

Kopf des Tages

Statt Kaviar serviert er jetzt pürierten Blumenkohl

Bernd Ackermann Der Spitzenkoch hat ein Buch geschrieben mit Menüs, die leicht zu kauen sind. Die Luxusgastronomie hat er abgehakt.

David Sarasin

Etwas ist anders an diesen Spaghetti carbonara. Man kann es ihnen ansehen, wie sie da auf dem Teller liegen. Die Teigwaren sehen körnig aus, der Speck ist auffällig gleichmässig geschnitten. Der Grund dafür: Fast das ganze Menü wurde zuerst püriert – und dann in seine Ursprungsform zurückgebracht.

Bernd Ackermann weiss, wie man so was macht. Der 52-Jährige, der früher in Luxushotels in Dubai, Hongkong oder St. Moritz kochte, stellt heute besonders weiche, also gut zu kauende Gerichte her. Von der Lachstranche über das Schinkensandwich bis zum Kalbsmedaillon gehört einiges dazu.

«Make Food Soft» heisst sein Buch, das heute erscheint. Darin präsentiert Ackermann Rezepte, die geeignet sind für Personen mit Schluckproblemen. «Das betrifft 50 Prozent der Altersheimbewohner und mehr als 10 Prozent aller Epilepsie-Patienten», sagt Ackermann.

Seit 2015 ist er in der Zürcher EPI-Klinik als Chefkoch angestellt. An die Stelle von Sternen und Glamour sind bei ihm also Flüssigkeitsabstufungen oder Pürier-Methoden getreten. Und die Frage, ob ein Gericht im Spital mehr als die üblichen rund sechs Franken pro Kopf kosten darf. In seinem Fall durfte es: 1.50 Franken zusätzlich kriegte Ackermann pro Menü zur Verfügung gestellt.



«Damit konnte ich arbeiten.» Geholfen hätten ihm auch seine langjährigen Beziehungen zu erstklassigen Produzenten.

Seit sechs Jahren schreitet er also nicht mehr durch die Hallen von internationalen Luxus-Foodmessen oder Grossküchen von Fünfsternehäusern, sondern geht von Spitalzimmer zu Spitalzimmer. Um von den Patienten zu erfahren, was am neuen Essen gut ist und was weniger. Ob sie spezielle Wünsche haben.

Dieser Kehrtwende in Richtung soziale Gastronomie liegen gewichtige Fragen zugrunde. Etwa: Muss es wirklich immer Kaviar, Hummer oder Gänseleber sein? «Einfache Küche, gut gemacht», lautet einer von

Ackermanns Grundsätzen heute. «Irgendwann verändern sich die Werte im Leben.»

Bei den Banketten während des Weltwirtschaftsforums in Davos, für die er eine Weile verantwortlich zeichnete, störten ihn früher die Unmengen an Essensabfällen, die anfielen. Bei seiner jetzigen Arbeit sei das Gegenteil der Fall. «Vieles aus der regulären Küche kann eingefroren und irgendwann püriert werden.»

Und dann gibt es einen weiteren positiven Nebeneffekt, aufgrund dessen auch andere einstige Spitzengastronomen in öffentliche Einrichtungen wechseln: Sie kommen weg von 16-Stunden-Schichten und täglichem psycholischem

Druck und zu mehr Privatleben. «2015 habe ich zum ersten Mal seit 35 Jahren mit meiner Familie Weihnachten gefeiert», sagt Ackermann.

Seine Ideen für eine hochwertige Küche in Spitälern und Heimen seien auch für andere Einrichtungen adaptierbar. Einiges davon sei auch schon umgesetzt worden. «Das Essen in Spitälern wird immer besser», sagt er. Auch wenn Zürcher Geschnetzelt, die Karotten oder eben Spaghetti carbonara bei Bernd Ackermann nicht mehr den originalen Biss haben – am Geschmack habe sich nicht das Geringste verändert, versichert er. Vielleicht sind sie sogar besser, immerhin hat sie ein Spitzenkoch gefertigt.

Leserbriefe

«Nur fordern und andere bezahlen lassen ist unfair»

Abbau in der blauen Zone «Dann fährst du stundenlang herum», TA vom 8.7.

Velofahrer sollen mitzahlen

Es ist richtig und gut, dass die Politik sich der Stadtentwicklung widmet. Doch die links-grüne Mehrheit scheint die Bodenhaftung verloren zu haben. Aber wer in Zürich lebt, ist letztlich selber schuld. Was besonders befremdet: Autofahrer zahlen seit Jahren durch Steuern einen Teil an den Strassenbau. Velofahrer sollten endlich, z. B. mit einer Vignette, an den Ausbau von Velowegen beitragen. Nur fordern und andere bezahlen lassen ist unfair.

Bruno Graf, Oberengstringen

Zürich legt sich selber lahm

Der ideologisch motivierte links-grüne Kampf gegen den motorisierten Individualverkehr wird langsam unerträglich. Anstelle eines Miteinanders der verschiedenen Verkehrsteilnehmer – was selbstverständlich auch sichere Velowege umfasst – werden einseitige Maximalforderungen gegen das Auto ohne jede Kompromissbereitschaft umgesetzt. Das Automobil erleichtert uns in vielerlei Hinsicht den Alltag und ermöglicht uns eine vor 100 Jahren noch ungeahnte Mobilität, was mit zunehmender Elektrifizierung bald auch weitgehend klimaneutral oder zumindest klimaverträglich möglich sein wird. Es ist völlig unangebracht, den in letzter

Zeit bereits punktuellen und schleichenden Abbau von Parkplätzen in der blauen Zone nun in grossen Stil auszuweiten. Was ist so schlimm am Anblick eines parkierten Autos am Strassenrand? Am wenigsten geholfen ist damit den unmittelbar betroffenen Anwohnern, die in Zukunft schlicht nicht mehr wissen, wo sie ihr Auto parkieren sollen. Nicht überall gibt es private Stellplätze oder Garagen. Es bleiben zahlreiche Menschen privat oder beruflich auf ein Auto angewiesen. Unabhängig davon können oder möchten viele Menschen auch nicht bei Wind und Wetter ausschliesslich mit dem Cargo- oder einem anderen Velo unterwegs sein. Ich denke an Familien mit Kindern, ältere Menschen und solche, die aus medizinischen Gründen eingeschränkt mobil sind. Zürich legt sich selber lahm. Das ist schade.

Tobias Gramann, Zürich

Schreiben Sie Ihre Meinung

Gerne nehmen wir Ihre Leserbriefe unter dieser Adresse entgegen: www.tagesanzeiger.ch/leserbriefe

Auswahl und Kürzungen. Die Redaktion trifft eine Auswahl und kürzt Zuschriften ohne Rücksprache mit den Autoren. Es wird keine Korrespondenz geführt. (TA)



Leserfoto Das Gewinnerbild zum Thema «Volltreffer» stammt von Jürg Ludi aus Brügg. Aufgenommen hat er diesen Volltreffer der Rauchschwalben im Berner Seeland. Neu suchen wir Fotos zum Thema «unterwegs». www.tagesanzeiger.ch/zoom/leserfoto

Verbrechersyndikate Auch in Europa tötet man fürs Geschäft, TA vom 9.7.

Mord nach staatlichem Auftrag «Die ich rief, die Geister, werd ich nun nicht los». Die immer häufiger werdenden Berichte von weltweit agierenden Hackern sollten bei allen Betroffenen schon längst die höchste Alarmstufe ausgelöst haben. Vorläufig sind es nur Vermutungen, von wo aus

diese Angriffe gesteuert werden. Es sind Attacken auf Computeranlagen, die unvorstellbare Ausmasse erreichen können und irreparable Schäden in allen nur denkbaren Bereichen anrichten werden. Liege ich falsch, wenn ich alle grossen «Denker» bitte, weltweit klarzulegen,

dass es allerhöchste Zeit ist, etwas Wirksames gegen all diese Angriffe zu unternehmen? Andernfalls wird es weltweit ein unvorstellbares Chaos geben und der bis heute erreichte Wohlstand um Jahrzehnte, wenn nicht mehr, zurückgeworfen.

Hans Gamliel, Rorschach

Unsere Regeln für Leserbriefe

Anstand ist uns wichtig: Pflegen Sie einen respektvollen und freundlichen Umgangston.

Schreiben Sie bitte hochdeutsch und achten Sie auf korrekte Rechtschreibung.

Beziehen Sie sich auf einen Artikel im «Tages-Anzeiger» und beschränken Sie sich auf ein Thema.

www.tagesanzeiger.ch/leserbriefe

Tages-Anzeiger

Herausgeberin Tamedia Publikationen Deutschschweiz AG Werdstrasse 21, 8004 Zürich, Tel. 044 248 44 11
Leserschaft: 353'000 Personen (MACH Basic 2020-2)
 Verbreitete Auflage: 128'811 (WEMF 2020)
 Davon verkaufte Exemplare: 103'473 Ex.
Verleger Pietro Supino
Chefredaktion Tages-Anzeiger Priska Amstutz (pam), Co-Chefredaktorin, Mario Stäubli (ms), Co-Chefredaktor
Chefredaktion Redaktion Tamedia Arthur Rutishauser (ar), Chefredaktor, Adrian Zurbriggen (azu), Stv., Armin Müller (arm), Iwan Städler (is), Michael Marti (MMA) **Nachrichtenchefs** Angela Barandun (aba), Jacqueline Büchi (jbu), Tatjana

Gruosso, Patrick Kühnis (pak), Christoph Lenz (lnz), Thomas Möckli (mö), Beat Schmid (bsh).
Ombudsmann: Ignaz Staub, Postfach 837, CH-6330 Cham 1, ombudsmann.tamedia@bluewin.ch
Ressortleitende
 Schweiz: Raphaela Birrer (rbi), International: Christof Mürger (chm), Wirtschaft: Peter Burkhardt (pbu), Recherchedesk: Catherine Boss (cbm), Oliver Zihlmann (oz), Kehrseite: Raphael Diethelm (dip), Zürich Politik & Wirtschaft: Mario Stäubli (ms), Zürich Stadtleben: Priska Amstutz (pam), Sport: Ueli Kägi (ukä), Alexandra Stäubli (als), Leben: Bettina Weber (bwe), Philippe Zweifel (phz), Kultur: Guido Kalberer (kal), Gesellschaft: Bettina Weber (bwe), Service: Philippe Zweifel (phz), Wissen: Nik Walter (nw), Interaktiv: Marc Brupbacher (bru),

Video: Boris Gygax (bgy), **Social Media:** Ursula Schubiger (sur), **Datenjournalismus:** Dominik Balmer (bal), **Leitung Tamedia Editorial Services:** Viviane Joyce (vj), **Ressortleitende Tamedia Editorial Services:** Textproduktion Bezahlmedien: Raphael Diethelm (dip), Layout: Andrea Müller, Bild: Olaf Hille, **Infografik:** Michael Rüegg, **Korrektur:** Rita Frommenwiler, **Verlag Verlagsleitung:** Marcel Tappeiner, Produktmanagement: Gabi Wettstein, **Abonnementspreise:** shop.tagesanzeiger.ch Abo-Service:
 Für Fragen und Anliegen zu Ihrem Abo wenden Sie sich am besten über das Online-Formular an uns: contact.tagesanzeiger.ch

Telefonisch erreichbar unter: Mo-Fr 08.00-12.00 und 13.15-17.00 Uhr; Tel. 044 404 64 64, Sa/So 08.00-11.00 Uhr; Tel. 0800 80 80 15 (gratis)
Werbemarkt: Goldbach Publishing AG
 Leitung Werbemarkt: Oliver Pargäzi, Schaller, Werdstrasse 21, 8021 Zürich, Inserateaufgabe Print: Tel. 044 248 40 30, E-Mail: insetrate@tagesanzeiger.ch oder online unter www.adbox.ch, Inserateaufgabe Digital: Tel. 044 248 50 70, E-Mail: digitalnext@goldbach.com
 Neben den klassischen Formen von Werbung erscheinen in den Medien von Tamedia zwei Formen von Inhaltswerbung: **Paid Post:** Im Zentrum steht in der Regel das Produkt oder die Dienstleistung des Werbekunden. Die Erscheinungsform hebt sich vom

Layout des Trägertitels ab. Diese Werbemittel sind mit «Paid Post» gekennzeichnet. **Sponsored:** Der Inhalt orientiert sich in der Regel an einem Thema, das in einer Beziehung zum Produkt oder zur Dienstleistung des Werbekunden steht und journalistisch aufbereitet wird. Dieses so genannte Native Advertising ist mit dem Layout des Trägertitels identisch und wird mit «Sponsored» gekennzeichnet. Beide Werbeformen werden vom Team Commercial Publishing hergestellt. Die Mitarbeit von Mitgliedern der Tamedia-Redaktionen ist ausgeschlossen. Weitere Sonderwerbeformen oder Formen der Zusammenarbeit mit Kunden, etwa im Bereich Reisen oder Auto, werden gesondert ausgewiesen. Muttergesellschaft und Beteiligungen

Die Tamedia Publikationen Deutschschweiz AG ist eine 100-prozentige Tochtergesellschaft der TX Group AG. Weitere Informationen zur TX Group AG unter tx.group.

Bekanntgabe von namhaften Beteiligungen der Tamedia Publikationen Deutschschweiz AG i. S. v. Art. 322 StGB: DZZ Druckzentrum Zürich AG, Goldbach Publishing AG, LZ Linth Zeitung AG, Tamedia Abo Services AG, Tamedia Basler Zeitung AG, Tamedia ZRZ AG, Zürcher Oberland Medien AG.

In Zusammenarbeit mit der «Süddeutschen Zeitung»

Eine Marke von Tamedia

LENA LEADING EUROPEAN – NEWSPAPER ALLIANCE