

Frankfurter Allgemeine

Magazin

NOVEMBER 2018
ESSEN UND TRINKEN
SPEZIAL



**ZUM
MITNEHMEN**



PRIMO PRIMI PRIMA

Es war ein unvergesslicher Abend: Musik, Freunde, Wein, großartiges Essen. Primo und Secondo hatten eingeladen, zwei Brüder, die das italienische Restaurant „Paradiso“ betrieben, das eigentlich kurz vor der Pleite stand, nun aber ein Fest erlebte wie nie zuvor. Ein Freund hatte versprochen, den berühmten Sänger Louis Prima an diesem Abend ins „Paradiso“ zu lotsen – eine letzte Chance für Primo und Secondo, ihr Restaurant zu retten, mit der Publicity neue Gäste zu gewinnen. Also setzten sie alles auf diesen Abend, kratzten ihr letztes Geld zusammen und schufen ein überwältigendes Festmahl, zu Ehren von Louis Prima und zum Segen des „Paradiso“. „Big Night“ heißt der Film, der in herrlichen Bildern die italienische Küche feiert und lustvoll ausmalt, wie gutes Essen verzauert. Primo und Secondo stehen deshalb am Anfang dieses Hefts, das sich ganz um Kochen, Essen, Trinken dreht. Wir zeigen, wie die kalifornische Küche früh die grüne Welle erwischte hat (Seite 36) und wie der Weinbau in Sachsen über Jahrhunderte gewachsen ist (Seite 52). In München hat Tohru Nakamura eine persönliche Verbindung von japanischer und deutscher Kochkultur entwickelt (Seite 16), und rund um die Welt fragen sich Forscher, wie wir die wachsende Weltbevölkerung künftig überhaupt ernähren können – womöglich mit Meeresalgen (Seite 32). Ganz sicher ist, dass in einem Essen-und-Trinken-Heft Italien nicht fehlen darf. Deshalb zeigen wir Mode in Venedig, mit viel Sinn für Inszenierung und Kostümierung (Seite 22). Das Spiel mit Schein und Sein war es auch, das die „Big Night“ von Primo und Secondo dann abrupt beendete. Denn der große Louis Prima kam nicht, es gab auch keine Publicity – der Freund, der den Star vollmundig angekündigt hatte, war der Restaurant-Inhaber von gegenüber, der die lästigen Konkurrenten dadurch nur endgültig in den Ruin treiben wollte. Am Morgen danach sind Primo und Secondo ernüchtert, zerstritten und erledigt. Irgendwann schlägt Secondo, allein in der Küche, ein paar Eier in die Pfanne. Primo kommt zurück, mit gesenktem Kopf, Secondo reicht ihm ein Stück Omelett. Die Brüder hocken nebeneinander auf der Bank, stumm, ohne sich anzusehen, einer legt dem anderen den Arm auf die Schulter. Und so essen sie. *Bernd Steinle*



FOTO: BETTY

Verantwortlicher Redakteur:
Dr. Alfons Kaiser

Redaktionelle Mitarbeit:
Dr. Daniel Deckers, Dr. Marco Dettweiler, Johanna Dürholz, Leonie Feuerbach, Andrea Freund, Dr. Rose-Maria Gropp, Peter Hermes, Jessica Jungbauer, Cornelius Lange, Fabian Lange, Peter-Philipp Schmitt, Erwin Seitz, Bernd Steinle, Jakob Strobel y Serra, Marie von den Benken, Theresa Weiß, Jennifer Wiebking, Maria Wiesner, Matthias Wysowa

Bildredaktion:
Christian-Matthias Pohlert

Art-Direktion:
Peter Breul

E-Mail Redaktion:
magazin@faz.de

Alle Artikel werden exklusiv für das „Frankfurter Allgemeine Magazin“ geschrieben. Alle Rechte vorbehalten. © Frankfurter Allgemeine Zeitung GmbH, Frankfurt am Main.

Eine Verwertung dieser urheberrechtlich geschützten Redaktionsbeilage sowie der in ihr enthaltenen Beiträge und Abbildungen, besonders durch Vervielfältigung oder Verbreitung, ist – mit Ausnahme der gesetzlich zulässigen Fälle – ohne vorherige schriftliche Zustimmung des Verlags unzulässig und strafbar. Besonders ist eine Einspeicherung oder Verbreitung von Inhalten aus dem Frankfurter Allgemeine Magazin in Datenbanksystemen, zum Beispiel als elektronischer Pressepiegel oder Archiv, ohne Zustimmung des Verlags unzulässig.

Sofern Sie Artikel dieses Magazins nachdrucken, in Ihr Internet-Angebot oder in Ihr Intranet übernehmen wollen, können Sie die erforderlichen Rechte bei der F.A.Z. GmbH erwerben unter www.faz-rechte.de. Auskunft erhalten Sie unter nutzungsrechte@faz.de oder telefonisch unter (069) 75 91-29 01.

Redaktion und Verlag:
(zugleich ladungsfähige Anschrift für die im Impressum genannten Verantwortlichen und Vertretungsberechtigten)
Frankfurter Allgemeine Zeitung GmbH
Hellerhofstraße 2-4
60327 Frankfurt am Main

Geschäftsführung:
Thomas Lindner (Vorsitzender)
Dr. Volker Breid

Verantwortlich für Anzeigen:
Ingo Müller

Leitung Anzeigenverkauf Frankfurter Allgemeine Magazin:
Kerry O'Donoghue, E-Mail: media-solutions@faz.de

Produktionsleitung:
Andreas Gierth

LAYOUT:
Verena Lindner, Anja Tschulena

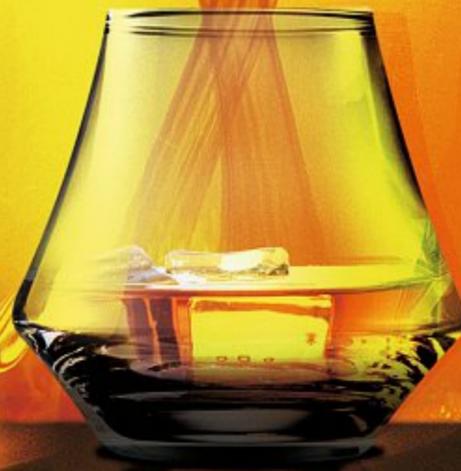
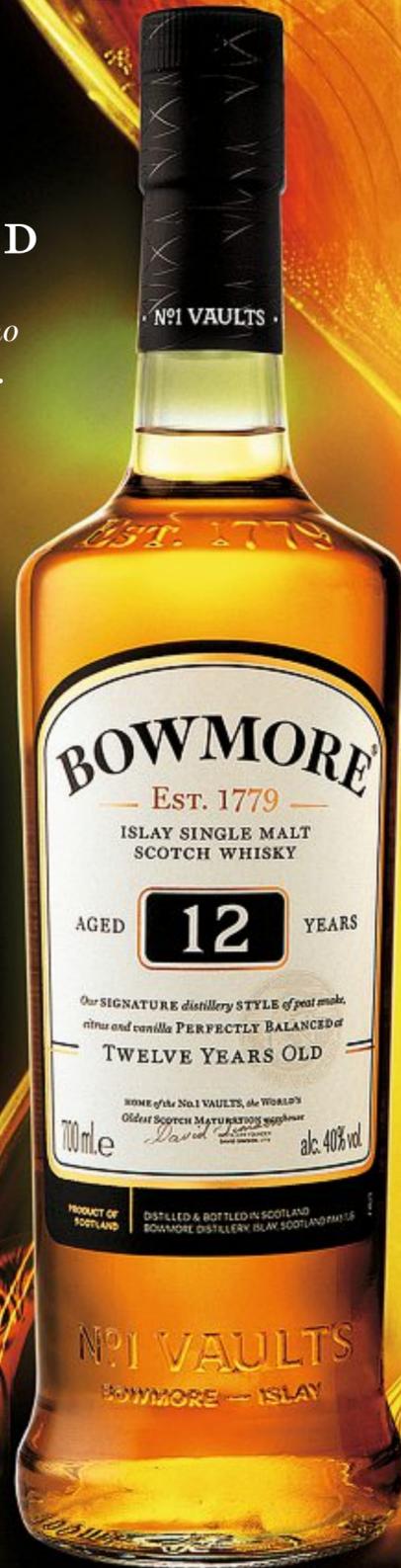
Einzelhefte können zum Preis von € 5,- bei media-solutions@faz.de bezogen werden.

Druck:
Printavis GmbH & Co. KG – Betrieb Nürnberg
Breslauer Straße 300, 90471 Nürnberg

Est. 1779

TIME, SAVOURED

A RICH REWARD *for those who*
KNOW THE VALUE OF TIME.



MARIA LUISA FRISA, Kuratorin und Modedozentin (Mitte), nahm in den Pausen an unserem Cover-Shooting in Venedig teil. Denn zum Team gehörten auch ihre ehemaligen Studentinnen **GIULIA ZUBIOL** (links) und **ALMA LIBERA**, mit denen sie in einem ihrer Lieblingsrestaurants aß, der „Osteria da Codroma“. Während Model Giulia Zubiolo (Bluse von Ferragamo, Tuch von Versace) und Styling-Assistentin Alma Libera danach weiterarbeiteten (Seite 22), erklärte uns Maria Luisa Frisa im Interview ihre Heimatstadt (Seite 29).



PETER HERMES beschäftigt sich als Hobby-Bäcker eigentlich mit süßem Feingebäck. Aber dann entdeckte der Berliner Geograf mit rheinischen Wurzeln eines Tages Meeresalgen als junges Gemüse. Auf der Suche nach nachhaltig hergestellten Nahrungsmitteln war der Sprung ins kalte Wasser mit Kollege Jacob von Manteuffel unvermeidbar: Von den Fjorden der Färöer bis zu den Stränden Südkoreas gingen sie essbaren Meeresalgen auf den Grund (Seite 32). Im zwölf Grad warmen Wasser des Gelben Meeres fühlten sich die Algen aber wohler als der Autor.

FOTOS: YANDIAN CASTELLO, PRIVAT, JACOB VON MANTEUFFEL, FRANK RÖTH

MITARBEITER

JESSICA JUNGBAUER geht als Journalistin und Fotografin den schönen Dingen des Lebens nach: Essen und Reisen. Seit ihrer Reportage über die kalifornische Küche (Seite 36) überlegt die Berliner, ob sie den idealen Ort zum Leben entdeckt hat: Healdsburg in Sonoma County. Eine Stunde vom Ozean und von San Francisco entfernt, guter Kaffee, tolles Eis und Spitzenrestaurants – was will man mehr?



THERESA WEISS kocht für ihr Leben gern – am liebsten nicht nur gewöhnliche Champignons. Da kam es der Volontärin dieser Zeitung gerade recht, für unser Heft einem Edelpilzzüchter in den Katakomben unter Offenbach im Dämmerlicht auf die Finger zu schauen (Seite 44). Unter Tage beeindruckte sie vor allem der Herr der Pilze: Mathias Kroll verbringt für die Zucht viel Zeit im dunklen Gewölbekeller.

Dort unternimmt er auch immer wieder interessante Experimente, zum Beispiel mit Knoblauch, den er im Pilzkeller in einem Dörrschrank röstet. Eine Portion davon bekam die Autorin mit nach Hause – wo sie ihn gleich in einer japanischen Ramen-Suppe verarbeitete. Nun sind ihre Kollegen gespannt, was sie ihnen mal aufischt.



MONT
BLANC



Creating new heights

The new Montblanc 1858 Geosphere.
Spirit of Mountain Exploration.

montblanc.com/1858



Was macht kalifornische Küche aus? Für Farmerin Katina Connaughton alles, was Saison hat – zum Beispiel essbare Blüten und Moos. (Seite 36)



Wir haben sechs Barkeeper gefragt, wie sie sich die kalte Jahreszeit schön trinken. Und siehe da: Fünf von ihnen mixen Whisky in ihre Cocktails. (Seite 58)



ZUM TITEL

Giulia Zubiolo wurde von Yavidan Castillo in Venedig fotografiert. Sie trägt von Kopf bis Fuß Versace.

- 12 PETER ZIZKA
- 16 TOHRU NAKAMURA
- 30 STÉPHANIE ARNAULT
- 40 FLORIAN KIENAST
- 62 VALÉRIE MESSIKA

IM TÜRCHEN Adventskalender sind allgegenwärtig. Das hat gute Gründe. *Seite 9*

IM SPASS Marie von den Benken hat das Lieblingsspiel der AfD durchschaut. *Seite 14*

IM DSCHUNDEL José González bringt die Menschen in Costa Rica auf anderen Geschmack. *Seite 48*

IM GLAS Die besten Weine 2017 stammen von Mosel, Saar und Ruwer. Ein Überblick. *Seite 55*

IM SÜDEN In der Hafenstadt Olhão in Portugal lässt sich herrlich überwintern. *Seite 60*

IM NETZ MChef ist ein feiner Ausweg, wenn fürs Kochen wieder mal die Zeit fehlt. *Seite 61*

Die nächste Ausgabe des Magazins liegt der Frankfurter Allgemeinen Zeitung am 8. Dezember bei. **Im Netz:** www.faz.net/stil **Facebook:** Frankfurter Allgemeine Stil **Instagram:** @fazmagazin



Was haben die Kanzlerin und der König von Malaysia gemeinsam? Besteck von Robbe & Berking. (Seite 56)



Über den sächsischen Wein mag es nicht allzu viele Geschichten geben – aber die haben es in sich. (Seite 52)

DAS ORIGINAL MIT DEM URGESCHMACK

URTYP

EMMENTALER
SWITZERLANDAnno 1291[®]

SEINE HERSTELLUNG IST EIN PRIVILEG, SEIN GENUSS AUCH.

MINDESTENS 1 JAHR URTYPISCH GEREIFT

Käse aus der Schweiz. 
www.schweizerkaese.de

Schweiz. Natürlich.

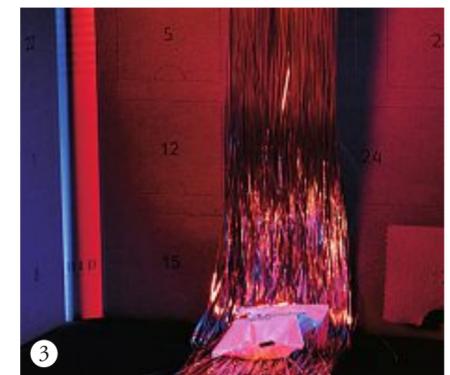
PRÊT-À-PARLER



1



2



3



4



5



6



7



8



9

ADVENTSKALENDER FÜR ALLE

Wer diese Tür einmal öffnet, ist schon dabei, das Phänomen Adventskalender irgendwie einzuordnen. Denn an ihm zeichnet sich ja furchtbar viel ab. Zum Beispiel diese Frage: Kann eine Generation, die der Kindheit längst entwachsen ist, einfach nicht loslassen? Oder wird ihr gar nicht die Chance dazu gegeben? Viele Eltern basteln ihrem Nachwuchs noch nach mehr als 30 gemeinsam verbrachten Vorweihnachtszeiten einen Adventskalender. Die Frage, ob es irgendwann Zeit ist, damit aufzuhören, stellt sich höchstens, wenn diese Kinder eigene Kinder haben.

Andererseits: Wie soll es auch sonst sein am Familienfest Weihnachten, an dem das tatsächliche Lebensalter spätestens dann verblasst, wenn die Kerzen am Baum brennen? Für die Choreographie von Weihnachten braucht es Kinder, zur Not auch die längst erwachsenen. Obwohl unsere Gesellschaft altert, ist der Adventskalender somit für immer mehr Menschen ein Ding. Die Industrie kann sich freuen. Hinter dem vierten Türchen findet man nicht nur Schokolade, sondern auch ein Serum, wie im Advents-

kalender von Babor (5). Oder Creme im Kalender von Rituals (8). Oder Badeöle von Susanne Kaufmann (1). Oder Seife von Stop the Water while using me (7). Oder doch Schokolade, aber zuckerfrei wie von Xucker (6). Oder Lakritz. Also: Lakrids (3).

Es ist jetzt so gesehen eine Überraschung, wenn ein Hersteller keinen Adventskalender im Programm hat. Das Konzept, dass so ein Kalender ursprünglich nur für Kinder war und dass man hinter der 24 Engelshaar fand, bringen die vielen All-Ages-Modelle ordentlich ins Wanken. Hinter der 24 des Thomas-Sabo-Kalenders (9), so viel sei verraten, ist ebenfalls etwas, das mal zu Gold werden könnte. Selbst der Look entspricht jenem der Kindheit. Der Kalender des Müsliriegel-Unternehmens Hafervoll (2) würde auch jedes Spielzimmer dekorieren.

Interessanterweise ist der Adventskalender, diese mittlerweile durchkommerzialiserte Idee, gar keine amerikanische Erfindung. Er kommt aus Deutschland. Wahrscheinlich hatte die Frau des schwäbischen Pastors Lang aus

Maulbronn in der Nähe von Pforzheim Ende des 19. Jahrhunderts als erste den Einfall, für ihren Sohn 24 Wibebe, also schwäbisches Baisergebäck, vorzubereiten. Jeden Tag konnte der Sohn eines davon essen.

Von dem Brauch kam er nicht mehr los. Als Erwachsener unterhielt Gerhard Lang eine Druckerei und lancierte 1903 einen gedruckten Adventskalender: zwei Blätter, auf einem 24 Gedichte, die zu Weihnachten passten, auf dem anderen 24 Bilder. Der Beschenkte musste Bild und Gedicht zusammenbringen.

Heute wäre das eine schöne Übung aus der Anti-Stress-Ecke, für die man Muße aufbringen muss. Insofern ist auch der Kalender mit Postern von Junique (4) auf der Höhe der Zeit. Sie sind in einer Kiste in Rollen verpackt. Jeden Tag gilt es, eines herauszuziehen. Aber damit hat es sich nicht. Es braucht Rahmen und Hammer und Nägel, und wer sich dieser Aufgabe annimmt, hat am 24. Dezember eine Wand aus Bildern, die viele weitere Vorweihnachtszeiten überdauert. (jwi.)

Fotos Daniel Vogl

„MAN REDET MÜTTERN EIN, SIE MÜSSTEN UNZUFRIEDEN MIT DEM KÖRPER SEIN“

Frau Grach, auf meiner Joggingstrecke sehe ich oft eine Gruppe junger Mütter, die, mit Kinderwagen bewaffnet, Fitness macht. Es ist verständlich, dass man sich nach der Schwangerschaft wieder körperlich betätigen will. Aber steckt dahinter noch etwas anderes?

Es gibt da zwei Dimensionen. Zum einen ist es leichter, wenn man keine Betreuung während des Sports organisieren muss und die Kinder einfach mitnehmen kann. Zum anderen werden Sportkurse für Mütter auf eine ganz besondere Art beworben: Da geht es nicht um Rückbildungsgymnastik oder Wohlbefinden, eine Schwangerschaft ist ja strapazios und hinterlässt Spuren am Körper, sondern es geht vor allem darum, sexy zu sein. Das ist ein recht neues gesellschaftliches Ideal, dass auch Mütter sexy sein sollen. Subsumiert wird es unter dem Begriff „Milf“. Das steht für „Mom I'd like to fuck“ und kommt aus der Teenie-Komödie „American Pie“. In Amerika brüsten sich Promi-Mütter gern mit dem Milf-Titel. Es gab aber auch in Deutschland mal ein Fitnessprogramm mit dem Namen „Milf-Maker“. Die Milf steht auch für einen gewissen Tabubruch.



Die Grazer Sexualpädagogin Katja Grach hat gerade das Buch „Die MILF-Mädchenrechnung: Wie sich Frauen heute zwischen Fuckability-Zwang und Kinderstress aufreißern“ veröffentlicht.

sich der Körper verändert hat. Da ist es verständlich, dass man so aussehen will wie vorher. Man will nicht das Gefühl haben, man ist nur noch die Ernährungsstation des Kindes, man möchte noch ein sexuelles Wesen sein.

Was kann man tun, damit Frauen trotzdem weniger darüber nachdenken, wie sie aussehen?

Den Zwang zur Selbstoptimierung gibt es überall. Man muss mehr darüber reden. Man sollte sich mehr gönnen und erlauben, auch mal nicht perfekt zu sein. Und auch mit den Menschen sprechen, mit denen man intim ist, und nachfragen, ob denen das wirklich wichtig ist. Wenn mein Partner sagt, „wenn du so ausschaut, schlaf“ ich nicht mit dir“, dann kann man die Beziehung in den Wind schießen. Das wäre ein sehr schlechter Ausgangspunkt, denn niemand außer mir selbst darf über meinen Körper bestimmen. Wir müssen darauf achten, dass die Vielfalt unserer Körper im Vordergrund steht.

Sind Frauen denn weiter damit beschäftigt, ihren Körper so zu gestalten, dass er dem männlichen Blick gefällt?

Oft sind es kleine Handlungen wie diese zwei Sekunden, in denen ich überlege, ob ich mir die Beine rasiere oder nicht. Die Frage ist: Ist an dem, wie ich mich zeige, alles aus Lust entstanden, oder ist auch Scham eine Motivation? Ich lackiere mir gern die Nägel, style mich – aber ich habe Spaß daran. Brauche ich es als Maske, oder kann ich auch ungeschminkt aus dem Haus gehen? Beyoncé singt: Wenn sie ein Junge wäre, würde sie einfach aufstehen und aus dem Haus gehen – ohne darüber nachzudenken, was sie anhat oder wie sie aussieht.

Und wenn man sich mal nicht schminkt, fragen alle Kollegen gleich, ob man krank ist.

Genau. Neulich hat sich eine Gamerin ungeschminkt gestreamt. Daraufhin bekam sie unglaublich viele Hassnachrichten. Weil viele Fans wohl dachten, dass sie so, wie sie sonst auftritt, nämlich stark geschminkt, wirklich aussieht. Man bekommt immer einen Körper präsentiert, an dem schon gearbeitet wurde. Dadurch entsteht für mich eine gewisse Erwartungshaltung an die Normalität. Und die Leute sind irritiert, wenn der Körper in Wirklichkeit anders aussieht.

Männer haben doch aber ähnliche Probleme, oder?

Wir leben nach wie vor in einer geschlechtergerechten Gesellschaft, und Frauen stehen am unteren Ende. Männer müssen für andere Dinge kämpfen, müssen ständig ihre Männlichkeit beweisen. Die haben es auch schwer, natürlich, man muss den Blick auf beide richten. In den Neunzigern fing es mit der Metrosexualität an. Beautyprodukte für Männer gelten seitdem nicht mehr als „schwul“. Das hat mit Markterschließung zu tun. Männer wurden auch als Zielgruppe entdeckt.

Sie schreiben auch über negative Rollenvorbilder, etwa Heilige oder Hexen. Gibt es denn auch positive Vorbilder?

Ja, Nachbarinnen, Freundinnen, Mütter. Von ihnen können wir etwas lernen. Dann können wir uns wieder mehr auf Gemeinschaft besinnen, weniger darauf, in richtig und falsch einzuteilen, in schön und nicht schön.

Die Fragen stellte Johanna Dürrholz.

Also dass Frauen über 30 auch einen Sexualtrieb haben? Dass Frauen überhaupt einen Sexualtrieb haben! Darüber wird erst seit den Siebzigern diskutiert, wie über die Tatsache, dass Frauen auch einen Orgasmus haben. Und eben, dass Mütter ein Sexualleben haben. Sexualität ist heute stark mit Jugend verknüpft. Und die Mutter als Heilige, die nichts mit Sexualität zu tun hat, ist kulturell und religionsgeschichtlich ebenfalls verankert.

Ist diese Anerkennung des Sexualtriebs nicht ein Fortschritt?

Ja. Aber die Frage ist, welche Interessen dahinterstehen. In diesem Fall sind es wirtschaftliche. Das kann man vermarkten, das ist eine Zielgruppe, mit der man Geld verdienen kann. Indem man ihr nämlich noch mehr Unwohlsein mit dem eigenen Körper einredet.

Warum das Gefühl, dass wir immer attraktiv sein müssen?

Wir leben in einer visuell orientierten Gesellschaft, und wir zeigen uns ständig, etwa in den sozialen Medien. Nach dem ersten Kind kann es ein Schock sein, wie sehr

PRÊT-À-PARLER



Koch und Designer: Sergio Herman sitzt auf Ink, dem Stuhl, auf dem man auch ein Menü mit vielen Gängen durchhält.

DREI-STERNE-STUHL

Was macht ein Koch, wenn er nicht den richtigen Stuhl für sein Restaurant findet? Er entwirft ihn einfach selbst. Dasselbe gilt fürs Geschirr, für Besteck und Gläser, selbst für Kasserolle und Schneidbrett, die dieser Koch allesamt für das belgische Unternehmen Serax gestaltet hat.

Nun ist Sergio Herman nicht irgendein Koch. Er war der beste Koch seines Landes. Sein Restaurant „Oud Sluis“ in Sluis in den Niederlanden zählte sogar lange zu den 50 besten der Welt. Herman, Jahrgang 1970, erkoche sich im „Oud Sluis“ drei Michelin-Sterne. 2013 aber schloss er den Betrieb, den er von seinen Eltern übernommen hatte, weil er ihm, wie manche sagen, zu klein wurde. Andere meinen, Herman habe sich neu erfinden wollen.

„Ich habe einfach mehr Interessen als nur das Kochen“, sagt Herman, wenn man ihn fragt. „Und doch bin ich noch immer vor allem Koch.“ Und er ist Restaurant-Besitzer. Vier Restaurants hat er inzwischen: in Antwerpen „The Jane“ und im niederländischen Küstenort Cadzand-Bad „Pure C“, „AlRepublic“ und „Blueness Bar“. Die vier haben zusammen schon wieder vier Sterne.

Weil seine Gäste das meist mehrgängige Vergnügen haben, stundenlang bei ihm sitzen zu dürfen, müssen die Stühle besonders bequem sein. „Ich habe aber keinen Stuhl gefunden, auf dem ich gerne drei Stunden sitzen möchte“, sagt Herman. So machte er sich selbst an die Arbeit und entwarf zusammen mit dem belgischen Hersteller Wildspirit einen schlichten Stuhl aus Holz, den es auch überzogen mit einer feinen Schicht Beton gibt. Der Stuhl heißt übrigens Ink, weil Herman ihm seinen Stempel aufgedrückt hat, heißt es offiziell. Aber auch, wie der Achtundvierzigjährige sagt, weil er Tätowierungen liebt. (pps.)



MIT ANDEREN AUGEN

So sieht man Picasso mit neuen Augen – man könnte fast Stielaugen bekommen. Die Ausstellung „Picasso: The Sculpture“ in der Galleria Borghese (bis 3. Februar) stellt die Skulpturen des Künstlers den steinernen Bewohnern der Kunstsammlung gegenüber. Auch diese Ausstellung wird vom römischen Modehaus Fendi gefördert. Dolce & Gabbana hilft der Scala, Tod's dem Kolosseum – der italienische Staat, der unter seinen Altertümern ächzt, ist angewiesen auf solche Unterstützung, Fendi hat auch die Renovierung des Trevi-Brunnens unterstützt und seine Zentrale gleich mal in den Palazzo della Civiltà Italiana verlegt, den faschistischen Quaderbau, den man nun auch ganz anders sieht. Römischer geht's nicht. (F.A.Z.)

FOTOS: PRIVAT/GETTY

Seit über 240 Jahren
betten wir deine Füße.
Jetzt bist du dran.



Erfahren Sie mehr über unsere Betten, Matratzen und Lattenroste unter birkenstock.com

BIRKENSTOCK®

Tradition since 1774.



In seinem Atelier: Der Designer und Konzeptkünstler Peter Zicka musste wegen eines Kunstwerks vor Gericht.

Fotos Frank Röh

PETER ZICKA KÄMPFT FÜR DIE KUNST

Peter Zicka mag Widersprüche. Er hat Sturmgewehre zu Plastiken verarbeitet, eine hängt an der Wand in seinem schicken Atelier in Frankfurt-Bockenheim. Er hat Wandteller mit Atompilzen bemalt. Und er hat ein Kunstwerk geschaffen, das aussieht wie ein Schlagring.

Innerlich müsste er aufgewühlt sein, aber Peter Zicka trinkt ruhig einen Cappuccino. Am Vortag ist er verurteilt worden. Das Amtsgericht Frankfurt verurteilte den Sieben- und fünfzigjährigen wegen unerlaubten Waffenbesitzes und wegen des Führens einer Waffe. Die Strafe wurde zur Bewährung ausgesetzt; 1000 Euro muss er als Bewährungsaufgabe allerdings an das Museum Angewandte Kunst in Frankfurt zahlen, falls er nicht in Berufung geht. Ein Witz. Dieses Museum stellt nämlich das Objekt aus, das nach Ansicht des Gerichts eine Waffe ist.

Aber der Reihe nach. Das mit den Waffen war schon immer ein Ding. Als kleiner Junge erlebte er die Diskussionen am Küchentisch in der Wohnung am Industriehof im Frankfurter Westen. Sein Vater arbeitete beim Bundesamt für Wirtschaft und Ausfuhrkontrolle in Eschborn, seine Unterschrift konnte relevant sein für Ausfuhrgenehmigungen von Waffen. Der kleine Peter wusste früh, was Heckler & Koch herstellte und was ein G3 ist. „Ich habe noch vor der Musterung den Wehrdienst verweigert.“

Das Thema zog sich durch. Zicka beachert es im Spiel mit Antagonisten, er bringt Dinge zusammen, die scheinbar nicht zusammengehören. Die Fotos von Landminen auf Kunstharzplatten fügte er zu einer riesigen Bodeninstallation zusammen, die fast wie eine Blumenwiese aussieht. Die Vereinten Nationen in New York stellten das Werk aus, das Auswärtige Amt in Berlin auch. Er montierte eine mobile Krippe mit Plastikfigürchen in eine Schachtel, auf der „iPray“ steht; ihre Funktionsbeschreibung auf der

Rückseite führt die gottgleiche Selbstdarstellung von Konzernen wie Apple ad absurdum. Und er hat aus Stahl ein kleines Objekt mit vier Löchern gefräst, durch die man seine Finger stecken kann.

Sein Atelier liegt in einer ehemaligen Autowerkstatt, die abgerissen werden sollte. Zicka kam vorbei, kletterte über den Zaun, war begeistert. Er kaufte das Gebäude mit Freunden und renovierte es. Heute ist es schön hier, mit großen Fenstern und weiten Fluren. Die Herbstsonne glitzert auf einem kleinen goldenen Objekt. Die Diskussion über Kunstfreiheit und das Waffengesetz dreht sich um diesen vergoldeten Schlagring, der mit einem Zimtstern-Ausstecher statt einer Schlagleiste versehen ist.

„Schlagende Verbindung“ heißt das Kunstwerk. Eigentlich geht es gar nicht um diesen Schlagring auf der weißen Stele, sondern um dessen Bruder. Der liegt, eingeschlagen in rotes Papier und versehen mit einem Schildchen, in der Asservatenkammer der Frankfurter Polizei.

Im Frühling war Zicka zu einer Vortragsreise nach Indien eingeladen worden. Er sollte ein paar seiner Objekte mitbringen, auch die „Schlagende Verbindung“, von der es etwa 50 Ausführungen gibt. Als er in Mumbai aus dem Flieger stieg, klappte in seinem Koffer ein Loch. Statt des Kunstwerks lag ein Zettel vom Zoll drinnen. Die „Schlagende Verbindung“ war beschlagnahmt worden. Bei seiner Heimkehr erwartete Zicka ein Strafbefehl.



Er zog vor Gericht. Der Richter entschied, dass es sich bei dem Objekt zwar um Kunst handle. Aber es falle trotzdem unter die Beschreibung eines Schlagrings: Es hat vier Löcher, eine Schlagleiste, ein Widerlager, also eine Kante, auf der sich der Handballen abstützen kann. Da spielte es keine Rolle, dass es keine Spitzen hat und die Löcher nicht ergonomisch sind, und dass da ja auch noch ein Zimtstern-Ausstecher vorne drauf ist.

Die Idee hinter dem goldenen Ding: „Es zeigt die hele Welt, die abgekoppelt funktioniert, in die man sich zurückzieht und Plätzchen backt – und auf der anderen Seite unsere Gesellschaft, die mit Waffenexporten Gewalt in andere Gesellschaften bringt, während hier alles schick ist.“ Auf dem Schild, das an dem Objekt hängt, steht noch etwas von der Irritation, die es hervorrufen sollte bei der „Zuckerbäckerfront, die selbstverliebt an Weihnachten alles mit einem süßlichen Guss der Glückseligkeit glasiert“. Scheint, als hätte der Zoll das nicht verstanden.

Zicka lehnt sich zurück und streicht über seinen Bart. „Im Sinne der Freiheit der Kunst überzeugt mich das Urteil nicht“, sagt er. „Aber ich kann der Argumentation des Richters folgen, und er hat ja auch anerkannt, dass es ein Kunstwerk ist.“ Etwas Unbehagen bereitet ihm das Urteil aber schon. „Ich habe das Gefühl, dass es da eine Tendenz gibt, Kunst wieder nur als staatstragende Illustration zu sehen und nicht als kantige Hinterfragung.“ Das fände er schlecht. Zicka spricht ruhig, wenn er von dem Prozess erzählt. Aber er findet das Urteil hart. Und den Medienrummel hat er nicht beabsichtigt.

Zicka ist ein „Frankfurter Bub“, in Frankfurt geboren und aufgewachsen. Er studierte in Offenbach Grafikdesign und am Städel bei Bruce McLean, einem britischen Performancekünstler. Seine Mutter Walburga Zicka war CDU-Kommunalpolitikerin, inzwischen ist sogar eine Straße nach ihr benannt. Peter Zicka ist freier Kurator im Frankfurter Museum Angewandte Kunst, und er pendelt zwischen zwei Welten, dem Atelier in Frankfurt und einem weiteren Atelier in Berlin. Auch seine Familie lebt in beiden Städten. Das neue Buch „Peter Zicka: Egokollektiv“ stellt daher auch viele seiner Künstlerfreunde aus Berlin vor. Und wieder ist es ein Widerspruch: das Ich und das Kollektiv. „Es soll auch einen Diskurs anregen, Dinge kontextualisieren, die nicht zusammengehören.“

Auch wenn er sich mit Widersprüchen beschäftigt – Zicka scheint in sich zu ruhen. Darum wägt er ab, wie er auf das Urteil zu seinem Zimtstern-Schlagring reagieren soll. „Ich muss mich fragen, was es zu erreichen gilt.“ Dass der Staat seine Gesetze schützen muss, versteht er. Aber die Kunstfreiheit, die ist ihm auch wichtig, außerdem wäre sein Werk nie als Waffe zu gebrauchen. „Da muss man sich auch fragen, wo man hinkommt“, sagt er nachdenklich. „Alles kann schließlich zur Waffe werden.“

Es war ihm immer wichtig, akkurat zu arbeiten. Für ein Projekt hat er 300 Waffen aus Burundi importiert, echte Waffen, mit denen sich Hutu und Tutsi vorher bekriegt hatten. Unter Aufsicht der Vereinten Nationen hat er sie demilitarisiert und in seinen Kunstwerken so arrangiert, als würden sich die Läufe der Waffen küssen. Gut möglich, dass er bald auch seine „Schlagende Verbindung“ demilitarisieren muss. *Theresa Weif*

Moderne Opulenz



H A N D W E R K S K U N S T



MEISSEN

PRÊT-À-PARLER



KNAPP VORBEI IST AUCH DANEBEN

Beim Anblick der Büste des Fußballstars Cristiano Ronaldo im März vergangenen Jahres dachte man: Schlimmer geht's echt nicht mehr. Ging aber doch.

Geschafft hat es Mai Abdel Allah. Die ägyptische Künstlerin hat eine Bronzeplastik ihres populären Landsmanns Mohamed Salah entworfen, die Anfang November in einem Jugendzentrum in Scharm al Scheich auf der Sinai-Halbinsel vorgestellt wurde – und die den bronzenen Ronaldo mit den Knopfaugen, dem schiefen Grinsen und dem Baumstamm-Hals (links) noch unterbietet.

Die Figur des ägyptischen Fußballidols vom FC Liverpool (rechts) wirkt vor allem dadurch merkwürdig, dass ihr

kindlicher Körperbau in krassem Missverhältnis steht zum riesigen Kopf und der noch viel größeren Haarmähne. Die Statue ließ Beobachter denn auch weniger an Mohamed Salah denken als an Musik- und Haar-Größen wie Leo Sayer oder Art Garfunkel. Als die BBC mit Bildern der Bronzeplastik durch Liverpool zog und Einwohner fragte, wer der Mann sein könnte, stieß sie auf zahlreiche verwirrte, überforderte, ratlose Menschen.

Immerhin steht der Bronze-Salah in einer langen Tradition missratener Fußballer-Denkmalen. Zu ihr gehört auch der argentinische Superstar Diego Armando Maradona. Dessen Abbild in der indischen Stadt Kalkutta (Mitte) weckte nach

der Enthüllung im Dezember 2017 wegen des toupetartigen Haarschopfs bei vielen Fans liebgewordene Erinnerungen an die eigene Großmutter – nicht aber an Maradona. Der mäßig Getroffene selbst zeigte sich darüber nur mäßig betroffen.

Vielleicht wäre Mohamed Salah am besten gedient, wenn ihm geschähe, was ihm im Fußball höchst ungerade widerfährt: die Auswechslung. Die hat sich schon im Fall Cristiano Ronaldo bewährt: Im Juni wurde am Flughafen in Funchal auf Madeira der verunglückte alte Ronaldo-Freak des Künstlers Emanuel Santos durch einen heldenhaften neuen Ronaldo-Beau ersetzt.

Mai Abdel Allah verstand die heftige Kritik an ihrem Werk durchaus. In der Gips-Version, sagte die Künstlerin der Zeitung „Al Ahram“, habe die Figur noch ganz anders gewirkt. Das Gießen in Bronze aber hätten dann spezielle Hersteller in Ägypten übernommen. Es wurde ein echter Gute-Nacht-Guss. (nle.)

PRÊT-À-PARLER

MARIE VON DEN BENKEN, DIE KÖNIGIN DER KALAUER, TEILT AUS

„Jetzt ist aber auch mal gut mit Wortwitzen über Menschen aus anderen Ländern!“ – „Inder Tat!“ – „Aufhören!“ – „Kümmern Sie sich um Iren Scheiß!“ – „Lassen Sie das!“ – „Nur sehr Ungarn.“ – „Es reicht! Ich gehe zur Witzpolizei!“ – „Dänen ist das egal!“ – „Raus hier!“ – „Sagen Sie erst Brit!“

Das Lieblingsspiel der AfD? Fear Gewinnt.

Blumen bei Fleurop bestellt. Mail bekommen: „Ihre Bestellung ist bei uns eingegangen.“ Müsst Ihr die mal besser gießen!

Gibt es schon Statistiken darüber, wie viele Jahre Lebenszeit diese Profi-Flugpassagiere sparen, die sich direkt nach der Landung abschnallen und dann 20 Minuten gebückt in totaler Einengung mit 50 anderen Experten im Gang stehen, bis die Türen der Maschine geöffnet werden?

Ex – Der Duft, der Frauen provoziert.

Jan Ullrich. Was für eine Tragödie: Doping. Karriere verpfuscht. Scheidungen. Alkohol. Drogen. Und dann noch Til Schweiger als Nachbarn.

Wenn alle Porsche Cayenne aus dem Verkehr gezogen werden, können die aus den Parkplätzen vor Bio-Supermärkten ja endlich Spielplätze machen.

„Und, stehen Deine Eltern auf exotische Früchte?“ – „Mama nicht so, aber Papaya.“

Deutschland. Man regt sich auf, was alles falsch läuft in der Welt. Und dann kauft man fünf Koteletts im Discounter für 1,90 Euro und geht grillen.

„Wortspiele mit Politikern sind out!“ – „Das Merkel ich mir!“ – „Das kannst Du dir Spahn!“ – „Boah, der Gag ist so Altmaier!“ – „So oder Söder, das Maas ist voll!“ – „Kann ich mir ein besseres Wortspiel von der Leyen?“ – „Nein, ich verkaufe nur, Dobrindt ich eiskalt!“ – „Genug! Laschet bitte!“

Der Konsum von zu viel Zucker führt mittlerweile zu fast 200.000 Toten pro Jahr. Tod durch zu viel Zucker. Oder wie die Ernährungsindustrie sagt: Cola-Teralschaden.

Egal wie jung Du bist, die 12 Apostel waren Jünger.

DIE SCHÖNSTEN GESCHENKE SIND HANDSIGNIERT
HANDSIGNIERTE, LIMITIERTE KUNST ONLINE UND IN 37 GALERIEN WELTWEIT.



Dead

SANDRA RAUCH NEW YORKER | Auflage 150, handsigniert | 60 x 75 cm | Fotoabzug unter Acrylglas | Art.-Nr.: SRAG3 | ab 499 €





Er will weder ein japanischer, noch ein deutscher Koch sein, sondern einfach nur Koch: Tohru Nakamura in seinem Restaurant.

SCHULE DES LEBENS

Tohru Nakamura wuchs in zwei Kulturen auf. Seine Art zu kochen vereint Japanisches und Deutsches auf einzigartige Weise.

Von Jakob Strobel y Serra, Fotos Jana Mai

Diplomat sollte er werden, am besten Botschafter, das wünschte sich der Vater für den Sohn. Denn der Bub wuchs in zwei Kulturen auf, er schwamm in diesen beiden so munter wie ein Fisch im Pazifischen und Atlantischen Ozean, wäre also der ideale transkontinentale Brückenbauer. Um ihm den auswärtigen Dienst endgültig schmackhaft zu machen, organisierte der Vater einen Familienausflug nach Kopenhagen, wo ein alter Schulkamerad Botschafter seines Landes war. Ein großes Essen wurde in der Residenz des Gesandten gegeben, alles schien nach Plan zu laufen, doch der Sohn interessierte sich nicht für die Feinheiten der Weltpolitik, sondern nur für die Feinheiten des Essens. Er freundete sich spontan mit dem Koch seiner Exzellenz an und bereitete gemeinsam mit ihm am nächsten Morgen ein traditionelles japanisches Frühstück für die ganze Gesellschaft zu. So endete die verheißungsvolle Diplomatenkarriere des jungen Tohru Nakamura abrupt und endgültig im zarten Alter von nur 14 Jahren.

Zwei Jahrzehnte später sitzt Nakamura in seinem Restaurant, das an einer stillen Straße Schwabings liegt und wie ein altbayerisches Wirtshaus aussieht, mit schweren Holzbänken, eisernen Kronleuchtern und düsteren Bleiglasfenstern. Doch der erste Eindruck vom Wirt, der nichts geworden ist außer Wirt und vielleicht doch besser die Diplomatenlaufbahn eingeschlagen hätte, täuscht.

Denn Nakamura hat in den vergangenen fünf Jahren aus seinem „Werneckhof“ ein Epizentrum der deutschen Spitzenküche und eines der erstaunlichsten Lokale der Republik gemacht, dekoriert mit zwei Michelin-Sternen und 18 Gault-Millau-Punkten – und nur deswegen äußerlich unverändert, weil es der Hausbesitzerin, einer alten Dame, das Herz bräche, triebe man dem Lokal seinen Wirtshaus-Charme aus.

Auf den Tellern aber liegen keine Schweinshaxen mehr, sondern westöstliche Brückenschläge wie ein wolkenzarter Zander aus der Müritz, der confiert, gegrillt und mit dem japanischen Bergpfeffer Sansho gewürzt ist, sich mit einem opulenten Hofstaat aus Tofu-Gel, Lauchröllchen, Löwenzahn, Zuckerschoten und Hyazinthenblüten umgibt und von zwei interkontinentalen Saucen begleitet wird, die wie



Rumtopf Früchte mit Johannisbeerholz, Tahiti Vanille und Baba mit Crème Chantilly



Jakobsmuschel mit Karotte, Kombu und Vogelbeere



Savarin mit Dörrobst, Apfel und Ingwer

Yin und Yang angegossen sind: einer klassischen Beurre blanc, die mit dem japanischen Sojabohnenmehl Kinako aromatisiert ist, und einer Vinaigrette aus Reissig, Seetang und der indischen Gewürzmischung Panch Phoron, die nach Bockshornklee duftet.

Solche kulinarischen Weltenwanderungen kann man wahrscheinlich nur dann so virtuos vollführen, wenn man eine Biografie wie Tohru Nakamura hat. Er wurde 1983 in München geboren, wuchs im ruhigen Vorort Baldham auf und wurde trotzdem nicht zum Oberbayern, weil seine Mutter aus dem Schwäbischen und sein Vater aus Tokio stammen. Die Eltern, die sich beim Studium der Kybernetik in Stuttgart kennengelernt hatten, taten alles, um ihren einzigen Sohn in beiden Kulturkreisen zu verankern. Mittags kochte die Mutter deutsche Hausmannskost, abends japanisch, während der Vater mit dem Sohn japanische Vokabeln paukte und ihn an jedem Samstag zum Extra-Unterricht in die Japanische Schule am Gärtnerplatz schickte. Die Erziehung war strikt zweisprachig, zweimal im Jahr ging es zur Familie nach Tokio, zu Hause zog man sich wie in Fernost die Schuhe aus und feierte neben den christlichen auch die shintoistischen Feste.

So wuchs der Sohn idealtypisch in zwei Welten auf, musste nie Anfeindungen erleben, höchstens mal eine blöde Bemerkung erdulden, wenn er beim Klassenausflug die Bento-Box statt der Butterbrezn auspackte. Er hat das Glück, heute sagen zu können, dass er sich in Deutschland als Deutscher und in Japan als Japaner fühle.

Das zweite große Glück des jungen Tohru Nakamura war die Leidenschaft seiner Eltern für gutes Essen. Beide kochten für ihr Leben gern und haben ihren Sohn schon als Halbwüchsigen mit in Sternerestaurants genommen. Und wehe, dem kleinen Tohru wurde der Hummer verwehrt, weil man ihn für zu jung hielt, um das vornehme Krustentier in seiner ganzen Aromenpracht schätzen zu können. Dann ließ der Bub keine Ruhe, bis auch er die Scheren knacken durfte. Mit 15 Jahren absolvierte er ein Praktikum bei der luxemburgischen Sterneköchin Léa Linster, hatte nun nicht mehr die geringsten Zweifel an seiner Berufswahl und schrieb, da es ihm schon damals nicht an Selbstbewusstsein mangelte, nach Abitur und Bundeswehr Bewerbungsbriege an die beiden höchsten Götter im kuli-

narischen Olymp Deutschlands. Doch Harald Wohlfahrt und Dieter Müller boten dem forschenden Jungspund nur Lehrstellen in ihren Zweitlokalen an, sodass sich Nakamura für das Gourmetrestaurant des Luxushotels Königshof entschied, der Perle im Reich der Münchner Hotelier- und Gastronomenfamilie Geisel.

Dort wurde Martin Fauster sein Lehrmeister und Förderer, und schon dort zeigte Nakamura brennenden Ehrgeiz, unbändigen Willen, überragendes Talent. An freien Tagen ging er freiwillig in Küche und Schule zum Pauken und Experimentieren, er las jedes Kochbuch, das ihm in die Hände fiel, übernahm in Fausters Küche mehr Verantwortung als jeder andere Lehrling und hatte nur ein einziges Mal Zweifel an seiner Berufswahl, als er ganz zu Beginn der Lehre tagelang Preiselbeeren von den Stielen zupfen musste, während seine Schulkameraden durch die Welt reisten oder schon in Hörsälen saßen.

„Die hielten mich alle für halbverrückt, Köche waren damals ja noch keine Popstars“, sagt Nakamura, der dann aber schnell das Beste aus seinem Entschluss machte: Er gewann erst den Münchner Wettbewerb für den besten Jungkoch, dann den bayerischen, dann den deutschen, und spätestens in diesem Moment war auch Martin Fauster klar, dass er seinen Muster-Meisterschüler zu einem ganz Großen der Zunft schicken musste.

Es wurde der Drei-Sterne-Koch Joachim Wissler aus Bergisch Gladbach. „Ich lernte einen Satz auswendig, mit dem ich mich Wissler vorstellen wollte, brachte dann aber kein Wort heraus, als ich dieser Gottheit gegenüber stand“, sagt Nakamura, dem das Herz in die Hose rutschte, als er im „Vendôme“ anging. Er solle sich keine Sorgen machen, hatte ihm Martin Fauster mit auf den Weg gegeben, bestimmt müsse er erst einmal nur im Keller Kartoffeln schälen. „Aber Joachim Wissler dachte sich wohl: Der ist Japaner, der kann Fische filetieren, also stand ich plötzlich auf dem Posten des Poissonniers.“

Es schadete Nakamura nicht, ins kalte Wasser geworfen zu werden. Er bewährte sich, ging nach knapp zweieinhalb Jahren zu Sergio Herman nach Sluis in Zeeland, zum besten und berühmtesten Koch der Niederlande, brachte es dort bis zum Sous Chef, schufte sechs Tage pro Woche von halb acht in der Früh bis halb drei in der Nacht, hielt diese Tortur auch dank seiner strengen Erziehung inklusive samstäglichem Zwangsunterricht drei Jahre lang durch und war danach reif für die Rückkehr nach Hause.

Die drei Geisel-Brüder hatten ihren Meisterschüler nicht vergessen und trugen ihm den „Werneckhof“ an. So wurde Tohru Nakamura mit nicht mal 30 Jahren Küchenchef eines Lokals, das man auf den ersten Blick niemals für ein Zwei-Sterne-Restaurant halten würde – was wiederum den Vorteil hat, dass es hier keine Schwellenangst gibt. Bei Nakamura hocken sie alle, die Jungen und die Alten, die Schickeria und die Lederhosenträger, die Schwabinger Kiezler, die nur für zwei Gänge vorbeischaun, und die interkontinentalen Gourmet-Reisenden, die nicht unter dem großen Degustationsmenü nach Hause gehen und dabei wahrscheinlich keinen Grund finden werden, dem Motto des Hauses zu widersprechen: „De gustibus non disputandum“ steht in altertümlicher Schnörkelschrift über dem Windfang des „Werneckhofs“ – und über welchen Geschmack sollte man auch streiten wollen, wenn man ein Kalbsbries vorgesetzt bekommt, das in Dashi pochert, im Green Egg sekundenschnell gegrillt, in Kalbsfond gar gezogen, mit gerösteter Sojasauce aromatisiert wurde und damit die japanische Küche und die klassische Haute Cuisine so meisterhaft verschmilzt, als seien sie schon immer Zwillingsgeschwister gewesen. Und wenn man dazu Koshihikari-Reis als herrlich körniges statt klebriges Risotto, Hokkaido-Kürbis als Kugel, Püree, Creme und Röllchen, gewürfelten Kalbskopf, frittierte Kalbszunge, süßsaure Hassaku-Apfelsine und als Krönung eine Sauce aus geklärtem Kalbsfond bekommt, die mit Kürbiskernöl marmoriert wird, ist ohnehin Schluss mit allen Diskussionen.

Solche Gerichte, die in ihrem Komponentenreichtum an bayerischen Barock, in der Klarheit ihrer Aromensprache aber an den architektonischen Minimalismus eines Hiroshi Sugimoto erinnern, kreierte man nicht, wenn man es in der Küche eher ruhig angehen lässt. Das hat Tohru Nakamura noch nie gekonnt, dessen Ehrgeiz seit seiner Lehre ungebrochen ist, auch wenn er ihn fast sein Lebensglück gekostet hätte. Das Schicksal nämlich wollte es, dass er im Königshof seine spätere Frau kennenlernen sollte, eine Köchin wie er, und es stellte die beiden gleich vor eine schwere Prüfung: „Ich habe sie mit meinem Perfektionismus und Ordnungsfanatismus so sehr zur Ver-

SCHULE DES LEBENS

zweiflung gebracht, dass sie meinetwegen fast die Ausbildung abgebrochen hätte“, sagt Nakamura, der sich selbst eine Zwangsneurose attestiert und es nicht erträgt, wenn das trockene und das nasse Wischtuch nicht im Neunzig-Grad-Winkel links und rechts neben dem Schneidebrett liegen. Ein Nakamura-Familienbetrieb ist deshalb ausgeschlossen, und es verwundert nicht, dass er mit seiner Frau erst dann zusammenkam, als sie nicht mehr in derselben Küche arbeiteten. Jetzt haben die beiden zwei kleine Kinder, für die der Vater an seinen freien Tagen begeistert kocht, weil er selbst seine Freizeit mit nichts anderem lieber verbringt als mit der Essenszubereitung, seiner größten denkbaren Entspannung.

Entspannt kann die Stimmung auch in der kleinen Küche des „Werneckhofs“ sein, die ihr früheres Wirtshausdasein nicht verleugnet und deswegen von der Brigade ebenso viel Disziplin wie Organisation verlangt. Gaudi ist allerdings nur während der Mise en Place. Da sei er noch ein Mannschaftsspieler und genieße die kumpelhafte Atmosphäre, sagt Nakamura. In der heißen Phase ändere sich alles, dann müsse jeder auf Zack sein, dann gebe nur einer die Kommandos. „Ein bisschen bin ich wie Dr. Jekyll und Mr. Hyde“, sagt der Küchenchef, der seine Berufsbezeichnung sehr ernst nehmen kann, aber auch zugibt, dass er bis heute an jedem Abend Lampenfieber hat und ohne diese Anspannung gar nicht kochen will. „Ich glaube, eine Portion gesunde Unzufriedenheit ist für meinen Job nötig, sonst drohen Stillstand und Sattheit.“ Doch die Gefahr, zum Getriebenen zu werden auf der Jagd nach Sternenruhm, ist Nakamura spätestens seit der Geburt seiner Kinder bewusst denn je. Und die Kleinen sind vermutlich der beste Schutzschild dafür, dass der dritte Stern für ihn Ambition bleibt und nicht zur Obsession wird.

Um seine eigene Zukunft muss sich Nakamura bei seinem Talent und seiner Leidenschaft keine Gedanken machen, und um die Zukunft der deutschen Spitzgastronomie sorgt er sich erst recht nicht. „Wir stehen ganz am Anfang unserer Entwicklung zur kulinarischen Kulturturnation. Unser Escoffier, unser Brillat-Savarin ist Eckart Witzigmann, der vor keinen 50 Jahren ein paar Kilometer von hier entfernt im ‚Tantris‘ mit dem deutschen Küchenwunder angefangen hat.“ Jetzt gebe es in Deutschland etwa 300 Sternerestaurants, so viele großartige Köche wie noch nie und eine öffentliche Aufmerksamkeit für gutes Essen.



„Der ist Japaner, der kann Fische filetieren“, dachte sein erster Chef. Und so wurde der Anfänger Poissonnier.

die noch vor zehn Jahren undenkbar war. Und dennoch hinkt Nakamuras kulinarische Heimat mütterlicherseits der väterlichen noch immer so weit hinterher, dass diese Lücke wohl niemals geschlossen werden kann.

„Am meisten schätze ich an der japanischen Küche die Wertschätzung, die ihr so gut wie alle Japaner entgegenbringen“, sagt Nakamura. Köche seien in Japan Meister, Nahrungsmittel Heiligtümer, Restaurants Freudentempel, in denen es eine lebhaft Kommunikation zwischen Koch und Gast über den Tresen hinweg gebe. Die Gäste fragen die Köche aus, wollen jedes Detail über ihr Essen wissen, nehmen am Prozess des Kochens als Schauende mit und Wissende teil. Die Köche wiederum bereiten das Essen mit bloßen Händen vor den Augen der Gäste zu, portionieren beim Sushi den Reis subtil je nach Statur, Laune oder Appetit ihres Gegenübers und schaffen so eine Nähe, die in Europa undenkbar wäre. „Wenn der Sushi-Meister ein Nigiri formt und dem Gast hinlegt, dann muss es in dieser Sekunde gegessen werden, weil es nur in dieser Sekunde perfekt ist, in der Form, der Temperatur, der Frische. Das ist ein Moment der Magie“, sagt Nakamura, der manchmal auch lieber hinter dem Tresen kochen als im Küchenkabuff vor sich hin werkeln würde.

Bei uns mögen Köche inzwischen Popstars sein, in Japan aber sind sie höchste Respektspersonen – allein schon deshalb, weil sie ihrerseits den Produkten höchsten Respekt entgegenbringen und sich viel intensiver mit ihnen beschäftigen als ihre europäischen Kollegen. „Und sie haben viel mehr Demut vor ihnen als wir. Sushi-Köche waschen in den ersten zehn Jahren nur Reis und servieren Tee, weil sie sich noch nicht bereit fühlen, einen Fisch perfekt zu filetieren“, sagt Nakamura, der einen weiten Bogen um die japanische Allerweltsküche in Deutschland macht, allen voran um die Sushi-Schnellrestaurants. „Da gibt es Avocado, Mayonnaise und Fliegenfischkaviar. Das ist nicht Japan, das ist kein Sushi, das ist Reis mit Fisch.“

Den perfekten Reis à la Tohru Nakamura macht man übrigens so: Man wäscht ihn in einer Schüssel mit wenig kaltem Wasser, wobei man die Hand wie einen Schneebesen benutzt. Danach füllt man die Schüssel mit Wasser auf, schüttet es ab und wiederholt die Prozedur mindestens vier, fünf Mal, bis das Wasser klar wird. Dadurch wird der Reis poliert und seine Stärke reduziert, er klebt, bleibt aber körnig. „Sosogu“ heißt diese Reinigung, die für jede japanische Hausfrau eine heilige Handlung ist. Dann wird der Reis mit minimal mehr als derselben Menge Wasser in einem gusseisernen Topf einmal aufgekocht und auf niedrigster Stufe gegart. Er wird nie gesalzen, und im Moment des Aufkochens wird der Deckel einmal kurz angehoben, damit der erste Dampf entweicht.

Spätestens jetzt, da Nakamura davon erzählt, wie er Reis nach allen Regeln des „Sosogu“ reinigt, und aller- spätestens in dem Moment, in dem die Desserts auf dem Tisch stehen, versteht man diese Küche: Japanische Zitrusfrüchte serviert er mit Baiser-Drops, Gewürz-Tagetes und Kokos als Creme, Panna cotta und Flocken auf einem Ast aus Schokolade; die Fragolino-Trauben kommen mit Pekannuss und grünem Tee als Sorbet, Creme und Krokant auf den Tisch. Jetzt endlich begreift man, dass Nakamura eben keine Fusionsküche im Sinn hat, kein Crossover, keine Anreicherung der Haute Cuisine um exotische Elemente aus Fernost. Er integriert nicht japanische Ingredienzen in traditionelle europäische Gerichte, interpretiert nicht japanische Gerichte auf klassische französische Art, versucht keine Verschmelzung des Fremden mit dem Vertrauten, behandelt Yuzu oder Sansho nicht wie fremdländische Aromengäste auf dem Teller.

Er macht etwas ganz anderes, wenn er sein Dashi mit Butter und Creme fraîche statt Bonito-Flocken und Seetang abschmeckt oder seine Sauce riche mit Sake und Mirin statt Cognac und Portwein: Er kocht seine Biografie nach, in der Sauerkraut oder Entenstopfleber so selbstverständlich sind wie Sojasauce oder Kombu-Öl. Er muss sich nicht erst mit dem Fremden vertraut machen, sondern kann aus zwei Welten schöpfen, die beide seine sind.

„Ich fühle mich weder als japanischer noch als deutscher Koch. Es hört sich für mich seltsam an, wenn ich im Ausland als ‚German Chef‘ vorgestellt werde. Geht nicht einfach nur Koch?“ So einfach können wir es uns und ihm nicht machen. Doch die Suche nach einem Etikett für seinen Stil stößt schnell an ihre Grenzen, weil niemand sonst zwischen München und Tokio so kocht wie er. Also bleibt für seine Küche nur ein Etikett, das niemanden vor den Kopf stößt: Bei Nakamura isst man Nakamura. Das ist doch eine schöne diplomatische Lösung. ◀



Als Streitthema unter Menschen, die sich eine Wohnung teilen, könnte die offene Zahnpasta-Tube im 21. Jahrhundert vom Ladekabel abgelöst werden. Mit einem Initial (Design Letters) weiß jeder, welches wem gehört.



Wer will, kann sich von Mademoiselle Camille ein gigantisches Oktopus-Bild an die Wand setzen lassen. Aber manchmal schafft auch ein kleineres Kissen die richtige Stimmung.

Neugierigen Menschen kommt das Berliner Label HundHund mit dem Online-Shop entgegen. Wo, wie und woraus die Kleidung für Mensch – und Tier – gefertigt wurde, das erklärt sie dort für jedes einzelne Stück.



VEGETARIER UNTER UNS

Die Leute von Caterwings, die sich um Speis und Trank bei Veranstaltungen kümmern, haben oft mit Ernährungsbesonderheiten zu tun und deshalb jetzt ermittelt, wer wie isst: Den höchsten Vegetarier-Anteil hierzulande hat demnach NRW mit 20,9 Prozent, gefolgt von, man staune, Bayern mit 17 Prozent. Die wenigsten leben demnach in Bremen – 0,6 Prozent.



Heute in einem Monat wird man sich vor Instagram-Christbaum-Fotos der Kardashians und Jenners mal wieder nicht retten können. Dieser Baum (Balsam Hill) ist zwar fake, aber dass sich das gut macht, hat man ja schon von amerikanischen Promi-Familien gelernt.

FOTOS: BRIGIT KLEMT, HEISLER (8)



Für ein Strumpfunternehmen wie Corrymoor Socks sind die Angoraziegen auf den Wiesen von Devon die besten Markenbotschafter.

OTZ

Bedeutende Dinge, Menschen, Ideen, Orte und weitere Kuriositäten, zusammengestellt von Jennifer Wiebking



Der Aufstieg zum Superfood will der Mandel irgendwie nicht so recht gelingen. Vielleicht klappt es ja mit einem Mantel aus Matcha (Wellness) drumherum.



Die Luxusleinen von Bello di Nacci passen schon optisch zum Doubleface-Kaschmir der Hundebesitzer.

DA VINCIS AUGE

Es kann natürlich ganz anders sein, aber Christopher Tyler, Neurowissenschaftler an der Londoner City University, behauptet nun im Fachblatt „JAMA Ophthalmology“, Leonardo da Vincis einzigartiger Blick für Dreidimensionalität sei nicht nur auf sein Genie zurückzuführen – sondern darauf, dass er auf einem Auge schielte.



Eine Flasche Wein als Mitbringsel passt zwar immer, ist aber selten hochemotional. Ganz anders: Love me.



Ja, es gibt Menschen, denen man mit einem Adwurstkalender (Kalieber) Freude bereitet.



FORMSCHÖN UND FUNKTIONAL

Der bekannte Münchener Industriedesigner Stefan Diez hat drei Geräte der Ultra-Premium-Marke LG SIGNATURE ein Jahr lang intensiv genutzt. Wie fällt sein Fazit aus?

Hoher Kontrast, perfektes Schwarz: Der LG SIGNATURE OLED TV W8 produziert fast lebensechte Bilder – und rückt die Präsentationen von Industriedesigner Stefan Diez so ins richtige Licht.

Vor einem Jahr sind sie bei ihm eingezogen: der hauchdünne OLED TV, der Kühlschrank im futuristischen Design, die ausgeklügelte Waschmaschine – alles LG SIGNATURE Produkte. Seitdem möchte Stefan Diez sie nicht mehr missen. Diez, Jahrgang 1971, entstammt einer alten Freisinger Tischlerfamilie und ist ausgebildeter Schreiner. Vor 15 Jahren eröffnete er sein eigenes Studio in München. Heute zählt er zu den innovativsten und erfolgreichsten Industriedesignern Deutschlands. Gemeinsam mit seinem Team entwickelt Diez zweckmäßige Produkte mit klaren Linien in schlichter Optik, die neue Technologien in zeitgemäße Ausdrucksformen bringen. Damit folgt er genau dem Grundsatz, dem sich auch die Ultra-Premium-Marke LG SIGNATURE verschrieben hat.

so hoch auflösen, sind wir es gewohnt, wirklich sehr viele Details in unseren Zeichnungen unterzubringen. Über den LG SIGNATURE OLED TV W8 können wir diese Details jetzt auch problemlos im Großen zeigen“, sagt Diez. Auch schätzt er die Spontaneität, die sich durch den OLED TV ergibt – kein Beamer, der zeitaufwendig aufgebaut werden muss, keine Präsentationen auf zu kleinen Laptops, kein umständliches Ausdrucken der Unterlagen. „Ich glaube, die Präsentationen sind tatsächlich intimer und spontaner geworden. Früher waren wir eigentlich immer irgendwie limitiert.“

Vielmehr noch: Das Produkt hat ihn sogar zu einem eigenen Möbelstück inspiriert. Der Industriedesigner beschreibt diesen Umstand als einen „wunderbaren Zufall“. Beim Ausmessen merkten Diez und sein Team, dass sich das schlanke, rasiernesserdünne Profil des TV-Geräts in ihr New-Order-Regalsystem für den skandinavischen Möbelhersteller Hay einbauen lässt. „Wir haben die beiden Produkte zu einer Einheit verschmolzen und ein richtiges Projekt daraus gemacht“, berichtet Diez. So wurde aus dem superflachen Bildschirm wieder ein Möbelstück, das sich flexibel nutzen lässt und inzwischen sogar auf mehreren europäischen Messen sein Debüt feierte.

Nachmittags, wenn die Präsentationstermine erfolgreich zu Ende gegangen sind, sichern sich oft die drei Kinder von

Stefan Diez und seiner Frau Saskia den Platz vor dem Premium-TV. Dann schauen Nikolaus, Selma und Helena im Studio vorbei und freuen sich über die herausragende Tonqualität ihrer Lieblingsfilme. Im Gegensatz zu einem rauminstallierten Sound, wo man keinen Bezug mehr zwischen Bild und Ton hat, ist der Sound beim LG SIGNATURE OLED TV W8 in der Soundbar integriert. „Man hat den Eindruck, dass das Bild zu einem spricht, und nicht, dass der Raum Geräusche von sich gibt, die zum Bild passen“, bestätigt Diez, der sich selbst auch als großen Filmfreund beschreibt.

Kühlschrank bietet Frische-Einblick

Weil das Kochen eine weitere große Leidenschaft des Designers ist, kommen nicht nur seine Familie, sondern auch sein Team regelmäßig in den Genuss selbstgekochter Kreationen. Kein Wunder also, dass der LG SIGNATURE InstaView Door-in-Door mit seinem minimalistischen und futuristischen Design bei dem 47-Jährigen das am häufigsten verwendete LG SIGNATURE Gerät ist. Der geräumige Kühlschrank bietet neben einem eingebauten Luftfilter zum Beispiel auch einen neuartigen Frische-Einblick: Klopf man auf die Front, wird diese durchsichtig und gewährt einen Blick in das Innere – ganz ohne Öffnen der Kühlschranktür. Das ist nicht nur besonders komfortabel,

sondern hilft durch den verringerten Kälteverlust gleichzeitig beim Stromsparen.

Besonders angetan hat dem Designer die automatische „Auto Open Door“-Funktion: Per Fuß lässt sich ein Sensor an der Unterkante der Kühlschranktür aktivieren, diese öffnet sich berührungslos und sanft. „Wer viel kocht, weiß, wie das ist, wenn zwei Hände voller Teig sind – dann hat man laufend diese ‚Fettdappen‘ auf dem Kühlschrank. Das hat sich nun erledigt.“ Auch stellt er bei der täglichen Handhabung fest, dass Lebensmittel im Premium-Kühlschrank deutlich länger halten – etwa die Kräuter, die er in ein Glas stellt und die so mindestens eine Woche lang frisch bleiben. Oder auch der Fisch, der immer donnerstags frisch vom Markt kommt, aber erst am Samstag von der Familie verarbeitet wird: „Die Möglichkeit, dass man den Kühlschrank auf 0 oder 1 Grad regulieren kann, ist bei diesen Lebensmitteln besonders nützlich. Nach dem Verbrauch stelle ich die Temperatur dann einfach wieder hoch.“ In punkto Umweltschutz überzeugt den Designer auch die Filterkartusche, die das Wasser leicht kühlt. Seitdem trinkt das Studio-Team nur noch das Münchener Leitungswasser, das direkt aus dem Kühlschrank kommt. So haben Diez und seine Mitarbeiter nicht nur weniger Aufwand, sondern produzieren insgesamt auch weniger Abfall.

Waschmaschine mit innovativen Funktionen

Auch die LG SIGNATURE TWINWash rückt neben dem minimalistischen Design den Aspekt der Energieeffizienz in den Fokus. Sie hat ein integriertes Dämpfungssystem, das Vibrationen und Lautstärke minimiert. Dadurch verlängert sich die Lebensdauer der Waschmaschine, die Energieeffizienz wird verbessert und die Geräuschentwicklung beim Betrieb gedämpft. Für Stefan Diez bedeutet dieser letzte Punkt, dass er sie sogar während der ganz normalen Studioarbeiten nebenher benutzen kann – eben weil sie so leise ist. Auch das Waschen in der Nacht wird dadurch möglich, zum Beispiel dann, wenn „das Smart Grid so weit ist, dass das Elektrizitätswerk meine Waschmaschine genau dann einschaltet, wenn gerade überschüssiger Strom verfügbar ist. Das erscheint mir sinnvoll“, ergänzt der Designer.

In seiner Rolle als Familienvater steht für Diez natürlich auch die Nutzerfreundlichkeit ganz weit oben. Und hier kann er keinerlei Berührungängste erkennen: „Bei uns benutzen die Maschine mindestens fünf, sechs verschiedene Leute – angefangen bei meinen Kindern bis hin zu meiner Mutter. Die Bedienung ist selbsterklärend.“ So hilft etwa die Auto-Dosierfunktion auf einfache Weise dabei, dass immer die richtige Menge Waschmittel verwendet wird, die schräg ein-

gebaute Trommel erleichtert das Beladen der Maschine, indem sich die Front leicht nach vorne neigt, und dank des TWINWash-Systems mit zweiter Miniwaschmaschine lassen sich zwei separate Waschladungen parallel waschen. Die Handwasch-Funktion der kleinen Trommel ist bei dem Münchener besonders oft in Gebrauch: „Ich nutze sie gerne für meine Sportwäsche – zum Beispiel lasse ich meine Laufkleidung nach fast jedem Training einmal kurz in der kleinen Trommel durchspülen. Oder auch mal einen Pulli, der einfach nur eine schnelle Handwäsche braucht.“

Wie fällt also das Abschlussfazit des bekannten Industriedesigners nach einem Jahr intensiver Nutzung aus? „Die LG SIGNATURE Geräte sind sehr gut integriert. Wir haben nach einem Jahr noch immer alle Geräte in Benutzung. Es macht ungemein Spaß zu sehen, dass sich Ingenieure und Designer über so viele Details so viele Gedanken gemacht haben. Das ist den Geräten anzusehen.“

V.i.S.d.P.:
Klaus Petri, LG Electronics Deutschland GmbH
Alfred-Herrhausen-Allee 3-5
65760 Eschborn, Germany

Entdecken auch Sie die Kunst des Wesentlichen:
www.LGSIGNATURE.com



Ausgeklügeltes System: Die Waschmaschine von LG SIGNATURE ist benutzerfreundlich, energieeffizient und dank eines speziellen Dämpfungssystems auch besonders geräuscharm.

Minimalistisches Design: Ein Öffnen der Kühlschranktür ist hier nicht notwendig – durch zweimaliges leichtes Anklöpfen offenbart der LG SIGNATURE Kühlschrank sein Innenleben.



PASTICCERIA RIZZARDINI

Stadt der Liebe, Stadt des Essens, Stadt der Tauben – hier haben wir alle Venedig-Klischees in einem Foto zusammengefasst. Francesca, in die man sich schon wegen ihres karnevalistischen Kleids verlieben muss, füttert die vielen Tauben auf dem Markusplatz. Natürlich nicht mit irgendetwas, sondern mit dem Mandelgebäck aus der berühmten Pasticceria Rizzardini. Da lassen wir sogar die Frage außen vor, ob man Tauben überhaupt füttern sollte.

Kleid von Marco de Vincenzo, Schuhe von René Caovilla



PASTICCERIA ROSA SALVA

Nein, nicht einmal diesem freundlichen Herrn aus dem Piemont, der mit seinen folkloristischen Freunden nach Venedig gekommen ist, wird Giulia etwas von ihrem Eis abgeben. Denn es kommt aus der Pasticceria Rosa Salva, die gleich am Markusplatz liegt, und Eis von Rosa Salva teilt man einfach nicht.

Kleid von Etro

LA SERENISSIMA

Die allerdurchlauchtteste Stadt ist ein wunderbarer Hintergrund für neue italienische Mode – und für Essen sowieso.

Fotos Yavidan Castillo, Styling Evelyn Tye

LA SERENISSIMA



ROSTICCERIA GISLON

Hier kann man, wie Francesca auf unserem Foto, einfach nur ein Sandwich essen und mit Einheimischen plaudern. Der Imbiss ist zwar nur ein paar Schritte von der Rialto-Brücke entfernt, aber er liegt so versteckt, dass die meisten Touristen ihn nicht sehen. Die Rosticceria ist berühmt für ihre *tramezzini* und den *mozzarella in carrozza*, eine Art frittiertes Käsesandwich. Noch ein Vorteil: Es ist bezahlbar. Und das ist selten in Venedig.

Kleid von Prada



ANTICHE CARAMPANE

Auch dieses Lokal muss man suchen. Vielleicht verstecken sich deshalb hier so viele Designer, Künstler und Stars – vor allem während der Biennale. Auch unsere beiden Stars fühlen sich wohl in dem Restaurant – sie mussten vorher nicht einmal in den Spiegel schauen.

Giulia: Brosche von Giulia Zubiolo; Francesca: Kleid von Marni

Mobil, modular, wandelbar.

Neue Lebenssituation, neuer Grundriss – das Möbelprogramm von stengel steel concept bleibt.



Innovatives Design für flexible Wohnräume – made in Germany



Von London zurück nach Frankfurt oder von Hamburg nach München. Die Gründe für einen Ortswechsel sind vielfältig. Klar ist nur, dass immer häufiger umgezogen wird. Für die Karriere, für die Liebe oder einfach aus Neugier. Ein Möbelprogramm, das diesem modernen Nomadentum gerecht wird, gibt es jetzt von stengel steel concept. Möbel für alle Bereiche des Wohnens, die Design-Wünsche erfüllen genauso wie Qualitätsansprüche und logistische Bedürfnisse. Ob Side-, Low-, Highboard, Regal oder Küchenmodul – jede Komponente ist flexibel plan- und einsetzbar, umzugsfreundlich und besonders

strapazierfähig. Nicht zuletzt durch die einzigartige Fertigung aus Stahl. Das zeitlose, minimalistische Design vollendet die Langlebigkeit jedes Möbelstücks – als Part der Relax-Zone im Loft, als Eyecatcher im Konferenzraum oder übermorgen perfekt kombiniert im Home-Office. Alles ist denkbar und dank intelligenter Modulbauweise und kurzer Lieferzeiten schnell umgesetzt.

Vi.S.d.P.: Stengel Steel Concept GmbH
Geschäftsführer: Kai-Uwe Höpfer
Wilhelm-Maybach-Str. 1-3
73479 Ellwangen



Warme Optik, spannende Haptik und dennoch robuster Stahl für die Ewigkeit

LA SERENISSIMA



PESCHERIA DI RIALTO

Venedig liegt am Meer, und der Fischmarkt ist die Verbindung von Wasser und Land. Francesca hilft hier beim Fischhändler Ittica Zane aus und reinigt Tintenfisch, den sie dann in typischer Zubereitung als *seppie in nero* im „Antiche Carampane“ isst.

Mantel von Missoni, Tuch von MSGM, Kapuze von Tod's, Sonnenbrille von Bottega Veneta



ZANZE XVI

„La Nuova Osteria Veneziana“: Dieser Leitspruch ist nicht ganz übertrieben. Denn der jung-dynamische Chefkoch Luca Tartaglia bringt auf originelle Art klassische Küche und Gerichte der Region zusammen. Nicht umsonst hat sich unser Model gleich mit ihm angefreundet. Wie durch Zufall trug sie das passende Kleid.

Kleid und Krone von Dolce & Gabbana



AL MERCÀ

Meist warten die Venezianer bis 18 Uhr, bevor sie ihren Aperitif trinken. Aber samstags sieht das am Campo Bella Vienna schon ganz anders aus. Da kommen sie schon mittags in die beliebte Bar „Al Mercà“, um einen Spritz (2,50 Euro) und *cicchetti*, kleine Sandwiches (von einem Euro an), zu sich zu nehmen. Meist ist viel los. Aber auch Giulia, ihr Freund Matteo und ihr Hund haben einen Platz gefunden.

Mantel von No. 21, Bra von Roberto Cavalli, Rock von Max Mara, Sonnenbrille von Bottega Veneta



HOTEL BAUER PALAZZO

Dieser Palazzo hat die schönste Terrasse, die man sich vorstellen kann. Mit Blick auf den Canal Grande kann man einen romantischen Drink zu sich nehmen oder ein Tiramisu. Zu empfehlen auch wegen der Meeresfrüchte und der venezianischen Spezialitäten. Der Service in dem Fünf-Sterne-Hotel fühlt sich so an, als wäre man zu Hause. Oder, ehrlich gesagt: noch besser.

Kleid und Kopfputz von Gucci

LA SERENISSIMA



CAFFÈ FLORIAN

Das „Caffè Florian“ in der Nähe des Markusplatzes ist das älteste Kaffeehaus Italiens: Übernächstes Jahr wird es 300 Jahre alt. Es begann als schummrige Ausschankstätte, die notdürftig mit zwei Öllampen beleuchtet wurde, und entwickelte sich im 19. Jahrhundert zu einem prächtig dekorierten Café, das heute vor allem von Touristen besucht wird. Wer will es ihnen verdenken!

Cape von Fendi, Armband und Ring von Delfina Delettrez, Stiefel und Tasche von Dolce & Gabbana

Campigotto, Teresa Tonazzi, Angela Fascioli und Eleonora Bonino

Lachera, Bauer Venezia, Stefanel, Barbara, Katia Basso, Erik Janelle, Zanze XVI, L'Osiera und Giulias Freunde: Massimiliano Mucciarelli, Sara Peretti, Veronica

Dank an Markus Elner, Fabio Quaranta, Francesco Aggoyan, Peschiera di Rialto, Ittica Zane, Maximiliano, Bettini Nicola, Jimmy, Tommaso De Arcangelis, Florian,

Foto-Assistenz: Matteo De Luca
Produktionsassistent: Abdu Sattar
Location-Scouting: Giulia Zubolo
Fotografiert am 14. und 15. April in Venedig

Fotos und Produktion: Yavidan Castillo
Styling und Produktion: Evelyn Tye
Modelle: Giulia Zubolo, Francesca Gasparin
Stylingassistent: Alma Libera, Juliette Billy

„Venedig ist unverwüstlich“

Kuratorin und Modedozentin
Maria Luisa Frisa über ihre Stadt

Maria Luisa Frisa, Sie sind aus Venedig. Können Sie mir die Stadt in einem Wort beschreiben?
Venedig ist unverwüstlich.

Sie wurden hier geboren, haben dann Kunst in Florenz studiert und sind wieder hierher gezogen. Wie war das, hier aufzuwachsen? Und wie kamen Sie zur Kunst?
Venedig ist meine Kindheit und Jugend. Kunst war in meiner Familie alltäglich. Also war es natürlich für mich, Kunst zu studieren. Nach dem Studium in Florenz bin ich dann nach Venedig zurückgekehrt, um den Modedesign-Studiengang aufzubauen, den ich jetzt leite.

Welche italienischen Künstler interessieren Sie am meisten?
Ketty La Rocca und Gina Pane haben die großen Themen über die Grenze dessen geführt, was man weibliche Kreativität nennt. Ganz eigenständig und unkonventionell sind auch Elisabetta Benassi und Lara Favaretto.

Sie waren Kunsthistorikerin, Kritikerin und Kuratorin. Wie ist das Verhältnis der beiden Welten Kunst und Mode?
Ich bin schnell gelangweilt und möchte nicht gerne in eine Schublade gesteckt werden. Zuerst habe ich die Mode persönlich geliebt, dann wurde sie zu meinem Job. An der Mode kann man wunderbar die Gegenwart ablesen, so wie an der Kunst. Es sind zwei unterschiedliche Systeme, die aber dauernd in Kontakt sind.

Sie arbeiten viel mit der nächsten Generation zusammen, als Direktorin des Aufbaustudiengangs Modedesign und Multimediale Kunst an der „Università IUAV di Venezia“.

Im Jahr 2005 wurde ich gefragt, ob ich das machen wollte. Ich gehe an die Aufgabe heran wie eine Kuratorin – oder der Trainer eines Fußballvereins. Denn man muss ein Team formen, das Mode als vielstimmiges Designprojekt und kulturelles Kommunikationssystem begreift. Das ist eine große Herausforderung, an der ich gewachsen bin.

Was bedeutet „Made in Italy“ heute?

Heute beschreibt es die Art, wie man arbeitet, wie man die Dinge erdenkt und herstellt. „Made in Italy“ ist also immer mehr ein Kreativlabor, in dem Haltungen und Handlungen zusammenfließen, gerade heute, wo das internationale Modesystem das italienische herausfordert.

Wie kommen Vergangenheit und Gegenwart in der Mode zusammen?

Die Mode ist immer Gegenwart, weil sie zwischen Impulsen aus der Vergangenheit und Ideen für die Zukunft oszilliert. Der Blick aufs Vergangene hilft uns also, die Gegenwart zu verstehen. Besonders heute ist das Archiv, oder pathetischer: das Erbe, eine Art Bumerang der Referenzen, den man wunderbar nutzen kann.

Zuletzt haben Sie die Ausstellungen „Gucci Garden“ und „Italiana. Italy Through the Lens of Fashion 1971–2001“ kuratiert. Wie war das?



Maria Luisa Frisa hat uns für dieses Heft in Venedig-Dingen beraten.

Von jeder Ausstellung lernt man. Durch das Kuratieren schärfe ich meinen Blick. Der Aufbau der Galleria im neuen Gucci Garden in Florenz mit all den Sachen aus dem Archiv war sehr spannend. Und mit der Foto-Ausstellung im Palazzo Reale in Mailand wollte ich die Bedeutung der italienischen Mode im kulturellen, wirtschaftlichen und politischen Kontext herausarbeiten.

Was sind Ihre Lieblingsmarken? Und was tragen Sie heute?
Ich trage eigentlich immer ähnliche Sachen, heute einen Gucci-Rock, einen Pullover von Benetton, Stiefeletten von Céline und zwei Armreifen mit Sternen von Gucci.

Wie sehen Ihre Arbeitstage in Venedig aus?

Die meiste Zeit verbringe ich an der Universität, mit den Kollegen, den Studenten oder an meinem Schreibtisch. Die Vorhänge sind immer zugezogen, und das Licht ist immer an, weil es so gemütlicher ist. Zu Hause organisiere ich oft Abendessen mit Freunden.

Wo in Venedig sind Sie am liebsten?

Ich lebe in Dorsoduro. Sehr ruhig, fast wie im Dorf, abseits der Touristenrouten, vertraut und anregend zugleich.

Was ist Ihr liebstes Restaurant in Venedig?

Eines ist das „Codroma“, eine Kneipe nur fünf Minuten von meinem Haus entfernt. Es ist nicht so schrecklich pittoresk wie andere Lokale, die aus den spannendsten Ecken der Stadt Postkartenansichten machen. Erst vor kurzem habe ich das „Quadri“ entdeckt, mit einer tollen Küche und einem wunderbaren Blick auf den Markusplatz.

Was ist Ihr Lieblingsessen und Ihr Lieblingsdrink aus Venedig?

Ich trinke selten Alkohol, nur ab und zu einen Spritz, den Seltz, mit Weißwein und einer Zitronenscheibe. Zu essen einen *castraure* aus kleinen Artischocken mit bitterem Geschmack, die nur auf den Inseln in der Lagune wachsen. Man kann sie nur hier essen.

Die Fragen stellte Evelyn Tye.

23.–26.11.2018

BLACK
FRIDAY
SALE

Apple
Authorised
Reseller

Angebote im GRAVIS Store und auf www.gravis.de

GRAVIS

M

it einem solchen Namen gibt es kein Entrinnen. Ihr Bruder Ludovic arbeitet bei Dior, ihre Cousine Delphine bei Louis Vuitton, ihre Cousins bei Berluti (Antoine), Rimowa (Alexandre) und Tag Heuer (Frédéric). Also ging auch Stéphanie Arnault den Weg, den ihr die Familiengeschichte vorgezeichnet hatte. Sie leitet im Auftrag der reichsten Familie Frankreichs ein Online-Business in London. „Warum auch nicht?“

Denn es liegt nahe. Ihre Mutter Dominique war die einzige Schwester von Bernard Arnault, dem Gründer und Chef des größten Luxuskonzerns der Welt. Als er LVMH aufbaute, leitete Dominique Watine Arnault ein Auktionshaus in Paris. Aber die Verbindung zu den Luxusmarken war immer da. „Schon als Kind durfte ich mit zu den Modenschauen“, sagt Stéphanie Watine Arnault. Ihre Liebe zum Luxus begann also mit Christian Dior – und mit dem gelegentlichen Schluck Champagner, wenn sie schon als Kind den letzten Rest aus dem Glas der Mutter trank.

Die Fünfunddreißigjährige, die nach Berlin gekommen ist, um Werbung für ihre noch ganz junge Website zu machen, ist sehr erfahren für ihr Alter. Schon mit 22 Jahren stieg sie in den Konzern ein. Sie kommt viel in der Welt herum, spricht perfekt Englisch mit leichtem französischem Akzent, ist verheiratet und arbeitet eigenverantwortlich. Vermutlich hängt ihre frühe Reife auch mit der schmerzhaften Erfahrung zusammen, dass ihre Mutter schon im Jahr 2006 starb.

Das war auch das Jahr, in dem Stéphanie Arnault bei Marc Jacobs in New York begann, dessen Marke zu großen Teilen zu LVMH gehört und der damals auch noch Chefdesigner von Louis Vuitton war. „Eine tolle Zeit“, sagt sie über die guten Jahre des Designers, der inzwischen geschäftlich in die Krise gerutscht ist. Als Produktmanagerin für Lederwaren entwickelte sie Handtaschen mit und erfuhr viel über die Herstellung.

Dann stieg sie ein Jahr aus, für den MBA-Abschluss an der Elite-Wirtschaftshochschule Insead in Fontainebleau. Danach ging's weiter im Konzern, bei der größten Luxusmarke überhaupt, Louis Vuitton, wo sie im Londoner Geschäft im „Men's Universe“ arbeitete. „Dort habe ich viel gelernt über den Umgang mit Kunden“, sagt sie. So erfuhr sie in einer Art Familien-Trainee-Programm sehr viel über Frauen- und Männerprodukte, Accessoires und Mode, Herstellung und Handel.

Aber im Reich von Bernard Arnault, in dem die Sonne nicht untergeht, wird mit noch mehr gehandelt. Der heute 69 Jahre alte Unternehmer hatte, als er aus dem Immobiliengeschäft seines Vaters einen internationalen Luxusgiganten schuf, unterwegs nicht nur Unternehmen wie Dior, Lacroix, Celine, Kenzo und Givenchy gekauft. Wie der Name Moët-Hennessy Louis Vuitton verrät, war in der Gründungsphase der Holding nicht nur die alte Taschenmarke, sondern auch der Herstel-



Wein, Rum, Wodka, Cognac, Champagner, Whisky: Stéphanie Arnault bietet in ihrem Online-Shop Clos19 viel an.

COGNAC ONLINE

Stéphanie Arnault, die Nichte des LVMH-Chefs, baut für den Konzern den Online-Handel für Spirituosen auf – und verflüssigt alle Zweifel an dem Geschäft. *Von Alfons Kaiser*

ler von Champagner und Cognac entscheidend – so entscheidend, dass zwar die Abkürzung LVMH lautet, aber in der ausgeschrieben Variante Moët-Hennessy an erster Stelle steht. Am Gesamtumsatz des Konzerns, der im vergangenen Jahr auf sage und schreibe 42,6 Milliarden Euro gewachsen ist, haben Weine und Spirituosen einen Anteil von zwölf Prozent.

Warum nicht auf die Champagnerseite des Lebens wechseln? 2013 stieg sie bei Moët-Hennessy Europa ein. Christophe Navarre, bis 2017 Chef des LVMH-Flüssigggeschäfts, hatte ihr das empfohlen: So könne sie gleichzeitig die Marken und die Märkte kennenlernen. Gleich in ihrer ersten Woche erkannte sie Verbesserungspotential. Was wird verkauft? Wer sind die Kunden? Als Antwort auf solche Fragen gab man ihr nur Bilanzen. Da merkte sie, dass man hier viel über die Händler wusste, aber wenig über den Kunden, der den Veuve Clicquot am Ende trinkt.

Was es damals gab: „Moët-Hennessy Selection“, einen Online-Club. Aber einen eigenen Shop im Internet für alle Spirituosenmarken gab es noch nicht. Also arbeitete Stéphanie Arnault drei Jahre lang an der Idee, baute auf „Selection“ auf, suchte sich in London ein Team zusammen, bat die Digital-Abteilung von Louis Vuitton um Hilfe – und eröffnete 2017 in den „reifen Märkten“ Großbritannien, Deutschland und den Vereinigten Staaten Clos19.

Clos19? Also für Engländer Clos-nine-teen, für Franzosen Clos-dix-neuf? Den

rätselhaften Namen hat sie sich selbst ausgedacht. „Ich wollte, dass es eine echte Bedeutung hat, die sich aus unseren Produkten ergibt.“ Der Sinn hinter der seltsamen Zeichenfolge: „clos“ bedeutet Weinberg, und viele der Marken entstanden im 19. Jahrhundert. „Wir sind also schon mit dem Namen in der Geschichte verwurzelt.“ Aber sie gibt lachend zu: „Vielleicht ist es ein bisschen intellektuell.“

Der Onlinehandel hat viele Vorteile: Man spart sich den Laden, also hohe Mieten, das Bestellen ist einfach geworden, über Paketdienste wird schnell ausgeliefert. Und: Die Retourenquote geht gegen Null. Während bei Mode-Onlinehändlern oft jedes zweite Teil zurückkommt, kennen Cognac-Trinker ihren Hennessy in der Regel gut. Jeder zweite Kunde lässt die Flaschen als Geschenk einpacken, sendet eine Botschaft an den Empfänger mit oder lässt eine Ruinart-Flasche mit Initialen des Beschenkten gravieren. In Deutschland verkauft sich nicht nur der Champagner gut, sondern auch ein Paket aus Flasche und Gläsern – vermutlich aus dem simplen Grund, dass die Deutschen zu Hause nicht so gut mit Champagnergläsern ausgestattet sind wie die Franzosen.

„Wir sind sehr zufrieden mit der Entwicklung.“ Mehr sagt Stéphanie Arnault nicht über das Geschäft, aber das ist schon viel für ein Mitglied einer so verschwiegenden Familie. „Ich weiß die Zahlen gerade nicht auswendig“, sagt sie, „aber wenn, dann würde ich sie auch nicht verraten.“

Um nicht wie eine reine Verkaufsplattform auszusehen, schafft sie zudem „Lifestyle-Erlebnisse“: Luxusreisen, Food-and-Wine-Pairing, in Deutschland zum Beispiel ein Event der Champagnermarke Krug auf dem Fischmarkt in Hamburg. So will sie eine Community aufbauen und die Identifikation mit der Marke stärken. Sie selbst weiß, wie Events gehen. Als sie den Ingenieur Cyrille-Alexandre Joly heiratete, fand der Empfang im Süden Frankreichs statt, im Château de La Colle Noire, das einst Christian Dior gehörte, dann anderen Besitzern und schließlich vom Konzern zurückgekauft wurde – der den Zustand aus den Zeiten des früh verstorbenen Modeschöpfers wiederherstellte.

Ihre Qualitäten als Gastgeberin erkennt man nach dem Interview in Berlin, als sie zum Dinner ins Aptm (sprich Apartment) lädt, den Veranstaltungs-Atelier-Showroom von Chris Glass im Wedding. Die Cocktails lassen sich aus den ebenfalls von Clos19 vertriebenen Glasstrohhalmen so gut schlürfen, dass der Abend für die meisten Gäste flüssiger endet als geplant.

Nächstes Jahr ist der französische Markt an der Reihe. Das ist gar nicht so einfach, wegen des Gesetzes, das Online-Werbung für Spirituosen nur in Grenzen erlaubt. Jetzt wird Stéphanie Arnault also öfter wieder in Paris sein. Und nicht nur da: Im Münchner Louis-Vuitton-Geschäft eröffnet Clos19 in diesen Tagen einen Pop-up-Store – an der Maximilianstraße sieht man sie nun also auch.

MS EUROPA 2

DIE GROSSE FREIHEIT.

FINE DINING TRIFFT LEGEREN LUXUS.

In den sieben Gourmetrestaurants an Bord der EUROPA 2 erwarten Sie entspannter Lifestyle, raffinierte Haute Cuisine und erstklassiger Service. Genießen Sie auf dem laut Berlitz Cruise Guide 2019 besten Kreuzfahrtschiff der Welt einzigartige Erlebnisse und die schönsten Orte der Welt. Besuchen Sie uns auf www.hl-cruises.de/genuss

URBANE CHARME
IM WESTEN EUROPAS.

28.09. – 10.10.2019
pro Person ab € 6.520 (Kat. 1)
Seereise inkl. An- und Abreisepaket
(Doppelbelegung)
www.hl-cruises.de/eux1921

VON
HAMBURG
NACH
BILBAO



FOTO: INTERTOPICS

Hapag-Lloyd Kreuzfahrten GmbH
Ballindamm 25 · 20095 Hamburg
www.hl-cruises.de


HAPAG ¹⁸/₉₁ LLOYD
CRUISES

GRÜNE WELLE



Wie kann die wachsende Weltbevölkerung künftig umweltverträglich ernährt werden? Fachleute meinen: durch Meeresalgen.

Von Peter Hermes

Schneidend kalter Wind weht an einem Frühlingstag über die kärglich bewachsene Insel Frøya. Die Wasser des Golfstroms halten die Fjorde an der norwegischen Küste den Winter über eisfrei, in diesem März aber liegt das Land noch unter einer dicken Schnee- und Eisschicht. Vom wolkenlosen Himmel strahlt die Sonne aufs schäumende Meer. Auf dem Wasser sind Lachsfarmen und Arbeitsboote zu erkennen, Postboote fahren an der Küstenlinie entlang. Typisch Norwegen.

Unter der Wasseroberfläche, nur durch wippende orangefarbene Bojen erkennbar, ist eine Meeresfarm verborgen. Keine Farm für Zuchtlachse, sondern für einen vielversprechenden pflanzlichen Rohstoff, der eine wichtige Rolle spielen soll bei der Transformation unserer Ernährung und Energiegewinnung: Meeresalgen. Genau: Zucker- und Flügeltang.

In einem aktuellen Bericht über Fischfang und Aquakulturen skizziert die Welternährungsorganisation (FAO), eine Sonderorganisation der Vereinten Nationen, die Bedeutung der Ozeane für die mensch-

liche Ernährung. Schon heute garantieren demnach Lebensmittel aus dem Meer die Ernährungssicherheit für zehn Prozent der Weltbevölkerung. Nach Ansicht der Fachleute wird den Ozeanen in Zukunft eine noch größere Rolle für die Lebensmittelproduktion zukommen. Die Weltbevölkerung wächst, und die Essgewohnheiten in den aufstrebenden Ländern verändern sich. Der größere Nahrungsmittelbedarf kann kaum allein dadurch gestillt werden, dass man zusätzliche Agrarflächen urbar macht oder die Landwirtschaft intensiviert. Zudem werden Nahrungsmittel auch zur Energieerzeugung genutzt. So wächst der Druck, der auf den verfügbaren Ressourcen lastet.

Von der intensiven Landwirtschaft werden zugleich eine hohe Produktion und ein schonender Umgang mit der Natur gefordert. Die Landwirte sollen Düngemittel angepasst einsetzen, Schädlinge richtig bekämpfen, die natürliche Bodenfruchtbarkeit durch die richtigen Bearbeitungstechniken erhalten und nicht zuletzt das Klima und die Biodiversität schützen. Das klappt oft nicht. Immer noch gelangen vielerorts hohe Mengen Nährstoffe in die

Ökosysteme. Darunter leiden Artenvielfalt und Bodenfruchtbarkeit. Die Emissionen klimaschädlicher Gase aus der Landwirtschaft sind teils enorm. Gründe genug, um neue, umweltschonende Wege zur Lebensmittelherzeugung zu erschließen.

Hier kommen die Meerespflanzen vor der norwegischen Insel Frøya ins Spiel. Sie führen uns zurück in die Urzeit unseres Planeten, als sich im Meer die ersten Photosynthese treibenden Organismen entfaltet. In den Weltmeeren existiert eine enorme Vielfalt an Algen, von mikroskopisch kleinen Kieselalgen bis zu Seetang von mehr als 60 Metern Länge. Seit dem Auftreten der ersten Algen vor mehr als zwei Milliarden Jahren ist eine breite genetische Diversität entstanden.

Die Meeresalgen, die für Aquakulturen geeignet sind, werden im Allgemeinen als Makroalgen bezeichnet. Sie wachsen in weiter oben gelegenen Schichten des Meeres, in die Licht gelangt, auf steinigem oder anderem festen Untergrund. Makroalgen können nicht wie Landpflanzen in Wurzeln, Sprossachsen und Blätter unterteilt werden. Ihr Vegetationskörper heißt Thallus („sprossender Zweig“). Es gibt

braune, rote und grüne Meeresalgen, von denen sich einige für den menschlichen Verzehr und den Anbau eignen. In Europa werden vor allem zwei braune Algenarten kultiviert: Zuckertang (*Saccharina latissima*) und Flügeltang (*Alaria esculenta*). Die Algenfarm auf der Insel Frøya an der Mündung des Trondheim-Fjords wird von dem norwegischen Unternehmen Seaweed Energy Solutions (SES) betrieben.

Kaia Kjolbo Rød, verantwortlich für das Algenzuchtprogramm von SES, hat sich als Meeresbiologin gegen eine Tätigkeit in der Lachsindustrie entschieden, in der viele ehemalige Kommilitonen arbeiten. „Anfangs war ich fasziniert von der Idee, dass man mit Meeresalgen Ressourcen nutzen kann, die sonst im Meer verlorengehen“, sagt sie. „Nach einigen Jahren im Unternehmen wurde mir bewusst, dass wir hier Teil einer Entwicklung sind, die eine neue Industrie nach Europa bringt.“

Da die Algen im Meer kultiviert werden, benötigt die Algenzucht weder Landflächen noch Süßwasserressourcen. Auch Düngemittel sind nicht nötig, da in vielen Meeresregionen genug Nährstoffe vorhanden sind. Deshalb gehört der Algenanbau zu den nachhaltigsten Arten der Pflanzenkultivierung. Aber können Meeresalgen tatsächlich wichtig werden für die globale Nahrungsmittelproduktion?

Viele Küstenbewohner ernähren sich schon lange von Meeresalgen. Ob in der Bretagne, in Japan oder an der südamerikanischen Pazifikküste: Vielerorts finden sich historische Spuren des Konsums. Zwar besteht eine frisch geerntete Alge bis zu 90 Prozent aus eingelagertem Meerwasser. Die nach der Trocknung zurückbleibende Biomasse aber hat es in sich: Meeresalgen enthalten viele wichtige Proteine, Minerale, Ballaststoffe, Fettsäuren.

Die ausreichende Aufnahme dieser Mikronährstoffe ist auch im Kampf gegen den Hunger von Bedeutung. Besonders in Ländern mit geringem Einkommen bedroht die Unterversorgung mit Mikronährstoffen die Gesundheit und Entwicklung von Kindern und Schwangeren. Die Weltgesundheitsorganisation nennt Jod, Vitamin A und Eisen als wichtigste Faktoren für eine gesunde kindliche Entwicklung. Meeresalgen verfügen über diese drei Inhaltsstoffe. Von ihrem Verzehr könnten nicht nur Haushalte mit eigener Algenproduktion oder direktem Zugang zu frischen Meeresalgen profitieren. Getrocknet sind Algen lange haltbar, leicht zu transportieren und einfach in die tägliche Kost zu integrieren.

Bevor Algen in Europa zum Erfolg werden können, müssen nach Angaben von Kaia Rød noch zwei Hürden überwunden werden. „Wir müssen größere Märkte für Algenprodukte aufbauen und durch den Einsatz von Maschinen in der Kultivierung die Kosten senken.“ Vor allem automatische Verfahren zum Ausbringen der Saatleinen und zur Ernte sind für das Unternehmen SES wichtig.

Algenzucht im großem Maßstab ist viel komplexer, als Leinen ins Meerwasser zu hängen, abzuwarten und die Pflanzen dann zu ernten. Das erkennt man im Labor von SES in Trondheim, das vor allem als Aufzuchtstation der Algenzucht dient. Im ersten Raum treiben ausgewachsene Zuckertang-Algen in weißen Plastikbottichen mit direkt aus dem Fjord entnommenem Tiefenwasser auf und ab. „Das hier sind unsere Mutterpflanzen“, sagt Rød. „Da sie eigentlich nur im Oktober Sporen bilden, manipulieren wir den natürlichen Lebenszyklus, indem wir über

die Beleuchtung herbstliche Tageslängen simulieren und die Wassertemperatur konstant bei sieben Grad halten. So können wir in unseren Tanks das ganze Jahr über Sporen erzeugen.“

Danach werden die Sporen aus den Mutterpflanzen extrahiert und in Glaskolben gefüllt. In einem mit Rotlicht ausgeleuchteten Raum reifen die männlichen und weiblichen Sporen nicht weiter heran, sondern vermehren sich rein vegetativ. Um die Befruchtung auszulösen, werden die Sporen in einem letzten Schritt künstlichem Frühlingslicht ausgesetzt. Unter dem Mikroskop sind die einzelnen Setzlinge bald zu erkennen.

„Nach einiger Zeit können wir die Setzlinge in die Behälter mit den vorbereiteten Halteleinen geben, und nach einigen Wochen kann man mit bloßem Auge erkennen, wie die kleinen Algen die Leinen besiedeln.“ Sie werden dann zur Algenfarm vor Frøya transportiert und auf dem im Wasser fest installierten Haltesystem ausgebracht. In den nördlichen Breiten kann das zwischen September und Oktober geschehen. Nach dem Überwintern im Wasser wird schon im April und Mai des nächsten Jahrs geerntet.

Olavur Gregersen, Geschäftsführer von Ocean Rainforest auf den Färöer, ist ein Pionier des marinen Industriezweigs. Als er vor zehn Jahren seine Tätigkeit als Unternehmensberater zurückfuhr und sein Unternehmen gründete, betrat er Neuland. Als alteingesessener Färinger wuchs er mit und auf dem Ozean auf und arbeitete mit Fischern und Lachszüchtern. Als er eines Tages beauftragt wurde, die Machbarkeit der Algenzucht auf den Färöer zu evaluieren, wurde er neugierig. In einem vom Meer umgebenen Land mit Schafsweiden und steil abfallenden Klippen ist der Anbau von Getreide und Gemüse mühselig. Nutzpflanzen in den kristallklaren Fjorden der Inselgruppe anzubauen erschien Gregersen daher einleuchtend. „Ich bin Geschäftsmann, kein Meeresbiologe. Als ich mich vor zehn Jahren entschloss, voll in die Algenzucht einzusteigen, war das natürlich riskant.“

Gregersen erstellte einen Geschäftsplan für einen Zeitraum von 25 Jahren. „Nach zehn Jahren sind wir jetzt an dem Punkt angekommen, an dem ich sagen kann, dass ich nach weiteren zehn Jahren eine lukrative Algenfarm betreiben werde, die sich selbst trägt.“ Zunächst will das Unternehmen vor allem Lebensmittel- und Futtermittelmärkte beliefern. In ferner Zukunft hofft Gregersen, seinen Rohstoff auch an die Verpackungsindustrie und die Textilbranche zu verkaufen.

Die Bedingungen für die Algenzucht auf den Färöer sind ideal. Die Inseln zwischen Island und der Westküste Norwegens liegen inmitten des Golfstroms. Für die Algen bedeutet das: perfekte Wassertemperaturen und ausreichende Versorgung mit Nährstoffen. Die schnell länger werdenden Tage im Frühjahr bieten den Pflanzen genügend Licht, das aufgrund des klaren Wassers tief ins Meer dringt. Bei ruhiger See bewirtschaftet Gregersen mit einem Skipper und einer Mitarbeiterin zwei Anbauflächen im Norden des Landes, nahe der Insel Eysturoy. Auf der Fahrt durch den Fjord mit dem Arbeitsboot zur weiter draußen gelegenen Algenfarm erklärt Gregersen die Besonderheit der Anbaufläche: „Es ist ein exponiertes Anbausystem. Wir haben es hier mit Wellen zu tun, bei denen zwischen Wellenkamm und Wellental zwölf Meter liegen können.“ Systeme zu entwickeln, die solchen Natur-

kräften trotzen, sei unerlässlich. „Wenn wir mit Algen wirklich andere Produkte aus bestehenden fossilen Produktionssystemen ersetzen und großflächig Lebensmittel produzieren wollen, müssen wir die Algenzucht in großem Maßstab betreiben. Dafür müssen wir raus auf die offene See, weg von den stark genutzten Küstenabschnitten.“

Mittlerweile werden bei Ocean Rainforest Meeresalgen auf 20 Kilometer langen Leinen angebaut. „Ich glaube fest daran, dass Algen exzellente Chancen haben, die steigende globale Nachfrage nach nachhaltiger Biomasse zu befriedigen“, sagt Gregersen. „Mit Algen können wir etwas verändern.“

Im globalen Vergleich sind die Algenernter in Europa immer noch überschaubar. Wie eine Industrie aussehen kann, die Millionen Tonnen frische Algen produziert, zeigt eine Region, in der Meeresalgen seit Jahrhunderten in Schalen landen. In Qingdao, einer chinesischen Küstenstadt mit vier Millionen Einwohnern am Gelben Meer, hat sich um den historischen Stadtkern ein wichtiges Hafen- und Industriezentrum entwickelt, dessen Wolkenkratzer sich nachts im Meerwasser spiegeln. Qingdao liegt in der Provinz Shandong, dort wird in den größten Algenfarmen der Welt die Kombu-Alge (*Saccharina japonica*) angebaut, das asiatische Pendant zum europäischen Zuckertang.

Asien ist nicht nur die größte Anbauregion von Meeresalgen in Aquakulturen, sondern auch der größte Absatzmarkt von Algen als Lebensmittel. Schon am ersten Morgen in Qingdao wird man damit konfrontiert – in der Frühstückssuppe treiben Algenstreifen. Durch das Kochen hat die Alge ihren typischen Eigengeschmack auf die Suppe übertragen, die ein angenehmes Meerwasseraroma verströmt. Algen sind umami, eine fünfte Geschmacksrichtung, die sich weder als sauer, salzig, bitter oder süß beschreiben lässt. Die von Natur aus glutamatreichen Meeresalgen dienen in vielen asiatischen Gerichten als natürliche Geschmacksverstärker.

Shaojun Pang, Leiter der Meeresalgenforschung der Chinesischen Akademie für Wissenschaften in Qingdao, kommt im blauen Trainingsanzug und mit weißem Handtuch um den Hals vom Basketballspiel mit Studenten. Nach der Promotion in Deutschland kehrte der Wissenschaftler vor 15 Jahren nach Qingdao zurück. Als junger Forscher begann er, am Institut ein Programm zur Entwicklung neuer Algenarten für Aquakulturen zu initiieren. Mittlerweile hat die Abteilung knapp 20 Mitarbeiter – und durch Kreuzung drei neue Kultursorten entwickelt.

Der Algenanbau sei in China weit verbreitet, sagt Pang. „Zur Zeit werden sieben Algenarten entlang der chinesischen Küste kultiviert, davon vier überwiegend als Nahrungsmittel für Menschen, der Rest als Futtermittel und für andere industrielle Prozesse.“ Seine Forschung konzentriert sich darauf, die Qualität der angebauten Meeresalgen zu verbessern, durch neu gezüchtete Sorten, die höhere Erträge, bessere Lebensmitteleigenschaften und höhere Resistenzen aufweisen. Die Nachfrage nach Lebensmittellagen ist enorm: 2016 produzierte China 14 Millionen Tonnen frische Meeresalgen, die fast ganz vom heimischen Markt geschluckt wurden.

In Rongcheng, einer kleinen Küstenstadt am nordöstlichen Zipfel von Shandong, sind schon Anfang April, vor Beginn der Haupterntezeit, Geschäftsleute aus dem ganzen Land eingetroffen, um sich

Qualitäts-Offensive: Der Meeresalgenforscher Shaojun Pang entwickelt in China ertragreiche neue Algenarten für Aquakulturen.

Industrie-Initiative: Die Meeresbiologin Kaia Kjolbo Rød aus Norwegen wirbt für Algen-Absatzmärkte in Europa.



Bis zum Horizont: In China sind die größten Algenfarmen der Welt entstanden – mit riesigen Anbauflächen und schier endlosen Reihen von Algenleinen.

GRÜNE WELLE



Reif auf der Insel: Die Bedingungen für die Algenzucht sind auf den Färöer ideal – dank des Golfstroms.

einen Teil der Ernte zu sichern. Durch den Anbau der Kombu-Alge sind in Rongcheng aus ehemaligen Fischern Millionäre geworden. Dabei setzen die Algenfarmer auf eine Kombination des Algenanbaus mit der Zucht von Krustentieren und Muscheln im selben Anbausystem. Diese Wirtschaftsform, als integrierte multitrophische Aquakultur bezeichnet, ist in Sachen Nachhaltigkeit ein Vorbild für Aquakultursysteme auf der ganzen Welt. Mit bis zu 3000 Hektar Anbaufläche sind einige der Algenfarmen leicht auf Satellitenbildern zu erkennen.

Ihre Ausdehnung lässt sich bei einer Fahrt auf einem Holzkahn erahnen, der durch schier endlose Reihen von Algenleinen und gläsernen Schwimmbojen tuckert. Bis zum Horizont erstrecken sich die in rechteckige Segmente unterteilten Anbauflächen, die gerade genug Abstand zueinander aufweisen, dass Wartungsboote und die zur Ernte genutzten Barken Platz zur Durchfahrt haben.

Die Anbaufläche ist die wichtigste Ressource der Algenbauern. „In Rongcheng treffen das Gelbe Meer und das Bohai-Meer zusammen“, sagt Pang. „Strömung, Wassertemperatur, Lichtdurchlässigkeit und Nährstoffe sind ideal für das Wachstum von Kombu.“ Der Professor forscht in Zusammenarbeit mit den Algenbauern. Er ist auf ihr Wissen und ihre Erfahrung angewiesen, und auch sie profitieren von der Kooperation: Die vom Meeresalgen-Institut entwickelten Kultursorten werden bereitwillig angebaut, da sie höhere Erträge und bessere Qualität versprechen.

Doch wie kann sichergestellt werden, dass die Algen keine Schadstoffe aus dem Meerwasser aufnehmen und einlagern? „Das wichtigste Qualitätsmerkmal einer kultivierten Meeresalge ist der Ort des Anbaus mit der dazugehörigen Wasserqualität“, sagt Pang. In China wird die Qualität der Küstengewässer von staat-

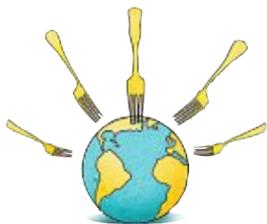
licher Seite regelmäßig bewertet, die Ergebnisse der Gutachten werden veröffentlicht. „Der Großteil der Algen wird als menschliches Nahrungsmittel verwendet“, sagt Pang. „Eine zu hohe Konzentration von Schadstoffen in den Endprodukten würde der Markt nicht akzeptieren.“ Andererseits ist mit dem Aufnahmevermögen der Meeresalgen auch ein ökologisch vorteilhafter Aspekt der Algenkultivierung verbunden: Meeresalgen benötigen wie alle Pflanzen für ihr Wachstum Nährstoffe, allen voran Stickstoff und Phosphor. Sie liegen im Meerwasser natürlicherweise vor, ihre Konzentration ist jedoch durch menschliches Einwirken stark gestiegen. Vor allem Küstenregionen, die wegen der intensiven Landwirtschaft im Landesinneren dem Wasser viele Nährstoffe zuführen, sind von einer regelrechten Überdüngung der aquatischen Ökosysteme betroffen.

Eine übermäßige Nährstoffzufuhr kann massives Wachstum von Mikroalgen fördern, deren anschließende Zersetzung zur Sauerstoffverarmung des Wassers und schließlich zum Kollaps des marinen Lebens führen kann. Auch in der Ostsee gibt es solche „Todeszonen“. Werden im Meer großflächig Algen angebaut, nehmen die Pflanzen die Nährstoffe auf und wirken der Überdüngung entgegen. Mit der Ernte der Biomasse gelangen die Nährstoffe zurück ans Land und helfen, den Nährstoffkreislauf zu schließen.

Im Hafen von Rongcheng landen die von der Ernte tief liegenden Holzbohlen an. Das nasse Grün wird auf kleine Traktoren verladen. Nach kurzem Transport werden die Algen zur Trocknung auf kalten Brachflächen ausgebreitet. Von Hand werden die Algen verteilt und gewendet. Der Algenanbau in China ist arbeitsintensiv. Von der Vorbereitung der Setzlinge bis zum Endprodukt gehen die Pflanzen durch viele Hände. Jede Alge wird einzeln auf die Halteleine im Meer gesetzt, geerntet und getrocknet – bei der ungeheuren Größe der Farmen kaum vorstellbar. „Vor allem zur Erntezeit, wenn riesige Mengen Algen in kurzer Zeit geerntet werden müssen, brauchen wir viele Arbeitskräfte“, sagt Pang. „Die Jüngeren wollen diese Arbeit nicht mehr machen.“

Das heißt: Ohne automatische Verfahren zum Bepflanzen der Leinen mit Setzlingen, zur Ernte und für die Weiterverarbeitung wird der Algenanbau in China künftig wohl nur über höhere Marktpreise betrieben werden können.

In Südkorea sind die ersten Schritte zur Mechanisierung bereits getan. Dort greifen überlieferte Anbautechniken und der Einsatz moderner Maschinen ineinander. In Südkorea wird ein Großteil der auf der Welt verkauften Nori-Algen (Pyropia) angebaut, die in Europa vor allem als Algenplatten zum Einrollen von Sushi bekannt sind. Im Land selbst werden kleine Nori-Portionen täglich mit Reis verzehrt, ob beim Frühstück oder als Beilage zu



Race to Feed the World

Ein Projekt der Frankfurter Allgemeinen Zeitung, gefördert durch das European Journalism Centre über dessen Programm „Innovationen im Entwicklungsjournalismus“.

faz.net/feedtheworld

anderen Gerichten. Nori wird in Südkorea von Kleinbauern angebaut, häufig von Familien, die Algen auf Netzen in der Gezeitenzone der Küsten züchten. Sie beziehen ihre Jungpflanzen von Unternehmen, die sich auf die Aufzucht von Nori-Setzlingen spezialisiert haben. Nach der Extraktion von Samen aus erwachsenen Pflanzen im Labor werden die Samen in künstlichen Meerwasserbassins auf ausgelegte Betten leerer Austernschalen gegeben. Die Samen infiltrieren die Perlmuschel-Schicht der Austern und wachsen zu Algensporen heran. Die Austernschalen werden samt Sporen in Säcken auf die Kultivierungsnetze ins offene Meer gebracht, wo die Sporen auf die Netze übersiedeln und zu Algen heranwachsen. Sobald die Meerwassertemperatur im November sinkt, können die Nori-Algen bis in den Mai darauf monatlich geerntet werden, indem jeweils der untere Teil der Alge mit Erntebooten abgeschnitten wird.

Die geerntete Algenmasse wird an verarbeitende Unternehmen weitergegeben. Hauptabnehmer des in Südkorea produzierten Rohstoffs sind Japan, die Vereinigten Staaten, China und Thailand. Vor allem in den Vereinigten Staaten werden südkoreanische Algenprodukte in Form von gesunden Snacks immer beliebter. Heute konkurrieren die Algenprodukte mit Thunfisch um den zweiten Platz auf der Fischerei-Exportliste Südkoreas. Das Geschäftsmodell mit Mechanisierung und einträglicher Wertschöpfungskette durch kleinbäuerliche Produktion könnte zum Vorbild für andere Länder werden.

Auch in Indonesien, einem der bevölkerungsreichsten Staaten der Erde, sind Algenfarmen seit einiger Zeit stark im Kommen. In den vergangenen 15 Jahren hat sich dort ein dynamischer Wirtschaftszweig um die Produktion von tropischen Rotalgen (vor allem Kappaphycus alvarezii) entwickelt. Mittlerweile ist das Land hinter China zweitgrößter Produzent mariner pflanzlicher Biomasse. Ein Drittel der auf der ganzen Welt produzierten Algen stammt aus dem Archipel-Staat.

Die örtlichen Algenarten, die an die tropischen Bedingungen angepasst sind, werden dort mit einfachen Produktionsmethoden angebaut, beispielsweise indem in seichten Lagunenbereichen Holzpfähle aufgestellt werden. An den Leinen, die zwischen die Pfähle gespannt sind, werden in bestimmten Abständen kleine Algenstücke befestigt. Unter günstigen Bedingungen kann sich in 20 bis 40 Tagen das Algengewicht jedes Setzlings verzehnfachen. Die Kultivierung im seichten Wasser hat den Vorteil, dass man ohne große Boote ernten kann. Die Algen können aber auch in tieferem Wasser auf schwimmenden Leinen oder Flößen kultiviert werden.

Nicht nur die Umwelt profitiert von dem wachsenden Sektor. Knapp 200.000 Kleinbauern erarbeiten sich mit der Algenzucht in Indonesien ein Auskommen über der Armutsgrenze. Erfahrene Algenbauern können bei acht Ernten im Jahr mit der getrockneten Biomasse bis zu 2000 Dollar verdienen. Auch wenn die Rotalgen überwiegend für die Produktion von Agar, einem pflanzlichen Geliermittel, verwen-

det werden, landet ein Teil der Ernte auf örtlichen Lebensmittelmärkten. Als Veggie-Beilage zu Gerichten oder eingearbeitet in Algen-Donuts sind die Pflanzen aus dem Meer beliebt geworden. Auch auf den Philippinen, in Malaysia, Tansania, Kenia und Madagaskar werden mittlerweile tropische Rotalgen angebaut.

Der neue Wirtschaftszweig hat sogar Sylt erreicht. Dort schaut der emeritierte Professor Klaus Lüning durchs Wohnzimmerfenster seines reetgedeckten Backsteinhauses auf seinen Garten, in dem Algen auf Wäscheleinen in Wind und Sonne trocknen. Lüning hat sich jahrzehntelang mit den Pflanzen des Meeres beschäftigt und will nun, nach seiner Pensionierung, den Nutzen von Meeresalgen in Deutschland bekanntmachen. Er hat selbst viel mit Algen experimentiert und vertreibt sie über das von ihm gegründete Unternehmen Sylter Algenfarm in Deutschland. „Es gibt generell ein gestiegenes Interesse an Pflanzenmaterial“, sagt Lüning. Vor allem die Vielfalt von Makroalgen und die interessanten chemischen Zusammensetzungen machen die Pflanzen so spannend. Deshalb seien Meeresalgen vor allem als funktionales Lebensmittel interessant.

Sind Algen also mehr als ein kurzlebiger Ernährungstrend? Gut möglich, findet Lüning. Ähnlich wie die Nori-Alge durch Sushi auf der ganzen Welt verbreitet wurde, könnten auch andere Algenarten ihren Platz auf den Speisekarten finden. „Die Menschen sind sehr neugierig“, sagt Lüning. „Sobald es eine neue essbare Pflanze gibt, wird sie auch gegessen. Aber das benötigt Zeit.“

Aufbruch in die Zukunft: Olavur Gregersen, Geschäftsführer des Unternehmens Ocean Rainforest auf den Färöer, sieht sich als Pionier einer neuen Branche.



In Schale geworfen: Algenzucht im großen Maßstab ist eine Wissenschaft für sich. Ohne Hilfe aus dem Labor ist es schwer, wirtschaftlich erfolgreich zu sein.

Exklusiver Weingenuss für festliche Anlässe.



Ein besonderer Augenblick verlangt nach einem besonderen Wein. Mit unserem Festwein-Genuss-Paket haben Sie für jeden besonderen Anlass eine exzellente Flasche Wein zur Hand.

VINOS

Festwein

Genuss

PAKET

SIE SPAREN

50%

GEGENÜBER DEM EINZELKAUF

6 Flaschen

39,00 €

78,70 €

Preis pro Liter 8,87 €

Kostenloser Versand
innerhalb Deutschlands

Jetzt bestellen:

[vinos.de/festweine6](https://www.vinos.de/festweine6)

Schnelle Lieferung mit DHL in 1-2 Werktagen

Top-Bewertungen 9,7/10 Punkte bei Trustpilot

Umtauschgarantie ohne Wenn und Aber

Über 1.800 Lieblingsweine ständig auf Lager

Alle Weine enthalten 0,75 l/Fl. Sollte ein Wein ausverkauft sein, behalten wir uns vor, Ihnen automatisch den Folgejahrgang oder einen mindestens gleich- oder höherwertigen Wein beizufügen. Den aktuellen Inhalt Ihres Pakets finden Sie unter www.vinos.de/festweine6. Dieses Angebot ist gültig, solange der Vorrat reicht. Ihr Spanien-Wein-Spezialist Nr. 1: Wein & Vinos GmbH, Kneesebeckstraße 86, 10623 Berlin, zertifizierter Bio-Fachhändler (DE-ÖKO-037)

Telefon: 0800 31 50 60 8 (Mo-Fr 8-18 Uhr, Sa 10-15 Uhr), Online: www.vinos.de/festweine6



Grüner wird's nicht: Bei Katina und Kyle Connaughton bestimmt die eigene Farm, was zu welcher Zeit auf den Tisch kommt. Fast drei Viertel der Produkte, die sie anbieten, bauen sie auch selbst an.

Katina & Kyle Connaughton, „Single Thread“, Healdsburg

Eine Frau mit locker zurückgebundenen roten Haaren, rot-weiß kariertem Hemd und tätowierten Armen kommt mit ihrem Labrador über das Feld gelaufen. Sonnenblumen schwingen im Wind, sie pflückt hier und da ein paar Blumen. Katina Connaughton ist Farmerin und die Frau des Kochs Kyle Connaughton. Zusammen betreiben sie in Healdsburg das „Single Thread“ – Restaurant, Farm und Hotel in einem. Gleich im ersten Jahr nach der Eröffnung 2016 gab es zwei Michelin-Sterne. Mittlerweile kommen 70 Prozent der Produkte von der eigenen Farm: Gemüse, Kräuter, Blumen. „Uns geht es darum, das Gemüse zum perfekten Reifezeitpunkt mit der höchsten Frische zu ernten und so die einzelne Zutat wirken zu lassen“, sagt Katina Connaughton.

Ihr Mann und sie teilen das Erntejahr in 72 fünftägige Mikro-Saisons auf. Diese Herangehensweise stammt aus Japan, auch das Dinner ist an die japanische Kaiseki-Art angelehnt: frische und feine Zutaten, in Szene gesetzt durch ausgewähltes Geschirr und spezielle Tischdekoration. Schon der erste Gang ist ein kunstvolles Gebilde aus Moos, Blüten und Früchten, geschmückt mit allerlei Schälchen: eine Cantaloupe-Melone im eigenen Saft, knackig lila-farbene Purple-Haze-Karotten, die ersten Kartoffeln des Jahres mit australischen Trüffeln, eine Holzmakrele mit Zucchini-Vinaigrette, frische Erbsen gefüllt mit Frischkäse. Es ist „eine Momentaufnahme des Sommers“.

Nach gemeinsamen Stationen in Japan und England hat sich das Paar in Kalifornien seinen Traum erfüllt. „Unsere Idee war es, dass tatsächlich die Farm die Speisekarte bestimmt“, sagt Kyle Connaughton. Normalerweise überlegt sich ein Koch ein Rezept und bestellt danach die entsprechenden Zutaten. Bei „Single Thread“ läuft es andersherum. „Wir fragen uns: Was wollen wir anbauen? Dann sagt die Farm: ‚Okay, jetzt ist es reif.‘ Und dann müssen wir uns in der Küche überlegen, was wir damit machen.“ Katina und Kyle Connaughton gehen sogar noch einen Schritt weiter. Selbst wenn sie Fleisch verwenden, geht der Gedanke erst mal vom Gemüse aus. Rote Bete ist reif? Dann wird überlegt, was gut dazu passen könnte. Erst zum Schluss wird zum Beispiel die Ente zum Rote-Bete-Gericht dazugegeben, als Beilage sozusagen.

„Die kalifornische Küche ist ein sehr offener Begriff“, sagt Katina Connaughton. „Wir haben diese Mischung aus verschiedenen Kulturen. Jeder hat ein bisschen seine eigene Definition dessen, was California Cooking ist.“

Katina und Kyle Connaughton sind ein Paar, seit sie 15 Jahre alt sind. Als Farmerin und Koch hatten sie noch nie so viel Zeit füreinander wie jetzt. „Wir verschmelzen einfach gut miteinander“, sagt Katina. „Ich könnte nicht das tun, was ich tue, ohne ihn und, nun ja, er könnte schon das tun, was er tut, ohne mich.“ Kyle widerspricht: „Nein, könnte ich nicht – nicht so, wie wir das machen.“



CALIFORNIA COOKING

Was bedeutet kalifornische Küche? Fünf Restaurants an der amerikanischen Westküste geben Antworten.

Von Jessica Jungbauer (Text und Fotos)

David Kinch, „Manresa“, Los Gatos

David Kinch ist eine der wichtigsten Figuren der zweiten Generation von Restaurant-Chefs, die sich der Farm-to-Table-Bewegung verschrieben haben. Der Koch im Drei-Sterne-Haus „Manresa“ in Los Gatos, eine Stunde südlich von San Francisco, steht mit seinem Team in der Küche und kostet von einem Teller. Der Sommelier schenkt einen Schluck Wein ein, Kinch probiert. Der Service für den heutigen Abend kann beginnen.

Auch Kinch findet es schwer, die kalifornische Küche zu definieren. „Kalifornien war immer ein bisschen anders, weil es nicht nach Europa schaute und versuchte, die Küche dort in guten Restaurants einfach nachzumachen“, sagt er. „In Kalifornien waren die Leute immer aufgeschlossen und oft Autodidakten ohne bindende Traditionen. Sie begannen, die großartigen Zutaten zu nutzen und selbst Obst und Gemüse anzupflanzen. So entwickelte sich eine Küche, die mehr auf das außergewöhnliche Produkt ausgerichtet ist als auf die Technik.“

Mit feinen Handgriffen wird Kinchs *signature dish* „Into the Vegetable Garden“ Schicht für Schicht vorbereitet. „Obwohl der Name des Gerichts immer derselbe war, wandelt es sich stetig“, sagt er. „Es ist ein Spiegelbild der Jahreszeiten und der Zutaten, die wir zu einem bestimmten Zeitpunkt erhalten.“

Die Zutatenliste liest sich wie eine Hommage an wenig beachtetes Blattgemüse: blühender Koriander und seine Triebe, goldfarbene Majoranblüten und essbare Stiefmütterchen auf einem Bett aus jungen und zarten Mangoldblättern, Rübenspitzen, Sauerklee und gelockter Kresse. Andere Höhepunkte des Angebots sind Austern mit lilafarbenem Rettich und Schnittlauchblüten, japanische Pferdemaikrele mit Zitrusgelee und ein weich gekochtes Ei in Estragon- und Spinatsoße. Das Geheimnis des Spitzenkochs? „Ich frage mich immer: Ist das, was wir tun, ein Abbild dessen, wer wir sind und wo wir sind? An der Küste in der Mitte Kaliforniens, in den Ausläufern der Santa Cruz Mountains, direkt am Pazifik.“



Garten-Party: Das Restaurant „Manresa“ in Los Gatos, in dem der 57 Jahre alte David Kinch kocht, ist vielfach ausgezeichnet worden. Seine Gerichte sollen auch den Ort der Entstehung abbilden.



Organisches Wachstum: 1971 eröffnete Alice Waters ihr Restaurant „Chez Panisse“ in Berkeley. Von Beginn an legte sie Wert auf hochwertige Zutaten. So überzeugte die Besitzerin und Buchautorin auch Gäste wie Bill Clinton und den Dalai Lama.



FOTOS: PICTURE ALLIANCE; GILLES NINGASSON/MAGANE FRAPOLIAE

Alice Waters, „Chez Panisse“, Berkeley

Was heute mit Worten wie „aus biologischem Anbau“, „regional“ oder „saisonal“ auf fast jeder Speisekarte eines neuen Cafés oder Restaurants steht, ist eigentlich nichts Neues. Es heißt nichts anderes als: Die Zutaten haben Saison, sind möglichst frei von Pestiziden und werden aus der näheren Umgebung bezogen. Wer das liest, könnte denken: Sollte das nicht die normale Art und Weise sein, wie wir uns ernähren und Landwirtschaft betreiben?

Eine „Philosophie des Essens“ nennt das Alice Waters. Vor fast 50 Jahren hat die Gastronomin und Aktivistin in ihrem Restaurant „Chez Panisse“ in Berkeley begonnen, die Farmen, von denen sie ihre Zutaten bekommt, auf der Speisekarte zu nennen. Damit begründete sie die Farm-to-Table-Bewegung. „So essen die Menschen seit Anbeginn der Zeit“, sagt Alice Waters. „Aber für uns hier in den Vereinigten Staaten ist die Idee von wirklich regionalen und nachhaltigen Lebensmitteln noch relativ neu. Die Verbindung der Restaurants mit den Farmen gibt es erst seit etwa 30 Jahren.“

Wie definiert die Vordenkerin selbst die California Cuisine? „Ich denke, wir haben noch gar keine kalifornische Küche“, sagt Waters und lacht. „Eine richtige Cuisine entwickelt sich erst mit der Zeit. Wir kochen in Kalifornien mit Einflüssen der asiatischen und mexikanischen Bevölkerung und des Wetters. Das bedeutet, dass wir in der Lage sind, Obst und Gemüse auch im Winter im Freien anzubauen, und dass wir viel über Holzkohle und dem Grill zubereiten. Das sind aber eher Merkmale des Kochens in Kalifornien.“

CALIFORNIA COOKING



Rote Bete meets Pfirsich: Cindy Daniel will in ihrem Restaurant „Shed“ den ganzen Weg vom Bauernhof zum Essen darlegen. Ihr Haus in Healdsburg ist deshalb Markt, Café und Treffpunkt für Gleichgesinnte.



Cindy Daniel & Doug Lipton, „Shed“, Healdsburg

Healdsburg in Nordkalifornien ist ein Ort, der trotz seiner nur 11.000 Einwohner als amerikanischer Foodie-Hot-Spot gilt. Hier trifft die Liebe zu gutem Essen auf gemütliches Kleinstadtlair. Der Ozean und die Metropole San Francisco sind gleich in der Nähe. Das „Shed“ empfängt seine Gäste denn auch mit den Worten: „Ein landwirtschaftlicher Geist beginnt mit der Liebe zu den Feldern und umfasst dann gute Landwirtschaft, gute Küche und gutes Essen.“ Ein Zitat von Wendell Berry, Autor und Aktivist für ökologischen Landbau.

Mit einer Korbtasche in der Armbeuge führt Cindy Daniel durch ihren Laden und erzählt, wie sie mit ihrem Mann und Partner Doug Lipton die Idee des Biolandbaus lebt. Sie haben einen Ort geschaffen, an dem Café, Restaurant und ein Shop für Kochutensilien und Farmwerkzeuge zusammenkommen. „Ich wollte den Weg vom Bauernhof in die Küche und von der Art zu kochen zum Essen veranschaulichen. Und wie das die Gemeinschaft zusammenbringt.“

Auch hier ist ein Salat nicht nur ein Salat: Rote Bete trifft auf Pfirsich, vereint auf einem Bett aus Joghurt mit Pekannüssen. Der Koch Perry Hoffman hat in der offenen Küche eine breite Palette an Töpfen und Gefäßen vor sich, mit Zutaten in bunten Farben – wie ein Maler, der vor einer Staffelei steht. Statt mit Pinseln arbeitet er mit Aromen und Texturen. Und erschafft so kleine Kunstwerke, die die Landschaft Nordkaliforniens abbilden.



Sommerfrische: Der Koch und Restaurantbesitzer Daniel Kedan legt Wert auf lokales und nachhaltiges Wirtschaften. Der Respekt vor der Natur sei in Kalifornien bei vielen tief verankert.

Daniel Kedan & Marianna Gardenhire, „Backyard“, Forestville

Immer wieder bringt Daniel Kedan Schalen und Schüsseln aus der Küche durch den Garten an den Tisch. Die Schatten der Bäume tanzen über die rot-weiß karierte Tischdecke. Teller werden verschoben, Gläser und Flaschen zur Seite gestellt, um Platz zu machen für: Pfirsichsalat mit Burrata, cremigem Käse mit sahnigem Inneren, der heute frisch zubereitet wurde; *fried buttermilk chicken*, zart und knusprig zugleich; einen Gemüseeintopf, für den der Koch heute Morgen Kürbis und Frühlingzwiebeln von seiner Farm um die Ecke mitgebracht hat; und einen Salatkopf, der überraschend knackig und buttrig ist.

Wenn Kalifornien der Ort ist, an dem Trends in Sachen Ernährung, Umweltbewusstsein und Nachhaltigkeit gesetzt werden, dann ist Sonoma County seine Testküche. Auch in Forestville, wo Daniel Kedan und seine Frau Marianna Gardenhire im „Backyard“ kochen, brodeln es. Kedan kommt immer wieder an den Tisch gelaufen, um zu sehen, ob auch alles aufgegessen wird. Wenn schon *no waste*, dann richtig. Übrig gebliebene Lebensmittel werden kompostiert, an die Hühner verfüttert – oder gleich in leckere Limonaden verwandelt. Dann folgt das Dessert: eine Eiscreme aus Candy-cap-Pilzen, einem begehrten Speisepilz, auch als Kampfermilchling bekannt, der so süß ist, dass er dem Eis einen Hauch von Ahornsirup verleiht. Danach legt Kedan die Schürze ab und führt zu seinem Herzstück: der Farm.

Ursprünglich kommt das Ehepaar von der Ostküste, aus Connecticut. Sonoma County war schon immer ihr Sehnsuchtsort. „Es gibt hier so viel Respekt für alles, was wächst, ob das die Trauben des Pinot Noir sind oder ein einfacher Salat“, sagt Kedan. Im Hintergrund gackern Hühner, während er durch die Beete läuft und immer wieder stolz auf die Sträucher zeigt und Blätter streichelt, als seien es seine Kinder, die er da aufwachsen sieht.

„Sonoma County ist ein Schmelztiegel von Menschen, für die der Boden große Bedeutung hat. Wenn man Leute hat, die nicht nur an die Ernte von morgen denken, sondern auch an die im nächsten Jahr oder in zehn Jahren, dann macht das einen großen Unterschied.“

Im Vorbeigehen pflückt Kedan ein paar Früchte von den Sträuchern, sie sind noch warm von der Sonne. „Kalifornisch zu kochen“, sagt Kedan, „bedeutet für mich, nur das Frischeste zu verwenden. Vielleicht einen kleinen Schuss Essig oder eine Prise Salz, aber sonst das Gemüse so zu lassen, wie es ist.“



Matte Oberflächen, dezente Optik: Vom Restaurant „Clouds“ in den „Tanzenden Türmen“ aus kann man weit über Hamburg blicken.

INNERE WERTE

Florian Kienast richtet Restaurants und Bars so ein, dass sich Gäste wohlfühlen. Dabei vertraut er auf die Formeln der Harmonie.

Von Matthias Wyssuwa, Fotos Stefan Finger

E

s gibt Orte in einer Stadt, auf die sich alle einigen können. Die von alteingesessenen Einwohnern so geliebt werden wie von frisch Zugezogenen und Touristen. Die man einfach immer anschauen kann. Hamburg hat viele solcher Orte, viele solcher Sehenswürdigkeiten. Und es gibt besondere Plätze, von denen aus man diese Sehenswürdigkeiten aus neuer Perspektive betrachten kann. Florian Kienast hat solche Räume in der Hansestadt geschaffen und gestaltet. Die besten Plätze für die beste Sicht.

„Wir haben natürlich großes Glück gehabt, dass wir immer Top-Locations gehabt haben“, sagt Kienast. „Wenn Räume eine besondere Eigenschaft haben, versuchen wir, diese Eigenschaft herauszuarbeiten.“ Und manchmal ist es einfach der Blick, den sie bieten.

Kienast sitzt an einem sonnigen Herbstmorgen in einer dieser Top-Locations, dem Restaurant „Heritage“ im Hotel Le Méridien. Ganz oben, direkt an der Außenlaster. Eine riesige Fensterwand gibt den Blick frei auf den glitzernden See, die Sonne scheint kräftig, träge schieben sich ein paar Segelboote übers Wasser. Hamburger Postkarten-Blick. Und Kienast durfte den Zuschauerrang einrichten. Wobei das fast zu wenig gesagt ist. Kienast richtet nicht nur ein, er inszeniert Räume.

Im Méridien hat er sich noch zurückgehalten. Seine Neugestaltung des Restaurants, sein Redesign, knallt nicht, es kommt geschmeidig daher. Dunkle Farben, klare Linien, edle Holztische, Panele mit goldenem Muster an der Decke. Nichts soll vom Ausblick ablenken. Wo lange die unbeliebten Plätze in der zweiten Reihe an der Wand waren, hat er den ganzen Bereich erhöhen lassen. Jetzt sitzt man hier geschützt und erhaben in einer Nische und kann über die Köpfe der anderen hinweg und hinaus schauen. Man glaubt, trotz des großen Restaurants den Blick für sich allein zu haben. Kienast sagt, wenn er in einen Raum kommt, brauche er meist nur fünf Minuten, um zu wissen, was er damit machen würde.

Der Dreißigjährige ist groß und sportlich. Er gerät schnell in eine Art sachliches Schwärmen, wenn er über seine Arbeit spricht. Vor gut 17 Jahren hat er das Einrichtungs- und Designbüro Formwaende mitgegründet. Zu dritt waren sie und fast schon naiv, sagt Kienast. Doch der Erfolg kam bald. Mehr als 300 Projekte haben sie bislang verwirklicht, auch international. Heute kann Kienast einen ganzen Tag lang durch die Locations der Hansestadt führen, in denen sein Büro sich austoben durfte. Ob im

Restaurant „Clouds“ mit Rooftop-Bar ganz oben in den „Tanzenden Türmen“, den Hochhäusern am Eingang zur Reeperbahn, ob im „Störtebeker“ in der Elbphilharmonie, wo man genauso gerne rein- wie rauschaut, oder eben hier im Méridien. An diesen Orten fällt auf, was seine Arbeit auszeichnet: Alles ist zurückhaltend geradlinig, unkitschig behaglich und detailverliebt.

Kienast wuchs zunächst in Hamburg auf, dann zog die Familie hinaus in die Lüneburger Heide, aufs Dorf. Seine Eltern kauften ein altes Bauernhaus und bauten es um. Alte Pferdeställe wurden zu Wohnräumen, die Türen wurden aufgearbeitet, die Balken freigelegt, ebenso das Mauerwerk. Auch wenn Architektur nie ein Thema bei ihm zu Hause gewesen sei, sagt Kienast, so kam er ihr doch schon früh nahe. Denn alle mussten mithelfen.

„Ich glaube, das hat mich geprägt: Räume zu schaffen, die eine gewisse Geborgenheit und Wohlfühlatmosphäre ausstrahlen.“ So macht er es bis heute. Und natürlich musste es dann so kommen, dass auch der erste Kunde seines Büros ein altes Bauernhaus besaß, mit Reetdach und kleinen Fenstern. Mit seinen Kollegen kümmerte er sich um alles, von der Dusche bis zum Nachttisch. Der Kunde ließ sie machen. „Er hat nur gesagt, dass er uns vertraue – und nach den Kosten gefragt.“

Später traf Kienast einen Hersteller von Outdoor-möbeln, für den er Messestände und Verkaufsräume entwarf. Er schickte ihn zu internationalen Messen und zu Kunden in Deutschland. So fand er mit seinem Büro Zugang zur Welt der Hotels, gestaltete Terrassen neu, Tagungsräume – und Restaurants. Wenn er ein Projekt übernimmt, bespricht er mit dem Auftraggeber, wer die Zielgruppe ist und was die Geschichte zu Restaurant, Raum und Angebot sein soll. Dann erzählt er sie mit seinem Design.

Innenarchitekt ist er nicht auf dem üblichen Weg geworden. Einer seiner Brüder nahm ihn einst mit in eine Tischlerwerkstatt. Kienast machte kleine Aushilfsarbeiten und lief auf Baustellen rum. Das gefiel ihm, also begann er eine Tischlerlehre. Ganz klassisch, sagt er: Treppen aufstellen, Fenster bauen, Omas Sekretär reparieren. Er wusste früh, dass er selbständig werden wollte. Und lernte bald, dass er nicht ein Leben lang Tischler bleiben konnte.

Also holte er sein Fachabitur nach. Architektur zu studieren hätte ihm zu lange gedauert, die Geduld hatte er nicht. Stattdessen ließ er sich in einer Fachschule für Raumgestaltung und Innenausbau in Flensburg ausbilden.



Solide Basis: Florian Kienast, hier auf der Dachterrasse des Restaurants „Cloud“, hat ein Handwerk gelernt. Das hilft ihm, beim Planen auf dem Boden zu bleiben.



INNERE WERTE

Er traf auf Gleichgesinnte und schließlich auch auf die Partner, mit denen er 2001 Formwaende gründete. Dabei versteht Kienast sich als Kreativer, nicht unbedingt als Künstler. „Mich hat die handwerkliche Ausbildung geprägt“, sagt er. „Wenn ich ein Produkt entwerfe, ob Tisch oder Salzstreuer, weiß ich genau, wie ich das herstellen muss.“ Er denkt den Wunsch immer zusammen mit dem Weg dorthin. Da ist er ganz Norddeutscher – immer schön auf dem Teppich bleiben.

Seine Vorbilder sind vielfältig. Natürlich sind da Klassiker wie das Bauhaus. Aber vor allem hat er die Augen aufgemacht in der Welt, war auf Messen in Paris, der Mailänder Möbelmesse, der Fliesenmesse in Verona. Da habe sich eine Welt offenbart, wie er sie damals nicht gekannt habe. Und er glaubt an die Formeln der Harmonie, an immer wiederkehrende Gleichungen.

„Es sind am Ende mathematische Grundregeln“, sagt er, „die erklären, warum Menschen etwas schön finden und proportional – oder eben nicht.“ Kienast versucht sie zu befolgen. Immer wieder erzählt er, dass die klaren Strukturen stimmen müssten, die Proportionen ebenso wie die Haptik. Die Räume sind keine Provokation für das Auge. Sie wirken warm und vertraut.

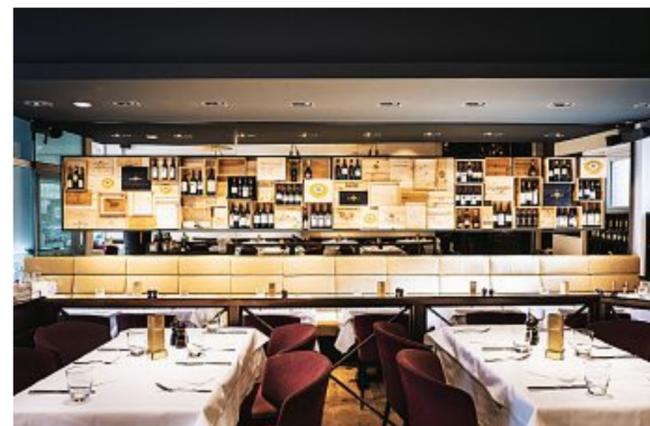
Wie im „Clouds“ in den „Tanzenden Türmen“, hoch über Hamburg. Der Blick reicht weit über die Stadt und den Containerhafen, der sich auf der anderen Seite der Elbe ausbreitet. Die Gestaltung wirkt auch hier zurückgenommen: schwere braune Lederstühle, gedeckte Farben, rustikale Holztische, stoffbespannte Paneele an der Wand, um die Akustik zu verbessern, und mattierte Strukturen, um Lichtreflektionen zu vermeiden. Erst auf den zweiten Blick werden die Details sichtbar: von der hinter Kordeln versteckten Garderobe bis zu den alten Bildern der Reeper-

bahn auf den Toiletten, die natürlich, sofern es ging, auf den Blick über Hamburg ausgerichtet sind. Kein Quadratmeter Fensterfläche wurde verschwendet.

Von den Bildern auf der Toilette über die Vasen, die Salzstreuer oder die Karten auf den Tischen bis hin selbst zur Kleidung der Bedienung – alles hat Kienast mitbedacht und mitentschieden, überall findet sich seine Formsprache wieder, werden die Motive aufgegriffen, die er dem Raum zugeschrieben hat. „Es ist eine Gesamtwelt, die wir versuchen zu inszenieren“, sagt er. Um das so umfassend zu tun, steigt er am liebsten früh in die Projekte ein. Oder: „Einmal mit dem Bagger durch den Raum und alles raus.“ So kann er auch noch über die Funktionen einzelner Räume sprechen: Wo sollte der Verkaufsraum hin, wo die Mitarbeiterküche? Selbst neue Zufahrtsschilder hat Kienast schon entwerfen lassen. „Die Bremse setzt der Auftraggeber fest“, sagt er.

In der Elbphilharmonie war er zwar auch schon früh an dem Projekt beteiligt, in diesem Fall aber waren seine Möglichkeiten beschränkt. Am Grundriss ließ sich nichts mehr ändern. So wurde es eine besondere Herausforderung, einen Gastronomiebetrieb für das Brauhaus „Störtebeker“ einzurichten, mit verwinkelten Räumen und raren Fenstern. Für den Bierbrauer sollte es ein Flaggschiff werden, es galt, eine Geschichte zu erzählen, die Marke zu inszenieren. Hafen und Bier, nur ohne Fischernetze.

Heute gibt es im „Störtebeker“ nichts von der Stange, bis zum Besteck wurde alles eigens geschaffen für diesen Ort. Wo die Räume es ihm besonders schwer machten, setzte Kienast andere Höhepunkte, um davon abzulenken – eine Decke aus Bierflaschen zum Beispiel. Und wenn man Glück hat, ist noch ein Platz auf dem kleinen Balkon frei, um beim Bier weit über den Hafen zu schauen. ◀



Alles in Form: Bei Projekten wie dem „Casa di Roma“ (oben und unten) sowie dem „Heritage“ ordnet Kienast die Gestaltungselemente einem Gesamtkonzept unter.

So schmeckt 2019



Die besten Adressen für Restaurants und Weine in Deutschland.

Alles über die wichtigsten Restaurants und Weine jetzt auch auf: facebook.com/gaultmillau.de

Brauzeuge: Beim Restaurant „Störtebeker“ in der Elbphilharmonie musste Kienast mit einem festen Grundriss zurechtkommen. Umso größer war die Herausforderung.



Licht im Dunkel: Ein paar Stunden täglich werden die Edelpilze in der Zucht beleuchtet – hier die Kräuterseitlinge.



Herr der Pilze: Was auf den Metallregalen in Mathias Krolls Gewölbekeller wächst, endet auf Marktständen und in Restaurants.

PILZKOPF

Mathias Kroll züchtet für Sternerestaurants Shiitake, Klapperschwamm und Goldkämpchen. Dafür lebt er unter Tage.

Von Theresa Weiß, Fotos Frank Röth

Worsicht“, sagt Mathias Kroll. Er zieht den Kopf ein, stützt sich an der Wand aus grob gehauenen Stein ab, die Füße tasten sich über die abgetretenen feuchten Stufen voran. Die Wendeltreppe ist eng und steil, es ist dunkel. Wer sein Reich besuchen will, muss mit Bedacht hinabsteigen. Unter Tage türmen sich Mathias Krolls Schätze auf schlichten Metallregalen: Aus weißen Beuteln sprießen Kräuterseitlinge, ihre Stiele sind dick, die Hüte blassbeige. Auf dem Boden

vor den Regalen stehen in schwarze Folie geschlagene Strohballen, aus denen sich schon ein paar flache Kastanienseitlinge herausgekämpft haben. Nebenan bekommen die Goldkämpchen ihre tägliche Dusche. Und weiter hinten, tief in den Katakomben, wachsen die ersten Shiitakepilze aus Sägemehlblöcken.

Kroll – angegraute Bartstoppeln, Kastenbrille und vorsichtiges Lächeln – ist Edelpilzzüchter. Seit fünf Jahren verdient der Zweiundvierzigjährige sein Geld damit, Pilzsubstrat in Dillenburg zu kaufen, es in seinen Sprinter zu laden, in den ehemaligen Eiskeller am Bieberer Berg in Offenbach zu fahren und ein paar Wochen zu hegen und zu pflegen, bis er ernten kann. Die Pilze – Seitlinge, Shiitake, Buchenpilze, Friseepilze und mehr – verkauft er an Spitzenköche und Sternerestaurants in der Region, auf dem Offenbacher Wochenmarkt und in der Frankfurter Kleinmarkthalle. Seine Kunden sind das Frankfurter Restaurant „Lafleur“, das „Kabuki“ – eigentlich alle, die besondere Pilze auf der Speisekarte anbieten. Jede Woche holt er tau-

send Blöcke von dem Substrat, das mit Myzel, den fadenförmigen Zellen des Pilzes, geimpft wurde.

Die Blöcke bestehen aus Sägemehl, etwas Maismehl und Luzerne. Das Wichtigste ist ein kleiner Holzstab, der in den luftdicht verpackten Plastikbeutel gepiekt wird: Er enthält die Pilzzellen, die sich im Substrat ausbreiten. Was am Ende oben aus dem Block herauswächst und verspeist wird, ist nur der Fruchtkörper des Pilzes. Den bildet er, um Sporen in die Luft zu schicken und sich fortzupflanzen.

Insgesamt trägt Kroll jede Woche etwa 400 Kilogramm Pilze aus dem Gewölbekeller. Wenn er sie ausliefert, ist er glücklich. „Das ist das Bonbon: Ich treffe mich mit den Köchen und bekomme Lob für die Qualität.“ Für diesen Ertrag braucht er 1,8 Tonnen Substrat, das er in den Keller und wieder heraus schleppt, um es zur Kompostieranlage zu bringen, wenn die Pilze abgetrennt sind. Kroll ist groß und schlank, seine Arme schmücken Tattoos, und manchmal scheint er zu vergessen, dass er noch immer einen Beutel mit Pilzsubstrat im Arm hält, während er erzählt.

Früher hat Kroll auch schon geschleppt, Dinge und Menschen. Er war Krankenpfleger. Sein Pflegedienst versorgte vor allem Krebspatienten. „Das hat mich emotional sehr belastet“, sagt er. Vor allem hatte er nie genug Zeit, sich so zu kümmern, wie er das wollte. Spontan entschloss er sich, den Pflegedienst aufzugeben und in die Pilze zu gehen. „Das war schon vorher mein Hobby. Ich habe zu Hause Baumstämme beimpft und Pilzkulturen in der Petrischale gezüchtet.“ Er kennt seine Schützlinge gut und weiß zu jedem Pilz ein Stegreifreferat zu halten. Da sind etwa die

Goldkämpchen. Kroll fährt mit einem Finger über die Hüte der kleinen orangeleuchtenden Knöpfchen. „Da ist so eine stärkeähnliche Substanz drauf, die dickt Soßen wunderbar ein.“ Der Pilz ist ziemlich feucht, Kroll nennt es „schlönzig“. Jeden Tag werden die Goldkämpchen gegessen, als einzige Sorte in der Zucht. Nebenan warten weiße Buchenpilze darauf, aus der Tüte befreit zu werden, die über ihren Schirmen noch geschlossen ist. Kroll erklärt, dass man bei dieser Sorte warten müsse, bis sich der Fruchtkörper schön ausgebildet hat, bevor man Sauerstoff an die Pilze lässt. „Sonst bleiben die klein und knubbelig.“

Die ersten Jahre waren hart, es gab viele Fehlversuche. Zum Beispiel, als er die Bewässerungsanlage für die Kräuterseitlinge baute. Umständlich leitete er Regenwasser in einen Tank zur Ozon-Desinfektion, verbaute eine Sprenglerdüse, legte Leitungen. Am Ende waren die Wassertropfen zu groß. Die Lösung war ein Ultraschallvernebler aus dem Baumarkt, für 80 Euro.

Oder als er mit der Samthaube experimentierte: Der Pilz zog Fliegen an wie noch was. „Die ganze Wand war voll, obwohl der Fortpflanzungszyklus hier unten verlangsamt ist.“ Er lacht, wenn er die Fehlschläge schildert. Denn er hat sich durchgebissen, immer weiter probiert, und inzwischen läuft das Geschäft. Je nach Sorte bekommt Kroll um die 25 Euro für ein Kilo Pilze auf dem Wochenmarkt. Mit den Restaurants handelt er Spezialpreise aus.

Die Woche ist eng getaktet. Montags holt Kroll das Substrat, dienstags erntet er und liefert aus, Mittwoch und Donnerstag wird wieder geerntet und altes Substrat weg-



Erntezeit: Jede Woche trägt Kroll etwa 400 Kilogramm Pilze aus dem Gewölbekeller – zum Beispiel Goldkappchen.

gefahren. Am Freitag und Samstag liefert er noch mal Pilze aus und steht auf dem Wochenmarkt. Sonntags arbeitet er nur um die fünf Stunden, sagt er: Pilze kontrollieren, wässern, Beleuchtung ausrichten. Würde er ausrechnen, was er in der Stunde verdient, käme er nicht auf den Mindestlohn. Er hat wenig Zeit für seine Familie, für die zwei Kinder. „Das tut mir im Herzen weh.“ Er hat Angst, den Moment zu verpassen, in dem seine Kinder lieber mit Freunden als mit Papa abhängen. Doch er liebt auch, was er tut. „Das hier ist was Eigenes.“ Kroll will experimentieren, tüfteln, Verantwortung tragen, Ideen verwirklichen. Außerdem will er nun, da das Projekt Früchte abwirft, nicht aufgeben. „Selbstständig ist halt selbst und ständig.“

Er erweitert sein Geschäft gerade sogar, nimmt Kresse und Sprossen mit ins Programm. „Für das Sommerloch“, sagt er. Zwar kann Kroll das ganze Jahr über in gleichbleibender Qualität Pilze produzieren. Doch im Sommer sinkt die Nachfrage. Sobald der Spargel da ist, will keiner mehr Pilze kaufen. „Dabei kann man die auch als Salat verarbeiten“, schiebt er schnell hinterher. Trotzdem: In den Köpfen der Käufer ist der Pilz ein Herbst- und Winterprodukt. Wenn es mit der Kresse gut läuft, kann Kroll noch einen Mitarbeiter einstellen. Und wenn es richtig gut läuft, wenn auch der geplante Versandhandel Gewinn abwirft und seine Idee mit dem Apfelwein einschlägt, den er in einem leeren Raum keltern und im Straßenverkauf anbieten will – dann kann er vielleicht etwas kürzertreten.

In dem Gewölbekeller gedeihen die Pilze prächtig. Einen Geschmacksunterschied zum Freiland-Pilz gibt es bei einigen Sorten trotzdem. Etwa beim Shitake, der in Japan natürlich vorkommt und Baumstämme besiedelt.

PILZKOPF

Die wilden Exemplare schmecken noch intensiver, sagt Kroll. In der Zucht ist deren Lebensweise aber nicht nachzuzahlen. Würde er einen echten Baumstamm anstelle des Sägemehls mit Myzel beimpfen, müsste er anderthalb Jahre warten, bis er Pilze ernten kann. Die müsste er dann so teuer verkaufen, dass sie ihm keiner abnähme.

Also Sägemehl in Beuteln auf Regalen im Keller. Einfach zu finden waren die Katakomben nicht. „Fragen Sie einen Makler mal nach einem feuchten Keller – da gibt es nicht viele Objekte“, sagt Kroll. Irgendwann rief ihn doch einer an. Er hatte den Keller an der Bieberer Straße entdeckt, 400 Quadratmeter unter Tage. 16 Jahre stand er leer, vorher war ein Jazzklub drin, der aus Brandschutzgründen schließen musste. Kein Wunder bei der steilen Stiege, die in den Bauch des Kellers führt. Ganz früher brachten die Brauer im Winter geschlagenes Eis vom Main in die Katakomben, um im Sommer Bier machen zu können. Die Wände sind kühl und feucht. Pilze lieben das. Alles andere schimmelt weg. „Ist keine Waldpilzromantik hier unten“, sagt Kroll. Aber effizient – und sicher. Die Vielfalt im Wald ist größer, aber auch gefährlicher: „Man kann sie alle essen, aber manche eben nur einmal.“

Ganz ungefährlich ist es auch unter Tage nicht. In der Luft fliegen Unmengen von Sporen, die sich in der Lunge

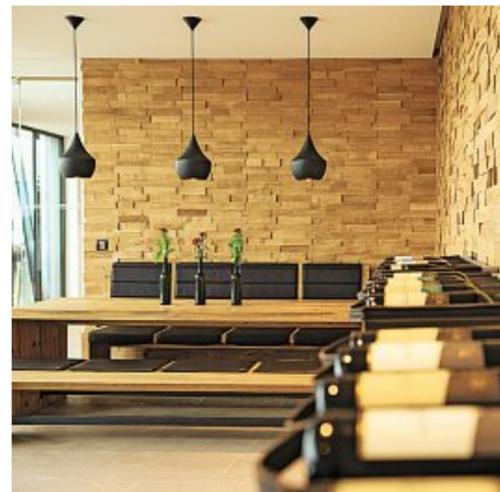
festsetzen können. „Sporenlunge“ ist eine alte Pilzzüchter-Krankheit. „Wir versuchen, die Pilze zu ernten, bevor die Schirme aufplatzen“, sagt Kroll. Erstens ist der Pilz dann kompakter und frischer, das schätzt die Kundschaft. Und zweitens gelangen dadurch weniger Sporen in die Kellerluft und damit auch in seine Lunge.

Mathias Kroll verbringt fast seine ganze Zeit im Keller. „Früher war ich so ein Sommer-Sonne-Hitze-Typ“, sagt er, „jetzt mach' ich bei 25 Grad die Grätsche.“ Er hat sich an die Kühle gewöhnt, auch im Hochsommer erwärmt sich die Luft im Gewölbe auf höchstens 13 Grad. Kroll trägt immer T-Shirt. Er hat sich auch mit dem Alleinsein arrangiert. Im Vergleich zu seinem früheren Beruf ist das Pilzzüchten einsam, auch wenn er seit gut einem Jahr einen Mitarbeiter hat. „Man ertappt sich manchmal dabei, wie man mit den Pilzen redet“, sagt der junge Koch, den er eingestellt hat. Kroll hört Hörbücher. Etwa 700 Stück hat er in den vergangenen vier Jahren geschafft.

Doch das, was ihm am meisten zu schaffen macht, ist die Dunkelheit. Zwar werden die Pilze ein paar Stunden am Tag beleuchtet, damit sie sich orientieren können und schön gerade wachsen. Aber Tageslicht sieht Kroll selten. Morgens ist es dämmerig, wenn er in den Keller steigt, abends, wenn er herauskommt, ist es dunkel. Vor einem Dreivierteljahr taten ihm plötzlich alle Gelenke weh. Der Arzt diagnostizierte Vitamin-D-Mangel. Seitdem soll Kroll einmal die Woche ins Solarium gehen und futtert Vitamin D in Tablettenform. Seine Haut leuchtet hell, wenn er kurz in die Sonne tritt, um altes Substrat auf den Hänger zu werfen. Er vergisst das mit dem Solarium oft, gibt er zu. Die Pilze fordern ihn ganz. ◀



Vinotheken sind Orte der Begegnung mit dem Wein, den Menschen, die ihn lieben, und mit einer Kultur, die sich auf den Weg in die Zukunft gemacht hat



Besuchen Sie uns doch mal, hatte der Winzer am Telefon gesagt. Natürlich liefern wir gern auch weiterhin zu Ihnen nach Hause. Aber hier bei uns auf dem Weingut ist es eben etwas anderes. Sie werden sehen...

Inzwischen ist eine Leidenschaft daraus geworden. Ein Programm für entspannte Wochenenden, die Einladung, eine öde Auto- oder Bahnfahrt für ein, zwei Stunden oder gar auf eine Übernachtung zu unterbrechen, einen kleinen Umweg zu machen – und dann auf einer luftigen Dachterrasse zu sitzen, ein schlankes Glas in der Hand und in der Nase den Duft eines Weines, der viel zu erzählen hat. Ein Betrieb empfängt seine Gäste im Ambiente einer Moderne, die so strahlend hell und klar ist wie sein Riesling. Einer hat Schaukelstühle auf die Veranda gestellt. Einer erweitert die Weinprobe kurzerhand zu einer Grillparty, einer lädt zu einer mineralkundlichen Wanderung durch seine Gärten hoch über dem Fluss. Und einer rechnet vor, voller Stolz, wie er den ganzen Betrieb mit Strom aus den Solarzellen vom Dach seines Neubaus für Besucher versorgt. Kein Wunder eigentlich: Wer im Weinberg arbeitet, der erlebt ja jeden Tag, dass Freundschaft mit der Natur immer auf Gegenseitigkeit beruht.

Das vertraute Ritual einer Verkostung mit lehrreichen Erläuterungen zu Rebsorten und Terroir und sensiblen Verweisen auf Geschmacksnuancen und Aromen hat sich zu einer Kunstform

entwickelt. Winzer, Genossenschaften und Kellereien von der Ahr bis nach Baden erweitern die Gemäuer ihrer oft Jahrhunderte alten Weingüter und geben ihnen neue Funktion. Sie bauen ihre Vinotheken als luftige und elegante Foren der Begegnung und möblieren Probierstuben wie lässige Lounges. Sie laden Spitzenköche ein, die Aromen von Riesling oder Burgunder mit Kompositionen von Wild bis Wasabi herauszufordern und untermalen die Harmonie ihrer Weine mit Musik. Cello, Acoustic Rock, manchmal auch orientalische Klänge. Und wirklich: es funktioniert!

Immer wieder aber ist es die Architektur, die den Anspruch der Winzer auf einen Spitzenplatz im internationalen Konzert unterstreicht. Sie ist offen für die Umgebung und ihre Tradition, aber immer auch entschieden modern, weltoffen, zukunfts offen. Gäste sind da gern gesehen. Sie werden sogar erwartet, an Orten, an denen man miteinander ins Gespräch kommt, Wein genießt und Weinkultur lebt.

Sicher, man kann sich den Wein auch weiterhin frei Haus liefern lassen. Aber ein kleiner Ausflug wäre eine echte Alternative.

Fünzig solcher Vinotheken hat das Deutsche Weininstitut ausgezeichnet. Infos unter vinotheken.deutschevine.de oder in einem Sonderheft von »abenteuer und reisen«, zu bestellen unter shop.deutschevine.de



Bitte nicht essen: José González begutachtet Senecio oerstedianus, eine giftige Greiskraut-Art, die vor allem in der Höhe wächst, hier auf dem Irazú (3432 Merer), dem höchsten Vulkan Costa Ricas.

Der Koch José González zeigt seinen Landsleuten, wie gut sie essen könnten – wenn sie nur zubereiten würden, was in der Selva wächst, im Urwald von Costa Rica.

Von Andrea Freund
Fotos Roman Pawlowski



Vom Lande (von oben):
Minze („Hierba Buena“,
„gutes, gesundes Kraut“),
chlorophyllhaltiger Salat
und Wachtel Eier



Erde zu Erde: Sautiertes Gemüse mit Süßkartoffel, Maiskölbchen, frischem Koriander und Avocado-Creme, serviert in einer Tonschale

SELVA KOCHEN

Ausgerechnet Grünkohl. Mit Basilikum, grün und auch purpurfarben, hatten wir gerechnet. Mit Minze, Dill, Eisenkraut, Koriander, Senf, Salat, Bananen, Papaya, Kakao, Süßkartoffel und Zitronengras. Aber dann steht José González plötzlich in einem Beet zwischen Palmkohl, der ihm bis zum Oberschenkel reicht. Im tropischen Klima von Costa Rica ist das Gemüse hoch aufgeschossen. Die kahlen Strünke wurden offenbar schon mehrmals abgeerntet, nur die obersten Rosetten aus krausen Blättern sind noch da. „Wir servieren ihn roh, die Textur ist super“, sagt der Koch und greift mit knetenden Fingern nach dem Kohl, als wollte er direkt Hand anlegen. „Zum Marinieren muss man ihn nur massieren, in einer Schüssel mit Kokosöl, Salz und Queso de Bagaces, einer Art Parmesan“, sagt er, „bum, bum“. Das bedeutet bei ihm so viel wie: „Ist einfach und geht schnell.“

Zugleich ist es ein Synonym für die moderne costaricanische Küche, die González mit seinem Restaurant „Al Mercat“ (katalanisch „Zum Markt“) über die Grenzen der Hauptstadt San José hinaus bekannt gemacht hat – lokale Produkte ohne lange Wege, „farm to table“, vom Feld direkt auf den Tisch. Das macht González nicht nur mit herkömmlichen Kräutern und Gemüsearten. Er nimmt alles, was in der fruchtbaren vulkanischen Erde des mittelamerikanischen Landes an Wurzeln, Früchten und sogar genießbaren Blüten gedeiht und nur darauf wartet, gepflückt zu werden. Paradise to go, sozusagen.

„Wir sind ein essbares Land, mit wunderbaren Sachen überall, die Leute sind sich dessen nur nicht bewusst“, sagt der 34 Jahre alte Gastro-Vordenker. Auf seiner Finca im städtischen Randbezirk Tirasses erklärt er, welche heimischen Kostbarkeiten abseits der Beete einfach am Wegesrand stehen. „Das hier ist Jocote“, sagt er und zeigt auf hohe Bäume mit stark gefurchter scharfkantiger Rinde. Die Costa Ricaner zäunen mit ihnen gerne Grundstücke ein, in Kaffeeplantagen spenden sie oft Schatten für die Pflanzungen. Ihre roten, eiförmigen Früchte schmecken süß, nach Mango. Und dort: Guitite. Wenn die orange-farbenen Beeren des Glockenstrauchs, der auf Baumgröße heranwächst, reif sind, macht González daraus Desserts oder Vinaigrettes. „Das kann jeder selbst verwenden statt importiertem Obst“, sagt er. „Sie haben ein spezielles Aroma, ein bisschen süß, leicht sauer, einen Hauch bitter. Ich kann es selbst nicht richtig beschreiben.“

Ein Stück weiter wächst an einem Baum mit dunkelgrünem Laub Manzanita rosa – das ist trotz des Namens kein Apfel, sondern eine Beere, die nach Rose duftet. Dann

bleibt González bei einer Pflanze stehen, die neben jungem Mais wie Wein an einem Zaun entlangwuchert. „Das ist Chayote, eine Kürbisart, das gibt’s überall. Man kann die Wurzel verwenden, die Blätter und die Früchte.“ Die schrumpeligen, grünen Gewächse schmecken ähnlich wie Kohlrabi, González serviert sie mit Butter mit Zitrusaromen, „das ist es schon“. Bum, bum.

Die gelb-orangen Naranjillas, die wie Mandarinen aussehen, aber zu den Tomaten gehören und sehr sauer sind, bietet er frisch gepresst mit etwas Zucker als Saft an. „Und seht ihr die weiße Blüte da?“ González zeigt auf ein längliches Gebilde, das aus einer Yuccapalme aufragt. „Wir nennen sie Flor de Itabo. Wenn noch mehr davon blühen, schneiden wir sie ab, bringen sie direkt ins Restaurant, bereiten sie mit Eiern, Zwiebeln, Knoblauch, Salz und Jocote zu und richten sie auf kleinen Tortillas an.“ Die üppigen Blüten sind in Costa Rica bekannt für ihren bitteren Geschmack. Trotzdem seien Gäste manchmal regelrecht schockiert, wenn sie das Gericht essen. „Aber“, sagt González, „es ist ein interessanter Schock.“

José González provoziert gerne. Auf seinem linken Oberarm zeigt ein Tattoo eine Frau mit Krone, die sich eigenhändig mit einem Schwert köpft – „das gefiel mir einfach“. So krakelig wie die Werke von Jean-Michel Basquiat fällt dagegen die Hommage an den schwarzen Maler, Zeichner und Graffiti-Künstler aus, der mit 27 Jahren an einer Überdosis Rauschgift starb: Die Figur auf González’ linkem Unterarm hat dunkle Haut, auf ihrem Hemd steht aber „José“, und sie hält eine Pflanze mit einer Art dampfendem Spiegelei in der Hand. Bei unserem Treffen auf der „Finca Al Mercat“ trägt González zu schmalen Bart mit Koteletten und kurzem schwarzem Haar, schwarzem T-Shirt und Jeans mit Riss abgewetzte rote Turnschuhe. Das Perfekte mag er nicht, auch deshalb hörte er 2016 endgültig auf, sich an Konventionen und Normen anzupassen.

Als erstes schmiss er vor zehn Jahren sein Studium der Rechtswissenschaften in San José. González ging nach Paris, lernte dort an der renommierten Kochschule „Cordon Bleu“ (an der sich auch die amerikanische Fernsehköchin Julia Child das Handwerkszeug für ihr Bœuf Bourguignon aneignete), wechselte nach dem Diplom nach Südf frankreich und arbeitete in Schlossrestaurants auf dem Land. 2012 kehrte er nach Costa Rica zurück, als „typisch französischer Koch, mit weißer Kochjacke und weißer Mütze“, wie er auf der Fahrt zu seinem Restaurant „Al Mercat“ erzählt, das er 2014 im Trendviertel Escalante eröffnete. Dort an der Wand hängt, vor blätterndem, weißem Putz, ein gerahmtes Foto mit einem Nouvelle-Cuisine-Gericht, drei

SELVA KOCHEN

Miniatüren aus Gemüse und Gebäckem, hingetupft auf einen Teller. So fing González an. Aber schon bald reichte ihm das nicht mehr. „In Frankreich hatte ich nicht nur gelernt zu kochen, sondern auch zu essen. Und ich habe erfahren, dass die einfachen Dinge oft die besten sind. Irgendwann wurde mir klar, dass wir in Costa Rica selbst einzigartige Produkte haben, die wir mit Respekt behandeln und nutzen sollten.“

Er machte sich auf die Suche nach den Gerichten seiner Kindheit, der Küche der Ticos, wie die Bewohner des Landes sich nennen. Und stieß so etwa auf Chayote, den hellgrünen Kürbis, den seine Landsleute lieben, als Eintopf oder mit Käse überbacken aus dem Ofen. Er erinnerte sich auch an die feuerroten Blüten des Korallenbaums. „Meine Großmutter hat daraus Tee gebrüht, wenn wir uns den Magen verdorben hatten. Die Blüten kann man bei uns im Restaurant essen, das macht sonst niemand.“

Zu einer zeitgenössischen Variante der traditionellen Picadillos (gehacktes und gekochtes Gemüse) tischt er sie als leuchtend rote Sauce auf – mit seinem Lieblingsgeschmack bitter. Gerade dieses Aroma ist in moderner Kost fast verschwunden, obwohl es für die Verdauung sehr gesund ist. Für González trägt es in der richtigen Dosis zum Genuss bei und schmälert ihn nicht.

„Mit heimischen, natürlichen und unbelasteten Produkten zu kochen ist ein weltweiter Trend“, sagt González. Da ist das „Noma“ in Kopenhagen, das nur noch serviert, was in Skandinavien gerade Saison hat – Fisch im Winter, Kräuter und Gemüse aus eigenen Gärten im Sommer, Wild, Beeren und Pilze im Herbst. Und da ist Virgilio Martínez Véliz, der zur Zeit wohl spannendste Küchenchef in Lateinamerika. In seinem Restaurant in Lima zelebriert er – ebenfalls nach einem abgebrochenen Jura-Studium und einer Ausbildung zum Koch – neue peruanische Küche. Unter anderem mit Früchten und Gemüse des Landes wie Guaba: Die dicken (ungenießbaren) Kerne dieses Baumes reifen, ähnlich wie Bohnen, in säbel-förmigen XXL-Schoten und sind umgeben von einer nach Vanille schmeckenden weichen und pelzigen Haut, die ihnen den Namen „Eiscreme-Bohne“ eingebracht hat.

„Ich habe sie öfter verwendet, aber eigentlich wusste ich nicht so recht, was ich damit anstellen sollte“, sagt González – bis er eines Tages einem Besucher, der bei Martínez arbeitet, die Farm zeigte. „Genau in diesem Moment rief Martínez an, wow, einer der besten Köche der Welt, und der Mann gab mir das Handy, also hab’ ich gesagt: ‚Kumpel, was machst du mit Guaba?‘“ Der Peruaner habe geantwortet: „Das ist ganz leicht. Ich öffne sie, fülle sie etwa mit Jakobsmuscheln und Vinaigrette, fertig!“ Bum, bum. Ein paar Tipps gab’s obendrein, weil die Riesenschote, einmal aufgeschnitten, schnell oxidiert. „Der Typ hat mir alles erklärt und war dabei so bescheiden“, schwärmt González.

Seine eigene Genuss-Initiative fällt in eine Zeit, in der Costa Rica sich schlechter ernährt denn je. Das traditionelle Frühstück mit Gallo Pinto – Reis, schwarzen Bohnen und Spiegelei – wird nicht nur auf dem Land verdrängt von scheinbar gesundem, aber stark zuckerhaltigem Müsli oder Blaubeer-Pfannkuchen aus Weißmehl. Dabei sollen die vielen Hundertjährigen im Land dem Gallo Pinto ihr Alter mit verdanken. Das Nationalgericht Casado, ebenfalls mit Reis, schwarzen Bohnen, Fleisch, Fisch und Kochbananen, fällt immer fleischlastiger und fettgebackener aus oder wird gleich durch Burger und Pommes ersetzt.

Die Entwicklung ist im Straßenbild zu erkennen: Seit 1975 ist die Zahl dicker oder gar adipöser Menschen stark gestiegen, auf jetzt rund 65 Prozent der Bevölkerung.

Der westliche Lebensstil ist auch im Land der Regenwälder und der Artenvielfalt angekommen. Der Stress im Alltag wächst, auch bei González, der permanent in Bewegung ist, laufend Sprachnachrichten in sein Smartphone diktiert und ständig Neues probiert. Wie einer der aktiven Vulkane rund um das Central Valley, in dem San José liegt, bringt er fast schon eruptiv Ideen hervor. Seine vorletzte: der „Mercado Escalante“, vier Querstraßen vom „Al Mercat“ entfernt. Ende 2017 eröffnete der Markt mit acht kleinen Food-Stationen für die ganze Familie, mit „richtig guter Pizza“, Fleisch vom Grill und frischer Ceviche aus weißem



Dschungelfeeling in der Stadt: In González' Restaurant „Al Mercat“ dienen Kletterpflanzen als grüne Wände, das Dach ist offen.

Fisch, der in Zitronensaft mariniert ist, mit Zwiebeln, Gurke, Avocado.

„Das hab’ ich alles entworfen“, sagt González. „Eigentlich bin ich gar nicht Koch, sondern Art-Direktor“, ein Gestalter also mit weitreichenden Ambitionen. Eine seiner Tätowierungen, innen am rechten Oberarm, ist ein Dreieck mit grafischen Symbolen. Es steht für eine Gruppe von Architekten, Musikern, Künstlern, Journalisten, Schriftstellern und Geschäftsleuten, der er angehört und die sich monatlich trifft. Sie wollen das Land verändern, „kulturell und politisch“. Ihr Vorbild ist die „Generación del Olimpo“, die „Generation des Olymps“, ein Kreis Intellektueller in den siebziger Jahren des 19. Jahrhunderts, der sich für die Stärkung der Identität und die Modernisierung des Landes einsetzte. Für González war es auch ihr Einfluss, der 1949 dazu führte, dass Costa Rica seine Armee abschaffte und in der Region zum Ökotourismus-Pionier wurde. Auch seine nationale Küche trägt heute zu diesem Status bei. Aber die Menschen müssen sich für den Reichtum der Natur interessieren – und Zeit und Energie aufbringen, um sich ihre Nahrung selbst daraus zuzubereiten.

Nun will er dafür ein noch überzeugenderes Argument liefern, mit seinem jüngsten Einfall – einem Restaurant direkt auf der „Finca Al Mercat“, mitten im Grünen, mit Blick auf die Beete, auf einem kleinen Hang, der jetzt noch eine Wiese mit Sträuchern und Bäumen ist. Bald sollen dort Gäste Platz nehmen, um „authentische costaricanische Küche“ zu erleben. „Das ist mein Traum. Mein Herz sagt ja, und ich werde es tun.“

Nicht zuletzt mit Hilfe einer Familie, der das Grundstück gehört. Sie sei „ein bisschen ängstlich und nervös“ gewesen angesichts seiner Idee. Schließlich überzeugte sie aber sein Businessplan. „Dort soll etwas ganz Entspanntes entstehen, was mich und mein Land repräsentiert, offen, wo man den Wind spürt und die ganze Produktion nachvollziehen kann, vom Anbau bis zum Essen“, sagt González. „Mit Schwein aus dem Holzofen, einem Grill und Tortillas, die vor den Augen der Besucher zubereitet werden.“ Schon jetzt kann man die Finca besichtigen und von ihm persönlich hören, dass man von Roter Bete biteschön

alles verwenden sollte, von der Knolle über die Stiele bis zu den jungen, knackigen Blättern.

Im „Al Mercat“ steht er selbst kaum noch am Herd, er hat andere eingewiesen. Groß ist das Restaurant nicht: Hinter zwei Scheiben sitzt man an Tischen aus gegossenem Beton oder, ein paar Stufen hinauf, an sieben Holztischen zwischen begrünten Wänden unter einem halb offenen Dach. Auf einer Tafel ist mit Kreide das Menü des Tages notiert: cremige Suppe aus Blumenkohl, Ingwer und Mais, Maniokpastete mit Fleisch in karibischer Sauce und Räucherkäse, Mousse mit Schoko- und Kaffearoma. Alles zusammen für umgerechnet zwölf Euro.

Für uns hat er etwas anderes geordert: als Snack vorweg Gemüsechips aus Süßkartoffel und Nampi, einem Aronstabgewächs, dazu Kokosnussmayonnaise und hausgemachter Ketchup. Dann ein Rohkost-Ceviche, vegetarisch, mit Chayote, Zucchini, Gurke, grüner Mango und einem Dressing aus Zitrone, Orange, Salz, Kurkuma, frischem Koriander und Dill. So frisch wie ein essbarer Drink an einem schwülen Tag. Danach kleine Tortillas, mit eigener Interpretation des Toppings Pico de Gallo: Statt mit Tomatenstücken, Zwiebeln und Chili belegen wir die kleinen Fladenbrote mit pfannengerührtem, leicht scharfem Kürbis, Zuckermais, Karotte und Palmherzen, Erd- und Cashewnüssen, Dill und Rosmarin auf Avocado-creme.

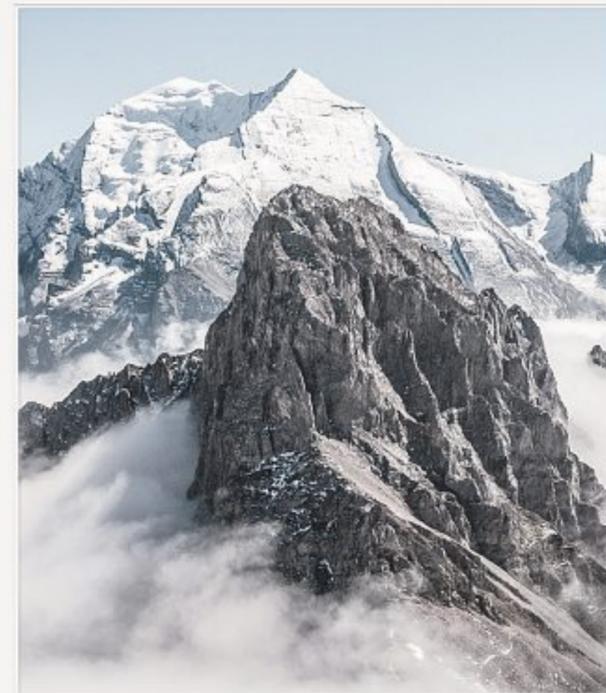
„Das isst man mit den Händen“, sagt González, „Gabel und Messer sind unwürdig!“ Löffel gibt’s für das Dessert: eine Kugel Eis aus Mandelmilch („Horchata“) auf einem Fruchtspiegel mit zwei Keksröllchen, bestreut mit geröstetem Kardamom-Crumble aus Cashew- und Haselnüssen und Minzblättern.

Am nächsten Morgen, um halb sieben, gehen wir auf den Markt. Ohne José González, der verschlafen hat. Die Stände bersten vor Farben, von knallrot über orange bis sattgelb und dunkelgrün, mit Minze-Büscheln wie dem heimischen Hierba Buena, dem „Guten Kraut“, und exotischen Gemüsen und Früchten. Sie klingen fast alle ähnlich, Jocote, Chayote, Zapote. Bei solchen Grundnahrungsmitteln müsste eigentlich in jedem Tico ein bisschen was von José González stecken.

Mehrfacher Gewinner des TIPA-Awards – 2013/2017

„Das beste Fotolabor der Welt“

Ausgezeichnet von den Chefredakteuren 29 internationaler Fotografie-Magazine



Alle Rechte, Änderungen und Irrtümer vorbehalten. AVENSO GmbH, Ernst-Reuter-Platz 2, 10587 Berlin, Deutschland © Photo by Sam Sommer

Ihre schönsten Momente in einzigartiger Galerie-Qualität von WhiteWall.

Ihr Motiv hinter Acrylglas, gerahmt oder als großformatiger Foto-Abzug. Unsere Produkte sind „Made in Germany“ – vertrauen Sie mehr als 100 Testsiegen und Empfehlungen! Einfach Foto hochladen und Wunschformat festlegen, sogar vom Smartphone aus.

WhiteWall.de

Stores in Berlin / Düsseldorf / Frankfurt / Hamburg / Köln / München

WHITE WALL



Über der Elbe: Das Weingut Martin Schwarz stellt mit guten Aussichten Wein her, trotz des Nebels.

WEIN SCHÖNER LAND

Sachsen hat ein winziges Weinanbaugebiet. Aber was dort entsteht, darf sich inzwischen auch der Westen schmecken lassen.

Von Daniel Deckers, Fotos Robert Gommlich

Porzellan und Pegida, Semperoper und Sachsensumpf, Maierweg und brauner Mob – an starken Kontrasten mangelt es nicht zwischen dem Elbsandsteingebirge und einer sich im Nirgendwo verlierenden Ebene, der Handelsmetropole Leipzig und der Residenzstadt Dresden. Über Jahrhunderte war Sachsen ein Schlachtfeld, auf dem mit dem Blut Hunderttausender europäische Geschichte geschrieben wurde. Dann, vor drei Jahrzehnten, wurde das Land zum Schauplatz der einzigen friedlichen Revolution auf deut-

schem Boden. Heute mutet der Freistaat mitunter an wie ein einziges großes Krähwinkel, in dem der Phantomschmerz vergangener Größe nicht vergehen will.

Nicht aufgeben, neu anfangen, sich zurückkämpfen: Auch so kann man sächsische Geschichte erzählen. Beim Wein, über Wein, über sächsischen Wein. Das Elbtal um Dresden und Meißen liegt weiter südlich als das Anbaugebiet Saale-Unstrut, aber auch weiter östlich. Mit 499 Hektar Rebfläche ist Sachsen ein winziges Anbaugebiet – kleiner sind nur noch der Mittelrhein und die Hessische Bergstraße.



Das muss kein Manko sein. Doch die guten Rebflächen sind meist kleinteilig und entsprechend kostspielig zu bewirtschaften. Und in Sachsen wird eine so geringe Menge Most geerntet wie nirgends sonst in Deutschland – 47 Hektoliter je Hektar im langjährigen Durchschnitt. Im Regenschatten der Mittelgebirge ist die Wasserversorgung der Reben selbst in gewöhnlichen Jahren limitiert, von trockenen Sommern wie in diesem Jahr gar nicht zu reden. Sächsischer Wein ist daher eine Rarität. Er macht gerade einmal 0,3 Prozent der deutschen Weinerzeugung aus.

Aber muss er deswegen auch so teuer sein wie nirgends sonst in Deutschland? Halten wir dagegen. Schon der widrigen Natur wegen kommt es fast einem Wunder gleich, dass es sächsischen Wein überhaupt gibt. Nimmt man die jüngere Geschichte hinzu, müsste man sagen: noch gibt. Vielleicht aber auch: wieder gibt. Denn nicht nur Kälte und Trockenheit setzen den Reben immer wieder zu. Im 19. Jahrhundert war der Weinbau nach dem Auftreten der Reblaus sowie dem echten und dem falschen Mehltau dem Untergang geweiht. Im 20. Jahrhundert kamen menschengemachte Rückschläge wie die Weltwirtschaftskrise und die Mangelwirtschaft der DDR hinzu. Weine und Winzer aus Sachsen sind vor allem Überlebenskünstler.

Stadtbürger aus Meißen und Dresden hielten im ausgehenden 18. und frühen 19. Jahrhundert die prekäre Weinbautradition in Ehren. 1799 wurde in Sachsen die erste bürgerliche „Weinbaugesellschaft“ gegründet – sie sollte in Europa Schule machen. Gut zehn Jahre später entstand in Sachsen die erste Weinbau- und Winzerschule weit und breit. Aber viele Misserten, mangelndes Interesse des Staates und die steigende Einfuhr von Weinen aus dem Westen Deutschlands ließen das Engagement erlahmen.

Ein Jahrhundert verging, ehe 1913 in der Hoflössnitz bei Radebeul die Winzerausbildung wiederaufgenommen wurde. Damals hatte die Reblaus fast alle Weinbauflächen vernichtet, die noch nicht zu Bauland umgewidmet oder aus Mangel an Arbeitskräften aufgegeben worden waren. Träger der Weinkultur an der Elbe wurde zunehmend der Staat. Er unterhielt eine

„Weinbau- und Lehranstalt“, den preußischen Weinbaudomänen im Westen vergleichbar. Im Nationalsozialismus kam die Sächsische Winzergenossenschaft hinzu, in der sich Hunderte Klein- und Freizeitwinzer zusammengeschlossen hatten.

An dieser Struktur änderte sich in 40 Jahren DDR wenig. Aus der Sächsischen Winzergenossenschaft wurde in den fünfziger Jahren die VdGB Winzergenossenschaft Meißen. Die staatlichen oder durch Enteignung, Vertreibung und Kollektivierung in staatliche Hände gefallenen Flächen fanden sich irgendwann in Regie des Volkseigenen Weinguts Radebeul oder diverser LPGs wieder. Dass es in Sachsen immer mehr an Pfropfreben, Schlepfern, Pfählen oder Pressen mangelte, machte nicht nur erfinderisch. Je länger die Weine neben der real existierenden Natur auch dem real existierenden Sozialismus abgerungen werden mussten, desto größer war der Stolz auf sie. In der DDR waren sie Bückware und Zweitwährung zugleich.

Das Duopol aus Staatsweingut und Genossenschaft hat die DDR überlebt. Das VEG Weingut Radebeul verwandelte sich nach Turbulenzen in den neunziger Jahren in das Erlebnisweingut Schloss Wackerbarth. So pompös der Name, so üppig die Rebfläche: Mit fast 100 Hektar ist das zwischen Meißen und Dresden gelegene Staatsweingut fast so groß wie die Hessischen Staatsweingüter Kloster Eberbach – mit dem Unterschied, dass deren Fläche einen Bruchteil der Rebfläche des Rheingaus ausmacht. Doch das Ensemble aus historischen Gebäuden und einer modernen Kellerei, das mit Krediten im höheren zweistelligen Millionenbereich heraus-



Mit Mut: Klaus Zimmerling (oben) und Martin Schwarz holen das Beste aus kargen Flächen.

geputzt wurde, ist längst ein Anziehungspunkt für Einheimische und Fremde. Und es hält die Preise hoch, obwohl das Staatsweingut sich weitgehend von den aufwendig zu bewirtschaftenden Steil- und Terrassenlagen fernhält.

Nicht ganz so füllig barock präsentieren sich die „Winzer Meißen“, die Sächsische Winzergenossenschaft. Aus dem sächsischen Weinbau ist sie nicht wegzudenken, auch wenn die Zahl der Freizeitwinzer sinkt. Noch immer verarbeitet die Genossenschaft die Trauben von etwa 1500 Mitgliedern mit insgesamt 135 Hektar Rebfläche. Die in der DDR entstandenen oder konservierten Großbetriebe bewirtschaften also fast die Hälfte der sächsischen Rebflächen – und prägen die Wahrnehmung des sächsischen Weins. Dieser hat bis heute wenige Gesichter und kennt auch nur wenige Geschichten.

Nach dem Ende der DDR nahm sich Georg Prinz zur Lippe vor, an bürgerliche Traditionen anzuknüpfen. 1945 hatten die Kommunisten seine Vorfahren enteignet. Nun kaufte er das frühere Rittergut Proschwitz zurück und schuf binnen weniger Jahre durch Kauf und Pacht ein Weingut, wie es Sachsen noch nicht gesehen hat. Mit fast 100 Hektar wuchs es zu einem der größten privaten Weingüter in Deutschland heran. Der erste Eiswein in Sachsen, der erste Rotwein, sächsischer Wein auch im Ausland – an Pionierleistungen war in den ersten Jahren kein Mangel.

Doch nicht nur der Frost hat manchen Plan zunichte gemacht. Auch der Ausflug in die Nähe von Weimar, wo Lippe mit Unterstützung des Freistaats Thüringen rund 40 Hektar aufrehte, war nicht von

GENUSS FREUDEN

ANZEIGE



FEINSTER GRÜNTÉE

Eine Tasse Tee ist als Genussmoment im Alltag nicht mehr wegzudenken. Zunehmend beliebt sind dabei Grüntees und Zubereitungsrituale aus anderen Ländern. Matcha-Tee aus Japan, für den konzentrierter grüner Pulvertée bei der Teezeremonie in einer Schale aufgegossen wird, avanciert zum Must-have. Echte Teekenner wissen: Matcha ist eine Wissenschaft – Anbau, Selektion und das Mahlen des Grüntees müssen gelernt sein.

GRÜNES GOLD

aiya – THE TEA bietet japanischen Premium-Grüntee und Matcha auf höchstem Niveau, produziert in Bio-Qualität. Die Teeblätter werden nach der traditionellen und anspruchsvollen Methode in Granitsteinmøhlen zu Matcha-Pulver gemahlen – dem grünen Gold. Mit heißem Wasser aufgegossen, gilt Matcha als Espresso unter den Tees und wirkt belebend und harmonisierend auf den Stoffwechsel, das wussten bereits buddhistische Mønche vor 800 Jahren. Matcha kann pur genossen werden, ist aber auch eine Zutat für Getrånke, Suppen, Desserts oder Kuchen. Ausgestattet mit vielen Antioxidantien, ist aiya – THE TEA ein Star unter den Superfoods. www.aiyatea.com



„Ich verkoste blind 20 Tees. Nur so schmeckt man die feinen Nuancen. Tea-Taster sind in Europa äußerst selten, ich denke, es gibt maximal 20.“

Thomas Grømer, studierter Tea-Scientist und Geschäftsführer von aiya – THE TEA

MEHR ZEIT FÜR GENUSS

WEIN SCHÖNER LAND

Dauer. Heute werden die Flächen bei Weimar von Sachsen-Anhalt aus bewirtschaftet, die Weine in der Winzervereinigung Freyburg an der Unstrut ausgebaut. Inzwischen muss Prinz zur Lippe auch seinen Besitz in Sachsen selbst arrondieren. Nachdem Schloss Wackerbarth einen Vertrag über die Lieferung von Trauben von gut zehn Hektar Rebfläche nicht verlängert hatte, trennte sich der Adelige von diesem Terrain. Die Flächen gingen über Umwege an Personen des Anbaubereichs Saale-Unstrut. Nimmt man einen Weinskandal bei den Winzern Meißen und Zerwürfnisse im Weinbauverband dazu, könnte man glauben, dass die Stimmung im sächsischen Weinbau derzeit nicht viel besser ist als in der Gesellschaft.

Martin Schwarz lässt sich nicht verdrießen. Neben seiner Tätigkeit als Betriebsleiter auf Schloss Proschwitz begann er vor 15 Jahren, Weinberge selbst zu bewirtschaften. „Mein Motor ist der Wein“, sagt der Kasseler, der 1996 nach dem Studium in Geisenheim nach Sachsen „übermachten“. Mittlerweile ist er sein eigener Herr, bildet aus und holt aus den kargen Rebflächen das Beste heraus.

Es ist nicht Nostalgie, die Schwarz antreibt. Im Meißner Kapitelberg, einer Rebfläche, schon durch den Verweis auf die einstige Bestimmung der Weine für die hohe Geistlichkeit als Spitzenlage ausgewiesen, entsteht ein Riesling, der mit seiner festen Struktur und der von Holzeinsatz nicht überdeckten Subtilität in jeder Blindprobe als großer Pfälzer Riesling

durchgehen könnte. Dasselbe gilt für den im Edelstahltank ausgebauten Riesling aus der nur einen Hektar großen Radebeuler Lage Friedstein, die Schwarz nach 80 Jahren Brache mit Unterstützung des Unternehmers Karl-Erivan Haub aufgerebt hat. Dort stehen auch Chardonnay, Pinot – und Nebbiolo, eine Rebsorte, die höchste Ansprüche an Standort und Klima stellt. Im Piemont ist sie das Synonym für Rotweine von Weltklasse. Davon ein Fass im Jahr – und Schwarz käme seinem Ziel noch näher, die naturgegebene Exotik sächsischer Weine in den Grenzbereich des Menschenmöglichen zu steigern.

Klaus Zimmerling hat das längst erreicht – auf einem anderen Weg. In den letzten Jahren der DDR konstruierte der im Brandenburgischen geborene Sohn eines NVA-Offiziers in Dresden Küchenmaschinen. In seiner Freizeit suchte er in Sachsen und dem elbaufwärts gelegenen Böhmen nach allem, was auch nur entfernt mit Wein zu tun haben könnte. Als die Winzergenossenschaft Meißen von Mitte der achtziger Jahre an Rebflächen an Privatleute vergab, die sie in eigener Regie bewirtschaften konnten, nahm Zimmerling mit einem bunt zusammengewürfelten Haufen die verbuschte Terrassenlage Königlicher Weinberg Wachwitz in Angriff.

Drei Jahrzehnte später: Weithin sichtbar markiert die Rysselkuppe den südöstlichen Ausläufer des Dresdner Elbhanges. Die Terrassen schichten sich übereinander und verzüngen sich in der Spitze wie bei einer aztekischen Pyramide. Und irgendwo



Mit Kunst: Die Weingüter Zimmerling (oben) und Schwarz veredeln auch die Etiketten.

mittendrin ist Zimmerling zu finden – ein Arbeiter im eigenen Weinberg. Oder er ist bei seinen Weinen und den Skulpturen von Malgorzata Chodakowska im Keller, der wie ein Stollen im Fuß des Berges liegt. Mit seiner aus Lodz stammenden Frau hat er am Fuß des Pillnitzer Königlichen Weinbergs vor 25 Jahren ein Gut gegründet. Kaum Geld, wenig Fläche, geringe Erträge, mit Müller-Thurgau, Bacchus und Kerner nicht die edelsten Sorten – doch sie gaben nicht auf. Die Menge war so gering, dass 0,75-Liter-Flaschen Hochstapelei gewesen wären – ein halber Liter musste genügen.

So ist es bis heute geblieben. Geändert hat sich nur das Etikett. Anfangs zeigte es den Winzer, wie seine Frau ihn sah: als Büste, ähnlich dem im Dreißigjährigen Krieg nach der Schlacht von Lützen gefallenen Schwedenkönig Gustav II. Adolf. Jetzt schmückt jedes Jahr eine andere Skulptur von Malgorzata die Flaschen. Verändert hat sich auch das Sortiment. Riesling, Weißburgunder und Traminer dominieren die Rysselkuppe. Und mit jedem Jahr, in dem Zimmerling und seine Reben älter werden, entstehen noch entspanntere und hintergründigere Weine.

Die Skulpturen verkaufen sich mittlerweile in der ganzen Welt. Diesen Ehrgeiz hat Zimmerling nicht. Am besten munden seine Weine ohnehin dort, wo sie gewachsen sind, an der Rysselkuppe. Von hier reicht der Blick übers Elbtal bis weit in die Sächsische Schweiz und nach Böhmen. Es ist ein Ort, wie es nur wenige gibt, um der Welt abhanden zu kommen. ◀

Große Gewächse

Die besten Weine des durchwachsenen vergangenen Jahrs stammen von Mosel, Saar und Ruwer. So mancher Riesling bringt uns direkt ins Nirwana.

Von Fabian und Cornelius Lange

RIESLING SAAR UND RUWER

Im herausfordernden Jahr 2017 haben die Weine hier überdurchschnittlich abgeschnitten. Es brillieren Rieslinge mit eleganter, reifer Säure und ziseliertes Frucht.

Weingut van Volxem, 2017 Goldberg: Duft nach grünem Tee und erdiger Würze. Im Mund tiefschürfend, voller Strahlkraft und Freude. Saftig, edel, lang und persistent. Großes Saar-Kino der Extraklasse. 95 Punkte.

Maximin Grünhaus, 2017 Herrenberg: verhaltener Duft. Im Mund dann grandioses Schieferfeuerwerk, strahlende Säure, großartig. Grünes Gold, vitale Superfrucht und minzig-erfrischend. 97 Punkte.

Nik Weis St. Urbanshof, 2017 Saarfeiler: faszinierender Duft nach Williamsbirne, überirdisch. Ribbecksche Birnen von der Saar. 100 Punkte für diese grandiose Nase. Exzellente Säure, in der Mitte ein weiches Gaumenkissen, der Duft benebelt die Sinne. Einfach betörend! 98 Punkte.

Weingut Dr. Fischer, 2017 Kupp: Duft nach Puderose, unwiderstehlich jetzt! Handgeklöppelte Spitze, Flieder und Jasmin, Ananas, erdige Noten, dicht verwobene Säure. Langes Finale. 96 Punkte.

MOSEL

2017 fallen die Rieslinge weit über dem Durchschnitt aus, dabei gibt es kaum Enttäuschungen. Eine herausragende Leistung der Winzer von den Steillagen.

Weingut Heymann-Löwenstein, 2017 Röttgen: reichlich Schiefer, kandierte Früchte, Sukkade, Honig, Jasmin und Lindenblüte. Herrlicher Aufbau, Schicht um Schicht, Quitte und Saure Sahne mit Vanille. Ein warmer Wein, balsamisch und cremig. Großes Gaumenkino mit langem Abspann. 97 Punkte.

Weingut S. A. Prüm, 2017 Sonnenuhr: Duft nach Freesien und gratinierter Frucht. Glasklare Mineralität, kandierte Frucht, goldgelbe Trauben. Im Mund spürt er durch, messerscharfe Schieferzitate, intensiv, fordernd bis zum letzten Tropfen. Und ewig lang. 98 Punkte.

Schloss Lieser, 2017 Himmelreich: gerösteter Sesam, spontane Noten, Meerrettich, Brennessel. Sagenhafte Dynamik; Wild at Heart. Großes Rieslingerlebnis, knusprig, wie berstendes Glas. Ein radikaler Wein. 97 Punkte.

Weingut Fritz Haag, 2017 Juffer: strahlende Rieslingfrucht. Ein Laserschwert, herziger

Kiefernduft, Pfifferlinge, Eisennoten. Dreht am Gaumen auf, ist aktiv und dynamisch. Und bleibt eine halbe Ewigkeit am Gaumen. 96 Punkte.

Weingut Julian Haart, 2017 Ohligsberg: pure Mineralität in der Nase, Radieschen, bitter-scharf, Steine und Anis. Im Mund eine Stromschnelle aus Schiefer und reifer Frucht, ein Grenzgänger: „Take a walk on the wild side.“ Ganz groß und ebenso lang. 95 Punkte.

RHEINGAU

Let's go west! Der Rüdeshheimer Berg deklassiert den restlichen Rheingau. Spiel, Satz und Sieg an den steilen Schieferlagen ganz im Westen des Anbaubereichs.

Weingut Künstler, 2017 Hölle: gut gebaut, aber nicht inspirierend. Es fehlt aromatischer Tiefgang. In der Hölle ist das Feuer erloschen. 88 Punkte.

Weingut Robert Weil, 2017 Gräfenberg: mineralischer Duft, Kräuternoten, spürbare Reife. Im Mund reif und ruhig. Doch statt wie gewohnt karg zu sein, hat der Gräfenberg Speck auf den Rippen. Und einen süßen Kosakenzipfel im (kurzen) Finale. 89 Punkte.

Weingut Prinz, 2017 Jungfer: straight, da sitzt alles, sehr fein und raffiniert. Hat Brillanz, eine feine Fruchtmelodie und exzellente Länge. 92 Punkte.

Weingut Schloss Vollrads, 2017 Schlossberg: weißfleischige Pflirsche, Frühlingsblüten. Sehr stringent, ganz eindeutige, lineare Spur im Mund. Führt gradheraus ins Ziel. Herrliche Länge. 94 Punkte.

Weingut Prinz von Hessen, 2017 Klaus: Kommt auf leisen Sohlen im Duft. Im Mund startet er mit schöner Druckwelle und klarer Dynamik. Gibt Gas und klingt herrlich lange nach. 92 Punkte.

Weingut Johannishof, 2017 Berg Rottland: anziehender Duft, attraktive Blütenaromen, multipel. Auslesecharakteristik im besten Sinne. Klar wie ein Bergbach, schön dynamisch. Völlig stressfreier Wein, grandios. 98 Punkte.

Weingut August Kesseler, 2017 Schlossberg: extrem ziseliertes Duft voller Schiefer. Anrührend schöner Verlauf, dabei immer in der Spur. Berührend, flirrend, fast knuspriges Säuregefühl. Saftig, raumgreifend, mineralisch. Imperiales Finale. 99 Punkte.

Staatsweingüter Kloster Eberbach, 2017 Berg Schlossberg: eine Hommage an das große Holzfass und reife Rieslingfrucht, umrahmt von

Das Große Gewächs, der Name sagt es, ist ein Spitzenwein. Nase und Zunge verraten die Qualität der 400 Weine, meist aus dem Jahr 2017, die Winzer des Vereins Deutscher Prädikatsweingüter (VDP) in Wiesbaden vorgestellt haben. Anders als in diesem Jahr erwischte das Wetter im vergangenen Jahr die Winzer eiskalt, mit einem frühen Austrieb, den Frostnächte im April jäh beendet haben. Bei der Menge und der Qualität gab es Einbußen, weil die später nachwachsenden Trauben nicht ausreifen konnten. Und dann folgte im September eine Regenperiode, die für Fäulnis sorgte und in eine der frühesten Weinlesen aller Zeiten mündete.

Das Klima ist die eine Seite der Qualität, die Herkunft die andere. Die internen Kriterien des VDP für ein Großes Gewächs: Der Wein muss von einer klassifizierten Lage stammen, Handlese ist obligatorisch, ein Höchstsertrag (50 Hektoliter pro Hektar) darf nicht über- und die Mindestreife nicht unter-

schrritten werden. Schließlich muss der Wein noch die interne Qualitätsprüfung überstehen, und vom 1. September des Folgejahrs an wird er dann verkauft. Der Ehrgeiz, den besten Riesling der Welt zu erzeugen, spornt viele deutsche Winzer an.

Vom Jahrgang 2017 gibt es also gute Weine in der Mitte, aber nur sehr wenige, die es bis an die Spitze geschafft haben. Der Jahrgang 2017 trennte das Gute vom weniger Guten klarer als die Jahre 2015 und 2016. Aber einen Gewinner gibt es beim Riesling: die alles überstrahlende Herkunft Mosel, Saar und Ruwer; dieses Dreigestirn untermauert mit den Schieferkathedralen seinen Ruf wie Donnerhall. Die Weine sind intensiv, extrem klar, auf den Punkt gebracht, dabei puristisch und beinahe ewig.

Auch wir haben gewertet, nach der internationalen 100-Punkte-Skala: 80 Punkte sind mies, 90 herausragend, 100 Punkte das Nirwana. Zuerst bewerten wir Rieslinge, dann die restlichen Rebsorten.

Acham Magin, 2017 Ungeheuer: einfach nur saftig und elegant. Brillante Säure, enormes Spiel, druckvoll und lang. 92 Punkte.

Weingut Dr. Bürklin-Wolf, 2016 Ungeheuer: reifer Duft, zu reif. Wo bleibt die Frische? Verrauchte Aromen im Finale. 87 Punkte.

Reichsrat von Buhl, 2016 Freundstück: Holz, Holz, Holz. Zu viel Eiche auf den Schultern der Frucht. Ein Eisenbieger am Trapez. 86 Punkte.

Geh. Rat Dr. von Bassermann-Jordan, 2017 Kalkofen: Brillante Frucht, strahlend. Viel Aprikose und weißer Pfirsich. Spitze. 92 Punkte.

Ökonomierat Rebholz, 2017 Ganzhorn: voller Wucht, Tiefe und Strahlkraft. Dicht und verwoben, aktiv. Zitrone und Limettenschale, lebendig und strahlend über Kilometer. Grandios. 94 Punkte.

SILVANER FRANKEN

Was für ein Jahr für den Silvaner! Franken trumft mit grandiosen Weinen auf.

Weingut Horst Sauer, 2017 Am Lumpen: reifer Birnenduft, Limettenschale. Elektrisierend scharf, hat eine herzhaft Attacke. Mineralisch, vital und stringent. Enorme Länge. 95 Punkte.

Weingut Rainer Sauer, 2017 Am Lumpen: Duft nach Birne und Cox. Elektrisierend, nachhaltig, dicht. Enorme Kraft, großes Volumen, sehr aktiv im Mund. À point, herausragend. 93 Punkte.

SPÄTBURGUNDER ET AL.

Weingut August Kesseler, 2016 Höllenberg: getrocknete Rosenblüten, feines Parfüm, Rauch, Gesichtspuder. Zarte und doch kraftvolle Gerbstoffe. Enormes Aromenvolumen. Großer Pinot der Extraklasse. 95 Punkte.

Bergdolt St. Lamprecht, 2016 Kalkberg: reife Früchte, Hagebutte, Rosenblüten. Adstringierend, aber zugänglich und elegant. Pfeffer und Schwarzkirsche, Lorbeer und Anis. Herrliche Säure, großes Potenzial. 94 Punkte.

Weingut Bernhard Huber, 2016 Sommerhalde: sehr fokussiert, beschreibt die Umlaufbahnen eines idealen Pinots mit einer spektakulären Fruchtsäurespur, denen fruchtflächigen Zitrate folgen. Immer schlank, nie opulent. Ein antiautoritärer Wein, nicht durch Holz in Form gezwungen, Frucht regiert. 95 Punkte.

Weingut Dr. Heger, 2016 Hinter Winklen, Gras im Ofen, Chardonnay: Frucht und Staub in der Nase. Im Mund dann Vanille, feine Säurespur, weich, aber nicht fett. Hager, salzig. Nur ein Hauch intramuskuläres Fett. 93 Punkte.



Blick bis nach Böhmen: Klaus Zimmerling sieht übers Elbtal auf die Tafelberge der Sächsischen Schweiz und die Ausläufer des Erzgebirges.

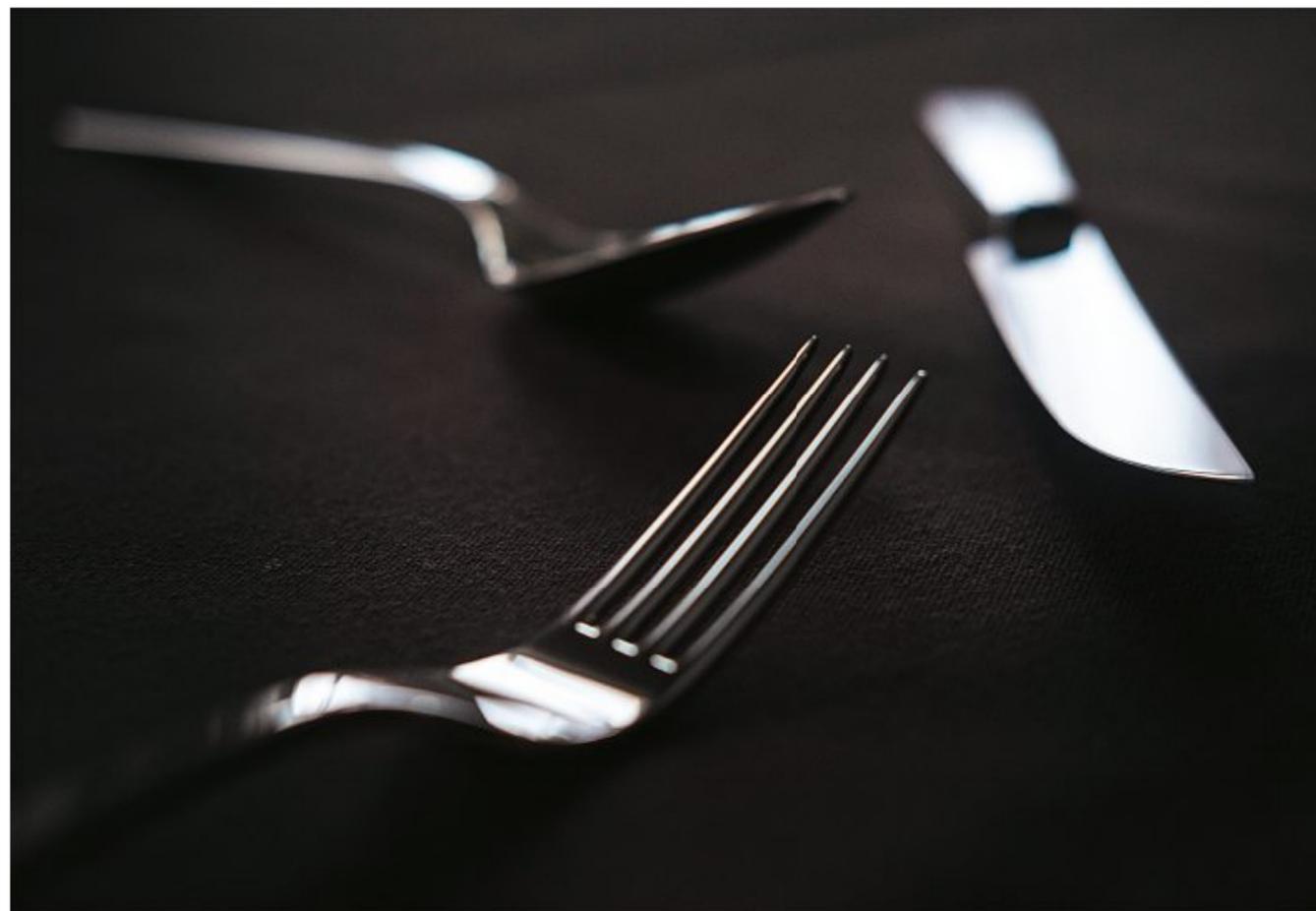


Schleifer: In der Manufaktur von Robbe & Berking ist Handwerk gefragt.

Hard Ware

Robbe & Berking fertigt in Flensburg Tafelsilber. Zu den Bestecken des Familienunternehmens greifen Kanzler und Könige.

Von Theresa Weiß, Fotos Daniel Pilar



Lieblingsstücke: Das Besteck der Serie Riva verwendet Eigentümer Oliver Berking auch in seinem Ferienhaus.

Heftiger Wind umtost das Backsteinhaus in einem Flensburger Industriegebiet. Eine Mitarbeiterin schließt die Tür auf. Hier in der Werkstatt liegen zentnerweise Silberplatten, ein Kilogramm ist mehr als 400 Euro wert. Es ist der Rohstoff, aus dem Platten, Sektkelche, Bestecke, Kannen und Schmuck gefertigt werden.

Robbe & Berking ist ein mittelständisches Familienunternehmen mit 170 Mitarbeitern, geführt von Oliver Berking in der fünften Generation. Der Marktführer für Tafelsilber in Deutschland und Europa beliefert Kunden in aller Welt. Berkings Ururgroßvater Nicolaus Robbe eröffnete 1874 mit seinem Schwiegersohn Robert Berking eine Silberschmiede mit Juweliergeschäft. Der Laden expandierte, trotz mancher Rückschläge. Heute hat das Unternehmen 4000 Artikel im Sortiment und mehr als 30 Designs für Besteck.

Oliver Berking, 56 Jahre alt, arbeitet seit 1985 in der Manufaktur. Er hat Betriebswirtschaft studiert, eine silberne Kanne könnte er selbst nicht schmieden. Doch bei den Entwürfen hat er seine Finger im Spiel. Robbe & Berking hat keine eigene Designabteilung, sondern arbeitet mit Gestaltern und Silberschmiedern zusammen. Der Geschäftsführer segnet jeden Entwurf ab. Und manchmal kommt eine Idee auch von ihm. Sein Vater Robert Berking war ebenfalls für viele Entwürfe verantwortlich.

Dass das Unternehmen Robbe & Berking so lange durchgehalten hat, liegt an der Qualität der gefertigten Stücke und, da ist sich Berking sicher, an der Gestal-

tung. Wenn der Chef im Ausstellungsraum die Bestecke hervorholt, ist seine Begeisterung spürbar. „Ich muss mich in jedes Modell verlieben, bevor es produziert wird“, sagt er. Es ist eine große Liebe – seit 1874 ist nie ein Modell aus der Kollektion genommen worden. Es gibt eine Nachkaufgarantie für alle Linien. „Umso wichtiger ist es, dass die Produkte durchhalten, auch gestalterisch.“ Berking folgt also keinen Trends und macht keine Saisonware. Seine Produkte sollen zeitlos sein.

Lieblinge hat er trotzdem. Zu Hause liegt bei ihm Alta im Besteckkasten, eine der klassischen Ausführungen, die in vielen Sternerestaurants und Nobelhotels



Am Anfang: Stanzformen für Gabeln

benutzt werden. Im Ferienhaus speise die Familie mit Riva, einer Serie mit kantigem Griffdesign und einer besonderen Laffe beim Löffel. Das Mundstück ist an der Außenkante abgeflacht und eckig, aber nicht scharfkantig. „Höchste Polier- und Schmiedekunst“, sagt Berking.

Hergestellt werden die Bestecke gleich nebenan. Aus den Silberplatten stanzen Arbeiter die Grundform für Löffel, Gabel oder Messerheft aus, aus 925-Sterling-Silber oder aus Alpaca, einer Kupfer-Nickel-Zinn-Mischung. Fast jedes Objekt wird bei

Robbe & Berking in zwei Ausführungen gefertigt, in Vollsilber und versilbert. „Auf der Welt gibt es nur ein paar Restaurants, die wirklich vollsilbernes Besteck nutzen“, sagt Berking. Den Unterschied sieht nur, wer ein Besteck umdreht und auf den Stempel achtet: Ein Halbmond und eine Krone stehen für in Deutschland gefertigtes Silber, ein kleines Mammut steht für Alpaca, das mit 999-Sterling-Silber ummantelt ist. Gewicht und Optik sind gleich, auch das Vollsilber wird noch einmal im Silberbad mit der 999-Schicht versehen. Doch echte Silberlöffel kosten etwa dreimal so viel wie ein Alpaca-Stück.

Der kostbare Rohstoff macht die Produkte besonders. Aber er kann sich auch als heikel erweisen. „Bei börsennotierten Preisen für Rohstoffe hängt immer ein Risiko über der Firma“, sagt Berking. „Mein Vater hat immer gesagt: Oliver, fang bloß nicht an zu spekulieren.“ Er kauft den Rohstoff darum nicht auf Halde, sondern jeden Monat etwa so viel, wie tatsächlich verarbeitet wird. Ist der Kern ausgestanzt, wird das platte Metallstück in der Manufaktur geprägt. Mit 1000 Tonnen Druck senken sich die Werkzeuge auf das Metall, das sich auf bis zu 100 Grad erwärmen kann. Für jedes Design gibt es eine Matrize mit passender Pfaffe, die dem Besteck seine Form und zum Beispiel Verzierungen am Rand aufdrückt. Die Roh-Gabel wird dann mit Bimsstein vorpoliert, gereinigt, geschliffen, zwischenkontrolliert, versilbert, poliert. Bevor ein Teil die Manufaktur verlässt, ist es durch mindestens 50 Hände gegangen. Diese handwerkliche Arbeit kostet. Ein vollsilberner Löffel wird im Geschäft für 210 Euro verkauft. Ein Service, das aus gut 50 Teilen besteht, ist also eine echte Investition. So gut wie jede Sonderanfer-



Am Ende: Kontrolle des Bestecks

tigung ist möglich. Zur Zeit polieren Mitarbeiter eine vollvergoldete Bestellung aus 700 Teilen. Den größten Umsatz aber bringt das Objektgeschäft – große Bestellungen von Restaurants oder Hotels, mit Tausenden Teilen, Vorlegebesteck, silbernen Kannen, Marmeladentöpfchen. Lukrativ sind auch Großveranstaltungen. „Beim G-20-Gipfel in Hamburg haben sie mit unserem Besteck gegessen“, sagt Berking. Sein Unternehmen hat elf eigene Geschäfte und verkauft das Tafelsilber bei Juwelieren und im gehobenen Einzelhandel wie bei Harrods.

Seit ein paar Jahren fertigt und restauriert das Unternehmen auch klassische Yachten in einer Werft im Flensburger Hafen. Und hin und wieder gibt es Projekte wie das mit BMW: Gemeinsam bauten sie das teuerste Auto, das je aus dem Haus des bayerischen Herstellers gekommen ist, einen BMW Individual 760 Li mit zehn Kilo Silber an Armaturen, Kühlergrill und Griffen. Man muss sich immer Neues einfallen lassen in diesem Geschäft – Besteck oder ein Service kaufen viele Kunden nur einmal im Leben und vererben es dann.

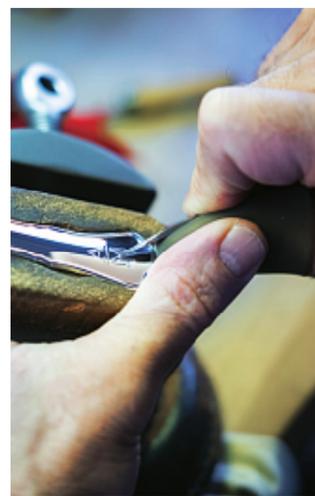
Im Bauch der Manufaktur dröhnen Hammerschläge durch die Gänge. Eine Silberschmiedin bearbeitet einen Becher der Linie Martelé. Bei dieser Technik wird die Oberfläche des Silbers mit kleinen Schlägen traktiert, bis sich das Licht auf der unebenen Haut des Werkstücks tausendfach bricht. In einer Halle neben ihrem Atelier bearbeitet ein junger Mann an einer klobigen Maschine eine Kanne. Robbe & Berking bildet ihn zum Gürtler und Drücker aus. Das ist ein altes Handwerk, sagt Wolfgang Fechner, der techni-

sche Leiter der Manufaktur. Mithilfe eines Ledergürtels, in den sich der Arbeiter lehnt, formt er ein Werkstück. Aus der Hüfte kann er mehr Kraft auf die Maschine übertragen. In der Manufaktur werden so etwa die silbernen Kannen hergestellt, die aus einem Stück bestehen und nicht – wie es sonst oft der Fall ist – aus zwei gegossenen Halbformen verlötet werden.

Ein paar Treppenstufen darunter ist die Galvanik untergebracht. „Die teuerste Abteilung“, sagt Fechner. 8000 Liter Silberbad schwappet in zwei Becken auf und ab. Gelöst sind darin gut 320 Kilogramm Silber. In dem Gemisch dreht und wendet eine Maschine das Besteck, damit die Silber-

ionen sich gleichmäßig festsetzen. Daneben steht ein kleines Goldbad, in dem etwa anderthalb Kilo Gold in der Säurelösung schwimmen. „Das entspricht etwa 50.000 Euro“, sagt Fechner. Die Maschine piept, dann fährt ein Greifarm vor und hebt eine Ladung Löffel aus der Wanne.

Bevor die fertigen Stücke ins Lager kommen, werden sie auf Hochglanz poliert, von Hand. Bei einem großen Teller kann das eine Dreiviertelstunde dauern. Je glatter eine Oberfläche, umso größer die Herausforderung für die Polierer – Silber ist eines der am stärksten reflektierenden Materialien, auf einer Fläche sieht man jede Schliere, jeden Kratzer, jede Uneben-



Im Einzelfall: Gravur eines Besteckstücks

heiten. In der Endkontrolle prüfen zwei Mitarbeiterinnen jedes Stück noch einmal. Wer es noch exklusiver wünscht, kann sich in der Gravurabteilung ein Emblem oder Initialen auf sein Silber stechen lassen. Eine Maschine überträgt das Muster, dann wird es von Hand nachgearbeitet, damit jede Kante perfekt ist. 16.000 Muster liegen in der Kartei, und wie bei den einzelnen Modellen gilt für sie die Nachkaufgarantie. In einer Vitrine zeigt das Unternehmen, wen es schon beliefert hat: Die Bestecke des Bundeskanzleramts liegen da, die golden verschnörkelten Kaffeelöffel des malaysischen Königs, außerdem das Besteck, das Boris Jelzin für den Kreml bestellte. In diesem Service gibt es auch kleine silberne Wodka-Becher. Auf ihrem Grund ist ein Zarenadler eingelassen, der erst sichtbar wird, wenn eine klare Flüssigkeit im Becher ist.



Im Lager: Eigentümer Oliver Berking

Oliver Berking mag seinen Job. „Das sind emotionale Produkte, schöne Dinge, die einen umgeben.“ Er hat drei Geschwister, sie wollten die Manufaktur nicht übernehmen. Vielleicht, weil die Arbeit nicht immer einfach ist. 90 Prozent des Bestecks, das in Deutschland gekauft wird, kommt aus Asien. Ausschließlich in Deutschland zu produzieren ist teuer, der Markt eine winzige Nische. Viele seien von den schönen Produkten begeistert, sagt Berking, am Ende aber nicht bereit, so viel Geld für sie auszugeben. „Von außen sieht alles toll aus: Wir baden im Silberglanz, fertigen in unserer Werft Yachten aus Mahagoni, haben Kontakt zu Königshäusern. Aber das ist auch ein scheid-harter Job.“ Sagt er – und lächelt trotzdem. ◀



SCHÖN GETRUNKEN

Sechs Frankfurter Barkeeper verraten ihre Cocktailrezepte für den Herbst. *Von Maria Wiesner*



New York Sour

„Harry's New York Bar“ ist ein Klassiker der Frankfurter Barszene. Da liegt es nahe, dass Barkeeper Emmanuel Saridakis auch einen Cocktail-Klassiker zubereitet. Seine Whisky-Sour-Variante hat er mit einem Schuss New York versetzt.

Zutaten: 5 cl Bourbon Whisky, 2 cl Zuckersirup, 3 cl Zitronensaft, ½ Espresso-Löffel gefriergetrocknetes Eiweiß

Zubereitung: Whisky, Zuckersirup, Zitronensaft und Eiweiß mit Eis in den Shaker geben und kräftig schütteln. In ein mit Eis gefülltes Tumbler-Glas abseihen. Mit einem Schuss Bordeaux-Wein auffüllen, sodass der Drink eine kräftige rote Farbe bekommt. Mit Ananas-Scheibe und Maraschino-Kirsche garnieren.

893!

Diese Zahlen sind der Yakuza-Code, den japanische Bars benutzen. Da sich die „Bar Shuka“ im Bahnhofsviertel japanischem Alkohol verschrieben hat, bereitet Barkeeper Michael Jeckel den Drink mit Yuzu und japanischem Whisky zu.

Zutaten: 6 cl japanischen Whisky, 1 Schuss Hibiskustee, 1 Schuss Orangenlikör, 1 Schuss Sake-Pflaumen-Likör auf Yuzu-Basis

Zubereitung: Der Drink wird kalt gerührt. Dafür Whisky, Hibiskustee, Orangenlikör und Sake-Pflaumen-Likör in ein Rührglas geben, Eiswürfel dazu und mit einem langstieligen Barlöffel kräftig rühren. Abseihen und mit „Burned Citrus Oil“ und einer Blüte dekorieren.



Hood Couture

Frankfurt hat viele Hochhäuser, der jüngste Sky-scraper ist der Henninger Turm mit einer Bar im obersten Geschoss. Mit Blick über die Skyline mixt Barkeeper Moritz Ziehr im „Franziska“ die moderne Variante eines klassischen Whisky-Cocktails.

Zutaten: 3 cl Bourbon-Whisky, 3 cl Aprikosen-Bourbon, 2 cl Lillet Rosé, 1 cl Holunderblütensirup, 1 Schuss Angostura-Bitter, 3 Schuss Peychaud's-Bitters

Zubereitung: Whisky, Aprikosen-Bourbon, Lillet Rosé, Holunderblütensirup und die Bitters in einen Shaker geben und mit Eis auffüllen. Wer Profi genug ist, kann den Drink vom Shaker in ein zweites Rührgefäß werfen, um Luft unterzuheben und abzukühlen – alle anderen können den Drink zu Hause auch einfach mit Eis rühren. Dann in ein mit Eis gefülltes Tumbler-Glas abseihen.



Fire Walk with Me

„Wir sind große Twin-Peaks-Fans“, sagt Barkeeper Sven Schupp über das Team der „Roten Bar“. Die Musik zu David Lynchs Mystery-Serie lief gerade, als er den Drink zum ersten Mal zubereitete – und da die Chilisauce tatsächlich Feuer ins Glas bringt, passt der Name perfekt.

Zutaten: 3–4 Scheiben frischen Ingwer, 1 Schuss Kakao-Bitter, 2 cl weiße Creme de Cacao, 2 cl Limettensaft, 4 cl Gin, 3–9 Spritzer Chilisoße (zum Beispiel „Habanero Hot“)

Zubereitung: Ingwer kleingeschnitten in ein Glas geben und mit einem Stößel zerdrücken. Limettensaft, Gin, Creme de Cacao, ein Schuss Kakaobitter und – je nach gewünschtem Schärfegrad – drei bis neun Spritzer Chilisauce dazu. Mit Eis auffüllen und gut schütteln. In ein vorgekühltes Coupette-Glas abseihen.



Daphne und Geraldine

Der Schwarzweißfilm „Manche mögen's heiß“ ist bekannt für Marilyn Monroes Gesang und einen Cocktail, der in einer Wärmflasche gemixt wird. Barkeeperin Leslie Bick vom „Maxie Eisen“ hat sich davon inspirieren lassen.

Zutaten: 4 cl Rye Whisky (Woodford Reserve), 2 cl trockener französischer Vermouth (Noilly Prat), 2 cl süßer italienischer Vermouth (Antica Formula), 1 TL Honig-Pfeffer-Ingwerinfusion, 1 Orangenzeste

Zubereitung: Der Drink wird kalt gerührt. Man benötigt dafür ein großes Rührglas, das vorher mit Eiswürfeln gekühlt wird. In das Glas kommen der Whisky, der trockene und der süße Vermouth sowie ein Löffel der Honig-Pfeffer-Ingwerinfusion. Darauf werden so viele Eiswürfel gegeben, dass sie die Flüssigkeit in doppelter Höhe bedecken. Dann geht es ans Rühren – am besten eignet sich dafür ein langstieliger Barlöffel. In ein Cocktailglas abseihen und mit einer Orangenzeste garnieren.



Dr. Watson

Im „Hunky Dory“ ist nicht nur die Einrichtung verspielt. Auch die Gläser, in denen Enrico Albrecht und Armin Azadpour Drinks servieren, sehen lustig aus. Der „Dr. Watson“ kommt im Pfeifenglas.

Zutaten: 3 cl Ardbeg (kräftiger schottischer Whisky), 1 Schuss frischen Rote-Bete-Sirup, 1 Schuss Salz-Vinaigrette, 1 Schuss Apricot Brandy, etwas Kaffee Staub

Zubereitung: Whisky, Rote-Bete-Sirup, Salz-Vinaigrette und Apricot Brandy in den Shaker. Mit Eis auffüllen und schütteln. Abseihen – am besten stilecht ins Pfeifenglas. Mit Kaffee Staub dekorieren, für ein schmauchiges Aussehen.

Videos von der Zubereitung der Drinks unter www.faz.net/cocktails

FOTOS: JOHANNES KREINER

**WOW
HUNGARY**



UNGARN, DIE QUELLE DER WUNDER.

Lass dich treiben und lass zu,
dass dich jeder Weg zu einem
neuen Wunder führt.

Atme mit der Natur und
kostete ungarische Gerichte!

wellspring of wonders

wowhungary.com

SZÉCHENYI 2020



HUNGARIAN
GOVERNMENT

European Union
European Regional
Development Fund



INVESTING IN YOUR FUTURE

Die zwei genau gleich gebauten Markthallen und ihre Cafés sind ein lebendiger Treffpunkt, für die Einheimischen wie für die Touristen. Entworfen hat die historischen Bauten im Jahr 1915 Gustave Eiffel.

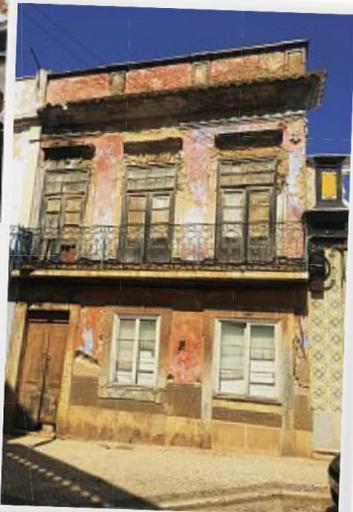


Schatten bieten zwei Parks am Wasser. Wer mit den Fähren zur Ilha da Armona und zur Ilha da Culatra ablegen will, trifft dort auf fliegende Händler mit Ständen voller Klamotten und anderem verlockenden Kram, den man eigentlich überhaupt nicht braucht.



Die Portugiesen lieben Süßigkeiten. Berühmt sind ihre Puddingtörtchen, die „Pastéis de Nata“, die jede noch so kleine Bäckerei verkauft. Aber auch für bunte Marzipanfrüchte ist es nie zu heiß.

Oben im geschäftigen Zentrum hinter dem Hafen halten selbst die ältesten Häuser den Jahren stand. Sie warten darauf, wiederentdeckt zu werden, von fremden Liebhabern oder Investoren.

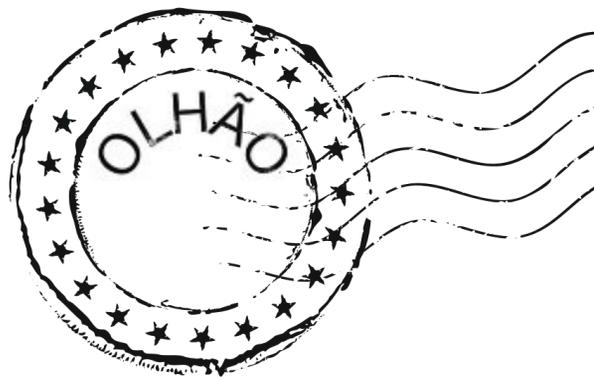


In der einen Markthalle gibt es herrlich fangfrische Fische und Meeresfrüchte, in der anderen Fleisch und Käse, Gemüse und Obst – und die typischen Mitbringsel von der Algarve.

Floripes heißt die geheimnisvolle „maurische Dame“, die der Legende nach ihren Liebhaber aus Olhão mit sich nach Nordafrika genommen hat. Ihr graziöses bronzenes Denkmal steht an der Grenze zwischen dem Hafen und der Oberstadt.



Grüße aus



Wer ganz im Süden Portugals unterwegs ist, sollte diese Hafenstadt unbedingt ansteuern.

Von Rose-Maria Gropp



Gar nicht wenige Menschen aus dem kühleren Norden überwintern in Olhão. Für die anderen Besucher hat das riesig aufgeblähte Kerlchen in den Bäumen am Hafen auch in diesem Jahr für die „Noites do Levante“ geworben – die Spektakel in warmen Nächten.



Schnelle Küche: Die Gerichte von MChef sind optisch und geschmacklich – und auch preislich – einer Pizza Hawaii weit voraus.

Freitagabend, Freunde kommen zu Besuch. Sie erwarten ein gemütliches Essen, aber leider war wieder mal keine Zeit zum Einkaufen. Da hilft nur der Klassiker: Pizza bestellen. Von einem guten Italiener, auf dem Porzellanteller serviert, mit einem Rotwein aus dem Keller, ist das keine schlechte Variante. Aber: Das Essen ist nicht mehr heiß, weil es eine halbe Stunde durch die Welt gefahren wurde, es fehlen Vor- und Nachspeise, und es ist halt nur eine Pizza.

Wieder ein Freitagabend, einen Monat später. Die Freunde sitzen am Tisch, vor ihnen rechteckige weiße Porzellanteller mit kleinen Saucenkännchen. Auf dem ersten liegt ein Rote-Bete-Carpaccio mit Kürbiskern-Vinaigrette, rosa Meerrettich und gebrannter Ziegenkäsecreme, dazu Apfel-Chutney und Cracker. Auf dem zweiten Teller Vitello Tonnato vom Kalbsrücken an einer Demiglace mit mariniertem Grillgemüse und Thunfischsauce. Auf dem dritten ein Tatar vom schottischen Lachs mit marinierten Gambas in Kokos und Limette, Koriandercreme, Quinoa-Fenchel-Salat und Gemüsecrumble. Dazu ein Roero Arneis aus dem Piemont.

Bestellt wurde das Essen wieder im Internet – aber diesmal bei MChef, einem Online-Gourmet-Service. Bisher kommt nur Nordrhein-Westfalen in diesen Genuss, von Januar 2019 an ganz Deutschland. Die Bestellung muss am Vortag bis zwölf Uhr abgeschlossen sein, man muss sich als Kunde registrieren und kann dann auswählen zwischen Vor-, Haupt- und Nachspeisen oder fünf verschiedenen Menüs sowie 18 Rot- und Weißweinen. Alle Speisen sind auf der Homepage abgebildet und ausführlich beschrieben. Die Lieferung kommt per Kurier am Tag des Essens, ein Zeitfenster von zwei Stunden lässt sich bestimmen. Bestätigung und Rechnung werden per Mail versandt.

Freitagmorgen, zehn Uhr, es klingelt. Der Kurier ist überpünktlich. Er stellt drei riesige schwarze Styropor-Kisten vor die

DINNER FOR FUN

Der Online-Service MChef bringt gute Küche an den heimischen Esstisch. Das hat seinen Preis.

Von Marco Dettweiler

Tür. Weithin sichtbare Pfeile weisen darauf hin, dass die Ware nur aufrecht und vorsichtig transportiert werden darf. Die Kisten fühlen sich kühl an. Das Trockeneis, das im Inneren in einem seitlichen Fach für Kälte sorgt, hält 24 Stunden lang. Danach gilt die Garantie von MChef nicht mehr, nach der das Essen so gelingt, wie es sich die Köche vorgestellt haben. Deshalb steht auf den Kisten, wann das Essen eingepackt wurde, in diesem Fall um 20 Uhr. Man kann das Essen natürlich auch nach den 24 Stunden noch im Tiefkühlfach und im Kühlschrank lagern – wenn man Schubladen hat, die groß genug sind.



Teure Technik: Erwärmt werden müssen die Speisen im Dialoggarer.

Um 19 Uhr sind alle da. In der Küche werden die schwarzen Styropor-Kisten geöffnet. Darin sind Kartons gestapelt, in einem Fach liegt der gekühlte Weißwein – wie bei einer Pizzabestellung. Dieses Essen auf Rädern ist aber etwas exklusiver: Auf rechteckigen weißen Tellern ist schon alles so angerichtet, wie man es aus guten Restaurants kennt. Nur eben noch gefroren oder stark gekühlt und mit Folie überzogen, damit es beim Transport nicht verrutscht. Die Folie wird abgezogen, der Teller in den Backofen geschoben.

Für viele potentielle MChef-Kunden ist das der Haken: Die Speisen können nur in einem speziellen Backofen so erwärmt werden, dass sie aussehen und schmecken wie in einem guten Restaurant – in einem Dialoggarer. Das Gerät, das seit dem Sommer von Miele angeboten wird, kann Lebensmittel mit elektromagnetischen Wellen garen. Sie durchdringen aufgrund ihres Frequenzbereichs bei etwa 915 Megahertz die Lebensmittel gleichmäßig, sodass sie sich erwärmen, ohne ihre Konsistenz zu verlieren. So können Fleisch, Fisch oder Gemüse in Kombinationen gegart werden, die bisher nicht möglich waren. Eine Besonderheit ist der Dialoggarer aber auch preislich: Er kostet 8000 Euro.

Das er per Smartphone ferngesteuert werden kann, hat MChef für seine Zwecke genutzt. Die App sagt dem Ofen, was er

mit dem Essen auf den weißen Tellern tun soll. Dazu wählt man in der MChef-App die Gerichte aus und startet den Dialoggarer. Durchschnittlich braucht ein Gang etwa 20 Minuten, dann können die Teller direkt vom Backofen auf den Tisch gestellt werden.

Um 20 Uhr am Freitagabend liegt statt der Pizza ein gebratenes Rinderfilet an Barolojus mit Gemüsestreifen in Mangold und Kartoffel-Trüffel-Gratin auf dem Teller, drapiert wie in einem Sternerestaurant. Daneben gibt es ein Saltimbocca von der Perlhuhnbrust an Korianderjus mit einem Duo von der Karotte und sizilianischem Couscous. Zum Schluss, bei einem Délice von weißer Schokolade und Pistazie mit Erdbeermark und Pistazien-Macaronis auf Schokoladenerde oder Schokoladenpudding mit Vanillesauce und Erdbeertartelette, diskutieren die Gäste darüber, was von MChef zu halten ist.

Über das hohe Niveau sind sich alle einig: Rind- und Kalbfleisch, Lachs, Gambas und Perlhuhnbrust überzeugen durch Saftigkeit, Konsistenz und Geschmack. Klassische Beilagen wie das Kartoffel-Trüffel-Gratin und spannende Kreationen wie die gebrannte Ziegenkäsecreme oder Koriandercreme lassen fast vergessen, dass das Essen im Internet bestellt wurde. Selbst mit viel Kocherfahrung, gut ausgestatteter Küche, ambitionierten Rezepten und guten Einkaufsmöglichkeiten für Fisch und Fleisch wäre es kaum möglich, an einem Tag solche Gerichte zuzubereiten.

Die Menüs von MChef kosten zwischen 39 und 56 Euro. Die Vorspeisen starten bei 13 Euro, das teuerste Hauptgericht verschlingt 29 Euro. Hinzu kommt eine Liefergebühr von 15 Euro. Das sind Preise, wie man sie von gehobenen Restaurants kennt – so schmecken die MChef-Gerichte aber auch. Mit den Kisten-Lieferungen, die Radfahrer an die Tür bringen, hat dieses Essen wenig zu tun. Und auch nicht mit den Gerichten, die man sonst normalerweise zu Hause kocht.

„AUF DEM MOTORRAD FÜHLE ICH MICH FREI“



Valérie Messika, 42, hätte auch dem Beispiel ihres Vaters folgen können, der in Paris zu den wichtigen Diamantenhändlern gehört. Aber die Tochter wollte mehr: Sie gründete eine Schmuckmarke. Nur 13 Jahre später führen 369 Läden in 60 Ländern ihre Entwürfe, und Star-Model Gigi Hadid ist für sie im Einsatz. Aber ohne Diamanten und ohne Familie geht es nicht. Nach unserem Interview steht erst der Cousin im Zimmer, dann der Ehemann, dann der Vater. Valérie Messika hat trotzdem keine Zeit für allzu viel Talk. Sie setzt sich auf ihr Motorrad, und weg ist sie.

Was essen Sie zum Frühstück?

Getoastetes Baguette mit Butter, dazu Kaffee.

Wo kaufen Sie Ihre Kleidung ein?

Bei Printemps. Ich habe keine Zeit zum Shoppen und brauche deshalb einen Ort, an dem es schnell geht. Deshalb nehme ich mir da einen Personal Shopper, mit dem laufe ich zweimal im Jahr über die Fläche, dann probiere ich alles an. Hin und wieder wählt er auch alleine aus, aber eigentlich prüfe ich das lieber noch mal nach. Okay, manchmal gehe ich mit meinen Kindern auch zu Zara.

Hebt es Ihre Stimmung, wenn Sie einkaufen?

Ja, aber ich verschwende ungern Zeit darauf.

Was ist das älteste Kleidungsstück in Ihrem Schrank?

Eine Lederjacke von Balenciaga. Die ist bestimmt älter als 15 Jahre, noch aus den Zeiten von Nicolas Ghesquière.

Was war Ihre größte Modesünde?

Meine größte Modesünde war eine Haarsünde. Anlässlich einer Party habe ich mir mal einen Chignon stecken lassen. Leider ohne es vorher auszuprobieren – sehr gefährlich. Der war so hässlich, aber es war zu spät, ich musste so hin. Und hinterher sah ich mich so auf Fotos zusammen mit Eva Longoria. Schrecklich!

Tragen Sie zu Hause Jogginghosen?

Nein, aber Leggings.

Haben Sie Stil-Vorbilder?

Kate Moss. Sie ist chic und cool. So einen Look stellt man in fünf Minuten zusammen.

Haben Sie jemals ein Kleidungs- oder Möbelstück selbst gemacht?

Nie. Als Jugendliche habe ich mal mit einem Häkel-pullover angefangen, aber ich habe ihn nie beendet.

Besitzen Sie ein komplettes Service?

Ja, von meiner Großmutter, es ist in unserem Landhaus. Sehr britisch, mit viel Gold und Blumen.

Mit welchem selbst zubereiteten Essen konnten Sie schon Freunde beeindrucken?

Ich bin eine schlechte Köchin, aber ich habe einen Trick: Ich kaufe besonders gute Lebensmittel ein, und dann ist jeder schnell begeistert.

Welche Zeitungen und Magazine lesen Sie?

„Elle“, „Figaro Madame“, aber ich greife zunehmend zum Mobiltelefon.

Welche Websites und Blogs lesen Sie?

„Business of Fashion“ und „Journal du luxe“.

Wann haben Sie zuletzt handschriftlich einen Brief verfasst?

Das war für meine sechs Jahre alte Tochter. Im Juni ging es für sie drei Tage lang auf Klassenfahrt, zum ersten Mal

war sie weg von zu Hause. Für mich war das auch hart, also habe ich der Lehrerin für jeden Tag einen Brief von Mama und Papa für sie mitgegeben. Sie hat sich gefreut!

Welches Buch hat Sie am meisten beeindruckt?

Ich komme leider nicht viel zum Lesen, deshalb ist die Frage für mich schwer zu beantworten. Aber ein Buch, das ich immer wieder zur Hand nehme, ist „Der Kleine Prinz“ von Antoine de Saint-Exupéry.

Ihre Lieblingsvornamen?

Die Namen meiner Kinder: Noa und Romane.

Ihr Lieblingsfilm?

„Lion“ hat erst kürzlich mein Herz berührt.

Fühlen Sie sich mit oder ohne Auto freier?

Ich fahre am liebsten Motorrad, zusammen mit meinem Mann, da bin ich freier. Ich sitze hinten.

Tragen Sie eine Uhr?

Ja. Ich liebe Uhren. Ich habe vier!

Tragen Sie Schmuck?

Natürlich, meinen eigenen. Mein „skinny bracelet“ nehme ich weder zum Schlafen noch zum Duschen ab. Für mich ist es wie ein Tattoo.

Haben Sie einen Lieblingsduft?

Hermès, Eau d'Orange Verte.

Was ist Ihr größtes Talent?

Ich kann sehr überzeugend sein. Auch Gigi Hadid damals zu gewinnen war nicht einfach.

Was ist Ihre größte Schwäche?

Ich bin sehr gut darin, Dinge aufzuschieben.

Womit kann man Ihnen eine Freude machen?

Mit einem spontanen Drink. Oder mit einem Wochenende im Landhaus. Besser kann ich nicht abschalten.

Was ist Ihr bestes Smalltalk-Thema?

Ich rede gerne über Mode.

Sind Sie abergläubisch?

Nicht zu sehr, aber Hände sind für mich ein wichtiges Symbol für Schutz.

Wo haben Sie Ihren schönsten Urlaub verbracht?

St. Barths.

Wo verbringen Sie Ihren nächsten Urlaub?

Wahrscheinlich in Los Angeles, da war ich bislang nur für 24 Stunden.

Was trinken Sie zum Abendessen?

Zu Hause Wasser. Im Restaurant Wein.

Aufgezeichnet von Jennifer Wiebking.

Frankfurter Allgemeine SELECTION

AUSGESUCHTES FÜR
KLUGE KÖPFE

F.A.Z. Selection steht für herausragende Qualität und anspruchsvolles Design – gefertigt in deutschen Manufakturen und von renommierten Herstellern. Die Produkte werden exklusiv für F.A.Z.-Leser entworfen. Besuchen Sie unseren Online-Shop!



TASCHENKOLLEKTION LÆSØ

Die Hobo-Bag RØD steht für den absoluten Hingucker unter den exklusiven Taschen aus Naturleder, die Designerin Alexandra Svendsen eigens als F.A.Z.-Edition entworfen hat. Die geräumigen Hobo-Bags und die eleganten Clutches dieser neuen Kollektion sind allesamt aus mehrfach zertifiziertem Bio-Leder gefertigt und genügen den höchsten Ansprüchen an handwerklicher Perfektion. Das Innere der Taschen besticht durch den edlen Veloursstoff sowie eine durchdachte Aufteilung.

Die Hobo-Bag gibt es in 3 exklusiven F.A.Z.-Farben (inkl. zwei Henkeln) zu 928 Euro, die Clutch in zwei Farben zu 529 Euro.

Alle Produkte aus dem Hause Alexandra Svendsen sind zu 100 % Made in Germany.





Geldermann

WAHRE SEKTKULTUR SEIT 1838

ZEIT FÜR GENUSS. SEIT 180 JAHREN.

Geldermann steht seit 1838 für deutsch-französische Handwerkskunst und wahre Sektkultur. Unsere erlesenen Cuvées reifen mindestens ein Jahr in traditioneller Flaschengärung und erhalten so ihren charaktervollen Geschmack.

Erfahren Sie mehr über wahren Sektgenuss auf www.geldermann.de

