschaft. Doch als das Kochbuch plötzlich viel umfangreicher werden sollte, beschloss ich, den Einfluss der Armeeverpflegung auf die Esskultur im Allgemeinen und auf jene der Schweiz im Speziellen aufzuzeigen.

**Etwa den Einfluss der Konservendosen?**

Ja, beispielsweise. Noch vor dem Ersten Weltkrieg hielt die Fleischkonserve aus Rind- oder Schweinefleisch Einzug in unsere Truppenverpflegung. Doch diese Methode des Haltbarmachens ist viel älter. Bereits Napoleon Bonaparte schrieb einen Wettbewerb aus zum Lebensmittelkonservieren.



Daniel Marti ist eidg. dipl. Küchenchef und Berufsunteroffizier. Er ist Teamchef des Swiss Armed Forces Culinary Teams (SACT).

**Sie stellen auch zwei Rezepte mit Militärkonserven vor. Werden die Soldaten heute immer noch mit Büchsenfutter abgespeist?**

Der Stellenwert der Konservenkost hat sich stark verändert. Wir führen zwar immer noch ein Sortiment an Konservendosen. Heute legen wir in unseren Küchen jedoch Wert auf gesunde Verpflegung aus frischen, saisonalen Zutaten. Mit den beiden Rezepten wollte ich aufzeigen, wie sich die Küchenchefs ins Zeug legten, um aus den «Büchsen» etwas Schmackhaftes zu zaubern.



Mehr Informationen unter: [www.he.admin.ch](http://www.he.admin.ch)

**Ambitioniert sind auch die Rezepte der Armeenati: Sie bieten Ideen für den Apéro sowie für vier saisonal ausgerichtete Fünfgangmenüs.**

Ja, das Swiss Armed Forces Culinary Team (SACT) kann sich international mit den besten Teams messen. Ich wollte aufzeigen, wie das SACT arbeitet. Die Mannschaft bestreitet nicht nur Wettbewerbe, sondern richtet auch Bankette aus, etwa für den Bundesrat. Die Menüs sind alle truppen-tauglich. Es kommen keine Luxusprodukte darin vor.

**Wie steht es um den Küchennachwuchs?**

Die Situation ist die gleiche wie in der «zivilen» Gastronomie. Wir brauchen immer motivierte und gute Köche und Köchinnen.

INTERVIEW: BERNADETTE BISSIG

## Buchtipps



Das Beste aus der Schweizer Militärküche, Daniel Marti  
ISBN 978-3-03818-089-0, CHF 69.-  
[www.weberverlag.ch](http://www.weberverlag.ch)

Wer eines von fünf Exemplaren gewinnen will, schreibt bis 3. Februar eine E-Mail an: [karin.huwyler@hotellerie-gastronomie.ch](mailto:karin.huwyler@hotellerie-gastronomie.ch)

# Über 10 000 Fachbesucher informierten sich an der «Ornaris» über Trends und Neuheiten

Vom 17. bis 19. Januar ging in Zürich die Konsumgütermesse erfolgreich über die Bühne. Fachbesucher strömten zahlreich an die «Ornaris».

Die Messe ist fester Bestandteil der Agenda der Facheinkäufer und Aussteller geworden. Letztere zeigten sich sehr zufrieden. So seien auch die grossen Detailhändler wie Coop, Globus und Manor vor Ort gewesen, um sich über die neuesten Trends für die kommende Frühlings- und Sommersaison zu informieren.

**Zahlreiche Bio- und Gourmetprodukte**

Während drei Tagen präsentierten die rund 400 Aussteller eine inspirierende Produktpalette aus den unterschiedlichsten Bereichen von Papeterie über Floristik bis hin zu Schmuck und Wohnaccessoires. Den rund 10 000 Facheinkäufern wurden die Artikel für die kommende Frühlings-, Oster- und Sommersaison präsentiert. Zudem waren Gourmetprodukte gut vertreten, auch aus der Schweiz. Denn bereits im



Mehr Informationen unter: [www.ornaris.ch](http://www.ornaris.ch)



Facheinkäufer holen sich an der «Ornaris» wichtige Inputs, auch im Bereich der Wohnaccessoires.

ZVG

letzten Jahr wurde das «Swiss Made»-Signet erfolgreich eingeführt. Dieses holt damit den Swissness-Trend an die Fachmesse und erleichtert den Fachbesuchern die Suche nach Schweizer Produkten.

Die Anforderungen an die «Swiss Made»-Aussteller wurden für die «Ornaris» in Bern vom letzten Jahr definiert. Dementsprechend kann ein Produkt als «Swiss Made» bezeichnet werden,

wenn 60 Prozent der Produktionskosten in der Schweiz anfallen.

Erstmals führte die Fachmesse in Zürich ein Rahmenprogramm zu einem Service-Thema durch. So standen «Digitale Trends für den Detailhandel» im Fokus. Diese wurden sowohl auf den Service-Seiten des Messomagazins als auch an der Messe selbst behandelt. Vor Ort hatten die Besucher die Gelegenheit, sich anhand von Impulsreferaten

mit der Thematik vertraut zu machen. Claudio Dionisio, Gründer und Geschäftsführer von «Best of Swiss Web», erklärte in seinen Kurzvorträgen, wie online bereits mit sehr kleinem Budgets grosse Marketing-Effekte erzielt werden können. Etwa mit einem Themenblog oder einer Fanseite auf der Facebookseite.

Die Resonanz auf die Impulsreferate fiel sehr positiv aus. Dominique Lüthy, Messeleiter der

«Ornaris», ist zufrieden mit der Einführung des Service-Themas: «Wir möchten den Facheinkäufern unsere Fachkompetenz weitergeben.» Um die Bedeutung der «Ornaris» in der Schweizer Konsumgüterbranche zu stärken, soll das Rahmenprogramm in Zukunft noch weiter ausgebaut werden. Den Fachbesuchern wird damit ein weiterer guter Grund gegeben, die Messe auf keinen Fall zu verpassen.

Im Messomagazin «Ornatip» wird das Thema auf den neuen Serviceseiten aufgenommen. Die Texte sollen den Facheinkäufern relevante und berufsaltsnahe Hilfestellungen bieten. (BEB)

## Zum Thema

Die «Ornaris» ist die grösste Schweizer Fachmesse im Bereich Konsumgüter. Facheinkäufer und Aussteller nutzen die Plattform, um Kontakte zu pflegen, sich über Neuheiten auszutauschen und Bestellungen entgegenzunehmen oder aufzugeben. Sie findet jeweils im Januar in der Messe Zürich und im August auf dem Gelände der Bernexpo statt.

Nächste Termine:

Bern: 13. bis 15. August 2016  
Zürich: 15. bis 17. Januar 2017