



Adrian Bindella ist mehr als nur Sohn des Schweizer Gastrokönigs Rudi Bindella: ein schlauer Kopf, der mit Leidenschaft seine eigenen Ideen umsetzt, so das Restaurant «Terroir» in Zürich. Unter dem Motto «La Suisse existe!» kann man bei Bindella junior Gutes aus der Schweiz kosten und kaufen.

Interview: Ingrid Schindler/Fotos: Mischa Scherrer

Der Terroirist



Vertiefte Kommunikation: Hans-Jörg Degen und Adrian Bindella.



Keine Masse: In der Fleischtrocknerei Heinzer hat alles seine Zeit.

Wir treffen Adrian Bindella (28) im «Terroir» am Heimplatz in Zürich, dem neuesten Coup der Bindella-Unternehmungen, zu denen unter anderem über 30 hauptsächlich italienisch ausgerichtete Restaurants in der Schweiz gehören. Der gut gekleidete Jungunternehmer zeigt uns im Nadelstreifenanzug seine Auswahl an Schweizer Delikatessen im Laden und an der Theke zum Mitnehmen im Parterre und stellt sich im Restaurant im ersten Stock unseren Fragen.

[Wofür steht der Name Bindella?] Qualität. Im Fall des «Terroirs» steht er für Schweizer Qualitätsprodukte.

[Wie der Vater, so der Sohn: Sie haben beide Ökonomie an der Universität St. Gallen studiert. Braucht man zum erfolgreichen Wirten heute ein Diplom in Betriebswirtschaft?] Das Unternehmen Bindella ist zu gross (circa 200 Millionen Franken Umsatz), um handglismet geführt zu werden. Der Markt ist dafür zu rau. St. Gallen hat mir eine ausgezeichnete Basis geliefert, um in jeder Branche bestehen zu können. Die knallharte Selektion, die an der Universität St. Gallen stattfindet, ist Darwinismus pur. Die Besten, Stärksten überleben. Die vier Jahre an der Uni waren für mich auch Persönlichkeitsbildung. Die Entwicklung der eigenen Persönlichkeit ist meiner Meinung nach die Grundvoraussetzung für Erfolg überhaupt.



Bindella ist ständig auf der Suche nach Produkten und Geschichten.

[Konkret: Was haben Sie in St. Gallen gelernt?] Die nötigen Hard Facts, Prozessdenken, analytisches Denken sowie Durchhaltewillen. Aber es braucht auch die Soft Facts oder emotionalen Faktoren.

[Mit welchem Monatsbudget haben Sie Ihre Persönlichkeit in St. Gallen entwickelt?] (Zögert) Mit 4500 Franken im Monat. Das war der Lohn dafür, dass ich an verschiedenen Projekten in der Bindella-Gastronomie während des Studiums mitgearbeitet habe, wie zum Beispiel an der Vorbereitung des Jubiläums «40 Jahre Santa Lucia».

[In welchen St. Galler Beizen haben Sie Ihren Lohn ausgegeben?] Ins Café Seeger bin ich gern gegangen, weil man dort angenehme Leute trifft. Altersmässig gut durchmischt, wie es mir gefällt. Wenn ich richtig gut zum Essen gehen wollte, dann zu Vreni Giger

in den «Jägerhof». Ausserdem haben wir damals noch das «Latini» betrieben. Aber es ist schwierig, in St. Gallen zu wirtten, weil die St. Galler den patronalen Stil – Stichwort Köbi Nett – bevorzugen. Und das können wir von Zürich aus mit unserer Betriebsstruktur nicht leisten. Also lohnt es sich für uns nicht, in St. Gallen einen Betrieb zu führen.

[Haben Sie selbst mal in einer Restaurantküche gearbeitet?] Ja. Drei Wochen habe ich in der «Cantinetta Antinori» in Zürich (gehört Papa Rudi Bindella) Rindsfilets gegrillt. Am besten gefällt es mir aber an der Front (er lacht) als Geschäftsführer, weil man dann immer den Kontakt zu den Gästen und auch die Zeit dazu hat. Alle anderen stehen dafür viel zu viel unter Stress.

[Was verstehen Sie unter emotionalen Faktoren in der Gastronomie?] Mir gefiel schon während des Studiums die Philosophie von Slow Food, weshalb ich mich im Anschluss daran ein Jahr in der Emilia-Romagna an der Università di Scienze Gastronomiche in Colorno zum Master in Scienze Gastronomiche e Prodotti di Qualità ausgebildet habe. Die ganzheitliche Auseinandersetzung mit Lebensmitteln, also die Einbeziehung ihrer Geschichte und Herkunft, der Region, Kultur und der Leute, die dahinterstehen, des Bodens, der klimatischen Besonderheiten und

DER CLAN

1. GENERATION – Jean Bindella (1878–1918) aus Bidogno, Tessin, Tessiner mit spanischen Wurzeln, Firmengründer, erster Chianti-Importeur der Schweiz, und **Anna Bindella-Mayer** (1878–1948) aus Meersburg, Deutschland, am Bodensee verkauften die familieneigene Weinhandlung und führten zwei Restaurants. Die beiden liessen sich in Zürich nieder. Ein Sohn.

2. GENERATION – Rudolf Bindella (1905–1982) übernahm das Gipsergeschäft seines Onkels, stieg ins Bau- und Immobiliengeschäft ein, erwarb mehrere Schweizer Weingüter und betrieb erneut Weinhandel und weitere Restaurants. Mit der Appenzellerin **Annie Bindella-Lutz** (1915–1985) verheiratet, zwei Töchter, ein Sohn. Sitz in Zürich.

3. GENERATION – Rudi Bindella (geboren 1948) stieg 1975 als promovierter Betriebswirt (HSG) ins väterliche Geschäft ein und baut alle vier Geschäftsfelder erfolgreich weiter aus. Verheiratet mit **Christa Bindella-Gschwend** (geboren 1952), vier Söhne.

4. GENERATION – Adrian Bindella (geboren 1979), der Zweitälteste, wächst wie seine Brüder in Zürich auf, steigt nach der Ausbildung zum Betriebswirt an der Universität St. Gallen und dem Master in Scienze Gastronomiche e Prodotti di Qualità an der italienischen Università di Scienze Gastronomiche in Colorno ins elterliche Unternehmen ein. **Rudi Bindella** (geboren 1977) studierte ebenfalls BWL und hat bisher Stages bei drei renommierten Weinproduzenten absolviert. **Stephan Bindella** (geboren 1982) ist Musiker und führt die «Casa Bar» im Zürcher Niederdorf, **Christian Bindella** (geboren 1985) befindet sich noch im Studium, ebenfalls BWL.

so weiter, all die Terroir-Faktoren, das begann mich restlos zu begeistern. Mich fasziniert es, die Geschichte hinter einem Lebensmittel quasi auf den Teller zu bringen.

[Sie kamen aus Italien zurück, um dann nicht, wie zu erwarten, ein italienisches Slow-Food-Restaurant zu eröffnen, sondern setzten im «Terroir» ganz und gar auf Schweizer Produkte. Welche Idee stand dahinter?] Der Name ist Programm. Ich wollte mich wie beim Wein – bei Käse und Schinken und Olivenöl greift der Terroir-Gedanke auch hierzulande allmählich – auf authentische, ehrliche Schweizer Produkte konzentrieren. Wir leben in der Schweiz, also wollte ich ein Restaurant konzipieren, das Schweizer Qualität ernst nimmt. Vom Stuhl, auf dem Sie sitzen, bis zum Wein, den Sie trinken, und Wursträdli, das Sie essen. Aber schweizerisch essen heisst heute oft italienisch essen, das Eigene, Nahe wird oft vergessen.

[Fonduebeizen mit Schweizer Arvenholz, Raclette und Wein gibt es ja schon lange. Inwiefern ist das «Terroir» eine neue Art Gesamtkunstwerk der Gastkultur?] Dass es bei uns die guten, besonderen und seltenen Lebensmittel aus der Schweiz in modernem, urbanem Schweizer Design und in Schweizer Ausstattung zu kaufen, zu kosten und zu geniessen gibt. Für daheim, auf die Hand, am Stehtisch oder im Restaurant.



Der begehrte Urwaldschinken, dem der subalpine «Bödmerenwald» im Muothatal seinen Namen gibt, ist eine der Spezialitäten von Metzgermeister Heinzer. Er verwendet dazu Schweinerassen wie Landrace und Duroc.



«Schweizerisch essen heisst heute oft italienisch essen, das Eigene, Nahe wird gerne vergessen»

Transparenz wird grossgeschrieben: Von allem, von Fisch, Fleisch und Käse bis zu Kartoffeln, Rahm oder Mehl, erfährt man auf der Speisekarte, woher es stammt. Dort findet man beliebte Gerichte aus der Grossmutterküche, wie «Hackbratete am Bratesee i de Gummelstunggis» oder «Ghackets mit Drache-Hörnli und Öpfel-Mues», aber auch überraschende Gerichte mit speziellen Lebensmitteln aus der Schweiz. Zum Beispiel mit Risotto-Reis aus Ascona, dem nördlichsten Reisfeld Europas, Regenbogenforellen aus Bremgarten oder rot-weiss geringelten Randen von ProSpecieRara, die die Küche zurzeit in der «Ringlirande-Frischchäs-Millefeuille» mit «Öpfel-Balsam» aus der Lebensmittelmanufaktur Matthias Rösch serviert.

[Wie stand Ihr Vater Ihrem Vorhaben gegenüber?] Er war zunächst bass erstaunt und nicht begeistert. Was ihm mit der Zeit gefallen hat und immer besser gefällt, ist die Beharrlichkeit, mit der ich mein Projekt verfolgt und durchgesetzt habe. Heute ist er vom Terroir-Fieber angesteckt und von der Idee, voll auf Schweizer Qualität zu setzen, überzeugt.

[Sie bieten Schweizer Absinth in verschiedenen Abfüllungen an. Hat ihn vielleicht die Fée verte verhext?] Nein, aber Absinth ist ein in Vergessenheit geratenes Traditionsprodukt aus dem Val de Travers im Schweizer Jura, einst

DAS UNTERNEHMEN

Die Bindella-Unternehmungen (circa 200 Millionen Franken Umsatz) stehen auf vier Standbeinen: Gastronomie, Weinbau/Weinhandel, Immobilien und Handwerk (Gipser- und Malergeschäft). Rudi Bindella beschäftigt circa 1000 Mitarbeiter, der Firmensitz befindet sich in Zürich: bindella.ch. In zwölf Schweizer Städten betreiben die Bindellas derzeit 32 Gastrobetriebe. Unter anderen die «Spaghetti Factories», «Santa Lucia»-Pizzerien, «Latini»- und «Bindella»-Restaurants, das «terrasse», die «Casa Bar» in Zürich oder der Berner «Kornhauskeller». Die Bindellas betreiben selbst Weinbau bei Montepulciano in der Toskana und Weinhandel.

verboten, seit einigen Jahren wieder erlaubt. Aber auch unsere sortenreinen Kirschwasser und Edelbrände, Martinazzi, eine Art Schweizer Campari, oder Xellent Swiss Vodka sind interessante Produkte.

[Und dazu Rohschinken aus dem Muotathal?] Schinken ist ein gutes Beispiel für Terroir. Der speziellste, den wir anbieten, ist der Muotathaler Urwaldschinken aus der Metzgerei Heinzer. Der Name dieses Innerschweizer Rohschinkens leitet sich von Europas grösstem subalpinem Fichtenurwald ab, dem Bödmerenwald. Dafür verwendet man Schweine der Rassen Landrace und Duroc. Diese haben relativ viel Auslauf, auch im Freien, werden mit Futter aus der Region und, wie die Kabier-Kühe in Stein, mit Brauereiabfällen gefüttert. Bauer und Metzger kennen einander, die Wege sind kurz, alles läuft regional. Geräuchert wird mit Fichtenspan von Fallholz aus dem Urwaldgebiet, dem der Schinken seine mild-aromatische Fichtennote verdankt. Apropos: Toll ist auch der Rohschinken von Jörg Brügger aus Parpan. Seine Produkte reifen traditionell in Höfen mit Nord-Süd-Ausrichtung. Öffnet man die Fenster im Süden, kann man die Temperatur regulieren, mit Hilfe von Fenstern zum Bach hin steuert man die Feuchtigkeit. Wir sind ständig auf der Suche nach solchen Perlen der Schweizer Lebensmittelherstellung.



Stilecht ausgeschrieben schmeckt Absinth wie «flüssige Anisbrötli».



DIE GRÜNE FEE

Adrian Bindella demonstriert, wie man Absinth traditionell trinkt. «Ein warmes, süßes, dickflüssiges Getränk: Absinth trinkt man mit etwas Eiswasser aus einem Becher. Man zündet darüber Zucker auf einem perforierten Löffel an und genießt.» Im «Terroir» führt Bindella Absinth aus der Artemisia Distillerie Artisanale im Val de Travers sowie aus Brevans und Kallnach im Bernischen mit 53 und 72 Grad Alkohol. In Berlin sei es das Kultgetränk, es gäbe sogar Absinth-Bars. Zwei Monate hat es gedauert, bis die erste Absinth-Flasche im Offenaus-schank im «Terroir» geleert war. Bei uns gehen die Uhren etwas langsamer.

[Wie findet man die?] Wir lassen uns von Spezialisten wie den Food-Journalisten Elsbeth Hobmeier und Paul Imhof beraten, informieren uns bei Verlagen wie FONA und den Urchuchi-Kochbüchern, via Internet, Zeitschriften, Mundpropaganda und so weiter. Auf die Metzgerei Heinzer bin ich durchs «NZZ-Folio» gestossen und dann direkt nach Muotathal gefahren. Markus Heinzer hat sich sofort für mein Terroir-Projekt begeistert. Auf der Basis von Andreas Hellers Wurstkolumnen im «NZZ-Folio», die er 2007 im Büchlein «Um die Wurst – Meistermetzger der Schweiz» herausgegeben hat, gibt es bei uns jeden Monat eine andere «Extrawurst», die auch an unsererTheke zum Mitnehmen erhältlich ist.

[Kleine Handwerksbetriebe sind nicht aufgrund ihrer Grösse schon ein Garant für Qualität.] Nein, das sind sie nicht. Der Qualitätsunterschied zwischen einem grossen Industriebetrieb und einer Produktione artigianale ist oft nur marginal. Die Technologien haben sich bei beiden enorm entwickelt. Aber der emotionale Faktor ist beim Handwerker natürlich wesentlich höher. Die Geschichte hinter dem Produkt und seine Entstehung machen den Unterschied, das Terroir aus. Und wir verkaufen die Geschichten hinter dem Produkt.

[Wie wählen Sie die Produzenten aus?] Ich besuche die in Frage kommenden Produzenten,

DAS TERROIR

Modern interpretierte Schweizer Küche, die auf populären Grossmutterrezepten und traditionellen, seltener auch neueren Schweizer Qualitätsprodukten basiert, die im Laden im Erdgeschoss auch käuflich zu erwerben sind. An der «Zum-Mitnehmen-Theke» gibt es belegte Bürlis auf Wunsch, kleine Snacks wie Wähen, Schinkengipfeli oder saisonale Salate mit ProSpecieRara-Gemüse sowie monatliche Angebote wie die «Wurst des Monats» oder Spezialitäten aus einem «Kanton des Monats». Im Restaurant gibt es kantonale Gerichte im Quartalswechsel, wobei gesamtschweizerische Klassiker im Zentrum stehen.

ADRESSE – Rämistr. 32, 8001 Zürich
044 262 04 44, terroir.ch

LADEN UND TAKE-AWAY –
Mo–Fr von 7.30 bis 23.00 Uhr,
Sa/So von 9.30 bis 23.00 Uhr

RESTAURANT – täglich
geöffnet von 11.30 bis 14.00 Uhr und
von 18.00 bis 23.30 Uhr

schaue mir alle Betriebe persönlich an und entscheide mich für solche Produzenten, die kleine Handwerksbetriebe darstellen, aber dabei eine gewisse Menge liefern können. Inzwischen melden sich viele Produzenten von sich aus und bieten uns ihre Produkte an. Es braucht aber viel Zeit, um die richtigen Lieferanten herauszufinden und ein gutes Netz aufzubauen.

[Viele Wirte setzen heute auf Swissness. Was unterscheidet Sie von anderen?] Die Konsequenz, der rote Faden, der sich durch das Terroir-Projekt zieht. Kaum jemand plant das so genau bis ins kleinste Detail. Wir haben uns eineinhalb Jahre Zeit genommen, um alles vorzubereiten und zu durchdenken. Das ist natürlich ein Vorteil der Familie beziehungsweise der Gruppe, so lange vorfinanziert werden zu können. Aber die Zeit braucht es auch, damit alles stimmt, Ort, Design, Sortiment, Mitarbeiter und dass man persönlich die Lieferanten kennenlernt.

[Anfang Oktober 2007 war Eröffnung. Wie ist das «Terroir» beim Publikum angekommen?] Hervorragend! Ohne dass wir irgendwelche Werbung gemacht hätten. Aber die Pressearbeit und der Eröffnungsevent, die Hans-Jörg Degen, unser Kommunikationsleiter, inszeniert hat, hatten ein sensationelles Medienecho zur Folge. Von der «NZZ» bis zum «Wiener Kurier» waren sehr viele Journalisten anwe-

send. Von Beginn an wurden wir förmlich überrannt. Das Restaurant ist fast jeden Mittag und Abend voll besetzt.

[Welches Gericht verkauft sich am besten?] Mit über 20 Stück am Tag ist Cordon bleu der Renner. Unser Thurgauer Küchenchef Dario Ackermann (25) hat schon richtig Muskeln bekommen durchs Schnitzelklopfen. Die Zutaten stammen durchweg aus dem Ladensortiment, Frischfleisch beziehen wir direkt von der Metzgerei Heinzer. Zum Cordon bleu servieren wir Zündhölzli, Pommes allumettes, aus Schweizer Kartoffeln und auf Wunsch Ketchup, weil das unserer modernen Auffassung eines Schweizer Cordon bleu entspricht. Ketchup ist zwar kein Schweizer Terroir-Produkt, aber wer es mag, bekommt es auch. Denn bei aller Schweizbezogenheit, sektiererisch wollen wir nicht sein.

[Wie bereiten Sie Zürischnätzlets zu?] Wir halten das ebenfalls eher modern. Das heisst, wir bereiten es ohne Milken und Nieren zu, weil das viele Gäste heute nicht mehr mögen. Ausserdem richten wir das Gschnätzlete direkt auf der Butterröschi an, weil die knusprig genug ist, aber manchen Gästen gefällt das nicht.

[Vermissen manche Gäste auch den Heidi-Groove?] Wohl kaum. Das Terroir-Konzept geht ja weit darüber hinaus. Schweizer Qualität in der Gastronomie inter-

pretieren wir auf eine zeitgemässe, urbane Weise, auch im Hinblick auf Gestaltung und Baumaterial. So stammt zum Beispiel der Granit aus Andeer, die Böden sind aus Tessiner Kastanienholz, die Stühle sind Klassiker aus der ältesten Stuhlmanufaktur der Schweiz in Glarus. Das Styling und Design sind elegant, zurückhaltend und trendig. Entsprechend zieht das Konzept Gäste aus den Medien, der Kultur, Kunst, Werbung, kurz: aus der modernen, urbanen Welt an. Niemand vermisst Alphütten-Style und Sennenchutteli-Chic.

[Gibt es Grenzen der Swissness?] Gerade bei Schweizer Materialien ist sie manchmal schlicht nicht finanzierbar. In einigen wenigen Fällen haben wir deshalb bewusst auf die konsequente Durchhaltung des Schweizer Herkunftsprinzips verzichtet, zum Beispiel beim Besteck und bei den Gläsern, weil sonst das Cordon bleu nicht mehr bezahlbar wäre. Und wenn's zu teuer wird, schmeckt auch das beste Muotathaler Kalbfleisch nicht mehr so gut.

[Wie geht's weiter? Das Terroir-Konzept liesse sich sicher vervielfältigen?] Schon, aber wir tun uns das nicht zu oft an. Mit vier bis fünf weiteren städtischen «Terroir»-Standorten wäre unsere Kapazitätsgrenze in der Schweiz wohl erreicht. Vielleicht in Zürich an der Bahnhofstrasse, in Luzern, Basel und Bern. Viele der besonderen



Einkaufen im Restaurant: Im gestylen Eingangsbereich des Restaurants wird ein kleines Sortiment auserlesener Spezialitäten angeboten. So auch Käse aus der Molkerei Neff in Wald ZH.



Schweizer Produkte, was auch für den Wein gilt, bekommt man gar nicht in den benötigten Mengen. Beim Wein können wir davon profitieren, dass die Bindella-Gruppe die Schweizer Weinszene kennt, aber die lieferbare Menge schliesst den einen oder anderen Produzenten aus. Im Mai steht jedenfalls ein anderes Projekt auf der Agenda: Wir eröffnen gemeinsam mit Bianchi ein reines Fischrestaurant am Zürcher Limmatquai.

[Wohin gehen Sie in Zürich am liebsten essen?] Ins «Contrapunto» und ins «terrasse». (Beide gehören der Familie Bindella.)

[Bei über 30 Restaurants in der Familie – isst man da überhaupt noch zu Hause?] Ja, meine Verlobte Sara De Zanet und ich haben gerne Gäste. Sara kocht, ich kaufe ein. Auf meiner Quartierrunde gehe ich zuerst in die Molki, zum Metzger und dann zum Bäcker.

[Was gibt es zu essen, wenn sich die Familie trifft?] Bei Familientreffen ist Grossmutterküche angesagt, ein Mix aus Italienisch, Österreichisch und Schweizerisch. Alles Gerichte, die es im Restaurant kaum mehr gibt, wie zum Beispiel Pollastrello (Mistkratzerli) mit Bratkartoffeln, Bohnen und Rüeblis. Wenn mein Vater kocht, dann gibt es Salat von rohen Artischocken und Penne mit Vongole.

[Was haben Sie immer im Kühlschrank?] Etwas Gruyère und Urwaldschinken.

SWISSNESS OHNE HEIDI-GROOVE

Das «Terroir» kommt ohne Heimatliebe in Rot-Weiss daher. Alphütten-Style und Sennenchutteli-Chic sucht man vergebens. Stattdessen präsentiert sich das Restaurant am Pfauen (Zürcher Schauspielhaus) elegant, zurückhaltend, urban und trendy, obwohl oder gerade weil vorrangig Schweizer Baumaterialien zum Zug kommen. Wo es finanzierbar war, hat Jungunternehmer Bindella Schweizer Materialien oder zumindest Schweizer Design in sämtlichen Gestaltungsaspekten des «Terroirs» einbezogen. Für die Innenausstattung des Ladens, Take-aways und Restaurants zeichnet das Schweizer Innenarchitekturbüro Schieber/De Zanet verantwortlich. Einige Beispiele:

DER STEIN – der Granit stammt aus Andeer, Graubünden.

DAS HOLZ – das Kastanienholz der Böden stammt aus dem Tessin.

DIE STÜHLE – die Stühle sind Klassiker: Modell Miró von «horgenglarus», der ältesten Stuhlmanufaktur der Schweiz.

DIE LAMPEN – mundgeblasene Tropfen hängen als Lampen von der Decke, hergestellt vom Tösstaler Glasbläser René Burri.

DIE BEKLEIDUNG – die Uniformen des Servicepersonals wurden von der Schweizer Designerin Chantal Pochon entworfen.

DIE KUNST – sämtliche Bilder und Skulpturen stammen von Schweizer Künstlern, wobei am stärksten Albert Anker vertreten ist.

