

# Wissen über Spezialitäten vermitteln

*Kennen Sie die typischen regionalen Spezialitäten der Schweizer Kantone? Nein? Das hat ein findiger Jungunternehmer auch festgestellt. Seit 15 Monaten bietet er jeden Monat eine Auswahl aus einem anderen Kanton an.*

**ROBERT ALDER**

«1 Box, 100% lokale Delikatessen, 5 bis 8 Produkte, 100% Schweiz. Wir machen für Sie ausgefallene Geschmäcke ausfindig.» So lautet die klare und unmissverständliche Botschaft auf der Webseite [helvetibox.ch](http://helvetibox.ch).

## «Man kennt das nicht»

Wenn schon, dann richtig, hat sich der 29jährige Freiburger Florian Corthésy gedacht. Beruflich führte ihn sein Weg für einige Zeit nach Zürich. Dort stellte er fest, dass typische Produkte aus seiner Heimat, dem Waadtland und dem Freiburgerland den Zürchern weitgehend unbekannt waren. Es sei ihm sogar selber so gegangen. Dort habe er «Züri-Tirggel» und Luxemburgerli kennengelernt. Das wollte er ändern. Im September 2014 wurde die Idee Realität. Er lieferte die erste Überraschungsbox mit Spezialitäten aus dem Kanton Neuenburg aus. Dabei war beispielweise Karamellcreme mit Alpensalz, die Crème Rensversante. Innert 12 Monaten konnte Corthésy bereits über 300 Kunden gewinnen. Bald werden es 500 sein. «Interessanterweise kommen die meisten bisher aus der Romandie, denn die Romands kennen die Deutschschweizer Spezialitäten ebenso wenig», weiss der Jungunternehmer.

## Mehr als nur Produkte

Er liefert aber nicht nur eine Box mit Produkten. Nein, für monatlich 55 Franken ist eine Broschüre enthalten. Darin werden die in der Box enthalte-



**Florian Corthésy hat die Idee der HelvetiBox umgesetzt.**

nen Produkte beschrieben. Weiter sind Hintergrundinfos und Rezepte enthalten. Eine Kostprobe aus dem November-Angebot, das mit dem Hinweis auf das St. Martinsfest in der Ajoie im Kanton Jura gleich einen Bezug zur Saisonalität herstellt: «Die Saucisse d'Ajoie mit ihrem feinen und delikaten Geschmack ist unter der Pelle von Philippe Domon in Alle eine perfekte Mischung, nicht zu fett und nicht zu trocken. Ein leichter Kreuzkümmelgeschmack verteilt sich mit jedem Stück. Dieser wird übrigens in der Nähe der Metzgerei Domon produziert, dem einzigen Kreuzkümmelproduzenten des Landes. Bevor Sie die Wurst geniessen können, muss sie bei circa 80° etwa 15 bis 20 Minuten gekocht werden. Essen Sie sie doch zum Sauerkraut, wie beim Sankt-Martins-Mahl üblich.



**Jeden Monat aus einem anderen Kanton: Hier die Produktpalette aus dem Kanton Ticino. (Bilder: zvg)**

Philippe hat uns noch verraten, dass er die Wurst am liebsten auf dem Grill zubereitet (15 Min im Wasser kochen und dann auf dem Grill beenden).» In einem Kurzfilm auf der Webseite wird gezeigt, worauf es bei der Herstellung ankommt und wie das vor sich geht.

## Besucht die Produzenten

Damit wird klar: Corthésy kauft nicht nur von anderen ab. «Ich besuche die Produzenten. Schliesslich soll der Kunde mehr als nur die Produkte kosten.» Er soll sehen, wo die Bauernfamilien und die Verarbeiter zu Hause sind. Im Dezember war Ob- und Nidwalden dran und im Januar St. Gallen. «In zwei Jahren habe ich alle Kantone der Schweiz besucht.» HelvetiBox möchte das Wissen über die regionalen Spezialitäten und

Traditionen der 26 Schweizer Kantone verbreiten. «Wenn die Barrieren zwischen den Kantonen und vor allem zwischen den Sprachen brechen und die Produkte von kleinen, regionalen Produzenten im ganzen Land konsumiert werden, dann habe ich mein Ziel erreicht.»

Noch ist es nicht so weit. Im waadtländischen Donneloye hat Corthésy eine Sammelstelle, wo die Produkte von den Produzenten angeliefert und um den 15. jedes Monats für die Auslieferung konfektioniert werden. Seit einem Vierteljahr kann er auf die Hilfe einer Frau zählen, die an einem sechsmonatigen Sozialprogramm teilnimmt. «Ich verdiene noch nicht genug, um meinen Lebensunterhalt bestreiten zu können», erzählt der Betriebswirtschaftler FH weiter.

## KOMMENTAR

# «Nägel mit Chöpf»



*Das war nicht nur ein guter Vorsatz zum neuen Jahr. Florian Corthésy hat es so richtig den Ärmel hineingezogen. Oder wie man sagt: Mit dem Essen kommt der Appetit. Da geht ein junger Mann mit offenen Augen durch die Welt und hat erkannt, dass wir Schweizer eigentlich so wenig über unsere regionalen Eigenheiten wissen.*

*Einmal mehr zeigt sich, dass es nicht aufgeblähte Projektorganisationen braucht, die teu-*

*res Geld verbraten, um ein Produkt bekannter zu machen. Ich denke da an millionenschwere PRE-Projekte, von denen auch schon einiges relativ wirkungslos verpufft wurde. Nein, da macht einer Nägel mit Köpfen, trifft voll ins Schwarze. Er spricht die Bedürfnisse vieler Konsumenten an, die genug von Fast Food und billiger Massenware haben, die «back to the roots», zurück zu den Wurzeln, wollen. Und das, ohne von der persönlichen Bereicherung getrieben zu sein. Dazu sage ich nur: Ich wünsche viel Erfolg.*

*Robert Alder*