



EISACKTALER KOST SAPORI DELLA VALLE ISARCO

est. 1972

Gemeinsam etwas schaffen

- Die Eisacktaler Kost ist die ältesten Spezialitätenwochen des Landes. Die 54. Ausgabe findet heuer vom 13. bis 29. März statt.
- Regionale Produkte stehen seit jeher im Mittelpunkt: Sie stärken die kleinen Kreisläufe und sind zentral für die Markenbotschaft der Eisacktaler Kost.
- Das kulinarische Event wird von einer 5-köpfigen Arbeitsgruppe organisiert, in der sowohl der Hoteliers- und Gastwirteverband (HGV) als auch teilnehmende Betriebe vertreten sind.

Angelika Stafler, Gastgeberin im Romantik Hotel Stafler in Freienfeld, ist seit 1995 Teil der Arbeitsgruppe, die jedes Jahr die Spezialitätenwochen organisiert. Ihre familiäre Verbindung zur Initiative reicht jedoch weiter zurück: Bereits ihre Eltern waren an der Gründung der Eisacktaler Kost beteiligt. Wie sich der kulinarische Fokus über die Jahre verändert hat, welche Rolle regionale Kreisläufe spielen und wodurch sich die Eisacktaler Kost von anderen Spezialitätenwochen abhebt, erzählt sie im Interview.

Die Eisacktaler Kost gibt es seit 1972. Wie Erinnerst du dich persönlich an die Anfänge?

An die allerersten Jahre kann ich mich leider nicht erinnern, da die Eisacktaler Kost und ich gleich alt sind. Für meine Eltern war sie aber immer schon ein zentraler kulinarischer Schwerpunkt im Jahr. Nach dem Tod meines Vaters im Jahr 1995 habe ich mit 23 Jahren seinen Platz in der Gruppe der Eisacktaler Kost übernommen.

Die Eisacktaler Kost war für meine Eltern immer die wichtigste Zeit im Jahr: Es ging immer um gutes Essen und Trinken, vor allem für Einheimische und Nachbarn. Genau das macht sie bis heute aus – und das hat sich nie geändert.

Deine Mutter war bei der Einführung der Eisacktaler Kost involviert. Welche Rolle spielte sie damals?

Die Gründer der Eisacktaler Kost waren Helmuth Fink, Franz Tauber und mein Vater Hans Stafler. Aber was wären unsere Väter und die Gastwirte ohne die tüchtigen Gastwirtinnen im Hintergrund gewesen? Sie hielten und halten die Betriebe am Laufen, betreuen Mitarbeitende und Gäste, kümmern sich um Dekoration, Blumenarrangements und vieles mehr.

Welchen Wandel hat die Eisacktaler Kost im Laufe der Zeit erlebt?

Vor allem das Speisenangebot hat sich stark weiterentwickelt. Anfangs gab es eine gemeinsame Grundkarte für alle Betriebe, ergänzt um ein oder zwei individuelle Gerichte. Heute bringt jeder Betrieb seine eigene Handschrift ein. Die Vielfalt ist größer geworden, die Gerichte kreativer und individueller, ohne die Wurzeln zu verlieren.

Regionale Produkte stehen dabei bewusster denn je im Mittelpunkt. Sie stärken die kleinen Kreisläufe und sind zentral für die Markenbotschaft der Eisacktaler Kost. Auch die Produzent:innen werden aktiv in Kommunikation und Rahmenprogramm eingebunden.

Gestartet sind wir mit rund 25 Betrieben, zeitweise sogar mit Teilnehmern aus Nordtirol. Heuer sind es 19 Betriebe.

Damals wie heute geht es aber um die Zusammenarbeit mit Kolleg:innen, es geht darum, gemeinsam für eine kurze Zeit etwas auf die Beine zu stellen und die Eisacktaler Küche und Weine zu würdigen – und nicht zuletzt darum, den sonst eher ruhigen Monat März zu beleben.

Wie behauptet sich die Eisacktaler Kost inmitten vieler kulinarischer Themenwochen?

Dass es heute viele solcher Wochen gibt, ist grundsätzlich positiv. Trotzdem hat die Eisacktaler Kost ihren besonderen Platz behalten. Das zeigt sich an der Treue der Gäste. Besonders auffallend ist, dass häufig Freundesgruppen und Familien gemeinsam kommen – was zeigt, dass die Eisacktaler Kost nicht nur ein kulinarisches Event ist, sondern auch ein geselliges Erlebnis. Unverwechselbar ist ihre klare Ausrichtung: Sie ist ein wichtiger Auslastungstreiber im März, ein kulinarisches Frühlingsfestival und zugleich ein starkes Netzwerk. Sie fördert Zusammenarbeit, Austausch und ein starkes Wir-Gefühl – auch über das Jahr hinweg, etwa durch Treffen, Schulungen oder Lehrfahrten. Zudem werden ein bis zwei Eisacktaler-Kost-Gerichte ganzjährig auf den Speisekarten geführt und gekennzeichnet.

Wie hat sich der kulinarische Fokus verändert?

Die Küche ist kreativer, leichter und zeitgemäßer geworden. Tradition bleibt wichtig, wird aber modern interpretiert. Vegetarische Gerichte sind heute selbstverständlich – viele Klassiker wie die wunderbaren Schlutzkrapfen waren das ja schon immer.

Auch vegane Gerichte werden mitgedacht, solange sie zur regionalen Küche passen. Insgesamt ist für jede und jeden etwas dabei, vom Klassiker bis zur Neuinterpretation.

Welche Rolle spielen regionale Kreisläufe heute?

Eine sehr große. Die Zusammenarbeit mit heimischen Produzent:innen ist für uns ganzjährig wichtig, auch wenn sie Planung und Abstimmung erfordert. Gerade während der Eisacktaler Kost wollen wir regionale Produkte sichtbar machen – sie prägen den Charakter der Veranstaltung und schaffen echte Wertschöpfung im Tal.

Gibt es konkrete Kriterien für die Teilnahme an den Spezialitätenwochen?

Regionale Produkte und kurze Lieferketten sind verpflichtend, jeder Betrieb hat aber etwas Spielraum. Milchprodukte wie Mozzarella und Joghurt stammen natürlich aus Südtirol, in den Küchen wird heimisches Wild und heimische Freiland-Eier verwendet. Das Gemüse wie Sauerkraut, Kartoffeln und Rüben sowie das Getreide wie Gerste, Buchweizen und Roggen stammen ebenso aus Südtirol, natürlich auch die Kräuter. Auf der Karte stehen Südtiroler Weine. All diese Produkte und ihre Produzent:innen werden aktiv eingebunden. Heuer stehen etwa der Südtiroler Apfel g.g.A., der Mozzarella von Brimi und der Eisacktaler Wein der Stiftskellerei Neustift im Fokus. Ohne diese Partner wäre die Eisacktaler Kost in dieser Form nicht möglich.

Was braucht es heute, um sichtbar zu bleiben?

Einen guten Marketing-Mix. Social Media ist wichtig für Reichweite und persönliche Geschichten, erreicht aber nicht alle. Deshalb setzen wir weiterhin auch auf Flyer, Website, Inserate und Radio. Die Kombination macht es aus.

Was bedeutet die Eisacktaler Kost für dich persönlich?

Sehr viel. Sie verbindet Hotelalltag, Gastronomie und Engagement für die Region. Über die Jahre ist ein starkes Netzwerk entstanden. Die Spezialitätenwochen sind jedes Jahr eine schöne Gelegenheit, gemeinsam etwas zu schaffen, das über den einzelnen Betrieb hinausgeht.

Was wünschst du dir für die Zukunft?

Dass die nächste Generation die Eisacktaler Kost mit Begeisterung weiterträgt. Sie darf sich weiterentwickeln und Neues wagen – ohne den Grundgedanken zu verlieren, den unsere Eltern hatten: regionale Küche, Zusammenarbeit und das Zusammenspiel zwischen Produzent, Gastwirt und Gast.

Wer hinter der Eisacktaler Kost steht

Eine Arbeitsgruppe, bestehend aus fünf Personen, organisiert die Eisacktaler Kost. Neben Angelika Stafler, sind Florian Fink vom fink Restaurant & suites, Brixen, sowie Michael Huber vom Boutique Hotel Pachers, Vahrn, im Gremium vertreten. Vom Hoteliers- und Gastwirteverband (HGV) wirken Bettina Schmid und Astrid Casatta mit, wobei sie die organisatorische Umsetzung – von der Koordination des Rahmenprogramms über Kommunikationsmaßnahmen bis zur Begleitung der Sitzungen – übernehmen. Grundsätzliche Entscheidungen werden gemeinsam in der Vollversammlung getroffen, in der alle beteiligten Betriebe vertreten sind.