



Der Zoobesuch macht hungrig: Theo Renner (4) genießt einen Teller «Züri Frites».

Passende Pommies

Was gehört zum Zoobesuch wie das Amen zur Kirche? Genau. Im Zoo Zürich kommen Pommies frites auf den Teller, die dem entsprechen, was hier gepredigt wird.

Publireportage 55 Tonnen. So viele Pommies frites gehen in den Restaurants des Zoos Zürich jährlich über die Theke. Das sind im Schnitt 1000 Portionen am Tag. Nun: Die Zahl mag beeindruckend, dürfte aber wenig überraschen. Denn was gehört zum Zoobesuch, wenn nicht knusprige Pommies frites, pur, mit Schnitzel, Burger oder Bratwurst? Eben. Das weiss auch Peter Balordi. Seit fünf Jahren leitet er die Zoo Restaurants GmbH und damit vier Gastrobetriebe sowie acht Kioske und zwei Shops auf dem und rund ums Zoogelände. «Pommies frites sind der

Verkaufsschlager schlechthin», sagt er und schmunzelt. «Das ist ja klar.»

Klar ist aber nicht nur das. Genauso selbstverständlich spielen für Balordi beim Einkauf ökologische Faktoren eine Rolle. Denn der Zoo Zürich, der 1929 als «lebendiges Museum» mit exotischen Kreaturen eröffnet wurde, versteht sich heute als Naturschutzzentrum, als Vermittler zwischen Mensch, Tier und Natur. Der Besucher erhält hier einen Einblick in die natürlichen Lebensräume unseres Planeten – und soll verste-

hen, dass die Natur und ihre Bewohner schützenswert sind. Da versteht es sich von selbst, dass man im Zoo mit gutem Beispiel vorangehen will. «Wir versuchen, die Leitsätze konsequent umzusetzen», sagt Balordi, der immerhin ein wirtschaftlich orientiertes Unternehmen mit einem Umsatz von rund 22,4 Millionen Franken jährlich führt. «In diesem Rahmen tun wir alles, was möglich ist, um ökologischen Aspekten Rechnung zu tragen; wir sind immer auf der Suche nach Rohstoffen aus der Umgebung und auf Nachhaltigkeit bedacht.»



Peter Balordi, Leiter Gastronomie & Retail im Zoo Zürich

«Der Look kommt gut an»

Warum ist die Wahl der Lebensmittel im Zoo Zürich so wichtig?

Wegen der Philosophie des Betriebs: Die Fragilität von Natur und Umwelt steht bei uns im Zentrum. So erklären wir zum Beispiel die Problematik der Palmölproduktion oder die Konsequenzen der Crevettenzucht, die auf Kosten der Mangrovenwälder angelegt wird. Entsprechend müssen wir wissen, woher unsere Produkte stammen, und auf Nachhaltigkeit und Regionalität achten.

Letztere dürfte das schlagende Argument für die «Züri Frites» sein.

Dass die Kartoffeln aus der Umgebung kommen, passt super. Aber mich überzeugt das Produkt auch sonst. Wichtig ist mir zum Beispiel, dass die «Züri Frites» nicht in einem vorbelasteten Frittiermedium verarbeitet werden, sondern in Schweizer High-Oleic-Sonnenblumenöl. Auch der artisanale Look mit Schale kommt gut an – und dass die «Züri Frites» schön knusprig sind.

Sie verzichten darauf, die Regionalität der «Züri Frites» in Ihren Betrieben extra gross auszuloben. Warum?

Die Geschichte der Kartoffeln, die von zwei Bauern aus der Umgebung produziert werden, bietet einen echten Mehrwert. Und im Zoo Zürich ist es sicher wichtig, dass wir erzählen, in welcher Form wir ökologische Aspekte berücksichtigen – auch in der Gastronomie. Trotzdem finde ich, dass wir auf dem Gelände schon so viel informieren und sensibilisieren, dass es reicht, wenn wir die Philosophie in den Restaurants in erster Linie einfach (vor-)leben.

Der **Zoo Zürich** gehört zu den meistbesuchten Ausflugszielen des Landes. Hier leben rund 4000 Tiere in naturnah gestalteten, geografisch unterteilten Anlagen, die einen Einblick in die natürlichen Lebensräume unserer Welt bieten. Der wissenschaftlich geführte Betrieb versteht sich als Naturschutzzentrum; mit der Aufgabe, bedrohten Tierarten ein Überleben zu sichern und die Besucher für die Fragilität von Natur und Umwelt zu sensibilisieren. Mit dieser Botschaft hat der Zoo Zürich im Jahr 2014 immerhin 1,42 Millionen Besucher erreicht.

Zoo Zürich, Zürichbergstrasse 221, 8044 Zürich, 044 254 25 00

www.zoo.ch

Beispiele gefällig? Der Zoo setzt auf kompostierbares Einweggeschirr, beschränkt sich auf Fisch aus einheimischen Gewässern, verwendet ausschliesslich Fleisch von IP-Suisse-zertifizierten Bauernhöfen, importiert den eigenen Kaffee aus Madagaskar, um ihn in Bern rösten zu lassen, verkauft Bio-Gummibärli sowie Glace aus hiesiger Produktion. Seit Anfang Jahr nun stammen sogar die Pommes frites aus der Region. «Wir verwendeten auch vorher ein Schweizer Produkt», sagt Balordi, «aber das ist die Steigerung.» Die «Züri Frites» von Kadi



Freuen sich über die neuen Pommes frites im Zoorestaurant Pantanal: Sous-Chef Emanuel Stettler (links) und Koch Egar Michel Nápoles Díaz.

haben es ihm angetan, passen sie doch ideal zu den Prinzipien des Betriebs. Die Kartoffeln stammen ausschliesslich von den Feldern der beiden Zürcher Bauern Patrick Meier und Daniel Peter, die ihre Äcker in Alten beziehungsweise Rickenbach bewirtschaften und mit ihrem Namen für die Güte des Produkts stehen.

Balordi ist aber nicht nur der Regionalität wegen von den «Züri Frites» überzeugt. Auch dass sie in reinem High-Oleic-Sonnenblumenöl aus der Schweiz vorfrittiert werden und dass die ganze Kartoffel mit Schale verarbeitet wird, kommt seinen Prinzipien entgegen. «Ausserdem verleiht die Schale den Pommes frites eine attraktive artisanale Optik», sagt der Gastronomieleiter. Dass Kadi die nötige Menge regionaler Pommes frites – zur Erinnerung: 55 Tonnen im Jahr – bereitstellen kann, freut ihn darum umso mehr. ■

Die **«Züri Frites»** gehören seit Herbst 2012 zur Terroir-Linie von Kadi. Die Kartoffeln dafür sind auf den Äckern der Zürcher Landwirte Patrick Meier (in Alten) und Daniel Peter (in Rickenbach) gediehen. Sie werden samt Schale verarbeitet, asymmetrisch sowie etwas breiter als herkömmliche Pommes frites geschnitten und in reinem Schweizer High-Oleic-Sonnenblumenöl vorfrittiert. Auf Konservierungs-, Zusatz- und Farbstoffe wird verzichtet. Das TK-Produkt mit «home-made»-Charakter gibts auch aus Bern, der Ostschweiz und der Léman-Region.

Kadi AG, Thunstettenstrasse 27, 4901 Langenthal, 062 916 05 00
www.kaditerroir.ch