

# Streetfood

INSPIRATION FÜR PROFIS

11.3.–25.5.2024



# Inhalt

- 04 Fish'n'Chips**  
Inspiration für Schweizer Klassiker
- 06 Burger & Hotdog**  
Könige des Streetfood
- 08 Porträt**  
Gakomo
- 10 Saucen**  
Die heimlichen Stars
- 12 Reduziert**  
Weniger ist manchmal mehr
- 14 Porträt**  
Delicious Network
- 16 Veganer Hefeteig**  
Es funktioniert!
- 18 Internationale Trends**  
Von exklusiv bis kombiniert
- 19 Schweizer Streetfood**  
Authentizität, Vielfalt, Innovation

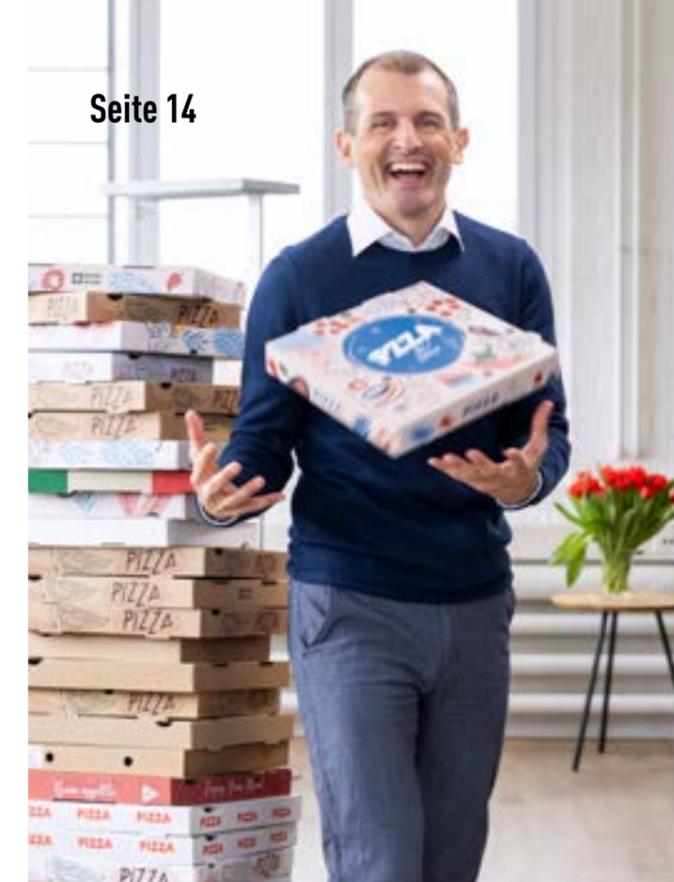
Seite 08



Seite 12



Seite 14



Seite 06



## Raus auf die Strasse



**Streetfood ist nicht mehr aus unserem Alltag wegzudenken. Auch als Inspiration für authentischen Genuss aus der ganzen Welt. Sei dies für den Snack zum Mitnehmen, aber auch für das schnelle Mittagessen oder den besonderen Zwischengang im Restaurant.**

Oft wird Streetfood etwas belächelt. Dabei sind es meist genau die Garküchen in asiatischen Grossstädten, die Imbissstände an amerikanischen Stränden oder der Grill in den Schweizer Bergen, bei denen es die authentischsten Gerichte gibt. Zubereitet von Einheimischen, nach Familienrezepten und mit einfachsten Mitteln. In dieser Ausgabe des Cook-Magazins gehen wir deshalb raus auf die Strasse und lassen uns inspirieren. Schlendern Sie mit uns vorbei am Burgerstand, probieren Sie eine Portion Fish'n'Chips und dazu ein trendiges Getränk und gönnen Sie sich zum Schluss eine vegane Hefeschnecke. Wir zeigen Ihnen auf dem kulinarischen Spaziergang, wie einige wenige Handgriffe den Unterschied machen können.



### ZANDER FILET

im Bierteig, ca. 20–30 g  
Wild, FAO 04/05  
5 kg

068862 kg 16.90



### SWISS LACHS KNUSPERLI

Zucht, Schweiz  
2,5 kg

069331 kg 27.95

### EGLI FILET

im Bierteig, ca. 20–30 g  
Wild, FAO 04/05  
5 kg

068861 kg 17.50

## Britische Esskultur

### FISH'N'CHIPS MIT ABWECHSLUNG

Bei ihrem inoffiziellen Nationalgericht Fish'n'Chips macht den Britinnen und Briten niemand etwas vor! Es ist das Streetfood der britischen Inseln schlechthin. Wobei der Klassiker je nach Region in anderer Ausprägung daher kommt. So werden die Chips – die etwas dicker geschnitten und weicher sind als die klassischen französischen Pommes frites – im Süden und Westen Englands sowie in Teilen Schottlands mit Salz und Essig gewürzt. Andere Regionen bevorzugen Salz und Brown Sauce, eine britische Würzsauce. Die Beilagen variieren ebenfalls, wenn auch nicht unbedingt regional. Erbsen, püriert oder ganz, eingelegte Zwiebeln, Baked Beans und vieles mehr wird serviert. Und nicht zuletzt gibt es auch Unterschiede beim Fisch und dem Backteig.

### INSPIRATION FÜR DEN SCHWEIZER KLASSIKER

Grundsätzlich eignen sich alle Fischarten mit weissem Fleisch für Fish'n'Chips. Weit verbreitet ist der Haddock, der Schellfisch. Aber auch Kabeljau, Rochen, Seelachs, Scholle, Zander und Egli sorgen für Abwechslung. Beim Teig für den Fisch ist der Bierteig aus Bier, Mehl und Ei besonders beliebt. Eine spannende Variation davon erhält, wer das Bier durch Apfelmost ersetzt. Auch kaltes Wasser, mit oder ohne Kohlensäure, ist möglich. Gleich wie mit Bier wird der Teig dabei etwas leichter, während man mit Milch einen schwereren, dafür fluffigeren Teig erhält. Wissen, von dem auch wir in der Schweiz uns inspirieren lassen können. Schliesslich gibt es hierzulande einen ganz ähnlichen Klassiker – die Fischknusperli. Eine von vielen möglichen Kombination zeigen wir in unserem Rezept Fischknusperli'n'Chips.



### FISH & CHIPS TÜTE

FSC  
20 x 20 cm  
Nachhaltiges Produkt

974820 100 Stück 19.95

Rezept



**Fischknusperli oder Fish'n'Chips? Wir haben die perfekte Kombination, mit hauchdünnen, besonders knusprigen Chips und einer Mayonnaise, bei der das typisch britische Erbsenpüree gleich integriert ist.**

### FISCHKNUSPERLI'N'CHIPS Zutaten für 10 Portionen

**Tempurateig-Espuma**  
270 g Sprudelwasser  
90 g Mehl  
90 g Tapiokastärke

**Fisch**  
1,3 kg Kabeljau  
300 g Cornflakes

**Chips**  
1 kg Kartoffeln, mehligkochend  
550 g Fleur de Sel

**Erbsen-Mayonnaise**  
200 g Erbsen  
60 g Eigelb  
30 g Senf  
230 g Öl  
1 Stk. Limette



**FOCUSWATER  
ANTIOX**  
Zitrone & Limette  
12 x 50 cl  
609720 50 cl 1.59

**Curry-Chili  
Mayo**

**HOT DOG TASCHKE**  
FSC  
19 x 9 cm  
Nachhaltiges Produkt  
974870 100 Stück 17.20

**Gurken Zwiebel Relish**

**QUALITY  
WIENERLI**  
10 x 100 g  
073375 100 g 1.15

**Tzatziki**

**BULL'S-EYE  
ORIGINAL BBQ SAUCE**  
142358 300 ml 4.70

**SWISS TRADITION EDITION  
SPITZTÜTE**  
FSC  
20 x 20 cm  
Nachhaltiges Produkt  
975091 100 Stück 19.70

# Könige des Streetfood

Sie gehören zu den bekanntesten Vertretern des Streetfood: Burger und Hotdog. Dabei beweisen die zwei Klassiker auch gleich, dass Streetfood keineswegs Fastfood sein muss.

## INDIVIDUALISIEREN UND PROFILIEREN

Manchmal ist der einfache, leckere Burger zwar genau richtig. Wer sich mit Streetfood aber abheben will, kann dies schon mit wenigen Handgriffen tun. Der Burger ist dabei das beste Beispiel. Wieso nicht den Cheddar-Käse durch Blue Cheese, Brie oder Raclette-Käse ersetzen? Der klassische Bun darf auch einmal einem Fladenbrot oder gedämpften Bao Bun weichen. Und manchmal sind es schlicht die zusätzlichen Zutaten, die den Unterschied machen – karamellierte Schalotten, ein Eisbergsalat im «Kimchi-Style» oder ein selbst zubereiteter, Coleslaw-Salat. Gleiches gilt für den Hotdog, der mit seitlich aufgeschnittenem, schön gefülltem Brötchen nicht zuletzt auch optisch ein Highlight ist.

## FÜR BLEIBENDE ERINNERUNGEN

Die Hauptrolle beim Hotdog und Burger spielt aber die Wurst beziehungsweise das Patty. Bei ersterem kann das klassische Wienerli auch durch eine Wurst vom Grill, ein paniertes Fischfilet oder eine vegane Variante ersetzt werden. Vegan geht natürlich auch beim Patty. Oder man wählt ein besonderes Fleisch. Dry-Aged-Fleisch zum Beispiel hat mehr Eigengeschmack. Wird das Fleisch für einen Smashed Burger fest auf die Grillplatte gedrückt, erhält es kräftigere Röstaromen. Für den Pulled Burger wird das Fleisch langsam geschmort oder auf Niedertemperatur gegart und dann gezupft. Die Vorbereitung dafür ist zwar etwas aufwändiger, das anschließende Zusammenstellen geht jedoch fast genau so schnell wie beim klassischen Burger. Während die Erinnerung daran sicher länger anhält.



**Gakomo importiert unter anderem Gewürze, Mehle und Trockenfrüchte von Produzenten direkt aus Kamerun in die Schweiz. Im eigenen Foodtruck des kleinen Unternehmens können die Produkte gekauft und auch gleich frisch verarbeitet degustiert werden.**

## GAKOMO BEDEUTET «ICH LIEBE DICH»

Als Kind ass Josi Kaeser in Kamerun oft frische Früchte, verschiedenstes Gemüse, Maniok und Süsskartoffeln, aromatisch gewürzt mit eigenen Gewürzen. Heute verkauft sie einige dieser Produkte in der Schweiz. Vor fünf Jahren gründete sie zusammen mit ihrem Mann Laurent das Unternehmen Gakomo in Fribourg. «Gakomo bedeutet «Ich liebe dich». Denn unsere Produkte sind eine Liebeserklärung an sich selber und seinen Körper und tragen zu einer guten, gesunden Ernährung bei», erklärt die ehemalige Krankenschwester. Penja Pfeffer, getrocknete Früchte wie Ananas, Bananen und Mango, glutenfreie Mehle aus Maniok und Süsskartoffeln – die Produkte, die Gakomo über Shops und online verkauft, importiert Josi Kaeser direkt aus ihrer Heimatregion. Damit unterstützt sie kleine Produzenten vor Ort und lässt die Gakomo-Kundschaft an ihren Kindheits-erinnerungen teilhaben.

## AROMATISCH, ABER NICHT PIKANT

In den Genuss ihrer Produkte kommen sowohl Gastronominnen, aber auch Konsumenten direkt, zum Beispiel am eigenen Gakomo-Foodtruck. «Wie können wir den Leuten unsere Produkte am besten näherbringen und sie inspirieren? Indem wir selber mit den Produkten kochen!», meint Josi Kaeser. Anzutreffen ist Gakomo zum Beispiel regelmässig am Paléo Festival in Nyon und bei kleinen Events und Firmenanlässen. Angeboten werden verschiedenste Gerichte. Der Dauerbrenner ist «Pain chargé», ein typisch afrikanisches Streetfood-Gericht mit Buns aus Maniok- und Weizenmehl mit Kurkuma, die wahlweise mit Gemüse, Geflügel oder Fisch gefüllt werden. «Auch viele Gewürze gehören dazu, damit es so richtig aromatisch ist. Aber nicht pikant!», betont Josi Kaeser. Und wer das «Pain chargé» nachkochen will, kann dazu die Gakomo-Produkte auch gleich im Foodtruck kaufen.

## «Inspiration finde ich überall»



### Josi Kaeser, was bedeutet Streetfood für Sie?

Für mich bedeutet es, den Leuten unser Essen und meine Kultur näherzubringen.

### Sie bieten afrikanische Küche an. Was ist Ihnen dabei wichtig?

Es muss bunt und würzig sein, mit viel Gemüse. Nachhaltigkeit ist heute allgemein ein grosses Thema. Die afrikanische Essenskultur ist da perfekt, weil sie reich an Früchten, Gemüse und Stärkebeilagen wie Maniok, Süsskartoffeln oder Reis ist.

### Bieten Sie ausschliesslich vegetarische Gerichte?

Nein überhaupt nicht. Aber ich liebe Streetfood mit so vielen Früchten und Gemüse wie möglich, bunt und geschmackvoll. Oft assoziiert man Streetfood mit schlechtem Essen. Mit Gakomo wollen wir zeigen, dass es auch anders geht.

### Wo holen Sie sich die Inspiration für Ihre Gerichte?

Inspiration finde ich überall. Ich reise sehr viel, in Afrika, in Asien aber auch in der Schweiz. Entsprechend ist es nicht immer nur rein afrikanische Küche, sondern manchmal auch eine Fusionküche, in der sich verschiedene Kulturen auf einem Teller vereinen. Das gilt übrigens auch für die Produkte. So verwenden wir zum Beispiel Schweizer Gemüse, Geflügel und Fisch von Transgourmet/Prodega und kombinieren dazu Produkte und Gewürze aus unserem Sortiment, also direkt aus Kamerun.

### Sie bieten die Produkte von Gakomo auch direkt im Foodtruck zum Kaufen an. Wieso?

Damit erzählen wir die Geschichte vom Feld bis auf den Teller quasi abschliessend und machen nicht nur die afrikanische Fusionsküche erlebbar, sondern auch unsere Produkte, zu denen wir alle Hintergründe direkt erklären können.



Das ganze Interview finden Sie hier!

# Saucen: Die heimlichen Stars

Da kann der Inhalt noch so gut sein: Wenn die Sauce nicht passt, wird jeder Burger oder Hotdog zum Verlierer. Angst vor Neuem ist trotzdem nicht angebracht. Im Gegenteil.

## SCHNELL UND TROTZDEM FEIN

Was für Bun, Käse und Fleisch gilt, gilt auch für die Saucen – sie bestimmen bei Burger, Hotdog und Co. über Erfolg und Misserfolg. Und machen gleichzeitig den Unterschied. Denn mit Qualität und Individualität hebt man sich ab. Das heißt nicht, dass es aufwändig sein muss. So gibt es auch im Convenience-Food-Bereich längst mehr als die Klassiker. Eine intensive, rauchige BBQ-Sauce oder ein süßlich-scharfes Burger-Relish sorgen für ein kräftig-aromatisches Erlebnis, mit der Curry-Sauce wird's exotisch und die griechische Tzatziki sorgt für Frische pur.

## HOMEMADE FÜR DEN BESONDEREN EINDRUCK

Selbstverständlich können sämtliche Convenience-Saucen auch noch selber verfeinert werden. Oder man sorgt mit Homemade-Saucen gleich für das exklusive Erlebnis. Der Aufwand dazu wird meist überschätzt. Für unser Homemade-Tzatziki beispielsweise braucht es vor allem Geduld: Das Joghurt muss drei Stunden abhängen, die gesalzene Gurke 30 Minuten ziehen. Alles andere ist schnell gemacht. Fast noch schneller geht unsere Curry-Chili-Mayonnaise. Das Gurken-Zwiebeln-Relish und die BBQ-Sauce hingegen sind ein wenig aufwändiger. Aber der Aufwand macht sich auf jeden Fall bezahlt.



Karamelierte Schalotten

### ORIGINE WEIDERIND BURGER

6 x 125 g  
051663 125 g 2.55

Schwere Knoblauch Mayo



Cassis Ketchup



### FORTISA BLACK BUN SESAM

geschnitten  
30 x 83 g  
006291 83 g 0.75

Barbecue



### NATURA BIO RINDS-BURGER

40 x 120 g  
051628 120 g 2.75

**EASY EDITION  
WICKELPAPIER**

FSC  
25 x 37,5 cm  
Nachhaltiges Produkt

975295 200 Stück 27.95

**EL TONY**

Mate  
12 x 33 cl

685190 33 cl 1.49

# Weniger ist mehr

Die Reduktion auf das Wesentliche ist in der Spitzengastronomie weit verbreitet. Mit wenigen Komponenten wird ein neues Geschmacksbild geschaffen, ohne zu überfordern. Ein Instrument, das auch bei Streetfood funktioniert, egal wo serviert.

## REDUZIERT HEISST NICHT SCHLECHTER

Je weniger Komponenten auf einem Teller sind, desto kleiner ist die Ablenkung und desto mehr kann man sich profilieren. Das gilt in der Spitzengastronomie, aber auch beim Streetfood. Die Ausstattung zum Kochen ist hier meist begrenzt, das Gericht soll schnell parat und angeordnet sein und möglichst im Gehen gegessen werden können. Oder bei einem Steh-Apéro, dem Event-Dinner und vielen anderen Anlässen. Auf jeden Fall gilt es, sich auf das Wesentliche zu konzentrieren. Das muss dafür perfekt sein, speziell, aufregend, anders – kurz: richtig gut. Das kann das thailändische Curry sein, das authentisch abgeschmeckt ist. Die frisch zubereitete Paella. Die speziell gefüllten Samosas. Oder eben die Fischknusperli im besonderen Teig, der Burger mit frisch zubereiteten Saucen und der Hotdog, der auch optisch überzeugt.

## VEGANER STREETFOOD ALS PLUSPUNKT

Neben der Qualität spielt auch die Kostform immer häufiger eine Rolle. Auch hier kann es reduziert zu und her gehen. Natürlich ist es allen selber überlassen, welche Kostform man berücksichtigt. Zumindest ein vegetarisches Angebot aber gehört inzwischen dazu. Dabei lässt sich auf Plant-based-Lebensmittel als Ersatzprodukte zurückgreifen. Oder man schafft gleich eine ganz neue vegetarische Variante. Der Schritt hin zu einem veganen Angebot ist übrigens von da an nicht mehr weit – und man spricht gleich noch eine zusätzliche Zielgruppe an. Wie einfach das geht, zeigt unsere vegane Cajun-Sauce – schnell zubereitet und ein würzig scharfer Genuss für in den Burger oder zum Dippen.

**ZWICKY  
BORLOTTI BOHNEN**

5 kg  
Hülsenfrüchte

243510 kg 4.40

**ORIGINE  
LENTILLES BLONDES  
DE ST-FLOUR**

Frankreich

212320 1 kg 8.90

# Porträt Delicious Network

Verfügbar  
ab KW12

CARTONY  
PIZZAKARTON WAVE

FSC  
32 x 32 x 4 cm  
Nachhaltiges Produkt

994833 50 Stück 45.95

**Nicht nur der Inhalt ist wichtig, auch das Drumherum: Damit Streetfood bequem unterwegs gegessen werden kann, braucht es die richtige Verpackung. Das Schweizer Unternehmen Delicious Network sorgt für genau diese.**

## NACHHALTIGE STREETFOOD-VERPACKUNGEN

Alles begann mit einer Spitztüte für Fish'n'Chips vor 14 Jahren. Heute führt Delicious Network aus Langenthal BE 22 Papierprodukte unter der Marke «gediegen» im Sortiment. Burger-Taschen, Pommes-Tüten, Wurst-/Sandwich-Beutel oder schlicht Wickelpapier. Das alles in den verschiedensten Editionen, vom Zeitungsdesign über das braune Kraftpapier bis hin zum traditionellen Schweizer Scherenschnitt-Look. «Auch individuelle Brandings sind möglich», erklärt Roger Huber, Mitinhaber und Co-Geschäftsführer von Delicious Network. Allen Produkten gemeinsam ist aber deren Nachhaltigkeit und Qualität. Die Verpackungen sind FSC®-zertifiziert und tragen das Swiss Label für Schweizer Produktion. «Zudem setzen wir bewusst auf 60-Gramm-Pergamentersatz, damit unsere Verpackungen halten, was sie versprechen.»

Art und Dicke des Papiers sind entscheidend, damit es nicht reisst. Aber auch, dass weder Fett noch Hitze durch das Papier drücken. «Klar kann man dünneres Papier nehmen, braucht dann aber nicht selten mehrere übereinander», erklärt Julia Habermehl. Zusammen mit Roger Huber gründete sie Delicious Network vor rund einem Jahr. Sie integrierten die schon länger bestehende Marke «gediegen» ins Unternehmen und arbeiten seither unterstützt von einer Mitarbeiterin mit viel Herzblut an weiteren Verpackungs- und Präsentations-Innovationen. «Wir werden auch regelmässig für neue Konzepte angefragt», freut sich Roger Huber. Manchmal laufe es auf eine Vermittlung von Kontakten heraus, manchmal auf Kleinaufgaben, manchmal aber auch auf eine neue Produktlinie. So beispielsweise «CARTONY» – eine gewellte Kartonschachtel, in der Pizzas länger knusprig, heiss und frisch bleiben. Der jüngste Neuzugang im Hause Delicious Network. Natürlich ebenfalls «Made in Switzerland» und FSC®-zertifiziert.

### Was macht eine gute Streetfood-Verpackung aus?

*Julia Habermehl:* Dass man nach dem Essen keine fettigen Hände hat oder die Hälfte der Verpackung am Essen klebt. Und dass das Essen gut und heiss bleibt.

*Roger Huber:* Eine Verpackung soll aber auch in Erinnerung bleiben.

### Das Design der Verpackung ist also entscheidend?

*Roger Huber:* Nicht nur bezüglich Wiedererkennungswert. Unser Scherenschnitt-Design beispielsweise ist auch deshalb enorm beliebt, weil es Swisness ausstrahlt. Und die Easy-Edition mit braunem Papier ist ein perfektes Symbol für Nachhaltigkeit.

### Ist den Gästen wirklich wichtig, dass das Papier um ihr Streetfood FSC®-zertifiziert und in der Schweiz hergestellt ist?

*Roger Huber:* Das kommt ganz auf das Kundensegment an, und vielleicht auch auf das Angebot. Allgemein stellen wir aber schon fest, dass dies durchaus ein Verkaufsargument sein kann.

### Was ist für Sie bei Ihren Produkten zentral?

*Julia Habermehl:* Qualität, Funktionalität, Design und Nachhaltigkeit. Entsprechend viel Energie stecken wir jeweils in den Entwicklungsprozess.

*Roger Huber:* Die Details sind entscheidend. Zum Beispiel beim «CARTONY»-Pizzakarton. Uns war wichtig, dass der Karton stabil ist, sich dank einer guten Falzung aber einfach falten lässt. Oder dass es keine scharfen Kanten gibt, an denen sich die Mitarbeitenden ständig schneiden.

*Julia Habermehl:* Und natürlich ging auch das Wichtigste nicht vergessen, der Inhalt. Dank dem gewellten Karton kann der Dampf entweichen und die Pizza bleibt länger knusprig, heiss und frisch.

Das ganze Interview  
finden Sie hier!



## «Die Details sind entscheidend»

### DELICIOUS NETWORK





PANEO  
FLÜSSIGHEFE

096510 38 ml 0.60

DR. RITTER  
EDELHEFE HEFEFLOCKEN

560130 200 g 7.80

BACKHEFE

Würfel  
24 x 42 g

096400 42 g 0.29

# Veganer Hefeteig

Der Hefeteig gehört zu den am weitesten verbreiteten Teigen überhaupt. Ob Pizza, Brötli oder Zimt-Schnecke – der Klassiker kann alles. Auch vegan.

## DIESE PRODUKTE PRÄGEN DEN HEFETEIG

Die Grundzutaten eines Hefeteiges sind Mehl, Wasser und Backhefe. Bis dahin ist noch alles vegan. Je nach Verwendung kommen dann jedoch weitere Produkte dazu, die dem Hefeteig eine besondere Charakteristik verleihen. Für die süßen Teige wie etwa bei der Zimt-Schnecke wird Zucker dazugegeben. Wer Milch anstatt Wasser nimmt, erhält einen luftigeren Teig. Butter macht den Teig geschmeidig. Joghurt wiederum sorgt für einen saftigen Teig – im Gegensatz zum Eiweiss! Mit Eigelb hingegen wird die Farbe besonders schön, und sei es nur aussen. Und so schnell ist der Hefeteig nicht mehr vegan. Zum Glück gibt es alternative Produkte zu Butter, Milch & Co.

## ES FUNKTIONIERT!

Aber funktioniert ein Hefeteig mit Margarine anstelle von Butter? Mit Hafermilch statt Kuhmilch? Veganem anstatt klassischem Joghurt? Absolut! Wir haben viel probiert, geknetet und gebacken und ein Rezept für veganen Hefeteig entwickelt, das sich vor dem Original in keiner Weise verstecken muss. Das Ergebnis ist ein luftiger, süsslicher Hefeteig, der universell einsetzbar ist. Und gleichzeitig eine vegane wie auch laktosefreie Alternative bietet, ohne verzichten zu müssen. Bleibt nur noch die Frage, mit was man den Hefeteig füllen möchte. Wir finden, dass eine Nuss- oder Mohnfüllung perfekt dazu passt. Oder eine selber gemachte Aprikosenkonfitüre? Viel Spass beim Ausprobieren!



WICKELPAPIER

FSC  
25 x 37,5 cm  
Nachhaltiges Produkt

974856

200 Stück 24.60



Rezept

Für einen Hefeteig gibt es fast unzählige Rezepte. Bei vielen aber gehören tierische Produkte wie Butter, Eigelb oder Milch dazu. Wir zeigen: Es geht auch vegan.

## VEGANER HEFETEIG

Zutaten für 10 Portionen

700 g	Mehl
100 g	Rohrohrzucker
150 g	Margarine
100 g	Soja-Joghurt
250 g	Hafermilch
42 g	Hefe

# Internationale Streetfood-Trends

Oft sind es Streetfood-Stände auf der ganzen Welt, welche zuerst neue Trends setzen. Denn im Kleinen ist man flexibler im Ausprobieren. Davon lassen wir uns gerne inspirieren.

## VON VEGAN BIS AUSSERGEWÖHNLICH

Einer der grössten Trends bei internationalem Streetfood ist der Verzicht auf tierische Produkte. Vegane Alternativen inspirieren dabei weltweit zum Ausprobieren und sorgen so für neue Kreationen, die überraschen. Daneben zeigt sich der Nachhaltigkeitstrend auch in der Zero-Waste-Bewegung. Mehrwegschalen sind hier Trumpf. Immer mehr Stände bieten gleich selber entsprechende Lösungen an. Und natürlich die Möglichkeit, dass Gäste ihre eigenen Behälter einfach auffüllen lassen. Ebenfalls international im Trend ist Gourmet-Streetfood, bei dem es etwas exklusiver sein darf. Der Wagyu-Rind-Burger beispielsweise, die Pommes frites mit Trüffel oder die Arancini gefüllt mit Schmorbraten.



Notes

## INTERNATIONALE KÜCHEN KOMBINIERT

Lange beschränkte sich das Streetfood-Angebot an einem Stand meist auf eine länderspezifische Spezialität, sei es die Pizza, das Curry oder der Döner Kebab. Inzwischen allerdings wird weltweit immer häufiger experimentiert und gemischt. Fusion-Streetfood nennt sich das. Bereits länger verbreitet ist die Tex-Mex-Küche mit Burritos, Fajitas, Enchiladas und vielem mehr. Eine Mischung aus US-amerikanischer Küche, meist aus den Südstaaten, und der mexikanischen Küche. Die Kombinationen können aber auch ganz andere Kulturen zusammenbringen. Tacos gefüllt mit koreanisch zubereiteten Shiitake-Pilzen und Kimchi beispielsweise. Oder Burger mit Komponenten aus der thailändischen Küche. Und wieso nicht einmal Schweizer Käse verwenden für die Füllung einer Frühlingsrolle? Erlaubt ist, was gefällt und schmeckt!

# Schweizer Streetfood

Ganz alle internationalen Streetfood-Trends sind noch nicht in der Schweiz angekommen. Die Vorzüge von Streetfood weiss man aber auch hierzulande immer mehr zu schätzen.

## STREETFOOD-FESTIVALS ZUR INSPIRATION

Zwar gibt es auch in Europa einige Streetfood-Klassiker. Fish'n'Chips, Arancini oder Natas etwa. In Ländern Asiens, Afrikas und Südamerikas gehört Streetfood aber schon seit Generationen zur Kultur. Erst in den letzten Jahren schwappte der Trend immer mehr in die Schweiz über, nicht zuletzt dank Streetfood-Festivals. So gibt es beispielsweise die «Original Streetfood Festival Tour», die im Frühling und Sommer jeweils an über 18 Orten in der ganzen Schweiz Halt macht und Gerichte aus über 30 Ländern auf kleinem Raum vereint, Tendenz steigend. Eine Quelle der Inspiration auch für die traditionelle Gastronomie und auf jeden Fall einen Rundgang wert.

## AUTHENTIZITÄT, VIELFALT, INNOVATION

Auch abseits von Festivals wird in der immer mehr Streetfood angeboten. Vor Büros, in Einkaufspassagen, in Parks – die vielfältigen, oftmals preiswerten Gerichte aus aller Welt finden grossen Zuspruch und stehen für Bequemlichkeit sowie Authentizität, Vielfalt und Innovation. Internationale Trends wie der Fusion-Streetfood findet man dabei zwar noch wenig. Dafür authentisches Essen, zubereitet mit Leidenschaft und nicht selten viel Kreativität. Übrigens auch aus der Schweizer Küche. Feine, saisonale und selber zubereitete Wähen bieten sich hier ebenso an wie besondere Wurst-Variationen. Und auch ein Raclette geht wunderbar «to go».

SWISS TRADITION EDITION  
TAKE AWAY BEUTEL

FSC  
17 x 24 cm  
Nachhaltiges Produkt

975093 100 Stück 30.95



Arancini



BOTTI BIER

24 x 50 cl  
617550 50 cl 0.49



**Transgourmet/Prodega**

Transgourmet Schweiz AG  
Lochackerweg 5  
3302 Moosseedorf

031 858 48 48

[cook.transgourmet.ch](http://cook.transgourmet.ch)  
[webshop.transgourmet.ch](http://webshop.transgourmet.ch)

**11.3.–25.5.2024**

Preisänderungen und Mengenbeschränkungen vorbehalten. Bei den abgebildeten Preisen handelt es sich um Abholgrosshandelspreise. Die aktuellen Belieferungsgrosshandelspreise finden Sie in unserem Webshop. Alle Angebote exkl. MwSt. in CHF.

gedruckt in der  
**schweiz**