

FLIEGENDE SCHWÄNE

Dreizehn Jahren lang war Emanuel Moosbrugger unterwegs gewesen und hat in dieser Zeit in den besten Restaurants der USA gearbeitet. Der Entschluss, wieder zurück in den Bregenzerwald zu kommen, ist ihm nicht leicht gefallen. Bereut hat er ihn trotzdem nicht. ● *Text: Wolfgang Schedelberger*

Der Schwanen in Bizau ist ein kleines, traditionelles Gasthaus, das seit 1860 von der Familie Moosbrugger geführt wird. Der Schwanen ist ein minimalistisches, fast schon avantgardistisches Hotel, das in vielerlei Hinsicht neue Wege geht. Beides stimmt und ergänzt sich ganz wunderbar, denn vor allem ist der Schwanen das Haus einer gastlichen Familie, die ihren Lebensweg abseits von scheinbar unveränderbaren Notwendigkeiten selbst bestimmen will. Dabei geht es natürlich auch um wirtschaftlichen Erfolg, denn selbst im Bregenzerwald lebt man nicht nur von Luft und Liebe allein. Es geht aber auch darum, die eigene Zukunft selbst zu bestimmen und zu gestalten und die Welt im Kleinen nachhaltig zu verbessern.

Nach Absolvierung der Hotelfachschule begab sich Emanuel Moosbrugger auf Wanderschaft und landete nach Aufhalten in der Schweiz, Italien und auf Kreuzfahrtschiffen schließlich in den USA. Dort blieb er über zehn Jahre lang. Zuerst als Assistant General Manager bei Daniel Boulud in dessen Drei-Sterne-Restaurant Daniel, dann als Sommelier im Café Boulud. Nach sieben Jahren New York wollte Moosbrugger auch etwas von der Westküste sehen und arbeitete mit Corey Lee, dem ehemaligen Küchenchef der French Laundry, an der Eröffnung seines Restaurants Benu in San Francisco. Als ihn seine Eltern bei einem Heimatbesuch damit konfrontierten, dass sie anstehende Investitionen nur dann tätigen würden, wenn er das Haus weiterführen wolle, musste Emanuel Farbe bekennen.

Der Kontrast zwischen Manhattan und Bizau könnte nicht größer sein. Wie haben Sie die Rückkehr in den Bregenzerwald erlebt?

Beide Welten haben ihren Reiz, und gerade als junger Mensch ist das Leben in New York absolut faszinierend. Es ist ein Privileg, wenn man als junger Mensch die Möglichkeit hat, die Welt kennenzulernen. Es gab durchaus Momente, in denen ich mir nicht so sicher war, ob ich wieder heimkehren würde. Bei Daniel Boulud, der ja ebenfalls in jungen Jahren aus Europa nach New York ging und dort eine fantastische Karriere hingelegt hat, habe ich gesehen, welche Möglichkeiten diese Stadt bietet. Andererseits hat die großartige Landschaft des Bregenzerwaldes auch ihre Reize, und die Menschen sind hier trotz ihrer teils konservativen Anschauungen eigentlich sehr weltoffen. Zurückzukommen war keine leichte Entscheidung, aber ich wurde nicht gedrängt.

Sie haben in absoluten Top-Häusern gearbeitet und dabei zweifellos viel gelernt. Andererseits waren Sie in den USA nicht in der Hotellerie, sondern der Gastronomie tätig. Waren Sie für die Herausforderungen, eine kleines Hotel zu übernehmen, gerüstet?



Nur zum Teil. Deshalb habe ich auch begleitend die F&B-Management-Akademie von Edi Altendorfer absolviert, was mir sehr geholfen hat. Dort konnte ich mich mit jungen Kollegen, die ebenfalls vor der Aufgabe standen, den elterlichen Betrieb zu übernehmen, austauschen. Außerdem habe ich mich so in relativ kurzer Zeit wieder mit dem österreichischen Markt vertraut machen können. Wenn man 13 Jahre weg ist, verändert sich doch einiges.

Die wichtigste Entscheidung war wohl die Neupositionierung des Hauses nach dem Umbau. Sie haben sich entschlossen, bei den Bio-Hotels mitzumachen. Wieso?

Die grundlegenden Entscheidungen haben wir gemeinsam im Jahr 2007 beschlossen, als eine grundlegende Renovierung anstand. Wir haben den Vorarlberger Architekten Hermann Kaufmann beauftragt, dem Schwanen ein neues Gefieder zu verpassen. Dabei ging es natürlich nicht nur um eine neue Optik, sondern um eine grundlegende Ausrichtung. Wir wollten nicht von jedem ein bisschen haben, sondern ein schlüssiges, klares Gesamtkonzept mit einer Formensprache und Materialien, die hierher passen. So haben wir sehr viel Geld und Know-how in die Betten gesteckt, weil ich der Mei-



»Guter Wein beflügelt gute Gespräche«

nung bin, dass man in einem guten Hotel auch wirklich gut schlafen können muss. Unser zweiter Fokus ist die Gastronomie. Meine Mutter ist nicht nur eine begnadete Köchin, sie weiß auch sehr viel über Ernährungsfragen und hat sich schon lange mit Kräutern und deren Wirkung beschäftigt. Das Bio-Thema hat perfekt zu beiden Schwerpunkten gepasst.

Wie stellt sich Ihre aktuelle Tätigkeit genau dar? Das Thema Mitarbeiterführung spielt in einem kleinen Familienbetrieb ja nur eine untergeordnete Rolle. Wie viel Zeit verwenden Sie für Marketing und Vertrieb beziehungsweise für Ihre persönliche Leidenschaft, den Wein?

Auch wenn wir kein großes Hotel sind, beschäftigen wir 13 Mitarbeiter. Das Thema Personalführung spielt also durchaus eine Rolle. Wenn Qualität kein leeres Schlagwort sein soll, braucht es sowohl in der Küche als auch im Housekeeping entsprechende Leistungen. Leider spielt das Thema Housekeeping in der öffentlichen Wahrnehmung oft eine untergeordnete Rolle, aber uns ist Sauberkeit extrem wichtig. Wir haben uns damals für die Verwendung von Weißtannen entschieden, was wunderbar aussieht, aber auch ziemlich pflegeintensiv ist. Beim Housekeeping geht es nicht nur um die Sauberkeit, sondern auch um die Werterhaltung der Einrichtung. Wir haben überdurchschnittlich viele weibliche Gäste, die es vielleicht noch mehr als Männer schätzen, wenn ein Haus wirklich gepflegt ist.

Womit wir schon beim Thema Marketing und Vertrieb sind. Der hohe Frauenanteil bei den Gästen ist kein Zufall, oder?

Natürlich nicht, aber das hat mehrere Aspekte. Zum einen ist die Wilde-Weiber-Küche meiner Mutter ein Begriff, der selbstbewusste Frauen anspricht. Auch wenn wir Sauberkeit und Hygiene nicht aktiv ansprechen, wird das gerade von weiblichen Gästen sehr wohl wahrgenommen. Wir schnüren auch spezielle Packages, um Damenrunden direkt anzusprechen. Außerdem sind wir als Sponsor beim Bodensee-Frauenlauf dabei. Marketing hat viele Facetten. Wichtig ist, dass alles ineinandergreift und ein stimmiges Ganzes ergibt.

Wie wichtig ist dabei das Internet? Zum einen sind Sie in Social Media – Stichwort Facebook und



»Gut zu schlafen ist ganz wichtig. Dafür braucht man gute Betten«

Instagram – sehr aktiv und betreiben auch einen eigenen Blog. Gleichzeitig haben Sie sich von Online-Plattformen, die Hotelbetten vermitteln, endgültig zurückgezogen. Wie passt das zusammen?

Gegenüber den Online-Plattformen war ich immer schon skeptisch, nicht zuletzt wegen der hohen Provisionen, die dort verlangt werden. Punktuell eingesetzt, können sie zwar in schwächeren Zeiten helfen, die Auslastung zu erhöhen, aber für uns passt das einfach nicht. Dort werden fast ausschließlich Zimmer mit Frühstück gebucht, bei uns ist aber die Gastronomie ein ganz entscheidender Aspekt. Gäste, die nur einmal bei uns übernachten und woanders essen, bringen uns relativ wenig. Wir wollen ein Ort zum Wohlfühlen sein, wo man auch einmal in Ruhe ein Buch liest und gemeinsam mit seiner Begleitung entspannen kann. Wir haben uns deshalb auch ganz bewusst dazu entschieden, kein WLAN auf den Zimmern anzubieten. Von Social Media halte ich sehr viel, weil wir so relativ günstig und auch eine dezente Art und Weise mit unseren Gästen Kontakt halten können. Dies und die persönliche Weiterempfehlung durch begeisterte Gäste sind für mich die wichtigsten Marketing-Instrumente.

Und wie steht es um Ihre Weinleidenschaft? Können Sie die auch im Schwanen ausleben, oder müssen Sie – verglichen mit einem New Yorker Luxusrestaurant – deutliche Abstriche machen?

Im eigenen Betrieb macht es noch viel mehr Spaß, weil ich wesentlich mehr Freiheiten habe, wenngleich wir natürlich im Schnitt nicht ganz so teure Weine verkaufen. Neben der Administration und anderen Bürotätigkeiten ist mir der persönliche Kontakt mit den Gästen ganz wichtig, und das ist beim abendlichen Essen mit gutem Wein besonders leicht möglich. Dass meine Mutter derart großartig kocht, macht es für mich besonders reizvoll, passende Weine zu finden. Guter Wein beflügelt einfach gute Gespräche.

Jetzt sind Sie schon mehr als drei Jahre wieder im Land. Wie hat sich der Bregenzerwald Ihrer Meinung nach verändert? Was schätzen Sie an Ihrer Heimat besonders?

Mir taugt, dass es bei uns eine große, aber gleichzeitig unangeregte Wertschätzung für das Regionale gibt. Das gilt für das Gewerbe genauso wie für die Kunst. Die Wälder wissen, wo sie herkommen, und sind trotzdem – oder vielleicht gerade deswegen – sehr weltoffene Leute. Nur bei der Landwirtschaft könnte sich meiner Meinung nach noch mehr tun. Wann immer möglich, beziehen wir Obst, Gemüse und Fleisch aus der näheren Umgebung. Aber das ist nicht immer so leicht, weil es einfach zu wenige Bauern gibt, die so produzieren. Dabei hätten wir im Bregenzerwald mit seiner intakten Natur die besten Voraussetzungen, erstklassige Lebensmittel in bester Bio-Qualität herzustellen. ●



Solid Manual Detergent mit Solid Mobile Dispenser

Perfektes Spülergebnis
und Leistungsoptimierung

Solid Manual Detergent

- ▶ Perfekte Spülergebnisse bei voller Kostenoptimierung
- ▶ Speziell zur Entfernung härtester Nahrungsmittelverschmutzungen entwickelt
- ▶ Wäscht bis zu 3 x so viele Töpfe und Pfannen wie herkömmliche Handspülmittel*
- ▶ 96 % weniger Verpackung

*Die Kalkulation basiert auf gewerblichen Spülbecken und durchschnittlicher Konzentrationsempfehlung

Solid Mobile Dispenser



- ▶ Perfekte Dosierung bei jeder Verwendung
- ▶ Leicht und sicher in der Anwendung
- ▶ Effizientes Befüllen des Spülbeckens

ECOLAB®
Everywhere It Matters.™

0810 / 31 2586 | orderdesk@ecolab.com
www.ecolab.at

Gastgeber Emanuel Moosbrugger ...



... und seine Mutter Antonia, die den Kaiserinnenschmaren erfand

»Nahrungsmittel sollten wertvolle Inhaltsstoffe beinhalten«

– ANTONIA MOOSBRUGGER –

ungewöhnlichen Lokals. Im Adler isst man aber nicht nur hervorragend, man sitzt hier auch urgemütlich. Die alte Stube konnte erhalten werden, hinzugekommen sind passende Thonet-Sessel und an der Wand sorgen Bilder ihres Mannes für gewünschte Kontraste zur rustikalen Einfachheit.

Wilde Weiber und Kaiserinnen

Ein weiteres kulinarisches Highlight des Bregenzerwaldes befindet sich in Bizau. Im Bio-Hotel Schwanen (siehe auch Interview mit Emanuel Moosbrugger ab Seite 92) kocht Antonia Moosbrugger eine kräuterbetonte Küche nach den Prinzipien von Hildegard von Bingen. Das mag ein bisschen streng klingen, schmeckt aber ganz großartig, denn Antonia Moosbrugger will ihre Gäste nicht belehren, sondern vor allem verwöhnen. Ihr Zugang ist eigentlich ganz simpel: Wieso soll Essen nicht gleichzeitig gut und bekömmlich sein?

Hildegard von Bingen hat sich vor allem mit der Wirkung und Wechselwirkung von Lebensmitteln beschäftigt. Ein Thema, das für Antonia Moosbrugger bei der Zusammenstellung von einzelnen Gerichten oder ganzen Menüs viel zu wenig Beachtung findet. Bio alleine ist für Moosbrugger natürlich zu wenig, aber es geht in die richtige Richtung. „Nahrungsmittel sollten wertvolle Inhaltsstoffe enthalten. Kommer-

zielles Weizenmehl ist deshalb für mich wertlos. Da koche ich lieber mit Dinkelmehl“, meint die mehrfach ausgezeichnete Haubenköchin. Kräuter und Gemüse spielen in ihrem „Wilde Weiber Menü“ zwar eine große Rolle, auf Fleisch will sie aber dennoch nicht gänzlich verzichten. Die Argumente vieler Vegetarier gehen ihr nicht zu weit, sondern zu wenig weit: „Natürlich verabscheuen wir die Massentierhaltung. So ein Fleisch kommt bei uns niemals auf den Tisch. Aber auch Pflanzen sind Lebewesen. Alles, was wir als Nahrung zu uns nehmen, sollte ein gutes Leben geführt haben.“

Der Begriff Wilde Weiber wurde von Gästen erfunden, als es in der Küche, wo neben Antonia Moosbrugger und ihrer Souschefin Franziska Hiller regelmäßig auch andere Frauen mitarbeiten, wieder einmal hoch herging und laut gelacht wurde. Als sie dann begann, den Begriff Wilde Weiber auch auf der Karte anzuführen, haben viele Gäste so positiv darauf reagiert, dass er blieb und zur Marke wurde. Die Macht der Worte erfuhr Moosbrugger auch durch eine zweite Geschichte. Aus einer Laune heraus, taufte sie auf der Speisekarte den Kaiserschmarren in Kaiserinnenschmarren um. Mit der Verzögerung von ein paar Monaten sprach sich das bis nach Wien herum, wo eine große Tageszeitung die Geschichte im Rahmen einer Gender-Debatte brachte. Die Publicity war hoch willkommen, wenngleich sie den heiligen Ernst, mit dem Feministinnen die Sprache ändern wollen, nicht ganz nachvollziehen kann. Aber das vielleicht auch damit zu tun, dass Antonia Moosbrugger prinzipiell ihre Schwierigkeiten mit heiligem Ernst hat.

EINE STRASSE MIT GESCHMACK

Die Herstellung von Käse hat im Bregenzerwald eine lange Tradition. Mit dem EU-Beitritt Österreichs wurde befürchtet, dass man mit der klein strukturierten Landwirtschaft unter Druck geraten würde und ein Großteil der damals 21 Sennereien schließen müssten. Dank enormer Qualitätsbemühungen gelang es, die Zukunft der Käseproduktion – die ja auch für die Bewirtschaftung der Almen im Sommer von größter Bedeutung ist – sicher zu stellen.



Entscheidend dafür war die die Zusammenarbeit der verschiedenen Sennereien, die sich vor über 15 Jahren den Verein Käsestraße gründeten. Mit über 160 Mitgliedern und zahlreichen Partnern vereint die Käsestraße lauter Experten unterschiedlicher Disziplinen für Genussvolles, Schönes und Kunstsinniges unter ihrem Dach. Dazu gehören Landwirte und Alpen,

Sennereien und Käsemacher, KäseWirte und Gasthäuser, die mit viel Phantasie neue Rezepte für Käsegerichte entwickelten. Denn so gut sie auch sind, es müssen ja nicht immer die köstlichen Kässpätzle (Foto) sein. Über 40 regionalen Käsesorten sowie Butter und Rahm kann man in der Sennerei in Lingau verkosten beziehungsweise erwerben.

KÄSESTRASSE BREGENZERWALD

6951 Lingau
Zeihenbühl 423
Tel.: 5513 42870-41
www.kaesestrasse.at

Original
Toni Kaiser
Beste Wiener Mehlspeisküche

Toni Kaiser
Süße Knödel
aus flaumigem Topfenteig

www.frisch-frost.at