



DER **Waldbote**

Die Zeitung der Privatbrauerei Waldhaus

WER SIND WIR ...

... und wie geht 's noch besser?
Ein Einblick in die Marke
Waldhaus.

Seite 2

HIER IST ALLES GOLD, WAS GLÄNZT

Vorhang auf für: Waldhaus Spezial
Gold!

Seite 4

FLASCHE AUF, AUGEN AUF, FILM AB!

Wie aus Waldhaus Plakaten Werbe-
spots werden.

Seite 5

WALDHAUS GENIESSEN

Steffen Disch verrät eines seiner
Lieblingsrezepte.

Seite 8



DIETERS STAMMTISCH

Liebe Waldhaus Freundinnen
und Freunde,

Optimismus liegt in der Luft. Der Früh-
ling steht in den Startlöchern und nach
zwei Jahren Pandemie dürstet es uns da-
nach, unser Bier wieder in Gesellschaft
zu trinken und die Lokale und Biergär-
ten mit Leben gefüllt zu sehen.

Das freut insbesondere unsere Gastro-
nomen. Während wir als Brauerei mit
einem blauen Auge davon kamen, wur-
den unsere Gastronomiekunden von der
Coronakrise schwer getroffen. Um sie
schnell und bestmöglich zu unterstützen,
haben wir – als eine von wenigen Braue-
reien – in den Lockdowns das komplette
 Fassbier von ihnen zurückgekauft. Und
zur Feier der Wiedereröffnung das erste
frische Fass am Hahn gratis ausgeliefert.
Das war uns nur möglich, da ihr uns die
gesamte Zeit über trinkfest unterstützt
habt. Während die Möglichkeit auszuge-
hen plötzlich wegfiel, wurde im Gegen-
zug im Einzelhandel bewusster und
hochwertiger eingekauft. Punkt für uns
und unsere ausgezeichneten Biere. Die
Krise hat uns damit wieder bewiesen,
dass sich Haltung, hohe Qualität und
ein noch höherer Anspruch langfristig
bewähren.

Um unseren Anspruch geht es auch im
aktuellen Waldboten. In der zweiten
Ausgabe erwarten euch wieder viele
spannende Themen rund um Waldhaus,
unser hopfiges Lieblingsgetränk, den
Schwarzwald und die badische Gastro-
nomie.

Ich wünsche euch viel Spaß beim Lesen!

Euer Dieter Schmid



Der unstillbare
Durst nach
Vollkommenheit



Waldhaus

ANSPRUCH

Wer sind wir, und wenn ja ...

... wie geht's noch besser? Ein Einblick in die Marke Waldhaus.

Hinter jedem guten Produkt steht ein guter Name. Das ist bei Waldhaus nicht anders. So, wie wir unsere Produkte ständig prüfen und verbessern, tun wir das auch mit unserer Marke.

Genau wie bei unseren Bieren kommt es auch bei der Marke Waldhaus vor allem auf den Inhalt an. Große Marketinggeschichten zu erfinden passt nicht zu uns. Von unserer Heimatliebe, unserer Tradition, unserem Handwerk, unserer einzigartigen Qualität zu erzählen, dagegen schon. „Braue Gutes und rede darüber“ ist eher unsere Marketingstrategie als fancy Erlebniswelten aufzubauen. Schließlich produzieren wir ohnehin in der schönsten von ihnen überhaupt, im Schwarzwald.

Braue Gutes und rede darüber

Doch Herkunft und Qualität alleine machen noch keinen Erfolg. Die Marke Waldhaus muss sich täglich neu im Markt behaupten und zwischen den über 5.000 anderen deutschen (und über 10.000 internationalen) Bieren profilieren. Dazu braucht es einen starken Marken-

charakter und gute Marktkennntnis. Um gefragt zu bleiben, muss man die Trends kennen. Vor allem aber muss man sich selbst kennen und wissen, wofür man steht.

Wofür steht Waldhaus? Diese Frage stellen wir uns regelmäßig. Die Antwort war in den letzten 185 Jahren immer gleich: für den Anspruch, das perfekte Bier zu brauen. Ein Anspruch, der nie endgültig befriedigt werden kann und immer wieder kommt – das hat er übrigens mit dem Durst gemeinsam. Selbst wenn wir eine perfekte, preisgekrönte Biersorte geschaffen haben, erwacht sofort das Bedürfnis nach der nächsten Optimierung.

Anspruch ist wie Durst. Er kommt immer wieder.

So viel also zur Selbsterkenntnis. Und was ist mit den Trends? Erfreulicherweise ist derzeit sehr angesagt, wofür Waldhaus schon seit jeher steht: Qualität und Kreativität. Die vielen neuen Craftbiere im Markt zeigen uns außerdem eine große Sehnsucht nach echtem Handwerk statt globaler Massenware. Das Auftauchen und Verschwinden immer neuer, hipper Biere im Markt

beweist aber auch, dass gute Produktqualität nicht so einfach herzustellen ist und dass viele Biergenießer, zum Glück, kritische Kunden sind.

Dazu passt auch, dass sie immer mehr auf die Reinheit ihrer Lebensmittel achten und sicher vor chemischen Rückständen und Schadstoffen sein wollen – ein Anspruch, dem wir mit unserem Naturhopfen und unserem eigenen Quellwasser jederzeit gerecht werden.

Und dann gibt es natürlich das Zukunftsthema schlechthin: Nachhaltigkeit. Auch hier ist Waldhaus traditionell gut aufgestellt. Als Familienbetrieb denken wir von Haus aus vor allem an die nachfolgenden Generationen. Sie sollen ein gesundes Unternehmen und eine gesunde Umwelt übernehmen. Deshalb verwenden wir nur regionale natürliche Zutaten und nutzen 100 Prozent Naturstrom, größtenteils aus eigener Erzeugung. Doch – was sonst – ist auch hier unser Anspruch, immer noch besser zu werden.

VON EINEM, DER AUSZOG, das Brauen zu lernen

Im Jahr 1894 erwarb Johann Schmid die Brauerei Waldhaus und wurde damit zum Stammvater der Bierbrauerfamilie Schmid. Heute, 128 Jahre und vier Generationen später, bereitet sich sein Ur-Ur-Ur-Enkel auf die künftige Übernahme von Waldhaus vor: Yannik Schmid.

Ob das Streben nach dem perfekten Bier vererbbar ist? Offensichtlich. Denn auch Yannik Schmid hat es in seiner DNA. Wie so viele seiner Vorfahren. „Mein Wunsch war es immer, in ihre Fußstapfen zu treten und Brauer zu werden“, sagt der Sohn des aktuellen Waldhaus Geschäftsführers Dieter Schmid. Bereits als kleiner Junge stand er in der Brauerei. Damals drückte er noch Sixpacks,

um sich Geld für eine eigene Playstation zu verdienen. Heute, nach abgeschlossenem Abitur inklusive einem Auslandsjahr in England, macht der 20-Jährige eine Ausbildung zum Brau- und Getränketechniker. Sein Ziel: Die Familienbrauerei in Zukunft mit seiner Schwester Janina weiterzuführen.

Über den Bierglasrand schauen

Die Ausbildung im familieneigenen Brauereibetrieb zu absolvieren kam für Yannik nie infrage. Er will den Beruf von der Pike auf lernen. Und nicht als Sohn des Chefs mit Samthandschuhen angefasst werden. Deshalb macht er seit August 2021 seine Ausbildung bei der Privatbrauerei Stiegl im österreichischen Salzburg. Dort wird er behandelt wie jeder an-

dere Lehrling auch. „Am Anfang war das hart“, erinnert er sich. „Ich muss um 5:30 Uhr in der Brauerei stehen, in Tanks klettern, schrubben ...“ Doch das gehöre dazu. Und warum gerade Stiegl? Österreichs führende Privatbrauerei gibt ihm die Chance, über den Bierglasrand zu schauen und neue Verfahrenstechniken, eine andere Unternehmenskultur und -größe kennenzulernen. Und mit etwas Abstand merkt man erst, wie schön es im heimischen Schwarzwald eigentlich ist.

Eine Zeitreise: Waldhaus im Jahr 2050

Für die Zukunft von Waldhaus ist Yannik vor allem eines wichtig: Der Anspruch, die Qualität der Biere und die Gemeinschaft sollen weiterhin im

Vordergrund stehen. Auch, wenn die Brauerei weiter wächst, wogegen er natürlich nichts einzuwenden hätte. „Wenn man gerne zur Arbeit geht, sich abteilungsübergreifend untereinander kennt und gut versteht, das perfekte Bier braut und es nach der Arbeit zusammen trinkt ... dann ist mein Anspruch erreicht.“

Nach Abschluss der zweijährigen Ausbildung will Yannik Betriebsmanagement studieren, um am Ende beide Seiten zu kennen: einmal die hochtechnische, handwerkliche und einmal die strategische, betriebswirtschaftliche. So will er dann bestens gerüstet Waldhaus in eine hopfige Zukunft begleiten.

FÜNF FRAGEN

fünf Antworten

Wenn du ein Waldhaus Bier wärst, welches wäre das und warum?

Ein Ohne Filter: Authentisch, ehrlich, nicht weichgespült, von A bis Z angenehm (lacht verschmitzt).

Dein Lieblingsort ein Bier zu genießen.

Die Sonnenliege bei der Kapelle am Waldrand bei Waldhaus. Mit Freunden, guter Musik und Blick auf die Alpen.

Mit welcher Person der Zeitgeschichte würdest du gerne mal ein Bier trinken?

Mit Cristiano Ronaldo ein leckeres Waldhaus – da er danach wahrscheinlich eine Ausnahme von seiner radikalen Abstinenz machen würde.

Was ist das Beste an deinem Beruf?

Dass ich etwas richtig Gutes produziere, einen Genuss, einen Glücksmacher.

Wovon träumst du schon lange?

Nach der Ausbildung ein eigenes Surfbrett kaufen und dann für ein paar Wochen ab nach Südostasien.

Die nächste
Waldhaus
Generation
bereitet
sich vor

HIER IST ALLES GOLD, WAS GLÄNZT

Vorhang auf für: Waldhaus Spezial Gold!

GESCHMACKSPROFIL:



insgesamt 45 DLG-Auszeichnungen:
29x Gold, 15x Silber, 1x Bronze

BIERE, MENSCHEN, SENSATIONEN

Nutzloses Bierwissen

Nicht nur außerhalb: Exportbier

Um Bier über die Stadtgrenzen hinaus „exportieren“ zu können, wurde es stärker gebraut und damit länger haltbar gemacht. Überschüssige Mengen schenken die Brauereien günstig an Einheimische aus. So wurde das Export schnell zum populären Volksbier.

Nicht nur fürs Bier: Naturhopfen

Hopfen reguliert die Luftfeuchtigkeit und hält Ungeziefer fern. Früher nutzten Bibliotheken diese Eigenschaften, um ihre Bücher zu schützen und legten die Dolden in ihre Regale.

Nur von Frauen: Brauen im alten Ägypten

Im alten Ägypten wurde bereits Bier gebraut – ausschließlich von Frauen. Männer durften den Gerstenstoff weder herstellen noch verkaufen.

Qualität besteht. Wenn es keinen Beweis für die Rezensart gibt, dann ist es das Waldhaus Spezial Gold. In 185 Jahren Waldhaus Geschichte ist aus dem einstigen Bauarbeiterbier ein Gourmet-Weltmeister geworden.

Diese erstaunliche Karriere ist vor allem das Ergebnis kontinuierlicher Weiterentwicklung. Die Vorläuferin des Spezial Gold war ein klassisches Exportbier, gut und erschwinglich und damit vor allem bei Arbeitern erfolgreich. „Mit den alten Biersorten hat unser Spezial Gold heute aber nichts mehr zu tun“, erklärt Bernhard Vötter, erster Braumeister von Waldhaus. Denn der Stil, ein Export zu brauen, hat sich bei Waldhaus geändert.

Das ist weniger dem Zeitgeist geschuldet als dem Anspruch der Brauerei, immer nach dem Besseren, Außergewöhnlichen zu stre-

ben. Und so schmeckt das Bier nicht wie die Exportbiere der alten Schule „mastig“ – so beschreibt der Fachmann das kräftige Aroma – sondern „leicht und weich“.

Pure Harmonie im Glas

Doch damit ist die Besonderheit des Spezial Gold noch nicht ansatzweise beschrieben. Denn es ist nicht nur der typische Geschmack, der dieses Bier auszeichnet, sondern auch ein Stück Philosophie, wie Bernhard Vötter es beschreibt. „Alle Menschen streben nach Glück und Harmonie. Und genau dieses Gefühl machen wir mit unserem Spezial Gold erlebbar. Bester Aromahopfen in perfekter Balance vereint mit feinsten Malzen – das ist pures Glück!“, schwärmt er.

Und nicht nur er. Die Bierspezialität begeistert Fachleute auf der ganzen Welt. Den Australian International Beer Award, den World Beer Award, den European

Beer Star, den International Beer Cup Japan – das Waldhaus Spezial Gold gewinnt all diese und weitere Auszeichnungen regelmäßig. Allein bei der Deutschen Landwirtschafts-Gesellschaft (DLG) stand es 29 Mal ganz oben und erhielt die Goldmedaille. Ein Bier also, das wirklich hält, was sein Name verspricht.

Ursprünglichkeit auf höchstem Niveau

Auch wenn der Erfolg internationale Spitzenklasse ist, die Herkunft der Bierspezialität ist doch so regional, wie sie nur sein kann. Die Hopfendolden stammen aus Tettang, Spalt und Hallertau, das Gerstenmalz aus Baden-Württemberg und Rheinland-Pfalz und das Quellwasser, wie immer bei Waldhaus, direkt aus dem Urgestein des Schwarzwaldes.



Wer kennt sie nicht, die bunten Waldhaus Werbeplakate, die unsere außergewöhnlichen Produkte nicht ganz, nun ja, bierernst in Szene setzen. Jetzt geht die Werbekampagne mit Videospots in die nächste Runde.

Noch sind die Filme nicht zu sehen, aber ein wenig kann der Waldbote schon verraten. Es geht u.a. um einen Broker ohne Anzughose, einen exquisiten Pärchenabend, einen Mann mit grünem Gaumen, zwielichtige Goldgeschäfte und eine beherzte Flucht aus der Videokonferenz. Klingt schräg? Ist es auch. Und doch sind die Filme typisch Waldhaus. Denn unsere Biere sind natürlich vor allem zum Genießen da, sie zelebrieren den Spaß an der Vielfalt und die pure Lebensfreude.

Handwerklich perfekt wie unsere Produkte

Doch wir wären nicht Waldhaus, wenn wir uns damit zufriedengäben. Denn das Besondere an den Werbespots sind nicht nur die launigen Geschichten, sondern es ist vor allem die handwerklich perfekte Umsetzung.

Die Idee zu den Filmen stammt von der Freiburger Filmproduktion Isensee. „Sie ist mit dem Vorschlag auf uns zugekommen, unsere Kampagne in Bewegtbild umzusetzen“, erinnert sich Waldhaus Geschäftsführer Dieter Schmid. Überzeugt hätten ihn die Kreativen dann besonders mit ihrer hohen Filmqualität und professionellen Drehs bis ins Detail. So spiegeln die Filme genau den Anspruch der Marke Waldhaus wider: Sie kommen leichtfüßig daher, laden zum Genießen ein – und sind doch das Ergebnis extrem hoher Sorgfalt und Expertise.

Individuelle Spezialitäten

Es gibt noch mehr Gründe, warum die Spots so gut zur Marke Waldhaus passen. So wie jedes Waldhaus Bier einen eigenen Charakter hat und auf seine Art der Perfektion möglichst nahekommt, sind auch die Spots konzipiert. Jeder von ihnen ist individuell einer anderen Spezialität gewidmet. Insgesamt sind sechs Filme am Start, für Diplom Pils, Ohne Filter EXTRA HERB, Spezial Gold, Hell, Ohne Filter NATURTRÜB und Ohne Filter ALKOHOLFREI. Für alle, die jetzt neugierig geworden sind: Teaser der Spots gibt es bald auf YouTube und unseren Social-Media-Kanälen zu sehen.



ÜBRIGENS ...

Dass in jedem Waldhaus Bier ein Stück Schmidtsche Familiengeschichte steckt, zeigen auch die Werbespots: Dieter Schmid hat einige versteckte Auftritte darin. Wer sie entdeckt, kann zehn Jahre Freibier, eine Grillparty für 20 Personen inklusive Bier oder ein Waldhaus Genusspaket gewinnen.

Mehr dazu unter:



<https://wald.haus/finde-dieter>

EIN SEE

nach deutschem Reinheitsgebot



SO FRUCHTIG UND FRISCH
GENAU DAS RICHTIGE FÜR
DIE STÄRKUNG NACH DEM
SPORT: UNSERE NATUR RADLER.



Als echte Schwarzwälder lieben wir natürlich unsere Heimat. Und sind hier gerne unterwegs. Zum Beispiel auf einer herrlichen Tour rund um den Schluchsee.

Kristallklares Wasser, soweit das Auge reicht, gesäumt von dunklen Schwarzwaldtannen: Das ist der Schluchsee. Der malerische See in der gleichnamigen Gemeinde war ursprünglich ein Gletschersee des Feldberg-Gletschers. Sein Spiegel lag rund 30 Meter unter dem des heutigen Sees. Dass dieser erst durch die künstliche Aufstauung der Schwarza entstanden ist, merkt man ihm nicht an – wenn man nicht gerade auf der 35 Meter hohen, 250 Meter langen Stau-mauer steht. Denn er ist nicht nur der größte See im Schwarzwald, sondern auch einer der schönsten. Und dem nicht genug: Gäbe es ein Reinheitsgebot für Seen, der Schluchsee würde es mit Bravour erfüllen. Er gilt seit Jahren als einer der saubersten Badeseen in ganz Deutschland.

Kein Wunder also, dass er das ganze Jahr über ein beliebtes Ausflugsziel ist. Der Schluchsee hat fast überall gut zugängliche Ufer und zieht damit im Sommer zahlreiche Wassersportler an. Bei der Wassersportstation rafftaff an der windgeschützten Amalienbucht können zum Beispiel hochwertige Kanus, Kajaks oder Stand Up Boards gemietet werden, um die idyllische Natur vom Wasser aus zu erkunden.

Naturbelassene Wege zwischen Wasser und Wäldern

Hingegen ganzjährig lockt eine Vielzahl von Wander- und Rad-touren, von welchen der Schluchsee umgeben ist. Eine besonders schöne Strecke ist die „Große Schluchsee-Tour“, die auf größtenteils naturbelassenen Wegen zwischen dem glitzernden Gewässer und den heimischen Wäldern rund um den See führt. Unterwegs warten zahlreiche Strandabschnitte, herrliche Ausblicke wie die Amalienruhe und Einkehrmöglichkeiten mit zünfti-

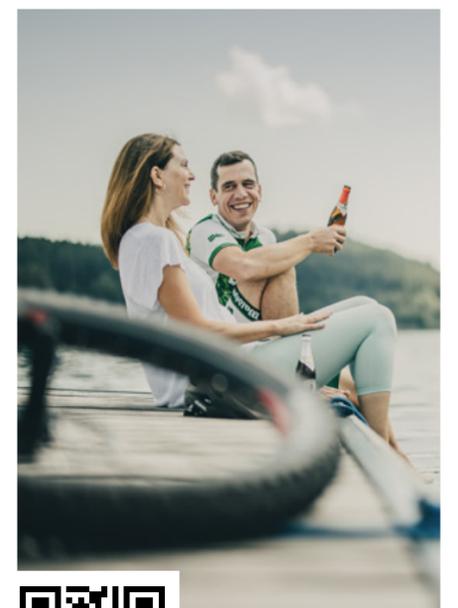
gem Vesper oder Schwarzwälder Kirschtorte auf die Wanderer und Radfahrer.

Abkürzen erlaubt, Staunen garantiert

Mit rund 18 Kilometern kann die Tour auf dem Rad in etwa eineinhalb Stunden zurückgelegt werden. Der weitgehend ebene Weg am Ufer erlaubt sowohl entspanntes als auch sportliches Fahren. Zu Fuß braucht man da schon ein ganzes Stück länger. Wer nicht die komplette Strecke zurücklegen möchte, kann sie zwischen Mai und Oktober durch eine erlebnisreiche Fahrt mit dem Seerundfahrtschiff MS Schluchsee abkürzen, das an verschiedenen Anlegestellen rund um den See Zustieg bietet.

Was ist das Schönste an einem aktiven Tag an der frischen Luft? Das Vesper und dazu ein feines Bier natürlich. Unser Tipp: Nur wenige Fahrradminuten vom Kurort Schluchsee entfernt ragt der Riesenbühlturn über die Tannen-

wipfel. Am Fuß des Holzturmes oder auf der gut 30 Meter hohen Aussichtsplattform lässt sich wunderbar ein Picknick genießen bei beeindruckender Aussicht auf unsere Heimat: die einzigartige Schwarzwaldlandschaft.



**Inspiziert?
Hier gibt es alle
Infos zur Tour.**

DIETER TRIFFT ...

D Dieter trifft ... in seinem Brauereialltag so manche inspirierende Persönlichkeit. Zum Beispiel Eugenio "Ciccio" Perini. Der Koch mit italienisch-marokkanischen Wurzeln führt seit vorletztem Jahr das Traditionsghaus Krone im Weiler Orts- teil Märkt. Mit ihm hat sich Dieter unterhalten: über Bierbäuche und marokkanische Gastfreundschaft, Zanderknusperle und italienische Verfahren.



Eugenio "Ciccio" Perini, Geschäftsführer und Koch des Traditionsghaus Krone in Märkt (Weil am Rhein)

D: Herzlichen Dank, dass wir heute hier sein dürfen, und zum Wohl, Ciccio. Warum nennt man dich eigentlich so?

E: Das ist ganz einfach: Meinen richtigen italienischen Namen Eugenio Perini können viele nicht gut aussprechen. Mit dem Spitznamen Ciccio mache ich es ihnen einfacher. Mein Vater hat mich schon immer so genannt, den "kleinen Dicken". Heute bin ich groß mit einem kleinen Bierbauch – und das ist deine Schuld, Dieter, denn der kommt von eurem guten Bier.

D: Das freut mich sehr zu hören. Du bist ja noch nicht so lange hier im Gasthaus Krone, wie waren die Anfänge?

E: Wir haben den Hotelbetrieb hier im September 2020 aufgenommen, das Restaurant dann am 15. Oktober offiziell eröffnet. 15 Tage später kam der große Lockdown, der uns wirtschaftlich in die Enge getrieben hat. Das war nicht einfach, aber wir haben gelernt, nicht den Kopf in den Sand zu stecken, sondern gegenzusteuern. Wir haben uns umstrukturiert und zum Beispiel angefangen, unser Essen auch zu den

Leuten nach Hause zu liefern, was sehr gut angenommen wurde.

D: Ich bin als Bierbrauer in gewisser Weise ja auch Koch, aber nicht jeder hat dieses Berufsziel. Wie ist dein Werdegang, wie kamst du dazu?

E: Ehrlich gesagt wollte ich schon immer Koch werden. Mein Vater hat mir früher schon gesagt, dass ich irgendwann ein eigenes Restaurant haben würde. Zuhause in Marokko haben wir ein großes Haus, in dem wir immer viele Gäste bekocht haben. Und so wurde ich von jung an erzogen, Wirt zu sein. Meine Ausbildung zum Koch habe ich dann in Italien am Gardasee gemacht, wo ich immer die Sommerferien verbracht habe und wo auch ein Teil meiner Familie herkommt.

D: Mit welcher Vision hast du das Traditionsghaus in Märkt übernommen?

E: Die Tradition sollte weitergehen. Man darf ja nicht vergessen, dass Märkt lange ein kleines Fischerdorf war und das Gasthaus Krone in ganz Deutschland bekannt war für das gute

Weißfischessen. Das haben wir übernommen, aber natürlich auch erweitert. Jetzt ist es eine Crossover-Küche. Wir machen klassisch-badische Gerichte wie Flädlesuppe, Schweinebraten oder Zanderknusperle, würzen aber mit echten Gewürzen aus Marokko wie Safran, Koriander oder Ras el-Hanout. Außerdem schwöre ich auf italienische Verfahren. Man nimmt ja auch mal anstatt eines Spätburgunders einen guten Merlot.

PODCAST

Für alle, die jetzt noch erfahren möchten, was Ciccio im eigenen Restaurant bestellen würde, woher er die Inspiration für seine Gerichte nimmt und wieviel Trüffel pro Woche konsumiert wird, gibt es das gesamte Interview als Podcast zum Nachhören auf:

wald.haus/podcast/



CROSSOVER-KÜCHE IM BADISCHEN
TRADITIONSGASTHAUS

ZANDER MIT MEAUX SENF GEBACKEN

Petersiliengraupen / „Bier blanc“



EIN REZEPT VON
Sterne Koch Steffen Disch

Zutaten für vier Personen: für den Zander

500 g Zanderfilet (mit Haut)
3 EL Pommery-Körnersenf
1 EL Meerrettich, gerieben
1 EL Blattpetersilie, gehackt
Saft einer 1/4 Zitrone
Salz & Pfeffer aus der Mühle
1 EL Mehl zum Fritieren

für das Graupenragout

6 EL Graupen
1 Zwiebel, fein gewürfelt
1 Knoblauchzehe, fein gewürfelt
3 EL Butter
300 g Geflügelfond
Blattpetersilie, fein geschnitten
Saft einer 1/2 Zitrone

Bier blanc

1 Zwiebel, fein gewürfelt
1 Knoblauchzehe, fein gewürfelt
100 ml Bier
100 ml Geflügelfond
80 g Sahne
50 g Crème fraîche
2 Zweige Thymian
3 Wacholderbeeren
1 Lorbeerblatt
Salz, Pfeffer aus der Mühle
50 g Butter

Tipp:

Frisch geriebener Meerrettich passt wunderbar zu diesem Gericht.

Das Zanderfilet in vier Portionen teilen und mit einem scharfen Messer auf der Hautseite in 1/2 cm Abständen bis zur Hälfte einschneiden. Den Senf, Meerrettich, die Petersilie und Zitronensaft zu einer Paste vermengen und damit die Einschnitte der Zanderfilets einstreichen. Ca. eine Stunde ziehen lassen, damit der Geschmack einziehen kann.

Für die Bier blanc die Zwiebel und den Knoblauch in Butter anschwitzen, mit Salz und Pfeffer würzen. Mit Bier ablöschen und einkochen. Dann den Geflügelfond zugeben und einkochen. Die Kräuter und Gewürze entfernen und nachschmecken. Die Sahne und Crème fraîche zugeben und einkochen. Zum Schluss mit den kalten Butterflocken abbinden.

Die Graupen gut durchspülen und in Salzwasser ca. 20 Minuten nicht zu weich kochen. Zwiebel und Knoblauch in Butter anschwitzen, die Graupen zugeben und den Geflügelfond aufgießen und ca. 15 Minuten einkochen. Vor dem Anrichten die Petersilie zugeben und mit Zitronensaft abschmecken.



Steffen Disch (rechts) hat sich als Inhaber und Küchenchef des Gasthauses zum Raben in Horben 2014 einen Michelin-Stern und einen exzellenten Ruf erkocht. Dem Waldboten hat er eines seiner Lieblingsrezepte verraten.



IMPRESSUM

Herausgeber:

Privatbrauerei Waldhaus,
Joh. Schmid GmbH
Waldhaus 1
79809 Waldhaus
Tel: +49 7755 / 9222-0
E-Mail: info@waldhaus-bier.de
www.waldhaus-bier.de

Verantwortlicher:

Dieter Schmid

Redaktion, Gestaltung und technische Umsetzung:

W3 digital brands GmbH
www.w3-digitalbrands.com

Fotos:

Privatbrauerei Waldhaus, Joh. Schmid GmbH, Dimitri Dell, Philipp Uricher

© Waldhaus 2022