

## Hier wird frisch gewurstet, nicht gewurstelt

Der Zürcher Autodidakt Mika Lanz ist mit seinen «Stadtjägern» und «Zwickern» auf Erfolgskurs

URS BÜHLER

In seinem Oerliker Kleinbetrieb Mikas verwurstet ein einstiger Kameramann unter anderem Stadtzürcher Bio-Säuli. Gegen tausend Würste entstehen dort Woche für Woche.

Am Anfang stand eine Entscheidung zwischen Kopf und Bauch: Master oder Wurst? Und Mika Lanz fasste den Entschluss: Statt seinen Bachelor-Abschluss in Lebensmittelwissenschaften an der ETH Zürich auf die nächste Stufe zu führen, setzte er 2015 ganz aufs Würsten. Während seines Studiums schon hatte er Trockenwürste gefertigt für Freunde, die Gefallen daran fanden. Dies hatte ihn ermutigt, sich in das Metier einzuarbeiten: Bei Joseph Fulvi von der Macelleria Fulvi im Kreis 4 klopfte er an, ob dieser ihm Einblicke gewähre. Er erhielt eine Zusage und half drei Monate lang dort mit. Bald gründete er eine GmbH, um seine eigenen Würste zu vertreiben.

### Skeptiker in der Branche

Am Anfang hatten die Lieferanten den Stadtzürcher Quereinsteiger schon etwas schräg angeschaut und auch manche Berufsleute im Metzger-Center, dem Engrosmarkt der Branche. Wohl kaum einer von ihnen traute diesem scheinbar verrückten Autodidakten zu, in fünf Jahren noch dabei zu sein. Aber oft braucht's nur ein paar, die an einen glauben und einen unterstützen. Die gab es, und sie sollten sich nicht täuschen. Inzwischen ist er seit über sechs Jahren im Geschäft und hat sich in der Branche einige Anerkennung erarbeitet. Rund tausend Würste wöchentlich verlassen im Schnitt die Produktion in Zürich Oerlikon. Zu seinen luftgetrockneten «Stadtjägerli», im Vergleich zu Pendants der Grossindustrie im Stil von «Minipic» eine Offenbarung, sind vorletztes Jahr hoch-

wertige Rostbratwürste vom Schwein und vom Lamm hinzugekommen. Dass Letztere seit neustem beim «Sternen-Grill» am Bellevue erhältlich sind, dem bekanntesten Wurststand der Stadt, versteht er als Adelung seines Handwerks.

Wir besuchen den 37-jährigen Mika Lanz, der seinen Berufsweg einst als Kameramann begann, in seiner kleinen Wursterei beim Berninaplatz: Der Keller einer Kirche in Oerlikon war über eine Internetplattform zur Miete ausgeschrieben. Bei der Übernahme war es ein wenig einladendes Loch, wie Fotos belegen. Nun verströmt der Ort fast schon Behaglichkeit: Lanz' Ehefrau hat als Szenografin ein Auge und ein Händchen für Inneneinrichtungen. Die rosafarben gestrichene Wand ist wohl eine Hommage an die Sauen, deren Fleisch hier die Hauptzutat bildet. Gegen verklärende Ansätze zeigt sich Lanz indes resistent. Wenn trendige Wirte zum Beispiel dem Nutztier, das man gerade verzehrt, einen Namen geben, findet er das nicht besonders zielführend. Und er scheut sich nicht, heikle Themen anzusprechen, etwa wenn er vom einzigen Mal erzählt, als er eine Charge Trockenwürste wegwerfen musste: Das dafür verwendete Tier habe womöglich bei der Schlachtung zu viel Stress erlitten.

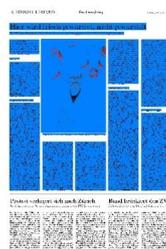
Auf dem Tisch, an dem Kaffee getrunken wird, liegt ein Taschenbuch mit dem Titel «Tierethik». An Wänden hängen Entwürfe für Werbeplakate, noch nicht ganz ausgereift, doch die Stossrichtung ist klar: Der Auftritt soll frischer daherkommen als die rot weiss karierten Tischtücher oder Brettli, die landläufig mit Würsten in Verbindung gebracht werden. Originell sind auch die schlichten Etiketten, die es soeben in die feste Sammlung des Museums für Gestaltung geschafft haben und für deren Anbringung er zwei Knopfnähmaschinen hat umbauen lassen. Die Mutter hilft beim

Verpacken mit. Ihrer finnischen Herkunft verdankt er seinen Vornamen, den er auch für seine Firma einsetzt, verdienstvollerweise ohne überflüssigen Apostroph: «Mikas» steht auf seinem Lieferwagen.

Ein Rapper presst seine Reime aus dem Ghetto in der Keller, der Chef mit Backenbärtchen und Hornbrille empfängt uns mit lockerem Handschlag. Doch wer nun glaubt, in einem handgestrickten Hipster-Betrieb gelandet zu sein, der täuscht sich. Das ist eine kleine, aber hochmodern ausgerüstete Produktion mit Vakuum-Wurstmaschine und einigen weiteren gebraucht gekauften Hightech-Apparaten, von der Lebensmittelkontrolle geprüft wie jeder andere kommerzielle Betrieb.

Mika Lanz erläutert seine Produktionsschritte und Qualitätsgrundsätze mit offenkundigem wissenschaftlichem Hintergrund, ohne den Laien zu überfordern. Seine Einschätzung der eigenen Arbeit wirkt differenziert und reflektiert. Natürlich profitiere er vom gegenwärtigen Food-Hype, in den sein Produkt genau hineinpasse, räumt er ein. Er punktet mit kurzen Lieferwegen, kleinen Chargen, hochwertigen regionalen Zutaten und traditionellem Handwerk, ergänzt um moderne Methoden. «Aber ich will nicht trendig sein, sondern etwas schaffen, was über einen Hype hinaus Bestand hat», sagt er. Leute wie er bringen, ähnlich wie John Baker beim Bäckerhandwerk, etwas frischen Wind in eine Branche, in der Kleinbetriebe stark zu kämpfen haben und ihr Heil allzu oft in Convenience-Produkten suchen. Und er kam zur richtigen Zeit: Vor zwölf Jahren hätte es noch gar nicht die Vertriebskanäle gegeben für sein Angebot, keinen «Berg und Tal», der seine «Stadtjäger» als Erster ins Sortiment aufnahm, und keinen «Bachser Märt».

Der Bub im Kochkurs



Schon als Bub hatte Mika Lanz, in Altstetten als Sohn eines Bauingenieurs und einer Querflötistin aufgewachsen, ein Flair für kulinarische Praxis an den Tag gelegt: In den Schüler-Sommerkursen der Stadt Zürich lernte er nicht klettern wie viele Kameraden, sondern kochen, und in diesen Kursen waren die Mädchen bei weitem in der Überzahl. Seine Wurzeln in Finnland, das er noch immer mindestens einmal jährlich besucht, hätten ihm wohl schon früh besonders offene Geschlechterrollenbilder vermittelt, merkt er lächelnd an. Ebenfalls skandinavisch geprägt sei wohl seine Arbeitseinstellung: Entscheidend ist, etwas anzupacken, und nicht, ob man Karriere macht damit.

Bereits als Teenager tüftelte er gerne, er baute Skateboards, die tatsächlich in den Verkauf kamen. Das Entwickeln und Umsetzen der Ideen hat ihn aber stets mehr interessiert als die Monetarisierung, wie er konstatiert. «Über den wirtschaftlichen Aspekt denke ich meist erst später nach.» Doch mit den Würsten verdient er nun seinen Lebensunterhalt, da müssen auch die Zahlen stimmen. Er hat sich ein sehr hartes Business ausgesucht, das schleckt keine Geiss weg und auch kein Bio-Säuli. Die Hälfte der Produktionskosten machen die hochwertigen Rohstoffe aus, da bleibt wenig Spielraum. Doch immerhin hat er sich mit seinem Nischenprodukt einen Sektor ausgesucht, in dem sich nicht schon Dutzende lokale Kleinproduzenten tummeln wie in der Bierbranche. Und wurde ihm bei andern Projekten schnell langweilig, wenn sie einmal aufgegleist waren, so hält er seine Neugierde in diesem Fall mit

diversen Mini-Zielen lebendig, sei es der Konstruktion eines «Velo-grills» oder der Erschliessung neuer Absatzkanäle.

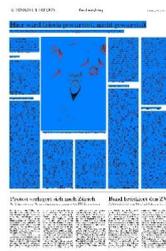
Ein verlockend würziger Geruch entströmt dem modernsten Trocknungsschrank, wenn man seine Tür öffnet. Der rund zweiwöchige Prozess, bei dem die «Stadtjäger» die Hälfte ihres Gewichts verlieren und dafür unerhört an Aroma gewinnen, beginnt bei 25 Grad Celsius, dann wird stufenweise auf 14 Grad reduziert. Für sein Paradeprodukt kauft Lanz Stadtzürcher Bio-Säuli vom Seebacher Waidhof, lässt sie im Schlachthof schlachten und achteln. In jeder Charge wird sozusagen ein ganzes Tier verwurstet: Im «Stadtjäger» landet nebst etwas Grappa alles Muskelfleisch ausser dem Filet, das mit Heidelbeere und Zitrone mariniert zu Weihnachten als «Stadtfilet» über die Ladentische geht. In die «Schweinszwicker», mit Weisswein (nicht dem billigsten) versetzt, kommt Schulterfleisch und Halsspeck.

Zu Lanz' Grundsätzen gehört eine Reduktion aufs Wesentliche: Die Würste gibt es zwar in diversen Grössen, aber nicht in Dutzenden von Varianten, womöglich noch benannt nach exotischen Zutaten. Gewürzt wird mit Salz, Pfeffer, gehackten Kräutern, hier und da etwas Chili; die Variante mit Weidelamm enthält etwas getrocknete Wildaprikose. Auf Zusatz- und Konservierungsstoffe wird verzichtet, was die Haltbarkeit stark verkürzt. Und das alles hat natürlich seinen Preis: Ein «Stadtjäger» zum Beispiel kostet 9 Franken, das kleinere «Stadtjägerli» knapp einen Fünfliber. Bei einer Lohnkostenrechnung müssten sie doppelt so teuer sein, fügt Lanz an.

## Das nächste Dilemma

Seinen «Stadtjäger» hatte er eigentlich auch den Inhabern des «Sternen-Grills» angeboten, zum Vertrieb in ihrem gegenüberliegenden «Belcafé». Sie bissen dann aber bei seinen «Zwickern» an, und er hat eigens eine auf ihre Anforderung zugeschnittene Zwischengrösse seiner Schweinswürstchen geschaffen. Akkurat zubereitet, sind sie eine wahrhaftig starke Konkurrenz für die köstlichen, aber bald inflationär verbreiteten «Wiedikerli» der soeben an eine aargauische Grossmetzgerei veräusserten Firma Keller am Manesseplatz.

Freimütig räumt Lanz ein, dass ein winziger Betrieb in diversen Bereichen weniger ökologisch sei als ein mittelgrosser, der Synergien nutzen könne. Er zieht auch nicht billig her über Grossmetzgereien, lobt etwa Bell ausdrücklich für dessen Arbeit. Und er schreckt nicht davor zurück, selbst etwas grösser zu denken, was die Absatzkanäle betrifft: «Man müsste mit so einem Produkt gerade auch die Leute erreichen, die nicht im Bioladen einkaufen. Einen Einfluss auf das Kaufverhalten habe ich erst, wenn ich Kunden an der Tankstelle erreiche, die sonst zum industriell gefertigten Produkt greifen.» Er bringt den Zwiespalt auf den Punkt: «Will man mit seiner Arbeit Symbolwirkung erzielen oder einen wirklichen Impact erreichen?» Nach der Entscheidung zwischen Master und Wurst also wieder so ein Dilemma. In diesem Fall allerdings glaubt Lanz, der einst beide Ansprüche unter einen Hut bringen zu können.



Neue Zürcher Zeitung  
8021 Zürich  
044/ 258 11 11  
<https://www.nzz.ch/>

Medienart: Print  
Medientyp: Tages- und Wochenpresse  
Auflage: 104'397  
Erscheinungsweise: 6x wöchentlich

Seite: 18  
Fläche: 93'629 mm<sup>2</sup>

Auftrag: 1008268  
Themen-Nr.: 541.003

Referenz: 68227190  
Ausschnitt Seite: 3/3



*Mehr als rosarote Träume: Mika Lanz in seiner Produktionsstätte.*

SELINA HABERLAND / NZZ