

LEUTE, LOOKS UND LEBENSART

QUALITY

The New Dimension

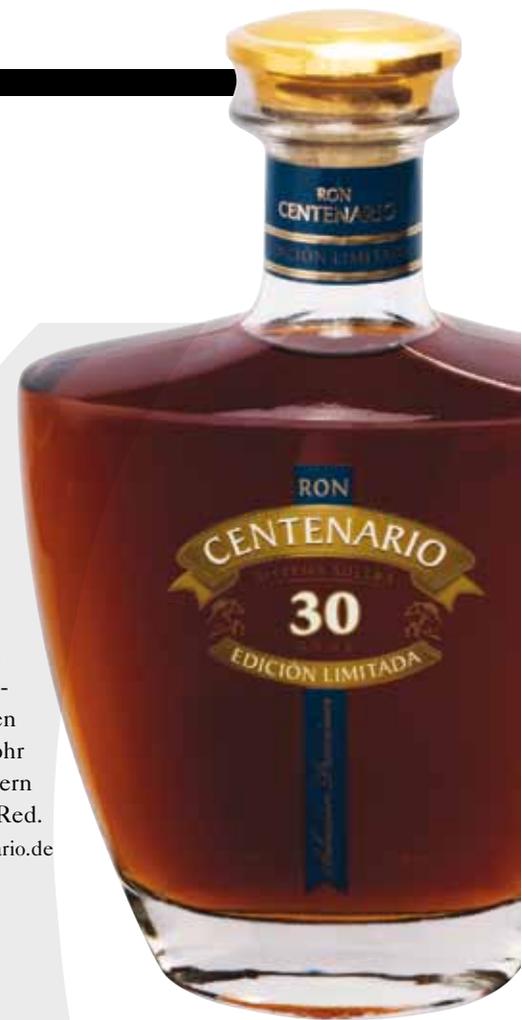
RESTAURANTS
QUALITY GOURMET
WINE & SPIRITS
TOBACCO
SWEETS
SPECIAL

**LOOK
& FEEL
FOOD**

VOLLENDETE REIFE

Bislang war das kleine Land Costa Rica vor allem für seinen hochwertigen Kaffee bekannt. Dass von dort auch ein hervorragender Rum kommt, mag einige überraschen. Mit dem Ron Centenario 30 Años hat die Destillerie von Ron Centenario Internacional in limitierter Auflage einen Rum geschaffen, der die Fachwelt begeistert. Mehrfach wurde dieser 30-jährige Rum schon ausgezeichnet – so unter anderem 2011 mit dem ersten Preis im Internationalen Spirituosenwettbewerb. Bei Ron Centenario – einem der letzten unabhängigen Produzenten weltweit – legt man besonderen Wert auf das Herstellungsverfahren. Für die limitierte Auflage wurden die ältesten Fässer des Unternehmens geöffnet, deren Ergebnis nun durch einen vollen, runden Geschmack mit einer Note von Zuckerrohr besticht. 30 Jahre lang hat der Rum in von innen ausgebrannten Whiskeyfässern gelagert, bis er nun mit vollendeter Reife auf den Markt kam. ds-Red.

www.roncentenario.de



Platinum meets Porsche

Johnnie Walker ist zugegebenermaßen als Label nicht gerade der Inbegriff von qualitativ hochwertigem Whiskey und wird in der Kategorie Red Label gerne auch mal zur Herstellung von Mischgetränken herangezogen. Mit dem weitaus hochwertigeren Blue und Platinum Label sowie einer einmaligen Kooperation mit Porsche Design versucht die schottische Destillerie nun ihre Position im Luxussegment weiter auszubauen. Und dies nicht nur auf geschmacklicher, sondern auch designtechnischer Seite. Als Special Edition kommt der Blue Label nun in einer von Porsche Design Studio kreierten Box, die in ihrer klaren und schlichten Linienführung eindeutig auf ihre Herkunft veweist. Umgedreht funktioniert der Deckel als Eiswürfelschale und kombiniert so auf einfache Weise Form und Funktion. Stilsicher kann der exquisite, rauchig-würzige Blue Label Whiskey nun genossen werden.ds-Red.

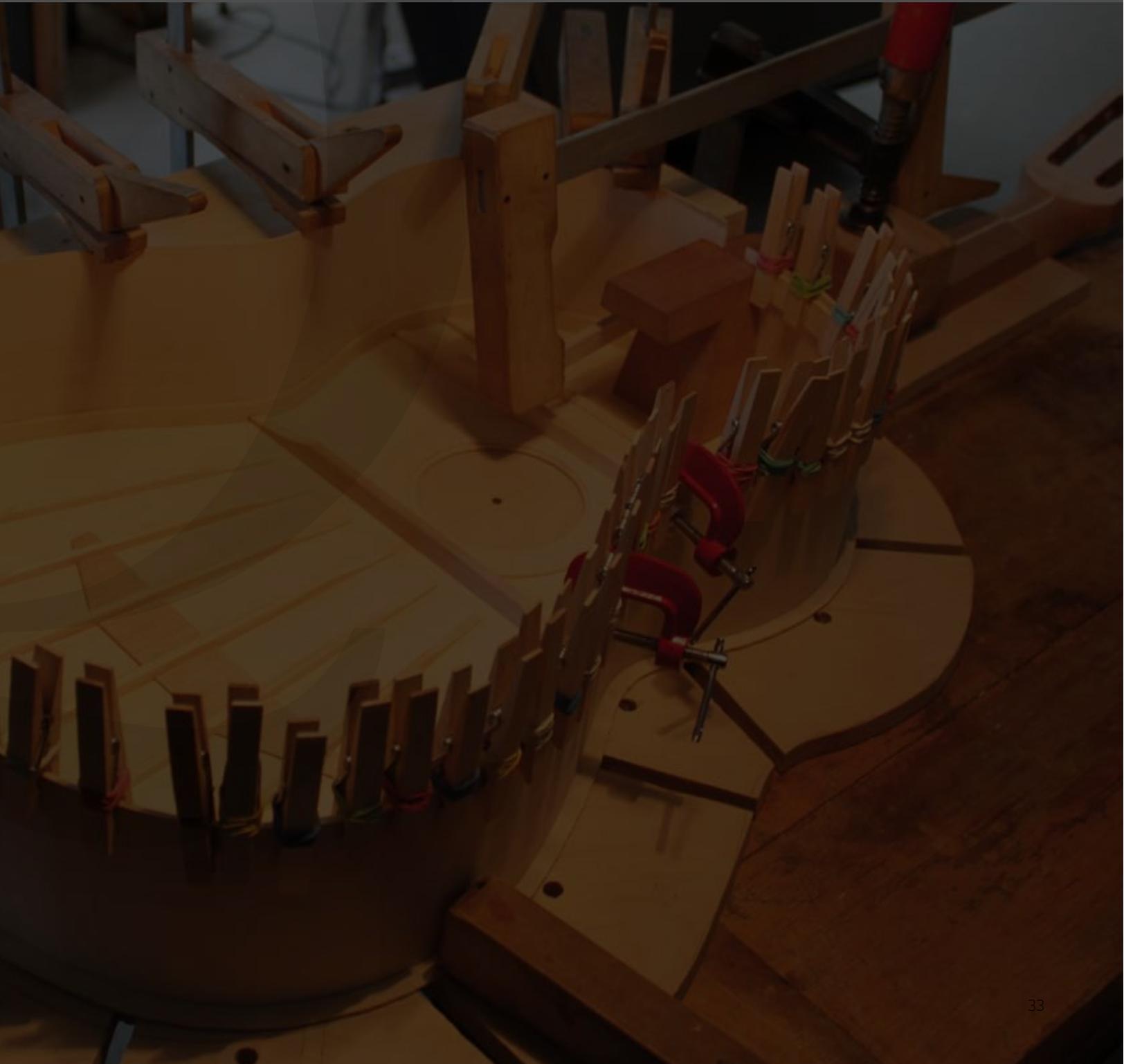
www.johnniewalker.com/de-de/home



In der „GuitarDoc“ – Lutz Heidlindemanns Werkstatt an der Spree – geben sich Musiker und Gitarrenliebhaber aus aller Welt die Klinke in die Hand.

von Dorothea Schöne

GuitarDoc



nomen

nomen est omen – wenn René Redzepi kocht!

von Petra Dietz



nzwischen sind es fast drei Jahre her, dass El Bulli unsanft vom Thron geschubst wurde. Das spanische Spitzenrestaurant, das 2011 seine Pforten schloss, durfte sich unter der Leitung von Molekularkoch Ferrán Adrià viermal hintereinander mit dem Titel „Bestes Restaurant der Welt“ schmücken. Bis so ein dänischer Jungspund daherkam, mit nordisch-rustikal anmutenden Kreationen die Gourmetlandschaft aufmischte und Adrià die Krone abspenstig machte. René Redzepi, Küchenchef des prämierten Noma, bewies, dass er keine kulinarische Eintagsfliege ist. Dem Spitzenkoch gelang der Gourmet-Hattrick: Er holte die begehrte Auszeichnung für sein Restaurant nicht nur 2010, sondern auch 2011 und 2012. Offenbar hat das „Restaurant Magazine“ ein Faible für Kost aus dem kalten Norden. Genauer gesagt, die Jury des britischen Fachmagazins, die sich aus über 800 Experten, darunter Köche und Restaurantkritiker, zusammensetzt. Für René Redzepi und sein Team ist der Titel selbstverständlich eine große Ehre, aber eine, die mit viel Verantwortung verbunden ist. Wer ganz oben ist, kann tief fallen. Der Druck, erfolgreich zu bleiben, ist immens. So wartet die Genießerwelt schon seit ein paar Jahren darauf, dass das Noma endlich mit einem dritten Michelin-Stern dekoriert wird. Doch das will irgendwie nicht so recht klappen. Klar, zwei Sterne sind toll, doch drei sind besser. Das sieht auch Redzepi so. Dennoch lässt er sich von dem Sterne-Kult nicht einschüchtern. Er verfolgt konsequent seine Linie, und der Erfolg gibt dem Dänen recht.

René Redzepi wurde 1977 in Kopenhagen als Sohn eines mazedonischen Vaters und einer dänischen Mutter geboren. Er lernte von den Besten, von Pierre André in Kopenhagen, Thomas Keller in Kalifornien, den Brüdern Purcel in Frankreich – und ironischerweise auch von Ferrán Adrià. Seit 2003 ist Redzepi sein eigener Chef. Gemeinsam mit dem dänischen Fernsehkoch Claus Meyer eröffnete er das Noma in einem ehemaligen Speicher aus dem

Essen wie Gott in Dänemark. Zum dritten Mal hintereinander wurde das Noma vom renommierten „Restaurant Magazine“ zum besten Restaurant der Welt gekürt. Der Hype um den Kopenhagener Kulinarik-Tempel ist Küchenchef René Redzepi zu verdanken, der seine Gäste mit einer New Nordic Cuisine verwöhnt. Kompromisse kennt der dänische Sternekoch nicht. Im Noma geht’s streng skandinavisch zu, in jeglicher Hinsicht.

18. Jahrhundert im Kopenhagener Stadtteil Christianshavn. Von außen schlicht, von innen schlicht, so präsentiert sich das mega angesagte Restaurant mit etwa 40 Sitzplätzen. Die zurückhaltende Eleganz passt gut. Das Interieur mit viel Holz ist unaufdringlich, nicht unangenehm präventios – kein Design-Overkill lenkt vom exzellenten Essen ab. Die Küche des Noma offenbart die Vielfalt der nordischen Küche mit ihren überraschend schmackhaften Zutaten. Vieles sammelt der Chefkoch höchstpersönlich in Wald und Flur. Auf der Suche nach den Ingredienzien probiert sich der Däne durch die Flora, gräbt nach Trieben und Wurzeln, knabbert an Ästen und Halmen. Das, was man sonst achtlos beim Spaziergehen in der freien Natur niedertrampelt, erfährt im Noma eine Metamorphose zur Delikatesse. Das eigensinnige Kulinarik-Konzept geht auf.



Das „Noma Lab“ beherbergt ein Food-Lab, Kräutergarten, Personalbereich und Office und ist durchkonzipiert wie das Noma selbst: auch hier kamen ausschließlich nordische Materialien zum Einsatz.



René Redzepi, Noma. Zeit und Ort in der Nordischen Küche €49,95, Phaidon/Edel, Hamburg 2011, www.edel.com



alle Fotos/diese Seite © Adam Merck / Porträt © Peter Brinck



Was wir achtlos beim Spaziergehen in der freien Natur niedertrampeln, erfährt im Noma eine Metamorphose zur Delikatesse.

b Trüffel aus Schweden, Moschusohse aus Grönland oder Tiefseekrabben von den Färöer-Inseln, Redzepi verwandelt sie in skandinavische erdverbundene Cuisine. Eben „nordic mad“, nordisches Essen, wie der Name Noma schon sagt. Für rund 200 Euro pro Menü können die Gäste gleichermaßen ursprünglich als auch avantgardistisch schlemmen. Was auf der Speisekarte steht, entscheidet weder der Gast noch der Koch, sondern das Wetter. René Redzepi verarbeitet nur frische und ausschließlich regionale Produkte. Tomaten und Olivenöl findet man in seiner Küche nicht, stattdessen kaltgepresstes Rapsöl, Radieschen in Nuss-Malz-Erde, eine Consommé von Roter Bete oder frittierte Wurzeln. Wenn es die Temperaturen zulassen. Ist es zu kalt, wird frisches Grünzeug knapp, dann muss der Meister improvisieren. Es kommt nur das auf den nackten Holztisch, was die nordisch-arktische Natur so gerade im Angebot hat. Im Winter gerne mal Austern aus Limfjorden oder Langustine mit rotem Sektang, serviert auf einem Stein, der vom heimischen Strand aufgelesen wurde. Meist wird mit den Fingern gegessen, erdverbunden eben. So kommt der Gast rundum in den Genuss eines Essens, das absolut unverwechselbar ist. Auf einen Espresso zum Abschluss muss er jedoch verzichten, denn der hat nun mal keinerlei skandinavische Tradition. Im Gegensatz zum Filterkaffee. Für Kenner

der dunklen Bohne keine wirkliche Alternative, aber das ist schließlich das Konzept des Noma. Dem bleibt der dänische Sternekoch konsequent treu, auch wenn das nicht immer so einfach ist. Redzepis Ansprüche sind hoch. Seine Gäste sollen immer wieder mit neuen Interpretationen nordischer Köstlichkeiten verwöhnt werden. Bis jetzt ist das dem Chef mit Bravour gelungen. Zurzeit ist er einer der angesagtesten Köche der Welt. Das sehen nicht nur Gäste und Restaurantkritiker, sondern auch seine Kollegen so. Eine Auswahl internationaler Spitzenköche

verliehen ihm den „Chef's Choice Award“. Der nordische Ministerrat ernannte ihn zum Botschafter der „Neuen Nordischen Kost“. Sogar das Titelblatt des amerikanischen „Time Magazine“ zierte die dänische Küchenikone. Anlass war Redzepis Aufnahme in die Top 100 der einflussreichsten Menschen der Welt. So viel Anerkennung ist nicht nur für das Noma eine unbezahlbare Werbung.



P

lötzlich erscheint die skandinavische Küche in einem ganz anderen Licht. Gourmets zeigen großes Interesse an nordischer Kulinarik, wovon wiederum andere hervorragende skandinavische Restaurants profitieren. Auch René Redzepis Bestreben, die Esskultur in seiner Heimat zu verbessern, ist auf einem guten Weg.

Dass René Redzepi an seinen Prinzipien festhält, heißt nicht, dass er unflexibel ist. Das stellte er im Sommer 2012 unter Beweis. Da zog er während das Noma renoviert wurde samt seinem Team nach London in das Luxushotel Claridge's, um dort während der Olympischen Spiele zehn Tage lang in einem Pop-up-Restaurant anspruchsvolle Gaumen zu betören. Aufge-

tischt wurde im Ballsaal des ehrwürdigen Hotels, der mit Brokat und Kristalleuchtern ein pompöses Kontrastprogramm zum schlicht-nordischen Ambiente des Noma bietet. Den Gästen war es egal, sie waren begeistert, und die rund 150 Sitzplätze waren stets ausgebucht. Sobald es in London die Runde machte, dass der berühmte Däne im Claridge's kochen würde, war der Teufel los. Die Reservierungshotline lief heiß, und innerhalb von ein paar Tagen gab es sage und schreibe 40 000 Reservierungsanfragen. Das Pop-up-Happening war eine Erfahrung für die Londoner und für René Redzepi. Der Sternekoch ist immer für Überraschungen gut. So präsentiert er neuerdings ganz besondere Leckerbissen: Insekten. Zu essen, was bereits für Millionen von Menschen ganz selbstverständlich ist, scheint für den Küchenchef logisch zu sein. Ob Ameisen oder Heuschrecken, Redzepi ist da ganz offen, nur aus dem Norden müssen sie kommen. Dass jetzt die kleinen Krabber auf der Karte des noblen Noma stehen, hat für Aufsehen gesorgt. Der Sternekoch hat einige Zeit experimentiert, um eine Zubereitung zu finden, die europäischen Goûts entgegenkommt, wie die Sauce aus fermentierten Heuschrecken, die nach Bitterschokolade und Sojasauce schmeckt. Lebende Ameisen als Garnierung, die übrigens nach Zitronengras munden sollen, sind da für den Gast schon eine größere Herausforderung. Wer partout keine Gliederfüßer verspeisen möchte, findet in dem alten Kopenhagener Speicherhaus auch genügend andere ausgefallene Speisen. So sollte man immer ein Auge auf die Deko haben, es könnte der erste Gang sein. Vasen und Blumentöpfe entpuppen sich gerne mal als Füllhorn origineller skandinavischer Leckereien. René Redzepis Visionen nordischer Avantgarde sind begehrt, die Reservierungszeiten entsprechend lang. Auf ein schmackhaftes Wald-, Wiesen- und Meer-Menü muss man mitunter drei Monate warten. Und dann? Dann darf man sich auf unvergessliche Geschmackserlebnisse freuen, in dem offiziell besten Restaurant der Welt.

Trüffeldessert:
nur was die Jahreszeit „erlaubt“!

Das Noma kommt schlicht daher –
eine gehörige Portion Understatement,
wie es scheint.



Man sollte ein Auge auf die Deko haben,
es könnte der erste Gang sein.



AQUA BAVARIA

Wodka kommt aus Osteuropa denkt der Ein oder Andere allzu vorschnell. Dabei kann man auch in Oberbayern die berühmte Spirituose in höchster Qualität finden. BAVARKA – das ist Bavarian Vodka – hergestellt aus deutschen Kartoffeln und reinstem Quellwasser der bayerischen Alpen. Und um dem Wodka eine ähnliche Reinheit, wie dem streng regulierten Bierbrauereiwesen zukommen zu lassen, durchläuft er eine siebenfache Destillation. Das Ergebnis ist ein weicher, runder Geschmack, der den östlichen Marktführern in nichts nachsteht.

www.lantenhammer.de



BONJOUR PARIS

Seit sechs Generationen wird in Frankreich ein legendärer Likör hergestellt: 1827 gründete Jean-Baptiste Marnier Lapostolle im beschaulichen Örtchen Neauphle-le-Château bei Paris eine Distillerie, Sohn Eugène baute das Geschäft weiter aus, doch erst als 1880 dessen Schwiedersohn Louis - Alexandre Marnier Lapostolle die Idee hatte, Cognac mit einer Note Bitterorange zu versetzen, gelang der edlen Spirituose der Durchbruch. In Zusammenarbeit mit dem Hotelier César Ritz, der den „Curaçao Marnier“ der Geschichte nach in Grand Marnier umbenannte, nahm die Erfolgsgeschichte des Orangenlikörs seinen Lauf. Untrennbar ist der Name Grand Marnier seit dieser Zeit mit der Stadt Paris verbunden, denn im legendären Nachtleben der Seine-Metropole im späten 19. Jahrhundert erfreute sich das Getränk durch seine Exotik besonderer Beliebtheit – edelster Cognac mit einer starken Note von Bitterorange.





ALLES MAMPE

Mampe – das ist so wie Berliner Luft: ein unbestreitbarer Teil der Stadt.

1831 wurde das Getränk in Stargard erfunden, als der Geheime Sanitätsrat Dr. Carl Mampe seine Bitteren Tropfen als Choleramittel auf den Markt brachte. Vier Jahre später richtete sein Stiefbruder Ferdinand Johann Mampe eine Likörfabrik in Stargard (jetzt Polen) ein. Der berühmte Mampe

Halb und Halb Likör wurde 1894 von Carl Mampe erfunden, der 1877 eine Likörfabrik in Berlin aufbaute. Seitdem geht Mampe um die Welt und gewann zahlreiche Preise, z.B. den Grand Prize auf der Weltausstellung in St. Louis, USA in 1904. Sogar der Rastafari-König Haile Selassie ließ sich

Mampe bis zu seinem Palast nach Adis Abeba liefern. Auch auf Zeppelin Flügen wurde das Getränk gereicht. Die Anekdoten um den Traditionslikör sind zahlreich: 1930 wurden zwei Zwergelentfanten aus dem Hause Mampe dem Zoo Berlin geschenkt und auf die Namen Carl und Mampe getauft. 1978 lief David Bowie in dem Film „Schöner Gigolo, armer Gigolo“ (1978) in einer mannhohen Mampe Flasche durch das Berlin der 20er Jahre. Mampe errichtete Anfang des 20. Jh. mehrere „Mampe-Stuben“ in ganz Deutschland, anbei ein Foto von der wohl berühmtesten Mampe Stube am Kurfürstendamm, die bis 1986 dort existierte. In jüngster Zeit entdecken immer mehr Menschen das Kultgetränk – denn traditioneller ist Berlin kaum zu haben ... oder zu schmecken!

www.mampemuseum.de



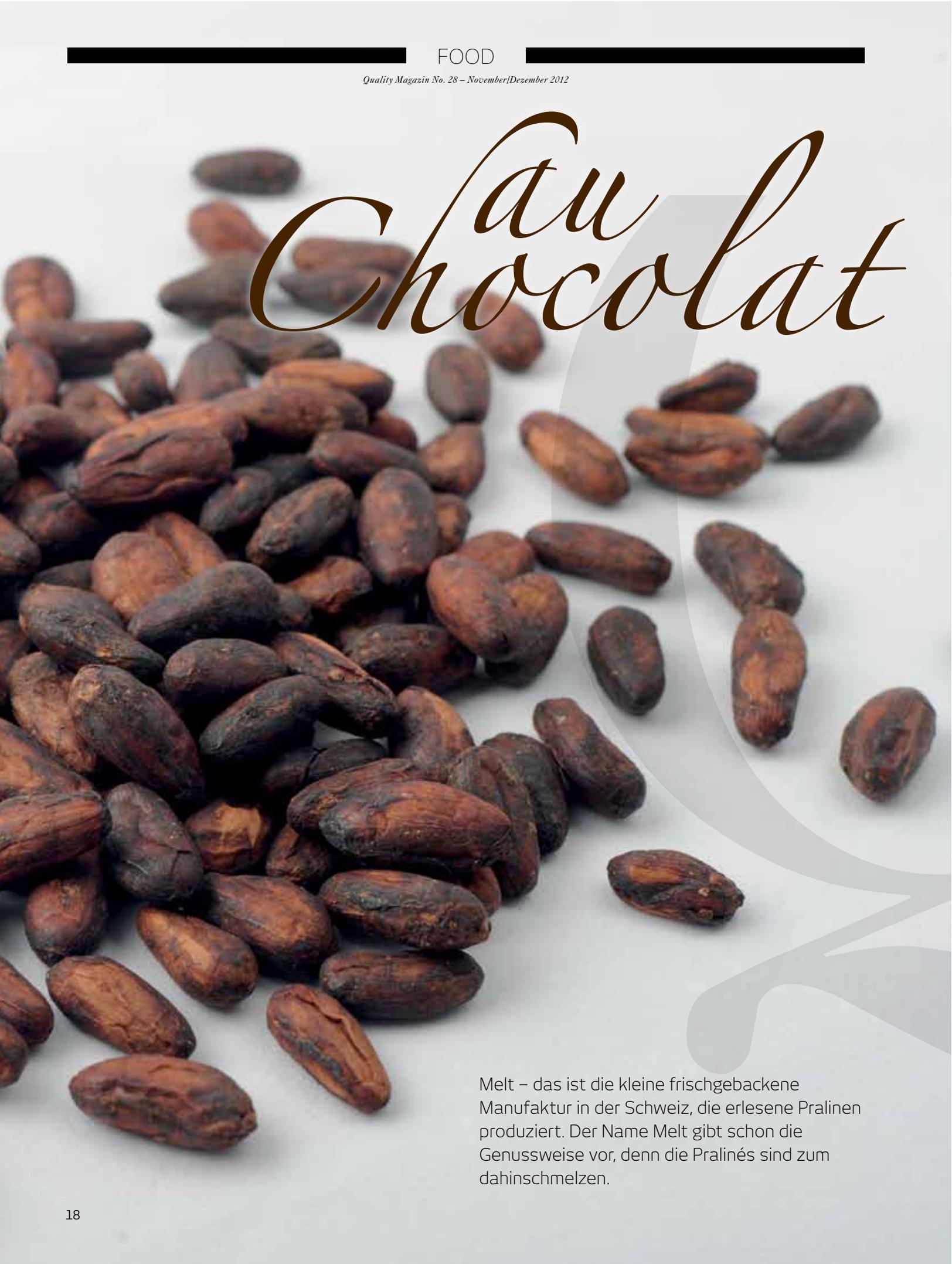
THE GOLDEN TWENTIES

Seit fünf Generationen werden im kleinen Ort St. Sauvant in der Saintonge in der Distillerie Merlet edler Cognac und feine Liköre hergestellt. Mit einer gewagten Idee konnte der Eigentümer Gilles Merlet in den 1970er Jahren nicht nur seine Produktpalette erweitern, sondern auch einen der besten Fruchtliköre auf den Markt bringen: Durch das Beimischen der Früchte eigens gepflanzter Sträucher der schwarzen Johannisbeere. Seinem „Crème de Cassis de la Saintonge Boisée“ folgten schon bald eine Reihe weiterer Sorten von Fruchtlikören, für die der Name Merlet heute bekannt ist.

Zur Weihnachtssaison hat die französische Distillerie nun etwas Besonderes herausgebracht: eine „Sidecar“ – Geschenkbox. Benannt nach dem berühmten Cocktail, der – der Legende nach – 1921 in der Pariser „Harry's New York Bar“ erfunden wurde.

www.haromex.com





Sau Chocolat

Melt – das ist die kleine frischgebackene Manufaktur in der Schweiz, die erlesene Pralinen produziert. Der Name Melt gibt schon die Genussweise vor, denn die Pralinés sind zum dahinschmelzen.



Melt – der Name gibt schon die Genussweise vor, denn die Pralinés sind zum dahinschmelzen. Allein die Optik besticht. Am liebsten möchte man sich die Pralinen als Schmuckstücke ans Revers heften. Die Entscheidung fällt hierbei entweder auf eine duftige, wolkige Kugel gekrönt von Goldstaub oder zarten floralen Gebilden, oder auf einen gezackten Schokoladenzylinder mit vielversprechender Füllung. Also ein optisches Kleinod, aber auch ein Juwel für den Mund.



erlesenen Zutaten. In diesem Zug entstand die „Grand Cru Collection“, die durch ihre neuartigen Zusammenstellungen der Zutaten das Interesse jedes Pralinenliebhabers wecken, wie zum Beispiel Earl Grey mit einem Hauch von Bergamotte, pürierte Maronen mit einem Quäntchen Vanille, Salzkristalle im weichen Karamell und alles umgeben von einem zarten dünnen Schokoladenmantel. Die kleinen Schokoladenwunder sind natürlich handgemacht und von höchster Qualität. Keine synthetischen Zusatzstoffe, nur ursprüngliche und natürliche Aromen.

Melt überlässt nichts dem Zufall. Die Produktion kann bis zur einzelnen Kakao Bohne zurückverfolgt werden. Die handverlesenen Bohnen stammen von einer ausgesuchten Plantage in Bahia, wo sie in Eichenfässern heranreifen. Der Genießer kann also die schokoladenen Sünden reinen Gewissens verzehren, schließlich wird hier auf Nachhaltigkeit geachtet. Ernte und Saison beeinflussen den Geschmack und machen die Pralinen zu limitierten Einzelstücken.

Die kleinen betörenden Geschmackswunder werden in runde purpurfarbene Schachteln gebettet – stilvoll, schlicht und unverwechselbar. Um in den Genuss der einzigartigen Melt-Praline zu kommen,



Für die Verführung der Sinne ist die Chocolatière Mirian Rocha verantwortlich. Diese wurde von der renommierten „École Ritz Escoffier“ ausgebildet und nun von der Unternehmensgründerin Sylvia Rutschke in die Schokoladenmanufaktur geholt, um eine außergewöhnliche und einmalige Pralinenkollektion zu entwerfen. Dabei legt sie großen Wert auf neue phantasievolle Geschmackskombinationen von ein paar



muss man sich in Feinkostläden begeben oder in die gehobene Hotellerie, in den *Globus* in Zürich und Genf oder auch einfach nur auf die Internetseite der Manufaktur. Auf diese Schmelze kann man sich wahrhaftig freuen ...



Shake it, Baby!

In Rio de Janeiro kürte der Getränkehersteller „Diageo“ den besten Bartender der Welt. Der Australier Tim Philips setzte sich mit eigenwilligen Mixturen und exzellenten Gastgeberqualitäten gegen 15.000 Bewerber durch.

In Rio de Janeiro kürte der Getränkehersteller „Diageo“ den besten Bartender der Welt. Der Australier Tim Philips setzte sich mit eigenwilligen Mixturen und exzellenten Gastgeberqualitäten gegen 15.000 Bewerber durch.

5 cl Johnny Walker, 3 cl Wasser, 1,5 cl Honig, 1 Stange Zimt und 1 kleines Stück Ingwer – fertig ist eine außergewöhnliche Drink-Kreation namens „Hot Toddy Australia“.

Zusammen-gemixt wurde sie von Tim Philips, der sich seit Juli „World Class Bartender of the Year 2012“ nennen darf. Der 28-Jährige überzeugte die Jury-Mitglieder nicht nur mit Hingabe, Kreativität und Eleganz, sondern auch mit viel Show-Talent hinterm Tresen.

Eine Woche lang floss in Rio de Janeiro der Alkohol in Strömen – auf hohem Niveau wurde hier geschakt, gewitzelt und der Kunst des Bartending geföhnt. Zuvor traten ein Jahr lang Teilnehmer aus den besten Bars der Welt in regionalen Challenges gegeneinander an.

Von 15.000 Bartendern blieben dann am Ende noch 50 übrig, die sich in Brasilien vor Szenegrößen, wie Salvatore Calabrese, Dale de Groff und Peter Dorelli profilieren mussten. Aus Deutschland schaffte es Harry Glockler von der Berliner „rivabar“ ins Finale, schrammte allerdings an der Krönung zum



Bartender-König mit wenigen Punkten vorbei.

Für den Erfolg bei diesem feuchtfröhlichen Event waren am Ende nicht nur die Technik und Kunstfertigkeit der Kontrahenten entscheidend, sondern auch ihr Erfindungsreichtum. In der „Retro Chic“- Challenge galt es zum Beispiel - in Reminiszenz an die Goldene Ära der 50er und 60er Jahre – Cocktail-Klassiker mit einem modernen Twist zu kreieren. In ebendieser Kategorie überzeugte dann auch Tim Philips mit seinem „Hot Toddy Australia“, den er stilecht mit Hosenträgern und schmalen schwarzen Schlips präsentierte.

Bei dem jährlich stattfindenden Wettbewerb haben Bartender aus über 40 Ländern die Möglichkeit mit den Shakern zu wirbeln, öffentlichkeitswirksam die Kunst der Mixologie zu zelebrieren und Trends für kommende Luxus-Drinks zu setzen. Veranstaltet wird das Event vom Getränkehersteller „Diageo“, der Marken, wie Smirnoff, Johnnie Walker und Baileys im Programm hat und durch den Wettbewerb die Elite etablierter Bars mit engagierten Newcomern zusammen bringen will.

Philips kann sich jetzt auf ereignisreiche Zeiten freuen. Der Brite Erik Lorincz, der 2010 die begehrte Auszeichnung ershakte, wurde nach seiner Krönung als Berater für die Casino-Szene des neuen James Bond Films „Skyfall“ engagiert und kreierte für den Cartier einen Signature-Cocktail.





BOLOGNA BRANDY

Aus einer kleinen Distillerie in der Nähe von Bologna kommt ein hierzulande nahezu unbekannter Brandy – Villa Zarrì. Zu seiner Herstellung werden ausschließlich lokale Reben wie Trebbiano Toscano oder Trebbiano Romagnolo genutzt.

In limitierter Auflage hat die Distillerie nun einen neuen Brandy präsentiert – den Zarrì 22. Zweiundzwanzig Jahre gereift und aus neun verschiedenen Brandysorten zusammengestellt, zeichnet er sich durch ein sanftes Aroma von Karamell, Nougat und Nuss aus.
www.villazarri.com/eng/home.asp

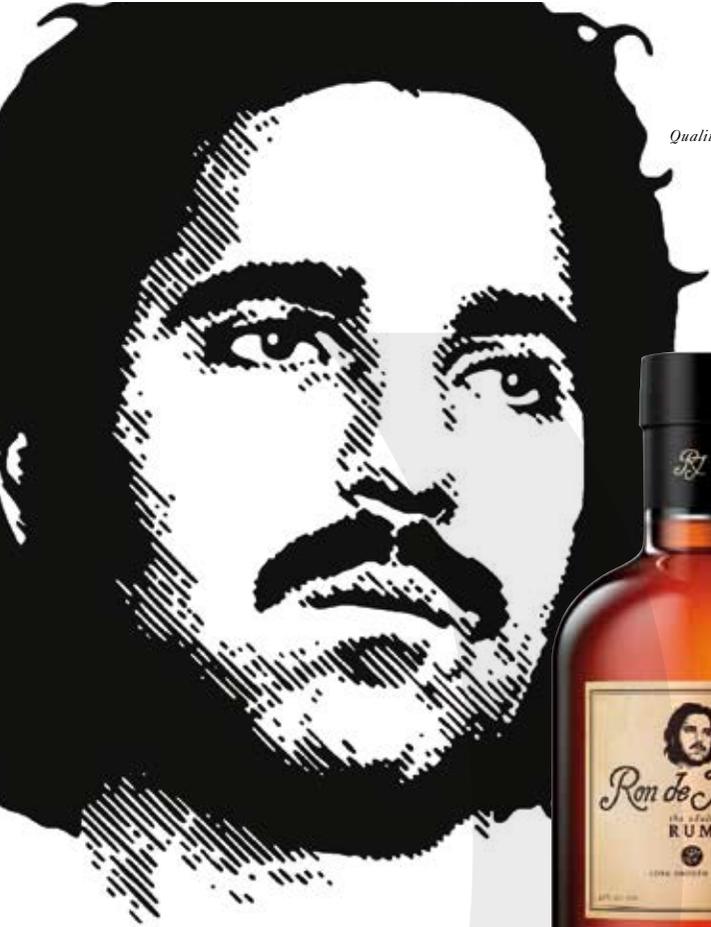
EIN WURZELHOLZ MACHT GESCHICHTE!

1955 wurde das Hölzchen von Abiturienten eines Gymnasium bei Bremen gefunden und auf den Namen „Pijökel“ getauft, was auf Plattdeutsch so viel heißt wie „kleines Ding“. Seit fast sechzig Jahren wird das „Ding“ nun geehrt und an einem geheimen Ort verwahrt.

Jahrgangsmittglied und „Pijökel“-Freund Kuno Grote wird nach seiner Gymnasialzeit Apotheker und entwickelt einen Kräuterlikör. Als er für seine Kreation einen Namen suchte, lag es nahe in Erinnerung an seine Jahrgangsgeschichte „Pijökel 55“ zu nutzen. Der Likör ist seitdem immerhin Stammgetränk bei Jahrgangstreffen. Nach dem Tod Grotes wurde das Konzept 2010 neu aufgezogen. Grotes Sohn Gabriel eröffnete in Zusammenarbeit mit Henning Birkenhake die Grote Spirituosen Manufaktur – und das mitten im Berliner Trendbezirk Prenzlauer Berg. Mit höchstem Qualitätsanspruch wird der Likör hier von Hand angesetzt und abgefüllt. Gerade einmal 150 Flaschen verlassen pro Monat die kleine Manufaktur. Und die Liste der Bezieher – wie beispielsweise das Kempinski Berlin – wird immer länger. Denn immer mehr erkennen: Wer ein würzig-süffigen Genuss feinsten Art haben möchte, ist hier an der richtigen Adresse.

www.pijokel.de





Ron de Jeremy
THE adult RUM



RUMGEMACHT

wer sich nicht nur für hervorragenden Rum, sondern auch für skurrile Geschichten begeistern kann, der sollte sich Ron de Jeremy anschauen. Vor einigen Jahren hatten zwei Norweger in einer Schnapslaune die Idee einen neuen Rum auf den Markt zu bringen. Ron bedeutet Rum im Spanischen, und Ron Jeremy ist gleichzeitig einer der bekanntesten Porno-Stars unserer Zeit. 2010 kam dann die Spirituose auf den Markt, die den Darsteller mit Kultstatus ehrt. Neben der zugegebenermaßen recht „schrägen“ Entstehungsgeschichte besticht der Rum vor allem aber durch hervorragenden Geschmack. Und dafür ist kein Geringerer als Francisco „Don Pancho“ Fernandez verantwortlich. Der 74jährige Kubaner hat einige der besten Rumsorten der letzten 50 Jahre erschaffen. Ron de Jeremy wird in Panama gefertigt und reift dort sieben Jahre in Eichenfässern. Wer es nicht zum Bottle-Signing auf die Venus Erotik-Messe im Oktober geschafft hat, der kann den Rum für den Handel auch bei Selection Prestige beziehen.

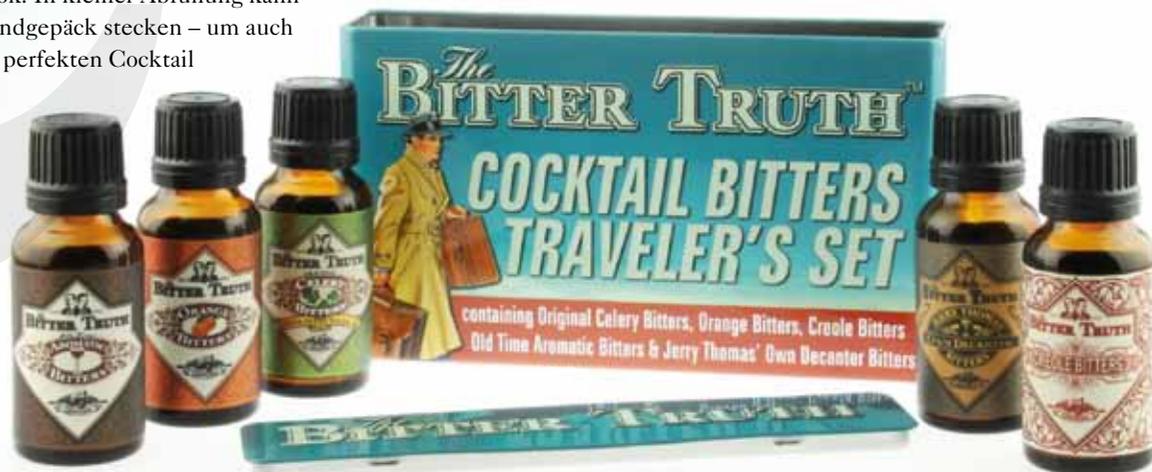
www.selection-prestige.de/

THE BITTER TRUTH

Ein süddeutsches Unternehmen belebt eine Cocktailtradition wieder: über Jahrzehnte waren Cocktail Bitters unverzichtbarer Bestandteil guter Getränke Kreationen. Im Zuge der Prohibition änderte sich das allgemeine Trinkverhalten und Cocktail Bitters gerieten in Vergessenheit. Nur wenige der einst zahlreichen Marken konnten sich über diese alkoholische „Dürreperiode“ hinweg retten. Anfangs nur für Liebhaber, gewinnen die Bitter wieder mehr und mehr Zuspruch.

Neben einem umfangreichen Standardsortiment hat The Bitter Truth eine besonders ungewöhnliche Sonderedition herausgegeben: das Cocktail Bitters Traveler's Set. Fünf Sorten kommen in einer kleinen Metallbox im Retro-Look. In kleiner Abfüllung kann man sie bequem ins Handgepäck stecken – um auch unterwegs stets für den perfekten Cocktail ausgerüstet zu sein.

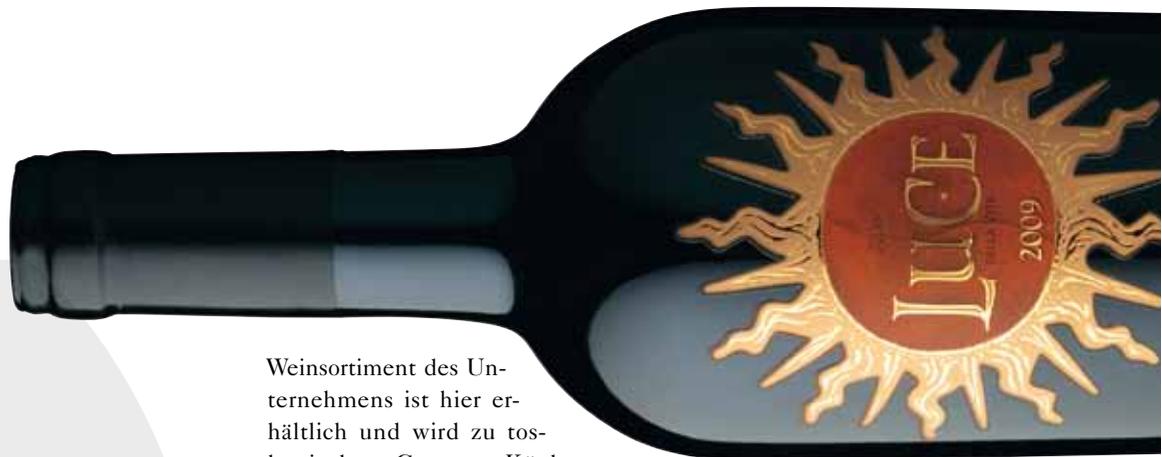
www.the-bitter-truth.com



La Luce di Firenze



Innovativ, nobel und von erlesener Qualität – Weine aus dem Hause Frescobaldi genießen seit Jahrhunderten einen exzellenten Ruf.



Weinsortiment des Unternehmens ist hier erhältlich und wird zu toskanischer Gourmet-Küche serviert. Im Juli feierte das „Dei Frescobaldi“ sein 10-jähriges Jubiläum. Extra für das Event ließ die Familie Rasen in der Mitte der Piazza auslegen und platzierte ein 60 Meter langes Weinreben-Spalier, das zum Resturanteingang führte. Gäste der Jubiläumsfeier konnten sich – während sie diesen „grünen“ Teppich beschritten – anhand von Fotos und Texttafeln über die Geschichte der Frescobaldis informieren.

Und die ist eng mit der toskanischen Hauptstadt verbunden. Hier wirkt das florentinische Adelsgeschlecht seit vielen Jahrhunderten. Der nachempfundene „Weinberg“ auf der Piazza Signoria zollt dieser engen Verbindung Tribut und signalisiert gleichermaßen, dass das Herzblut dieser Unternehmerfamilie schon immer für die Weinherstellung schlug.

Der englische König Heinrich VIII. ließ ihre Weine aus einem Brunnen in seinem Lustschloss Hampton Court Palace sprudeln und auch Papst Pius IV. und Caterina de' Medici von Frankreich sollen große Fans der frescobaldischen Tropfen gewesen sein. In der 30. Generation produziert die Familie nun schon in der Toskana Weine, die von Kennern wegen der erlesenen Qualität in höchsten Tönen gelobt werden.

Auf rund 10,6 Millionen Flaschen Wein bringt es die „Compagnia de' Frescobaldi“ pro Jahr. Die Anbaugebiete erstrecken sich vom Chianti bis zum Pomino DOC, vom Brunello di Montalcino bis zum Morellino di Scansano und vom Mugello-Tal bis zur Provinz von Livorno. Seit kurzem erhältlich ist der 2009er Jahrgang des „Luce“, der einen 55-prozentigen Merlot-Anteil mit 45 Prozent Sangiovese verbindet. Speziell für die Weine vom Gut „Luce della Vite“ wurde das Projekt „Casa di Luce“ ins Leben gerufen: Italienische Künstler entwerfen Designobjekte, Speisen und Accessoires, die zu den Weinen passen. Für den 2009er „Luce“ kreierte die florentinische Porzellanmanufaktur „Richard Ginori 1735“ beispielsweise einen goldenen Porzellanteller, dessen marmorierte Oberfläche die Böden aus Kalkmergel symbolisieren soll, auf denen die Sangiovese-Rebe heranwächst.

Wer den „Luce“ probieren möchte, könnte dies mit einem Florenzbesuch verbinden. Die Frescobaldis betreiben an der Piazza Signoria im Herzen Florenz' ein Restaurant mit angeschlossener Weinbar. Das gesamte



Das Tal der Süßigkeiten

In Italien, einem Land, dem es an Problemen nicht mangelt, gehört Sizilien zu den Sorgenkindern. Arbeitslosigkeit, Rezession, Landflucht sind die bekannten Schlagwörter. Doch in Modica, einem Städtchen im Süden der Insel, gedeiht die Süßwaren-Industrie. Die traditionellen Schokoladenrezepte sind zu einem Schatz für die ganze Region geworden. *von Andreas Berchem*

Die Altstadt von Modica hat ein ganz eigenes Tempo. Eile ist hier ein schlechter Berater, denn die hellen Häuser liegen an den Hängen zweier tief eingekerbter Täler. Die Wege, die die Altstadt durchziehen, sind steil, und im Sommer wird es sehr, sehr heiß. Also lässt man es bedächtig angehen. Ein Wochentag fühlt sich hier so an wie andernorts der Sonntag. An einem dieser Tage sitzen drei Männer zufrieden auf einer Bank in einem schattigen Innenhof am Corso Umberto, der Hauptstraße von Modica.

Der Hof gehört zur Dolceria Bonajuto, der ältesten Schokoladenmanufaktur Siziliens. In der sechsten Generation werden hier Süßigkeiten produziert: Aranciate (Orangenzesten mit Honig), Turrone (Türkischer Honig), Marzapane und natürlich die weltberühmte Cioccolato Modicano, Schokolade aus Modica. Sie ist die eigenwillige Urgroßmutter von Milka, Lindt und Co, körnig, ohne den feinen Schmelz, dafür mit einem geschmacklichen Reichtum, der in seiner Vielfalt und Tiefe einem

edlen Wein in nichts nachsteht. Sie schmeckt nussig und nach Blüten, nach Holz, Vanille, Tabak oder Pergament.

Die drei Männer auf der Bank sind Franco Ruta, Besitzer der Dolceria, sein Sohn Pierpaolo und der ehemalige Angestellte Giovanni Lasconi. Zur Zeit des 71-Jährigen wurden die Kakaobohnen noch auf der „Valata ra Ciucculatti“, einem gewölbten Stein, von Hand zerrieben. Schon seit 1996 ist Lasconi im Ruhestand, doch er verbringt seine Nachmittage noch immer hier auf der Bank vor dem Geschäft, wo aus den Produktionsräumen die bezaubernden Düfte herüber wehen.

Franco Ruta nutzt die Gelegenheit, um ein wenig von der Geschichte der Schokolade zu berichten: „Ursprünglich war Schokolade keine Süßigkeit. Als die Spanier im 16. Jahrhundert die ersten Kakaobohnen aus Südamerika nach Sizi-

lien verschifften, schätzte man sie vor allem, weil sie nahrhaft und haltbar ist.“ Ihre ursprüngliche Verwendung als Proviant für Jäger, Schäfer und Soldaten erkennt man noch, wenn man 'Mpanatigghi probiert. Der Name leitet sich von den spanischen „Empanadas“ ab. Die Füllung von 'Mpanatigghi besteht hingegen aus fein geriebenem Fleisch und Kakaomehl, einer eigenwilligen, aber sehr nahrhaften Mischung.

Als Franco Ruta im Jahr 1992 den Laden von seinem Vater übernahm, gab es in Modica nur noch zwei andere Manufakturen. Das Geschäft lief schleppend. Doch

Ruta entschied sich für die Tradition, gab seinen Beruf als Laborant auf und widmete sich fortan den Kakaobohnen. Den ersten Boom erlebte das Unternehmen, als im Jahr 2000 der Film *Chocolat* in die Kinos kam. Darin verzauberte Juliette Binoche mit der Magie der Schokolade ein Dorf in Frankreich und brachte den





Menschen Liebe und Lebensfreude. Der Funke sprang über, und die Zuschauer interessierten sich plötzlich für die Seele dieser Süßigkeit. Bei den Genusshandwerkern aus Modica wurden sie fündig.

Die knorrigen Eigenheiten der lokalen Spezialität wurden zu einem Verkaufsargument. Liebhaber aus aller Welt fanden sich ein, um Cioccolato Modicano zu kosten. Per Versand gehen die Spezialitäten heute in europäische Länder, in die USA und bis nach Japan. Modica erlebte einen Aufschwung. Gab es in den 90ern nur noch drei Schokoladenhersteller, sind es heute über 40 größere und kleinere Manufakturen. Viele ihrer Besitzer haben einst in der Dolceria Bonajuto gelernt. Die jungen Leute müssen das Städtchen nicht mehr verlassen, um Arbeit zu finden. Stattdessen kommen Menschen von außerhalb, um hier zu arbeiten.

Inzwischen geht das Geschäft langsam auf den 40-jährigen Pierpaolo über. Er ist im Laden aufgewachsen und kennt sich aus mit Mandelmilch, Fendant und Marzipan. Die Gegend um Modica ist zu einer Region für Genießer geworden. In der näheren Umgebung gibt es vier Restaurants, die einen oder mehrere Michelin-Sterne tragen. Und auch in den einfacheren Osterias wird auf höchstem Niveau gekocht. Die Liebe zum Genuss hat den Menschen Rückenwind gegeben, und die Schokolade aus der Dolceria Bonajuto hat ihren Teil dazu beigetragen.

Antica Focacceria

183

Depotris

QUE COSÀ

von Andreas Berchem

ia S. Francesco

58

CARABI



M

afia steht für Macht, aber Machtverhältnisse ändern sich. Seit acht Jahren hat es die sizilianische Mafia mit einem neuen Gegner zu tun. Eine Initiative junger Leute organisiert von Palermo aus den Widerstand gegen die alltäglichen Schutzgeld-Erpressungen. Um sie zu unterstützen, kann man Führungen buchen oder fantastisch essen gehen. Es ist kaum zu glauben, aber die Cosa Nostra zieht sich zurück.

Die kleine Piazza San Francesco d'Assisi wirkt nicht wie der Schauplatz eines heldenhaften Kampfes. Nur alle paar Minuten fährt ein Auto die enge Via Alessandro Paternostro entlang, ansonsten bleibt es ruhig im Viertel Kalsa in der Nähe des Hafens. Unter weißen Sonnenschirmen sitzen Gäste eines kleinen Restaurants beim Mittagessen. Die Kellner bedienen mit der verschlossenen, etwas dunkel wirkenden Mentalität der Sizilianer. Sie sind zurückhaltend und plaudern nicht. Die Gäste genießen die sizilianische Küche und den unaufgeregten, tiefgründigen Weißwein der Region.

Kaum ein ausländischer Gast ahnt, dass sich die Gastgeber schon seit Jahren mit der Cosa Nostra anlegen. Ein kleines Schild am Eingang verrät, dass die Antica Focacceria di San Francesco Teil eines Netzwerkes ist. Adiopizzo ist der Name der Organisation, die im Jahr 2004 gegründet wurde, um den unerträglichen Verhältnissen in Palermo etwas entgegenzu-





**Kaum ein ausländischer
Gast ahnt, dass sich
Fabio Conticello schon
seit Jahren mit der Cosa
Nostra anlegt.**



setzen. Die Mafia kontrollierte das Wirtschaftsleben. Jeder Unternehmer, ob Handwerker, Tankwart oder Apotheker, zahlte den monatlichen Obolus, das Schutzgeld, den Pizzo. Wer nicht zahlt, der braucht bald ein neues Schaufenster, einen neuen Wagen oder einen Arzt.

„Mit diesem System unterstützten die Menschen die Mafia nicht nur finanziell. Sie unterwarfen sich auch psychisch“, erklärt Edoardo Zaffuto. Der braun gebrannte 36-Jährige ist einer der Sprecher von Adio-pizzo. Im Hauptberuf arbeitet er als Reiseführer. Lange herrschte ein Klima der Furcht. Man schwieg und beugte sich. Erst eine Gruppe von Studenten und Absolventen der Universität von Palermo wagte es, sich dem System zu widersetzen. Einige von ihnen wollten gemeinsam eine Bar eröffnen, ein Platz um Freunde zu treffen, doch sofort stellte sich Zaffuto und seinen Kommilitonen die obligatorische Frage: Würden sie Schutzgeld zahlen müssen?

Anstatt den Plan von der Bar zu begraben, überlegten sie, wie man sich widersetzen könnte. Als Erstes klebten sie nachts in ganz Palermo kleine, schwarzweiße Plakate. Darauf stand der Satz „Un intero popolo che paga il pizzo è un popolo senza dignità“ (Ein Volk, das Pizzo zahlt, ist ein Volk ohne Würde). Es war der erste kleine Schritt im Kampf gegen das herrschende System. Nach und nach entstand ein Netzwerk, zu dem heute allein in Palermo mehr als 700 Unternehmen gehören. Sie alle haben sich verpflichtet, der Mafia kein Schutzgeld mehr zu zahlen.

Die Antica Focacceria ist fast von Anfang an dabei. Das Restaurant der Conticellos ist in Palermo nicht irgendein Restaurant. Schon im Jahr 1834 verkauften die Vorfahren der Conticellos die wichtigste und schmackhafteste Spezialität der Stadt, die Focaccia Maritata, ein herzhaftes Brötchen mit gekochter Milz, Ricotta und dem Käse Caciocavallo. Alle Sizilianer, auch die Mitglieder der Mafia, lieben diese Küche. Als die Conticellos ihr Engagement öffentlich machten, kamen viele Bürger der Stadt von einem Tag auf den anderen nicht mehr zum Essen. Auch Catering-Aufträge der Stadtverwaltung gingen verloren. „Das war zunächst natürlich bitter“, sagt Fabio Conticello. „Die ersten zwei Jahre waren am schwierigsten, denn wir bekamen keine Hilfe, weder von der Politik, noch von der Presse oder den Gästen.“

Dafür entwickelte sich ein Bild davon, mit wem man es eigentlich zu tun hatte. Cosa Nostra bedeutet wörtlich übersetzt: „Unsere Sache“. Sie ist die sizilianische Organisation der Ehrenmänner, die im Stillen ihren illegalen Geschäften nachgehen: Drogenhandel, Unterschlagung, Erpressung. Ihr oberstes Gesetz ist die Omertà, das Gebot zu schweigen. Die meisten Menschen halten sich daran, ganz gleich, ob sie Teil des System sind oder nicht. Die Verschwiegenheit führte dazu, dass viele Italiener die Existenz der Mafia lange Zeit für eine Legende hielten. Stattdessen versuchte man sie, so gut es eben ging, zu ignorieren.

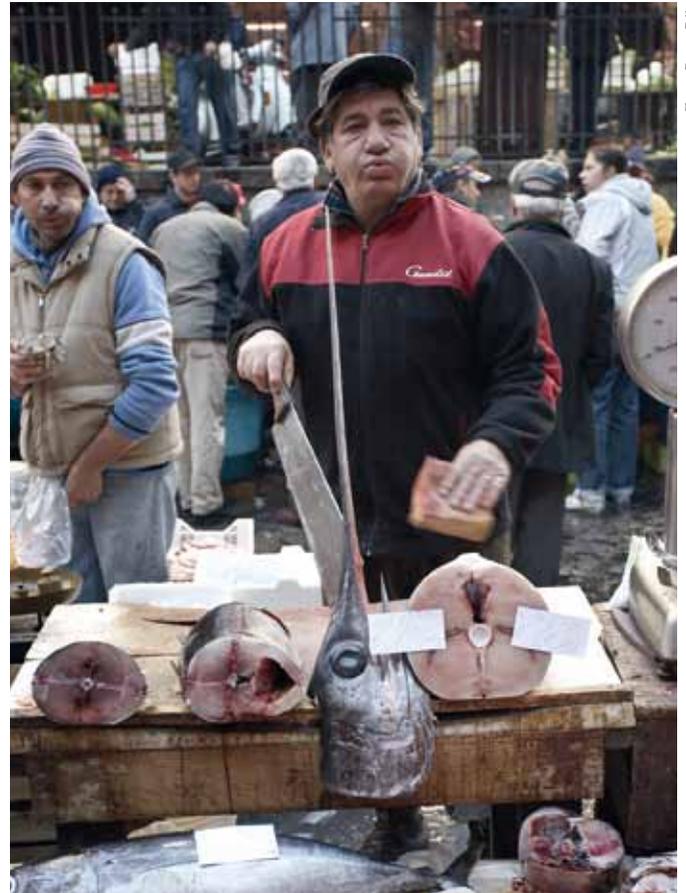


Foto: René Rijs

Palermos Spezialität: die Focaccia Maritata, wurde von den Conticellos erfunden.





Foto: René Riis



Die Wurzeln der Organisation reichen allerdings weit zurück. Die Mafia war im 19. Jahrhundert Teil einer geheimen Selbstverwaltung, mit der die Sizilianer ihre Probleme regelten, ohne ihre verhassten Herrscher einzubeziehen. Dass die „Ehrenmänner“ vor handfesten Methoden nicht zurückschrecken, war schon damals bekannt. So entledigten sich sizilianische Gutsverwalter mit subtiler Gewalt ihrer adeligen Herren und eigneten sich nach und nach deren große Ländereien an.

Nach dem Zweiten Weltkrieg dehnte die Mafia ihren Einfluss stetig weiter aus. Die neapolitanische Camorra, die kalabrische 'Ndrangheta und die sizilianische Cosa Nostra sind heute europaweit in Geschäftsfeldern wie Prostitution, Drogenhandel und Geldwäsche aktiv. Doch nach wie vor bildet Schutzgelderpressung das traditionelle Kerngeschäft. Umso erstaunlicher ist es, dass die Cosa Nostra gerade hier das Feld räumt. Es scheint, als habe sie dem Engagement von Adiopizzo nur noch wenig entgegen zu setzen. Mehr als 700 Unternehmer gehören inzwischen allein in Palermo dem Netzwerk an.

Eduardo Zaffuto glaubt, dass die Mafia sich derzeit „in einer strukturellen Krise“ befindet. Mit der Verhaftung des Bosses Bernardo Provenzano, der im Jahr 2006 in einem Schuppen in der Nähe des Städtchens Corleone aufgespürt wurde, verlor die Cosa Nostra ihren wichtigsten Kopf. In den folgenden Jahren kam es zu weiteren spektakulären Festnahmen. „Die Polizei sagt, dass die Mafia in Sizilien noch immer nicht zu alter Schlagkraft zurückgefunden hat“, erklärt Zaffuto. Außerdem habe Adiopizzo von Anfang an konsequent auf Öffentlichkeit gesetzt. „Und Öffentlichkeit scheut die Mafia wie Vampire das Licht“.

Zu was die Cosa Nostra fähig sein kann, zeigte sie 1991, als der Textilunternehmer Libero Grassi bei



Foto: Andreas Berchem

Ein kleines Schild an der Tür verrät, ob man Teil des Anti-Mafia-Netzwerkes ist.



Fabio Conticello blickt auf die Kirche gegenüber der Focacceria San Francesco.

einem Anschlag erschossen wurde. Und auch gegenüber Adiopizzo zeigte sie ihr finsternes Gesicht. Im Jahr 2007 wurden die Lagerräume des Farbenhändlers Rodolfo Guajana in Brand gesetzt, nachdem dieser sich geweigert hatte, das Schutzgeld zu bezahlen. Der Unternehmer stand vor den Ruinen seiner Existenz, doch mit Hilfe des Netzwerks bekam er von der Stadt bald eine neue Halle zugewiesen. Sein Erpresser wurde vor Gericht gestellt und zu einer Gefängnisstrafe verurteilt.

Auch die Conticellos lebten jahrelang unter Polizeischutz. „Auf der Piazza San Francesco gehörten die Carabinieri zum Straßenbild“, berichtet Fabio Conticello. Doch trotz aller Drohnung und schwerer Umsatzeinbußen blieben die Gastwirte standhaft und sagten vor Gericht gegen ihre Erpresser aus. Damit erreichten sie Gefängnisstrafen zwischen neun und zwölf Jahren für drei der Ehrenmänner.

Inzwischen hat sich die Lage beruhigt. Vor der Antica Focacceria wurden die Carabinieri abgezogen. Von Zeit zu Zeit fährt ein Streifenwagen die Via Alessandro Pa-

ternostro entlang. Unter den großen, weißen Sonnenschirmen auf der Piazza genießen die Gäste entspannt die würzige, orientalisch beeinflusste Küche Siziliens: Polpette di Pescespada (Schwertfisch-Bällchen in einer aromatischen Tomatensoße mit Rosinen), Pasta con Pesto Siciliano (mit einer kräftigen Soße aus Mandeln, Pinienkernen, Pistazien, reifen Tomaten und Gambas) oder Involtini alla Palermitana (gefüllte Kalbsrouladen mit Käse und Pinienkernen). An kaum einem Ort in Palermo kann man besser essen als hier.

Nur noch das kleine Logo von Adiopizzo, das unauffällig an der Eingangstür klebt, weist auf den zurückliegenden Kampf hin. Inzwischen ist es an Türen und Schaufenstern auf ganz Sizilien und sogar auf dem Festland zu finden. Mit seiner Ausdehnung wächst der Widerstand gegen das alte System. Und letztendlich zahlt er sich auch wirtschaftlich aus. Denn immer mehr Kunden entscheiden sich bei ihren Besorgungen für Geschäfte, die sich öffentlich gegen die Mafia stellen. So entle-

digt sich Palermo an der Kasse langsam seiner alten Last.

Adiopizzo ist erwachsen geworden. Wie viele andere der jungen Aktivisten hat Edoardo Zaffuto inzwischen Frau und Kinder. Auch seine Mitstreiter Fabio und Valeria Messina, zwei Mitbegründer von Adiopizzo, haben inzwischen eine Familie gegründet. Als sie im April 2009 heirateten, bestellten sie alles (vom Brautstrauß, über das Kleid, bis zur Feier am Abend) ausschließlich bei Mitgliedern ihrer Organisation. Die Hochzeit wurde ein pizzofreies Fest. Und als im Januar ihr erster Sohn getauft wurde, machten sie es genauso. Der kleine Flavio wurde so zum ersten Kind eines mafiafreien Siziliens.



Foto: Andreas Berchem



Die Antica Focacceria San Francesco hat den typischen Charme eines sizilianischen Familienrestaurants.



Aromatic Wonderland

Der Cocktailflüsterer, Poet oder Alchemist wird er genannt. Seine Devise: Ein guter Drink ist mehr als nur ein Geschmackserlebnis. Er weckt Erinnerungen, Emotionen und entführt in eine andere Welt.



Es war einmal ... ein kleines Mädchen namens Kimono. Eines Tages lief sie durch den Wald und sammelte Himbeeren. Plötzlich fing es an dicke Tropfen zu regnen. Diese waren verzauberte Johannisbeeren, welche das Mädchen zum Schrumpfen brachten. Der einst kleine Himbeerstrauch wurde zu einem riesigen Baum und das Regenwasser stieg. Zum Schutz vor dem steigenden Wasser stülpte sich Kimono zwei Himbeeren über ihre Arme. Da entdeckte sie neben dem Baum eine sprudelnde und leuchtende Quelle und sprang vergnügt hinein. Während sie schwamm, bemerkte sie, dass sie in süßer Zitronenlimonade badete und sich der Geschmack ihrer Himbeerflügel sowie die Tropfen aus Johannisbeeren darin lösten und einen wohligen Geschmack ergaben.

Dieses Märchen entführt ansatzweise in die Fantasiewelt, in der sich Arnd Heißen bewegt. Er ist Barmanager und Barkeeper des renommierten The Curtain Club im Ritz-Carlton Hotel Berlin und ein herausragender Kenner seines Fachs. Arnd Heißen gehört laut World Championship zu den drei besten Deutschen seiner Zunft. Seine exquisiten Cocktailkreationen, sogenannte

Avantgarde-Drinks, öffnen die Tore in ein Reich der Sinne und des ungeahnten Geschmacks. Mit der ungewöhnlichen Idee, Parfums bekannter Marken wie z. B. Armani, Guerlain und Lancôme, in Fragrance-Drinks zu verwandeln, gilt er auf diesem experimentellen Gebiet als absoluter Vorreiter. „Verschiedenste Aromen bilden die Grundlage von Parfums. Diese sind den Gästen durch den Gebrauch der Düfte teilweise vertraut. Darin enthalten, gibt es weitere, exotische Aromen, die entdeckt werden wollen. Durch den Genuss eines Fragrance-Cocktails kann der Gast somit geschmacklich auf einem Teppich, auf dem er sich wohlfühlt, in ferne, unbekannte Länder reisen.“, so Heißen. Mit seiner ungezügelter Freude an Düften und Aromen experimentiert er als Bartender nicht nur mit Kombinationen aus edlen Spirituosen und fruchtigen Säften, sondern ebenso mit einer Vielzahl von Kräutern und Gewürzen. Bis ins kleinste Detail ausgeklügelt, entstehen so Cocktails, die den Geruchsnoten der vorangegangenen Parfums erstaunlich ähneln. Fragrance-Cocktails sind Drinks, die sowohl optisch, als auch geschmacklich überzeugen.



„Rive Gauche“

inspired by Yves Saint Laurent



60ml Jasmin Tee infused G Vine Floraison Gin (sehr komplexer Gin auf Weintraubenbasis und zarte Aromen von Kardamom). Den Teebeutel im Gin einlegen & 5 Minuten ziehen lassen. Bevorzugte Teeauswahl hierfür – „Mariage Freres“.

30ml Limettensaft 15ml Lavendelsirup 5ml Giffard Menthe Glace
10ml Cassis Likör 1 halber Espressolöffel Szechuan-Pfeffer

Alle Zutaten auf Eis shaken und auf Würfeis abseihen.
Mit einem Zedernholzblatt und Orangentwist dekorieren.



Das Rezept wurde speziell für das Quality Magazine kreiert.



FOTO: Nathan Pask Photography

jellify me



Schnöder Wackelpudding schön gepimpt: Die Gelatine-Anarchisten Sam Bompas und Harry Parr setzen sich mit ihren surrealistischen Süßspeisen und spleenigen Spektakeln ein Food-Denkmal aus Götterspeise. *Von Petra Diets*



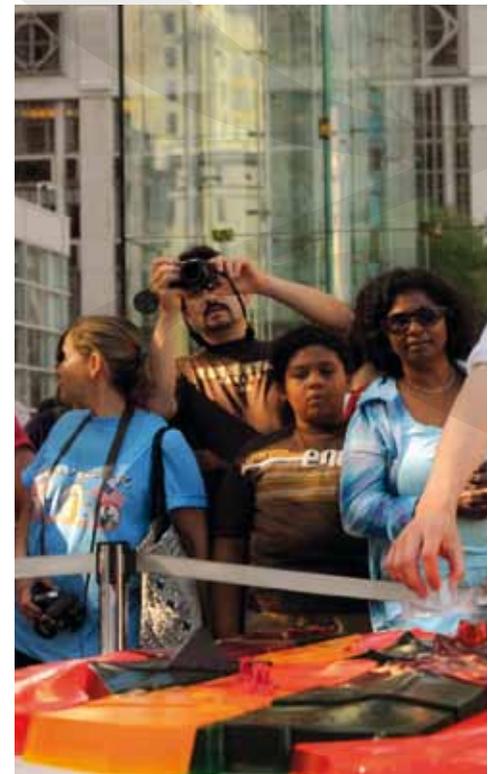
D

Wochenlange Vorbereitung für den kontinentalen Riesenpudding, der binnen weniger Minuten zerstört wird

er glamouröse Glibber ist in aller Munde. Die wabbligen Kreationen der Jellymongers, alias Sam Bompas und Harry Parr, sind heiß begehrt. Auf Jet-Set-Partys ebenso wie in Museen und Kunstgalerien. Dass ihr Jelly, so die englische Bezeichnung für Wackelpeter, so einschlagen würde, war auch für die beiden 29-Jährigen, die 2007 ihr Pudding-Business gründeten, eine Überraschung. Mit getunten Jelly-Rezepten fing alles an, es folgten ausgefallene Wackelpeter-Fantasien, spektakulär in Szene gesetzt. Der Run auf die exklusiven Pudding-Produkte war groß, Bompas & Parr expandierten. Heute werden die Londoner Unternehmer unter anderem von Technikern, Architekten und Wissenschaftlern unterstützt. Der Jelly Buckingham Palace zu Ehren der royalen Hochzeit von Prinz William und Kate Middleton, ein neun Meter hoher

Schokoriegel als süße Kletterwand, ein Minigolfplatz mit Wackelpudding-Hindernissen oder die ehrwürdige SS Great Britain, Wahrzeichen der Stadt Bristol, in einem Meer aus Götterspeise – die Jellymongers beglücken die Welt stets mit neuen, aufsehenerregenden Food-Installationen. Immer überraschend, immer crazy und immer glibbrig.

Einst Elite-Schulabsolventen, machen sie heute in Wackelpudding. Sam Bompas und Harry Parr haben beide das Eton College besucht. Die Prinzen William und Harry drückten hier die Schulbank, George Orwell, Ian Fleming und 19 britische Premierminister ebenfalls. Seit über 560 Jahren werden in der legendären Lehranstalt aus Knaben gestandene Gentlemen gemacht, die zu Höherem berufen sind. Und manchmal ist das eben Götterspeise. Das



Das Viktorianische Zeitalter war jellybesessen, eine Tradition, die Bompas und Parr zu ihrer Zukunft machten.



FOTO: Bompas & Parr



FOTO: Mark Dye

Ziel aller Eton-Absolventen, ein erfolgreiches Leben in der Upper Class, haben sie auf jeden Fall erreicht. Bompas und Parr lernten sich im Schulorchester kennen, waren nicht die engsten Freunde, mochten sich aber. Nach ihrem Abschluss blieben sie in Kontakt. Parr schlug einen „soliden“ Werdegang ein und studierte Architektur. Für Bompas war die Universität nichts, er hatte unterschiedliche Jobs, konnte sich nicht so recht entscheiden. Eine von Parris Dinnerpartys entpuppte sich schließlich als schicksalhaftes Happening. An dem Abend servierte Harry Parr eine einfache Götterspeise aus frischen Brombeeren. Die Gäste waren hungerig. Die Idee zu Jellymongers wurde geboren. „Jelly war die Zukunft und genau das, worauf wir unsere Zukunft aufbauen wollten“, erinnert sich Sam Bompas.

Die Zusammenarbeit mit Architekten, Technikern, Wissenschaftlern, Historikern und Künstlern lassen Bompas & Parr die einzigartigsten Süßspeisen Kreationen gelingen



FOTO: Ann Charlott Ohmedal

Dieses Glibber-Geschäft brauchte Substanz, neue Ideen, ein frischeres Image. Die Unternehmer in spe fingen an zu recherchieren, suchten nach Backgroundinformationen und stießen auf die interessante Historie des Wackelpeters. Der war nämlich schon mal ein angesagtes Trenddessert – unter Heinrich XIII. Zu Zeiten von Queen Victoria war Jelly nicht nur eine beliebte Gaumenfreude, sondern auch ein Eyecatcher. Jelly-Skulpturen waren bereits damals eine erlesene Tischdeko und beeindruckten mit architektonischer Raffinesse. Natürlich konnten die Uralt-Rezepte nicht eins zu eins übernommen werden. Was unseren Vorfahren mundete, unterscheidet sich zu sehr vom modernen Goût. Die Jellymongers probierten, modifizierten, experimentieren – und trafen geschmacklich den Zeitgeist. Ihre feudalen Leckereien wackelten sich zielstrebig in die elitäre Partyzone der High Society. Die Idee, Wackelpudding nicht nur als gepimpte Nachspeise, sondern auch als Kunstwerk zu inszenieren, katapultierte Bompas & Parr schließlich ganz nach oben im Food- und Kunstbusiness. Jelly in seiner schier unendlichen Vielseitigkeit macht es dem dynamischen Duo auch leicht. Der ästhetisch transparente Glibber lässt sich in fast jede Form gießen,



FOTO: Chris Terry

„Sam Bompas und Harry Parr gehören zu den 15 Leuten, die die Zukunft der Kunst in Großbritannien definieren werden.“





ART DIRECTION: Fiona Leahy



FOTO: Ann Charloft Ommedal

mit jeder möglichen Geschmacksnote und jeder Farbe veredeln. Sam Bompas und Harry Parr unterzogen den langweiligen Wackelpudding einer mondänen Metamorphose. Ein genussvolles Vergnügen, das die Sinne, ob Schmecken, Sehen, Riechen oder Fühlen, Purzelbäume schlagen lässt. Die Jelly-Ästhetiker verwenden nur frisches Obst und Gemüse. Der daraus gewonnene Saft verwandelt sich dann dank Blattgelatine in ein glibbriges Gourmet-Dessert. Nicht zu vergessen: Hochprozentiges. „Alkohol potenziert das Aroma, er verleiht den Kreationen geschmackliche Tiefe“, erklärt Parr, „davon abgesehen, geht mit Alkohol alles ein bisschen leichter“.

Schön wobbly, so die englische Bezeichnung für „wackelig“, muss die göttliche Speise sein. Nicht zu fest, nicht zu flüssig. Immer die richtige Konsistenz zu finden, ist gar nicht so einfach. Es kommt darauf an, ob die Desserts für den Verzehr oder nur zum Anschauen bestimmt sind, welchen Temperaturen sie ausgesetzt werden und ob irgendwelche Gimmicks gefragt sind. Das richtige Maß an Gelatine ist entscheidend – und Klebeband, das sich für die Jellymongers als überraschend effektives Küchentool erwies. Funkelnde Absinth-Gelees, glibbrige Champagnerkreationen und fluoreszierender Wackelpeter verleihen jeder Society Party einzigartigen Gelatine-Glamour. Die surrealistischen Süßspeisen verlangen nach einer adäquaten Präsentation, und das übernehmen die smarten Jungunternehmer gerne selbst. Nachtisch als Theater – auch das gehört zum Jellymongers-Repertoire. In schrägen Outfits werden die Bompas & Parr Kreationen von den Chefs höchst persönlich aufgetragen und zelebriert. Die exklusiven Speisespektakel sind aufwendig und kostspielig. Es geht auch simpler und günstiger. Einfach bei Bompas & Parr eine individuelle Wackelpeterform nach Wunsch bestellen und sie nach eigenen Vorstellungen mit köstlichem Glibber auffüllen. Ein richtiges Schnäppchen sind die persönlichen Puddingformen mit 800

Pfund Minium allerdings auch nicht. Dann doch lieber ein Jellymongers Kochbuch kaufen, nach einer ansprechenden Form suchen und es selber wackeln lassen.

Leuchtender Jelly, zitternde Gelatine-Brüste – was Bompas und Parr der Welt so auf-tischen, ist originell, witzig und erfrischend re-spektlos. Aber die beiden exzentrischen Engländer, können auch anders. Künstle-risch anspruchsvoll nämlich. Mit einer Ausstellung im San Francisco Mu-seum of Modern Art haben die autodidaktischen Dessert-Köche so ganz nebenbei auch noch die zeitgenössische Kunst revoluti-oniert. Ihre fluo-reszierenden Gelees, inspi-riert von den Formen histo-rischer Grabmä-ler, waren ein voller Erfolg. Der britische Independent ist sich ge-wiss, Sam Bompas und Harry Parr, die mittlerweile auch Vorträge am Royal Institute of British Architects hal-ten, zählen zu den „15 Leuten, die die Zu-kunft der Kunst in Großbritannien definieren werden“.

Nur frisches Obst und Gemüse für den Saft, aus dem die essbaren Skulpturen geformt werden



Schlaraffenland auf der London Fashion Week für das britische Label Tata Naka



FOTO: Farrukh Younus

Von Experten geprüft:
Aphrodisische Nipple Jellies

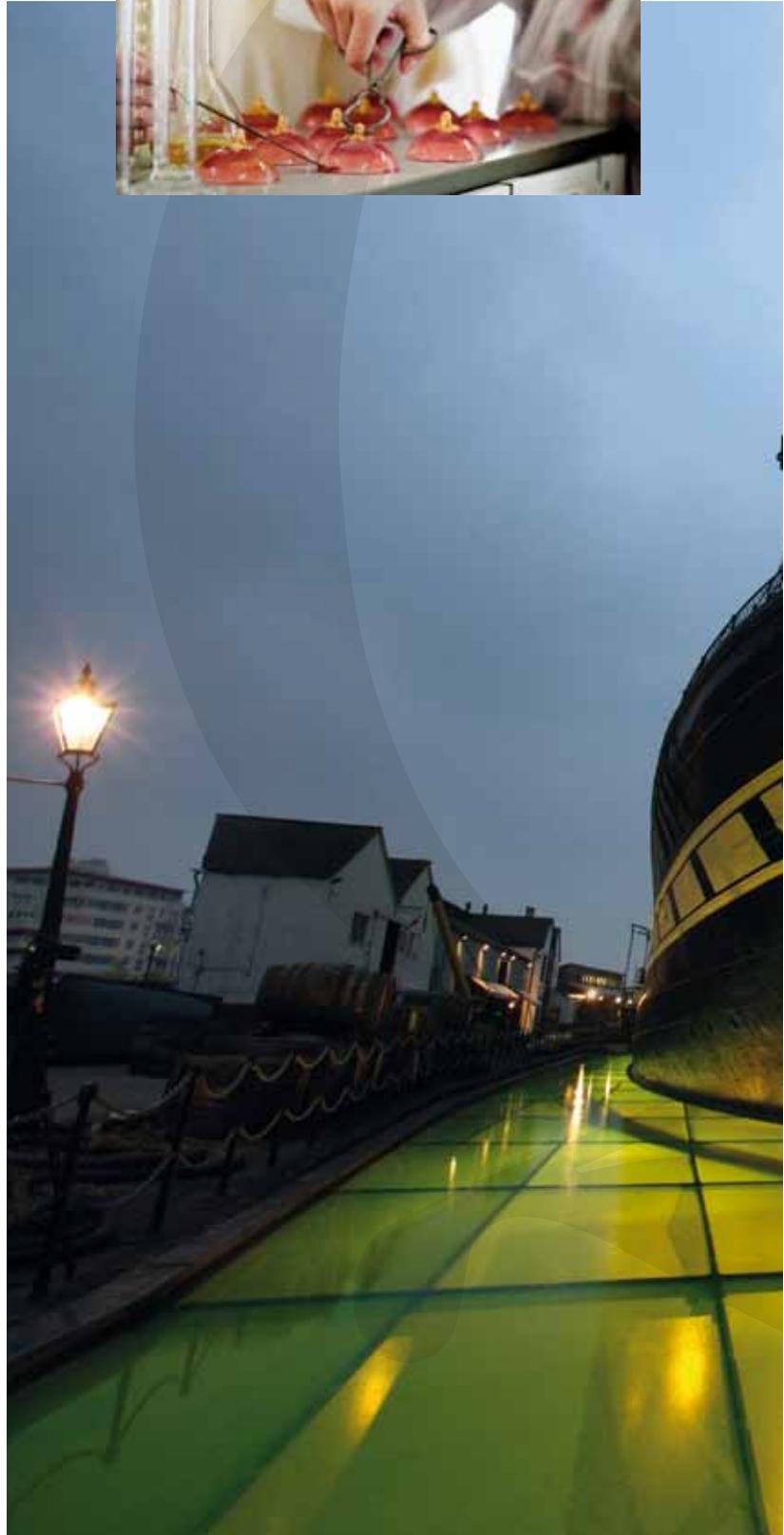


FOTO: Chris Terry

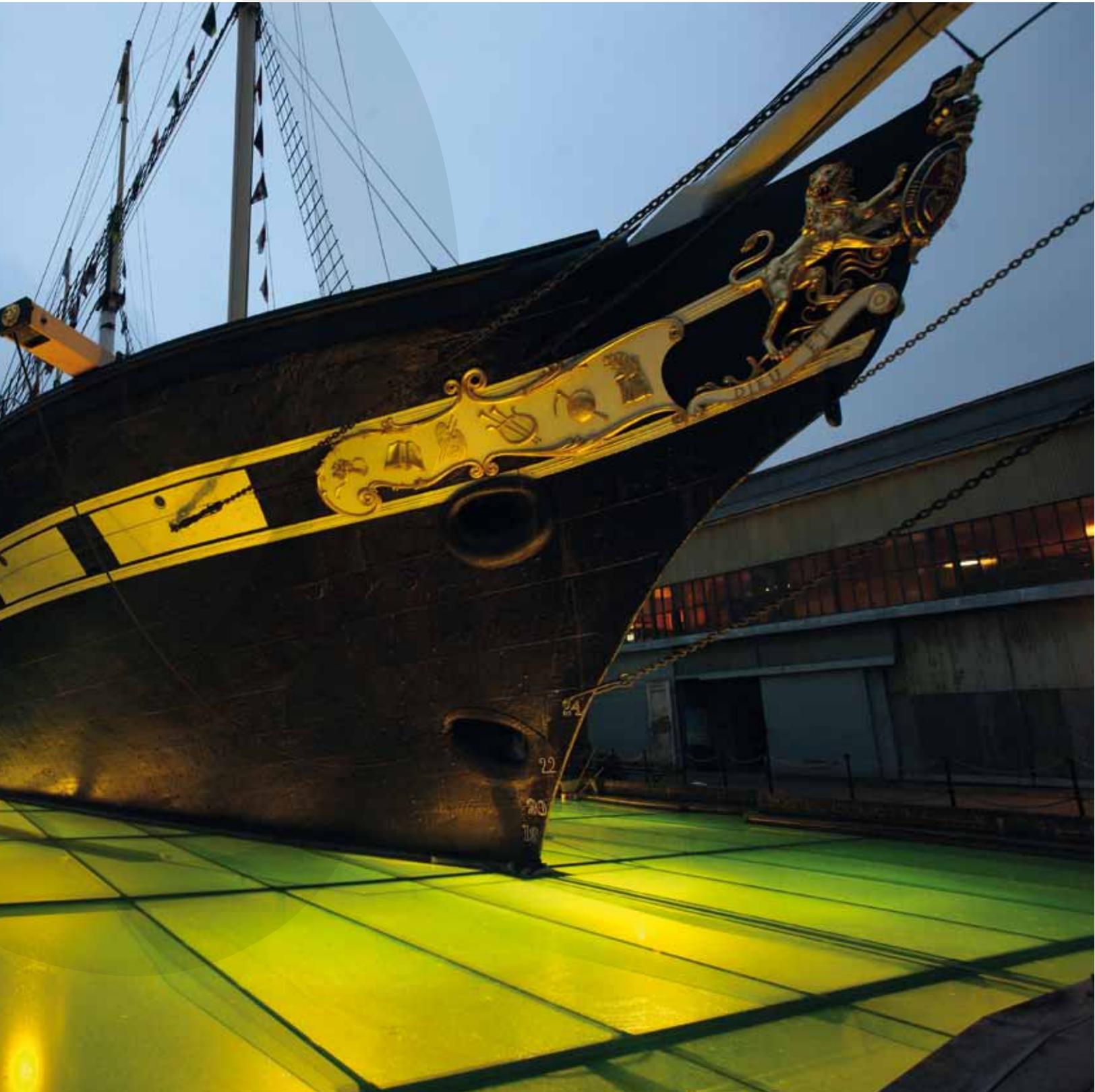
Auch wenn sich die geschäftstüchtigen, künstlerisch ambitionierten Jelly-Designer nicht immer einig sind und oft die kreativen Fetzen fliegen, so ergänzen sie sich doch hervorragend. Parr, der Architekt, entwirft und realisiert die oftmals ausgefallenen Wackelpeter-Formen, und Bompas macht die PR und bringt Ideen ein. „Für mich geht es um die Story, die wir erzählen und die Frage: Wird das, was wir kreieren, die Leute begeistern? Während Harry sich für den Prozess interessiert, die technischen Elemente“, beschreibt Sam Bompas ihre unterschiedliche Herangehensweise. Auch für Freund und Kollege Harry Parr ist ihre Gegensätzlichkeit mehr Segen als Fluch: „Sam denkt immer an das nächste Projekt, während ich mich mehr für das interessiere, was gerade aktuell ist. Doch obwohl wir unterschiedliche Herangehensweisen haben, haben wir das gleiche Ziel. Vor einigen Jahren schrieben wir auf ein Blatt Papier, was unsere ultimativen Ziele wären, und wir beiden schrieben das Gleiche: die globale Food-Vorherrschaft.“



Nicht nur ein Augenschmaus,
auch für den Gaumen eine
Freude: Besucher der SS Great
Britain dürfen auch naschen.



Das ultimative Ziel der
Jellymongers: die globale
Food-Vorherrschaft



HOT



Red Hot Chilli Zipper



SHOT

BY SARAH ILLENBERGER

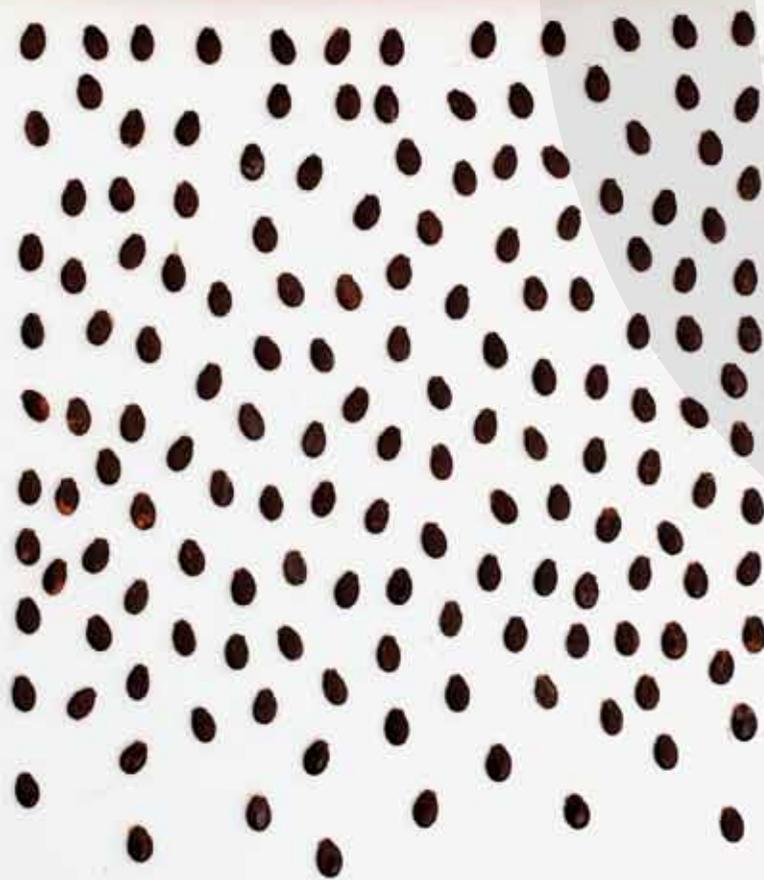
Granatenscharf



Veggie Stick



Disconas



Mit Schirm, Charme und Melone



Onions Are a Girl's Best Friend



GRÜBE AUS MOSKAU

Französischer Weizen aus der Region La Beauce und Wasser, das durch den Kalkstein der Champagne natürlich gereinigt wird, sind die exquisite Basis für Grey Goose. Grey Goose ist ein exklusiver, fünfmal destillierter französischer Wodka. Der "Moscow Mule"

ist ein wunderbar erfrischender Sommercocktail,

der aus Wodka, Ginger Beer und Gurken besteht und derzeit sein Revival feiert.

Er wurde 1941 von John G. Martin erfunden und war in den frühen 50er-Jahren für die Popularität von Wodka in den USA verantwortlich.

www.greygoose.com



ROYAL SALUTE

Seit dem Mittelalter hallen exakt 21 Kanonenschüsse über Großbritannien, um dessen königliche Regenten zu ehren. Von dem Jahr 1834 bis heute dient dieses „Royal Salute“ dem Whisky-Hoflieferanten Chivas zu der Namensgebung für fürstliche Whiskey-Sondereditionen. Anlässlich des 60. Thronjubiläums der Königin Queen Elizabeth II. wurde nun ein besonders edler Blended Scotch Whisky kreiert. Die „Diamond Jubilee Limited Edition“

ist eine außergewöhnliche Komposition aus 21 Jahre gereiftem Single Malt und Grain Whisky. Das in Deutschland auf 450 Flaschen limitierte Meisterwerk des Hauses Chivas besticht farblich durch ein tiefes Bernstein gold. In der Nase weist der Blended Whisky einen angenehm süßen Duft von Herbstblumen auf. Fruchtbige Aromen und eine rauchige Note überzeugen am Gaumen. Gekrönt wird der Genuss durch einen vollmundigen, sehr sanften und lang anhaltenden Abgang. Wahrhaftig königlich präsentiert sich die „Diamond Jubilee Limited Edition“ in einer handgefertigten, royalblauen Keramikflasche, welche sie zusätzlich optisch aus dem klassischen Whiskysortiment hervorhebt. www.royalsalute.com



BLAUBLÜTIG

Blau eingefärbtes Glas umschließt aktuell den bernsteinfarbenen, edlen „Blue Label“-Whisky des Hauses Johnnie Walker. Der Weltmarktführer des Whiskygeschäfts kleidet sein selbst ernanntes „Kronjuwel“ nun in eine an das 19. Jahrhundert erinnernde Flasche. Das Re-Design der sogenannten „Tiffany Bottle“ ist angelehnt an die klassische Flasche des Blue Label Blends. Auch geschmacklich gab sich Master Distiller Jim Beveridge alle Mühe den im Jahr 1867 von dem Firmengründer Alexander Walker kreierten Old Highland Whisky bestmöglich zu treffen. Aus den seltensten und teuersten Malt und Grain Whisky Beständen wurden 15 erwählt, um das „Blue Label“ zu komponieren. Kraftvoll, rauchig und zugleich unglaublich mild sind die Worte, mit denen sich der Charakter dieses Whiskys beschreiben lässt. Die Flaschen-Nummerierungen belegen die Exklusivität jeder Johnnie Walker Blue Label Abfüllung. Um den Anfängen des Familienunternehmens zu gedenken, werden die ersten 1867 Flaschen an ausgewählte Personen überreicht, die außergewöhnliche Leistungen vollbracht haben. www.johnniewalker.com



LILLET IST KULT

In Frankreich schon zum Liebhaberprodukt ernannt, sorgt der fruchtige Aperitif Lillet Blanc auch in Deutschland für immer mehr Begeisterung. Das Kult-Getränk des traditionsreichen Familienunternehmens aus Bordeaux setzt sich aus 85 % Wein und 15 % Fruchtlikör zusammen. Zwischen 8 und 12 Monaten reift diese Assemblage in Eichenfässern, bis sie den gewünschten Geschmack erreicht. Zusätzlich zu Wein und Likör zählen kandierte Orangen, grüne Zitronen, etwas Minze, Honig und das Extrakt von natürlicher Chinarinde zu den erlesenen Zutaten. Die Hochwertigkeit dieses Aperitifs zeigt sich in den dafür verwendeten Rebsorten St. Emillion und Sauvignon Blanc. Das gelbliche Getränk ist besonders wandelbar einzusetzen. Neben dem reinen Genuss lassen sich mit Lillet Blanc zudem verschiedene, erfrischende Longdrinks mixen. Der bekannteste unter ihnen ist der sogenannte Lillet Vive. Hierbei wird der Aperitif mit Tonic Water aufgegossen und mit einer halben Erdbeere, einer Gurkenscheibe und einem Minzblatt garniert.

www.lillet.com



BACK TO THE ROOTS

von Yvonne Schippke

Um den vollkommenen Kaffee zuzubereiten, gibt es viele Methoden: Kapselmaschinen, Espressokocher, French Press – die Liste ist lang. Beim „Drip brewing“ wird auf vollautomatische Technik verzichtet. Handmade lautet die Devise, bei der schon die Zubereitung Genuss pur ist und das Kaffeetrinken zu einem wahren Geschmackserlebnis avanciert.

Der irische Schriftsteller Jonathan Swift (1667-1745) sagte einmal: „Die beste Methode, das Leben angenehm zu verbringen, ist, guten Kaffee zu trinken.

Und wenn man keinen haben kann, so soll man versuchen, so heiter und gelassen zu sein, als hätte man guten Kaffee getrunken.“ Vielleicht gehört Kaffee deshalb zu einem der beliebtesten Getränke der Welt. Im 16. Jahrhundert konnte eine türkische Frau sogar die Scheidung einreichen, wenn der Mann sich als nicht in der Lage erwies, die Kaffeetasse der Familie voll zu erhalten. Soweit würden wir heute nicht mehr gehen. Doch heilig ist uns der morgendliche Kaffee noch immer. Ein perfekter Start in den Tag eben.

Der neueste Trend in der Welt des Schwarzen Goldes heißt „drip coffee“. Zu deutsch: Filterkaffee – wer dabei allerdings an die gute alte Kaffeemaschine mit ihrem typischen Gurgeln und

Röcheln denkt, liegt falsch. Heute bereiten Coffee-Shops Filterkaffee mittels sogenannter Drip Bars zu. Das sind Haltevorrichtungen, in die mehrere Kaffeehandfilter nebeneinander passen, und man während des Brühens den Füllstand der Tasse beobachten kann. Tröpfchen für Tröpfchen. Da die klassischen Papierfiltertüten neben heißem Wasser und geröstetem Kaffee das wichtigste Utensil für einen Drip-Coffee sind, erleben auch diese gerade ein fulminantes Comeback. In New York zelebriert man das Kochen und Servieren des Drip-Coffees bereits

ausgiebiger als das Dekantieren von Wein. Aber auch in San Francisco, Australien und Skandinavien trinkt man immer mehr gefilterten Kaffee. Vor einem Jahr eröffnete in Berlin das erste Café, das „brewed coffee“, also handgefilterten Kaffee, verkauft. Und es hat sich gelohnt: Internationales Szenepublikum ist von der simplen und ebenso leidenschaftlichen Methode des Kaffeekochens begeistert. Filter statt Hochtechnologie. Die Alternative zur Drip-Bar ist so einfach wie schön, dass sie sogar in der Design-Abteilung des Museum of Modern Art in New York bewundert werden kann. Es ist die legendäre Chemex-Karaffe, die in immer mehr heimischen Küchen ihren

Platz findet. Die sanduhrförmige Glaskaraffe wurde bereits 1941 von dem deutschen Chemiker und Erfinder Peter Schlumbohm entwickelt. Seine Idee war es, eine Vorrichtung zum Kaffeekochen zu erfinden, die so simpel wie die Glastrichter in seinem Labor sind. Das ist ihm gelungen. Die Chemex-Karaffe ist sowohl zeitlos als

auch modern. Die Botschaft hinter dem Trend ist eindeutig: weg von riesigen Vollautomaten, zurück zum Handmade-Charakter. Dem Geschmack schadet es nicht. Im Gegenteil, dank des Handbrühens lösen sich weniger Bitterstoffe als bei anderen Zubereitungsarten. Geschmacksnoten lassen sich besser herauschmecken und Aromen können sich feiner entfalten.

Laut Jonathan Swift verübt der tägliche Kaffee unser Leben. Trinkt man ihn handgefiltert, genießt man gleichzeitig das traditionelle Ritual der Zubereitung.





Wie findet man ein Restaurant, das kein Telefon hat, noch Reservierungen entgegennimmt? Man folge dem Gossip, den Empfehlungen der Locals und der Schlange bis zum Eingang. Die Bescheidenheit des Londoner Szene-Gastronoms Russell Norman, macht ihn und seine Locations so begehrt. Spuntino heißt „Snack Bar“, ist aber eigentlich ein Platz zum Verweilen. *von Janine Dudenhöffer*

Fotos von HEIKO PRIGGE



Spuntino für Spontane



SPUNTINO

Kein Prunk, kein Protz. Aber Kommunikation und vor allem gutes Essen und Trinken.



Die drei von der „Tankstelle“:
die ausgezeichneten Köche des
Spuntino

Mr. Norman, Spuntino ist eines von fünf Restaurants, das Sie innerhalb der letzten zwei Jahre eröffnet haben. Was ist denn das Besondere und Faszinierende an Londons Gastro-Szene?

Nun, London ist momentan noch aufregender, fesselnder und spannender als sonst. Es gibt viele kleine Betreiber, die außergewöhnliche Konzepte auf die Beine stellen. Die Auswahl an Top-Qualität zu erschwinglichen Preisen ist größer denn je, da die Rezession Restaurants dazu gezwungen hat, das Besondere auch in coolen, weniger exponierten Gegenden anzubieten. Echte Werte zählen wieder.

Die da wären?

Zurückgenommenheit im Auftritt, kleine Räume, Vintage-Möbel. Kein Prunk, kein Protz. Kommunikation und vor allem das Essen im Focus.

Klingt simple und gut. Wie kamen Sie auf die Idee?

Wenn ich verreise, dann nach New York oder Venedig. Ich habe mich bereits als Student in Venedigs Kunst und Archi-

tektur verliebt. Aber erst, als ich meine Frau zum ersten Mal mitnahm, wurde mir bewusst, was mir die ganze Zeit vor der Nase lag. Venedig ist so eine wahnsinnig aufregende Food-Destination, all diese winzigen Bars, Bacari genannt, wo die Einheimischen Wein süffeln und Snacks zu sich nehmen. Ich beobachtete sie eine Weile und dachte: Genau das will ich auch. Nur eben in London.

Und ihr Lieblingsrestaurant in New York?

Meine Vorliebe für gemütliche Lokalitäten, die etwas Überraschendes bieten, führt mich regelmäßig zu Shopsin's im Essex Street Market. Es ist eine winzige Marktbude, ein American Diner, und der Eigentümer und Koch, Kenny Shopsin, ist ein eigenwilliger Local Hero.

Das heißt nicht, dass ich mir ihn zum Vorbild genommen habe, Kenny ist schon ziemlich verrückt, ich will nur sagen, dass New York der Londoner Gastro-Szene um ca. 10 Jahre voraus ist.







Was haben Sie studiert? Nicht etwa Marketing?

(Schmunzelt) Nein, nein, ich arbeite seit über 20 Jahren in Restaurants – als Bedienung, Barkeeper, Manager.

Bitte erklären Sie uns das Konzept von Spuntino in einem Satz.

Spuntino ist eine Mischung aus Diner und Cocktail Bar inmitten der schäbigsten und Furcht einflößendsten Gegenden von Soho, wo Drogen und Sex noch auf der Straße liegen.

Ich kann keine Tische erkennen.

Genau, das ist das Konzept. Spuntino hat nur eine riesige Bar in U-Form. Gekostet wird auf Barhockern, umringt von Fremden, mit denen man letztendlich immer ins Gespräch kommt.

Was ist das Besondere an den Räumlichkeiten?

Diese Räume sind die nackten Knochen des Gebäudes. Als die Umbauten für das Restaurant letztes Jahr hier begonnen haben, fanden wir wundervolle Kacheln und Ziegel. Wir haben Sie einfach drin gelassen.



Neben dem Trüffel-Ei-Toast gehören die verschiedenen Miniburger zu Spuntinos Highlights



Diner- und Cocktail-Bar inmitten der schäbigsten und Furcht einflößendsten Gegend von Soho.

Wie würden Sie Ihre Kunden beschreiben?

Es sind Soho People, die Komfort in einer abgefuckten Umgebung mit lauter Musik und großartigen klassischen Cocktails bevorzugen.

Und was bestellen diese Leute?

Die Miniburger sind sehr beliebt, vor allem der „Mac & Cheese“ ist berühmt für seine unverschämte Verarbeitung drei verschiedener Käsesorten. Am meisten gesprochen wird allerdings über unseren Trüffel-Ei-Toast. Den sollten Sie probieren!

Und welchen Drink dazu?

Einen Negroni! Eine brillante Mischung aus Gin, Campari und süßem Wermut.

Ihre Köche sind ausgezeichnet und bekannt für ihre Kreationen auf Top-Niveau.

Warum arbeiten sie lieber bei Ihnen als in einem Sternerestaurant?

Ganz einfach. Weil unsere Köche nicht an Michelinsterne und schickem Tralala in-

teressiert sind. Wir servieren gut gemachten Komfort, die Tischdecken und das Silberbesteck überlassen wir den anderen.

Und Sie. Sind Sie ein guter Koch?

Meine Kinder essen immer, was ich ihnen koche. Also ja, ich hoffe sehr.

Wie viel lassen die Gäste an einem Abend im Schnitt da?

Eine übliche Rechnung? So ca. 26 Euro pro Kopf.

Und wie lange bleiben die Kunden?

Zwischen 60 und 90 Minuten.

Warum gibt es kein Telefon oder die Möglichkeit, online zu reservieren?

Weil es ein winziger Laden mit nur 26 Barhockern ist. Es wäre wirklich albern, dafür Reservierungen entgegenzunehmen. Einfach reinkommen, hinsetzen, essen und trinken.

Und was ist mit den Warteschlangen am Eingang – bei dem Hype um Spuntino nicht verwunderlich. Wie gehen Sie mit ungeduldgigen Gästen um?

Ach, das geht schon. Die Wartezeiten sind gar nicht so lange (10 bis 20 Minuten im Schnitt) und mit ersten Drinks und Snacks in der Hand kommt es einem noch kürzer vor.

Sie werden der „König der Rezessionsrestaurants“ genannt. Wie würden Sie sich selbst bezeichnen?

Gar nicht. Ich eröffne schließlich nur Restaurants, in die ich selbst gerne gehen würde.

Spuntino, 61 Rupert Street, London

EAU COUTURE

von Petra Dietz



SPRING WATER

Auch wenn *Tau* sich mit „still sein“ über-setzen lässt, präsentiert sich das Gourmetwasser äußerst selbstbewusst. Als spritzige Schwester von *Ty Nant* hält es nicht allzu viel von zurückhaltender Neutralität. Das frische Mineralwasser aus Wales ist weicher und süßer im Geschmack als andere Marken. Seit 2003 ist es in der minimalistischen schwarz-weißen Glasflasche Mitglied in der angesagten Waterworld.



BRITISCHES UNDERSTATEMENT

Das Premiumwasser aus den Cambrian-Bergen von Wales eroberte Ende der 80er den Markt im Sturm. Den Erfolg verdankte *Ty Nant* vor allem seinem spektakulären Auftritt in einer kobaltblauen Glasflasche. Inzwischen gibt es auch eine rote Variante der Flasche, *Ty Nant Red*. Das außergewöhnliche Design wurde sogar mit dem britischen Preis „First Glass“ ausgezeichnet. Doch es wäre unfair, das Luxuswasser nur auf sein Äußeres zu reduzieren. *Ty Nant*, ob still oder sparkling, verfügt über einen ausgeglichenen Anteil an Mineralien, ist sehr mild und passt perfekt zu leichten Speisen.



TIEFGRÜNDIGER GENUSS

Unter der höchsten, japanischen Vulkan-gebirgskette, dem Fuji, entspringt dieses natürliche artesische Wasser. Das Vulkan-gestein filtert das Wasser nicht nur, sondern reichert es auch mit Mineralien an. Aus 600 Metern Tiefe gelangt es in unberührtes Grundwasser, Edel vom Deckel bis zum Boden: *Eau Finé* im Milchfrostdesign ist schlichtweg schön.



PURE AFRICA

Das südafrikanische Paarl ist berühmt für seine exzellenten Weine. Weniger bekannt ist, dass diese Region auch ein exklusives Gourmetwasser hervorbringt. *Cape Karoo* hebt sich mit einer außergewöhnlichen Neutralität hervor, die es einem ausgeglichenen TDS zu verdanken hat. TDS steht für „Total Dissolved Solids“ und gibt die Konzentration aller gelösten Feststoffe im Wasser an. Das spritzige *Cape Karoo* eignet sich hervorragend als Begleitung zum Wein und macht in seiner schicken Aufmachung auch noch eine gute Figur auf dem Tisch.



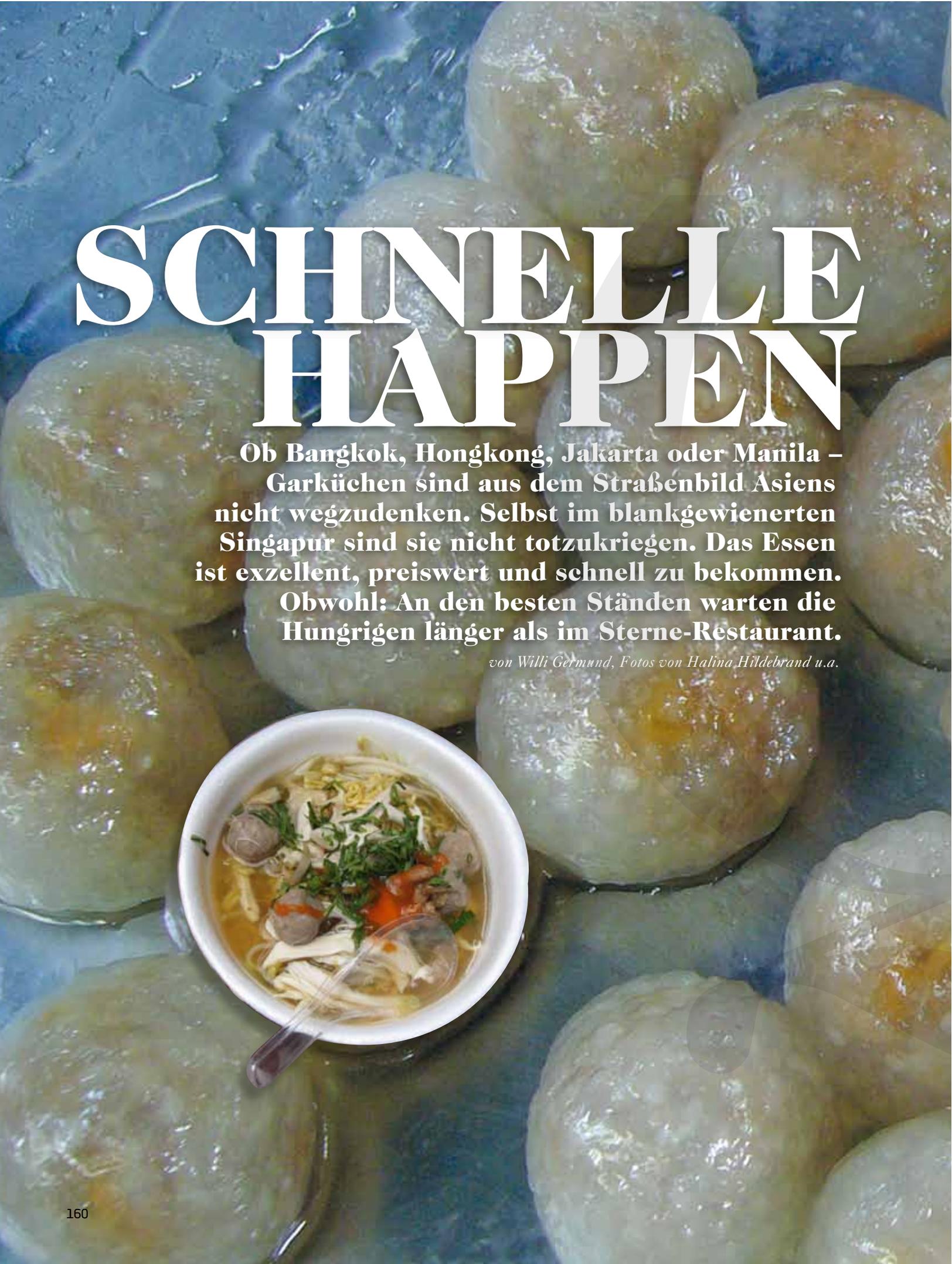
NORDISCHE SCHÖNHEIT

Das Auge trinkt mit: Von Designer Calvin Klein edel verpackt, ist das Wasser aus dem hohen Norden auch optisch ein Genuss. Aus eigener Kraft entspringt es der unberührten Natur Norwegens, geschützt von Eis und Stein. *Voss Water* gilt als eines der reinsten Wasser der Welt. Der sehr geringe Natriumgehalt macht es zu einem idealen Restaurantbegleiter, da es sich den Speisen anpasst. In Sterne-Restaurants und Luxushotels ist *Voss Water* zu Hause und bei Madonna. Die Sängerin ist bekennender Fan des norwegischen Edelwassers.



SAUERSTOFF FLASCHE

Ob *OGO* tatsächlich ein Jungbrunnen ist, wissen wir nicht. Dafür wissen wir aber, dass es seinen Beinamen „atmendes Wasser“ zu Recht trägt. *OGO* enthält 35-mal mehr Sauerstoff als jedes andere Wasser. Der natürlich angereicherte Sauerstoff hat eine revitalisierende Wirkung und soll bei Jetlag Wunder wirken. Die peppige PET-Flasche mit dem Kugelbauch verdanken wir dem japanischen Designer Ora-Ito, das Wasser den Niederländern.



SCHNELLE HAPPEN

Ob Bangkok, Hongkong, Jakarta oder Manila – Garküchen sind aus dem Straßenbild Asiens nicht wegzudenken. Selbst im blankgewienerten Singapur sind sie nicht totzukriegen. Das Essen ist exzellent, preiswert und schnell zu bekommen. Obwohl: An den besten Ständen warten die Hungrigen länger als im Sterne-Restaurant.

von Willi Germund, Fotos von Halina Hildebrand u.a.





D

Die schwarze Hornbrille balanciert fast auf der Spitze der Stupsnase des Mannes mit dem querstreiften Hemd hinter dem zweirädrigen Karren. Konzentriert wie ein Professor start der Koch auf den großen Topf, aus dem der Rauch von siedendem Wasser dampft. In kleinen Glastöpfen liegen Zutaten bereit: Rote Chili, Flaschen voller Fischsauce, Zucker und Essig. An ein paar Haken hängt das leuchtend rote, vorgebratene Schweinefleisch, das häppchenweise in die Suppe kommt. Auf den zehn wackligen Blechtischen rund um den Karren warten Essstäbchen, Gabeln und Löffel.

Es ist das kleine Reich von Khun Bamee (Herr Bamee), dem Herrn über die „Garküche in der Seitengasse der Seitenstraße Soi 38“ an der Einkaufsmeile Sukhumvit. Der Name sagt schon alles, denn Khun Bamees kleines Straßenrestaurant besitzt eigentlich keinen wirklichen Namen. Der Name „Bamee“ steht für die leckeren Eiernudeln, die zusammen mit gehacktem Koriander und saftigen, feuerroten Stücken von „Moo dang“ (geröstetem roten Schweinefleisch), gleichfarbigen Pu (Krebsen) oder Ruam (einer Mischung aus beidem) serviert werden.

Der kleine Laden am Ende einer kleinen Gasse versteckt hinter einem halben Dutzend anderer Stände ist in der thailändischen Hauptstadt Bangkok so berühmt, dass selbst Bewohner der Hauptstadt in die Soi 38 der Einkaufsmeile Sukhumvit pilgern, die im weit entfernten Pinklao auf der anderen Seite des Flusses Chao Praya wohnen. Dabei müssen sie oft bis zu einer halben Stunde anstehen, bis ihr Gericht endlich auf dem Tisch steht.

Eine halbe Stunde Schlangestehen für eine Mahlzeit, das ist für einen Thailänder normalerweise eine Zumutung. Vergleichbar mit einem Kölner Brauereigast, der fünf Minuten auf den Köbes mit frischem Kölsch wartet. Denn der versteckte Laden gilt wie Zehntausende von anderen Garküchen in ganz Asien als ein Ort, an dem man im Vorbeigehen einen Bissen abholt.



Höllisch gut gekocht, hot and spicy in den Straßen von Hongkong!

A

ber Khun Bamee gibt sich kaum Mühe, es seinen Kunden leicht zu machen. Nur wer seine Bestellung schriftlich aufgibt, hat eine Chance, sich die köstlichen Eiernudeln auf dem Gaumen zergehen zu lassen. Das macht den Thais wenig aus. Besuchern bleibt nur eine Option: Sie müssen Courage beweisen und kopieren, was ihre einheimischen Nachbarn machen.

So häufig kommen Ausländer ohnehin nicht vorbei, denn wer bei Bamee Eiernudeln verdrücken will, braucht Spürsinn. Der zweirädrige Karren steht zwar gleich am Eingang der Soi 38, aber die Garküche liegt so versteckt hinter anderen Ständen, dass sie leicht übersehen wird.

Das Wort Werbung scheint Khun Bamee ebenso wenig zu kennen wie die 400.000 anderen Garköche in der Millionenmetropole Bangkok. „Der Erfolg hängt allein von der Qualität eines Essens, von Mund-zu-Mund-Propaganda und von der Lage ab“, erzählt Chawadee Nualkhair, eine junge Mutter von zwei Kindern. Ihr haben es Feinschmecker zu verdanken, dass es in Thailand nun ein Kinderspiel ist, die besten Garküchen anzusteuern. Vor einem Jahr veröffentlichte sie den Reiseführer „Bangkoks Top 50 Street Food Stalls“ oder kurz gesagt: Sie sammelte eine Liste der 50 besten Garküchen samt Stadtplänen und Rezepten in Bangkok.

Die junge Frau wuchs in den USA auf und lebt seit 15 Jahren in der Hauptstadt des südostasiatischen Königreichs. Sie kennt die Gassen und Seitenstraßen im quirligen Chinatown ebenso gut wie die vollgepackten Stände, die sich neben den vorbeirauschenden Straßenverkehr an der Ekamei klemmen. Sie kann die Vorzüge ihrer Lieblingsrestaurants herunterleiern – und sie hat einen Grund, das Abendessen für die Familie an der Straßenecke zu besorgen: „Ich kann es selbst einfach nicht so gut kochen wie die.“ Dabei dreht es sich um nichts anderes als Fast Food im wahrsten Sinne des Wortes. In Thailand fing es an als die Zahl der chinesischen Einwanderer vor einem Jahrhundert binnen kurzer Zeit auf 750.000 schnellte. Die Thais kontrollierten Reisanbau und Verwaltung. Also versuchten die Chinesen ihr Glück mit lauter kleinen Restaurants entlang der Klongs, der Wasserkanäle, die Bangkok vor der Automobilisierung und dem massiven Straßenbau durchzogen. Vor etwa 30 Jahren entdeckten Frauen aus den Provinzen, dass sich mit den Garküchen ein Zubrot verdienen lässt. Die Stände vermehrten sich wie Pilze. Mehr und mehr Leute in den Städten stellten fest, dass sie weniger Zeit zum Essen und Kochen hatten. Statt der traditionellen thailändischen Mahlzeit, bei der Gruppen von Freunden oder Verwandten an einer Tafel mit zehn verschiedenen Gerichten tafeln, war plötzlich der schnelle Happen an der Straßenecke gefragt.





Foto: Halina Hildebrand

Die Zahl der Garküchen explodierte noch einmal nach der Wirtschaftskrise von 1997. Fabriken schlossen serienweise, Tausende wurden plötzlich arbeitslos und viele versuchten fortan, sich mit dem Betreiben einer Garküche über Wasser zu halten. „Geht es der Wirtschaft gut, wird über die Schließung vieler Garküchen geredet“, sagt die Autorin Chawadee, „kommt wieder eine Krise, vermehren sich auch die Stände.“

Und während das Bürgertum in den Städten gerne mal die Nase über die Provinzler gehörenden Garküchen rümpft, träumen deren Betreiber davon, dem Mann nachzueifern, der es tatsächlich vom Straßenkoch im Abgasqualm zum Milliardär und drittreichsten Mann Thailands brachte.

Der 66-jährige Thaichinese „Khun Charoen“ Charoen Sirivadhanabhakdi, dessen Besitz das Magazin „Forbes“ auf 4,3 Milliarden US-Dollar schätzte, begann seine unvorstellbare Karriere in einer Garküche am Rande eines Klongs. Thailandbesuchern dürfte sein Name weniger geläufig sein, seine Besitztümer schon eher. Ihm gehören die Luxusherberge „Athenee“ im Zentrum Bangkoks und das Einkaufszentrum „Panthip Plaza“, in dem nahezu jeder der jährlich 14 Millionen Touristen einmal vorbeischaut, um sich mit billiger Elektronik einzudecken.

„Auch die Fische des Königs haben Gräten.“

Thailändisches Sprichwort



Foto: Felix Triller



Essen gibt es überall und jederzeit, zu Wasser oder zu Land, bei Tag oder bei Nacht. Und es ist unschlagbar billig. Kein Wunder, dass sich Familien immer öfter im Straßenrestaurant als an der heimischen Tafel treffen.



Heute noch pflegt „Khun Charoen“, wie er ehrfürchtig genannt wird, seine Verbindung zur Straßenszene. Als Besitzer der „Chang Brauerei“ kann der 66-jährige Tycoon mit Fug und Recht behaupten, dass auf fast jedem Tisch einer Garküche auch sein Bier oder Sprudelwasser zu finden ist.

„Die Garküche ist heute das Symbol Asiens“, glaubt die Autorin Chawadee. Ob Hongkong oder Manila, Bangkok oder Jakarta: Die Essstände sind ebenso wenig aus dem Stadtbild wegzudenken wie Verkehrslärm und Abgase. Selbst im miefigen Singapur, das während der vergangenen Jahrzehnte systematisch nahezu alle „typisch asiatischen Elemente“ im Stadtbild durch glatte kalte Betonfassaden ersetzte, kapitulierten die Stadtplaner schließlich vor dem Bedürfnis, mit Hilfe offener Garküchen etwas Seele zu erhalten.

Die riesigen Shoppingcenter in Asiens Metropolen haben sich ebenfalls dem Volksempfinden angepasst, indem sie in sogenannten „Food Courts“ die vollklimatisierte Version der Garküche errichteten. Wie weit der Einfluss der Garküchen geht, zeigen die Pläne von Architekten. In modernen, städtischen Eigentumswohnungen sind nur noch Küchenecken vorgesehen, in denen gerade mal Platz zum Kaffeekochen ist.

Der Grund: Asiens Städter versorgen sich lieber spottbillig an der Straßenecke als selbst zu kochen. Neben den witzigsten Speisen sind die Garküche in einem Punkt unschlagbar: Niemand kann ihren Preis unterbieten. Sanfte Gaumen und eher vorsichtige Kunden müssen allerdings mit einem Problem rechnen, wenn sie sich erstmals auf den Straßen verköstigen. „Jeder wird einmal krank von Garküchen“, sagt Chawadee, „dann sind die Widerstandskräfte da.“ Die junge Autorin schlürft schon an der nächsten Portion Nudeln, als sie noch einen Tipp gibt: „Man sollte sich die Gläser mit den Zutaten ansehen. Wenn sie sauber wirken, ist auch das Essen sauber.“ Das half ein paar Touristen in der Stadt Chiang Mai freilich nicht. Sie starben vor ein paar Jahren, weil Gift in ihr Essen geraten war.

Dem Geschäft mit Grillen, Grashüpfern, Nudeln und scharfen Isaan-Speisen aus dem Nordosten Thailands schadete es nicht. Die Entscheidung, sich in Chinatown von Bangkok einen Eintopf aus Schweinehirn und Gemüse zu bestellen, ist in erster Linie immer noch eine Geschmacksfrage.



Früh übt sich, wer ein erfolgreicher Straßenkoch werden will – mit dem Garküchenset aus dem Spielzeugladen.



SÜDSTAATENPERLE

„Wer nichts riskiert, trinkt keinen Sekt.“ Der Südtiroler Joseph Reiterer könnte das russische Sprichwort abwandeln in: „Wer nichts in der Höhe riskiert, dem entgeht der beste Sekt aus Südtirol.“ Seine Schaumweine sind aus dem Angebot des Alto Adige nicht mehr wegzudenken.

Südtirol: das Bergdorf Mölten liegt 1.200 Meter über dem Meeresspiegel. Ziemlich hoch für Wein. In Deutschland lässt sich schon ab 500 Metern keine trinkbare Traube mehr anbauen. Und doch sind die Anbaubedingungen hier im Etschtal zwischen Bozen und Meran ideal. Im Norden bieten die Alpen Schutz vor kalten Winden und vom Süden her macht sich das mediterrane Klima bemerkbar. 300 Sonnenstunden pro Jahr und eine Durchschnittstemperatur von 18 Grad Celsius lassen die unterschiedlichsten Rebsorten gedeihen. Die Sektkellerei Arunda, die höchstgelegene Sektkellerei Europas, produziert daraus im aufwändigen Champagnerverfahren feinsten Sekt.

Was 1979 als Hobby von Joseph und Marianne Reiterer begann, hat sich zu ei-

nem Betrieb von veritabler Größe und formidabilem Ruf entwickelt. Heute trägt jede zweite, in Südtirol hergestellte Flasche Schaumwein, das Label von Arunda. Hier entstehen aus Chardonnay, Weiß- und Blauburgunder die „prickelnden Juwelen aus den Bergen“, so Joseph Reiterer.

Der ausgebildete Önologe überwacht die gesamte Sektproduktion mit Argusaugen und viel Hingabe. In hohen Gefilden entwickeln die Trauben genügend Säure, um in der zweiten Gärung eine prickelnde Frische zu erreichen, die der Genießer von einem guten Schaumwein erwartet. Dort lagern die Flaschen in einem unterirdischen Weinkeller und werden, wie es vor drei Jahrhunderten in der Champagne üblich war, per Hand gerüttelt oder in den Rüttelpulten gedreht. So kann die Hefe vom Flaschenboden in den Flaschenkopf

steigen. In mindestens 24 Monaten reift der Geschmack, dann wird der Hefesatz aus den Flaschen entfernt. Bei einem Riserva geschieht das erst nach fünf Jahren.





In einem weiteren Schritt, der Versanddosage, wird der Schaumwein durch den Zusatz von Zucker und anderen Weinen optimiert. Diese Veredelung verleiht den Arunda-Sekten einen besonderen Charakter. Das Sortiment umfasst unter anderem Brut, Extra Brut, Brut Rosé, Blanc de Blancs Chardonnay und einige Jahrgangsweine.

Joseph Reiterer komponiert gemeinsam mit seiner Frau Marianne, der Sommeliere des Unternehmens, die Weine, die zur Produktion des Schaumweines verwendet werden. Sie kümmert sich außerdem um die täglichen Besucher der Kellerei und unterhält sie mit Anekdoten zur Sektherstellung. Sohn Michael ist gelernter Koch und vereint die gehobene Küche gelungen mit den Sekten des Hauses Arunda.

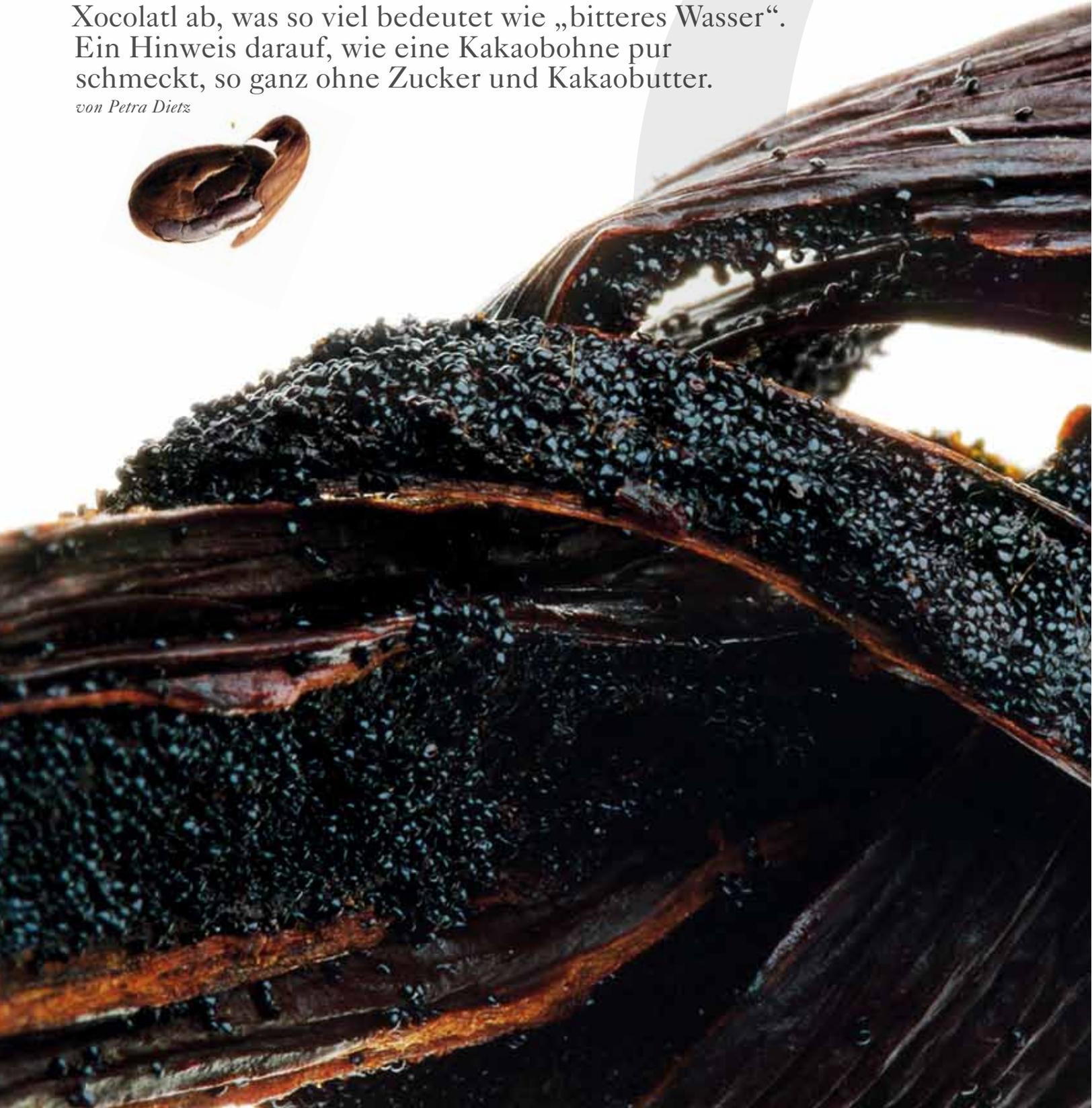
www.arundavivaldi.it



Xocolatl

Das Wort Schokolade stammt vom aztekischen Wort Xocolatl ab, was so viel bedeutet wie „bitteres Wasser“. Ein Hinweis darauf, wie eine Kakaobohne pur schmeckt, so ganz ohne Zucker und Kakaobutter.

von Petra Dietz







**„Gewogen scheinst du mir zu sein,
Du lächelst der kleinen Gabe.
Und wenn ich deine Gunst nur habe,
so ist kein Täfelchen zu klein.“**

J.W.v. Goethe



D

er exklusive Showroom des „House of Chocolate“ am Place du Grand Sablon im Herzen von Brüssel ist ein Ort der Versuchung. Ein Paradies für Chocoholics und die Hölle für alle, die glauben, dass Schokolade Sünde sei. Mit simpler Schokolade, wie man sie aus dem Supermarkt kennt, haben die Köstlichkeiten des angesagtesten Brüsseler Chocolatiers Pierre Marcolini so wenig gemein wie ein Chateau Lafite Rothschild mit einem Discount-Rotwein. Très chic ist sein Schoko-Laden, und très exquisit sind seine Kreationen in ihren vielfältigen Formen und Variationen, kunstvoll in Szene gesetzt wie kostbares Geschmeide in einem Juweliergeschäft. Sie locken mit ex-

trischen Aromen und Gewürzen, verführerischen Glasuren und Füllungen. Das pure Verlangen zeigt sich im begehrlischen Blick der schokophilen Klientel. Alle Hemmungen und Bedenken werden im Tempel der süßen Lust über Bord geworfen. Kalorien verlieren ihren Schrecken, Pralinenpilger verschwenden an derlei Profanes keinen Gedanken. Auch der stolze Preis hält Liebhaber nicht ab. Eine kleine Praline für etwa einen Euro oder eine Box mit vier Schokoladentafeln à 80 Gramm für knapp 30 Euro, das sind nicht gerade Schnäppchen. Pierre Marcolini, Weltmeister und Vizeweltmeister der Pâtisserie, ist der Shootingstar der Chocolatier-Szene. Der Sohn italienischer Einwanderer eröffnete 1994 sein erstes Geschäft in Brüssel, heute dürfen sich Naschkatzen über Niederlassungen in Paris, London, New York, Tokio und Kuwait freuen. Dem Chocolatier gelingt es, der traditionellen Kunst der handgefertigten Schokoladen und Pralinen modernen Esprit zu verleihen. Der 47-Jährige wagt stets Neues in Sachen Schokolade und das mit einem ausgesprochenen Gespür für

Trends. So gab er den klassischen Pralinen den Laufpass und ersetzte sie durch kleinere, feinere Ausgaben. „Die wenigsten Schokoladenliebhaber wollen sich heute noch eine 40-Gramm-Praline in den Mund stecken“, weiß der progressive Chocolatier. Seine Innovationen überraschen Fachwelt und Fans immer wieder. So sind seine Ganaches geradezu revolutionär, zarte Bitterpralinen mit 75 Prozent Kakaoanteil, veredelt mit Earl-Grey-Tee oder äthiopischem Kaffee.





**Süße Medizin:
Schokolade senkt laut einer Studie
das Herzinfarkt- und Schlaganfallrisiko.
Das enthaltene Flavanol verbessert
die Durchblutung. Aber: Optimal wären
7,5 Gramm Schokolade täglich.
Für jeden Schokophilen eine geradezu
homöopathische Dosis.**

Ein guter Chocolatier geht nicht einfach einem Handwerk nach, er zaubert Kompositionen.



Foto: Nestlé

M

arcolini scheut sich nicht, Thymian, Basilikum oder Olivenöl als Ingredienzien zu verwenden und verleiht seinen süßen Delikatessen auch gerne mal ein zartes Blumen-Bouquet. Ein guter Chocolatier geht nicht einfach einem Handwerk nach, er zaubert Kompositionen bestehend aus einzelnen Geschmacksnuancen. Die Wahl der Zutaten, in Qualität und Quantität, fügt sich zu einem virtuosen Ganzen zusammen, das Geschmacksknospen erbeben lässt. Für seine erlesenen Zutaten ist Pierre Marcolini kein Weg zu weit. Wenn es sein muss, reist er für mehrere Wochen nach Madagaskar oder Lateinamerika, in puncto Bohnen und Komponenten macht er keine Kompromisse, dafür ist er auch bereit, den doppelten Marktwert zu bezahlen. Man spürt - und schmeckt - dass er absolute Perfektion anstrebt. Wie ein Modedesigner entwirft er regelmäßig neue Schokoladenkollektionen, von der Genusswelt stets mit Spannung erwartet.

Brüssel ist weltweit berühmt für seine Premium-Schokolade. Doch in der Stadt mit den charmanten, verwinkelten Gassen und beeindruckenden gotischen Bauwerken ist Pierre Marcolini ein „junger Wilder“ im Schoko-Business, schließlich ist er gerade mal 15 Jahre dabei. Ein Debütant im Vergleich zu seinen Brüsseler Kollegen und Nachbarn am Place du Grand Sablon: Neuhaus, Leonidas, Galler, Cornè Port-Royal, Wittamer und Godiva sind schon wesentlich länger im Geschäft.

Bereits zu Beginn des 17. Jahrhunderts ließen sich die ersten Chocolatiers in Brüssel nieder. Die teure Essenz der Kakaobohne wurde vom Adel als gewürzte Trinkschokolade genossen. Erst Ende des 19. Jahrhunderts avancierte die Schokolade

zu einem erschwinglichen Genussmittel, das sich auch weniger gut betuchte Bürger leisten konnten. Es ist pure Ironie, dass die Belgier ihre legendären Pralinen einem Schweizer zu verdanken haben. Ausgerechnet, wo doch die Schweiz der ärgste Schokoladen-Konkurrent ist. Doch es lässt sich nicht leugnen, dass der Godfather der belgischen Schokolade, Jean Neuhaus, ein Eidgenosse war. Neuhaus wanderte 1857 nach Brüssel aus und eröffnete dort eine Apotheke, in der er Teerschokolade und Schokolade mit Fleisch als therapeutische Mittel verkaufte. Das hört sich so schrecklich an, wie es wahrscheinlich auch schmeckte. Aber es gab Licht am süßen Horizont: Neuhaus kam auf die Idee, Schokolade auch mit Hafer und Mandelmilch zu versetzen, eine wesentlich deliziosere Variante, die rasch Anhänger fand. Seinem Sohn, Jean Neuhaus Junior, gelang 1912 schließlich der Schoko-Coup schlechthin, er kreierte einen gefüllten Schokoladenhappen, den er „Praline“ nannte. In den nächsten Jahren verfeinerte er Rezept und Marketing. Die Pralinen bot er nicht mehr in einer schnöden Papiertüte an, sie widersprach der Ästhetik des Produkts, sondern in einer Schachtel, dem Ballotin.



Der Criollo ist der Rolls Royce unter den Kakaobäumen, seine Bohnen bringen einen besonders delikaten und edlen Kakao hervor.

Z

wölf Jahre später kreierte Neuhaus die Pralinen „Bonbon 13“ und „Astrid“, letztere zu Ehren der beliebten, belgischen Königin Astrid. Beides Klassiker, die bis heute das Pralinen-Portfolio des Chocolatiers bereichern. Das Traditionsunternehmen ist mittlerweile mit 1500 Boutiquen in mehr als 150 Ländern vertreten.

Die Erzeugnisse belgischer Chocolatiers haben weltweit einen exzellenten Ruf. Im Export haben sie sogar die Schweizer überholt. Vor allem die Amerikaner können der belgischen Versuchung nicht widerstehen. So hat der Schokoladenproduzent Godiva, der seinen ersten Schoko-Laden 1926 in Brüssel eröffnete, eine Fabrik in Pennsylvania, die über 3000 Verkaufsstellen in Nordamerika beliefert. George W. Bush bestellt regelmäßig beim Brüsseler Hoflieferanten Mary, der vor allem für seine dunklen Schoko-Kreationen berühmt ist.

Es ist schon erstaunlich, welche Köstlichkeiten die Früchte des Kakaobaums hervorbringen. Kenner wissen, dass Anbaugbiet, Lage und Baumart entscheidend für Geschmack und Qualität des Endprodukts sind. Zunehmend wird auch auf Nachhaltigkeit geachtet. Viele renommierte Chocolatiers verwenden nur Kakaobohnen aus Fairtrade und Bioanbau. Im Prinzip gibt es nur drei wesentliche Kakaosorten: Der Rolls Royce und den Kakaobäumen ist der Criollo, seine Highclass-Bohnen bringen einen besonders delikaten und edlen Kakao hervor. Angeblich war die Luxus-

Bohne Zahlungsmittel der Inkas und ein erlesenes Geschenk unter Stammesführern. Heute ist der kostbare Rohstoff bei Chocolatiers sehr begehrt, auch wenn der Preis horrend ist, da der Criollo-Baum sehr empfindlich ist und bei der Welternnte nur noch etwa zwei Prozent ausmacht. Die Forastaro-Bohne ist die bekannteste, sie schenkt dem Kakao einen rustikalen und leicht bitteren Geschmack. Der Trinitario Baum ist ein Hybride, eine Kreuzung aus dem Forastero und dem edlen Criollo, seine Früchte überzeugen mit einem rustikalen aber zugleich milden Aroma. Wie Kaffeebohnen werden auch Kakaobohnen geröstet. Röstdauer und -temperatur sind entscheidend für den Kakao-Geschmack. Die Bohnen werden anschließend zu einer Masse zerdrückt, die für die Weiterverarbeitung mit Kakaobutter, Zucker und oft auch Milch versetzt wird.





PROBRT

CONSPIRATION
YANNICK ALLÉNO · PIERRE MARCOLINI

„Ist jedem Ding sein wunder
Sein, die Welt hält
manches im Verstecke.
Die Kunst allein ist mehr
als Schein, dass Wahrheit
sie entdecke.“



D

Süße ist Wonne. Sie nährt unsere Seele und streichelt das Gemüt.

Das Gemisch wird in der Conche erhitzt, eine Art riesiger Mixer, und solange behutsam verrührt, bis daraus eine glatte und homogene Schokoladencreme entsteht, die Conchage. Während des Rührprozesses verflüchtigen sich unerwünschte Bitter- und Geruchsstoffe. Das Conchierv erfahren ist das am besten gehütete Geheimnis des Chocolatiers. Es ist ganz entscheidend für den Geschmack der Schokolade. Die Temperaturen, die Dauer und die Konstruktion der Conche bestimmen das Aroma und den zarten Schmelz der Schokolade. Je länger man die Bohnenessenz conchiert, desto hochwertiger die Schokolade. Für ein exzellentes Ergebnis wird auch mal über mehrere Tage hinweg conchiert, Billigschokolade verbleibt in der Regel nur einige Stunden in der Conche. Die Qualität einer Schokolade lässt sich noch vor dem ersten Bissen erkennen: Ein deutliches, klangvolles und sauberes Knacken beim Zerschlagen spricht für ein First-class-Erzeugnis. Wer nur ein bescheidenes Grummeln und jede Menge Krümel erhält, muss sich mit einer Economy-Ausgabe begnügen.

In Marcolinis erlesenem „House of Chocolate“ vernimmt man naturellement nur ein klares, krümfreies Knacken. Die edlen Handmade-Pretiosen des Chocolatier-Künstlers sind ein rundum sinnliches

Vergnügen. Allein der Anblick der süßen Inszenierungen in den funkelnden Glasvitrinen ist eine genüssliche Wonne. Champagner-Trüffel, eingehüllt in feinsten Puderzucker; Ganaches, veredelt mit Pfeffer aus Indien; Gourmandise, aufregende Schoko-Kreationen, die Pierre Marcolini selbst als eine der sieben Todsünden bezeichnet. Ein Heiliger, der hier nicht in Versuchung gerät...

„Perfektion ist nicht von dieser Welt, sagt man. Vielleicht nicht, doch genau das streben wir an, denn mein ganzer Lebensinhalt besteht darin, Ihnen einen Traum anzubieten“, sagt Pierre Marcolini.



Pralinen dargeboten wie Juwelen: das Traditionshaus in Brüssel am Place du Grand Sablon

Verstrichene Zeit

Kontakte zwischen Designern und alteingesessenen Manufakturen gibt es selten. Zu groß sind die Vorurteile auf beiden Seiten. Wie fruchtbar solch eine Zusammenarbeit sein kann und was für faszinierende Objekte dabei entstehen können, zeigte jetzt die Kooperation zwischen dem Designer Philipp Maloulin und der Glasmanufaktur Lobmeyr auf der Vienna Design Week.

von Hannah Bauhoff

Zeit ist eine Qualität, die Lobmeyr so besonders macht“, erzählt der Designer Philipp Maloulin, als er seine Interpretation einer Sanduhr im ersten Stock des kleinen Traditionsgeschäfts mitten in der Wiener Innenstadt vorstellt. Der große, bärtige Kanadier ist aufgeregt, denn die komplexe Maschine aus glänzendem Messing hatte erst einen Testlauf bestanden. Und das war in der Nacht zuvor.

Er drückt den Power-Kopf, und ein leises Surren ertönt. Langsam dreht sich der lange Stab im Kreis. An dessen Ende hängt ein Trichter, durch den der weiße Quarzsand langsam rieselt. Er hinterlässt auf dem schwarzen Boden eine feine Linie, die nach ein paar Runden ein florales Muster ergibt.

Die Zuschauer halten alle ihren Atem an – um dann ihrer Begeisterung Luft zu verschaffen. „Fantastico“, haucht die italienische Journalistin und blickt fasziniert an die Decke: Dort hängt zwischen zahlreichen glitzernden Glaskristallen ein raketenförmiger Metallzylinder, die Aufhängung für das Rohr und die Filter. „In dem Metallkörper an der Decke lagert der Sand“, erklärt Maloulin den Aufbau und verrät, dass er bis zum frühen Morgen nach dem Testlauf 115 Kilo davon gesiebt hat. „Sobald ein Steinchen dazwischen ist, fließt der Sand nicht mehr durch den kleinen Ausguss, sondern verstopft die ganze Anlage.“ Das klingt nach einer mühevollen Konstruktion, aber auch nach Präzisionsarbeit.

Damit will der junge Designer auf eine der wichtigsten Eigenschaften des Traditionsunternehmens hinweisen, mit dessen Know-how seine Idee überhaupt nur umgesetzt werden konnte. Lobmeyr, 1823 gegründet, war k. u. k. Hoflieferant des habsburgischen Kaiserhauses und wichtiger Repräsentant der österreichisch-böhmischen Glasherstellung. Die Manufaktur, heute in der 6. Generation geführt, kann auf eine facettenreiche Tradition blicken – angefangen von der Teilnahme an den ersten Weltausstellungen bis zur Mitgründung des heutigen Museums für angewandte Kunst Wien sowie des Österreichischen Werkbunds. Mit Josef Hoffmann und den Künstlern der Wiener Werkstätte entstehen Klassiker, die bis heute zu kaufen sind.

Für Maloulin ist die Sandlinie auf dem Boden physikalischer Ausdruck von Zeit. Seine Interpretation der Sanduhr stellt nicht, wie sonst üblich, Stunden oder Se-

kunden dar, sondern drückt sich in der Dimension des Musters aus. (Quarz-)Sand als physikalische Verbindung zu Glas. Präzision als wichtigstes Argument einer Glas-Manufaktur.

„Philipp Maloulin trifft mit seinem Entwurf genau das, was wir mit dem Konzept der „Passionswege“ für die Vienna Designweek gedacht haben“, erzählt Lilli Hollein, die mit Tulga Beyerle vor fünf Jahren das österreichische Designfestival initiiert hat und es seitdem leitet. „Dieser Annäherungsprozess zwischen Unternehmen und Designschaffenden bringt nicht nur internationale Reputation, es ist auch jenes Format innerhalb des Festivals, für das uns die meisten Initiativ-Bewerbungen aus dem In- und Ausland erreichen“, erzählt sie den Medienvertretern, die immer noch staunend vor der Installation stehen. „Wissenstransfer, Wertschätzung und diese Form der Zusammenarbeit, die frei von üblichen Zwängen und Abläufen kommerzieller Arbeitsbeziehungen ist, zeigen sehr eindrücklich die Bandbreite an Möglichkeiten bei der Zusammenarbeit zwischen Designern und Manufakturen.“





Arabeschi di Latte

Dass Nahrung nicht nur als Mittel zum Zweck für einen festlichen Anlass dient, sondern diesen an sich darstellt, zeigen vier formidable Italienerinnen aus Florenz. von *Sandra Pfeifer*

Unter dem Namen *Arabeschi di Latte*, wörtlich übersetzt „Arabesken von Milch“, veranstalten sie als Kollektiv Pasta-Workshops und geben Events eine stilvolle und unkonventionelle Note. Es geht um die Präsentation, die das Essen entweder in einen Kontext setzt oder aus einem solchen hebt. So servierten Arabeschi di Latte im Furla Showroom in Mailand auf filigrane Drähte gesteckte süße Häppchen „zum Pflücken“ oder verpackten für *designersblock* Bananen in gelbe Folie, frei nach dem Motto „Stellt Euch vor, bald gibt es keine Bananen mehr zu kaufen.“

In ihren gut besuchten Pasta-Workshops inspirieren sie Amateur-Köche nicht nur, aus verschiedensten Materialien Pasta zu kreieren, sondern auch dazu, ihre eigenen Utensilien dafür zu erschaffen. Wie sehen die vier Italienerinnen die Verbindung zwischen Design und Essen? „Es verhilft uns zu einem besseren Verständnis unserer Speisen sowie deren Rolle in der Gesellschaft. Durch Design erfassen wir deren Festlichkeit und Rituale und unsere Beziehung dazu“ erklärt Francesca Sarti, die sich



2003 zusammen mit Silvia Allori, Cristina Cortese und Arianna Pescetti ganz ihrer Leidenschaft verschrieben hat.

Die vier Architektinnen besuchten während ihres Studiums einen Arbeitskreis der dänischen Künstlergruppe Superflex, der sich mit dem Thema „Food and Image“ auseinandersetzte. Zur gleichnamigen Aufgabenstellung präsentierten sie eine in Silberfolie und rotes Papier (jenem der Kit-Kat-Verpackung) eingewickelte Tafel Feinschmeckerschokolade.

Diesen spielerischen und zugleich konzeptionellen Ansatz haben sie beibehalten. Denn er vermittelt im Grunde die wichtige Aussage, dass Essen keine Selbstverständlichkeit ist. „Im Gegenteil“, wie sie meinen. „Nahrungsmittel, so wie sie in den meisten Supermärkten angeboten werden, wirken abstrakt auf uns, ohne persönlichen Bezug.“ Einige Händler haben das ihrer Ansicht nach bereits verstanden. „Andererseits“, so Francesca „sollten sie unser Bedürfnis nach Bioprodukten nicht in solchem Ausmaß vermarkten, dass sie es verfälschen.“

Für sie spielt die Verbindung und der Einklang mit dem, was wir essen, wie wir es zubereiten und vor allem wie wir es verzehren, eine große Rolle. „Weil alle diese Faktoren dazu beitragen, uns wieder an die Wichtigkeit der Qualität unserer Nahrung zu erinnern.“ Der Gedanke, dass „man ist was man isst“, findet durch das Schaffen von Arabeschi di Latte eine gewisse Bestätigung. „Die Verspieltheit, mit der wir an die Thematik herangehen, vermindert jedoch nicht die Geltung unserer Aussage, sondern stärkt den Respekt vor unserem Essen. Wir müssen das Bewusstsein dafür, mit unseren Händen etwas zuzubereiten, wiedererlangen, um dessen wahren Wert zu erfahren.“

Dieser ergibt sich auch aus seiner weitreichenden sozialen Komponente: Schon beim Kochen bildet Essen den Rahmen für Konversation, dem Besprechen des Tagesgeschehens oder familiärer Belange; es bedeutet aber auch Gastlichkeit, Geselligkeit und Fröhlichkeit. Dazu kam in den letzten Jahren eine

verstärkte Besinnung auf Tradition. Arabeschi di Latte bezieht sich auf das italienische Sprichwort *mettere a mani a pasta*, was soviel heißt wie *sich die Hände schmutzig machen und mithelfen*. Ihre Workshop-Teilnehmer jedenfalls kneten mit großem Enthusiasmus. Die Gelegenheit, sein Abendessen von der Pieke auf zuzubereiten, ergibt sich nicht jeden Tag. „Für viele weckt es Erinnerungen an die Kindheit.

Und das ist vielleicht auch ein Grund für die Beliebtheit unserer Gruppen“, meint Francesca.

Doch Arabeschi di Latte gehen auf die Kunst des Essens noch sehr viel näher ein. Mit ihrem Buchprojekt „Underkitchen“ erforschen sie unpopuläre Seiten des Essens. „Wir finden immer wieder neue Ansätze und Geschichten über unser Essen, und konzentrieren uns auf Dinge, die man auf den ersten Blick nur schwer versteht.“ Mit attraktiven Fotos erforschen sie die Essenz der uns nährenden Substanzen aus Obst und Gemüse, auf eine denkerisch-abstrakte Art und Weise.

Neben *Mia Markt*, ihrem Tante-Emma-Laden in Rom, planen die vier Damen einen toskanischen „Food Space“ in London. Außerdem gibt es bald auch ein Arabeschi di Latte Pop-Up-Cafe und noch mehr Workshops, auf die man sich freuen kann.





4 Der Stunden- Tee

Leise, fließende Bewegungen und absolute Konzentration: vier Stunden für eine köstliche Schale Tee. Die japanische Teezeremonie ähnelt einer Choreographie von Pina Bausch, abgespielt in gnadenloser Zeitlupe. Kein Europäer sollte meinen, sie gleich zu verstehen, schließlich feilten Feingeister Jahrhunderte an ihrem Ablauf. Dem Teemeister geht es nicht um Perfektion, sondern um den beschwerlichen Weg zu ihr. *von Oliver Herwig*



„Die nicht die Kleinheit großer Dinge in sich fühlen, die werden auch die Größe kleiner Dinge übersehen.“

fen die Gaijin hinein, folgen dem gewundenen Pfad flach geschliffener Trittsteine. Fünf Euro kostet der symbolische Eintritt, dafür gibt es später Tee und ein „Higashi“, ein Plätzchen, das fast nur aus Zucker und Reismehl besteht und leicht karamellisiert schmeckt. Erst schiebt man die Süßigkeit in den Mund, dann folgt der sämige Tee. Dünner Tee dauert eine Stunde, dicker Tee viereinhalb. Oder fünf. Wer sich auf die Teezeremonie einlässt, muss Geduld lernen. Alles ist Ritual, ein Tanz zwischen Teemeister und Gast.

Weiches Licht fällt durch Papierbahnen. Die Hütte blitzt wie frisch gefallener Schnee. Viereinhalb Tatami, für japanische Verhältnisse ein ziemlich großes Teehaus. Vor uns summt ein dreibeiniger Wasserkessel über dem Holzkohlebecken. Sorgsam aufgereiht die Teegeräte: Hishaku, die Schöpfkelle aus Zedernholz und Chasen, der Teebesen, mit dem der Gastgeber den pulverisierten Tee schaumig schlagen wird. Rechts, in der Schmucknische, hängt eine Kalligraphie. Davor ein einzelner Zweig. Reduzierter können Blumenarrangements kaum mehr ausfallen.

Durch den Vorhang aus Papier dringen die Geräusche der Stadt wie durch Watte. Die Welt da draußen mag es noch geben, wichtig ist sie nicht mehr. Schweigen erfüllt den Raum. Niemand wagt sich zu rühren. Endlich Bewegung. Eine Nische öffnet sich. In zwei Schritten schiebt der Gast die Wand zur Seite, kniend legt er seinen Bambusfächer auf die erste Matte und rutscht sich ein Stück in den Raum. Niemand soll sich im Teehaus über andere stellen. Das Teehaus bildet einen Ort der Gleichheit, einen Ort jenseits der Welt. Und weil die Samurai sonst nie ihre Waffen ablegten, bewegen sich Besucher noch heute leise wie Libellen durch den Raum. Der Kimono knistert, der Bambusfächer begrenzt den Sitzplatz. Behutsam zieht der Gast seinen Eingang zu. Wartet. Sieht

D

er Englische Garten glüht im letzten Herbstlaub. Touristen eilen zum Monopteros, Einheimische blinzeln in die Sonne, niemand nimmt Notiz von einer kleinen Gruppe, die geduldig hinter dem Haus der Kunst wartet. Sie wollen zu einer Holzhütte mitten im Eisbach, zum japanischen Teehaus. An wenigen Tagen dürfen Besucher der rituellen Teezubereitung beiwohnen. Heute ist es soweit, zum letzten Mal in diesem Jahr.

In München beginnt der Teeweg mit einer Brücke aus Granit und einem hölzernen Tor, dessen Schloss so tief angebracht wurde, dass man einen Augenblick fürchtet, auf Knien hereinrutschen zu müssen. Punkt zwei Uhr nähert sich eine Gestalt im dunklen Kimono, kurze Haare, kantiges Profil. Augenblicklich verstummen die Gespräche. Einer nach dem anderen schlüpf-



N



sich um, verneigt sich vor der Schmucknische. Erst, als der Gast seinen Platz eingenommen hat, taucht der Teemeister auf, schiebt seinen Eingang zur Seite, betritt den Raum, ebenfalls kniend. Ein stattlicher Mann im dunklen Kimono, ein Gesicht wie aus Bronze gegossen. Prächtig der Ornat, konzentriert die Mimik.

Seine Verbeugung ist so tief wie die Begrüßung knapp ausfällt. Im Teehaus gibt es keinen Smalltalk, keine losen Worte. Aufgabe des Gastes ist, den erlesenen Geschmack des Gastgebers zu bewundern, und dieser erklärt bereitwillig, warum er einzelne Stücke ausgewählt hat, die dunkle Lackdose etwa mit dem goldenen Lotusblatt oder den einfachen Bambuslöf-fel, der sich so vollendet nach oben biegt.

ichts ist dem Zufall überlassen. Nicht die Handbewegung, mit der der Teemeister ein Tuch aus dem Gürtel zieht, faltet und die Teeschale säubert, die ohnehin vor Reinlichkeit blitzt, nicht die Kalligraphie in der Schmucknische und ganz bestimmt nicht die Temperatur des Wassers und die Konsistenz des Tranks. Grüner Tee schmeckt nach Heu und Spinat und hat die Konsistenz einer sämigen Brühe. Am Grunde der Schale ziehen sich Schlieren wie Schlingpflanzen in einem langsam fließenden Bach. Das Ritual dauert fast eine Stunde, und es gibt verschiedene Komplikationen. Es geht nicht darum, alles perfekt zu machen, lernt der erstaunte Europäer, sondern darum, etwas „Mögliches zu vollenden“, sagte vor fast 100 Jahren Kakuzo Okakura. In seinem „Buch vom Tee“ philosophiert der fernöstliche Teemeister über den Weg zu sich und zum Tee: „Die nicht die Kleinheit großer Dinge in sich fühlen, die werden auch die Größe kleiner Dinge in anderen übersehen.“

Vier Grundsätze spiegeln sich in dem jahrhunderte alten Ritual: Harmonie, Ehrfurcht, Reinheit und Stille. Besucher sollen den Staub des Alltags ablegen, wenn sie den gewundenen Pfad nehmen und kurz innehalten. Trittsteine führen über ein Meer aus wogendem Kies. Er ist sauber, aber nicht leblos. Ein Blatt auf dem Boden macht ihn erst perfekt. Die Teezeremonie kennt keine Hierarchie. Hier können Bauer und Kaiser zusammenkommen, wenn sie die richtige Haltung mitbringen: Demut. All das können Besucher meditieren, während sie mit verknoteten Beinen auf dem Boden sitzen und sich schweigend dem Augenblick hingeben. Oder über den Bambusstab sinnieren und

den Kunstsinn des Gastgebers loben, sein Geschirr, seine Anmut. Seinen Sinn für den perfekten Tee.

Zum Glück für uns Europäer gibt es Bänke im Teehaus. Nur die vordere Hälfte ist mit Tatami-Matten ausgelegt, weiter hinten darf man sitzen und die Schuhe anbehalten. Sujiya, Strohütte, heißt der Teeraum wörtlich. Übertragen meint das Wort Stätte der Leere, aber auch Stätte der Phantasie. Ein solcher Ort ist Luxus in Japan, wo der Grund teuer ist. Er zeigt eine Pracht, die auf Gold und Brokat verzichtet und stattdessen Einfachheit predigt. Jede Geste zählt. Der Teemeister schlägt den Tee mit lockerer Hand wie Sahne, bald ähnelt das Getränk einer schaumigen Suppe, die beim dicken Tee zum Brei gerinnen kann. Bevor er die Schale seinem Gast reicht, dreht sie der Teemeister sachte. Ihre Schmuckseite soll zur Geltung kommen. Zweimal 90 Grad, der Gast nimmt die Schale mit großem Ernst entgegen, trinkt, betrachtet sie, lobt Zubereitung und Geräte, und gibt sie ebenso zurück.

Grüner Tee schmeckt nach Heu und Spinat und hat die Konsistenz einer sämigen Brühe.





Die Teezeremonie kennt keine Hierarchie. Hier können Bauer und Kaiser zusammenkommen, wenn sie die richtige Haltung mitbringen: Demut.

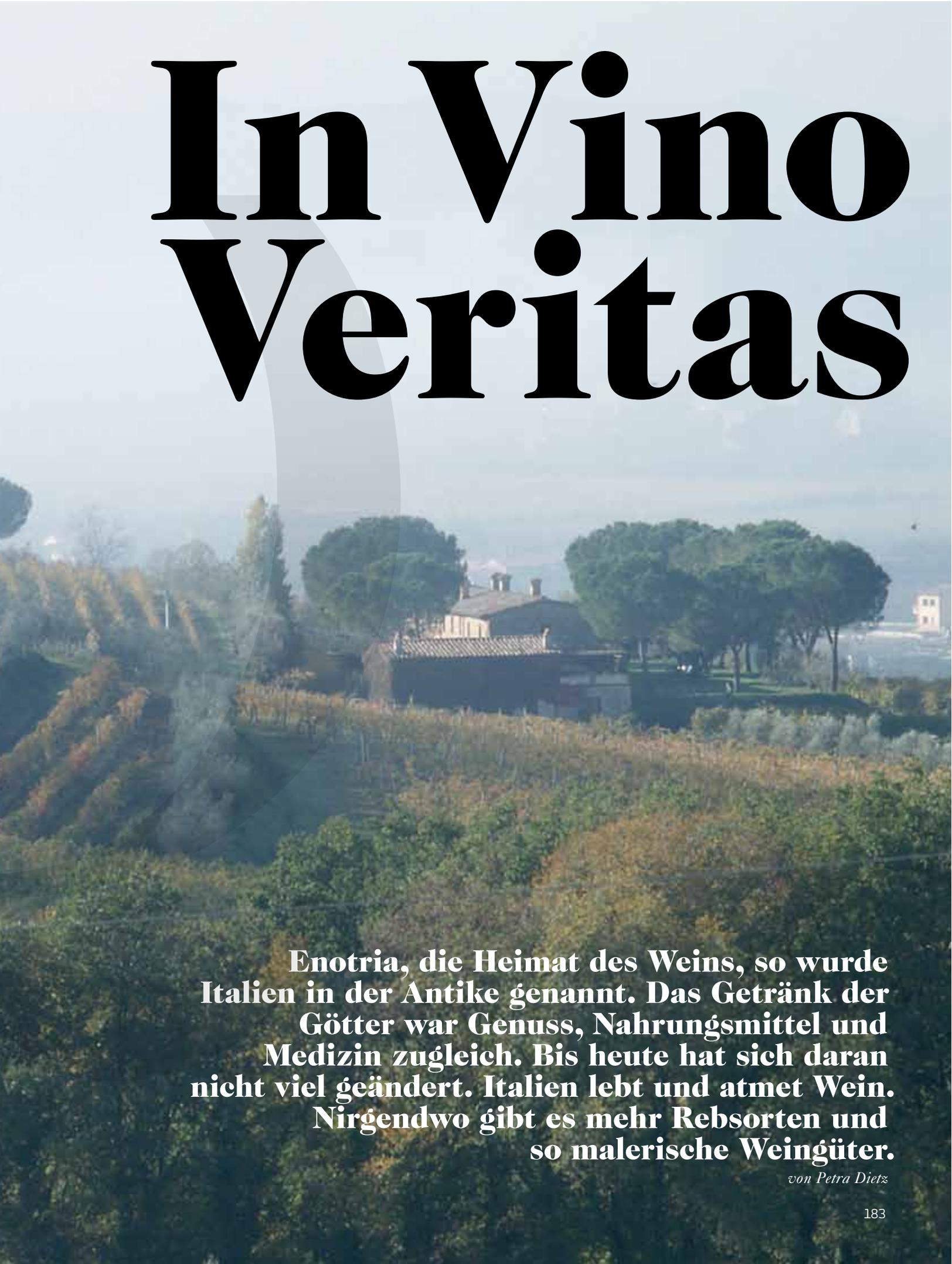
B

ereite eine köstliche Schale Tee; lege die Holzkohle so, dass sie das Wasser erhitzt; ordne die Blumen so, wie sie auf dem Feld wachsen; im Sommer rufe ein Gefühl von Kühle, im Winter warme Geborgenheit hervor; bereite alles rechtzeitig vor; stelle dich auf Regen ein, und schenke denen, mit denen du dich zusammenfindest, dein ganzes Herz“, riet einst ein großer Teemeister seinen Schülern. Wer dieser Zeremonie beiwohnt, kann sich dem Zauber der langsam fließenden Zeit kaum entziehen. Eine Stunde dehnt sich, ohne an Spannung zu verlieren Die Teezeremonie ist ein Kunststück auf Zeit, eine Performance für zwei oder mehr Tänzer, die sich Zeit nehmen, aus ihrem Leben zu treten und sich dem Schönen anvertrauen: gedämpftem Licht, guten Gesprächen und der Gewissheit, umgeben zu sein von sorgfältig ausgewählten Dingen, die für sich genommen nichts wären, aber alles im Dienste einer Sache. „Dem Wesen nach ist die Teezeremonie eine Verehrung des Unvollkommenen, denn sie ist ein zarter Versuch, etwas Möglichen zu vollenden in diesem Unmöglichen, das wir Leben nennen“, erklärt Kakuzo Okakura, der vielleicht berühmteste Dichter des Tees. Daher gebe es kein Rezept, den Tee vollendet zu bereiten, ebenso wie es keine Regel gebe, einen Tizian zu malen.

Schließlich scheint der Teemeister auf langsamen Rücklauf zu schalten. Geste für Geste verfliegt in der Luft. Schalen und Gefäße wandern zurück. Irgendwann ist nichts mehr zu sehen vom Teemeister und seinem Gast. Alles liegt wieder an seinem Ort. Die Hütte ist leer, als hätte sie nie jemand betreten. Vor der Tür liegen Blätter. Ginkoblätter. Sie leuchten feuerrot und gelb. Als Erinnerung an einen Moment, der nicht wiederkehrt.



In Vino Veritas

A scenic view of a Tuscan hillside. In the foreground, there is a lush green vineyard. In the middle ground, a stone building with a tiled roof is visible, surrounded by several tall, rounded cypress trees. The background shows a hazy landscape with more hills and a small white building in the distance.

Enotria, die Heimat des Weins, so wurde Italien in der Antike genannt. Das Getränk der Götter war Genuss, Nahrungsmittel und Medizin zugleich. Bis heute hat sich daran nicht viel geändert. Italien lebt und atmet Wein. Nirgendwo gibt es mehr Rebsorten und so malerische Weingüter.

von Petra Dietz



Lungarotti ist weiblich. La Seniora und ihre beiden Töchter haben alles fest im Griff.

U

mbrien, das grüne Herz Italiens, steht weintechnisch immer ein wenig im Schatten der Toskana. Völlig zu Unrecht, denn hier werden erstklassige Weine gekeltert, spritzige Weiße und gehaltvolle Rote. Allein 19 Spitzenerzeugnisse kommen aus der Weinkellerei Lungarotti mit 270 Hektar Weinbergen und Anwesen in Torgiano und in Montefalco. Das Familienunternehmen, 1962 von Giorgio Lungarotti gegründet, einem Freigeist und Visionär, liegt heute in Frauenhänden. Chiara, die erdverbundene Wirtschaftswissenschaftlerin und Teresa, die innovative Önologin, führen die Weintradition fort. Auf ihre Weise. Die Schwestern, die sich selbst als so un-

terschiedlich wie Ying und Yang beschreiben, ergänzen sich hervorragend. Jede mit eigenen Ideen, jede mit eigenem Wein, der die unterschiedlichen Charaktere der Erzeugerinnen verkörpert. Die dritte starke Frau auf dem Gut ist die *mamma*, Maria Grazia Lungarotti. Sie schuf in Italien ein einzigartiges kulturelles Netzwerk, rief die Stiftung Lungarotti zur Förderung der Wein- und Ölkultur ins Leben und gründete 1974 das berühmte Museo del Vino. Für die Töchter ist die Passion ihrer Mutter für das Weinmuseum ein Teil ihres Lebens. „Für Teresa und mich gab es immer ein drittes liebstes Kind“, erklärt Chiara schmunzelnd. Das *Museo del Vino* zeigt mehr als 3000 Exponate, viele davon exklusive und kostbare Raritäten, die die Geschichte von 5000 Jahren Reben- und Weinkultur Revue passieren lassen. Die Stücke werden in

einem restaurierten Gebäude mit zahlreichen, verschachtelten Räumen präsentiert. Es ist gar nicht so leicht, sich hier zurechtzufinden. Aber vielleicht ist das auch so gewollt, denn in dem Weinlabyrinth verliert man schnell das Gefühl für Zeit und Raum. Ein Leckerbissen, nicht nur für Gourmets, ist das zweite Museum von Maria Grazia, das *Museo dell'Olive e dell'Olio*.

Dass das Gut heute nicht nur Wein erzeugt, sondern auch luxuriöse Unterkünfte anbietet, ist dem bekannten Weinmuseum zu verdanken, das vinophile Touristen aus aller Welt in das einst verschlafene Torgiano lockt. Früher wurden Besucher noch im schlichten Gästehaus untergebracht, heute im Fünf-Sterne-Relais *Le Tre Vaselle*. Die luxuriöse Herberge liegt im Zentrum von Torgiano, nur einen Katzensprung vom Gut und 16 Kilometer von Assisi entfernt.



Exquisit ohne überflüssigen Pomp:
Das Weingut Lungarotti



**„Es muß sich alles
ändern, damit es so bleibt
wie es ist.“**

*Der Patrone in Luchino Viscontis
Epos „Der Leopard“*



Die Kirche Santa Maria Le Tre Vaselle
feierlich geschmückt



Das von Maria Grazia Lungarotti gegründete Museo dell'Olive

D

Das Haus spiegelt unverkennbar den Geschmack der Lungarotti-Damen wider. Überflüssigen Pomp oder herzlosen Mainstream findet man hier nicht. Exquisit, aber dabei geradlinig und bodenständig in umbrischer Tradition, das ist der Lungarotti-Stil. Jedes Zimmer ist individuell eingerichtet, jedes Detail liebevoll ausgesucht. Und natürlich kommt alles aus der Region. Auf die ausgesuchten Stoffe von Emilio Pucci aus Florenz wartete man ein ganzes Jahr. Auch das ist typisch Lungarotti. Zeit hat hier einfach eine andere Bedeutung. Die Trauben, der Wein, das Gut, das Hotel, alles braucht seine Zeit, um zu reifen und das Höchstmaß an Qualität zu erreichen.

Rebensaft als Lebenstrank, als Schönheitselixier und zum sinnlichen Relaxen – Chiara Lungarotti vertraut der Kraft der Trauben auf Körper und Geist. So ist es ihr zu verdanken, dass man sich im Spa *Bella Uve* im Sangiovese-Weinbad räkeln kann, während man an demselben nippt. Behandelt werden die Spabesucher mit Anwendungen by *Daniela Steiner*, die regionale Produk-

te wie Wein und Olivenöl in die Treatments einbeziehen. Chiara war an der Gestaltung des außergewöhnlichen Spas ganz unverkennbar beteiligt. Ihre Passion für die Weintradition ihres Landes zeigt sich in den Farben: tiefrot wie reife Trauben oder leuchtend grün wie die Weinblätter. Die Traube taucht als Element immer wieder auf, im Design und inhaltlich: „zu Füßen des Bacchus“ oder „hammam di vinum“. Allein beim Klang dieser wundervollen Anwendungsnamen beginnt man sich zu entspannen. Vinotherapie von in-

nen und außen. Mehr Genuss geht nicht. Oder doch? Das Relais Le Tre Vaselle hinterlässt auch in Sachen Kulinarik großen Eindruck. Die Hotelgäste werden sowohl mit High-End-Cuisine als auch mit landestypischen, einfachen Gerichten verwöhnt. Alle verwendeten Produkte kommen aus der Region, sind hochwertig und vereinen sich zu einer exzellenten Küche. Schließlich wird man von Wein allein nicht satt, auch wenn der antike Philosoph Plutarch den Rebensaft als „das angenehmste aller Nahrungsmittel“ bezeichnete. Dass sich auf Lungarotti eine *Akademie der Scuola cucina di ALMA*, Italiens bekanntester Kochschule, niedergelassen hat, ist eine Auszeichnung und kein Zufall. Dieser Ort ist einfach eine Inspiration für Genießer.

Die Familie Lungarotti hat viel erreicht. Sie produziert hervorragende Weine, leitet exquisite Gästeunterkünfte und fördert das lokale Kulturwesen. Wie das geht? Mit großen Visionen und gesunder Bodenständigkeit.



Überall in San Felice findet man kleine, intime Rückzugsorte – eine Zeitreise ins 14. Jahrhundert.

E

ine Landschaft wie eine Theaterkulisse. Uralte Zypressen, knorrige Olivenbäume, Weinberge so weit das Auge reicht und ein Licht, das einfach magisch ist. Die Chianti-Region ist der Inbegriff der Toskana. Das bekannteste Weinanbaugebiet der Welt ist die Heimat des Chianti Classico, gekeltert aus der Sangiovese-Traube. Der Sangiovese ist auch für das Weingut *San Felice* von essentieller Bedeutung. Das Gut thront auf einem Hügel, etwa 24 Kilometer östlich von Siena und nahe des toskanischen Dorfes Castelnuovo Berardenga. 140 Hektar sind auf San Felice für den Weinanbau bestimmt, davon nimmt der Sangiovese 70 Prozent der Fläche ein. Den ersten Wein erzeugte das Gut 1967, zu einer Zeit, in der die Weinproduktion noch in einer tiefen Krise steckte. Doch das sollte sich ändern. Der Umschwung kam bereits ein Jahr später, veraltete Strukturen mussten modernen weichen. Es begann die Renaissance der toskanischen Weine. San Felice ist heute ein innovatives und wettbewerbsfähiges Unternehmen. Das hat es vor allem einem Mitarbeiter zu verdanken: Enzo Morganti, einem Önologen, der seiner Zeit weit voraus war. Seinen Forschungsprojekten sind viele bahnbrechende Entwicklungen

im Weinbau zu verdanken. Die Ergebnisse seiner Studien werden in der „Centro Studi Morganti“ aufbewahrt und natürlich auch weiterhin verwertet. Selbst nach dem Tod von Enzo Morganti 1994 lebt seine aufklärerische Philosophie auf dem Gut weiter. So gibt es auf San Felice in Zusammenarbeit mit der Universität Mailand ein regionales Ausbildungszentrum für die verschiedenen Techniken des Rebschnitts.





San Felice: Zimmer und Suiten des Relais & Châteaux Hotels in der ehemaligen Herrschaftsvilla



Die Renaissance der toskanischen Weine
findet ihre Vollendung in edlen Fässern



Lukullisches Highlight ist das wöchentliche Barbecue auf San Felice

S

an Felice ist aber nicht nur Wein und Forschung. 1990 verwandelte das Weingut den größten Teil seines Dorfes in ein charmantes Hotel. Die Gäste des Relais *Borgo San Felice* wohnen hier nicht, nein, sie residieren vielmehr. Die 43 Zimmer und Suiten des Relais & Châteaux Hotels sind in der ehemaligen Herrschaftsvilla und den umliegenden Gebäuden untergebracht. Was ins Auge fällt? Alles, dennoch wirkt nichts aufdringlich. Luxus ja, aber im elegant-schlichten Design und in warmen Farben, dazu gedacht, sich einfach nur wohl zu fühlen. Überall in San Felice findet man kleine, intime Rückzugsorte. In dem ursprünglichen „Hoteldorf“ fällt es leicht, sich dem „dolce far niente“ hinzugeben, den Blick über Weinberge, Eichen- und Zypressenwälder schweifen zu lassen. Schlendert man durch kopfsteingepflasterte Gassen und romantische Bogengänge, hört die Glocken der alten Kapelle, die zur sonntäglichen Andacht läuten, ist das wie eine Zeitreise ins 14. Jahrhundert.

Toskana und Genießen, das gehört einfach zusammen - besonders im Relais Borgo San Felice. Im Hotelrestaurant *Poggio Rosso* zaubert Chefkoch Luca Lodovici in seiner Molinari-Küche himmlische Köstlichkeiten, edel oder rustikal, und immer lecker. Natürlich kommen nur regionale Zutaten in den Topf. Lukullisches Highlight ist das wöchentliche Barbecue, dann duftet der ganze Innenhof nach Braten und Steaks. Das Poggio Rosso erhielt seinen

Namen zu Ehren des gleichnamigen Chianti Classico. Ein Cru, der Weingeschichte schrieb. Wenn das Wetter es zulässt, sollte man die Köstlichkeiten von Luca unbedingt auf der Terrasse genießen, unter einer Pergola, umrankt mit Weinreben, die Trauben fallen fast in den Mund. Schlaraffenland und Garten Eden zugleich.

Lungarotti und San Felice haben weit mehr zu bieten als edle Tropfen und erlebte Gastronomie. Sie lassen Besucher an ihrer außergewöhnlichen Lebensphilosophie teilhaben – und gewähren ihnen Einblick in die Seele des Weins.





Gourmet Food Trucks

von Sandra Pfeifer

Die bunten Food Trucks genießen in Amerika Kultstatus. Jeder kennt den himmelblauen Wagen von Mister Softie, der mit seiner unverkennbaren Karussell-Melodie Lust auf Eiskreme macht oder den Hot Dog-Van am Park- eingang. Seit einiger Zeit machen die fahrenden Buden durch ein Zusammenspiel von Social Media und eine Wende in Richtung Nachhaltigkeit einen dramatischen Wandel durch. Auf den Straßen behauptet sich deshalb zunehmend eine veredelte und der Zeit angepasste Version der Gourmet Food Trucks.

Auf ihrem Menüplan finden sich Köstlichkeiten wie Lamm mit Couscous auf marokkanische Art, mexikanisch-koreanische Fusion-gerichte, Trüffel Boeuf Bourguignon, Hummer und Burger von glücklichen Kühen unter \$12. Laurent Katgely, Besitzer vom Feinschmeckerlokal „Chez Spencer“ und seines mobilen Pendants „Spencer on the go“ in San Francisco spielte sich schon länger mit dem Gedanken, einen Fine Dining Truck zu lancieren, der einem die Angst vor Froschschenkeln nimmt. Man spart zudem einiges an Miete und Personal. Dieses Novum, gepaart mit cleverem Marketing (fast ausschliesslich über Twitter betrieben) hat in den Metropolen an der West- und Ostküste sowie einigen weiteren progressiven Städten wie Portland und Austin, einen kulinarischen

Trend der besonderen Art ausgerufen. Fans und Genießer erfahren durch regelmässige Tweets, oft mehrmals am Tag, wohin es den Taco-, Waffel- oder Dumpling Truck als Nächstes zieht. Mit seinen legendären gegrillten koreanischen Tacos zählte der Kogi BBQ Truck nach nur sechs Monaten über 20 000 Followers. Der Reiz an der Sache

ist zum Teil wohl mit einem unserer uralten Triebe zu erklären: der Jagd. „Man nannte uns der flüchtige Waffeltruck“, erklärt der Betreiber des eiergelben Wafels & Dinges Trucks Thomas DeGeest das Phänomen, obwohl man dem Essen natürlich nicht wie dem flüchtigen Wild hinterherlaufen muss. Mittlerweile sind die fahrenden Restaurants zu Orten der Geselligkeit geworden, wo viele Menschen aufeinan-



dertreffen. So hat diesen Sommer das Einrollen des Coolhaus Trucks in New York für Furore gesorgt. Beliebt sind die Eiskreme Sandwiches à la Mies Vanilla Rohe (Vanille und Chocolate Chip Cookie) oder Frank Berry (Erdbeer und Snickerdoodle Cookie) bei Feinschmeckern in L.A. und Austin schon länger. Die Inspiration für das Kon-

zept bezogen die beiden Gründerinnen Natasha und Freya aus der Architektur, unter anderem dem Bauhaus und Rem Koolhaas' Mantra „form follows function“. Coolhaus stehe zum einen dafür, wie man ungewöhnliche, öffentliche Plätze wieder einem gemeinen Nutzen zuführen kann, erklären die beiden. Zum anderen bedeute es aber auch eine Neudefinition von Nahrung, sowohl in Bezug auf Genuss, als auch in Betracht von Nachhaltigkeit und Abfallreduzierung. Ihre Schlemmereien werden deshalb in essbarer Papierverpackung über den Tresen eines umgebauten, typisch amerikanischen Postautos verkauft. Einer ähnlichen Philosophie folgen auch die Van Leeuwen Trucks: die Eiskreme wird aus Bio-Milch hergestellt und in biologisch abbaubaren Bechern serviert. Die Food Trucks werden auch gerne für Events und Hochzeiten gebucht und stehen oft hungrigen Ver-

nissagenbesuchern zu Diensten. Verpasst man seinen Gourmetwagen einmal, gibt es einige Alternativen, wie Eusebio Tacombis krebssroten VW Taco Bus „Tacombi“, der in einer ehemaligen Vintage-Boutique in Nolita parkt. Schließlich ist dieser den ganzen Weg von der Playa del Carmen in Mexico gekommen.



Die neueste Version von Essen auf Rädern zeigt sich in den Straßenschluchten von New York und ist heiß begehrt.

Kitchen Guerilla

Hervorragendes Essen an besonderen Orten, das ist „Kitchen Guerilla“ in Aktion. Diesmal kaperten die beiden Hobbyköche Olaf Deharde und Koral Elci die Rostocker Innenstadt, wo sie nicht nur köstliche Fish and Chips zubereiteten, sondern diese auch mit einer ganz bestimmten Message an die Leute verteilten.

von Hannah Bauhoff

Blauweiß gestreiftes Fischerhemd, gelber Regenhut, Gummistiefel und die obligatorische Kochschürze – der Fotograf Olaf Deharde und der Produktdesigner Koral Elci, besser bekannt unter dem Namen Kitchen Guerilla, stehen in ihrem Seemanns-Outfit in einer kleinen trockenen Hütte mitten in Rostock und lassen sich von den sintflutartigen Regenfällen nicht beirren. Sie sind gekommen, um zu kochen. Im Gepäck: Ihre Kochutensilien und eine Mission.

Schnell bauen sie ihre provisorische Küche auf: ein kleiner Tisch, zwei Töpfe, ein paar Edelstahlschlüsseln, Schöpfkelle, Rührbesen – fertig. Daneben stapeln sich weinrote Plastikkisten mit frischem Fisch. Beherzt greift Deharde in eine Kiste und zerteilt den großen Dorsch in mundgerechte Stücke. Ohne Pause schälen sie kistenweise Kartoffeln, mischen Öl und Eier zur Mayonnaise und rühren Frittierteig an. Dazwischen läuft Thore Küster in seinem grell-gelben Ostfriesennerz auf und ab. Der Projektkoordinator mit Hang zum Marktschreier ist in seinem Element. Lässig hält er ein Mikrofon in der Hand und winkt jeden, der den Platz überquert, zu sich heran: „Hier gibt es Fish and Chips umsonst! Wisst ihr warum?“

Nein, das wissen Rostocker nicht. Küster klärt auf: Die übermäßige Industrialisierung des Fischfangs und fehlender Schutz der Fischbestände führen zu leer gefischten Meeren. Denn in den riesigen Schleppnetzen landen nicht nur Meerestiere, sondern auch Fische, die nicht das ursprüngliche Fangziel sind. Aufgrund administrativer Auflagen der Europäischen Union muss dieser Beifang wieder zurück ins Meer geworfen werden – rund 90 Prozent des gesamten Fangs. Diese Tiere sind bereits tot oder so verletzt, dass sie im Meer verenden. Eine Politik, so Küster, die großen Fischfangflotten mit Massenfängeräten Erfolgsquoten garantiert, aber zum Aussterben von Fischarten und der klein- und mittelständischen Fischereien führt. Besonders absurd, so Küster: „Trotz jährlich einer Milliarde Euro von europäischen Steuerzahlern ist die Zahl der Beschäftigten in der europäischen Fischwirtschaft zwischen 1997 und 2003 um 23 Prozent gesunken.“

Und weil es ihn und einige andere nicht kalt lässt, was mit den Fischen und Fischern passiert, steht er nun in einem Nachbau einer Rügener Fischerhütte am Kröpeliner Tor in Rostock und lockt mit kostenlosem Backfisch.

Protestieren gegen Überfischung, aber Fisch für umsonst verteilen – das klingt nach einem Widerspruch. Doch Küster lächelt verschmitzt, denn er weiß: Man muss den Menschen die Themen schmackhaft machen. Und schließlich gibt es hier nicht irgendeinen Fisch, sondern Beifang, also Tiere, die sonst sinnlos im Müll enden.

Inzwischen steht Elci hinter ihm und schwingt einen Schneebesen. Der 32-Jährige tunkt die Fischstücke in den Backteig. Eine Prise Salz dazu. Fertig. Wer die Kitchen Guerilla zum ersten Mal in Aktion erlebt, hat immer Spaß und genießt hervorragendes Essen. Der Fotograf und der Designer, seit Langem sehr gute Freunde, verfolgen zudem eine gemeinsame Idee. Sie wollen für andere kochen, aber nicht im Restaurant. Lieber kapern sie für einen Abend eine fremde Location und veranstalten eine Dinnerparty. Informiert wird via Newsletter und Facebook. Dabei geht es den beiden Hobbyköchen nicht nur um edle





Gaumenfreuden, gesundes Essen und gute Unterhaltung. Es geht ihnen um eine Haltung hinter dem Herd, denn Kochen ist mehr als eine Frage des Geschmacks. Es ist eine Frage des Lebensstils.

„Wir benutzen alles, was wir finden und werfen so gut wie nichts weg“, lautet ein Teil der Philosophie von Kitchen Guerilla. „Lecker“, schmatzt ein Tourist im braunen Mantel und schiebt sich sichtlich zufrieden sein letztes Stück Fisch in den Mund. Elci freut sich und lacht. Er weiß, warum es so gut schmeckt. „Wir stehen für gutes Essen. Wir wollen wissen, wo die Lebensmittel herkommen, und machen uns selbst auf die Suche. Wir verlassen uns auf kein Siegel – egal, ob Bio oder nicht. Wir gucken hinter die Kulisse, besuchen Produzenten vor Ort, denn uns interessiert auch, unter welchen Bedingungen geschlachtet, oder gefangen wird.“

100 Portionen Fisch and Chips verteilen die Kitchen Guerilleros an dem Tag. Alle aus Dorsch, Beifang eines Rügener Fischers, der diesen für die Aktion nicht zurück ins Meer geworfen hat. Denn bei allen politischen Ambitionen der Rostocker Aktion gibt es noch einen ganz pragmatischen Grund, sich für eine Veränderung der Fischereigesetze einzusetzen. Beifang ist richtig guter Fisch, der wunderbar schmeckt „Beifang sollte für alle zugänglich und lecker in der Fischtheke liegen“, meint Deharde. „Deswegen ist es allerhöchste Zeit, dass wir hier sind und die Leute über den Wahnsinn des Fischfangs und die hohe Wegwerfquote aufklären.“

www.kitchenguerilla.com

www.angelas-fischerhuette.de





GEIST REICH

Dort, wo Berlin am hektischsten ist, mitten im Wedding, in der lauten Seestraße, steht die Zeit still.

In glänzenden Kupferkesseln fermentieren Kräuter und Gewürze in Alkohol. Rohre, Trichter und gusseiserne Abfüllhähne sind Relikte aus längst vergangenen Zeiten. In großen Steingutgefäßen lagern Geiste, Liköre und Schnäpse.

Die Preussische Spirituosen Manufaktur gibt es seit über hundert Jahren, auch heute noch werden dort verschiedene Sorten feinsten Gesöffs hergestellt.

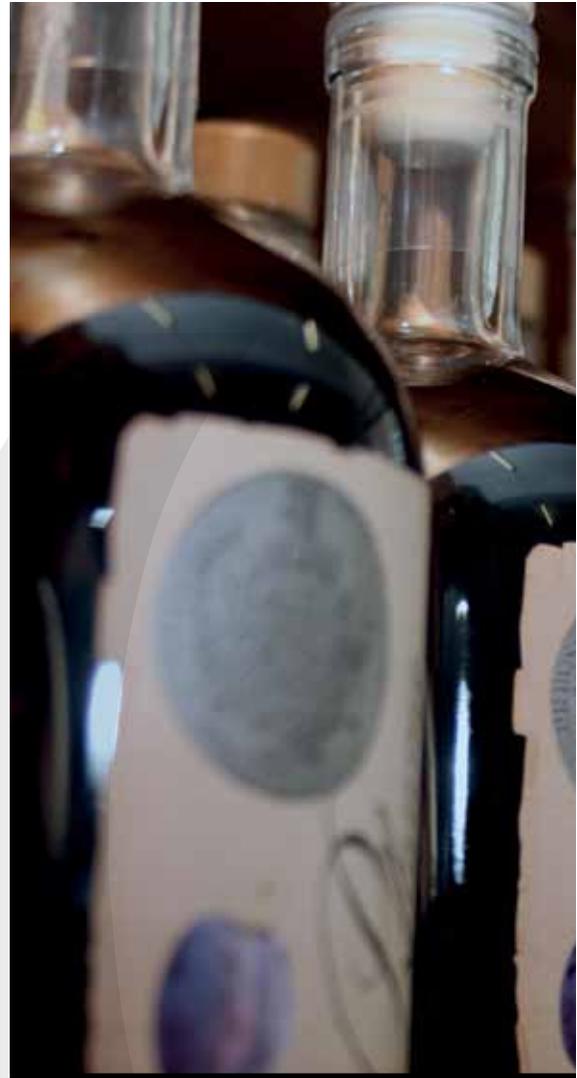
von Katja Hübner / Fotos von Katja Sonnewend

G

gerald Schroff nimmt der Ruhe ihren Platz. Er sitzt in seinem Büro über der Manufaktur, hinter seinem Rücken an der Wand hängt ein Plakat mit der „Schematischen Darstellung der Weinbrandherstellung“. Er rührt in seinem Kaffee und erzählt von dem neuen Holunderlikör. Zwei Jahre lang haben er und sein Kompagnon an der Rezeptur getüftelt, nun ist sie endlich fertig und verkaufsbereit. Gerald Schroff ist einer der Geschäftsführer der Preußischen Spirituosen Manufaktur, kurz PSM genannt. Er ist 46 Jahre alt, gebürtiger Schwarzwälder, gelernter Diplomhotelier und ein gesprächiger Zeitgenosse mit einem außergewöhnlichen Sinn für Geschmack. „Wenn ein Produkt stark riecht und schwach schmeckt sind meistens künstliche Aromen im Spiel“, sagt er. „Wir aber wollen mit unseren hausgemachten Mazeraten und Destillaten den Gaumen und die Zunge nachhaltig herausfordern.“ Für so einen Anspruch können schon mal mehrere Jahre ins Land gehen, von der Idee bis zur Etikettierung der neuen Flasche. In der Manufaktur werden Essenzen aus hunderten von Kräutern und Gewürzen gewonnen, sie bilden die Grundlage von Likör, Brand, Bitter. Im Moment verkauft PSM 35 Produkte zu Preisen zwischen 15 und 30 Euro, vom Nusslikör und Rosenlikör über Danziger Goldwasser und Adler Gin bis zum Kurfürstlichen Magenbitter. Letzterer besteht allein aus 18 verschiedenen Komponenten, in der Fachsprache auch „Drogen“ genannt, darunter Zitronenschale, Nelken, Ingwerkraut, Enzianwurzel, Pomeranze und Iriswurzel. Der Gaumenkitzel, merkt man, liegt hier im Detail.



2009 hat Gerald Schroff zusammen mit dem Mikrobiologen Ulf Stahl die Preussische Spirituosen Manufaktur übernommen. Stahl, 67 Jahre alt, ist ein weißhaariger und weißbärtiger, gemütlicher Mensch in Hemd und Schlips und mit rundem Bauchansatz. Schon früh entwickelte der gebürtige Österreicher eine Vorliebe für Cocktails, an deren Geschmack er alle Ingredienzen herauszufiltern versuchte. In Wien nahm er zuerst ein Studium für Gärungstechnik und Lebensmitteltechnologie auf, danach studierte er in Bochum und promovierte in Biologie. Seit 1983 lebt er in Berlin, als TU-Professor arbeitet er auch auf dem Gelände an der Seestraße, das Institut für Gärungsgewerbe und Biotechnologie liegt gleich neben der Manufaktur. Als der vorige Betreiber diese aufgab, schlossen sich Stahl & Schroff zusammen. Beide hatten sich zufällig vier Jahre zuvor auf einer Skipiste im österreichischen Arlberg kennen gelernt. Genauer: Sie sind dort aufeinander geprallt. Eine Schicksalsbegegnung. Abends standen sie sich an der Hotelbar erneut gegenüber, Gerald Schroff hinter und Ulf Stahl vor dem Tresen. Der 20 Jahre ältere Professor entdeckte in dem Barkeeper jemanden, der seine Leidenschaft für Genuss und Perfektion teilte. Sie redeten über Cocktails, Zutaten und die Zukunft. Die Familie von Gerald Schroff war gerade an seinem unstenen Leben als Chef von wechselnden Hotelbars zerbrochen, Ulf Stahl lud ihn ein, nach Berlin zu kommen. Ihre Verbindung ist mehr als nur eine Geschäftsbeziehung.







DROGEN DUFTORGEL



S

o wirken sie mitunter wie Vater und Sohn, wenn sie zusammen auftreten. Der eine bringt die Erfahrung mit, der andere die Kommunikation. Für Ulf Stahl ist die Manufaktur sein Hobby, für Gerald Schroff ein „Eldorado“. Als Universitätsprofessor ist Stahl viel unterwegs, er war Gastdozent in China und Korea, er ist eine Koryphäe für alles Gärende, allein sein Name weht wie ein Geist durch die Manufaktur. Man könnte auch behaupten: Er ist der Mann der Nase. Er verfügt über einen ausgeprägten Geruchssinn. Man sagt ihm nach, dass er seine Mitarbeiter an ihrem Geruch erkennen kann. Selbst, wenn sie gar nicht mehr im Raum sind, weiß er, wer von ihnen diesen gerade verlassen hat. Geht er sich ein Hemd kaufen, riecht er zuallererst daran, ob es auch zu ihm passt. Jeden Tag trainiert er sein wichtigstes Handwerkszeug, die Nase, prüft seine und andere Liköre und errät sogar mit verbundenen Augen Kräuter und Zutaten. Er schützt sich vor Rauch und Zug, um nicht krank zu werden. Man kommt nicht umhin, ihm zu vertrauen. „So ein Likör muss weich und rund sein“, sagt er. „Ein Genuss, der nicht nur nach Alkohol schmecken darf. Dafür muss er allerdings gut gelagert sein, und das dauert eben manchmal.“ Mit dieser Aussage formuliert er zugleich das, worauf die beiden Geschäftsführer hoffen: Was lange gärt, wird gut. Noch schreibt das Unternehmen keine schwarzen Zahlen, Stahl & Schroff setzen auf einen langfristigen Erfolg.

1874 wurde per preußischer Kabinettsorder die Versuchs- und Lehranstalt für Spiritusfabrikation in der Seestraße gegründet. Während die Schotten und Iren schon seit Jahrhunderten ihren Whisky und die Franzosen ihren Ammoniak und Cognac brannten, hatten die Deutschen zu dieser Zeit auf dem Gebiet keine Ahnung. Der Leiter der Lehranstalt Max Delbrück entwickelte zu-

sammen mit Studenten 80 neue Produkte und startete damit sein eigenes Unternehmen: Adler-Spirituosen, bekannt für den gleichnamigen Gin und Wodka. Aus diesen Tagen gibt es auch noch Fotos. Sie zeigen den letzten deutschen Kaiser Wilhelm II. wie er die Versuchslikörfabrik betritt und danach mit einem Arm voller Flaschen wieder verlässt. Die Bilder liegen mittlerweile konserviert im Archiv, aber die Rezepte haben jetzt einen neuen Platz gefunden - im Tresor von Ulf Stahl.

Mehr als 100 Rezepte haben Schroff & Stahl bei der Übernahme der Preußischen Spirituosen Manufaktur vor zwei Jahren aufgekauft. Wie viel Geld sie dafür bezahlt haben, wollen sie nicht verraten. Auch keine Namen von den Prominenten und Politikern, die bei ihnen ein- und ausgehen. Gerald Schroff packt seine Antwort lediglich in einen selbst ausgedachten und internen Werbe-slogan: „PSM – inoffizieller Ausstatter der Bundeshauptstadt“. Dank seines Marketings hat sich die Preußische Spirituosen Manufaktur in letzter Zeit zunehmend etabliert. Die Bar Tausend und das Hotel Adlon vertreiben ihre Produkte. Mit der KPM, der Königlichen Porzellanmanufaktur, ist eine Kooperation für eine Weihnachtседition mit einem neuen Likör geplant. Und die Hotelkette Michelberger hat zwei Kräuter, hell und dunkel, unter eigener Marke in ihr Sortiment genommen. Jeden Tag, erzählt Schroff, kommen etwa zehn bis zwanzig Leute in die Seestraße. Sie nehmen entweder an einer Führung teil oder erwerben am Haustresen eine Flasche eines süffigen Getränks. „Das Gesicht, das bei uns einkauft, ist uns wichtig“, meint Ulf Stahl. Er und Gerald Schroff wollen die Menschen gerne sehen, die ihre Spirituosen trinken. Sie verzichten auf ihren Flaschen auf einen Barcode, füllen sie selber ab und etikettieren eigenhändig. Es scheint, als hätten sie die Preussische Spirituosen Manufaktur nicht nur mit ihrem traditionellen Gebräu und ihren historischen Gerätschaften übernommen. Sie haben mit ihr auch ein Stück alte Zeit bewahrt.



**Wenn man nüchtern ist, sollte man tun,
was man angekündigt hatte, als man betrunken war.
Das lehrt einen, das Maul zu halten.**

Ernest Hemingway



Wo der Hummer hängt



Unter welchem Namen auch immer die Niederländerin Marije Vogelzang arbeitet, es ist ein kulinarisches Ereignis der ungewöhnlichen Art. Sie bezeichnet sich selbst als Eating-Designerin. Andere dagegen nennen ihre Art mit Lebensmitteln umzugehen, innovatives Kochen oder Food Design. *von Hannah Bauhoff | Fotos © Marije Vogelzang*



D

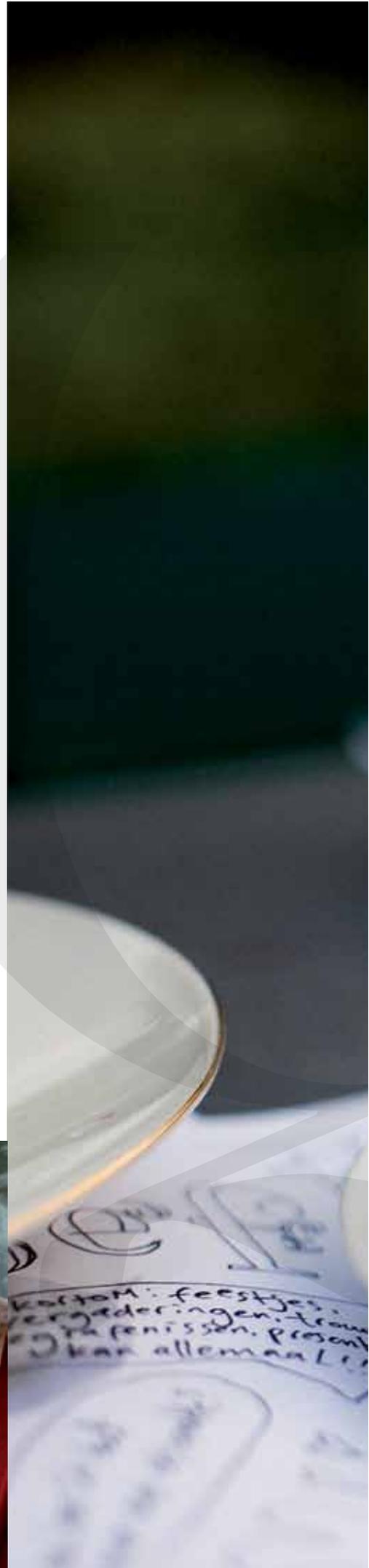
er Hammer trifft mit voller Wucht die kleine, hellgraue Lehmplastur, die auf dem langen Holztisch neben einer großen Handsäge liegt. Das Kunstwerk zerbricht in viele Scherben, seine ursprüngliche Form lässt sich nicht einmal mehr erahnen. Kleine und große Stücke stapeln sich auf dem langen Tisch, der in dem Londoner Mint Shop steht. Ein lauter Schlag – und die nächste Tonskulptur geht zu Bruch.

Die Zerstörung dieser Kunstobjekte ist gewollt. Sie ist Teil des „Roots Laboratory“, einem Designabend der niederländischen Designerin Marije Vogelzang, bei dem es nicht um das Design, sondern um den Inhalt der Lehmfiguren geht. Denn in der gebrannten Erde stecken Zwiebeln, Möhrrüben und andere delikate Gemüsesorten, die unter der Erde wachsen. Sie wurden roh mit frischem Rosmarin und Öl garniert, in eine Lehmplatte eingewickelt, dann verformt und moduliert und für den Brennprozess – besser gesagt: Kochprozess – in einem kleinen Elektroofengesteckt.

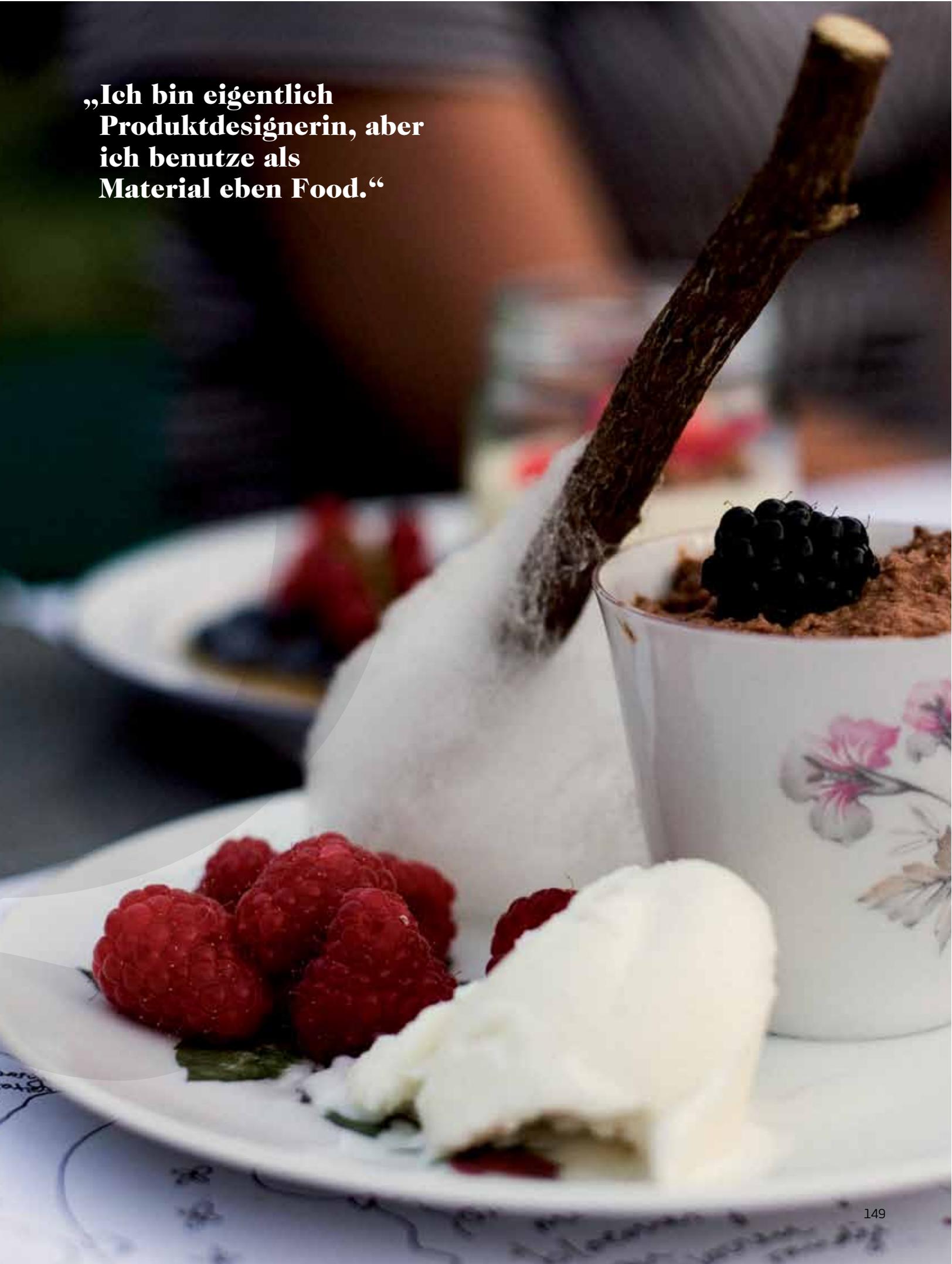
Marije Vogelzang ist durchaus bodenständiger als sie sich inszeniert

Auch wenn diese Form der Nahrungszubereitung an ein Überlebenstraining für Outdoorfreaks erinnert – es ist Teil einer Inszenierung. Ihr geht es um die archaische Zubereitungsform.

Die 33-Jährige, gilt als Pionierin in der Auseinandersetzung mit Food und Design und hat sich weltweit einen Namen mit ihren ungewöhnlichen Ess-Events gemacht. Geboren 1978 im Enschede studierte sie von 1995 bis 2000 an der Design Academy Eindhoven und machte sich nach ihrem Diplom in Rotterdam selbstständig. Die Kunsthochschule hat einen exzellenten Ruf und Talente wie den Design-Miami-Preisträger und das Enfant terrible der Szene, Maarten Baas, sowie die *droog-design*-Gründerin Hella Jongerius hervorgebracht.



**„Ich bin eigentlich
Produktdesignerin, aber
ich benutze als
Material eben Food.“**



Surreal und grotesk:
ein Dinner mit sacraler und zugleich
profaner Anmutung





Man braucht ein bißchen Mut zum „Essen“ – der Spaß kommt unverzüglich hinterher ...

Auch wenn ihre Materialwahl untypisch ist, gleicht ihr Vorgehen doch dem anderer Gestalter. So begann ihre Karriere als Eating-Designerin zufällig. Im Rahmen eines Studienprojektes lautete die Gestaltungsaufgabe, sich mit der Farbe Weiß zu beschäftigen. Ihre Recherche führte sie zu ihrer ersten Essensinszenierung, einem Bestattungsritual, das in buddhistischen Ländern Weiß gehalten wird. Weil Essen bei Trauerfeiern in vielen Ländern eine große Rolle spielt, gestaltete sie ein Abendessen, das komplett in Weiß gehalten war: Weißes Essen, weiße Keramik, weiße Blumen: „Es ging darum, eine Art neues Ritual zu schaffen. Auf diese Weise fing es schließlich an“, erinnert sich Vogelzang. Es entstand ein ruhiges Bild, das ein Dinner über den Wolken assoziieren ließ.

Mit Abschluss des Studiums 2004 zog Vogelzang nach Rotterdam und mietete ein kleines Studio. „Ich dachte mir anfangs: Warum nicht ein Designstudio haben, das zugleich ein Restaurant sein kann? Wo Leute hinkommen und die Dinge von mir probieren können. Aber es war unmöglich, beides auf Dauer und auf so engem Raum zusammen zu haben.“ Kurzerhand ver-

legte sie ihr Studio nach Amsterdam und ließ das Restaurant in Rotterdam – die Geburtsstunde der Institution Proef. „Kosten“ heißt die Übersetzung des Namens ihres Restaurants, das es inzwischen zweimal gibt, in Rotterdam und in Amsterdam. Egal wo man sich anmeldet, um in den Genuss von Vogelzangs Kreationen und Inszenierungen zu kommen, Offenheit und Lust auf Ungewöhnliches sollte der Besucher mitbringen. Doch nirgends macht Essen mehr Spaß, als bei der experimentierfreudigen Niederländerin. Zur Begrüßung ihrer Gäste für die Eröffnungsfeier von *Proef Amsterdam* bekam jeder einen Kette von grüner Apfelschale um den Hals gelegt, um dann

Äpfel in allen nur denkbaren Variationen, als Suppe, als Kuchen, auf dem Spieß oder als Kugel zu essen.

„Ich bin eigentlich Produktdesignerin, aber ich benutzte als Material eben Food“, sagt die junge Mutter. „Man kann Lebensmittel genauso wie Holz oder andere Werkstoffe betrachten, doch wenn man sich einmal richtig damit beschäftigt, dann muss man sich auch damit auseinander setzen, dass man Lebensmittel zu sich nimmt. Dieser Werkstoff landet mitten in deinem Körper – und das bedeutet, es gibt eine ganz andere Art der Interaktion zwischen Produkt und Mensch als mit anderen Gegenständen.“

In ihrem ersten Buch *Eat Love*, das 2008 erschienen ist, zeigt sie an einem Beispiel, dass ihre Herangehensweise an „Food“ nicht nur einen ästhetischen oder spektakulären Ansatz hat, sondern auch ethisch und gesundheitlich sinnvoll sein kann. In New York, in der Adipositas-Abteilung eines Kinderkrankenhauses, ging es ihr um die Vermittlung von gesundem Essen für dickleibige Kinder. Bei ihrer Kost stand nicht nur der Gesundheitsaspekt eines Apfels im Vordergrund, sondern auch dessen Farbe.



Lust zum „Mitspielen“ sollte man zu Vogelzangs Food-Inszenierungen auf jeden Fall mitbringen!



„Mein Design verschwindet wieder, denn es wird gegessen. Das ist etwas, was ich wirklich teilen will.“

W

eil ein roter Apfel nicht länger ein Apfel war, sondern „Rot“ – ging es fortan nur noch um die Farbe, und die übergewichtigen Kinder lernten einen neuen, spielerischen Umgang mit gesundem Essen – ohne den moralischen Zeigefinger.

Aber auch Kunden wie Hermès, Philipps, BMW oder droog design lieben die kulinarischen Konzepte und außergewöhnlichen Präsentationen von Nahrungsmitteln, die das Ergebnis einer Auseinandersetzung sind. Denn Vogelzang geht es um die Geschichten und Rituale hinter den Lebensmitteln und um deren Bedeutung. Daher steht die begeisterte Köchin nicht selbst am Herd, wenn sie neue Formen der Nahrungsaufnahme konzipiert. Sie arbeitet mit gelernten Köchen zusammen – auch aus Respekt vor deren handwerklichen Fähigkeiten. Schließlich, so Vogelzang, geht ein Schuhdesigner auch zu einem Schuhmacher, um dort seinen Schuhentwurf anfertigen zu lassen. Das leuchtet

ein und spricht für die professionelle Arbeitsweise der Designerin. Sie bereitet sich akribisch auf jede Aufgabe vor, denkt über jedes Detail nach und versucht eine Lösung passend zum Event zu finden.

„Es gibt so wenige Designer, die sich mit dem Thema beschäftigen, und wenn, dann geht es zumeist nur um Küchen oder Objekte wie Bestecke, Geschirr oder Gläser. Ich finde die Art und Weise zu essen viel spannender. Ich möchte davon wegkommen, immer nur die Form des Essens zu gestalten“, sagt die Eating-Designerin, denn als solche möchte sie bezeichnet werden.

Im Gegensatz zu den meisten Designern, deren Ziel es ist, langlebige Produkte zu gestalten die bleiben, freut sich Vogelzang über die Endlichkeit ihrer Entwürfe. „Mein Design verschwindet, denn es wird gegessen. Ich verstopfe die Welt nicht mit weiteren Gegenständen, noch mehr Stühlen, Tischen oder anderen Dingen – und



das ist etwas, was ich wirklich teilen will“, lacht sie – schlägt mit dem Hammer die nächste Lehmkugel entzwei und bietet die inzwischen fertig gegarte Karotte dem Besucher an.

Goringe
Cake

Hendrik
De
Hongerdoder



KOCHEN – Die neue Lust des 21. Jahrhunderts

von Esther Hofmann

Kaum ein TV-Kanal, der uns nicht mit Kochshows berieselt. Kochbücher und Koch-Hochglanzmagazine sind die Verkaufsschlager im Bücher- und Zeitungsregal. Deutschland ist Kochland. Tagtäglich wird uns suggeriert: Jeder kann kochen ... wenn er will! Und der Wille am deutschen Herd ist da. Dann geht sie los, die Suche nach dem perfekten Rezept, dem Machbarsten dem Rezept, das uns auch die Lust am Kochen versüßt. Wenn da nur nicht diese Zutatenlisten wären, die sich oft lesen wie einer von Bocuses Spickzetteln – ein Sammelsurium von Prisen, Quentchen, Stengelchen, Blättern, exotischen Gewürzen, Fisch- und Fleischsorten, die sich garantiert nicht in den Regalen unseres Lieblings-supermarktes um die Ecke finden. Unsere rechte Großhirnhälfte dreht nun voll auf, steht unter dem Druck der Beschaffungsplanung. Eine oft überflüssige Begleiterscheinung, wenn man mal so richtig professionell den Kochlöffel schwingen will. Die Tour de la Nerv beginnt. Vom Asiamarkt zum Türken, vom italienischen Feinkostladen zum Russen und vielleicht noch mal schnell zum Wochenmarkt.

Für den Einkauf der Zutaten, damit es schmeckt, wie es schmecken soll, geht schon mal jede Menge Zeit drauf. Aber damit ist es nicht getan – nirgendwo gibt es klitzekleine bis geringe Mengen zu kaufen. Also den ganzen Sack Kartoffeln, die Schube Austernpilze, den Bund Minze, das Glas geflocktes Meersalz, die Tüte Sesamsamen, die Flasche Walnussöl, die Tüte Kaffirlimettenblätter. Volle Körbe, leeres Portemonnaie, wenn man nicht gleich für eine 20köpfige Gesellschaft kochen will. Schluß damit!

Nun hatte der Berliner Ramin Goo (30 Jahre) die Blitzidee im Kochland Deutschland. Der studierte BWLer gründete weltweit das erste Startup-Unternehmen auf dem Lebensmittel-sektor. „Wer kennt das nicht, nach 10 Stunden im Büro hetzt man noch fünf vor acht in den nächsten Supermarkt, für das was man dann kochen will, sind die Zutaten oft schon gar nicht mehr da. Frischer Ingwer oder Koriander ausverkauft! Also packt man das in den Korb, was da ist und kocht es zusammen!“ Der Genussfaktor ist dann oft gleich bei Null!

Dieser frustrierenden Kochnot setzt Ramin Goo nun ein Ende, gründete das „Kochhaus“. Ein genial fantastischer Service für alle Hobbyköche oder die, die es werden wollen, der unserer Kochlust noch den Turbo einbaut und den letzten Kochmuffel hinterm Herd vorlocken möchte. Denn wenn man eines der drei Berliner Kochhäuser und zukünftig auch das Hamburger Kochhaus betritt, packt es einen unwiderstehlich. Hier bekommt man sein Lieblingsrezept fast auf den Teller.

An zwanzig freistehenden Tischen präsentieren sich wöchentlich wechselnde Rezepte in haptischer Noblesse. Alle frischen Zutaten zum Angucken, Riechen, Anfassen – auf daneben stehenden grossen Tafeln die Anleitung zum perfekten Mahl.



Voila – das erste begehbare Kochbuch, wie es Ramin Goo nennt. Wer dann zwischen schwarzen Taglioni in Paprikaschaumsoße mit gebratenen Kräuterseitlingen, knusprigem Rotbarsch mit Avocado-Zitronen-Garnitur und halbflüssigem Schokokuchen mit Erdbeeren und Vanilleeis entschieden hat, lässt sich sein Diner for two, three, four... dann nur noch einpacken: ab in den Kochtopf, fertig!

Nur noch gekocht werden muss selbst.

Bon Appetit!

www.kochhaus.de



Rosmarin

2 Personen: **1 Bund**

4 Personen: **2 Bund**



Limette

2 Personen: **1 Stück**

4 Personen: **2 Stück**



Rote Zwiebel

2 Personen: **1 Stück**

4 Personen: **2 Stück**



Koriander

2 Personen: **1 Bund**

4 Personen: **2 Bund**



Salbei

2 Personen: **1 Bund**

4 Personen: **2 Bund**



Rucola

2 Personen: **1 Bund**

4 Personen: **2 Bund**



Weitere Zutaten (für 2 Personen):

45 ml Olivenöl, Salz, Pfeffer, Zucker



Bee yourself

Sie leben zentral,
sie leiden keinen Hunger,
sie haben die beste Aussicht:
Die Bienen aus Paris
produzieren einen exklusiven Nektar –
doch die Konkurrenz schläft nicht

Fotos von Eric Tourneret

S



den ersten Blick scheint. Im „Jardin du Luxembourg“ werden seit 1856 Bienen gehalten. Es heißt, um jene Zeit habe es in Paris über 1.200 Bienenstöcke gegeben. Heute sind es schätzungsweise 300 und viele davon stehen in luftiger Höhe. Bienen leben auf dem Dach des Rathauses vom Stadtteil Saint-Denis, auf dem Dach der „Église Réformée à Paris-Étoile“ und sogar auf dem Dach des Louis-Vuitton-Firmensitzes am Pont Neuf. Sie scheinen sich dort wohl zu fühlen, jedenfalls produzieren sie mitten in der Großstadt deutlich mehr w-Honig als auf dem Land.

Dass dies so ist, hat weder mit den glanzvollen Adressen noch mit der schönen Aussicht zu tun. Das Umfeld ist einfach besser. Auf dem Land kämpfen die Bienen an zwei Fronten: Einmal gegen den Einsatz aggressiver Pflanzenschutzmittel – Frankreich

einer Concierge, die ihn auffliegen ließ, ist Jean Paucton bis heute dankbar. Er hatte die erste Honigwabe in eine Kammer seiner Pariser Wohnung gestellt, doch Madame mochte die Bienen nicht. Sie bestand darauf, die „Haustiere“ zu evakuieren, und drohte, deren unerlaubten Verbleib bei der Hausverwaltung zu melden.

Was tun? Jean Paucton, 77 Jahre alt, war damals noch Requisiteur an der Opéra Garnier, einem prächtigen, neobarocken Bauwerk, das im Auftrag von Napoleon am rechten Seineufer erbaut und 1875 eröffnet wurde. Klammheimlich schaffte er seine Bienen aufs Operndach. „Als ich eine Woche später nach ihnen sah, quoll die Wabe vor Honig über“, erzählt er. Das war 1982.

Inzwischen sind seine Bienen berühmt und sein „Miel de l'Opéra“ wird bei „Fauchon“ für 15 Euro pro 125-Gramm-Glas verkauft. „Ein Souvenir, das sich jeder leisten kann“, findet der Imker. Um genügend davon produzieren zu können, stehen mittlerweile fünf hölzerne Bienenkisten auf einer knapp 30 Quadratmeter messenden Dachterrasse des Palais Garnier, und ein Volk von schätzungsweise 75.000 Tieren produziert jedes Jahr gut 500 Kilo Honig. Im Mai fängt ihre Arbeit an, scharenweise fliegen sie von der Place de l'Opéra bis zum Bois de Boulogne, zum Friedhof von Père Lachaise, zu den Kastanienbäumen an den Champs Elysées und zum nahen Garten des Palais Royal, in dem lange Reihen mit blühenden Linden stehen. Ihr Surren ist kaum zu überhören und ihre Flugroute in luftigen 80 Metern Höhe gut zu erkennen.

Jean Paucton ist kein Einzelfall und Honig aus Paris weniger extravagant, als es auf



ist europaweit führend im Verbrauch von Insektiziden – und gegen die mittlerweile weit verbreiteten landwirtschaftlichen Monokulturen.

In Pariser Parks ist der Einsatz von Insektiziden verboten. Es gibt unzählige Bäume entlang der Straßen, begrünte Balkons und kleine Nachbarschaftsgärten in denen Pflanzen mit unterschiedlichen Blütezeiten wachsen, sodass sich vom Frühjahr bis in den Herbst hinein immer irgendwo ein mit Nektar gefüllter Kelch finden lässt. Dazu kommt, dass es in der Stadt stets ein paar Grad wärmer ist, und die Bienen dort länger arbeiten. Abgase und Funkwellen scheinen sie kaum zu stören, in einer guten Saison produzieren sie bis zu 100 Kilo Honig pro Stock, während sich Landwirte schon über 10 oder 20 Kilo freuen.

Nicolas Géant auf dem Dach von Louis Vuitton



Nicolas Géant war Schüler in Orléans, als er erstmals einen Kurs in Bienenzucht absolvierte. Mit 20 finanzierte er sein Wirtschafts-Studium mit dem Verkauf seines eigenen Honigs. Er wurde Finanzberater bei „Ernst & Young“, zog nach Paris und nahm ein paar Tausend Bienen mit. „Hier entfalteten sie erstmals ihr volles Potential“, erzählt er, „ich hatte nicht damit gerechnet, dass sie in der Stadt so produktiv sein würden“.

Als das Hobby zeitintensiver und er selbst immer anspruchsvoller wurde, beschloss der 43-Jährige seinen Job aufzugeben und Vollzeit-Imker zu werden. Klar war, dass es ihm nicht reichen würde, irgendwo im Stillen einen guten Honig zu produzieren. Um die Öffentlichkeit auf sich und die Stadtbienen aufmerksam zu machen, brauchte er einen mythischen Ort, einen magischen Namen, den man auch in New York oder Tokio erkennen würde. Er stellte sein Projekt im Grand Palais vor und bekam sofort die Erlaubnis, seine vier Bienenstöcke aufs Glas- und Stahl-Dach des monumentalen, 1900 errichteten Belle-Époque-Baus zu stellen.

Vorsichtig öffnet er einen davon und hebt eine Wabe hinaus. Hunderte von Bienen kleben daran, leicht benebelt durch den Rauch, den Nicolas Géant Sekunden vorher in ihren Bau geblasen hat. Der hellgelbe, flüssige Honig ist deutlich zu sehen. Er schmeckt, wie in Kinderträumen: süß, lieblich, zart und leicht blumig. „Die Bienen bringen eine ziemlich wilde Nektarmischung von ihren Touren zurück“, erzählt Nicolas Géant, „geschmacklich dominiert allerdings meistens das leichte Minze- und Zitronenaroma der Lindenblüten“.



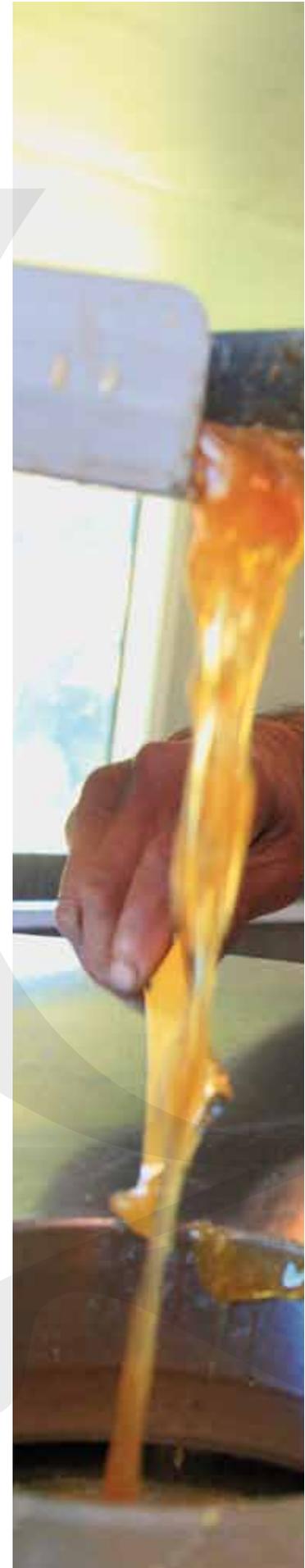
Honig von Louis Vuitton

Honig ist eben nicht gleich Honig. Nach Olivenöl, Mineralwasser, Salz und Schokolade scheint das aus Blüten-Nektar erzeugte Lebensmittel zum neuen Lifestyle-Produkt für Zeitgeist orientierte Gourmets zu werden – je extravaganter und teurer, desto besser.

Bei Dean & DeLuca, einem bei New Yorkern wie bei Touristen beliebten Delikatessenladen am Broadway, gibt es so gut wie alles, was Feinschmeckerherzen höher schlagen lässt: Beluga-Kaviar aus dem Kaspischen Meer, Weißwürste aus Bayern, Wagyu-Rinderfilets aus Japan, Olivenöl aus der Toskana, Ziegenkäse aus Frankreich. Ein manns-hohes Eisenregal ist mit Honiggläsern gefüllt. Unter den extravaganten Produkten wie Orangenblütenhonig aus Florida oder Wildbeehonig aus den Rocky Mountains steht ein auf den ersten Blick eher unscheinbar wirkendes Glas. „Rare Hawaiian Organic White Honey“ ist auf dem Etikett zu lesen, und 22 US-Dollar auf dem Preisschild. Das ist nicht wenig für 226,8 Gramm. „Stimmt“, gibt eine Verkäuferin zu, die gerade Nachschub bringt, „aber dies sind unsere letzten Gläser, wir bekommen erst im September neue, der Honig ist landesweit ausverkauft“.

Er stammt von der Kohala-Küste auf Big Island of Hawaii, und die ist alles andere als ein tropisches Paradies. Weniger als 250 Millimeter Regen pro Jahr machen den Boden ungeeignet für jede Form von Landwirtschaft. „Doch der Kiawe-Baum liebt es hier“, erzählt Richard Spiegel, Imker und Gründer der „Volcano Island Honey Company“, die den Honig produziert, „er bohrt seine Wurzeln durch Schlammschichten und Lavagestein bis zum Wasser hindurch und produziert drei- bis viermal jährlich ein strahlend gelbes Blütenmeer“. Spiegel, ein Alt-Hippie mit weißem Bart und hohen Idealen, besteht auf einer biologisch einwandfreien Prozedur: Per Hand werden Honigwaben von seinen 150 Bienenstöcken ausgewählt, weder Hitze noch chemische Hilfsmittel kommen bei der Verarbeitung zum Einsatz. Das Resultat ist ein geschmeidiger, wie Perlmutter schimmernder Honig, der nach exotischen Früchten duftet, und tropisch, frisch und ungewöhnlich schmeckt. Die amerikanische Zeitschrift „National Geographic Traveler Magazine“ nennt den „Rare Hawaiian Organic White Honey“ „... some of the best honey in the entire world“. Dafür geben Gourmets gerne ein paar Dollar mehr aus. Nicht nur in den USA.

Im „Honigshäuschen“ auf dem Münchner Viktualienmarkt wird der so seltene wie herb schmeckende und antibakteriell wirkende „Manuka“-Honig aus Neuseeland für 40 Euro pro 250-Gramm-Glas verkauft, und bei Harrods in London gibt es den angeblich teuersten Honig der Welt: „Life Mel Honig“, hergestellt in Israel aus den Blüten von Kräutern wie Siberian Ginseng, Echinacea und Uncaria Tomentosa. 120 Gramm kosten 42 Pfund – was Fans wie Sienna Miller oder Kylie Minogue nicht daran hindert, jeden Morgen ein paar Löffel davon zu essen. Schließlich geht es eher um Gesundheit als um Genuss.





In der Imkerei Whakaari Intl. in Wongaparaoa wird der Honig aus geschützter Förderung gewonnen. Um der Plünderung der Bienenstöcke und dem Felddiebstahl des begehrten „Manuka-Honigs“ vorzubeugen, kümmert sich die Organisation um artgerechte Ausbeutung.





Auch Louis Vuitton unterstützt die selbstlose Arbeit der Pariser Stadtbienen. Seit 2009 sind drei Bienenstöcke auf dem Dach der Firmenzentrale installiert. Die jährliche Ausbeute von ca. 75 Kilogramm Honig ist für Familie und Freunde reserviert, inspirierte das Unternehmen aber auch zur Frühjahrsdekoration der Schaufenster: „As Sweet as Honey“.

Arabische Ärzte halten den Honig für ein universelles Heilmittel, Frauen vertrauen auf die Fruchtbarkeit fördernde Wirkung, Männer auf seine aphrodisischen Eigenschaften.

Legenden umranken den „Sidr“-Honig aus Jemen, auch „Nectar of Allah“ genannt. Der Honig stammt aus dem abgelegenen Wadi Do'an-Tal in der Hadramaut-Hochebene, in der sich zur Blütezeit des heiligen Christusdorn („Sidr“) Tausende nomadisch lebender Imker niederlassen. Im ganzen 150 Kilometer langen Tal stehen dann unter den stacheligen Bäumen schlichte Stoffzelte und Bienenstöcke, die von einer Armee surrender Bienen umschwärmt werden. Die Imker hüten ihre Waben mit umgehängter Kalaschnikov, und wenn es auch keinen „Honig-Krieg“ gibt, so doch einen gnadenlosen Wettbewerb.

Verkauft wird der Honig zunächst auf den lokalen Märkten der Umgebung. Händler aus dem Oman, aus Bahrain, Katar und den Vereinigten Arabischen Emiraten eilen auf den Souk von El Qatan, einem staubigen Bergkaff, das als Honig-Hochburg der Region gilt. Sie prüfen die Farbe, Geschmeidigkeit und Reinheit des Honigs, tunken ihre Finger hinein und kosten den würzigen, leicht bitteren Geschmack. Dabei geht es nicht um den kulinarischen Genuss. Arabische Ärzte halten den Honig für ein universelles Heilmittel, Frauen vertrauen auf die Fruchtbarkeit fördernde Wirkung, Männer auf seine aphrodisischen Eigenschaften. Die Mischung aus Seltenheitswert und Aberglauben treibt den Preis in die Höhe: Ein Kilo „Nectar of Allah“ wird in Dubai zu Preisen von bis zu 200 US-Dollar gehandelt. Arabische Scheiche verfüttern ihn an ihre Rennkamele, wohlhabende Eltern beschenken ihre Kinder kurz vor der Hochzeit damit, sogar Nicolas Sarkozy bekam bei seinem Staatsbesuch von Jemens Präsidenten Ali Abdullah Saleh eine Flasche davon als Präsent überreicht. Ob er ihn je gegessen hat, ist fraglich. Denn der Elyssée-Palast wird u. a. von Fauchon beliefert, und auf dem Frühstückstisch des Präsidenten steht vermutlich ein Glas Honig aus Paris.

Informationen:

Jean Pauctons „Miel de l'Opéra de Paris“ gibt es im Shop der Opéra Garnier, Place de l'Opéra, Paris

www.operadeparis.fr, und bei Fauchon, 24-26 Place de la Madeleine, Paris, www.fauchon.fr

Nicolas Géants „Miel du Grand Palais“ gibt es im Shop des Grand Palais, 3 Avenue du Général-Eisenhower, Paris, www.grandpalais.fr

Den „Rare Hawaiian Organic White Honey“ kann man bestellen: www.volcanoislandhoney.com

Manuka Honig kann online bestellt werden: www.manuka-honig.org

Life Mel Honey gibt es bei Harrods, 87-135 Brompton Road, Knightsbridge, London, oder hier: www.lifemel.co.uk

Sidr Honig gibt es im Netz, www.worldsfoods.com oder www.yemensidrhoney.com

Honighaus, Viktualienmarkt 2, München

Dean & DeLuca, 560 Broadway, New York, www.deandeluca.com

Fotografien aus dem Buch „Cueilleurs de miel“ von Eric Tourneret www.thehoneygatherers.com, thebeephotographer.photoshelter.com





Kann
denn
süße
Sünde
sein?

Kunstwerke aus Zucker



P

Peggy Porschen, die sich selbst Tortendesignerin nennt, ist der neue Star am „Kuchenhimmel“. Hunderte hauchzarter weisser Zuckerblüten, entzückend filigrane Marzipanschmetterlinge, spriessen und flattern auf rosaroter Tortenglasur! Peggy Porschen beliefert die Reichen & Schönen, kreierte Stella McCartneys Hochzeitstorte und Stars wie Elton John, Madonna oder die Royals, lassen sich ihre Feste von der 32jährigen versüßen.
von Esther Hofmann / Fotos Heiko Prigge



Jetzt eröffnete die Zuckerbäckerin im Londoner Edlerviertel Chelsea ihren ersten Peggy-Porsche-Tortenshop & Cafe. Rosagelackt mit Puppenstubenfeeling - hier scheint alles zum Anbeißen. Das Interieur, ebenso wie die berühmten Cupcakes in allen erdenklichen Pastellfarben und den legendären Fridgecakes - in Deutschland als kalter Hund bekannt, zu dessen süßen Fans auch

Prinz William gehört, - verzaubern alle Besucher. Peggy backt sich und andere glücklich. Das verschafft der ehemaligen Stewardess das Upgrading in die Highsociety weltweit. Geschmeichelt bleibt die Zuckerbäckerin aus Leidenschaft aber lieber auf ihrem rosa Teppich und arbeitet unermüdlich an ihrer Marke, hisst immer neue Peggy-Porschen-Flaggen. Neben einer Koch- und Backakademie

gegenüber des Porsch'schen Tortenparadieses, eröffnete sie auch einen Brautshop und schreibt nach bereits mehreren veröffentlichten Büchern an einem neuen Buch. Quality wollte hinter die Kuchenfassade gucken und traf den zurückhaltenden Backstar zu einem Gespräch über ihr Leben und ihre Lust und Liebe zu den Dingen, die den süßen Motor der Peggy Porschen antreiben.

Die Ebury Street in Chelsea birgt ein wahres Schmuckstück: Peggy Porschens Torten-Manufaktur & Café



„ ... aber noch fühlt sich das Unternehmen wie mein Baby an, das ich beschützen möchte ...“



Foto © Peggy Porschen, London



Wieso sind sie nach England gegangen, um Ihren Traum zu erfüllen?

Nach meinem Job als Stewardess wollte ich mich in Deutschland zur Konditorin ausbilden lassen, das hätte drei Jahre gedauert. In der Londoner „Cordon Bleu“-Academy dagegen, hält man das Diplom bereits nach einem Jahr in den Händen und die Ausbildung dort ist intensiver.

Wann haben sie ihre Lust an Torten entdeckt?

Als Kind habe ich mich am meisten über meine Geburtstagscake gefreut. Ich war sehr leidenschaftlich, was den Geschmack von Marzipan und Buttercreme betrifft und das Aussehen hatte mich immer sehr beeindruckt!

Der erste eigene Backversuch?

Ich war 14 Jahre alt und das erste Mal verliebt. Für meinen damaligen Freund habe ich ein Valentinstag-Herz gebacken. Später für Stewardesskollegen. Schließlich fragte mich eine Kollegin, ob ich ihre Hochzeitstorte backen würde. Ab da merkte ich, dass Backen meine Berufung sein muss.

Mittlerweile erhalten sie Bestellungen aus der ganzen Welt ...

Ich versuche zu vermeiden, meine Kuchen über lange Strecken zu transportieren. Allerdings wurden gerade Torten mit dem LKW nach Marbella und Venedig, andere per Privatjet nach Abu Dhabi und in die Toscana.



Foto © Peggy Porschen, London

Ihre Torten sind traumhaft und die Vorstellung des Zerschneidens tut weh!

Glücklicherweise sehe ich selten den Teil, wo sie zerschnitten werden! Nur manchmal auf Fotos, die mir begeisterte Brautpaare schicken.

Was war ihr bisher schwierigstes Tortenwerk, die größte Herausforderung?

Ich sollte für Elton Johns „White Tie & Tiara Ball“ 550 handgefertigte Fabergé-Eier aus Schokolade fertigen. Ich habe dazu mehr als 1400 Teile Schokolade verarbeitet, während gleichzeitig Hitzewelle herrschte. Dann erinnere ich mich noch an eine geheime Hochzeit, die als Weihnachtsfeier getarnt war. Die Riesentorte sollte wie ein grosse Geschenkpackung aussehen, beim „öffnen“ war darin noch die Hochzeitstorte versteckt.

Gibt es auch Nicht-Machbares in der Patisserie?

Sicherlich, aber ich versuche meine Grenzen immer auszuloten. Dazu benutze ich Dummys, um auszuprobieren, ob man eine bisher unmögliche Struktur vielleicht doch hinbekommt.

Wieviel backen sie wöchentlich?

1500 Cupcakes, 50 Torten und sechs bis zwölf Hochzeitstorten.

Sie sind sehr erfolgreich, gab es schon Angebote zu expandieren?

Ja, es gab viele Anfragen, die darauf abzielten, mein Unternehmen zu einer internationalen Größe zu machen und Filialen in anderen Ländern zu eröffnen. Natürlich würde ich das gerne tun, aber noch fühlt sich das Unternehmen wie mein Baby an, das ich beschützen möchte. Ich bin sehr wachsam, was die Marke angeht und die Richtung, die sie nimmt. Wir haben gerade erst in London eröffnet und ich möchte das Tagesgeschäft erst einmal perfektionieren, bevor ich expandiere. Meine Arbeit liegt mir sehr am Herzen und ist eine sehr persönliche Angelegenheit. Ich möchte mich immer einbringen, so dass ich im Moment noch nicht möchte, dass wir den nächsten Wachstumsschritt machen.

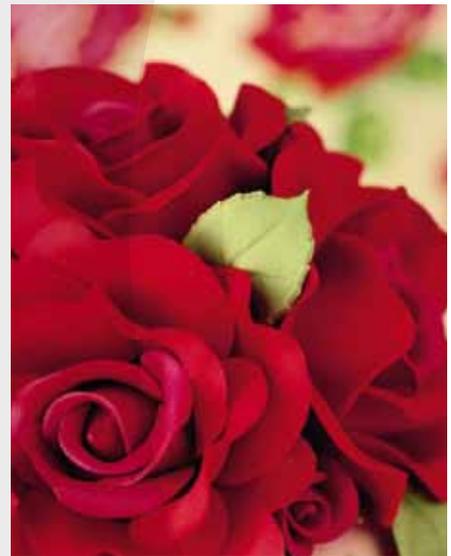


Foto © Peggy Porschen, London

Tauschen sie sich mit der Konkurrenz aus?

Ich bin in Kontakt mit Bonnie Gordon aus Kanada, Elisa Strauss aus New York und Roxanne Floquet aus Cape Town. Mit Roxanne habe ich gemeinsam an der Academy gelernt, wir sind sehr eng miteinander befreundet. Sie hat auch meine Hochzeitstorte gebacken. Ich bin sicher, sie wird in Zukunft ein großer Star in der Backszene und ich würde gerne etwas mit ihr gemeinsam machen!



Jeder Griff muss sitzen: Frau Porschen gibt punktgenaue Anweisungen



Sie sind verheiratet?

Seit drei Jahren mit Bryn, einem früheren Chefkoch, der jetzt mein Geschäftspartner ist. Ich will auch unbedingt Kinder haben. Ich würde sie in allem unterstützen, was sie machen wollen, wie meine Eltern es auch bei mir gemacht haben. Ich bin mir sicher, es wird etwas Kreatives sein. Das liegt bei uns in den Genen.

Woher kommt ihr Faible für die Farbe

Rosa?

Als Kind mochte ich rosa komischerweise gar nicht besonders, war immer in rot und blau angezogen. Rosa habe ich erst für mich entdeckt, als ich damit begann, Torten professionell herzustellen. Diese Farbe passt perfekt zur Marke - sie ist weiblich, sehr modisch und gleichzeitig süß und zierlich.

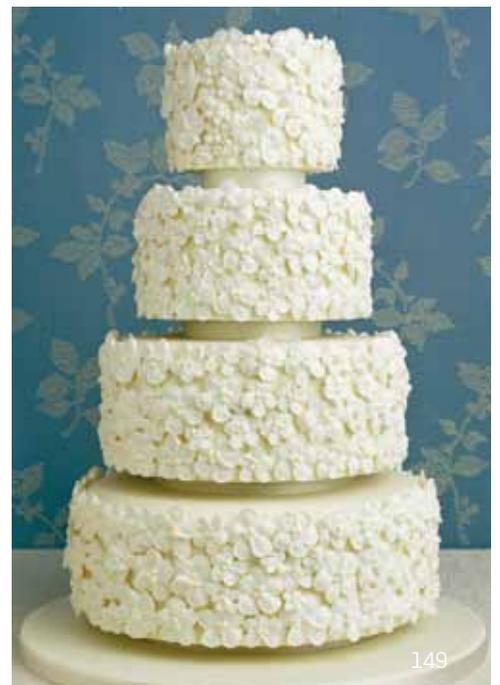
Was ist farblich für Sie ein No-Go?

Die Kombination Orange-Grün geht gar nicht!

Wie stellen wir uns Peggy Porschen vor?

Was berührt sie, wie lebt sie, was liebt sie?

Ich bin ein echtes Achtziger-Jahre-Mädchen. Ich liebe Filme aus dieser Zeit und bin mit Nena und Depeche Mode aufgewachsen. Heute mag ich Adele. Ich sammle alte Teetasen und Tortenständer und ich lese viele Interior Design Magazine. Meine Eltern kommen beide aus einem handwerklichen Hintergrund,



meine Mutter war Floristin und mein Vater arbeitet kreativ mit Glas. Ich habe gerne aufwändig gefertigte Dinge bei mir zu hause. Ich liebe Tiere, die Natur und ich glaube ganz fest an Horoskope!

Ihre Liebling-Dekomotive?

Zweifelsfrei Zuckerblumen. Rührt wahrscheinlich daher, dass meine Mutter und Großmutter Floristinnen waren.

Wodurch lassen sie sich in ihrer Arbeit inspirieren?

Gerne durch Filme, weil sie oft einen Trend freisetzen, wie z.B. „Marie Antoinette“ oder „Der große Gatsby“ - plötzlich sind dann wieder die 20er und 30er Jahre hip! Ausserdem bin ich ein grosser Fan von grafischen Mustern. Ebenso inspiriert mich London als Stadt und ich beherzige den Satz meines Lehrers: „Halte nicht an Traditionen fest“!

Wie weit geht Ihr Servicegedanke?

Es gibt immer die besondere persönliche Note. Ich lerne ab einem gewissen Zeitpunkt in der Planung die Braut immer persönlich

kennen. Wir bieten ja nicht nur Cakes an, es ist eine Beratung, ein Design-Prozess. Ich weiss wie wichtig der Tag für sie ist und wir tun alles, um sie glücklich zu machen. Wir liefern eben nicht nur die Torte, sondern sorgen uns auch um den Aufbau - ich bin selbst dabei, wann immer dies möglich ist. Wir empfehlen den Brautleuten auch die besten Planer, damit alles perfekt abläuft. Wir selbst bieten eine breite Palette an Geschmacksrichtungen und Formen an, zur Inspiration - wir möchten, dass die Brautleute genau das bekommen, was sie sich wünschen. Gerade die Torte ist das Herzstück der Feier. Wir haben ein Team aus zahlreichen Meistern aus aller Welt zusammengestellt, jeder mit einzigartigem Talent und Ideen. Unser Arbeitsethos ist: Wir machen Dinge perfekt, oder wir fangen sie gar nicht erst an.

Können Sie auch so gut kochen wie sie backen?

Ja, habe beides gelernt. Meine Spezialitäten sind Salate mit Fleisch oder Fisch und meine Paste mit wilden Pilzen und Bacon in einer cremigen Weisswein- Trüffelölsauce.





Ist Ihr Name eigentlich ein Künstlername?
Ich heiße wirklich so. Aber meine Eltern haben mich bewusst so genannt, weil sie wollten, dass ich Künstlerin werde. Hat ja geklappt!

Verschicken sie regelmässig Peggy-Porschen-Leckereien nach Hause, in die Heimat?

Das sollte ich leider öfter tun, habe aber kaum Zeit. Zum 60. Geburtstag meines Vaters habe ich eine riesige Torte gemacht und werde jetzt auch die Hochzeitstorte für meinen Bruder machen, der im August heiratet.

Wird es einen Peggy Porschen-Tortenshop in Deutschland geben?

Kann ich mir gür vorstellen, irgendwann sicher!

Frau Porschen, wir danken Ihnen für das Gespräch.





Fields of Gold



Ein Morgen im Mekong-Delta, Vietnam, im Frühjahr 2010.
Tropisches Flimmern liegt über der Lebensader Südostasiens,
die aus zahlreichen Quellen in der Hochebene Tibets
entspringt. Inmitten dieser mythischen Landschaft, die seit
Urzeiten vom Fluss, seinen Hochwassertiden und dem steten
Wechsel des Monsuns geprägt ist, wandert ein junger Mann
am Ufer entlang: Stefan Fak.

von Daniel Khafif / Fotos von Stefan Küchenmeister



N

nach Jahren intensiver und verantwortungsvoller Tätigkeit im Tourismus-Management beschloss der studierte Ökonom, seinem Leben eine neue Bedeutung zu geben und brach im wahrsten Sinne des Wortes zu neuen Ufern auf. Stefan Fak reiste nach Südostasien, um sich Raum für klare Gedanken zu schaffen: „Im Mekong-Delta glitt mein Blick über die grenzenlosen Reisfelder und schließlich öffnete sich mein Herz. Ich begriff plötzlich den reichen, Leben spendenden Wert dieser Pflanze. So bedeutend - und in Europa doch unterschätzt.“ Bald begegnete Stefan Fak einer Vietnamesin, die ihm ein leuchtend grünes, schimmerndes Reisfeld zeigte. Der Anblick beeindruckte ihn, mehr aber noch der Stolz dieser Frau und die Liebe, die sie ihrer schweren Arbeit auf dem Reisfeld schenkte. „Ähnliche Situationen erlebte ich im Verlauf meiner Reise häufiger.“, erzählt Fak. „Menschen, die mir Geschichten um die Reisepflanze schilderten, die für mich kochten und mir so ihre Geheimnisse rund um den Reis preisgaben.“ Diese Erfahrungen weckten sein Interesse, mehr über Herkunft, Anbau und Kultivierung von Reis kennenzulernen. Bald erwuchs daraus eine regelrechte Leidenschaft, die Stefan Fak heute zu einem Reisesperten machen, der Köchen, Gastronomen und Produzenten beratend zur Seite steht. Für seine Berufung kreierte er einen neuen Namen: Risolier.

Mit der Leidenschaft, dieses Wissen vermitteln zu wollen, entstand die Idee zu seinem Unternehmen Lotao. „Es entstand aus dem Wunsch, die Suche, Zubereitung und Verkostung vergessener Reissorten zu einem ganzheitlichen Gesamtkonzept zu verbinden.“, erklärt Stefan Fak. Nach langen Entdeckungsfahrten durch Südostasien kehrte er inspiriert und motiviert in seine Wahlheimat Berlin zurück.



„Reis ist so vielfältig und reichhaltig, dass man Reis auch ohne Reis verwenden kann.“

Der Reisanbau in Südostasien steht für wirtschaftliche Notwendigkeit und kulturellen Mythos.

土
earth

風
wind

水
water

空
void

Hier setzte er die zuvor gereiften Visionen einer Marke für hochwertige Reissorten in kürzester Zeit um: Er wählte aus den vielen Arten zunächst einige wenige aus, deren Anbaugelände und Produzenten er persönlich kennt und entwickelte im Verbund mit seinen Partnern das Markenportfolio, Design und Vertriebskonzept. Bald darauf erweiterte Fak seine Produktpalette um Essenzen und Öle aus dem Getreide - auch bei dieser Auswahl legt der Risolier Wert auf Singularität und Qualität. „Weniger Masse, vielmehr Klasse, ist bei der Produktauswahl das Leitmotiv, wie es auch bei der Zubereitung eines guten Essens sein sollte.“, so Fak. Um mir dies anschaulich zu demonstrieren, lud er mich in seine Berliner Wohnung ein. Charmant, eloquent und neugierig bezeugte Fak flugs eine weitere Eigenschaft - perfekte Gastfreundschaft. „Ich liebe es, Freunde zu bewirten und neue Rezepte zu kreieren.“, schwärmt er im Wiener Dialekt. Was hat den Genussmenschen in die deutsche Hauptstadt verschlagen? „Anfangs war ich



beruflich nach Berlin gekommen, aber bald hat mich diese quirlige Dynamik der Stadt mitgerissen, besonders diese Lust am Experimentieren: Der kreative Output Berlins ist immens, das liegt auch an der besonderen Infrastruktur, den räumlichen Produktionsbedingungen und nicht zuletzt den unterschiedlichsten Menschen, die man hier trifft. Und mein Unternehmen kann auch nur innerhalb eines solchen vielseitigen Netzwerks funktionieren. Es ist die Summe aller Teile, die Berlin so einzigartig macht.“ Bei einem Glas Veltliner wird Fak konkreter: „Risolier zu sein ist eher Aufgabe als bloße Bezeichnung: Nicht nur der Reis rückt ins Zentrum, auch seine Derivate wie das energiereiche Öl finden besondere Beachtung. Und mit jeder neuen Entdeckung kommen neue Fragen: Zu welchem Reis verwende ich welches Öl? Wie gestalte ich das Essen auch optisch neu? Welcher Wein passt zu welchem Reis? Zu unserer Sorte ‚Sparkling Volcano‘ passt beispielsweise Champagner ganz ausgezeichnet.

D

er „Wizard of Laos“ dagegen harmoniert eher mit Reisbier oder einem leichten Weißwein; ‚Royal Pearl‘, der schwarze Reis der Mächtigen, kann auch einen schweren Roten gut vertragen. Wie erfinde ich den Geschmack immer wieder neu, ist hier die tragende Frage? Ich experimentiere gern, etwa mit einem Menü, bei dem man keine Reiskörner auf dem Teller findet. Nach dem Dessert fragten mich meine verblüfften Gäste, wann denn nun endlich der Reis käme. Sie haben dann erfahren, dass alle Speisen mit Reiselixieren zubereitet werden. Dieses Produkt ist so vielfältig und reichhaltig, dass man Reis eben auch servieren kann, ohne ihn zu sehen.“, schwärmt er. „Und dann der Moment, wenn die Gäste mit all ihren Sinnen eintauchen, ihre kurze Unruhe, die Überraschung, die sich letztlich in Genuss verwandelt!“ Muss ein guter Gastgeber auch ein guter Koch sein? Fak winkt lächelnd ab: „Es ist ein großer Unterschied, nur für seine Freunde oder für ein Restaurant zu kochen. Aber ich bin in regem Austausch mit Köchen der gehobenen Gastronomie. Ganz produktbezogen erkunden wir, zu welchen Menüs welche Reissorte passt, wie der Koch den Reis nutzt oder neue Sorten ausprobiert.“

Fak setzt den Reis aber nicht nur in einen kulinarischen, sondern auch in einen kulturellen Kontext: „In den meisten europäischen Ländern, ausgenommen Italien und Spanien mit ihren Risotti und Paellas, fand der Reis seit seiner Einführung durch Marco Polo eher als Sättigungsbeilage den



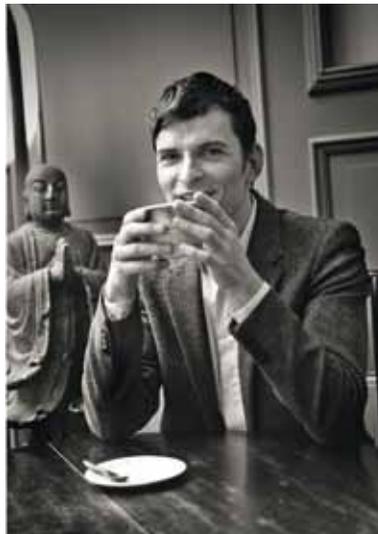


Lotao entstand aus dem Wunsch, die Suche, Zubereitung und Verkostung vergessener Reissorten zu einem ganzheitlichen Gesamtkonzept zu verbinden

Weg auf die Teller. Fast ein Frevel, den der Reis bedeutet in Südostasien die materielle Manifestation sakraler Schöpfung. Dem Getreide wohnt eine weibliche Seele inne. Die Reismutter ist aus der Pflanze geboren, wird schwanger, wenn sie blüht und gebiert schließlich neuen Reis.“ Diesen fast esoterischen Mythos erläutert Fak mit Hingabe, leistet aber gleichzeitig pragmatische Pionierleistung an der Küchenfront. Dank seiner Kenntnisse rufen immer mehr Köche, Gastronomen und Feinkosthändler bei ihm an, um mehr über Reis, Sorten, Derivate und Zubereitungsarten zu erfahren. Gerade ein Jahr ist Faks Asisenreise her und heute finden sich seine Produkte bei ausgewählten Feinkostanbietern wieder: Käfer, KaDeWe, Galeries Lafayette haben Lotao bereits im Sortiment. Für Fak eine

logische Konsequenz: „Lotao bietet Reis als kulinarische Spezialität in einem hochpreisigen Segment an. Die Marke steht für Herkunft, Ernte und Anbau der Reisfrucht und, soweit es möglich ist, für den Fair-Trade-Gedanken. Wir bemühen uns, unsere Bauern, Produzenten und Lieferanten in den Herstellungs- und Vertriebsprozess mit größtmöglicher wirtschaftlicher und sozial gerechter Partizipation einzubeziehen und legen Wert auf nachhaltigen, umweltgerechten Anbau und den Schutz der Herkunftsregionen. Das hat seinen Preis, kommt aber dem Genuss und der Umwelt zu Gute.“

Dieser zukunftsweisenden Philosophie liegt die Beschränkung auf eine kleine, aber feine Produktpalette zugrunde, die der chinesischen Fünf-Elemente-Lehre folgt und damit sehr unterschiedliche Charakteristika der Anbauländer Laos, Indonesien, China und Vietnam anbietet. Beim Tee kennt man dieses Prinzip mittlerweile, warum nicht bald auch beim Reis?



Stefan Fak



Perlhuhn, Puszta, Partisanen

Das Konzept des Gourmet-Dinners in privater Wohnzimmeratmosphäre erfreut sich immer größerer Beliebtheit. Sei es in Städten wie London, Berlin oder New York – überall blüht die „Underground Haute Cuisine“ und begeistert die Gäste mit luxuriösen Menüs in unkonventioneller Atmosphäre. Auch Ungarns Hauptstadt Budapest ist seit nunmehr einem Jahr mit dem „Partizan-Diner“ im gastronomischen Untergrund vertreten.



Robert Csuri, Gastgeber des „Partizan-Diner“, ist 39 Jahre alt und gehört zur jungen Elite Budapests, die ihren kulinarischen Horizont erweitern und verändern möchte. In einem typischen Budapester Stadtpalais der Jahrhundertwende auf der Ondraschi, vergleichbar mit der Champs Elysée in Paris, lebte bis vor einem Jahr seine Großmutter auf 80 Quadratmetern in wunderschönen Räumen, die nur durch ein unrenoviertes Umfeld zu erreichen sind. Robert Csuri liebt die Kontraste und den Überraschungsmoment, wenn seine Gäste sein Kleinod vergangener Epochen zum ersten Mal betreten. Csuri stattet die Räumlichkeiten mit hochwertigen, antiken Möbeln und Kunstwerken aus: Echte Kristalllüster, französisches und ungarisches Artdeco von Lajos Cozma und moderne Kunst gehen hier eine spannungsreiche Liaison ein. Wertvolles Herend-Porzellan und echtes Tafelsilber aus der

eigenen Sammlung treffen auf Papierservietten von IKEA und bilden so einen ganz eigenen Rahmen für das Gourmetmenü der Spitzenklasse. Empfangen werden die Gäste im bordeauxroten Salon, der oft mit Life-Musik bespielt wird. Die „Partisanen“ laden persönlich ein und oftmals sind binnen kürzester Zeit alle Plätze besetzt.

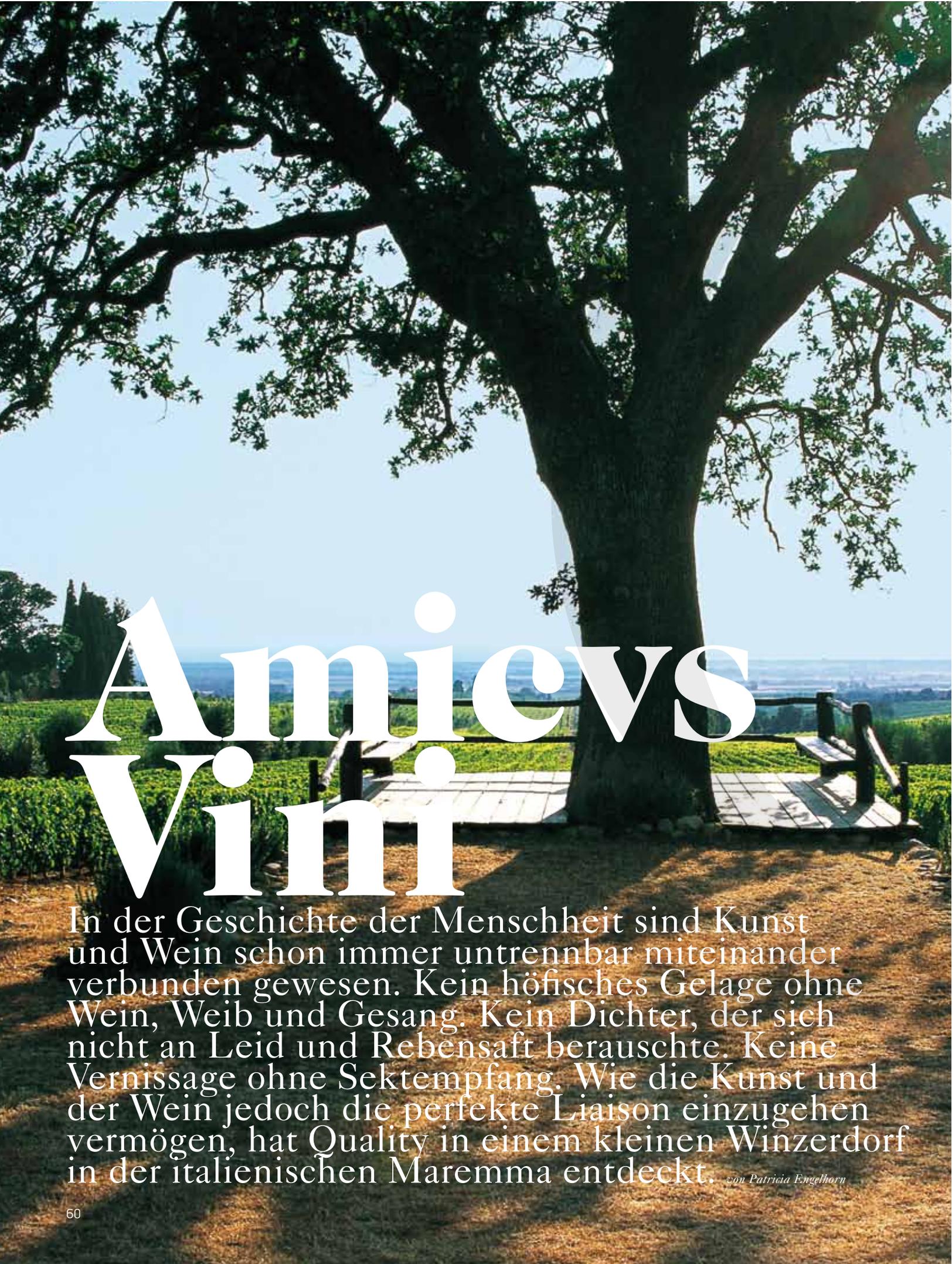
Das Kochen, und viel mehr noch das Essen und Genießen sind Robert Csuris Leidenschaft. Bis zu seinem 19. Lebensjahr wuchs er auf dem Gut seiner Eltern auf, gekocht wurde mit allerbesten, regionalen Produkten im großen familiären Kreis. Mit 20 ging Robert zum Wirtschaftsstudium nach Hamburg. Er erinnert sich noch heute daran, wie sehr ihn, den Jungen vom Land, der Geschmack seines ersten deutschen Brathähnchens erschrocken hat. Robert Csuri kauft sein Obst und Gemüse immer nur frisch auf dem Bio-Markt, das Fleisch bezieht er aus Österreich, da dort die Qualität



besser sei als in Ungarn. Spezielle Produkte lässt er sich, wie andere Spitzenrestaurants auch, aus der ganzen Welt anliefern. Seine Liebe zur Gourmetküche entdeckte er bereits während seines Studiums in Deutschland und entwickelte daraus sein eigenes Gastronomie-Konzept.

Oft sind es 1- oder 2-Sterne-Köche, die beim „Partizan-Diner“ kochen, und das unter besonderen Bedingungen: Oftmals schauen die Gäste plaudernd in die offene Küche hinein, und nicht selten wird dem Sternekoch eine Budapester „Oma“ zur Seite gestellt, die für die ländlichen, landestypischen Impulse sorgt. Seine Gastköche, die er aus großen Häusern in Budapest rekrutiert oder im Nachbarland Österreich anfragt, sind begeistert von Csuris Koch-Events. Christophe Deparday aus dem französischen Metz, Sous Chef des bekannten Restaurant „Paris Budapest“ im Sofitel, einem Luxushotel in bester Lage, ist festes Mitglied der „Partizan“-Crew. Ebenso berühmt wie die Köche sind viele seiner Gäste. Für Robert jedoch ist jeder Gast gleich, er möchte allen ein perfekter Gastgeber sein. Ihm gelingt, was nur wenige vermögen – der Spagat, die Atmosphäre einer Privatparty mit höchster Professionalität an Service und einer erstklassigen Küche zu vereinen.

www.partizandiner.com



Amievs Vini

In der Geschichte der Menschheit sind Kunst und Wein schon immer untrennbar miteinander verbunden gewesen. Kein höfisches Gelage ohne Wein, Weib und Gesang. Kein Dichter, der sich nicht an Leid und Rebensaft berauschte. Keine Vernissage ohne Sektempfang. Wie die Kunst und der Wein jedoch die perfekte Liaison einzugehen vermögen, hat Quality in einem kleinen Winzerdorf in der italienischen Maremma entdeckt. *von Patricia Engelhorn*



In Bolgheri sagt man, die deutsche Künstlerin bringe Unwetter mit sich. Als Rebecca Horn Anfang des Jahres erstmals im postkartenhübschen Winzer-Kaff in der Maremma erschien, lagen die Häuser und die umliegenden Weinberge unter einer feinen Schneeschicht. Dabei schneit es in dieser Gegend so gut wie nie. Die südliche Lage und das nahe Mittelmeer sorgen für milde Winter und trockene, heiße Sommer. Ein Klima, das nicht nur Urlaubern gefällt. An der toskanischen Küste hat sich das Who is who der einheimischen Winzer-Elite versammelt. Ob Sassicaia, Gaja, Ornellaia – keiner der „super toscans“ fehlt, und die hier produzierten Rotweine sind eine Klasse für sich.

Sie sei eigentlich eine Weißwein-Trinkerin, sagt Rebecca Horn. Dabei steht sie zwischen gut 500 französischen Barrique-Fässern im Weinkeller der „Tenuta dell’Ornellaia“. Das Weingut wurde 1981 gegründet und steht heute im Besitz der „Tenute di Toscana“. In nur 20 Jahren ist es mit seinem „Bolgheri Superiore DOC“ zu Weltruhm gekommen. Der Rotwein – eine Selektion aus Cabernet Sauvignon, Merlot, Cabernet Franc und Petit Verdot – wurde mit Auszeichnungen überhäuft, um die nur 140.000 jährlich produzierten Flaschen streiten sich u. a. Sharon Stone, George Clooney und Claudia Schiffer.

A

uch Rebecca Horn ist begeistert: „Dieser Rotwein ist fantastisch“. Hätte er ihr nicht geschmeckt, dann wäre vermutlich aus dem Kunstprojekt nichts geworden und Bolgheri wären weitere Winterstürme erspart geblieben. So aber steht jetzt ihre Installation im Weinkeller: ein mannshohes, mehrarmiges, bewegliches Kupfer-Objekt mit Spiegeln, die sanfte Lichtspiele an die Kellerdecke zaubern, und gläsernen Weinkelchen, die sich langsam heben und senken.

Ein Kunstwerk von Rebecca Horn im Keller zu haben, ist nicht jedermann vergönnt. Die deutsche Künstlerin war 28, als sie 1972 an der „documenta“ teilnahm. Damals trug sie Stoffprothesen am Körper, die wie Tentakeln auf und ab wippten und ihr Konzept der bewegten Skulptur präsentierten. Ihre Werke wurden in Einzelausstellungen im Guggenheim Museum in New York, in der Berliner Nationalgalerie und in der Tate Gallery in London gezeigt. Unter anderem. Sie gehört nicht zu den Künstlern, die Aufträge annehmen. Schon gar nicht von Unternehmen. Und doch konnten die Italiener sie überzeugen.

„Ich kam hierher, und es gab eine Weinprobe, den ganze Abend lang“, erzählt sie. „Draußen stürmte es, und ich hatte ganz viele Gläser vor mir und dann sprachen wir über den Namen, den wir dem neuen Jahrgang und meinem Werk geben wollten. Alles entstand an diesem Abend und schließlich habe ich zugesagt“. Axel Heinz, der deutsche Önologe von Ornellaia, hatte



„Forza“ (Kraft) als Titel für den 2008-Jahrgang im Sinn. Rebecca Horn war das zu hart und zu männlich. „Energia“ (Energie) gefiel ihr besser. Es ist ein Begriff, der zu ihrer Arbeit passt und auch zu ihrer Person. „Energie hat viel mit dem zu tun, was ich hier gemacht habe“, sagt sie. „Es geht um Licht und Bewegung, um einen alchemischen Prozess, der die Dinge verwandelt und Energie entstehen lässt. So ähnlich wie beim Wein. Jetzt befindet sich meine Arbeit in einem Raum, in dem auch Wein entsteht. In beiden Fällen ist Veränderung im Spiel, das gefällt mir“. Die Arbeit bleibt dort, mehrere Meter unter der Erde, im schummerigen Weinkeller-Licht. Sie wird sich bewegen, ganz langsam, fast unmerklich, und so den Prozess in den Fässern begleiten, die Entwicklung des „Energie“-Jahrgangs und die aller noch namenlosen Weine, die folgen werden.

Es ist der dritte Ornellaia-Jahrgang, der künstlerisch interpretiert wird. Das Projekt heißt „Vendemmia d’Artista“ und dahinter steht die Idee, die Essenz eines Weines,





Ein Kunstwerk von
Rebecca Horn im Keller
zu habe, ist nicht
jedermann vergönnt.



Mit größter Akribie werden die edlen
Trauben für den Ornellaia handverlesen.



links:
Rebecca Horn entwickelte extra
für die Flaschen des Ornellaia ein
eigenes „Etikett“
unten:
Kunstwerke älterer „Jahrgänge“:



den Charakter seines Jahrgangs und die Eigenschaften seines Geschmacks durch ein Kunstwerk zum Ausdruck zu bringen und zu erhalten. Irgendwie scheinen sich die Nachfahren der Medicis nicht ganz von der glanzvollen Renaissance-Zeit verabschieden zu wollen, als Auftragskunst Gang und Gabe war, und als wohlhabende Mäzene auserwählte Künstler für sich arbeiten ließen. An Rebecca Horn hätten sie wenig Spaß gehabt. Man muss sie nur ansehen, um zu wissen, dass sie grundsätzlich nicht das macht, was von ihr erwartet wird. Eine Weinreklame? Ein Etikett gestalten? Ausgeschlossen. Es gibt einen feinen Unterschied, und darauf legt sie Wert. Denn sie hat Etiketten gestaltet. „Das, was in diesem Keller passiert, ist noch mal auf den Flaschen zu sehen“, sagt sie. Die Reihenfolge zählt: Das Projekt kam zuerst, die Etiketten sind ein Nebenprodukt davon.

Sie wirken wie eine zweidimensionale Miniatur der Skulptur, wie ein skizzierter Ausschnitt des Ganzen. Es sind Metalltrichter darauf zu sehen, stilisierte Kelche, die auf langen, gewundenen Stielen balancieren. Die Etiketten zieren eine limitierte Auflage von 100 Doppelmagnums (drei Liter), zehn Imperial-Flaschen (sechs Liter) und einer Salmanazar (neun Liter), wovon 14 Werke am 19. Mai in der Neuen Nationalgalerie in Berlin versteigert werden. Der Erlös geht an den Verein „Freunde der Nationalgalerie“, der sich um die Förde-

rung von Ausstellungen bei nicht vorhandenem staatlichem Etat kümmert. Im vergangenen Jahr wurden die von der gebürtigen Ägypterin Ghada Amer gestalteten Flaschen in New Yorks Whitney Museum versteigert. Für die Neun-Liter-Flasche legte der italienische Aristokrat und Weinkenner Gelasio Gaetani d’Aragona Lovatelli 45.000 US-Dollar auf den Tisch, die zusammen mit dem restlichen Erlös der museumseigenen Stiftung übergeben wurden, die damit die Kunstwerke des „Whitney’s Conservation Department“ restauriert.

„So bleibt irgendwie alles im Kunstbetrieb“, sagt Rebecca Horn. Sie selber gehört seit ihrer Jugend dazu. Um es kurz zu machen: Rebecca Horn wird 1944 als Tochter eines Kaufmanns und Textildesigners im hessischen Michelstadt geboren. 1964 beginnt sie ihr Studium an der Hochschule für Bildende Künste in Hamburg. Seit den frühen siebziger Jahren arbeitet sie an einem beständig wachsenden Werk aus Performances, Filmen, Raum-Installationen, Zeichnungen und Fotoübermalungen.



Die Weine aus Maremma, einer einzigartigen Landschaft zwischen dem Golf von Follonica, den Flussläufen der Bruna und der Lagune von Orbetello, werden immer beliebter.



Der Weinmacher der
Tenuta dell'Ornellaia,
Axel Heinz

Musik ist dazu gekommen. Sie entstand sozusagen aus den Tönen, die die bewegten Skulpturen produzieren und aus der Begegnung mit einem Komponisten, der diese leichten, merkwürdigen Geräusche einfangen konnte.

Rebecca Horn lebt und arbeitet im Odenwald. Nach langen Jahren des Herumzigeunerns zwischen New York, Berlin, Paris und der Toskana hat sie sich in der Textilfabrik ihrer Eltern ein Atelier eingerichtet, in dem sie mit ihrem Zwei-Mann-Team arbeitet. Sie hat auch ein Atelier in Berlin und ist häufig dort: „In Berlin leben viele Menschen, die ich immer gerne wieder sehe und mit denen ich Dinge entwickeln kann.“ Ihr Privatleben findet in Paris statt, aber darüber spricht sie nicht. „Es macht alles komplizierter“, sagt sie nur. Denn schließlich ist sie schon so ständig unterwegs, Bewegung scheint in vieler Hinsicht ihr Ding zu sein.

Sie reist, um ihre Ausstellungen in Tokio, Rio und Sao Paolo vorzubereiten und um ihre Kunst vor Ort zu inszenieren. Sie reist privat und sie reist auch immer gerne wieder ab. „Man geht gerne, wenn etwas beendet ist“, sagt sie, „man hat dann wieder Freiheit für ein neues Projekt. Man braucht diesen frischen Wind, die Veränderungen, um nicht zu stagnieren. So entsteht Energie und die brauche ich, um etwas Neues zu schaffen.“

Die Unverwechselbarkeit dieser Bildwelt besteht in der höchst präzisen Funktionalität, mit der sie ihre Skulpturen und deren Bewegungsabläufe in Szene setzt. Dabei wird ihr Werk von einer konsequenten Logik zusammengehalten: Jede neue Arbeit scheint sich aus der vorherigen zu entwickeln, oft werden Elemente mehrfach aufgegriffen, die sich aber in verschiedenen Kontexten völlig anders präsentieren.

Die Kupfer-Kelche, die sich zwischen den Barrique-Fässern von Ornellaia auf den darin enthaltenen Wein zu beziehen scheinen, sind schon früher in ihrem Werk aufgetaucht, mehrfach sogar. „Jedes Werk“, sagt sie „ist wie ein Baby, das geboren wird und sich abnabelt und in eine neue Umgebung hineinkommt. Und dann in einen Dialog mit seinem Umfeld tritt, in diesem Fall mit dem wunderbaren Wein, mit dem Gebäude und mit den Menschen hier.“ Eine Arbeit hat zur nächsten geführt, die eine hat die andere weiter erzählt. Es ist ein Geflecht von Ideen, das sich weiterentwickelt. „Ich möchte nicht abschließen“, erklärt Rebecca Horn, „jetzt habe ich gerade einen Film gemacht, was kommt als nächstes?“. Die

Jetzt, wo ihr Kunstwerk im Keller vollendet ist und genauso aussieht, wie sie es sich vorgestellt hat, kann sie sich trennen. Es fällt ihr leicht, sich umzudrehen und sich anderen Dingen zuzuwenden: „Wir können essen gehen“, sagt sie zufrieden. Sie hat sich einen Tisch im Restaurant „La Pineta“ in Marina di Bibbona gewünscht, das für seine schöne Strandlage und seine Fischsuppe bekannt ist. Vermutlich hat sie dort einen Weißwein bestellt um den Abschluss ihres Kunstprojekts in kleiner Runde zu feiern.

Im Radio wird vor nächtlichem Schneefall gewarnt. Am nächsten Tag scheint in Florenz zwar die Sonne, doch die Hügel um Fiesole sind weiß gepudert und auf der Autobahn, die zum Meer führt, liegt etwas Schnee. Genug, um Italiener ins Schleudern zubringen, aber nicht genug, um einen deutschen Kleinlaster aufzuhalten. Rebecca Horns Techniker fahren zurück in den Odenwald, ohne das Kunstwerk, aber mit ein paar Kisten feinsten Ornellaias im Gepäck.



Am 19. Mai findet die Auktion in der Nationalgalerie statt – der Nettoerlös der Benefizauktion geht an die Freunde der Berliner Nationalgalerie



Brust oder Keule

Es gibt einen Ort in Frankreich, da schmoren junge Menschen tagtäglich im eigenen Saft, um eines Tages das perfekte Stück Fleisch auf den Tisch bringen zu können. Hier im kulinarischen Bootcamp des Monsieur Bocuse lernt der internationale Gourmet-Nachwuchs alles über Hierarchie und Hirschrücken. von Olaf Tarmas, Fotos von Odile Hain





Lehrjahre sind keine Herrenjahre – die Auszubildenden des „Institute Bocuse“ im täglichen Spagat zwischen Niveau und Nervenzusammenbruch



P

Paul Bocuse ist wohl der bekannteste Koch des 20. Jahrhunderts und einer der wichtigsten Vertreter der „Nouvelle Cuisine“-Bewegung der siebziger Jahre. So war auch er einer der Ersten, der der traditionellen opulenten Küche Frankreichs den Rücken kehrte und in seinen Restaurants leichte, mit wenig Fett, aber vielen frischen Kräutern und Gewürzen verfeinerte Speisen anbot. Neben der Festlegung neuer Richtlinien für die Zubereitung legte Bocuse jedoch auch den Grundstein für die stilprägende Präsentation seiner Gerichte und erhob das Anrichten zur Kunstform. 2008 gründete er das „Paul Bocuse Institut für Hotellerie und Kulinarische Kunst“, dem ein Schulungsbetrieb angeschlossen ist, der sich der Ausbildung junger Talente in der gehobenen Gastronomie verschrieben hat.

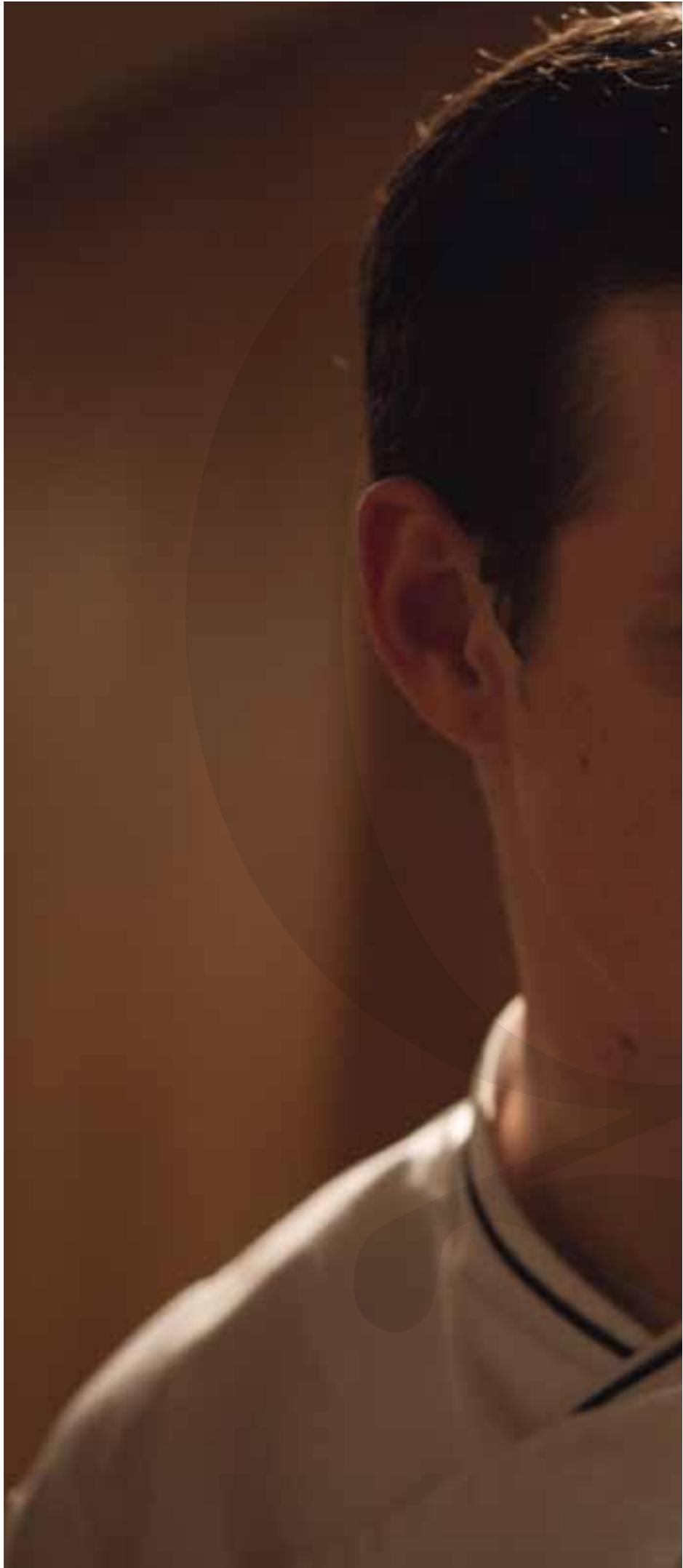
Es ist ein leises Klirren, das die Anspannung greifbar werden lässt. Porzellan auf Porzellan, vielleicht auch einer dieser winzigen Silberlöffel, mit denen das Amuse-Gueule angeboten wird. Es klirrt, weil der Kellner zittert. Er zittert, weil er Angst hat. Angst vor dem Gast? Vielleicht. Ganz sicher aber vor dem Oberkellner, seinem Chef, der aus der Entfernung jede seiner Bewegungen beobachtet. Ihm entgeht nichts. Nach jedem Servierring winkt er den Kellner zu sich heran und übt in gedämpftem, aber eindringlichem Tonfall Manöverkritik: Das Brot serviert – schon ganz gut. Die Amuse-Gueules – mit ei-

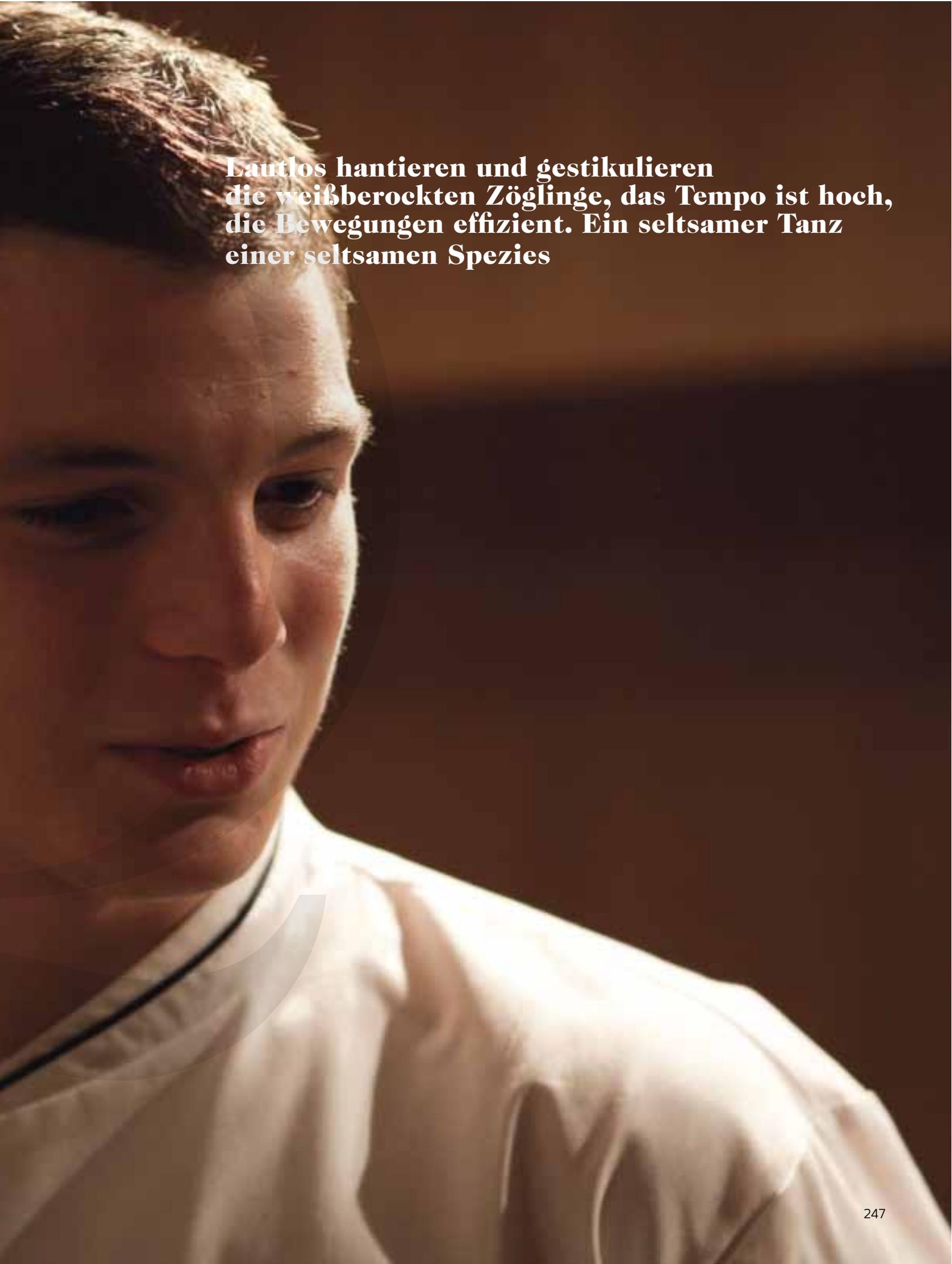
ner leicht stockenden Bewegung auf das Tischtuch gezaubert, Abzugspunkte. Haltungsnote insgesamt – nun ja, es hapert noch ein wenig an jener selbstgewissen, dabei aber dezenten Kellner-Souveränität, mit der der Gast in einem Restaurant der absoluten Spitzenklasse rechnen darf.

Im Restaurant des „Institut Bocuse“, an dem Studenten aus aller Welt zu Küchenkräften der Weltklasse ausgebildet werden, einschließlich makelloser Serviersitten, geht nichts ohne Drill. Bisweilen wird eine Ausbildung bei Bocuse mit dem Militärdienst verglichen. Dem jungen Kellner Lu Zhe Lun aus Singapur laufen mittlerweile die Schweißperlen von der Stirn, als er die Hors d'Oeuvres serviert. Sehr leise und in einer unverständlichen Sprache murmelt er dazu Erklärungen – sein Französisch ist noch nicht so flüssig, wie es sein müsste. Er weiß es selbst – der Oberkellner spitzt die Ohren, kein Pardon.

An der Bocuse-Schule zu lernen, mag hart sein – dort zu essen, hat trotzdem seinen Charme. Der Salon des Restaurants „Les Saisons“ liegt im Erdgeschoss eines eleganten Schlosses unweit von Lyon, die großen Fenster gehen auf einen weitläufigen Park hinaus. Es herrscht eine gedämpfte Atmosphäre von diskretem Luxus, der sich nicht durch Prunk, sondern durch Zeit und Ruhe vermittelt. Hier könnte man mit Muße speisen – wenn sich nicht die mal unterdrückte, dann wieder offensichtliche Anspannung der jungen Bedienung auf die Gäste übertragen würde.

Dabei gibt das Menu nicht den geringsten Anlass zur Beschwerde. Es wird von Schülern im dritten Lehrjahr bereitet, die ihren ganzen Ehrgeiz in eine Suppe, ein Filet, ein Dessert legen. Das Foie-Gras-Nougat





**Lautlos hantieren und gesticulieren
die weißberockten Zöglinge, das Tempo ist hoch,
die Bewegungen effizient. Ein seltsamer Tanz
einer seltsamen Spezies**



In der Schulungsküche üben sich die Eleven in der fachgerechten Zubereitung der französischen Gebäck-Spezialität „Macarons“

mit Pistazien und Haselnuss an marinierten Birnen ist delikater, die zarte Libellen-Skulptur aus Meeresfrüchten und Brot, die träge auf einem Auberginenpürree-Bett ruht, ist fast zu schade zum Verzehren.

Servieren ist die eine Sache, aber das Entscheidende ist natürlich die Zubereitung. Durch ein großes, aquariumartiges Fenster können die Gäste im „Les Saisons“ dem Nachwuchs bei der Arbeit zusehen. Lautlos hantieren und gestikulieren die weißberockten Zöglinge mit ihren turmhohen Mützen, das Tempo ist hoch, die Bewegungen effizient. Ein seltsamer Tanz einer seltsamen Spezies.

Die 360 Schüler der Küchenkaderschmiede kommen aus nicht weniger als 37 Ländern, neben Europa vor allem aus Südamerika und Asien. Nach ihrer Ausbildung werden die meisten von ihnen wieder in ihre Heimatländer zurückkehren und den Geist der Bocuse-Küche in jeden Winkel der Welt tragen. Die Ausbildung mag hart sein, doch wer hier antritt, hat in der Regel ehrgeizige Pläne – und weiß, dass er oder sie durch ausgezeichnete Aussichten entschädigt wird. Wie der junge Kellner Sun, der ein eigenes Restaurant in Taipeh eröffnen möchte.

Auf die Frage, was das Lernziel der angehenden Spitzenköche sei, legt Institutsdirektor Hervé Fleury alle fünf Fingerspitzen aneinander und sagt nur ein Wort: „Exzellenz“. Nicht Rezepte lerne man hier, betont er, sondern Techniken, die die kulinarische Kreativität befördern. Der drahtige Directeur mit Hang zu ausgeprägter Gestik betont, dass dort nicht nur Köche ausgebildet werden. Vielmehr verstehe man sich als globale Akademie für alle gastronomischen Aspekte des Hotel- und Restaurantgewerbes – ausgestattet mit

einem eigenen Forschungszentrum. Neben Spitzenköchen arbeiten dort auch Ernährungswissenschaftler, Soziologen, Psychologen und Marketingexperten. Derzeit werden hier fünf Doktorarbeiten in theoretischer Gastronomie verfasst – allesamt „über das Verhalten des essenden Menschen“, wie Fleury mit einer raumgreifenden Geste zusammenfasst.

Mehrmals wöchentlich konfiziert Fleury mit Bocuse, der nicht nur in Lyon wie ein Heiliger verehrt wird. Zu seinem 85. Geburtstag im Februar 2011 standen die Gratulanten Schlange. Was den Altmeister in den Sechzigern so berühmt machte, lässt sich nur schwer in Worte fassen – so selbstverständlich ist heute seine Philosophie: Frische Zutaten, die ihren Eigengeschmack bewahren dürfen, eine exzellente „Mise en place“, also Präsentation am Tisch, und ein Koch, der sich als origineller „Créateur“ begreift – mit diesen Eigenschaften befreite Bocuse einst eine in Ritualen und fetten Saucen erstarrte Küche. Ein Weiteres kommt hinzu: Die Selbstvermarktung – wenn es Sterne in dieser Kategorie gäbe, hätte Bocuse sie ebenfalls allesamt errungen. Er hat den Begriff des „Starkochs“ in einer Zeit erfunden, in der man bis dato nur Küchenknechte kannte. Und wenn es um mediale Aufmerksamkeit ging, war sich seine Majestät noch nie für etwas zu schade, weder für Nacktfotos im Männermagazin „Lui“, noch für Bocuse-Konserven. Das Publikum rechnet es ihm als Bodenständigkeit an, wie es überhaupt seine Art bewundert, einen sturen Konser-

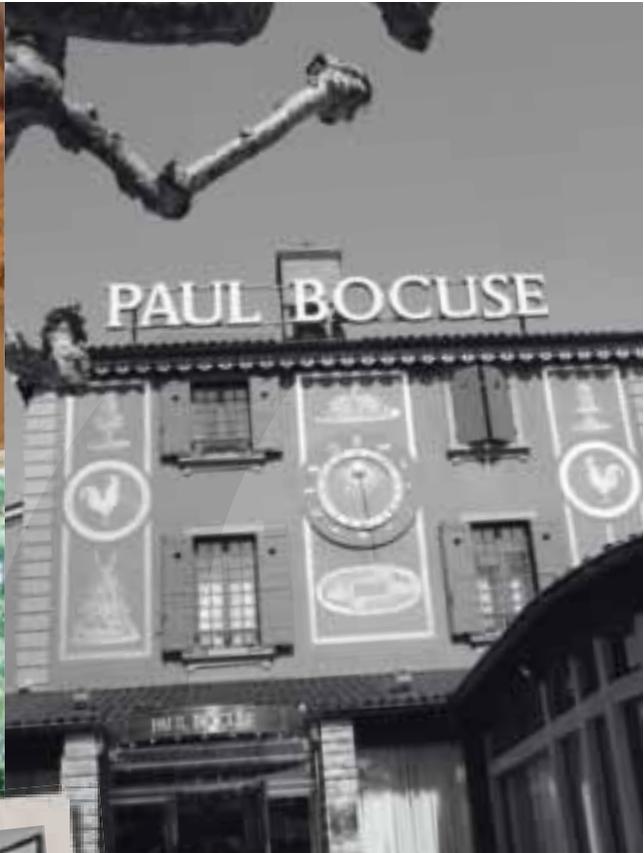


„Monsieur le Directeur“ –
Institutsleiter Hervé Fleury
führt seine Zöglinge mit
eiserner Hand





Keine Lehrstunde ohne
Furcht und Tadel – der
Gourmet-Nachwuchs
im Zwiegespräch mit
dem Maitre de Cuisine



Der junge Kellner Lu Zhe Lun aus Singapur erklärt seinen Gästen die unterschiedlichen Käsesorten



Augen- und Gaumenschmaus; Die Nouvelle Cuisine des Monsieur Bocuse

vatismus mit Experimentierfreude zu verbinden. Seine Restaurants in Lyon sind das beste Beispiel dafür: In seinem Stammlokal serviert er seine Speisen seit Jahrzehnten in einem geradezu erdrückend altmodischen, überladenen Prunk-Interieur. Andererseits betreibt er noch fünf weitere Brasserien – „Sud“, „Nord“, „Est“, „Ouest“, „Argenson“ –, in denen er seine Philosophie auf ganz unterschiedliche Weise interpretiert, von gutbürgerlich bis mediterran und sogar fernöstlich angehaucht. Im Januar 2008 schließlich wagte Bocuse das Undenkbare: Neben seinem „Ouest“ im Lyonnaiser Stadtteil Vaise eröffnete er das futuristisch anmutende Fast-Food-Restaurant „Ouest-Express“ für die anspruchsvolle Schnellküche. Auch dieses Lokal ist bereits mit Preisen ausgezeichnet worden, wenn auch nicht mit einem Michelin-Stern. Doch davon hat Bocuse ohnehin genügend: In 46 aufeinanderfolgenden Jahren ist er in seinem Stammlokal „Auberge du Pont de Collonges“ mit drei Michelin-Sternen ausgezeichnet worden – ein Rekord für die Ewigkeit.

Am Herd steht der Gastro-Papst freilich schon lange nicht mehr – und hält das auch nicht für wichtig: „Enzo Ferrari hat ja auch nicht persönlich die Radmuttern bei seinen Rennwagen angezogen“, sagt er dazu gerne. Wichtiger ist es ihm, Präsenz zu zeigen und neue Pläne zu schmieden. Dieser Tage ist aus Lyon zu vernehmen, dass er dort demnächst ein kleines, sehr persönliches Hotel eröffnen wird. Auch privat hat Bocuse nach wie vor mehrere Töpfe auf dem Herd – seit Jahrzehnten schon lebt er mit drei Partnerinnen in drei Haushalten zusammen. Eine Konstruktion, die „vielleicht nicht jedermanns Vorstellung von Beziehung entspricht“, wie er einräumt. Aber nur, um zu versichern, dass alle Seiten mit dem Dauerarrangement glücklich seien – „jede für sich und untereinander“. Es ist kein Zufall, dass es keine männlichen Kollegen, sondern sechs Drei-Sterne-Köchinnen waren, die zu seinem 85. Geburtstag im Februar 2011 ein Jubiläumsmenü kreierten.

Das Vermächtnis des Createurs sind indes weder die Restaurants noch die Sterne – sondern die Generation junger Chefs, die in seinem Sinne am Institut Bocuse ausgebildet werden. Im modernen Beton-Anbau auf der Rückseite des Schlosses schlägt das Herz des Instituts – die „Laboratoires Bocuse“. In der makellos schimmernden Welt aus Edelstahl und weißen Kacheln wird das Handwerk perfektioniert und von jungen Eleven täglich neu ersonnen. Wer es bis hierher geschafft hat, der kann sich offenbar auch meditative Schaffensphasen fernab aller Küchenhektik erlauben: Selbstvergessen rührt eine junge Asiatin in einer großen Metallschale Teig, hingebungsvoll fertigen zwei Jünglinge filigranes Kartoffelschnitzwerk. Ihr Lehrer sitzt derweil hinter seinem Schreibtisch in einem Büro, das nach der duftend-dampfenden Küchenwelt völlig reizarm anmutet: Computer, Telefon, Aktenordner, Neonlicht. Das einzige ungewöhnliche Arbeitsge-

rät ist der kleine Silberlöffel. Er kommt auch gleich zum Einsatz, als ein Schüler seine neueste Vorspeisen-Kreation präsentiert: ein Pilz-Parfait, bedeckt von einer leuchtend grünen Paste. Einige seiner Mitschüler versuchen, einen Blick durch die halboffene Bürotür zu erhaschen. Einer der Köche murmelt anerkennend etwas von „Chlorophyll“, aber was genau das Glas zum Leuchten bringt, bleibt das Geheimnis von Schüler und Chef. Hochkonzentriert operiert der Meister mit dem Löffelchen in dem eierbecherkleinen Gefäß, kostet, schmeckt, schmatzt, nickt dem Lehrling anerkennend zu – und hat am Ende doch Kritik: Die Konsistenz ist noch zu breiig.

Am Ausgang des Schlosses passiert man eine überlebensgroße Ritter-Skulptur, deren Rüstung sich aus Silbertablets und -schüsseln zusammensetzt, Messer und Gabel als Waffen. Kein schlechtes Sinnbild für das Institut: Wer es unbeschadet verlässt, kocht und serviert ohne Furcht und Tadel. Ganz wie der Meister.

http://www.institutpaulbocuse.com/fr/ipb/saisons_restaurant_pedagogique

*Preise:
Die Menüs im „Les Saisons“ sind im Vergleich zu anderen Spitzenrestaurants sehr erschwinglich: mittags zwischen 23 und 32 Euro, abends zwischen 38 und 48 Euro, je nachdem, wieviele Gänge man isst.*

*Adresse:
8 Chemin du Trouillat - Château du vievier - 69130 Ecully*

Telefon: 0033 (0)4 72 18 02 20

Weitere Restaurants von Paul Bocuse in Lyon:

*Stammlokal „Auberge du Pont de Collonges“:
www.bocuse.fr*

*Brasserien „Sud“, „Nord“, „Est“, „Ouest“, „Argenson“:
www.nordsudbrasseries.com*

*Fast Food „Ouest-Express“:
www.ouestexpress.fr/*



Obacht bei der Löffelwahl:
Kaviar sollte stets von
Perlmutter- oder Kunststoff-
besteck gegessen werden.
Silber oder Metall stört den
erlesenen Geschmack



Störfall

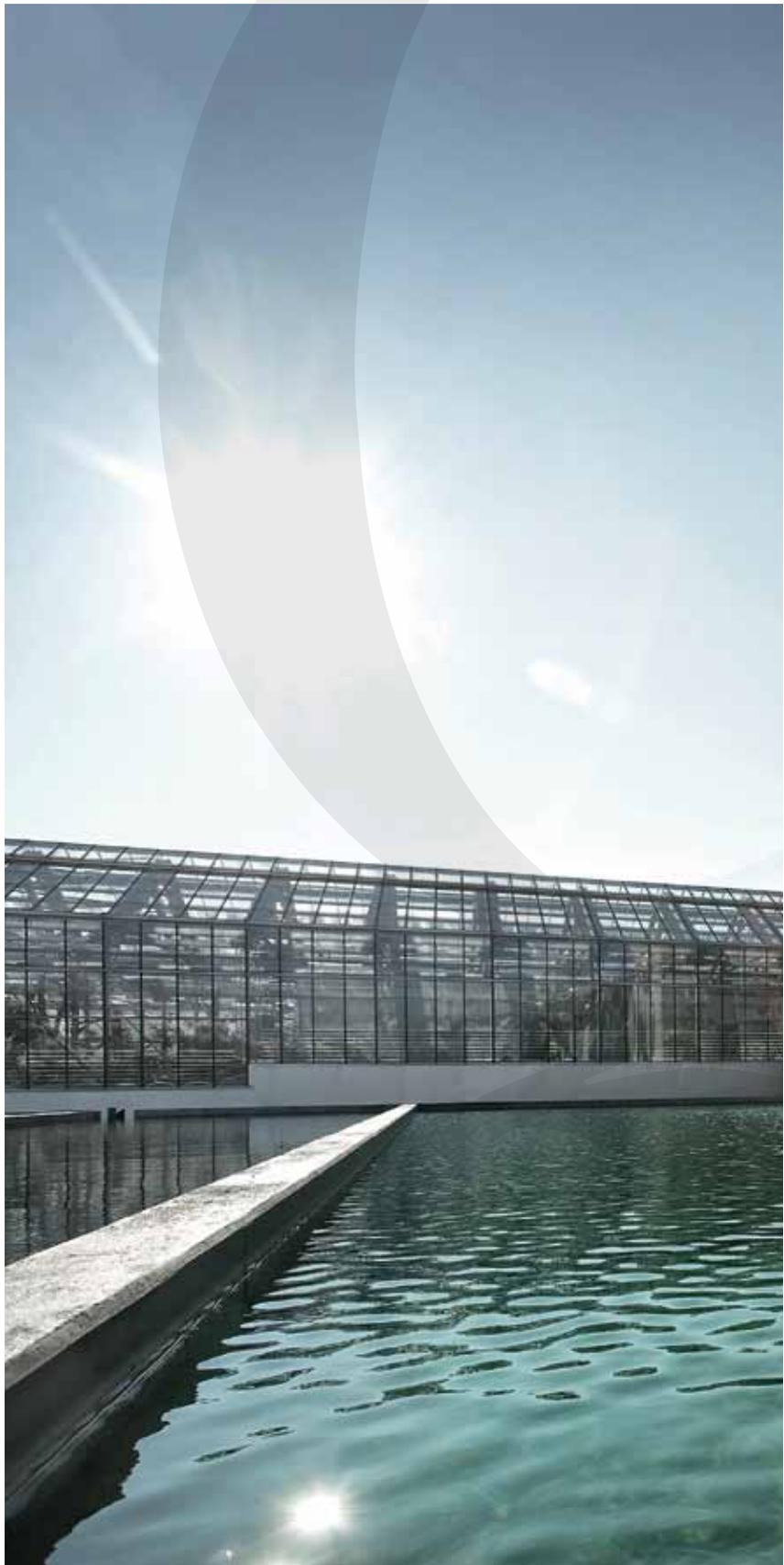
Mit zu viel heißem Wasser am falschen Ort sah sich die Gemeinde Frutigen konfrontiert. Andernorts beschreit man gleich den Klimawandel – die Schweiz produziert lieber alpinen Kaviar

von Martin Christiansen



Z

wanzig Grad warmes Bergwasser tritt mit 100 Litern pro Sekunde aus der Nordseite des Lötschberg-Basistunnels aus – so viel, dass man eine Badewanne in zwei Sekunden damit füllen könnte. Die Quelle wurde während des Tunnelbaus entdeckt. Und weil das Wasser das Ökosystem des Flusses Kander zum Kollaps treiben könnte, darf es nicht fließen, wohin es fließen will. Wohin aber mit der warmen Flut, musste sich Frutigen, eine kleine Gemeinde im Kanton Bern, Anfang des neuen Jahrtausends fragen. Und erhielt eine Antwort vom Verwaltungsratspräsidenten Peter Hufschmied, den die BLS-Alptransit AG damals mit der Problemlösung betraut hatte. Hufschmied, begeisterter Angler mit russischer Gattin, kam auf die Idee, wärme-liebende Fische und Pflanzen zu züchten.





Kaviar, Ananas und
Mango aus den
Schweizer Alpen:
Das Tropenhaus im
Berner Oberland
macht es möglich

So entstand die erste Schweizer Störzucht mit 60 Freilandbassins. Verbunden mit dem Anbau tropischer Früchte wie Papaya, Banane, Guave oder Karambole sowie einer eigenen Gastronomie, deren Gourmetrestaurant Esturgeon (franz. Stör) bereits im ersten Betriebsjahr mit immerhin 13 Punkten lobende Erwähnung im *Gault Millau* fand.

Die Idee einer alpinen Störzucht ist so verblüffend wie gut, denn traditionelle Störfanggebiete sind durch den Einsatz von Stell- und Grundnetzen leergefischt. Flussmündungen, die Störe auf dem Weg zu ihren Laichplätzen durchqueren müssen, sind zudem durch intensive Landwirtschaft verschlammt. Und verbliebene kostbare Bestände in Russland oder im Iran werden von Schmugglern geplündert. Das Angebot von Kaviar ist daher in mancherlei Hinsicht vielfältiger, als einem lieb sein mag. Es reicht vom edlen iranischen Beluga bis zum spanischen Avruga, einer künstlichen Variante, deren Name nicht ohne Grund dem des berühmten Sevruga ähnelt. Der Etikettenschwindel sieht zwar aus wie Kaviar, stammt aber vom Hering und ist vor allem eins: billig. Kostet ein Kilo echter iranischer Imperial zwischen 6000 und 8000 Euro, lässt sich die lukrative Marketingidee für rund 150 Euro pro Kilo erwerben. Die vorher mit Tinte eingefärbt und mit dem Verdickungs- und Gelmittel Xanthan, das auch Bestandteil von Tapetenkleister ist, künstlich in Form gebracht wurde.

Die Hauptlast des Tropenhaus-Investitionsvolumens von rund 20 Millionen Euro stemmt die zweitgrößte Schweizer Einzelhandelskette COOP mit der BKW Energie AG. Ob sich das rechnet? Für ein zwar aufwändiges, aber zukunftsweisendes Auftreten in der Öffentlichkeit – Artenschutz mit inbegriffen –, um mit Wärmegewinnung CO₂-neutral aus der Erdkruste, Sonnenenergie und Biogas Lebensmittel zu erzeugen, womöglich allemal. Und mehr als doppelt so viele Besucher als veranschlagt, nämlich 120 000, haben seit der Eröffnung 2009 auch schon hereingeschaut.

Für gutes Wachstum benötigen Störe 15 bis 20 Grad warmes Wasser. Kommt es kristallklar und von Bakterien oder Viren unbelastet direkt aus dem Berg, umso besser. Im Tropenhaus Frutigen ist so für die tägliche Runderneuerung des gesamten Fließwassers gesorgt. Der meist zwischen Fluss- und Meerwasser wandernde Knorpelfisch aus der Urzeit mit seinem wohl-schmeckenden, fast grätenlosen Fleisch wächst unter solchen optimalen Voraussetzungen wesentlich schneller auf als in freier Natur. So soll der Rogen der Weibchen beim Sibirischen Stör in der Hälfte der sonst üblichen Zeit gewonnen werden – bereits nach sechs bis sieben Jahren. Für den jungen Fischereimeister Patrick Gü-



Oben: Schwarzes Gold ist teuer – iranischer Imperial kostet bis zu 8000 Euro pro Kilo. Unten: Restaurant Terrasserie im Tropenhaus

fel eine Herausforderung: „Mit der Regenbogenforelle oder dem afrikanischen Wels habe ich schon gearbeitet, aber Störe als noch relativ junge Spezies in der Fischzucht sind ein ganz besonderer Nervenkitzel! Blick und Gefühl für die Bestimmung des Geschlechts oder der Kaviarreife muss man sich Schritt für Schritt aneignen.“ Derzeit betreut der Leiter der Aquakultur 35 000 Störe. Eines Tages sollen es 60 000 Exemplare sein – Kaviar satt also statt Schweizer Käse.

GROSSE UHREN
FINDEN SIE IN IHREM
LONDON-REISEFÜHRER.
GROSSARTIGE BEI UNS.

EINE UNVERGESSLICHE ZEIT IN LONDON, 43-44 NEW BOND STREET.

IN NEW YORK, LONDON, PARIS, MADRID, WIEN UND AN DEN BESTEN
ADRESSEN DEUTSCHLANDS. WWW.WEMPE.DE

WEMPE ZEITMEISTER GLASHÜTTE 1/2 SA Mondphase mit Vollkalender.
Edelstahl mit Automatikwerk. Deutscher Chronometer.



MAN MUSS DEM LEBEN IMMER UM MINDESTENS EINEN WHISKY VORAUSS SEIN

Humphrey Bogart



Fotos: Attila Hartwig, Produktion: Dennis Dieseldorff
Alle Whiskys und Zigarren über Whisky & Cigars, Berlin



Linke Seite: Nosing Gläser von Bugatti
Diese Seite: Royal Brackla 1976 Cross Hill, Glen Grant 39 yrs, ADC, Laphroaig 1980 bottled 3/96,
Zigarrentubes von Davidoff über den Departmentstore Quartier 206 Berlin





Hanyu Noh 21 yrs, Coleburn 26 yrs OTL, Nikka Single Cask 1990,
Elefant aus Bronze über Departmentstore Quartier 206, Kristallschale von Hermès



DISILLED 1970 DISTILLED
“Strathisla”
SPEISIDE SINGLE MALT SCOTCH WHISKY.
STRATHISLA-GLENLIVET DISTILLERY CO. LTD.
Strathisla Distillery, KEITH, Banffshire.
THE OLDEST SPEISIDE MALT DISTILLERY
IN SCOTLAND.
MATURED & BOTTLED BY
FINNISH & SAUVIGNON ELGIN
70cl 45%vol

THE MANAGERS' CHOICE
SINGLE CASK SELECTION
LINKWOOD
DISTILLERY EST. 1819
**SINGLE MALT
SCOTCH WHISKY**
NATURAL CASK STRENGTH
DISTILLED IN 1996
BOTTLED IN 2009
CASK NO. 210552
BOTTLE NO. 054
58.2%vol 70cl/700ml e

TENTH **10th** RELEASE
NATURAL CASK STRENGTH SINGLE MALT WHISKY
ESTABLISHED 1825
PORT ELLEN
ISLAY SINGLE MALT SCOTCH WHISKY
PORT ELLEN DISTILLERY
PORT ELLEN, ISLE OF ISLAY HIGH TAY
ANNUAL RELEASE
Limited Edition Bottle No. 1380
This is only once bottled in 2010
Distilled in 1979. Aged 31 years
54.6% vol 70cl e
31 YEARS OLD

Strathisla 1970 G&M, Linkwood Managers Choice, Port Ellen 10th/31 yrs



Johnnie Walker Blue Label „The John Walker“





Von links: Cohiba Siglo VI, Romeo y Julieta Wide Churchill, Montecristo Ed. Lim. 2010, FuenteFuente Forbidden Robusto, Nub Sun Grown, Oliva Serie V Double Robusto, Laura Chavin Terre de Mythe Grand Perfecto, Flor de Selva Double Corona, Santa Damiana Maduro Robusto, Rocky Patel Vintage 1990, Trinidad Reyes, Ashton Maduro No. 20, Cuaba Ed. Lim. 2008, H. Upmann Magnum 50, Partagas Serie D No. 4



HENDRICK'S
DISTILLED AND BOTTLED IN SCOTLAND
GIN
IMPORTED/IMPORTÉ
70ml / 100cl
EST. 1890

HENDRICK'S
DISTILLED AND BOTTLED IN SCOTLAND
GIN
EST. 1890
44.0% Vol.
70 cl e

HENDRICK'S
DISTILLED AND BOTTLED IN SCOTLAND
GIN
EST. 1890
44.0% Vol.
70 cl e

HENDRICK'S
DISTILLED AND BOTTLED IN SCOTLAND
GIN
EST. 1890
44.0% Vol.
70 cl e

HENDRICK'S
DISTILLED AND BOTTLED IN SCOTLAND
GIN
EST. 1890
44.0% Vol.
70 cl e

HENDRICK'S
DISTILLED AND BOTTLED IN SCOTLAND
GIN
EST. 1890
44.0% Vol.
70 cl e

HENDRICK'S
DISTILLED AND BOTTLED IN SCOTLAND
GIN
EST. 1890
44.0% Vol.
70 cl e

HENDRICK'S
DISTILLED AND BOTTLED IN SCOTLAND
GIN
EST. 1890
44.0% Vol.
70 cl e

HENDRICK'S
DISTILLED AND BOTTLED IN SCOTLAND
GIN
EST. 1890
44.0% Vol.
70 cl e

HENDRICK'S
DISTILLED AND BOTTLED IN SCOTLAND
GIN
EST. 1890
44.0% Vol.
70 cl e

HENDRICK'S
DISTILLED AND BOTTLED IN SCOTLAND
GIN
IMPORTED/IMPORTÉ
70ml / 100cl
EST. 1890

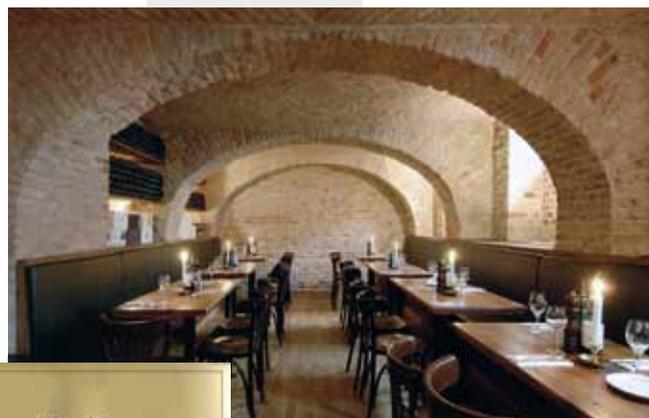
HENDRICK'S
DISTILLED AND BOTTLED IN SCOTLAND
GIN
EST. 1890
44.0% Vol.
70 cl e



Gin von Hendrick's, Kristallglas von Theresienthal über den Departmentstore im Quartier 206 Berlin



Oben: Schön schlicht ist das Innere des Restaurants gehalten. Ganz links: Jonathan Meese, links im Bild, und Inhaber Simon Lukic



Oben: Das Gewölbe im Untergeschoss ist Teil eines Weinkellers. Rechts: Auch die Künstlerin Jorinde Voigt ist Stammgast im Simon



AUSGEZEICHNET

Ein gutes Essen macht noch kein gutes Restaurant. Wir empfehlen Lokale, die Gastlichkeit und Kochen zu verbinden wissen

Text: Rubi Castellán

Der Name Simon leitet sich von dem hebräischen *Shim'on* ab und bedeutet so viel wie „der, der verstanden hat“. Das italienische Restaurant Simon in der Berliner Auguststraße ist nicht unbedingt eine biblische Stätte, aber verstanden hat man dort auch etwas: wie man eine kleines feines Lokal betreibt, in dem sich die Mitte-Szene ebenso wohl fühlt wie die Nachbarn aus dem Kiez oder der Herr Regierungssprecher. Dabei geht es erst einmal gar nicht um Spitzenküche, sondern um ehrliche Gerichte, die in familiärem Umfeld mit der perfekten Dosis Kunst serviert werden. Ab Oktober zeichnet *Quality* solche Restaurants aus. Dabei stehen

bei uns nicht die Kochmütze hier oder der Stern im Vordergrund. Sondern das harmonische Miteinander von Gastgeber und Kochen – unter besonderes Aspekten gesehen. In unserer Kulturausgabe starten wir selbstverständlich mit Gaststätten, die auf unaufdringliche und gekonnte Weise Kunst zu integrieren verstehen. Das sind Restaurants, die von Künstlern gern frequentiert werden und in dem der eine oder andere für eine gute Mahlzeit schon mal ein Bild gelassen hat. Das Simon ist eines dieser Lokale. Alle von uns empfohlenen Restaurants mitsamt Besprechungen lassen sich auf unserer Webseite nachlesen. quality.uk.com

PETER LIND BERGH

ON STREET

25.9.2010–9.1.2011

Oranienburger Str 35/36

10117 Berlin

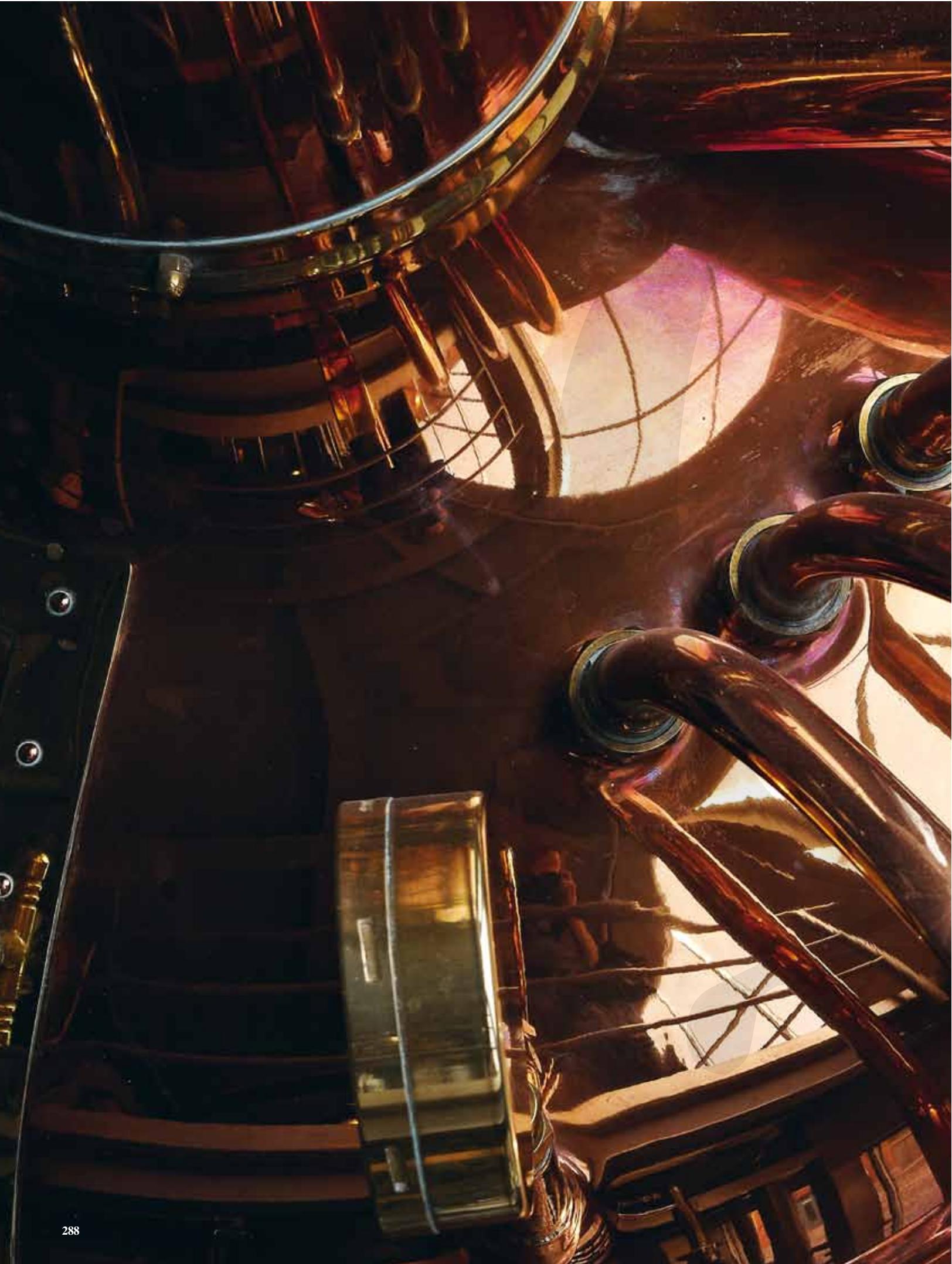
Täglich 11–20 Uhr

10 Euro/5 Euro

Tel 030 28 09 19 25

www.co-berlin.com

CO Berlin

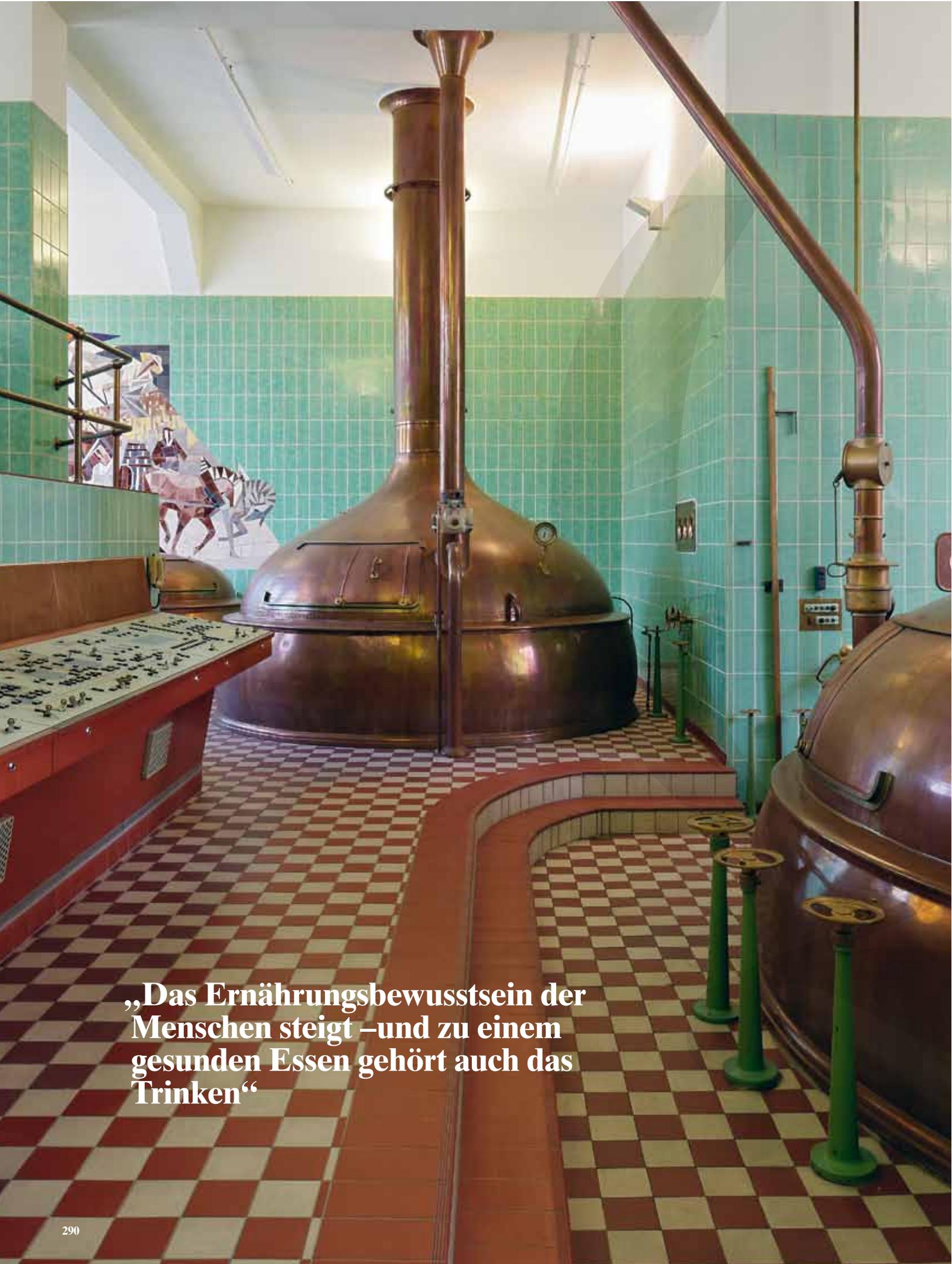




Sechs auf einen Streich

Im Wettbewerb mit anderen Brauereien setzt Mönchshof auf die Vielfalt von sechs verschiedenen Sorten – und auf Kulmbachs Biertradition

von Mauritius Much, Fotos von Ralf Sturm



„Das Ernährungsbewusstsein der Menschen steigt –und zu einem gesunden Essen gehört auch das Trinken“



Da braut sich was zusammen: Im „Gläsernen Sudkessel“ der Lehr- und Versuchsbrauerei kann man mit dem Braumeister zusammen ein eigenes Bier einbrauen

Zielsicher durchquert Hermann Nothhaft den Lagerkeller und bleibt in einem Gang stehen. Von der Decke hängen dort Edelstahlrohre, die zum Lagertank führen. Der Braumeister greift zu einem silberfarbenen Hahn, der an einem dieser Rohre angebracht ist, hält ein Bierglas unter den Hahn und dreht ihn langsam auf. Sofort läuft das Glas voller Schaum, Nothhaft muss erst viel davon abtrinken, bis er das frisch gebaute Jungbier schmecken kann. Er schluckt und grinst. „Das ist eines der besonderen Vorrechte eines Braumeisters: Er hat stets Zugriff auf den Zwickelhahn im Lagerkeller, um den Geschmack des frisch eingebrauten Biersudes zu testen!“ Er lacht und nimmt genüsslich

noch einen Schluck aus dem Probierglas.

Wenn Hermann Nothhaft „zwickelt“, wie die Brauer das Probieren des frisch gebrauten Bieres am Hahn nennen, erlebt sein Gaumen die unterschiedlichen Sorten im Rohzustand mit ihren jeweils spezifischen Charaktereigenschaften: von würzig-herb bis röstaromatisch, von malzbetont bis mild. Denn anders als viele andere Brauereien, die sich fast nur auf eine Sorte konzentrieren, setzt Mönchshof aus der oberfränkischen Kleinstadt Kulmbach bewusst auf Vielfalt. „Das zeichnet uns aus, obwohl es natürlich ein großer Aufwand ist“, sagt Claudia Kollerer, die als Produktmanagerin für das Marketing von Mönchshof zuständig ist. „Den leisten sich nicht viele Brauereien.“

Dass sich Mönchshof auf viele verschiedene Sorten konzentriert, ist in Kulmbach kein Wunder. Die Stadt galt schon immer als Bierstadt. „Das liegt am Verhältnis von Einwohnerzahl und Gesamtmenge der produzierten Hektoliter Bier“, erklärt Braumeister Nothhaft, der selbst aus einer Brauerfamilie stammt. Dabei schaut er auf die Edelstahlrohre, durch die die Biere der Brauerei fließen, bevor sie gekühlt, gelagert und dann verkauft werden. In Kulmbach kommen auf jeden Einwohner ca. 5 000 Liter gebrautes Bier. Jedes dritte davon trägt den Namen Mönchshof. Vor dreißig Jahren gab es in der Stadt noch mehrere eigenständige Brauereien. Mittlerweile haben sie sich zusammengeschlossen, doch die vier Markenbiere Mönchshof, EKU, Kulmbacher und Kapuziner mit mehr als zwei Dutzend Sorten existieren weiter.

Mit den sechs verschiedenen Biersorten will sich Mönchshof bewusst als Spezialitätenmarke präsentieren. Dabei setzt man nicht nur auf die Bierkenner, sondern vertraut auch auf einen anderen Trend. „Das Ernährungsbewusstsein aller Menschen steigt“, sagt Claudia Kollerer. „Aber zu einer gesunden Ernährung gehört auch das Trinken.“ Deshalb empfiehlt Mönchshof zu jeder Sorte ein passendes Essen. Zu einer deftigen Schweinshaxe gehöre kein leichtes Bier, stimmt Nothhaft zu, sondern ein dunkles, malziges „Schwarzbier“. Eine geräucherte Forelle ließe sich hingegen am besten mit einem Pils wie „Mönchshof Original“ genießen.

Damit setzt Braumeister Nothhaft darauf, den Konsumenten dazu zu bringen, sich mehr mit dem vielfältigen Naturprodukt Bier zu befassen und es somit als Genussmittel zu etablieren.

Auf Initiative von Mönchshof wurde 1994 auf dem Brauereigelände das Bayerische Brauereimuseum auf 3 000 Quadratmetern eingerichtet – verschiedenste Bierflaschen, Kronenkorken, Etiketten, Bierfilze sowie Plakate aus Papier, Blech, Emaille und Glas sind hier zu sehen. Eine keltische Bieramphore aus der Kulmbacher Region gilt als das älteste Indiz der deutschen Braukunst. Man kann hautnah erleben, wie Ägypter, Römer und Kelten Bier gebraut haben, wie das Bier im Mittelalter zubereitet wurde und dass es auch heute noch, trotz aller Computertechnik, eine hohe handwerkliche Kunst ist, guten Gerstensaft zu brauen.

Im Kulmbacher Mönchshof, der Heimat der Bügelbierspezialität, bietet das Bayerische Brauereimuseum ein- bis dreitägige Bierseminare an, in denen die Teilnehmer von einem Sommelier lernen, wie sich Bier mit allen Sinnen genießen lässt – ob das Knistern des Schaumes mit den Ohren, die unterschiedliche Konsistenz des Schaumes mit den Augen oder die Hopfen- und Malznote mit der Nase. In der „Gläsernen Brauerei“ mit ihren Kupferhauben,



Braumeister Hermann Nothhaft beim „Zwickeln“ – wenn das Bier direkt aus dem Lagertank kommt, schmeckt es am besten

einer kleinen Lehr- und Versuchsbrauerei, kann man mit dem Braumeister zusammen ein eigenes Bier mit speziellem Geschmack einbrauen. Nicht selten tun dies künftige Brautpaare, um ihren Hochzeitsgästen dann vier Wochen später ein selbstgebrautes Bier mit eigener Geschmacksnote und eigenem Etikett vorzusetzen.

Das Museum spiegelt die Unternehmenskultur von Mönchshof wider. Denn die Marke, deren geschichtliche Wurzeln bis ins 13. Jahrhundert reichen, setzt sehr stark auf Tradition. „Andere Brauereien reißen ihre alten Gebäude ab, wir machen ein Museum daraus“, sagt Sigrid Daum, Leiterin des Museums. Sie sitzt im Biergarten des Mönchshofs, hinter ihr ist die Backsteinfassade des alten Sudhauses zu sehen. Wie bei Braumeister Nothhaft und fast jedem Mitarbeiter, den man im neuen Sudhaus oder auf dem Brauereigelände trifft, verraten die weich ausgesprochenen Konsonanten, dass sie alle aus der oberfränkischen Gegend um Kulmbach kommen. Auch das ist ein Zeichen von Tradition.

Es überrascht deshalb nicht, dass die zweitbeliebteste Mönchshof-Sorte nach jahrhundertalter Tradition gebraut wird. Das „Kellerbier“ bleibt ungefiltert, sodass Eiweißstoffe, Vitamine und Spurenelemente nicht verlorengehen und es eine trübere Farbe behält.

Ein Liter davon würde genüge, 20 bzw. 45 Prozent des menschlichen Tagesbedarfs an Kalium bzw. Magnesium zu decken, erklärt Nothhaft. Ein reines Gesundheitsbier wie „Karla“, das nur ein Prozent Alkoholgehalt hat und in Apotheken angeboten wird, ist das Kellerbier aber nicht.

Neben der Ursprünglichkeit setzt Mönchshof aber auch auf den Umweltschutz. Das warme Abwasser, das durch das Spülen der gebrauchten Flaschen entsteht, läuft direkt in eine Anlage, in der es aufbereitet wird. Dabei entsteht Biomethan, das die Brauerei zum Heizen der Sudpfanne oder im Winter für die Heizung der Brauereiräume nutzt. Zudem besitzt das Unternehmen eine Flaschenreinigungsmaschine, die direkt durch einen Gasbrenner beheizt wird. Dadurch spare man sich den Transport von Dampf, der viel Energie kostet, erklärt Braumeister

Nothhaft stolz. Für diese Innovation bekam man 2009 den E.ON-Umweltpreis.

Dass die Rohstoffe für das Bier aus der Umgebung stammen, kommt noch hinzu. Das ist auch der Grund dafür, warum Kulmbach eine lange Biertradition hat. Die Brauergeste wird direkt in der Gegend angebaut und dort in Mälzereien zum Keimen gebracht. Ein erheblicher Teil des Malzes wird nur 600 Meter vom Sudhaus entfernt hergestellt. Das Brauwasser kommt aus dem nahen Fichtelgebirge, und die Hefe wird vor Ort gezüchtet. Nur der Hopfen hat einen etwas längeren Weg aus der Hallertau oder aus Spalt, südwestlich von Nürnberg.

So wie die Zutaten vor allem aus der Umgebung stammen, wurde Mönchshof auch lange nur regional getrunken. „Mittlerweile sind wir aber auch in ganz Nordbayern und in Hessen fest verankert“, sagt Claudia Kollerer. Dennoch ist die Marke vor allem in diesen Regionen bekannt. Um auch im Rest der Republik etwas präsenter zu werden, hat man sich zu einem Engagement im Wintersportbereich entschlossen. Seit 2009 wird die Team-Tour im Skispringen gesponsert, die als Mannschaftswettbewerb in Oberstdorf, Klingenthal und Willingen ausgetragen wird – mit Logo auf jedem Springertrikot und großen Werbebannern auf dem Schanzenzisch und im Auslauf. „Solche Werbeaktionen sollen die Markenbekanntheit fördern und den regional oft unterschiedlichen Geschmäckern unsere Mönchshof-Vielfalt näherbringen“, so Claudia Kollerer.

„Kulmbachs sympathisches Bier“, so der Mönchshof-Slogan, will also einerseits überregional bekannter werden, ohne andererseits die regionale Tradition zu vernachlässigen. Sichtbar wird dies auch mit der Bügelverschlussflasche, die Mönchshof 1998 einführt. „Eigentlich ist so ein Bügelverschlussgebilde teurer und umständlicher zu produzieren und zu reinigen als ein Kronenkorken“, erklärt Nothhaft. Allerdings spricht diese Flasche auch die klassischen Bierliebhaber an, auf die Mönchshof mit der Betonung der Tradition und der Spezialisierung auf ein breites Sortiment abzielt. Gleichzeitig ist es aber auch für jüngere Leute hip, ein Bier aus der Bügelflasche mit einem lauten „Ploppen“ zu öffnen. Dadurch konnten auch deutschlandweit schon mehr Menschen für Mönchshof begeistert werden.

Ganz so, wie es die Flensburger Brauerei mit dem „Flens“ aus der Bügelflasche geschafft hat. Obwohl der berühmteste Bügelflaschenbiertrinker Deutschlands, der Klempnerlehrling Werner, und sein Kollege Eckat in den Comics von Rötger Feldmann bei jeder Gelegenheit das Flensburger „Bölkstoff“ aufploppen lassen, hat Mönchshof mittlerweile die Flensburger als Nummer eins im deutschen Bügelverschlusssegment abgelöst.



Traditionelle Rezepturen und
Technik auf dem neuesten Stand
halten das hohe Münchshof-
Qualitätsversprechen

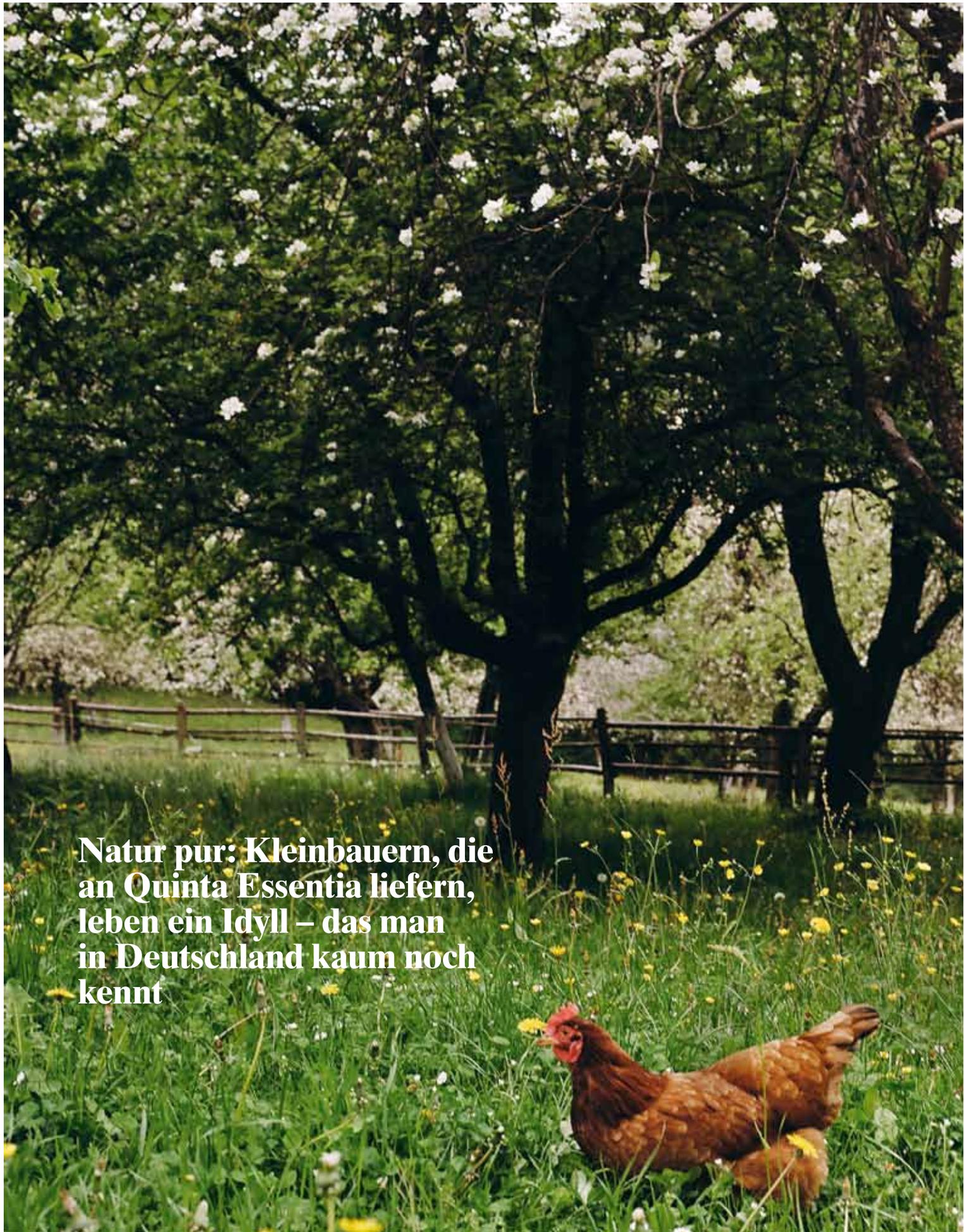




Die Gebrüder Brand

Viel Obst und ein paar hundert Apfelbäume im Kärntnerland: Wie vier Österreicher mit Quinta Essentia die beste Schnapsbrenner-Vereinigung der Welt gründeten. Ein hochprozentiges Firmenportrait

von Manfred Klimek (Text und Fotos)



**Natur pur: Kleinbauern, die
an Quinta Essentia liefern,
leben ein Idyll – das man
in Deutschland kaum noch
kennt**



„Ein Schnaps reinigt Magen und Kopf“, sagt Karl Holzapfel und schaut in die Runde seiner drei Kollegen, die an diesem Abend, am Ende der Brennsaison, bei ihm im Restaurant zusammensitzen. Alle nicken. Doch dazu später.

„Ein Schnaps ist eine gewisse Menge Branntwein, die man auf einmal schnappen kann.“ So steht es in Grimms Wörterbuch – die Grimms hatten nicht nur Märchen, sondern auch einen eigenen Duden. Doch der Schnaps war nicht bloß nur Versprechen der schnellen Berausung: Den Gemäßigten galt er als Lebensquell, auch als Medizin. Ein Gläschen Schnaps gegen einen verdorbenen Magen – ein bis heute verbreiteter Volksmund. Doch: Es gab wenig Gemäßigte, die Maßlosen waren in der Überzahl.

„Schnaps, das war sein letztes Wort, dann trugen ihn die Englein fort“: So sang die deutsche Seele. Und zwar noch vor wenigen Jahren, damals, Mitte der Achtziger, in der Peter-Frankenfeld-Show „Musik ist Trumpf“. Zugegeben, die Sendung kam in diesem Fall aus Namibia, wo unsereiner ohne Schnaps gar nicht zur Ruhe kommt angesichts der vielen völkischen Deutschen vor Ort. Aber man sang diese Strophe auch im Ruhrgebiet, im Bayrischen Wald und auf Sylt. „Und jetzt alle gemeinsam...“

Schnaps, das war das Versprechen eines seligen kleinen Todes nach einem freudlosen Arbeitstag. Schnaps, das war der schnelle Befreier von der Mühsal des Lebens. Einen Rausch lang. Oder für immer.

Dagegen anzutreten ist schwer. Dagegen angetreten sind die vier Schnapsbrenner der österreichischen Vereinigung „Quinta Essentia“ Alois Gölles, Karl Holzapfel, Valentin Latschen und Hans Reisetbauer – der Club der besten Obstbrand-Produzenten der Welt. Zugegeben, eine subjektive Wertung des Autors, manch anderer Brenner wird glauben, hier Paroli bieten zu müssen. Doch Österreich ist unbestritten die führende Nation der Destillateure. Und die vier von der „Quinta“ sind der führenden Nation schillerndste Vertreter. Die vier Musketiere sozusagen. Im Dienste der Königinnen Birne, Marille, Zwetschge. Und des Königs Apfel.

Nicht weit vom Stamm: Beim Apfelbrand, König der Schnäpse, kündigt schon die Blütenpracht vom späteren Genuss







Hochprozentiges vom Hof: Frucht-
verarbeitung in Kärnten (diese Seite).
Valentin Latschen von der Brennerei
Pfau kennt sich auch bei der Apfelernte
aus (links)

Nur beste Äpfel werden von den Quinta Essentia-Betreibern verwendet (diese Seite). Die meisten Früchte halten der strengen Qualitätskontrolle stand (rechts)

Obstbrand also: Wir reden nicht vom Tresterbrand, entweder modisch oder autochthon Grappa genannt, der bei der Weinerzeugung aus der Maische gewonnen wird. Wir reden hier nicht vom gehypten Abfallprodukt, das selbstredend exzellent schmecken kann. Wir reden vom Fruchtbrand, von Obst, das eigens für die Erzeugung dieser Säfte großgezogen wird.

„Schnapsbrenner“, das darf man zu den Männern der Quinta erst wieder seit geraumer Zeit sagen. Lange Jahre nannte man sie „Edelbranderzeuger“. Und es gab zuhauf noch andere geschwollene Umschreibungen. Denn „Schnapsbrenner“, das war früher der Bauer, der aus den schlechteren Früchten seines Hofes etwas Hochprozentiges kochte. Und dann der Familie und den Nachbarn vorsetzte. Mitunter mit dem Effekt der Erblindung. Ein Schnapsbrenner war ein Fuselfabrikant.

Doch mit der Qualität wuchs das Bewusstsein – das Bewusstsein, dass ein Schnapsbrenner auch hochwertig Hochprozentiges brennen kann. Und damit die Erkenntnis, dass man mit zwei Gläschen auch ein Auskommen findet. Statt Saufen: Genuss. Denn ein guter Fruchtbrand schmeckt vor allem nach der Frucht, die er transportiert. Und nicht nach Alkohol, Methanol, Metall, Holz oder anderen Kontaktmitteln. Um das zu vermeiden, muss der Brenner vor allem sauber arbeiten. Und das ist nicht so einfach, wie es klingt. Schnapsbrennen kann man lange und ausführlich erklären. Wir tun dies verkürzt und fragen den Brenner Hans Reisetbauer von der Quinta Essentia.

Hans, wie geht das?

„Du nimmst die Maische von da Frucht, haust das in an Kessel, mochst eam (den Kessel) haaß, tuast das guad (gut) vermischen (die Maische mittels Rührstab), damit's gleichmäßig erhitzt wird. Dann tuast das guad trennen, den Vurlauf (Vorlauf) losst ausse (lässt du hinaus), das Herzstück kummt in den Tank und den Nochlauf (Nachlauf) tuast auch weg. Kapiert?“

Und wie ist das mit dem Alkohol?

„Der kummt aus der Geistblase do obn (hier oben) und wird vom Wasser getrennt. Oba (aber), des is ma jetzt zu kompliziert, dass i da des erklär (dass ich dir das erkläre)“.

Und was heißt „doppelt gebrannt“?

„Des is die Trennung von Vor-, Mittel- und Nachlauf. Wir machen des oba eh gleich in einem Aufwoschn (Aufwaschen = Arbeitsgang). Doppelt brennen tuast vor allem für das Aroma.“

Was macht einen guten Schnapsbrenner aus?

„Geh, loss mi in Ruah mid de bledn Frogn.“

Um Hans Reisetbauer zu erklären, eignet sich folgende Szene: Der Autor kommt spätabends in das Berliner Restaurant VAU am Gendarmenmarkt. Dort wird er vom Sommelier mit einem Freudenschrei empfangen, denn es sind noch zwei andere Österreicher im Raum, weit hinten bei der Küche sitzend, wo sie nicht weiter auffallen sollen. Das ist aber schwer möglich, denn man hört das sonore Gebrumme von Reisetbauer durch das ganze lange Zimmer.



**Ruhe vor dem Sturm:
Noch liegen die Äpfel
unschuldig im Gras.
Doch bald werden sie
zu Hochprozentigem
verarbeitet**



Reisetbauer ist ein beliebter Vierzigjähriger. Er sitzt mit dem noch beliebteren österreichischen Winzer Bernhard Ott beim Wein. Und beginnt dem Autor Schnaps einzuschenken. Selbstverständlich aus eigener Produktion. Reisetbauer selber trinkt aber nichts von seinem Williams-Brand. Eigenartig, denkt sich der Autor. Aber bitte.

Gegen Mitternacht macht Reisetbauer Anstalten, aufzubrechen. Er sagt zu Ott: „Kumm, foama (fahren wir)“. Der Autor fragt Reisetbauer und Ott, in welchem Hotel sie hier in Berlin wohnen. Darauf Reisetbauer: „Hotel? Wos füa a Hotel?“

Ja, aber irgendwo müssen sie doch schlafen? Reisetbauer: „Jo, daham. (Ja, zu Hause.)“ Spricht's, springt um 0.14 Uhr in seinen BMW und fährt den Weg nach Oberösterreich zurück. Um 6 Uhr früh erhält der Autor eine SMS. In ihr steht: „Bin zu Hause, habe den Ott vorher noch heimgebracht.“ Der Ott wohnt in Niederösterreich, etwa achtzig Kilometer von Reisetbauers Domizil entfernt. Von Berlin zu Reisetbauer sind es 700 Kilometer.

Im übrigen ist Reisetbauer das, was man in Bayern gemeinhin ein „Viech“ nennt.

Alkohol entsteht bei der Gärung aus den Kohlehydraten der zuckerhaltigen Frucht; das Geheimnis hochwertiger Zubereitung liegt indes in der Art des Destillierens im jeweiligen Brennkessel





Alois Gölles, einer der vier Musketiere im Dienste des Königs Obstbrand, die dem Zusammenschluss Quinta Essentia vorstehen, öffnet den Brennkessel. „Ein Schnaps reinigt Magen und Kopf“, sagt sein Compagnion Hans Reisetbauer

Valentin Latschen ist das Gegenteil von einem Viech. Er ist ein schlanker, feingliedriger Mann. Gerade hat er zum zweiten Mal geheiratet und macht einen glücklichen Eindruck. Latschen lebt und brennt in Klagenfurt. In Kärnten, diesem wunderschönen österreichischen Bundesland, das der Welt vor allem durch die Beherbergung von Jörg Haider bekannt ist.

Latschen ist Kärntener, wie er im Buche steht. Mit all den Widersprüchen dieses Grenzlandes, die man nicht in einem Satz erklären kann: die unbedingte Landesverbundenheit, die Heimatliebe, die einen richtig anrührt – wenn man für den Begriff Heimat noch eine Empfänglichkeit besitzt.

Latschen brennt vor allem Äpfel. Kärntner Äpfel, die vollmundig und säurebetont sind. Er brennt in einer alten Brauerei nahe der Stadt. Latschen sammelt seine Äpfel von vielen Kleinbauern, die er unter Vertrag hat. So trifft er dauernd auf bäuerliches Idyll, wie man es in Deutschland kaum noch kennt. Familienbetriebe, die aus ihren Äpfeln wunderbare Säfte pressen. Oder sie bei Latschen für den Schnaps abgeben. Neben dem Geld fällt die eine oder andere Flasche Brand ab. Die wird dann abends in der Stube langsam geleert. So kommt das Besondere auch zu den einfachen Menschen zurück, zum Ursprung des Produkts. Das gefällt Latschen besonders.

Alois Gölles wiederum ist das Gegenteil von Valentin Latschen. Denn Alois Gölles ist groß. Nicht von Statur, aber von Umsatz und Stellung. Gölles fabriziert neben seinen Schnäpsen teure Gourmet-Essige, ein Geschäft, das weltweit boomt. Er hat einen Vorzeigebetrieb in das oststeirische Riegersburg gestellt. Gölles ist bekannt für seine fassgereiften Zwetschgenbrände (Zwetschge = Pflaume). Die Früchte kommen aus dem eigenen Garten; Gölles ist – wie Reisetbauer – ein richtiger Großgrundbesitzer.

Und er ist die Nase.

Mit Gölles riechen ist ein Vergnügen. Er nimmt das Glas an die Wange, in diesem Fall ein Glas Hirschartbirne, und schnuppert einen ganzen Fächer Aromen. Wenn er die Spitze seines Zinkens in die Flüssigkeit taucht, ist es, als steige der Geruch direkt in sein Gehirn. Ahh...

„Honig, Wabe.“ Dann: „Wabe, Wachs, ein Buch, das mit Wachs gebunden ist.“ Weiter: „Baumrinde in der Sonne, Kartoffel, Kümmel, dunkles Brot.“ Was in einer Birne eben so alles drinnen ist.

Der vierte Brenner der Quinta heißt Karl Holzapfel. Er wohnt in der Wachau. Und er macht Wein. Viel Wein, guten Wein. Die Wachau, an der Donau gelegen, ist landschaftlich mit dem Rheingau vergleichbar. Oder mit der Mosel. Die Wachau ist Österreichs prominentestes Weinbaugebiet. Keiner hier gibt sich mit Schnaps ab. Außer Karl Holzapfel.

Die dominante Frucht der Wachau ist die Marille (Marille = Aprikose). Holzapfel hat eigene Gärten, aber auch Lieferanten. Sein Hauptlieferant ist ein Freizeitintellektueller, der in den deutschen Feuilletons blättert. Holzapfel ist auch kein Dummer, verbindet seine Universalbildung aber vor allem mit einem extrem trockenen Humor. So geschieht es jedes Frühjahr, dass Holzapfel mit seinem Lieferanten im Garten steht und Marillen von den kleinen Bäumen holt. Während der Arbeit wird über Wichtigeres gesprochen: über die komplizierte politische Lage im Land. Dieses Jahr wohl auch über den Euro und seine Krise. Und über das Wetter, das dieses Jahr besonders mies ist. Zuletzt landen eben doch alle Gespräche beim Wetter – egal, wo man sich befindet.

Mit ruhiger Hand wird die Maische zur Vergärung gebracht. Künstliche Zusätze? Fehlanzeige





Hochwertige Spirituosen werden durch Vergärung hergestellt (links), daraufhin folgt das Brennen an seit Generationen erprobtem Gerät (oben)

Die vier Brenner der Quinta Essentia gehen sich meist aus dem Weg. Starke Persönlichkeiten tun dies schon im eigenen Interesse. Nur am Ende der Ernte, da trifft man sich zur Besprechung. Diesmal bei Karl Holzapfel in der Wachau. Da wird gegessen und getrunken (Holzapfel hat als Einziger ein Restaurant im Betrieb). Und nachgedacht, wie es weitergehen soll. Gerade die strengen Alkoholbestimmungen haben den Schnapsproduzenten zugesetzt. Alkopops und andere Fiesheiten haben junge Konsumenten von Genuss und Qualität weggeführt. Die vier Brenner sitzen an einem Tisch und besprechen Gegenstrategien. Ein neues Getränk soll auf den Markt kommen. Mit 25 statt 43 Prozent Alkohol. Leichter und jünger soll alles werden.

Nach ein paar Stunden klappen sie die Bücher zu und trinken vom Mitgebrachten. Die herrliche Hirschartbirne ist dabei. Und eine alte Zwetschge. Und ein Apfelbrand von Latschen, der seine Herkunft aus dem Lavanttal nicht verleugnen kann, so fruchtig und frisch, wie er gerade ist. Und Hans Reisetbauer öffnet je eine Magnumflasche Williams, Wildkirsche und Vogelbeere. Wie immer muss er der Größte sein.

Da sitzen sie, die vier. Und trotz aller Umbrüche, Pläne und Erwartungen ist und bleibt der einfache Obstbrand das Produkt ihrer Herzen – „Herzstück“, wie der Mittellauf, das reine Destillat, heißt. Und das mit gutem Grund.





Zartes Erbe

Monique Meier setzt seit 30 Jahren mit „En Soie“ eine alte Seidentradition fort. Heute arbeitet die ganze Familie daran

Wer einmal ein Seidentuch von En Soie in der Hand hielt, der spürt auf der eigenen Haut, wie sich wahrhaft hochwertige Seide anfühlt. Sie fließt, sie fällt, ist weich und behält ihre Form, auch wenn sie mal zerknittert wird. In dem Züricher Traditionshaus wird alles in Handarbeit in der eigenen Manufaktur hergestellt. Monique Meier hat das seit 1894 existierende Unternehmen zusammen mit ihrer Schwester Anna Leuthold im Jahr 1980 übernommen, das Programm um Keramikprodukte, Schmuck und Möbel erweitert und Künstler wie Peter Fischli, Salmée, Luciano Castelli und nicht zuletzt Monique Meiers Ehemann Dieter – Mitglied des legendären Elektronik-Musikduos Yello – mit ins Boot geholt: Sie kreieren Vorlagen für die Entwürfe der Foulards und Stoffe.

Bevor Monique Meier dem Haus seinen heutigen Namen En Soie gab, hieß es „Abraham & Brauchbar“. Es belieferte einst die bedeutendsten Couture-Häuser in Rom und Paris: Chanel, Givenchy, Christian Dior, Balenciaga und Yves Saint Laurent. Monique Meier hatte bereits für Abraham & Brauchbar zuvor gearbeitet und die Welt bereist, um Kunden die neuesten Drucke vorzustellen, größtenteils von ihr selbst entworfen. Nach der Übernahme kam bald auch Anna dazu und ging gleichsam bei der älteren Schwester in die Lehre. Das Seidenweben liegt den beiden einfach im Blut, denn sie stammen aus einer Familie in Toggenburg, die seit dem 18. Jahrhundert Seide webt und stückt. Ein Familienerbe im wahrsten Sinne, das bei den Schwestern nicht enden wird – auch Meiers Töchter Sophie und Eleonore arbeiten bereits mit im Unternehmen. Die Zusammenarbeit funktioniert hervorragend, sagt ihre Mutter, denn ein „herrschaftsfreier Dialog auf Augenhöhe“ sei eigentlich nur in einem Familienunternehmen möglich.

En Soie, Strehlgasse 26, CH-8001 Zürich, Tel. 0041 / 44 211 59 02, www.ensoie.com





111 Jahre Tierschutz

Das Hiltl ist das älteste vegetarische Restaurant Europas. Privat guckt der Chef aber durchaus mal in die Fleischtöpfe

Wer dem Vegetarismus für eine Erfindung des 20. Jahrhunderts hält, irrt gewaltig. Schon Homer und Herodot erwähnen in ihren Schriften Völker, die sich fleischlos ernähren, und in Indien ist die vegetarische Ernährungsweise seit Jahrhunderten religiös verankert. In Europa kam der Vegetarismus als regelrechte Bewegung im 19. Jahrhundert auf, und Europas ältestes vegetarisches Restaurant steht in Zürich: Vom Hors d'œuvre über die Hauptspeise bis zum Dessert wird bei Hiltl alles ausschließlich ohne Fleisch zubereitet, und das schon seit 111 Jahren, mittlerweile in vierter Generation. Eröffnet hat das Restaurant einst Ambrosius Hiltl, Sohn eines Kleinbauern aus dem bayrischen Neumarkt, der als Schneidergeselle auf Wanderschaft in Zürich erst Stopp gemacht und sich schließlich niedergelassen hat. Er litt unter Gelenkrheuma, und da gab ihm sein Arzt die Anweisung, seine Ernährung umzustellen und auf Fleisch zu verzichten – das führte ihn ins damals sogenannte „Vegetarierheim“, ein einst verspottetes Speiselokal, das schließlich zu Hiltls Stammrestaurant wurde. Begeistert vom raschen Heilungsprozess, ließ er sich nicht lange bitten, als ein Geschäftsführer für das Lokal gesucht wurde. Zusammen mit der Köchin und seiner späteren Frau Martha Gneupel übernahm Hiltl das Restaurant bald schließlich ganz.

Heute führt sein Urenkel Rolf die Geschäfte, und das Hiltl ist noch immer die angesagte Adresse für vegetarische Feinschmecker in Zürich. Rolf Hiltl absolvierte erst noch eine Kochlehre im Grand Hotel Dolder, experimentierte mit der französischen Küche nach Altmeister Escoffier und besuchte schließlich noch eine Hotelfachschule in Lausanne, bevor er ins Familienunternehmen einstieg. Heute steht ihm seine Frau zur Seite, die sich im Hiltl um die Inneneinrichtung und die Kommunikation kümmert. Und auch wenn Rolf Hiltl lustigerweise selbst gar kein allzu eifriger Vegetarier ist – die Karotten-Pflaumen-Tagine, das Kastanien-Ratatouille oder das Kürbisragout an Safransauce im Hiltl suchen ihresgleichen: Wer da noch Fleisch braucht, ist selbst schuld. Mittlerweile verkaufen die Hiltls unter einer Eigenmarke auch Gewürze und Tees; außerdem wurde das Haus auf der Sihlstrasse in den letzten Jahren kräftig Richtung Moderne geschoben: Es gibt eine Bar-Lounge, nächtliche Events im Club Hiltl und ein Kochatelier, in dem regelmäßig Kurse angeboten werden. Nur Fleischbraten – das lernt man da selbstverständlich nicht.





Die ganze Welt im Regal

Die Schwarzenbachs verkaufen seit 140 Jahren Kolonialwaren – und jedes Produkt muss einen Geschmackstest bestehen, bevor es ins Sortiment kommt

Die Tradition drückt sich bei den Schwarzenbachs auch in den Vornamen der männlichen Sprösslinge aus: Heinrich I. Schwarzenbach gründete das Kolonialwarengeschäft vor 140 Jahren, heute führt Heinrich V. Schwarzenbach die Geschäfte. Tee, Kaffee, Trockenfrüchte, Nüsse, Schokoladen, Konfitüre, Gewürze – feinste Spezialitäten aus aller Welt gibt es in der Züricher Münstergasse. Ursprünglich hatte das Geschäft in St. Gallen seinen Sitz, 1910 ist es schließlich nach Zürich gezogen. Nicht nur die Adresse hat sich seit der Gründung geändert, auch das Sortiment ist im ständigen Wandel. Gehörten einst lediglich Teigwaren, Eier, Gewürze und Kaffee dazu, so stehen heute beste Weine, italienische Spezialitäten und dutzende Salzsorten in den Regalen. Auch ein TeeCafé direkt neben dem Geschäft ist mittlerweile hinzugekommen, wo man die verschiedenen Teesorten und den hausgerösteten Kaffee kosten kann.

Probiert wird aber zuallererst bei den Schwarzenbachs zu Hause. Dort wird gern und oft gekocht, und so muss sich jedes einzelne Produkt, das sich für den Verkauf im Geschäft eignen könnte, vorher beim Testkochen bewähren. „Was wir dann wirklich ins Sortiment aufnehmen, wird danach von allen entschieden – von der Familie und dem Personal“, sagt Geschäftsführer Heinrich V. Schwarzenbach, der zusammen mit seiner Mutter Annelies Schwarzenbach-Niederberger und seiner Schwester Brigitte Heeb-Schwarzenbach den Familienbetrieb fortführt. Zusammenhalt sei wichtig, sagt Heinrich V. Schwarzenbach, und alle größeren Entscheidungen müssten zusammen getroffen werden. Dazu gehören auch die größten Entscheidungen, die in einem Familienunternehmen getroffen werden müssen, betont der Urenkel des Firmengründers: „Der Wille zum Generationswechsel – wenn eine neue Generation kommt, muss die ältere gewillt sein, loszulassen.“

*Kolonialwaren H. Schwarzenbach, Münstergasse 19, CH-8001 Zürich,
Tel. 0041 / 44 261 13 15, www.schwarzenbach.ch*

DOMM

Flüssige Kunst in alten Flaschen: Der freudige Ausruf „Ich trinke Sterne!“ von Pierre Pérignon inspirierte den Fotografen Nicolas Bruant zum Bild „I am drinking stars“ (unten)

Lasst uns Sterne trinken

Ohne einen bestimmten Benediktinermönch gäbe es den Champagner nicht so, wie wir ihn heute kennen. Sein Zeitgenosse Louis XIV. liebte den prickelnden „Wein von Bruder Pérignon“ wie keinen anderen. Eine Reise ins Kloster Hautevillers – und nach Versailles

von *Laura Salm-Reifferscheidt*

Versailles. Eine Heerschar von Personal in edlen gelben und grünen Diener-Livreen steht im privaten Speisesaal von Louis XIV. Spalier, um die Abendgesellschaft zu empfangen, die über knarrende Parkettböden durch die leeren, spärlich beleuchteten Räume und riesigen Galerien des Schlosses spaziert ist. Die beiden Tafeln im Antichambre du Grand Couvert sind mit weißem Leinen bedeckt, das goldene Besteck glänzt im sanften Schein der – nicht ganz stilechten – elektrischen Kerzen. Die Servietten sind in Form von Enten oder Schmetterlingen gefaltet; das Dekor ist ein Bouquet aus grünen Zweigen und ganzen Fasanen. Nach und nach werden fast zwei Dutzend verführerische Gerichte serviert, kreierte von Jean-







François Piège, dem ehemaligen Chefkoch des Hotel de Crillon in Paris. Nichts ist zu verschwenderisch, nichts zu ausgefallen: Consommé mit einem Hauch von Blattgold, Roastbeef mit geräuchertem Aal, geeister Parmesankäse, ein Soufflé aus Morcheln und als Dessert – nun wiederum ganz stilecht – essbare Kerzen.

Ein Mahl, das selbst dem Sonnenkönig gerecht geworden wäre. Wenn Frédéric Cumenal, Präsident der Champagnermarke Dom Pérignon, nach Versailles einlädt, zu einem „intimen Diner an der Tafel von König Louis XIV.“, wie es in silbernen Lettern auf der Einladung geschrieben steht, dann wird nichts dem Zufall überlassen. Sogar die Gläser wurden eigens für den Anlass von der Cristallerie de Bayel hergestellt, der Königlichen

Kristallmanufaktur der Champagne. Alles soll genau so sein wie zu Zeiten des schillernden Königs, der im 17. Jahrhundert den Luxus „à la française“ prägte.

Der Rückgriff auf die Historie, auf Louis XIV. und Versailles, ist kein Marketing-Mummenschanz – es ist ein direkter Verweis auf den Gründungsmythos des Champagners und der Marke Dom Pérignon. Der „Wein von Bruder Pérignon“ war beliebt und hochgerühmt am Hofe des Königs, der diejenigen aus der Champagne allen anderen Weinen vorzog, bis ihm deren Genuss schließlich von seinem Leibarzt Guy-Crescent Fagon aus gesundheitlichen Gründen verboten wurde; danach durfte Louis Quatorze nur noch welche aus dem Burgund trinken. Doch bis der König dem Verbot Folge leistete, wurde beim Händler

Dem Himmel so nah:
Die Kirche ist das
einzige Gebäude des
Klosters Hautevil-
lers, das noch aus
der Zeit des Dom
Pérignon stammt



Louis XIV., von Beruf Sonnenkönig und beizeiten sein eigener Balletstar, in der Rolle des Apollo; Richard Geoffroy, der Chef de Cave bei Dom Pérignon

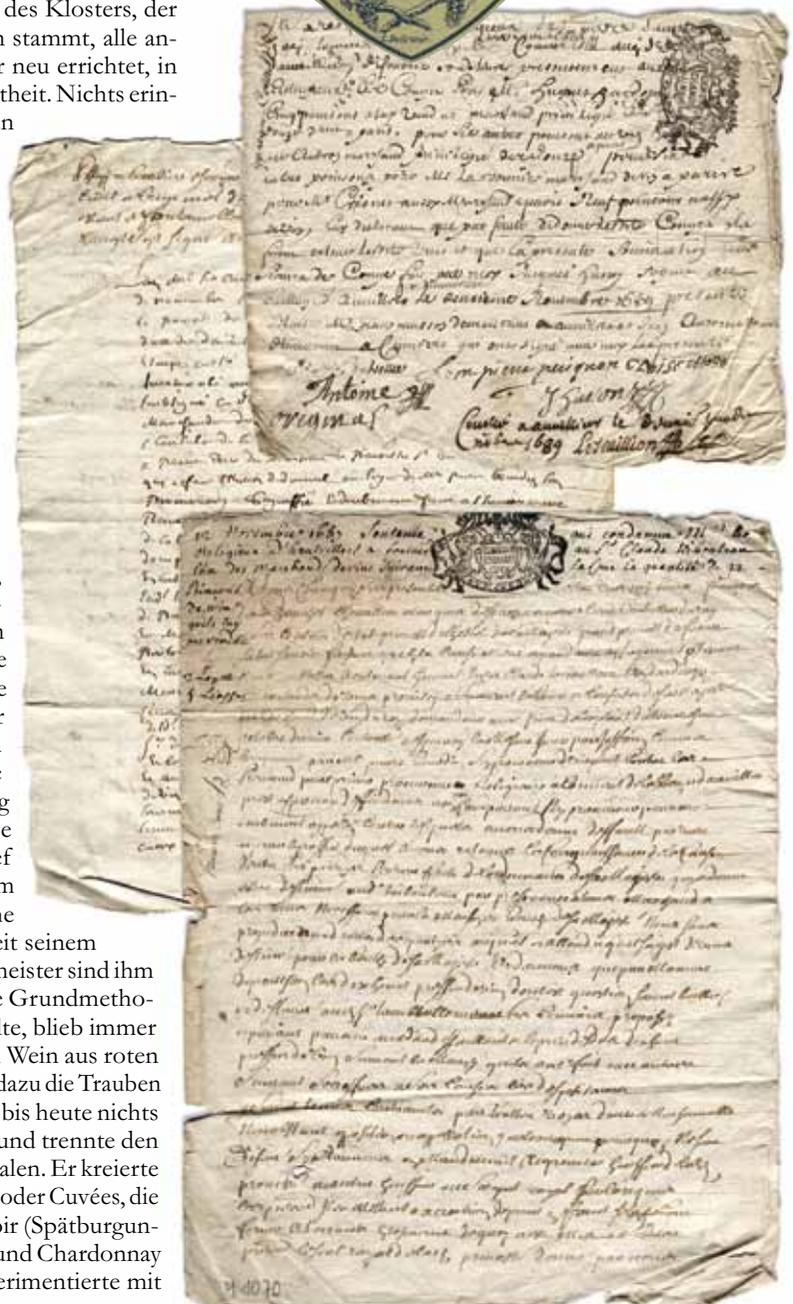
Claude Tribouveau weiter Wein geordert aus dem kleinen Kloster Hautevillers nahe Épernay, nördlich von Paris. Gekeltert wurde der von Pierre Pérignon, einem Benediktinermönch und Zeitgenossen Louis XIV. – sie wurden beide 1638 geboren und starben beide 1715. Begegnung aber sind sich die beiden Männer nie. Der Mönch gilt als Gründervater der Champagnermarke Dom Pérignon und als einer der Pioniere der „Méthode champenoise“. Nur Wein, der streng nach der von Bruder Pérignon geprägten Methode produziert wird und der aus der Champagne mit dem begrenzten Anbaugebiet von nur 34.000 Hektar kommt, darf sich auch wirklich Champagner nennen. Dies wird durch die geschützte Herkunftsbezeichnung garantiert. Alle anderen Schaumweine werden damit zu Sekt, Spumante, Cava oder Crémant degradiert.

Die Kirche des Klosters Hautevillers, das inmitten einer kargen und tristen Landschaft auf einem Hügel thront, ist mit schlichten, abgesessenen Kirchenbänken ausgestattet, über den Bänken hängt ein riesiger hölzerner Lüster. Die Kirche ist der einzige Teil des Klosters, der noch aus Zeiten von Bruder Pérignon stammt, alle anderen Gebäude wurden immer wieder neu errichtet, in berückender architektonischer Schlichtheit. Nichts erinnert hier an Luxus und Pomp, den man mit Champagner verbindet, nichts an Versailles. Obwohl Touristen Zugang zu dem Kloster haben und auch noch Messen in der Kirche gefeiert werden, wirkt alles wie ausgestorben. Eine im Kirchenboden eingelassene Marmorplatte weist auf das Grab des Mannes hin, der danach strebte, wie er selbst einst schrieb, „den besten Wein der Welt“ herzustellen. Als Pierre Pérignon 1668 seine Arbeit als Chef de Cave aufnahm, verdiente das Benediktinerkloster gutes Geld mit der Herstellung von Rotwein. Doch das genügte dem frommen und strebsamen Mönch nicht.

„Pierre Pérignon war Perfektionist“, sagt Richard Geoffroy, der seit 1990 Kellermeister von Dom Pérignon ist, dessen Mutterhaus Moët & Chandon der größte Schaumweinproduzent der Champagne ist. Geoffroy steht in einer Galerie über der Kirche, durch die großen Fenster in seinem Rücken blickt man auf die Ebene und die Weinberge dahinter; am Ausgang zur Galerie erhebt sich eine lebensgroße Steinstatue von Dom Pérignon als Relief aus der Wand, er reckt seinen rechten Arm hoch und hält eine Champagner-Flasche in seiner Hand. Bald 300 Jahre sind seit seinem Tod vergangen, verschiedenste Kellermeister sind ihm zwischenzeitlich nachgefolgt, doch die Grundmethode, die Pierre Pérignon einst entwickelte, blieb immer die gleiche: Man keltert weißen, klaren Wein aus roten Traubensorten, ganz vorsichtig werden dazu die Trauben mit der Hand gepflückt, daran hat sich bis heute nichts geändert. Pérignon presste die Reben und trennte den recht farblosen Saft sofort von den Schalen. Er kreierte die Zusammensetzung der Grundweine oder Cuvées, die heute aus den drei Rebsorten Pinot Noir (Spätburgunder), Pinot Meunier (Schwarzriesling) und Chardonnay verschnitten werden. Der Mönch experimentierte mit



Wenn Louis XIV. nicht gerade neuen Wein der Abtei Pérignon bestellte (unten), führte er auch mal Krieg – das Gemälde oben zeigt den König bei der Einnahme Maastrichts 1673



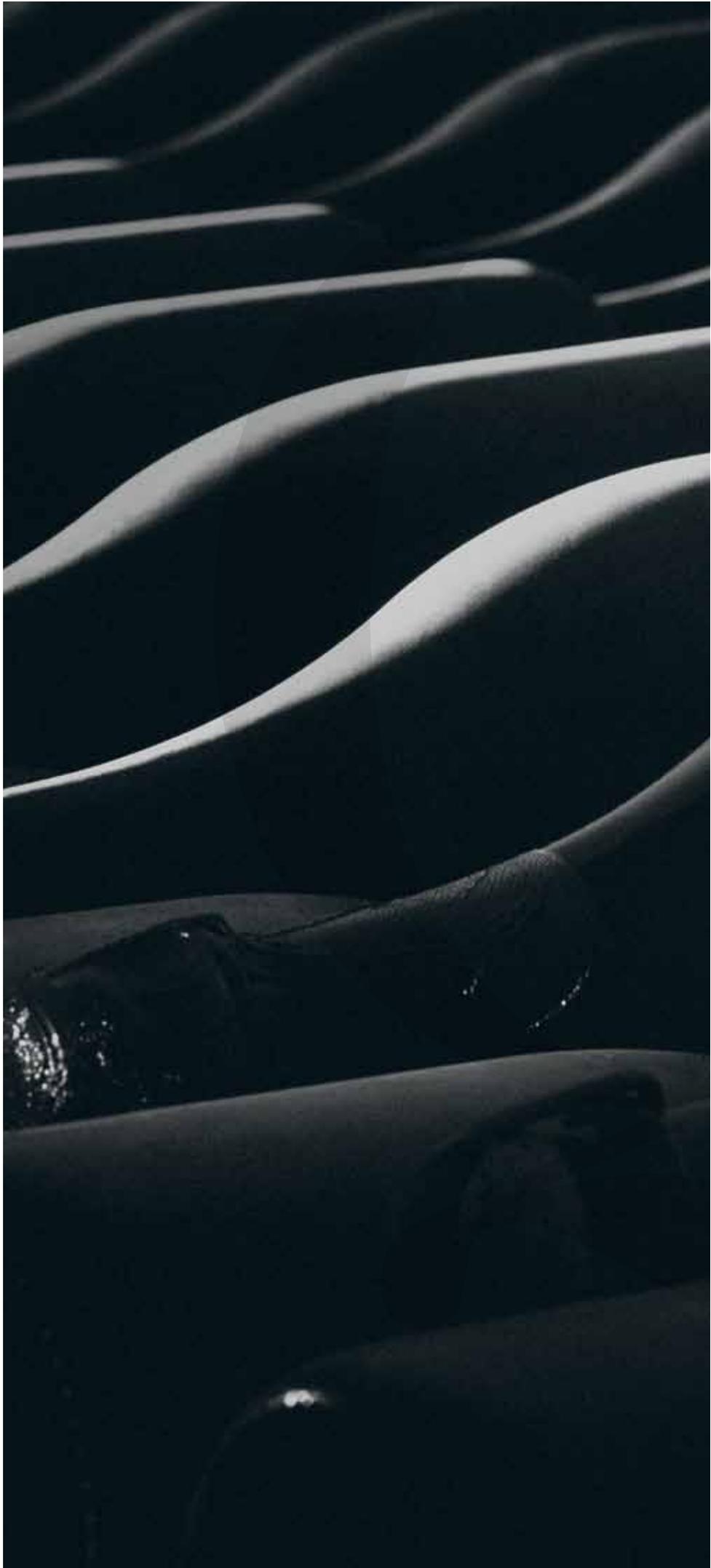
der Abfüllung des Weines in Flaschen, was keineswegs neu war. Schon die Engländer importierten volle Fässer aus Frankreich, füllten den Wein in Flaschen ab und ließen ihn mit zugesetztem Zucker gären. Problematisch war allerdings, dass die meisten Flaschen dem Druck der Kohlensäure, die durch die Gärung produziert wurde, nicht standhielten und explodierten. Pérignon kam auf die Idee, Flaschen mit dickerem Glas zu verwenden und diese – statt mit einem Holzplättchen wie bis dahin üblich – mit einem Korken zu verschließen. Doch gewollt waren die kleinen Bläschen im Wein keineswegs, vielmehr waren sie ein unerwünschtes Nebenprodukt. Es dauerte, bis der Ordensbruder schätzen lernte, dass das sanfte Perlen den Geschmack des Weines intensivierte, und er der Legende nach ausrief: „Ich trinke Sterne!“ Das Getränk machte den Benediktinermönch noch zu seinen Lebzeiten berühmt. Schon Ende des 17. Jahrhunderts erzielte das Kloster damit Preise, die fünfmal so hoch waren wie die von herkömmlichen Rotweinen aus der Gegend. Auch heute noch zahlt man einen stolzen Preis für eine Flasche Dom Pérignon. Der aktuelle Vintage aus dem Jahr 2000 kostet ab 140 Euro, der Rosé 1996 ab 350 Euro.

„Pérignon nahm das Abenteuer und die harte Arbeit auf sich, um etwas Neues zu kreieren“, sagt Chef de Cave Richard Geoffroy. Der Oenologe hat den wohl begehrtesten

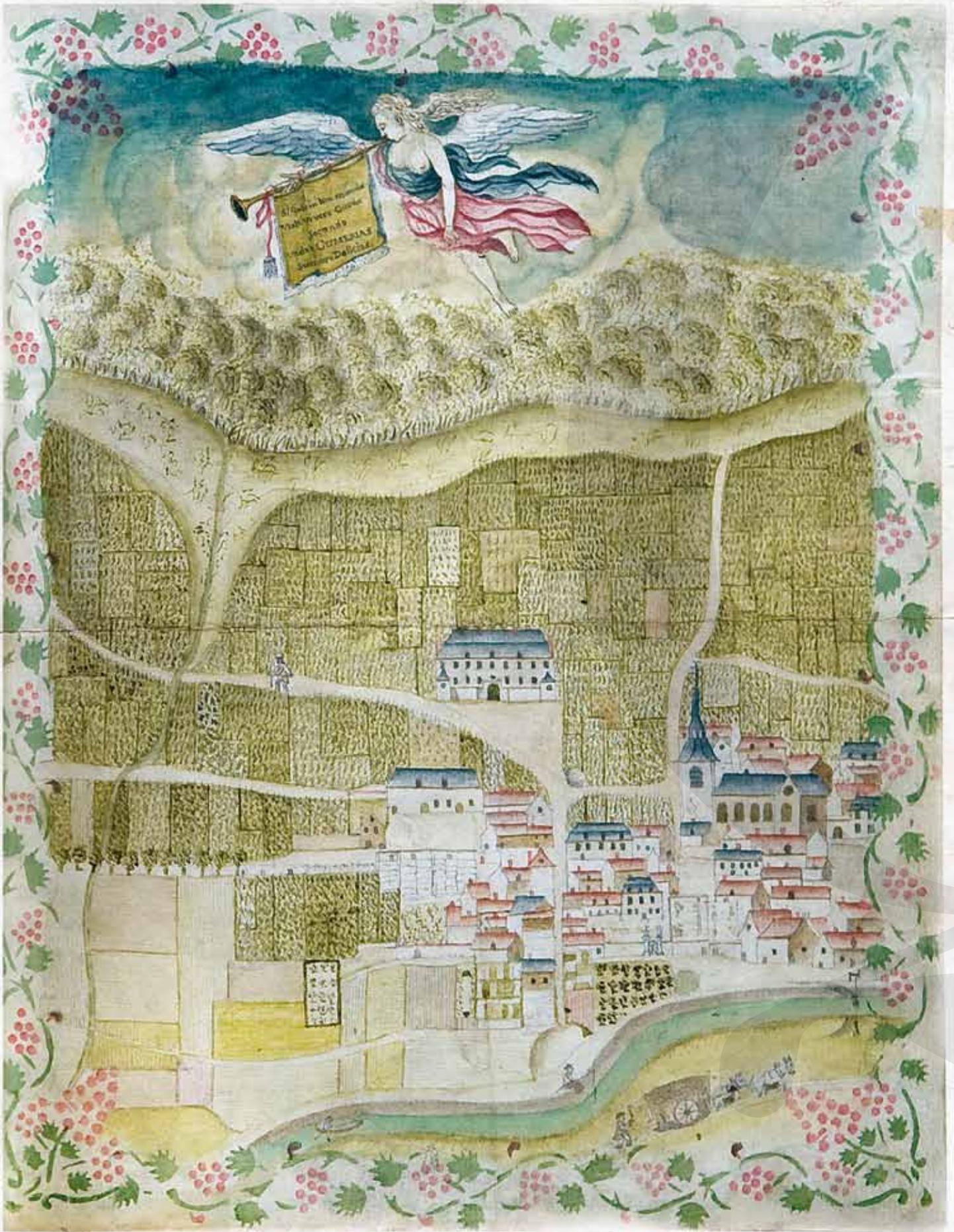
„Wir sind dem Geist von Bruder Pérignon treu geblieben, indem wir nach dem Absoluten streben“, sagt Kellermeister Geoffroy

Job in der Champagner-Branche. Geoffroy kommt selbst aus der Region, aus Côte de Blancs, er entstammt einer Winzerfamilie, und dennoch wollte er zunächst nichts mit Wein zu tun haben – nach der Schule studierte er Medizin und machte 1982 seinen Doktor. Der Mittfünfziger nennt das heute seine „Rebellenphase“. Doch die währte nicht lange; unmittelbar an die Promotion hängte Geoffroy noch ein Oenologie-Studium an. Sein erster Arbeitgeber war dann bereits das Mutterhaus von Dom Pérignon, Moët & Chandon, das ihn zunächst nach Kalifornien schickte ins Napa Valley, wo Moët & Chandon seit den siebziger Jahren eine Art französischen Sekt-Außenposten unterhält. Seine heutige Position, sagt Geoffroy, verdanke er wohl vor allem der Absolutheit, mit der er sich der Idee des Champagner verschrieben hat. Wenn er über seinen Edeltropfen spricht, gerät er regelrecht in Ekstase, seine Augen beginnen zu strahlen, seine Hände deuten Explosionen an, ob des Esprits seines Weines.

„Wir sind dem Geist von Bruder Pérignon treu geblieben, indem wir immer nach dem Absoluten streben: Jeder Jahrgang erfindet sich neu“, sagt Geoffroy. In einem „Manifest der Kreation“, wie er es nennt, hat er zum ersten Mal die Grundsätze der Champagner-Herstellung auf Papier festgehalten. „Ich habe in Worte gefasst, was schon immer bekannt war, es ist der Schlüssel zu Dom Pérignon, es ist unsere Wahrheit“, philosophiert der Kellermeister.





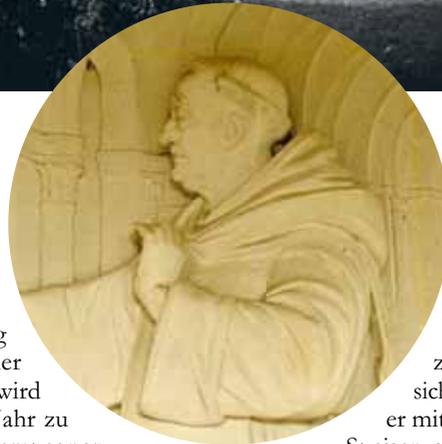


Louis XIV. und Pierre Pérignon begegneten sich niemals. Ihre Lebenswelten (rechts: Schloss Versailles, links eine historische Zeichnung des Weinguts des Klosters Hautvillers) wären wohl auch zu verschieden gewesen



Zu diesen Prinzipien zählt unter anderem, dass der Champagner nur durch die *Assemblage* entsteht, ein Schritt, der auf Pérignon zurückgeht. Diese Kunst der *mariage*, der Vermählung verschiedener Rebsorten nur der besten Grands-Crus-Hanglagen, wird geheimgehalten und variiert von Jahr zu Jahr. Im Gegensatz zu anderen Champagner-Produzenten, die dabei auch noch Grundweine verschiedener Jahrgänge verschneiden, gibt es Dom Pérignon nur als Jahrgangschampagner oder Millésimes. Werden die Trauben den Ansprüchen des Kellermeisters nicht gerecht, wird einfach kein Jahrgang deklariert. In einer Dekade kommt das vielleicht drei- bis viermal vor. Die Entscheidung liegt allein bei Richard Geoffroy. Doch es wird nichts verschwendet, die Trauben werden in solchen Jahren dann vom Mutterhaus Mœt & Chandon verarbeitet. Hinzu kommt, dass der Millésimes sieben Jahre oder mehr reifen muss, normaler Schaumwein nur mindestens 15 Monate. Die unzähligen Flaschen, die in den fast 30 Kilometer langen unterirdischen Kalksteingewölben unter dem Stammsitz von Mœt & Chandon in Épernay lagern, werden täglich von den Remueurs (den Rüttlern) um nur eine Achtdrehung bewegt. Bis zu 40.000 Flaschen pro Tag schafft ein erfahrener Rüttler – ein aussterbender Beruf, in den meisten Häusern erledigen diese Aufgabe längst Maschinen. Durch die Drehung wird der Winkel der Flaschen so verändert, dass diese nach ein paar Wochen ganz auf dem Kopf stehen. So entstehen die feinen Perlen, ohne dass sich die Hefe mit dem Wein vermischt.

So althergebracht die Methode, so innovativ ist Richard Geoffroy in anderer Hinsicht: So machte er im Jahr 2000 mit der Oenothèque-Reihe erstmals die alten Jahrgänge von Dom Pérignon der Öffentlichkeit zugänglich. Die Oenothèque war bis dahin eine Art Geschmacks-Bibliothek, ein vom Kellermeister gehüteter Schatz, den er als Erbe an seinen Nachfolger weiterreichte – sozusagen als „Cave de Chef de Cave“. Während der Millésimes nach sieben Jahren seine Reife erreicht, ist die Lagerung der Dom Pérignon Oenothèque, die noch auf der Flasche weiterreift, auf Jahrzehnte ausgelegt. Dennoch behält



der Champagner seine Frische und Intensität. „Die Oenothèque ist sozusagen die DNS aller Weine von Dom Pérignon, der ultimative Ausdruck eines Weines, dessen Stil sich der Zeit widersetzt“, sagt Richard Geoffroy.

Nie wird er müde, sich Neues ausdenken. Er reist in fremde Länder, um sich inspirieren zu lassen. In Japan schockte er mit seiner Probierfreudigkeit exotischer Speisen sogar hartgesottene Gourmets, man kann mit ihm problemlos über den Geschmack seltener Seeigelarten fachsimpeln. Geoffroy ist ständig auf der Suche nach raffinierten Geschmäckern. „Es geht darum, den Wein in Szene zu setzen, ihn in das richtige Licht zu rücken“, sagt der 55-Jährige. Noch bevor er seine erste Muttermilch trank, kam er in den Genuss von Champagner. Denn wie es in der Region üblich ist, werden die Lippen eines jeden Neugeborenen damit benetzt. Und so wie der Wein das Leben von Geoffroy über die Jahre geprägt hat, hinterlässt dieser, als aktueller Schöpfer von Dom Pérignon, seinen Fingerabdruck auf jedem Jahrgang.

Wie viel Champagner unter seiner Regie jedes Jahr hergestellt wird, ist Firmengeheimnis. Man kann es sich ungefähr ausrechnen: Im Jahr 2008 wurden weltweit insgesamt 322 Millionen Flaschen Champagner verkauft, der Anteil der Prestige-Cuvées, wie Dom Pérignon einer ist, lag bei 4,1 Prozent, also knapp 13 Millionen Flaschen – und die Premium-Marke von Mœt & Chandon ist eindeutiger Spitzenreiter unter den Prestige-Cuvées. Noch immer bleibt der Großteil des in der Champagne produzierten Schaumweines in Frankreich, wo pro Kopf jährlich fast drei Flaschen getrunken werden. Hinter Großbritannien und den USA steht Deutschland an dritter Stelle der Champagner-Importeure. Dennoch kommt man hierzulande nur auf einen Pro-Kopf-Genuss von 0,15 Flaschen. Wir scheuen offenkundig davor zurück, einen hohen Preis für ein wenig Vergänglichkeit zu zahlen. Für Geoffroy aber ist es keine Frage des Geldes, sondern eine Geisteshaltung, ob man sich Champagner gönnt.

„Für mich ist Champagner ein Abenteuer, das in der Zeit des Mönchs Pierre Pérignon begann und bis heute weitergeht: Wer einen Schluck nimmt, wird Teil des Abenteuers“, sagt Richard Geoffroy, „und das ist noch lange nicht vorbei – es wird uns alle überleben.“ —



Silke 1,30/5,30
Apfelkuchl, Süsses Quark
Nuss, Mandel, Feige
Sauce 1,80/2,80
Dessert oder Haher 1,20/2,80
Kuchel 1,20

Als gebürtiger Österreicher bringt Florian Niedermeier ein kleines Stück Alpenland in die deutsche Hauptstadt. Die traditionell österreichischen Speisen und das gemütliche Ambiente kommen gut an in Berlin

Tante Emma Reloaded

Die gemütlichen alten Gemischtwarenhandlungen starben einen langsamen Tod. Nun hat eine junge Generation keine Lust mehr auf Supermarkt und feiert mit einem verloren- geglaubten Konzept Erfolge: Hausgemachtes, Gutbürgerlichkeit – und viel Liebe

von David Baum



Und eines Tages standen wir alle in langen Supermarkt-gängen voller Fertigprodukte. Niemand kümmerte sich um uns. Der Einzige, der noch aktiv beim Einkauf kommunizierte, war der Flaschenrücknahmeautomat mit seinem grellen Alarmton, wenn einer versuchte, eine Nicht-Pfandflasche einzuwerfen, um sie illegalerweise in einen Geldbon umzuwandeln.

Dass uns die sprichwörtliche Tante Emma, die wir durch Vernachlässigung wie eine ins Altersheim abgeschobene und nie wieder besuchte Oma verhungern hat lassen, insgeheim fehlte, haben die Marketingexperten von Edeka als Erstes begriffen. Aber nur, weil man lustige Verkäufer in der Fernsehwerbung die Illusion vom gü-tigen Gemischtwarenhändler mit persönlichem Interesse am Kunden nachspielen ließ, kam dieses Gefühl nicht mehr zurück. Diese Heimeligkeit, die entsteht, wenn sich jemand an unsere liebsten Fruchtgummitiere erinnert und sie uns mit einem Augenzwinkern zusteckt. Jemand, der es schon früher nicht übel nahm, wenn wir in die Taschen

KÖLN
Metzgerei Schmitz
 Aachener Straße 28, 50674 Köln
 seit 2005

BESITZER
 Dirk Mecky

CREDO
 Trotz der zentralen Lage im Herzen von Köln wirkt die Metzgerei Schmitz wie ein Geheimtipp, der mit seinem vielfältigen Angebot an Quiches, Kuchen und Salaten die verschiedensten Leute anlockt

SPEZIALITÄT
 Eine Merguez mit einem Teller Linsensalat. Als Dessert sollte man das Schoko-Datteltörtchen probieren

Fotografiert von Nancy Ebert



„Was wolln's denn machen mit die Kalbsschnitzerl? Involtini?“

Das Einzige, was noch an die ehemalige Metzgerei erinnert, ist ihr Name. Heute überwiegt das vegetarische Angebot

unserer kurzen Hosen ein paar Kaugummikugeln von der Theke verschwinden ließen und wenn es dann doch mal ein Schokoriegel war, den Gegenwert dezent auf die Anschreibelleiste unserer Mutter setzte.

Aber das war uns ja alles nicht so wichtig, wir wollten schließlich Flugmangos statt Äpfel vom benachbarten Bauernhof, wir verlangten nach nicht nur einer Marke unförmig großer Essiggurken, sondern bestanden darauf, aus 14 verschiedenen Cornichonsorten zu wählen, wir fanden es zu bieder, anschreiben zu lassen, wir wollten auch unsere paar Lebensmittel mit der Amex bezahlen.

Plötzlich hatte jedes bisschen Zuwendung seinen Preis. Eine Enklave der Herzlichkeit war stets Feinkost Käfer in München. Wenn der große, dicke Metzgermeister im Stammhaus an der Münchener Prinzregentenstraße fragte: „Was wolln's denn machen mit die Kalbsschnitzerl? Involtini? Dann geb ich Ihnen diese hier, die passen b'sonders gut und mein Tipp: Füllen's das nicht wie üblich mit Karoterl und Gurkerl, sondern mit Wachteleier, das ist dann eine Sensation.“ Und beim nächsten Einkauf, auch

wenn es zwei Wochen später war, da dröhnte es einem gleich entgegen, im tiefem gemütlichen Metzgerbass, „obs was g'wordn sind, die Involtini, und ob die Gäst' zufrieden gewesen“ wären. Auch wenn die Strategen von Deutschlands berühmtesten Gourmetladen immer auf Bodenständigkeit geachtet haben, muss man – sofern das eigene Bewusstsein jenseits der Münchener Partyschickeria von 1986 ansetzt – angesichts der CO₂-Werte, die das eingeflogene Mineralwasser von den Fiji-Inseln erzeugen musste, oder der abartig immensen Auswahl an Ossietrasorten schier verzweifeln.

Jan Schawe gehört seit vielen Jahren zur schicken Hamburger Avantgardeszene, die sich bevorzugt im ehemaligen Arbeiterviertel St. Georg tummelt und dort saniert und redesignt, was ihr in die Hände gerät und recht zupackend ihre Visionen umsetzt. Lange Zeit war er Assistent des berühmten Produktdesigners Peter Schmidt, der totschicke Flakonflaschen für Joop und Sander kreierte wie auch das Logo der Hansestadt selbst. Er betrieb die exaltierte „Bar Hamburg“ und ankerte vor dem verschlafenen Grand-Hotel-

Kasten „Atlantic“ mit einem coolen Party-Sonnendeck auf der Alster namens „Amora-Club“.

„Ich habe schon vor Jahren das unbestimmte Gefühl gehabt, dass in der Lebensmittelbranche ein Wandel bevorstehen würde“, erzählt Schawe, der seit nunmehr zwei Jahren schräg gegenüber dem deutschen Schauspielhaus unweit der szeneträchtigen Langen Reihe das Geschäft mit dem vielsagenden Namen „Mutterland“ betreibt. Hier kulminieren die verschiedenen Bedürfnisse und Sehnsüchte eines jungen und alternativ-großstädtischen Bürgertums zu einem genialen Konzept. „Viele Manufakturen und familiengeführte Betriebe haben in unserer Supermarktwelt kaum die Möglichkeit, ihre Produkte anzubieten, obwohl genau diese ein großes Publikum ansprechen. Wir haben traditionelles Essen und ausschließlich regionale und in Deutschland hergestellte Produkte, beschäftigen uns sehr mit der Geschichte einer jeden Ware, seiner Herstellung und geben dieses Wissen an unsere Kunden weiter“, sagt Schawe. Sein Angebot zwischen „Jüdischem Apfelkuchen“ und Hartwürsten vom Auerochsen, nordfriesischen Teesorten und dem wohl schmackhaftesten Bio-Spiegelei Norddeutschlands lockt nicht nur Kunden an, sondern auch das Interesse der

Konkurrenz. „Es vergeht kein Tag, an dem nicht Leute kommen, die mit kleinen Kameras aus der Hüfte Bilder schießen, um sich – sagen wir – inspirieren zu lassen.“

Der deutsche Einzelhandelsverband hat das Mutterland nicht umsonst in diesem Jahr zum „Store of the Year“ in der Kategorie Lebensmittel gekürt.

Tatsächlich ist der Laden ein ausgeklügeltes Meisterwerk, dem es in seinen beiden Räumen gelingt, eine Vielzahl an Stimmungen einzunehmen. Dort ein bisschen stilisierter Hamburger Kontor, wie man sie zuhauf in der Speicherstadt findet und wo man Stunden verbringen kann, bloß die diversen Teesorten zu studieren, da eine Gourmettheke mit dem frischen, duftenden Brot und den Lebensmitteln, hinten eine Ecke mit Holztischchen zum Verweilen und Verkosten. Die Präsentation der Waren funktioniert einerseits über eine bescheidene, funktionelle Aufmachung und doch einer Aufwertung der ruralen Erzeugnisse durch eine entsprechend designte Präsentation. Selbst das klassische Einweckglas wird da zu einem Kleinod. Wenn das die Oma noch hätte erleben dürfen.

Ähnliche Konzepte finden sich in Hamburg vor allem in der Sternschanze, dem anderen alternativen Viertel mit stattlichem Kreativpotenzial, das nicht auf bürgerliche Werte verzichten will. Im „Juwelier“ etwa in der entzückenden Weidenallee, sitzt man auf wackeligen Holzstühlchen,

Bei Sascha und Andreas dreht sich alles ums Essen. Kochbücher und -kurse erweitern ihr Feinkost-Angebot



HAMBURG

Mutterland

Ernst-Merck-Straße 9-11,
20099 Hamburg

seit November 2007

BESITZER

Jan Schawe und seine Mutter

CREDO

Mutterland bietet liebevoll präsentierte Delikatessen von familiengeführten Manufakturen aus Deutschland (Made in Germany) an

SPEZIALITÄT

Die Produkte der eigenen Linie, wie Tee, Kaffee oder Honig. Auch beliebt sind der „Kalte Hund“ aus der Kuchentheke und das Holzofenbrot

Fotografiert von Jan Riephoff





Die Bauernregel „Zurück zur Scholle“ findet hier fröhliche Anwendung

genießt seinen Rote-Bete-Melonensaft und sucht sich beim Nachhausegehen noch ein eingewecktes Hühnerfrikassee aus oder selbsteingekochte Quittenmarmelade.

Dass ausgerechnet Läden hier die Bauernregel der frühen Ökobilandung „Zurück zur Scholle“ zur fröhlichen Anwendung bringen, ist bemerkenswert. Auf Traditionelles, Gutbürgerliches reagiert man hier ebenso offen und zeigt auch gegenüber dem Gourmetsegment keine Berührungsängste. Das ist Zeugnis eines gesellschaftlichen Wandels und tiefgreifenden Trends. Hier leben und konsumieren die Kinder der 68er, der ehemaligen Friedensbewegungsanführer, der Ökobilanddenker. Man könnte sagen, die „Generation Nina Hoss“, die, wie die Schauspielerin und Tochter eines Grünbilandgründers, ihre Kindheit auf Anti-Atom-Demos und in Waldorfschulen zugebracht haben. Nun gehen sie ihren Jobs nach, verdienen prima, leben ganz selbstverständlich ökologisch und sozial bewusst, gründen Familien und rufen ihre Kinder Friedrich, Ludwig oder Anna-Elisabeth. Politische Kategorien wie links und rechts haben sich verflüchtigt, man sorgt sich um Umwelt und die Gerechtigkeit ganz



Ob hier wohl auch die Generation Neo-Emma herbeiphilosophiert wird?

genauso wie um die eigene Karriere und eine möglichst elitäre Schulbildung der Kinder. Das ist der gesellschaftliche Humus, in dem die Kultur der neuen Tante-Emma-Läden gedeiht.

Berlin, das schon Hauptstadt alternativen Establishments war, als die Bundesregierung noch in Bonn logierte und die Mehrheit der jungen Menschen in Deutschland noch dachten, sie wären Teil einer „Generation Golf“, ist schon seit Jahren fest in der Hand der wiedergeborenen Tante Emma. In Berlin Mitte tummeln sich eine Vielzahl an Retro-Chic-Läden mit Hang zum Fallobst aus dem Brandenburgischen. Die „Milchhalle“ in der Auguststraße hat die Milchkanne zum Logo und bevorzugten Dekorationsmittel erhoben und verbreitet den Charme des Frischgemolkenen. Auf den Toiletentürchen finden sich Scherenschnittfiguren, wie man sie noch aus dem Poesie-Album aus Volksschultagen kennt und aktiviert bewusst Schlüsselreize aus vermeintlich heiler Kinderzeit. Der große, dunkle und grobe Holztisch, an dem alle Gäste gemeinsam sitzen, Cappuccino schlürfen oder Birchermüesli aus schweren Glasbechern löffeln,

könnte auch als soziales Experiment gemeint sein. In der gleichen Straße finden sich ähnliche Läden im spezialisierten Bereich. Ein paar Meter höher hat zum Beispiel ein Schokoladenfachgeschäft namens Int’Veld aufgemacht, das mit dem Charme des Kolonialwarenladens kokettiert.

Als Champs Elysée alternativen Retrohandels darf die Kollwitzstraße am Prenzlauer Berg bezeichnet werden. Im Boom des Stadtteils um die Jahrtausendwende hatten sich hier einige Unternehmer aus dem Westen etwas verhaben, indem sie glaubten, mit luxuriösen Läden hier ein zweites Schwabing oder Eppendorf aus dem Boden stampfen zu können. Inzwischen eröffnen aber wieder viele neue Läden – bevorzugt mit dem Prinzip szeniger Bodenständigkeit. Einer heißt „Meierei“ und gilt als Geheimtipp der kulinarisch ambitionierten Bevölkerung. Die Meierei hat sich völlig dem alpenländischen Speisegut verschrieben und verfügt über ein kurioses Angebot zwischen österreichischer Almdudlerlimonade, Marillenmarmelade und Essiggemüse von Staud’s Wien, schweizerischem Hirsebrei, Käsespezialitäten und Südtiroler Speck. Auf der Speisekarte stehen Köstlichkeiten wie ein äußerst zartes Ochsenngulasch mit Serviettenknödeln, Leberkäse mit Kartoffelsalat oder Münchner Weißwürste, die man im zugewachsenen Hinterhof verspeisen kann. Dort sitzt dann auch amüsanterweise Florian Illies, der die Generation Golf erfunden hat und man kommt nicht umhin, kurz darüber nachzudenken, ob er gerade auch die Generation Neo-Emma herbeiphilosophiert. Wohl eher nicht.

„Madame Miamiam“ in Köln, „Milchhalle“ in Berlin, „TH2“ in Hamburg und „Lebensmittel in Mitte“ aus Berlin (im Uhrzeigersinn von oben links) – die neue „Tante-Emma“-Generation



MÜNCHEN
Aroma Kaffeebar
 Pestalozzistr. 24, 80469 München
 seit August 1998

BESITZER
 Jürgen Altmann

CREDO
 Liebevoll geführte Kaffeebar mit hausgemachten Produkten und außerdem ein „moderner Krämerladen“, wo der Kunde ein breites Sortiment an Feinkost und Geschenken aus aller Welt findet

SPEZIALITÄT
 Die Kaffeegetränke

Fotografiert von Fabian Zapotka

Was die Münchner zu Jürgen Altmann ins Glockenbachviertel lockt, ist im wahrsten Sinne des Wortes das Aroma

BERLIN
Rée Kaffee
 Brunnenstraße 5, 10119 Berlin
 seit Juli 2009

BESITZER
 Holger Hönck & Desirée Pitrowski-Rönitz

CREDO
 Ausgezeichneter Kaffee aus selbst zusammengestellten Bohnensorten und handgefertigte, saisonal variierte Spezialitäten

SPEZIALITÄT
 „Ziege im Nest“, das sind Blätterteig-küchlein mit würzigem Ziegenkäse und saftigen Datteln

Fotografiert von Holger Talinski

MÜNCHEN
Ida's Milchladen
 Kreuzstraße 23, 80331 München
 seit Oktober 1979

BESITZER
 Ida Eppinger

CREDO
 Ein kleiner Laden mit einer bemerkenswert großen Auswahl an hausgemachten Speisen mit gutem Preis-Leistungsverhältnis sowie schneller und freundlicher Service und einzigartigem Tante-Emma-Flair

SPEZIALITÄT
 Die hausgemachten leckeren Fleischpflanzerl werden immer wieder gelobt

Fotografiert von Fabian Zapotka



Eine junge Journalistin, die in der „Meierei“ an der Theke wartet, findet aber, dass die neue Ladenkultur dem Vergleich mit den alten Greißlern und Krämern nicht standzuhalten vermag. „Es sieht alles wie früher aus, aber der Charme kam damals zufällig zustande. Heute ist alles so überlegt und fühlt sich völlig anders an. Denn hier ist keiner herzlich, was vermutlich auch gar nicht geht bei der Laufkundschaft. Aber die Mühe, das rauszufinden, machen sich die meisten Ladenverkäufer gar nicht.“ Mutterland-Besitzer Jan Schawe aus Hamburg hat dazu auch eine klare Haltung. „Es würde auch keinen Sinn machen, meinen Mitarbeitern Herzlichkeit ins Jobprofil zu schreiben. Das hat man oder hat man nicht. Wichtig ist, dass sie sich auskennen und bemühen.“ Vielleicht hat die wirkliche Nachfolge der alten Gemischtwarenläden, die aus den Vierteln verschwunden sind, ohnehin längst jemand ganz anderes angetreten. Der Spruch „Tante Emma wurde abgelöst von Onkel Mehmet“ war zwar erst zynisch gemeint und galt eben nur für Liebhaber von Schafskäse und Fladenbrot. Doch an vielen Orten zeigt eben auch die fortgeschrittene Integration ihre Erfolge. An der Hamburger Weidenallee unweit des „Juwelier“ hat gerade ein türkischstämmiges Ehepaar seinen Laden eröffnet. Neben frischem Obst und Gemüse – zum Großteil aus dem nahe gelegenen „Alten Land“, den obligatorischen anatolischen Spezialitäten gibt es auch gutes deutsches Biobrot und – siehe da – Gläser mit der guten alten Essiggurke, von denen die Besitzerin kleinen Kindern, die mit ihren Müttern kommen, des Öfteren eine mit einem herzlichen Lachen schenkt. —



Von der Pasteurisierung
über die Labzugabe
bis hin zur Reifung –
alles passiert in dem
Käsekessel

M M

Mach mal Cheese

Kenner rümpfen gern die Nase über lokale Spezialitäten, die fern der ursprünglichen Heimat nachgemacht werden. Doch für den Büffelmozzarella der Familie Henrion aus Brandenburg spricht einiges: echte Leidenschaft etwa. Und der Geschmack

von Laura Salm-Reifferscheidt, Fotos Maurice Weiss

Diesen Moment, als sie zum ersten Mal in einen Büffelmilchmozzarella biss, hat Elke Henrion bis heute nicht vergessen. Es war nicht lange nach dem Mauerfall, als sie mit ihrem Mann und dem damals fünfjährigen Sohn einen ersten Ausflug machte in das Berliner KaDeWe, den Konsumtempel des Westens. Die Auswahl war überwältigend für die Familie aus Ostberlin; die Vitrinen prallgefüllt, Schinken aus Parma, Senf aus Dijon, Camembert aus der Normandie, Olivenöl aus der Toskana. Genüsse aus der ganzen Welt unter einem Dach vereint. Die Henrions, die schon immer Käseliebhaber waren, so weit das beim eingeschränkten Angebot in der DDR eben möglich gewesen war, griffen als Erstes zu einem echten Mozzarella di Bufala Campana aus Süditalien. Sie hatten bis dahin nur Kuhmilchmozzarella gekannt, und der schmeckte fade, wie Gummi. Der Käse aus Büffelmilch hingegen war anders: die Konsistenz außen fest und innen weich, der Geschmack würzig und leicht säuerlich. Die Henrions waren verzaubert, selbst der kleine Sohn, „er wollte nur noch den teuren Mozzarella essen, er war ganz verrückt danach“, erinnert sich Elke Henrion. Sie und ihr Mann waren damals noch Studenten, den Luxus konnte sich das Paar nicht leisten. „Da entstand die Idee, eines Tages selber Büffelmilchmozzarella herzustellen“, sagt die heute 47-Jährige, während sie sich in ihrer weißen Arbeitskluft über einen stählernen Käsekessel beugt und mit einer Art überdimensioniertem Lineal die Masse zerteilt – der erste Schnitt.





Mit dem Käse ist es wie mit den Ideen – beides braucht Zeit zum Reifen

Die Stahlkessel und Maschinen in der Käserei glänzen. Der weiß gekachelte Raum ist blank geputzt. Alles ist steril, wie in einem OP-Saal im Krankenhaus. Nur der Geruch nach Desinfektionsmittel fehlt. Stattdessen weckt der süße Duft von heißer Milch Erinnerungen an die Kindheit. Eine Eieruhr klingelt. Der nächste Schritt steht an: Mit einer Käsescharfe, die wie der Schneebesen eines Riesen aussieht, wird der Bruch gestochen. In jedem Raum der Käserei hängt eine Uhr an der Wand. Zeit spielt eine wichtige Rolle beim Käsemachen und ist dennoch nicht das einzige Erfolgsgeheimnis bei der Herstellung von Mozzarella. Vielmehr ist es ein Balanceakt zwischen dem richtigen Timing und nichts Weiterem als Gespür. „Der Käse braucht seine sechs Stunden zum Reifen, aber manchmal dauert es eben länger. Da wird es dann sehr stark zu einer Gefühlssache“, sagt Elke Henrion.

Und genau wie mit dem Käse ist es auch mit Ideen, die brauchen manchmal Zeit zum Reifen. Und so dauerte es, bis das Ehepaar Henrion ihre Idee, irgendwann einmal Büffelmilchmozzarella selbst herzustellen, in die Tat umsetzte. Sie fuhren oft von Berlin hinaus aufs Land, sahen sich dort nach einem geeigneten Hof um. Doch erst 1997 kam die Gelegenheit, den Hof von Henri Henrions Urgroßeltern, dessen Nachkommen verkaufen mussten, zu erwerben. Der Vierseithof aus rotem Backstein mit 140 Hektar Grund liegt am Ortsrand des hübschen Garnisonsstädtchens Jüterbog in Brandenburg, 70 Kilometer südlich von Berlin. An der Holztür zum Hof hängt ein unauffälliges Schild mit der Aufschrift „Bobalis“. Lässt man die vielbefahrene Hauptstraße hinter sich und tritt in den großen, mit Steinen gepflasterten Innenhof, wird man von Idylle umfungen. Vögel zwitschern im wilden Wein und im Efeu, der sich die Mauern herunterrankt, ein riesenhafter Black Russian Terrier trabt gemächlich umher. Alles ist sauber und gepflegt. Das war nicht

immer so. Als die Henrions den Hof bekamen, hausten noch eine Straßenbaumeisterei und ein Kindergarten in dem heruntergekommenen Gebäude. Einschusslöcher in den Mauern erinnerten noch immer an die letzten Tage des Zweiten Weltkriegs, die Rote Armee war im April 1945 in Jüterbog einmarschiert. „Manche Freunde hielten uns für verrückt, in diese Bruchbude zu investieren“, sagt Elke Henrion. Und als sich in der Umgebung herumsprach, dass die Zugezogenen eine nachhaltige und naturnahe Landwirtschaft aufziehen wollten, waren die Reaktionen anfangs auch nicht gerade positiv. „Die Leute dachten, ökologisch sei gleichbedeutend mit dreckig.“ Doch das Ehepaar ließ sich auch davon nicht abschrecken und begann mit der Renovierung des alten Gemäuers.

Auch wenn sich die Henrions mit dem Käsemachen noch nicht wirklich auskannten, so zumindest mit Kühen. Die beiden hatten sich bei ihrer Ausbildung in einer LPG in Mecklenburg kennengelernt, später folgte das Studium der Tiermedizin an der Humboldt-Universität in Berlin. Dennoch fehlte den beiden jegliche Erfahrung mit Wasserbüffeln, diesen mächtigen, ursprünglich aus Asien stammenden Tieren. So kam es ihnen gerade recht, als sie in einem Zeitungsartikel über eine gewisse Contessa Caproni aus Italien lasen. Die Landwirtin und Luftfahrtunternehmerin schwärmte darin über die Vorzüge der Wasserbüffelhaltung.

Doch bei der Zeitung wollte man mit der Telefonnummer der Gräfin nicht herausrücken. „Mein Mann war kurz davor, nach Italien zu reisen und den Fluss, an dem ihr Anwesen laut dem Artikel lag, so weit entlang zu fahren, bis er es eben gefunden hätte“, sagt Elke Henrion. Der Redakteur erbarmte sich schließlich doch und stellte einen Kontakt zur Büffelgräfin her. Henri Henrion machte sich auf den Weg und stattete der italienischen Dame einen Besuch ab. Ihr Wissen über die Wasserbüffel teilte Contessa Caproni großzügig mit den Henrions. Bis zu ihrem Tod war sie dem Bobalis-Hof in Brandenburg eine wertvolle Beraterin.

Schon seit dem Mittelalter haben Italiener Erfahrung mit der Haltung und Zucht von Wasserbüffeln, auf Lateinisch „Bubalus bubalis“. Daher leitet sich auch der Name des Bauernhofs der Henrions – Bobalis – ab. Vor allem Mönche im Süden des Landes setzten diese besondere Rinderart als Arbeitstiere auf den Feldern ein. Aus ihrer Milch wurde in den Klosterküchen würziger Käse gemacht, und so geht die Geschichte des Mozzarella und seines Namens

auf eine Abtei nördlich von Neapel zurück. Die Mönche von San Lorenzo ad Septimum nahe Aversa schenkten den vorbeiziehenden Pilgern zur Stärkung etwas Brot mit einem Stück Käse, den sie von einem großen Leib abschnitten, was auf Italienisch „mozzare“ heißt. Der Begriff Mozzarella erschien dann zum ersten Mal in schriftlicher Form im späten 16. Jahrhundert in einem Kochbuch von Bartolomeo Scappi, der in der vatikanischen Küche als Leibkoch für mehrere Päpste arbeitete.

Ihre ersten 32 Murras, die als ergiebigste der Milchbüffelrasse gilt, holten die Henrions 1998 nicht aus Italien, sondern aus Bulgarien, auch dort gibt es Büffelzucht. Heute stehen knapp 190 Tiere auf den Wiesen des brandenburgischen Hofes. Im Hintergrund recken sich die Türme der gotischen Nicolaikirche und des Rathauses von Jüterbog in den Himmel. Langsam nähert sich Elke Henrion einer Büffelgruppe



Der Mozzarella ähnelt den Büffeldamen, denen er entstammt: Er ist kapriziös und schwierig

auf der Weide. Die majestätischen Tiere folgen mit ihren großen Augen jeder Bewegung ihrer Halterin. Wachsam stellen sie ihre Ohren auf und trotten langsam auf die Frau zu. „Ich hänge an den Tieren. Als wir unseren ersten Bullen geschlachtet haben, wollte ich von seinem Fleisch nicht einmal probieren. Das habe ich nicht übers Herz gebracht“, sagt Elke Henrion. Sie krault nun eine der Kühe vorsichtig am Hals und flüstert ihr ein paar beruhigende Worte ins Ohr: „Na, mein kleiner Schnuppelhasel!“

Die mächtigen Büffel sind erstaunlich schüchtern und stressempfindlich. Vor allem beim Melken entpuppen sie sich als wahre Princesse. Nur die beiden angestammten Melker werden akzeptiert. Nicht

einmal zusehen, geschweige denn fotografieren dürfen wir dabei. „Die merken sofort, wenn da eine Kamera steht. Das spricht sich herum und dann zicken sie“, sagt Elke Henrion. Das wirkt sich nicht nur auf die Menge der Milch aus, die sie geben, sondern auch auf deren Qualität und dabei ist die Ausbeute ohnehin schon gering. Büffelkühe geben in einer Laktationsperiode von zirka 300 Tagen etwa 2.000 Liter; bei normalen Milchkühen sind es im gleichen Zeitraum bis zu 9.000 Liter. Da zählt natürlich jeder Tropfen. Dafür ist die Milch der Wasserbüffel gehaltvoller, sie hat einen hohen Anteil an Kalzium und Vitaminen und einen niedrigen Cholesteringehalt im Fettanteil. Damit auch eine einwandfreie Qualität sichergestellt ist, testet der Landeskontrollverband die Milch alle zwei Wochen.

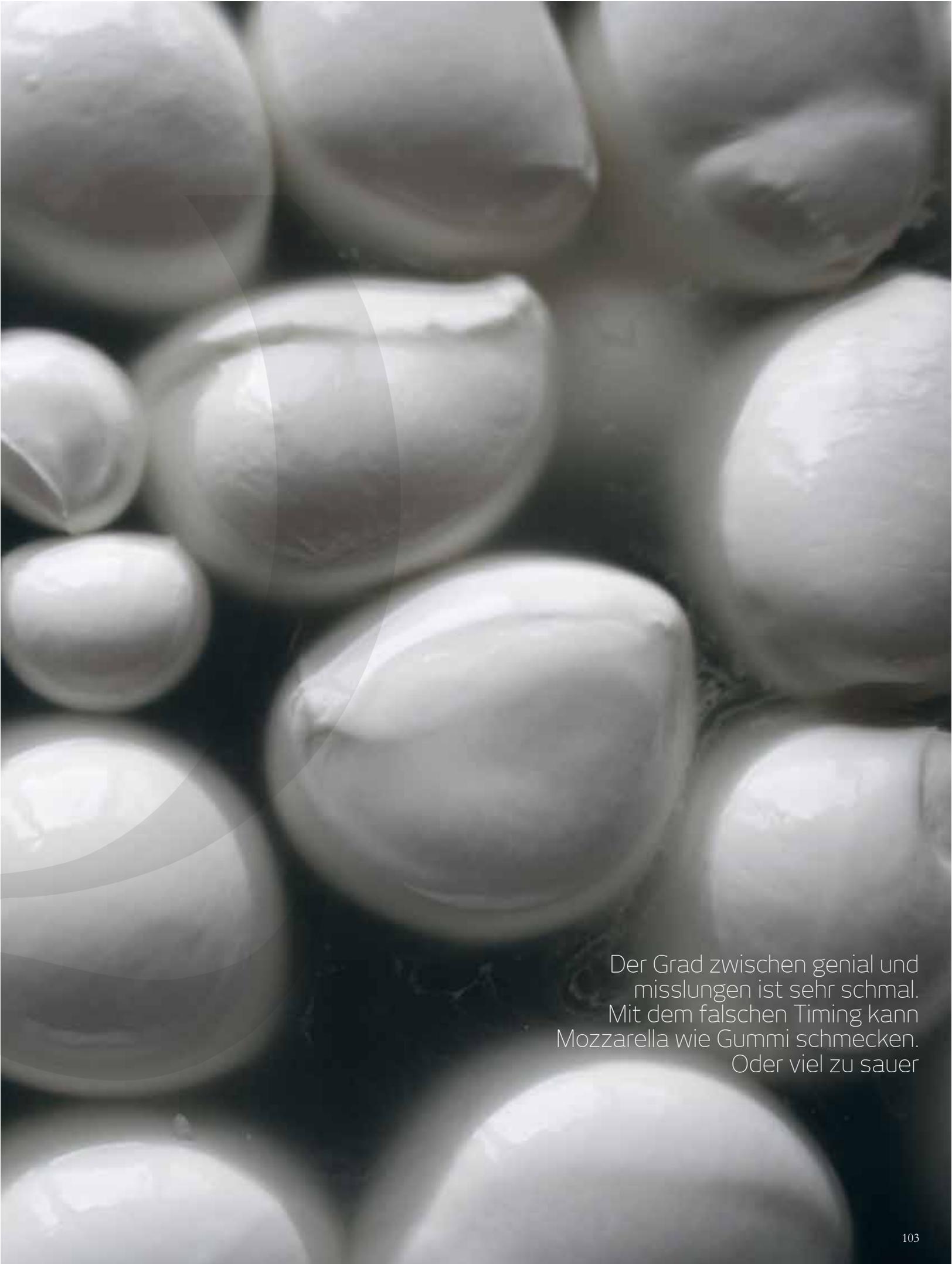
Mit den Mozzarella-Experimenten begann es, nachdem Bruno – so hieß das erste Kalb des Bobalis-Hofs – zur Welt kam. „Wir fingen mit Rezepten an, die wir im Internet fanden“, sagt Elke Henrion. Zunächst hatten sie noch keine richtige Käserei, die Masse wurde im Kochtopf angerührt. Daran, wie viel Milch sie vergeudeteten, um den perfekten Käse herzustellen, will sie lieber nicht mehr zurückdenken. Nach unzähligen misslungenen Versuchen fassten die Henrions den Entschluss, dem Geheimnis des Büffelmilchmozzarellas lieber direkt an der Quelle auf den Grund zu gehen. „Eine Freundin sagte zu mir: Blondier dich doch einfach noch mal ordentlich nach, und dann gehts ab nach Italien!“, Elke Henrion muss angesichts dieses Spruchs auch im Nachhinein noch lachen. Tatsächlich musste sie am Ende gar nicht in den Süden reisen und ihren Charme spielen lassen. Denn Italien kam zu den Henrions nach Brandenburg in Gestalt eines Mannes namens Gino: Der in Deutschland lebende Käsemeister aus Latium, dessen Familie schon seit vielen

Generationen Mozzarella herstellte, bot seine Hilfe an. Fast zwei Jahre blieb Gino bei Bobalis und weihte die Mitarbeiter in das Geheimnis der Mozzarella-Produktion ein.

Heute weiß Elke Henrion, dass man vor allem Geduld braucht, um guten Käse herzustellen. „Man muss aushalten können, dass zwischendrin mal ein paar Stunden gar nichts passiert“, sagt die Käserin, die nun in einem blumigen Rock und einem Trägerhemd im Innenhof in der Sonne sitzt. Sie hat jetzt Pause, nun müssen die Bakterien ihre Arbeit in der Käsemasse leisten, bis der Käse schließlich reif ist. Elke Henrion bleibt nichts anderes als Warten. Wie sie so dasitzt, könnte man sie auch für eine Tänzerin halten: Ihre blonden Haare fallen offen auf die Schultern, elegante goldene Ohrringe unter-







Der Grad zwischen genial und
misslungen ist sehr schmal.
Mit dem falschen Timing kann
Mozzarella wie Gummi schmecken.
Oder viel zu sauer

streichen ihren langen Hals. Ihre Haltung ist makellos. „Wir sind Luxusbauern“, sagt sie von sich und ihrem Mann und fügt hinzu: „Als wir hier anfangen, sind wir von einer anderen Perspektive ausgegangen. Wir haben unser Geld woanders verdient, wir waren nicht abhängig von dem, was wir hier erwirtschafteten. Es fing als ein Hobby an.“ Die ausgebildete Tierärztin arbeitete noch am Institut für Risikobewertung in Berlin; ihr Ehemann noch an der Humboldt-Universität.

Sie ließen sich Zeit, züchteten die Büffel aus dem eigenen Bestand und schafften sich nach und nach Maschinen für die Käserei an. Sechs Jahre dauerte es, bis sich das Geschäft mit dem Mozzarella schließlich rentierte. Heute übersteigt die Nachfrage nach dem Käse sogar das Angebot. Doch um die Produktion zu steigern, müsste expandiert werden. Das aber würde für die Henrions zu viele Veränderungen bedeuten, es würde das sensible Gleichgewicht stören, mit dem sie ihr Lebens- und Berufsmodell gestaltet haben. Im Januar hat sich Elke Henrion für zwei Jahre von ihrem Job beurlauben lassen. Sie will nun ganz für die Arbeit auf dem Hof da sein, zumindest eine Weile. „Solange ich dabei glücklich bin, ist es gut“, sagt sie. Vielleicht kommt daher auch die Muse, ihre völlige Entspannung. Gemütlich trinkt sie ihren Kaffee, ansonsten tut sie nichts, als dem Geschwätz der Vögel zu lauschen.

Dann blickt sie doch mal auf ihre Uhr. Das Warten ist vorbei. Sie zieht wieder ihre Arbeitskleidung an, versteckt ihr Haar unter einem weißen Netz, steigt in ihre Gummistiefel und streift den weißen Kittel über. In der Käserei wartet schon ihre Mitarbeiterin Silvia Schulze auf sie. So wie Gino den Henrions die Kunst des Käsemachens beigebracht hat, haben diese ihr Know-how an Silvia Schulze weitergegeben. Anfangs erledigte Silvia Schulze alle möglichen Aufgaben, die auf dem Hof so anfielen. „Ich habe dann gemerkt, dass sie ein Gefühl für Milch hat, und habe sie in die Käserei geholt“, sagt Elke Henrion. Die Brandenburgerin hat nicht nur ein Gefühl für Milch, sie liebt auch die Produkte, die bei Bobalis daraus gezaubert werden. Zum Beispiel die kleinen Mozzarella-Kügelchen, Bocconcini genannt, oder der frische Ricotta, der aus der überschüssigen Molke gewonnen wird. „Frisches Brötchen mit Ricotta und Erdbeermarmelade ... wie Kuchen, sag ich mall“, schwärmt die Käserin, während sie durch eine Öffnung in dem stählernen Käsekessel greift, etwas von der Masse herauszieht und diese mit Wasser vermischt. Bei der ersten Ziehprobe wird die Konsistenz

des Mozzarellas getestet. Nimmt man ihn zu früh heraus, kann er zu gummig werden. Lässt man ihn zu lange reifen, wird er zu sauer und ist dann nicht mehr zu gebrauchen. Das ist eine Sache von Minuten. Der Grad zwischen Gelingen und Misslingen ist schmal. „Es ist uns aber auch schon passiert, dass die Reifung einfach nie zu Ende ging. Wir mussten die Masse – das Produkt von immerhin 700 Litern Milch – dann komplett in den Müll kippen.“ Fragt man Elke Henrion, woran das liegen könnte, zuckt sie mit den Schultern. Immer wieder stehen ihr Mann und sie vor dem Rätsel eines Kessels voll von verdorbenem Käse. Erklären können sie es sich selbst nicht.

„Es ist immer wieder spannend, was rauskommt“, sagt Elke Henrion, die gerade den Häcksler mit großen Käseblöcken füttert. Die zerkleinerte Masse kommt dann in eine Knetmaschine und wird mit Wasser vermengt. Von dort aus gelangt



Bis Familie Henrion endlich die richtige Konsistenz gefunden hatte, wurde viel Milch verschwendet. Aber das war es wert

der dickflüssige Käse in eine Formrolle. Anfangs haben sie den Mozzarella mit der Hand geformt, heute plumpsen die weißen Bälle direkt aus der Form in ein Wasserbad. Hin und wieder fängt Elke Henrion einen auf, testet die Konsistenz, die Festigkeit der Haut, das perfekte Aussehen und taucht ihn dann behutsam ins Wasser. Für die beiden Käserinnen ist die Spannung jedoch noch nicht vorbei. Der Mozzarella kommt noch eine Stunde in eine Salzlake. Elke Henrion hebt einen Arm voll mit Käsekugeln aus dem Wasserbecken in eine stählerne Badewanne mit einer trüben Flüssigkeit und sagt: „Man weiß nie, was passiert. In der Lake können sich die Kugeln plötzlich zusammenziehen.“ Doch heute läuft alles glatt. Die Ausbeute ist gut. Aus den 157

Kilogramm Teig werden große Mozzarella, kleine Bocconcini, Provolone und Scamorza geformt. Nur zweimal die Woche wird Käse hergestellt, doch dann ist die gesamte Mozzarella-Produktion meist schon verkauft, bevor die Kugeln aus den Formen in das Wasserbad plumpsen.

Vor allem Bioläden aus Berlin, aber auch Kunden aus Bayern bestellen bei Bobalis. Sogar ein paar italienische Restaurants schwören auf den Mozzarella di Brandenburgo. Er ist fester als der italienische Käse, praktischer zu schneiden und hält länger. Doch die Hofbesitzerin ist selbstkritisch: „Um das Original zu zaubern, fehlt uns noch der letzte Kick.“ Selbst wenn der Bobalis-Mozzarella eines Tages Perfektion erreichen wird, wird er nicht so schmecken wie der aus Süditalien. „Bei uns bekommen die Tiere nur Gras und Heu zu fressen“, sagt Elke Henrion. In Italien sorgt Silage oder Gärfutter für einen etwas saureren Geschmack des Käses. Den echten Mozzarella

di Bufala Campana kann man nur am ersten Tag essen. „Da ist er noch ganz weich und saftig“, sagt Elke Henrion, „am zweiten Tag ist er schon so sauer, dass er nur noch als Pizza-Belag taugt.“ Die Mozzarella-Hersteller um Neapel legen auch Wert darauf, sich von Käsereien anderswo und vor allem von dem faden, wässrigen Konkurrenten aus Kuhmilch abzuheben. So wurde Mozzarella di Bufala Campana 1996 als Marke EU-weit geschützt. Nur Käse, der aus Kampanien in Süditalien kommt, darf so genannt und mit der Auszeichnung DOP (Denominazione di origine protetta) gekennzeichnet werden.

Mit einem scharfen Messer schneidet Elke Henrion einen der weißen Kugeln in Viertel. Mit ihren Fingern testet sie die Haut, drückt ein Stück Käse zwischen Daumen und Zeigefinger, bis Milch herausfließt. Sie zieht einzelne Lagen des frischen Mozzarellas ab. Dann beißt sie in ein Stück, kaut langsam und konzentriert. Sie ist zufrieden. Der Geschmack stimmt, „leicht säuerlich und doch noch milchig“. Die Anspannung

fällt sichtlich von den beiden Käserinnen ab. In Momenten wie diesen vermisst Elke Henrion ihren Sohn, der in Berlin studiert. „Er ist bis heute unser schärfster Kritiker“, sagt sie und fügt hinzu, dass er sich bei ihnen sogar mal bedankt habe, dass sie ihm guten Geschmack beigebracht haben. „Er wurde eben nie gezwungen, etwas aufzuessen. Nur kosten, das musste er immer!“

Ob ihr Sohn eines Tages das zum Beruf gewordene Hobby der Eltern übernehmen wird, weiß Elke Henrion nicht. „So weit denken wir noch nicht, ich lebe für den Moment“, sagt sie. Vielleicht liegt es auch an dieser südländisch gelassenen Art, dass der Brandenburger Mozzarella dem aus Kampanien mittlerweile ein ernstzunehmender Konkurrent ist. —



TOURBILLON
EWIGER KALENDER

MANUFACTURE
FRANCK MULLER
GENEVE

Interaktion

¡Salud, campeón!

Im argentinischen Mendoza gedeiht die Malbec-Traube wie nirgendwo sonst auf dieser Erde. Ein Weinlesestück

von Dieter Meier, Fotos von Jan Riephoff

Als ich 1973 zum ersten Mal nach Buenos Aires reiste, um meinen Vater in schwieriger Mission zu begleiten, war ich ein Artist, der die Unfähigkeit, ein Dichter zu sein, mit schriller Kleidung kompensierte, die er als getragenes Pamphlet in die Welt hinausposaunte, um ja nicht mit dem Radezkymarsch verwechselt zu werden. Der große Tansini, ein Friseur beim Zürcher Café „Odeon“, der sein strahlend weißes Gebiss herzeigte wie ein Großwildjäger die kapitalen Stoßzähne des größten Bullen, der im Orinoco-Delta im letzten Jahrhundert gesichtet wurde, trimmte meinen Haarschopf auf die bourgoise Länge und beim ersten Herrenausstatter der schönen Stadt Zürich kaufte ich einen englischen Anzug.

Als Geschäftsmann verkleidet betrat ich die südliche Halbkugel und nach dem Besuch einer Estancia (zu deutsch Landgut) war mir klar, dass ich mich früher oder später in Argentinien niederlassen würde, um irgendetwas anzubauen und es wachsen zu sehen. Dass meine romantische Vorstellung 25 Jahre später Realität wurde, erstaunt mich wie jedes Ziel, das ich erreiche. Wenn ich nun als Zauberlehrling auch noch Reben pflanze, um einen Wein zu keltern, ist das eine Vermessenheit, die ich mit dem sokratischen Prinzip, zu wissen, dass ich nichts weiß, auszugleichen versuche.

Mendoza ist die südamerikanische Metropole des Weins und das Weltzentrum des Malbec. 25.000 Kilogramm Trauben pro Hektar ringen die quantitativ verrückten Argentinier der trockenen Erde ab, um den enormen Bedarf der italienisch-spanischen Einwanderer seit der Jahrhundertwende zu decken. Die gießen im Schnitt, Greise und Säuglinge inbegriffen, hundert Jahresliter Wein in sich hinein, der leicht süß und angeröstet schmeckt, so, wie die sechs fingerdicken Steaks, die sie dazu in sich hineinwuchten, als gäbe es kein morgen.

Im Westen Mendozas erhebt sich 7.000 Meter hoch das gewaltige Andenmassiv und ewiger Schnee verzuckert den Krater des Tupungato. Den Schneemassen ist es zu danken, dass in den Hochebenen am Fuß der An-



Bezahlbar: Der DM ist ein klassischer Malbec mit einladender Frucht und geschmeidigem Körper und kostet 4,50 Euro

den die Früchte wachsen wie im Paradies. Jedes Jahr zur Schmelze schwillt der Rio Mendoza zu einem brüllenden Strom und bringt über weitverzweigte Kanalsysteme das Wasser in die Weinberge und in die Stadt, wo selbst die Bäume der Prachtalleen, die kathedralenhoch stehen wie in Aix-en-Provence, nur wachsen können, weil sie unterirdisch bewässert werden.

Die Malbec-Traube, auch Auxerrois, Côt, Noir de Pressac, Malbek oder Medoc Noir genannt, kommt aus Frankreich. Früher war sie im französischen Bordeaux sehr populär und ist auch ein Bestandteil im sogenannten Bordeaux-Verschnitt. Sie verliert dort immer mehr an Bedeutung, weil sie sehr anfällig ist gegen Verrieseln, Mehltau und Fäule. Sie ist aber immer noch die Hauptsorte in Cahors im Südwesten Frankreichs. In Europa wird sie auch in Norditalien und Spanien angebaut. Im Jahre 1868 wurde die Diva unter den Trauben vom Franzosen Michel Pouget nach Argentinien gebracht.

Auf 1.000 Meter über Meer schaffen die kühlen Nächte, die heißen trockenen Tage und das intensive Sonnenlicht zusammen mit den sandigen, seit Jahrmillionen von den Anden mineralisierten Böden ideale Voraussetzungen für fast alle Traubensorten – aber vor allem für den Malbec, der in dieser Gegend bessere Resultate bringt als irgendwo sonst auf der Welt. Blauschwarz ist die Farbe der Traube, fein die Schale, weich das Fruchtfleisch. Aus ihr wird ein korpulenter Wein mit intensiver Farbe und ausreichenden Tanninen gekeltert, die einen langen Reifeprozess ermöglichen.

Soll man jedoch Geschmack und Geruch eines Weins mit Wörtern bewerfen? Es ist so schwierig wie der Versuch, ein Streichquartett von Beethoven auf einen verbalen Nenner zu bringen. So begeben sich mich denn in die Niederungen verzweifelter Wortwahl und vergleiche die Aromen des jungen Malbec mit getrockneten Pflaumen, Veilchen, Blaubeeren und Schwarzkirschen, bei der reifen Diva aber kommen Vanille, Tabak, Zimt, Trüffel und schwarzer Pfeffer dazu. Mögen Sie dem Malbec-Hammer möglichst bald persönlich begegnen.

www.ojodeagua.ch

Dieter Meier in der Kronenhalle: Musiker, Biofarmer, Konzeptkünstler, Unternehmer, Designer – der Zürcher behauptet sich auch in Geschäftswelten souverän.

In Gewerke
liegt die Stärke
durch den Hammer
fürcht die Kraft.



Verzicht bedeutet Freiheit

Fastenexpertin Françoise Wilhelmi-Toledo begleitet die Gäste der berühmten Buchinger Fastenklinik auf ihrem Weg zum Verzicht. Dabei hat sie festgestellt, dass der größte Luxus darin besteht, nicht alles haben zu wollen

von Françoise Wilhelmi de Toledo

Wenn heute von Verzicht die Rede ist, schlägt die Stimmung schnell um. Wir erinnern uns an die Äußerungen des ehemaligen Berliner Finanzsenators Thilo Sarrazin vor einem Jahr, der in den Medien vorrechnete, wie viel Geld ein Mensch, auf den der Begriff Armut zutrifft, zum Leben hat. Und dabei herausfand, dass es sich – inflationsbereinigt – um mehr handelt, als der durchschnittliche Bundesbürger der Sechziger, der sich über Wirtschaftswunder und Aufschwung freute, zur Verfügung hatte. Er erntete aus allen politischen Lagern Proteste und wurde der „Verhöhnung sozial schwacher Schichten“ bezichtigt.

Verzicht ist eben nur dann schön, wenn er freiwillig ist. Die Entwicklung der öffentlichen Diskussion ist gerade in der derzeitigen Krise signifikant. Egal ob Finanzmärkte zusammenbrechen, Konzerne und Landesbanken insolvent sind – die meisten Menschen scheinen nicht bereit zu sein, auf Lebensstandard und gegebenenfalls Luxus zu verzichten. Das „höher, schneller, weiter“, für das die Finanzwirtschaft gescholten wird, gilt im privaten Bereich weiterhin als unbedingte Norm. Für mich persönlich ist Luxus nicht primär etwas üppiges Materielles, mir bedeutet eher Minimalistisches, Emotionelles etwas. Die meisten Menschen würden es vermutlich als luxuriös empfinden, den neuen Mercedes zu besitzen oder irgendwelche kostbaren Metalle, dabei haben bekanntermaßen solche Werte selten Bestand, denn zum eigenen Glück trägt all das nicht wesentlich bei.

Lassen wir uns also auf neue Begriffe von Luxus und Glück ein. Ein Gefühl von Luxus, endlich losgelöst von Begriffen des Teuren und Uner-schwinglichen – denn darauf werden wir in Zeiten der Krise womöglich verzichten müssen –, sollte für etwas stehen, das allen zugänglich ist: umweltfreundliche, einfache Dinge. Ein schöner Sonnenuntergang sollte Luxus sein, wenn ich ihn in Ruhe genießen darf. Der Umstand jedoch, dass eine solche so eine Anregung als zynisch aufgefasst werden könnte, verdeutlicht, wie schwierig es sein wird, eine solche Neudefinition zu realisieren.

Als Ernährungsmedizinerin kann ich täglich beobachten, was der freiwillige Verzicht beim Essen, also das Fasten, an Glück bedeuten kann. Wie luxuriös es empfunden werden kann, dann zu essen, wenn man wirklich Hunger hat. Ob eine Gemüsesuppe oder eine Foie gras ist dann völlig egal. Luxus bedeutet, hungrig zu Tisch zu gehen, eine gesunde und nahrhafte Mahlzeit einzunehmen und sie auch genießen zu können, danach wieder arbeitsfähig zu sein und am nächsten Morgen den Gürtel nicht verstellen zu müssen. Ein besonderer Lustgewinn kann – das scheint für den Vertreter der reinen Lehre der Konsumgesellschaft vermutlich absurd – gerade im zu Verzicht bestehen. Hunderte von Menschen aller Kulturkreise aus rund 50 verschiedenen Ländern entdecken jedes Jahr in unserer Fastenklinik Verzicht als eines der höchsten Luxusgüter. Viele haben luxuriöse Häuser an den besten Orten der Welt und doch genießen sie ihr 20–30-Quadratmeter-Zimmer während der zwei, drei Wochen in

Überlingen am Bodensee. Verzicht hat mit einer inneren Haltung zu tun, es bedeutet, sich für ungewöhnliche Blickwinkel zu öffnen, sich selbst und die Welt einmal wahrzunehmen. Indem auf Materielles, Nahrungsmittel, berufliche Tätigkeit, Alltagsroutine verzichtet wird, öffnet sich ein neuer Zeitraum. Keine Einkäufe, Vorbereitungen, lange Mahlzeiten, Völlegefühle, stattdessen Zeit, Begegnungen, Erfahrung des unendlichen Reichtums des Einfachen und Unscheinbaren. Zeit, um zu lesen, zu reflektieren, die Natur zu bewundern und seinen Körper zu spüren. Bei einer Wanderung oder auf einem Laufband „facing the lake“. Selbst die Erfahrung, echte Langeweile zu riskieren, kann Einsichten bedeuten, denn es heißt, den „Signaturen“, wie Otto Buchinger die Grenzmarken unseres Daseins nannte, nahezukommen. Aufmerksam auf die Körpersprache, auf subtile Nuancen unserer emotionalen Alchemie zu achten.

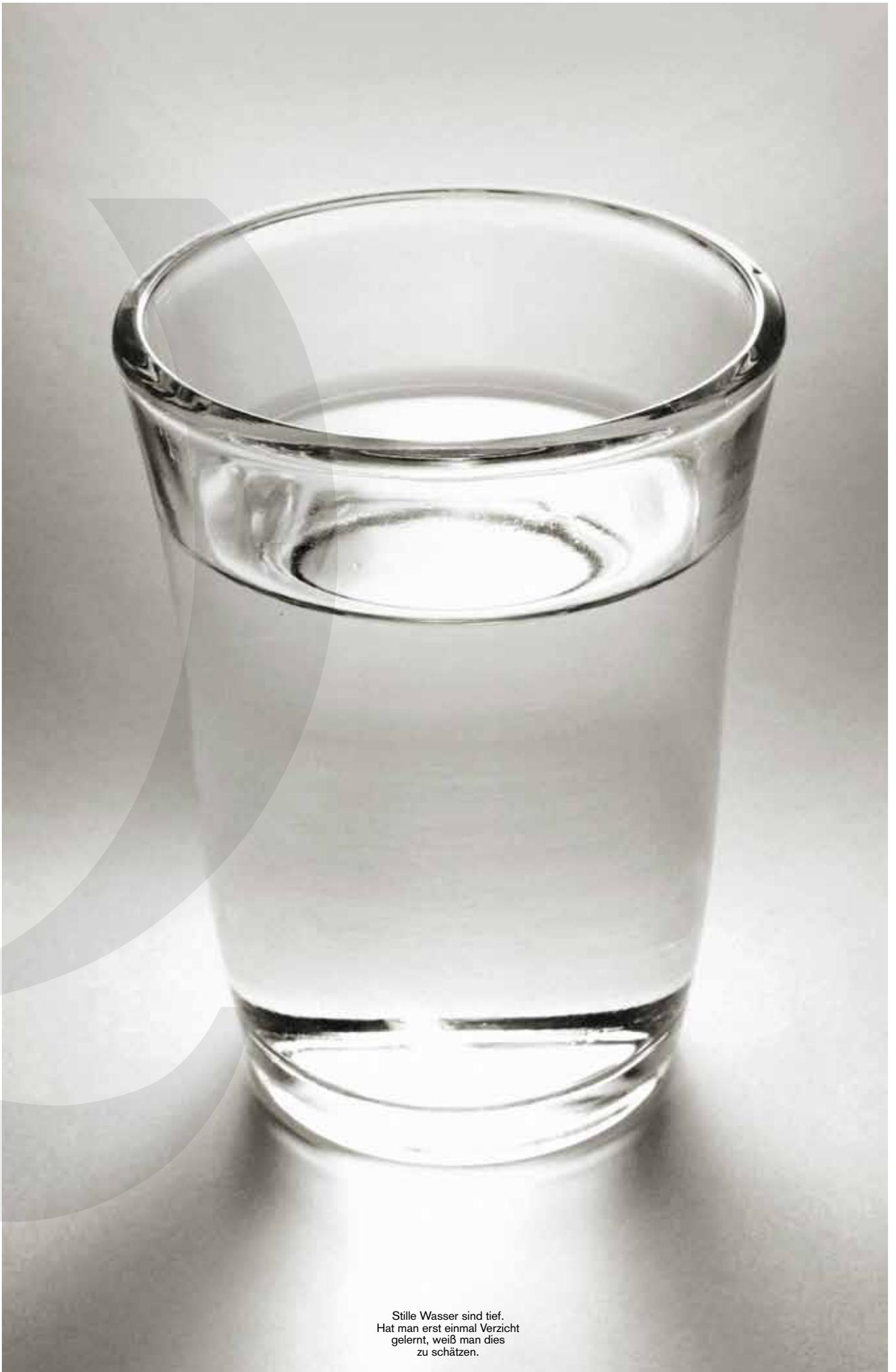
„Verzicht nimmt nicht, er gibt“, wusste bereits der Philosoph Heidegger – und dass es einem „die Größe des Einfachen“ gibt. Die Geschichte der Verzichtserfahrung reicht in fast alle großen Religionen, wo das Fasten einen festen und sinnstiftenden Platz hat, ob in der christlichen oder buddhistischen Fastenzeit oder im muslimischen Ramadan. Denn Fasten reinigt den Körper, bringt die Zähler wieder auf Null.

Mit dem freiwilligen Verzicht (es kann auch Verzicht auf Fernsehen, Arbeit am Sonntag, Süßigkeiten, Rauchen, Alkohol sein) gehen Erkenntnis und Bewusstheitserweiterung einher. Konfessioneller Hintergrund ist dafür nicht nötig, kann aber eine zusätzliche spirituelle Erfahrung sein. Nur von einer Religion muss man sich lösen – jener der Genussucht und der Ausschweifung.

Das glücksspendende und selbstwertsteigende Motiv ist überall gleich, ob man für die seelische oder die körperliche Reinigung gefastet hat: das „Fastenbrechen“ verändert alles – zumal den Begriff von Luxus und Genuss. Denn nun schmeckt alles wie von Sterne-Köchen zubereitet. Der erste Apfel, die Gemüsesuppe, das knusprige Blatt Salat mit Gartenkräutern, die drei Tropfen kaltgepresstes Öl. Ein Feuerwerk an Aromen, die wir noch nie in der Intensität wahrgenommen hatten.

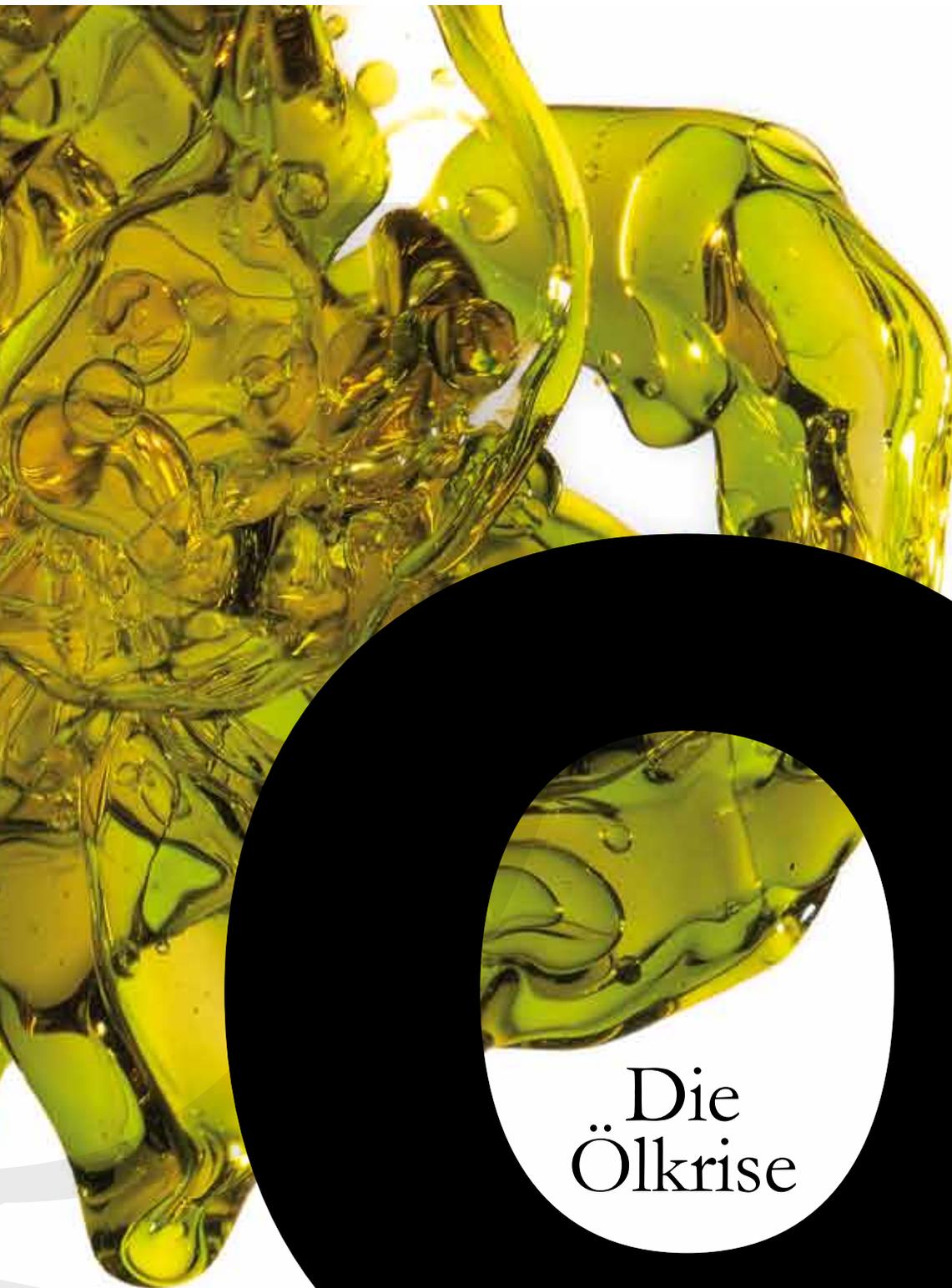
Schnell erscheint einem das Schlaraffenland als letzter Ort, an dem man sein möchte, der Überfluss als Last. Angst vor dem Mangel verfliegt, Nebenerscheinungen wie Übergewicht und Konsumsucht vergehen.

Auch daran lässt sich freilich Kritik üben. Fasten und Verzicht machen nur Spaß, wenn man sich für sie frei entscheiden kann. Ein Argument, dem man schwer mit Worten begegnen kann, hätte der Philosoph Hegel sie nicht bereits formuliert. Er sagte: „Freiheit ist die Einsicht in die Notwendigkeit. Positive Freiheit ist die freiwillige Beschränkung.“



Stille Wasser sind tief.
Hat man erst einmal Verzicht
gelernt, weiß man dies
zu schätzen.





Die Ölkrise

Mit der Wahl des „Olio Extra Vergine“ feiert der Geschmacksbürger seine Raffinesse – dabei sind Qualität und Wert dieses Lebensmittels nur schwer zu bestimmen. Ein Lagebericht

*von Dirk Peitz,
Fotos von Joachim Baldauf und Attila Hartwig*



worden war, wie so vieles andere Ursprüngliche, das nicht ganz den modernen Hygiene- und Gesundheitsvorstellungen entsprechen will.

Der hungrige Deutsche mit dem Legenden-schatz war der Olivenbauer und Ölproduzent Heinz Neth, der heute selbst eine Legende ist und uns auch über den Mythos des Ursprünglichen und den wahren Wert des Olivenöls einiges zu berichten hat – nicht zuletzt, weil er selbst schon ins Kreuzfeuer geraten ist.

Denn Olivenöl ist nicht nur eines der kulturträchtigsten Güter, das innerhalb der EU gehandelt wird, sondern auch eines der heißesten, selbst wenn es kalt gepresst wurde. Da kämpfen verschiedene Anbieter mit harten Bandagen um die ehren Plätze in den Gourmetläden und in den Herkunftsländern wird oft gepanscht und gestreckt. „Die Erträge von gepanschem Olivenöl sind ähnlich hoch wie beim Kokainhandel“, sagte einmal ein Ermittler vom Europäischen Amt für Betrugsbekämpfung, der zwei Jahre für die Arbeitsgruppe Olivenöl tätig war. „Nur die Risiken sind geringer.“ Gauner und Hochstapler nutzen die Faszination des Mythos Olivenöl, die die großstädtischen Genussbürger empfinden. Wie südländische Heiratsschwindler den urlaubenden Touristinnen aus der Großstadt „Amore“ ins Ohr hauchen und doch nichts anderes im Sinn führen als den Betrug.

Es sind gerade Feinschmecker-Fibeln und Genuss-Guides, Kochbuchautoren und andere zivilisationsmüde Dichter, die heute an der Weitererzählung der bukolischen Traumgeschichte der Städter vom einfachen Leben und vom knorrigen Land emsig weiterschreiben. Diese nahm vor mehr als zweitausend Jahren ihren Anfang in den Schafshirtengedichten von Theokrit und Vergil. Sehr viel später, weit nach dem Untergang der griechischen und römischen Hochkulturen, bevölkerten ein paar Jahrhunderte lang die sogenannten Wilden die sentimentalen Fluchtfantasien der Europäer zurück zur Ursprünglichkeit; und heute, wo das Essen der letzte alltägliche Kontakt des urbanen Menschen zur Natur zu sein scheint, verkörpern eben Leute wie Heinz Neth den Traum von der Rückbesinnung aufs Authentische, mittlerweile auch „Biologische“ genannt: Helden sind sie, die mit ihrer eigenen Hände schwerer Arbeit die Früchte der Natur ernten und aus ihnen mittels traditionellem Handwerk etwas Echtes, Wahres, Gutes machen, das man dann weit weg in der Stadt kaufen kann. Öl zum Beispiel, aber eben nicht bloß banales Öl. Denn das aus Oliven gewonnene, somit das feinste, ist nie einfach nur schales Speiseöl. Es hat eine Geschichte, die tausende Jahre zurückreicht. Letztlich ist der Olivenbaum, seine Frucht und sein Öl eher eine Metapher in einer viel größeren, antiken, ja einer göttlichen Erzählung, die sich durch die griechische Mythologie zieht und in den heiligen Schriften von gleich drei Weltreligionen vorkommt: Judentum, Christentum, Islam. Jemand wie Heinz Neth schreibt diese Erzählung heute eben ein bisschen trivialer fort, als Möglichkeit eines alternativen Lebensmodells zum vermeintlich entfremdeten modernen.

Das Olivenöl hat eine Geschichte, die tausende Jahre zurückreicht. Es ist eine Metapher in einer antiken, ja göttlichen Erzählung

Der deutsche Reporter war sichtlich ergriffen, als er bei seinem Besuch im winterlichen Griechenland des Jahres 2003 auf echte Ursprünglichkeit treffen durfte. Abgestiegen in der Taverne des Dorfes Nomitsi – einem Kaff, das bei der letzten Volkszählung gerade noch auf 117 verbliebene Bewohner gekommen war – durfte er den erstaunlichen Geschichten eines anderen Deutschen, der rauschebärtig und urtümlich wie ein alter Grieche vor ihm Platz genommen hatte, lauschen. Über die Blutrache als übliche Form der Verständigung zwischen den Familien des Peloponnes ging es da, während man sich an einer halbgeplünderten Schüssel von Hirn und Zunge vom Schaf bediente. Und um alte Olivenbäume, deren Früchte Saft immer wertvoller werden würde.

So entstand im Laufe des Abends eine wahre Golddrausch-Legende. Die erdige Szenerie, als der beleibte Mann, während er erzählte, sich von der Speise bediente, mit bloßen Fingern ein Stück Kinnbacke aus dem Schafskopf riss, in sich hineinstopfte und dabei vom flüssigen Gold aus der Olive berichtete, beeindruckte den Journalisten so sehr, dass er es später nahezu literarisch in seinen Text schrieb. „Er haute rein, dass ihm das Fett auf den Lippen stand“, war folglich im Stern zu lesen, wie auch vom verschlungenen Kokoretsi, jenem „am Spieß gegrillten Darm- und Innerenwickel vom Lamm“, dessen Zubereitung von der EU eigentlich verboten

Heinz Neth ist eine Legende unter den Olivenbauern. Laut Stiftung Warentest taugt sein Erzeugnis bloß als Brennstoff





Ganz praktisch ist der auf die siebzig zugehende Neth ein Lieferant deutscher Delikatessenabteilungen. Morea-Tropföl heißt Neths Öl, Tropföl deshalb, weil es aus den Oliven nicht industriell mit Stahlpresse oder Zentrifuge gewonnen wird, sondern auf altertümliche Weise: Der Olivenbrei wird auf Sisalmatten gestrichen, die Matten werden dann aufeinander geschichtet, so dass das Öl aufgrund des Eigengewichts geradewegs tröpfchenweise unten herausrinnt. Morea-Tropföl findet man unter anderem im Berliner KaDaWe, bei Dallmayer in München und im Hotel Bühlerhöhe in Baden-Baden, also den allerfeinsten Adressen, Literpreis jenseits von dreißig Euro.

Olivenöl ist, wie zuvor Wein, Käse und mittlerweile auch Kaffee, zum Gegenstand einer umfassenden Kulinarisierung unserer Nahrung geworden, vom Lebens- zum Genussmittel zum Kulturgut und Statusobjekt, über das sich der moderne Mensch ausdrücken kann – und unterhalten, Konversation treiben. Als buchstäbliche Geschmackssache, dem außerdem noch gesundheitsfördernde Wirkung nachgesagt wird, ist das Öl frei zur Schwärmerei und Interpretation, wird es besprochen und rezensiert wie Kunst.

Dann gibt es aber Menschen wie Birgit Rehlender, die es nicht mit der Schwärmerei und der Interpretation halten, sondern streng wissenschaftlich argumentieren. Rehlender ist Lebensmittelchemikerin, sie ist Projektleiterin für entsprechende Lebensmitteluntersuchungen bei der Stiftung Warentest und in dieser Funktion haben sich Rehlenders Weg und der von Heinz

Für das Aroma von Olivenöl gibt es wissenschaftliche Richtlinien. Das billige gewinnt dabei gegen das Gourmetprodukt

Neth vor knapp drei Jahren gekreuzt. Die Stiftung hatte zum zweiten Mal Olivenöle testen lassen, zwölf verschiedene insgesamt, zwischen 7,20 und 55,50 Euro kosteten sie pro Liter damals, explizite Bio-Produkte und Delikatessware waren darunter und solche Öle, die man bei Aldi und Lidl kaufen konnte. Nur eines wurde mit sehr gut bewertet, ein italienisches Bioöl von Neuco für 17,60 Euro. Vier weitere schnitten mit gut ab, darunter das von Aldi (8 Euro) und das von Lidl (7,20 Euro). Vier Öle jedoch wurden als mangelhaft bewertet. Heinz Neths Morea-Tropföl für damals 36 Euro den Liter war für die Stiftung Warentest das schlechteste. Note 5,5, mangelhaft, das Gutachten war ein einziges Desaster. Das Morea-Tropföl sei nicht in die höchste Kategorie „nativ extra“ einzustufen, da es „sensorisch sehr deutlich fehlerhaft“ sei, es sei vielmehr ein Lampantöl, will sagen: nicht zum Verzehr, sondern eher zum Abbrennen geeignet. Es gebe Hinweise auf eine thermische



Behandlung, was für Öle, die als „kaltgepresst“ ausgewiesen werden, nicht erlaubt ist; die Prüfung auf sensorische Ausprägungen des Öls sei „sehr deutlich fehlerhaft“ ausgefallen, „muffig, lakig, kaum noch fruchtig“, lautete das vernichtende Fazit der Prüfer. Es war geradewegs ein Todesurteil für ein Produkt, das zuvor von Gourmetzeitschriften und Spitzenköchen in höchsten Tönen gelobt worden war. Heinz Neth ist bis heute fassungslos über das Testergebnis.

Aber auch Birgit Rehlender kann sich drei Jahre später noch an dieses Öl erinnern und sie wischt jeden Zweifel am Urteil der Stiftung weg mit dem Hinweis, es sei „wissenschaftlich nicht anfechtbar“. Tatsächlich ist Olivenöl nämlich eines der wenigen Lebensmittel, deren Qualität nach objektiven Kriterien systematisch bewertet wird. Olivenöl ist für Lebensmittelchemiker eben nur in zweiter Linie eine Geschmackssache, zumindest, wenn es um seine Klassifizierung geht. Die folgt festen Regeln, die ursprünglich

Wie bei altem, teuren Cognac oder Wein sieht die Verpackung heute aus



Die Kategorisierung und entsprechende Etikettierung auf der Flasche sagt nichts über die Herkunft der verwendeten Oliven aus



der Internationale Olivenrat (IOC) festgelegt hat, eine unterm Dach der Vereinten Nationen gegründete Organisation mit Sitz in Madrid; in der Europäischen Union, aus der Dreiviertel der weltweiten Olivenölproduktion stammt, gilt eine entsprechende EU-Verordnung. Diese besagt, dass die höchste Kategorie „nativ extra“ erfüllt ist, wenn das Öl schonend kaltgepresst wurde ohne übermäßige Temperatureinwirkung, aus erster Pressung stammt und einen Säuregehalt von unter einem Prozent aufweist; als lediglich „nativ“ gilt solches, das bei gleichem Herstellungsverfahren nicht notwendigerweise aus erster Pressung stammt und einen Säuregehalt von unter zwei Prozent besitzt; als „gewöhnliches natives“ solches mit Fehlern.

Es gibt noch sechs weitere Kategorien von Olivenöl, die haben jedoch mit dem, was man darunter versteht oder verstehen möchte, nicht mehr viel zu tun. Weil sie entweder ganz oder teilweise raffiniert wurden und kaum oder gar keine typischen Charakteristika des Olivenöls mehr besitzen. Die Kategorisierung und entsprechende Etikettierung auf der Flasche sagt jedoch nicht verbindlich etwas aus über die Herkunft der verwendeten Oliven – ob sie von einem Bauern, einer Genossenschaft, aus einer Region oder auch nur einem Land stammen, sondern nur darüber, wo das Öl letztlich abgefüllt wurde. Selbst „Natives Olivenöl Extra“ kann also eine Mischung aus Ölen verschiedenster Herkunft sein. Tatsächlich ist unbestritten, dass beispielsweise eine beträchtliche Menge des als italienisch ausgezeichneten Olivenöls mindestens teilweise aus spanischem gemacht wird – Spanien ist der größte Olivenölproduzent der Welt, Italien aber genießt das größere kulinarische Prestige. Das ist für die mögliche Preisgestaltung erheblich, und zwar umso mehr, da der Olivenölmarkt in den letzten zwei Jahrzehnten regelrecht explodiert ist: wurden im Jahr 1991 weltweit knapp 1,5 Millionen Tonnen Olivenöl produziert, wird die Ernte 2008/2009 nach Schätzungen des IOC fast 2,9 Millionen Tonnen betragen; entsprechend ist auch der Verbrauch angestiegen. Dies hat ein italienischer Großproduzent offen eingestanden. Leonardo Marseglia meinte gegenüber der Süddeutschen Zeitung: „Man muss 600.000 bis 700.000 Tonnen pro Jahr importieren.“ Sonst sei die Nachfrage nicht zu bewältigen.

Über die Güte des Öls sagt das alles wenig aus. Immerhin: Nicht Panschen scheint heute mehr der große Betrug beim Olivenöl zu sein, auch wenn es in den letzten Jahren immer wieder mal Fälle gab; es ist die falsche oder mindestens irreführende Etikettierung, sowohl die Qualität als auch die Herkunft betreffend. Denn auch das gehört zur Geschichte, dass die Olivenölproduktion weiterhin von der EU subventioniert wird, und gerade in Italien hat es in der Vergangenheit wiederholt Fälle von Subventionsbetrug gegeben; mit Tankschiffen wurde billig produziertes Öl aus Nicht-EU-Ländern übers Mittelmeer herangeschafft, an Land verwandelt es sich dann in teures italienisches, für das man auch noch Subventionen aus Brüssel kassieren konnte. Ein doppelt glänzendes Geschäft.

Die Güte und richtige Kategorisierung testen Olivenöl-Panels – das sind Expertenrunden mit acht bis zwölf Prüfern, die entlang eines vom IOC festgelegten Katalogs die Öle neben der obligatorischen chemischen Laborprüfung auch sensorisch nach positiven wie negativen Geschmacksattributen bewerten; typische negative sind „muffig“ (im englischen IOC-Sprachgebrauch „fusty/muddy sediment“) und „ranzig“ (entsprechend „rancid“), während „bitter“ entgegen den Vorstellungen vieler Verbraucher ein positives Attribut ist: Oliven sind eben bitter und den richtigen Hauch davon soll man in einem guten Olivenöl auch schmecken. „Muffig“ war einer der Makel, die an Heinz Neths Morea-Tropföl festgestellt wurde, und zwar von drei voneinander unabhängigen Panels, die exakt die gleiche Probe prüften und zu exakt den gleichen Ergebnissen kamen. Das deutet darauf hin, dass bei den verwendeten Oliven dieser Charge bereits die Fermentation



weit fortgeschritten war, ein Frischeproblem bei der Verarbeitung also, womöglich lagen die Oliven zu lange nach der Ernte. Birgit Rehler von der Stiftung Warentest mag auch nicht ausschließen, dass die altertümliche Herstellungsmethode selbst das Problem gewesen sein könnte, denn Luft und Licht, sagt sie, sind die natürlichen Feinde jedes Öls, sie befördern die Fettverderbnis und bei der Tropfölgewinnung ist das Öl zumindest Sauerstoff länger ausgesetzt als bei modernen Ölmöhlen. Neue Technologien können Lebensmittel besser ma-

Born to be Wild

Das Fleisch-Delikatessen-Geschäft „Gustav Brock“ ist eine Art Kölner Stadtarchiv: Hier pflegen die Betreiber den kultivierten Handel

von Wibke von Bonin, Fotos von Mareike Föcking



Bei Brock versammeln sich die Spezialitäten in der Auslage wie in Zeiten, als Köln noch eine schöne Barockstadt war. Und das freilaufende Huhn kein Qualitätssiegel, sondern Normalität.

Es muss eng gewesen sein in der Kölner Apostelnstraße um 1900; dicht an dicht drängten sich die Häuser in der beliebten Einkaufsstraße am Neumarkt und St. Aposteln. Nur vier Meter breit ist das Haus Nr. 44, eines der wenigen, die den Zweiten Weltkrieg fast unbeschadet überstanden haben, was ihm Ehre und Auflagen des Denkmalschutzes eingebracht hat.

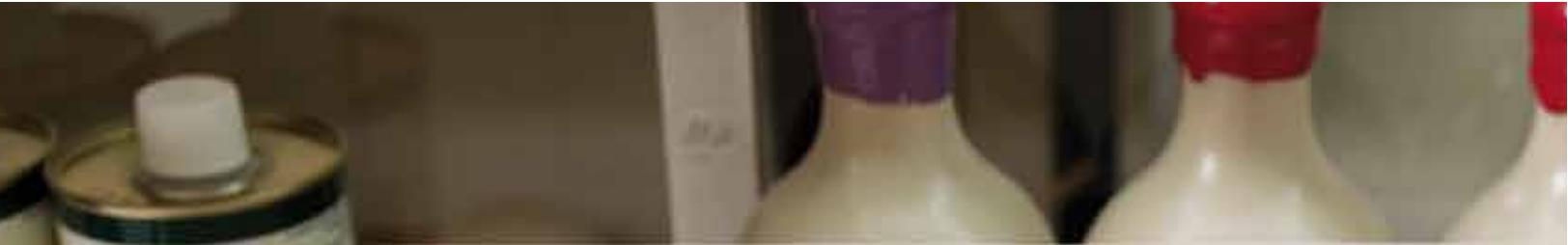
Seit der Gründerzeit hat sich die dreigliedrige Fassade des schmalen Geschäftshauses jedoch einige Modernisierungen gefallen lassen müssen: Wo ursprünglich drei von reich ornamentierten Gusseisenpfeilern umrahmte Rundbogenfenster die Beletage zierten, blendete der Urgroßvater des heutigen Eigentümers einen Renaissancegiebel über die nun schlichteren Wohnzimmerfenster und ließ die Leute auch wissen, dass das Geschäft mit den köstlichen Auslagen im Schaufenster ihm gehörte. Auf einer kleinen Fotografie, die die Nachfahren gut hüten, posiert Geschäftsgründer Jacob Crombach mit seiner Frau und zwei Angestellten vor der Ladentür, oben drüber sein Name. Heute ist diese Inschrift verschwunden, und wie schon seit den dreißiger Jahren liest man dort „Wild, Geflügel und Delikatessen Gustav Brock“. Wohl aus Treue zum eingeführten Namen des Familienbetriebs, der sich seit vier Generationen über die mütterliche Linie vererbt hat, tritt

der heutige Inhaber nicht mit seinem Namen hervor, doch wissen die Kölner – und seit Langem auch Gourmets in anderen Teilen des Landes –, wer hier den weithin bekannten Qualitätsanspruch aufrechterhält: Hans-Georg Rochow und seine Frau Karin, seit 40 Ehejahren an seiner Seite. Er ist es, der den weithin sichtbaren Hirschkopf mit echtem Geweih an der weißen Fassade des fünfgeschossigen Hauses anbringen ließ, ein schlanker Mann mit hoher Stirn und lebendigen dunklen Augen, der am 1. April 2008 sein fünfzigjähriges Berufsjubiläum feiern konnte. Man sieht es ihm nicht an.

Vierzehnjährig drängte die Familie ihn, der eigentlich einen künstlerischen Beruf ergreifen wollte, in eine Metzger-, anschließend in eine Kochlehre. Heute ist er stolz auf die traditionsbewussten Vorfahren und erzählt gern, wie er erleben konnte, dass inmitten der Trümmer der zu großen Teilen zerstörten Stadt das großelterliche Geschäft wieder erstand. Vorbei die Zeiten, da die Rationierung von Fleisch pro Familie in den handgeschriebenen Büchern des Großvaters mit lila Kopierstift festgehalten wurde, vorbei die Not, da man auch Fisch mangels Wild und Geflügel feilbieten musste. Spannend ist es, ihm zuzuhören, wenn er berichtet, wie zu den deutschen Lieferanten aus dem Umland nach und nach eine Anzahl verlässlicher ausländischer



Dank Hans-Georg Rochow konnte der Betrieb seinen Charme und seinen Anspruch bewahren.





Die Fonds von Brock verkörpern die Nationalverfassung der rheinischen Küche. Auf ihnen basiert alles Gute.

hinzukam, die seinen Anforderungen gerecht wurden, wie unter seinen Händen ein im internationalen Maßstab renommiertes Spezialitätengeschäft mit ausgewählten Produkten allererster Güte wuchs.

Hans-Georg Rochow erzählt engagiert, wie er mit seinem Angebot dem Wandel von Essenserfahrungen und -gewohnheiten der seit den siebziger Jahren immer öfter ins Ausland reisenden Kunden gerecht wurde. „Natürlich ging das nicht ohne einen Machtkampf mit der Mutter“, gesteht er. Bot man zu Zeiten seiner Eltern vor allem Rot-, Schwarz- und Niederwild aus Eifel und Hunsrück an, so begann er aus Frankreich zu importieren, was die deutschen Lieferanten nicht anbieten konnten: Wachteln, Tauben, speziell Bluttauben, vor allem aber diverse Poularden und Kapaune aus der Bresse, dem bekannten Geflügelzuchtgebiet am Rande des Jura. Diese Eunuchen unter den Zuchtvögeln werden neun Monate lang im Freien und mit Mais gemästet, vorsichtig gerupft und in ein mit Milch getränktes Leinentuch eingenäht. Nur der Kopf und die weiß gewaschenen Halsfedern schauen heraus. Dann werden sie am Morgen ihrer Versteigerung auf einer speziellen Schau ausgestellt und oft preisgekrönt. Wenn sie schließlich pünktlich zum Weihnachtsfest in seinem Geschäft landen, kann Hans-Georg Rochow mit Recht von „Kultkapaunen“ sprechen, die es natürlich nur auf Bestellung geben kann und die seine wohl vorbereitete Stammkundschaft dann freudig in Empfang nimmt.

Von ihrer Kundschaft sprechen die Eheleute mit Wärme. „Wir haben nette Kunden, darunter auch viele Künstler“, sagt Rochow und zeigt auf ihm gewidmeten Zeichnungen besonderer Freunde, die geraht im Ein-

gang des Ladens hängen. Der 15 Grad kühle, bis unter die Decke weiß gekachelte Raum mit den Marmorregalen ist im Schaufensterbereich durch einen Spiegel optisch vergrößert und man spürt den Sinn für Ordnung und Ästhetik der Besitzer, wenn man sich in den Auslagen umschaut. Hier findet man alles, was zur Perfektion eines Wildgerichts beiträgt. Die vielen Flaschen, Dosen, Gläschen und Töpfchen mit ausgesucht feinen Zutaten aus dem In- und Ausland können etwas Verwirrendes haben, wenn man nicht genau weiß, was man braucht, doch hier gibt es Beratung. Welche Teigwaren nehmen, wie viel Fond für die Sauce, womit würze ich nach?

Nebeneinander stehen da mindestens sechs Sorten Senf von Maille, die schönen grauen, rot versiegelten Tongefäße von Pommery, von denen man auch Tonflaschen mit drei verschiedenen Essigsorten findet. Der kulinarische Laie staunt, wie viele Essige und Öle es gibt, deren Namen er nie gesehen hat; dass Linsen in sechs bis acht Farben vorkommen und hier zu jedem Gericht der passende Wein nicht nur aus Italien und Frankreich, sondern mit besonderem Nachdruck aus der nächsten Nähe, nämlich von der Ahr, empfohlen wird. Die schwarz glänzenden Flaschen von Meyer-Näkel aus Dernau paradiere in bis zu Zwölflitergröße hinter dem Kunden, dessen Blicke von den alten Tonformen gefangen genommen sind, die sich auf den oberen Regalen vor historischen Emailleschildern drängen – ein weiteres Sammlungsgebiet des kunstsinnigen Inhabers. Dass Geweihe und ausgestopfte Wildvögel zur Dekoration des Ladenlokals gehören, erscheint daneben selbstverständlich.

Die Rochows haben den Laden nie verändert, und das ist das Schöne hier: Man spürt die Liebe zur Tradition des Hauses in allem. Heutzutage kommt das Wild nicht im Fell, Zerlegebetriebe im Jagdgebiet liefern handelsgerecht, doch die Weiterverarbeitung bis zum Verkauf geschieht hier im Kellergeschoss, wo auch eine große Kühlkammer für die immer garantierte Frische sorgt. Daneben simmert ein Kessel mit Fond, denn der wird im Haus gemacht. Eine Tafel im Laden verkündet „Fonds, eigene Herstellung: Wild, Geflügel, Ente, Gans, Kalb, Lamm, Fasan, Perl-



Wie viele edelste Sorten Senf, Essig und Öl es gibt, ist schon erstaunlich. Dass sie alle bei Brock im Regal stehen, nicht.

huhn, Rind“. Man stutzt: wieso denn hier Lamm und Rind? Das Rätsel ist schnell gelöst: Aus seiner Abhängigkeit von den Jagdzeiten des Wilds hat sich Rochow befreit, indem er vor etwa zehn Jahren, als ein Metzger nebenan schloss, besondere Fleischsorten in sein Sortiment aufnahm. Auch Schwein, aber nur das in den fünfziger Jahren als angeblich unrentabel zum Aussterben verdamnte Schwäbisch-Hällische Landschwein.

Es wird nicht künstlich gelängt und genießt ein altmodisch gutes Leben. Von März bis Juni hat Rochow Milchziegen und Lämmer aus den Pyrenäen, außerdem Deichlamm aus Husum. Dazu kommt das irische Hochlandrind, das französische Milchkalb und vom Nebraska-Rind Roastbeef und Entrecote. Aus Argentinien und Chile sowie aus Australien importiert er, was die Japaner nicht mehr ausführen dürfen: das Wagyu- oder Kobe-Fleisch. Zwar lacht Rochow, wenn er meint, den Tieren würde gewiss nicht einzeln täglich der Rücken gekraut, doch imponiert ihm nicht nur die Zartheit ihres fein marmorierten Fleisches, sondern auch der Preis, für den es angeboten wird, nämlich das Kilo Roastbeef für hundertsechzig und das Filet bis zu über zweihundert Euro. Wohl bekommen die prächtigen Tiere nicht gerade Whiskey, sondern vielleicht bestenfalls Bier unter Futter gemischt, doch woraus der Zaubertrank aus Kobe besteht, weiß auch dieser Feinschmecker nicht zu sagen.

Will man ihn wütend sehen, braucht man Hans-Georg Rochow nur auf Gatterwild anzusprechen. „Da krieg ich so einen Hals! Wild muss doch nach Wild schmecken!“, empört er sich und ist sich sicher, dass das nicht nur der kulinarische Laie nachvollziehen kann.



Wild & Geflügel Brock, Apostelnstr. 44, Köln, Tel.: 0221 2578181

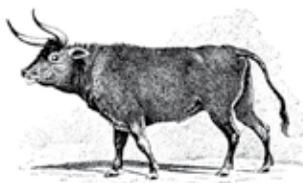
WILD·GEFLÜGEL

GUSTAV
Brock

☎ 2 57 81 81

MON - FREI

Inh. Hans Georg Roehow



Expeditionen ins Stierreich

Vor vierhundert Jahren ausgestorben und unter Applaus der Nazis nachgezüchtet, feiert der Aurochs seine Wiederauferstehung – als Rasenmäher oder Delikatesse. Aber gab es das Urvieh jemals wirklich?

von Manfred Klimek

Mühlwörth, Gradeneiland, Buchau, St. Jakob, Kleine Birke, Große Birke, Wörth, der Stein. Sieben Inseln. Inseln im Staffelsee. Der Staffelsee in Bayern. Wörth ist die größte Insel im Staffelsee. Auf ihr steht ein Herrenhaus und ragt ein Hügel. Vom Ufer her kommend landet man schnell an. Zu Fuß hat es kurze Wege, es geht nur zu Fuß, keine Straße, kein Auto, kaum Menschen. Nur Kühe. Komische Kühe, Aurochs, alte Rinder. Alt im Sinne von antik, archaisch. Antik, die Hörner der Bullen. Diese Hörner hat man schon einmal gesehen. Auf schottischen Weiden, in Spanien, in Frankreich, auch in Italien, in der Toskana. Aber diese Bullen haben längere, mächtigere, perfekter gedrehte Hörner. Und obwohl einem diese Hörner Angst machen, den Garaus machen könnten, läuft die Herde weg, wenn man sie ruft. Fluchttiere.

Auf Wörth grast der Aurochs, die deutsche Ur-Kuh. In Hamburg hängt sie als Wurst in Feinkostläden, zum dreifachen Preis von besten Steaks. Viel Wurst hängt nicht, denn es gibt kaum 3.000 dieser Tiere in der Bundesrepublik. Viel Wurst um nichts? Das kann man nicht sagen, denn der Ochs ist Mythos. Und die Nazis liebten ihn. Dunkelbraun.

Der Aurochs war wohl das erste Tier der Geschichte, dem die Gnade eines Schutzgebiets zuteil wurde. Im sechzehnten Jahrhundert. Ähnlich wie das amerikanische Bisonrind jagte man den Mitteleuropäer vor allem wegen seines Fleisches. Und wegen der Hörner, der Trophäe. Bis die Bestände klein wurden. Auch nahm der Mensch dem Aurochs den Lebensraum, denn nach der großen Pest brach er endgültig auf, die Welt nach seinem Maß zu zivilisieren. Er errichtete überall Dörfer, schuf neue Handelswege. Es war die erste Bevölkerungsexplosion. Der Aurochs verzog sich in die Wälder. Doch auch dort war er nicht sicher. Die Wälder wurden gefällt, Siedlungen entstanden, aus denen schnell große Städte wurden. Man brauchte Holz, alles Holz, was da war.

Spät merkte der Mensch das Fehlen der Tiere. Der polnische König Zygmunt von Waza ließ ein Reservat für sie bauen und zahlte den Bewohnern von Sochaczew ein wenig Geld, dass diese die letzten lebenden Tiere mit Nahrung versorgten und in Ruhe ließen. Zitat aus dem königlichen Befehl: „Der Ur, dieses beliebte Tier von Uns, soll in Freiheit in diesem Land leben, wo sein ewiges Heimat ist.“ Es nützte nichts.

Die schwache Population wurde schwächer, die Krankheiten der Haustiere sprangen auf das Wild über. Als um 1625 der letzte Bulle starb, war klar, dass hier eine Rasse verendete. König Zygmunt bedauerte dies, doch mit seiner Empathie blieb er alleine, denn die Völker hatten andere Sorgen: der dreißigjährige Krieg, die marodierende Soldateska, die Hungersnöte – in Bayern überlebte diese Jahre nur etwa ein Drittel der Bevölkerung. Der Mensch starb in Massen, wer kann sich da um ein aussterbendes Rind kümmern? Ein Rind, das immerhin die Eiszeit überstand.

Groß ist der Wörther Aurochs nicht. Gerade mal 165 Zentimeter im Durchschnitt. Älteren Schilderungen zufolge muss er einst ein mächtiges Tier gewesen sein, eine Tonne schwer, ein Riese, der den Menschen überlagte, ein gefährliches Tier, schnaubend, scharrend, stets im Angriff. Gregor Frisch hält das für Jägerlatein. Der Münchner Architekt ist mit Aurochs aufgewachsen, sein Vater hat die Rasse auf die Insel Wörth gebracht und mit der Zucht begonnen. Die inzwischen stattliche Population ist das Werk der Familie Frisch. Der Aurochs, vermutet Frisch, war auch früher schon so groß wie er heute ist, und zudem der Mensch viel kleiner. Und man erzählte sich im Mittelalter gern Schauergeschichten aus dem Magierevier Wald, wo Elfen, Geister und Faune spukten. So wurde auch der Aurochs zur Bedrohung aufgebauscht, der man sich wacker entgegenstellte.

König Zygmunt und auch einer seiner Vorgänger, Władysław Jagiełło, haben Zeichner ausgeschiedt, den

auf Friedrich I. und seine Gemahlin Sophie Charlotte bildeten mit dem gemalten Deckenhimmel eine organische Einheit und symbolisierten so auch das Aufgehen von Skulptur in Architektur. Hinzu kommt für Körner die Kenntnis der Formensprache vergleichbarer Werke aus derselben Stilepoche. Unverzichtbar ist auch, regelmäßig Experten hinzuzuziehen, andere Bildhauer und Kunsthistoriker, die seine Fortschritte auf den Prüfstand stellen.

Nach den Bozetti fertigt Körner ein Tonmodell in Originalgröße. „Zu Beginn dieses Prozesses ist immer ein wenig Hölle dabei. Man macht beispielsweise einen Flügel – hat der nicht die gewünschte Tiefe, nimmt man ihn wieder ab. Jeder Engel ist nicht nur Hochgefühl, sondern auch ein Kreuz. Ich bündele all mein Talent, alles, was ich in meinem Leben aufgesaugt habe. Und dafür braucht man auch diesen Tunnelblick, die Obsession, dass Immerweitermachen-wollen, wenn andere längst aufhören. Körner grinst, weil er spürt, dass er jetzt schon redet wie ein bekannter Torhüter namens Oliver Kahn. Abgüsse von kleinen Originalfragmenten, baut Körner stets in die Rekonstruktion ein. Daran könne man ganz gut überprüfen, ob die Anmutungen übereinstimmen.

Der nächste Schritt ist immer auch das nächste Wagnis. Wenn seine Stukkateure beispielsweise eine 12 Quadratmeter große Modellierarbeit von ihm in Silikon abformen, muss Matthias Körner den Männern blind vertrauen können. Die Negativform wird mit Gips ausgegossen und das Gipsmodell schließlich einem Steinbildhauer übergeben. Mit dem Punktiergerät wird ein dreidimensionales Koordinatensystem erstellt und Körners Rekonstruktion in Elbsandstein umgesetzt. Der Rohstoff dafür stammt aus denselben sächsischen Steinbrüchen, die auch Schlüter nutzte. „Selbst bei diesem letzten Schritt habe ich noch ein ganz klein wenig Gestaltungsfreiheit“, sagt er. Vierzehn Monate brauchte beispielsweise sein Potsdamer Kollege Eckhart Böhm, um Körners Gipsmodell der Armatur vom Portal Eins, die bei der Schlosssprengung 1950 zerbrach und bis auf ein kleines Fragment an unbekanntem Ort verscharrt wurde, aus einem 16 Tonnen schweren Stein zu formen. Wenn die immer noch sechs Tonnen schwere fertige Armatur wieder die Brüstung vor dem Elisabethsaal im zweiten Obergeschoss schmückt, erst dann wird man den Wahnsinn ihrer Arbeit vollständig zu würdigen wissen. All die in monatelanger Feinarbeit zuerst modellierten und dann in Stein gehauenen Details: das Löwenfell mit Kopf und Pranken, der sogenannte Herkules-Mantel als solide Basis, darauf ein halbmondförmiger Reiterschild, den eine Kampfzene schmückt, dahinter befiederte Enden von Pfeilbündeln, darüber ein Helm, auf dem eine vollbusige Sphinx thront, flankiert von zwei nackten bärtigen Sklaven, das Ganze noch überwölbt von einem prächtigen Federbusch.

„In meiner Vita ist dieses Projekt ein Glücksfall für meine eigene berufliche Laufbahn“, sagt Körner. Aber irgendwo ist es auch eine tonnenschwere Last. Der Bildhauer fühlt

sich in solchen Momenten gefangen: „Es packt dich und es gibt Figuren, die lassen dich nicht mehr los. Wer wie ich einen maximalen Anspruch verfolgt, der kommt da nicht mehr raus. Ich möchte ja so viel wie möglich von dieser untergegangenen Welt wieder zum Leben erwecken, deren Energie wieder freisetzen. Aber um einen maximalen Ausdruck zu provozieren, tanze ich täglich auf einer Rasierklinge. Auf der einen Seite der Abgrund des Ausflippens, auf der anderen das künstlerische Hochgefühl eines preußischen Barockschlosses.“

Sieben Jahre nach dem Bundestagsbeschluss, drei der Original-Fassaden für eine projektierte halbe Milliarde Euro wiederaufzubauen und mit einem neuen Riegel von Franco Stella zu verbinden, stellt auch Matthias Körner eine bescheidene politische Forderung. „Wir brauchen unbedingt eine Schlossbauhütte mit mindestens 20 Bildhauern, die verbindliche Steinprototypen nach unseren Modellen fertigen. Eine Schlossbauhütte mit einer ausgeprägten Handschrift, authentisch im Stile des preußischen Barock.“ Denn: Nur ein kurzer Weg zwischen Modelleur und Bildhauer garantiert hohe Qualität und es müsse ein täglicher Austausch stattfinden, um gemeinsam in diese epochale Aufgabe hineinzuwachsen. Wenn die Aufträge für die Steinbildarbeiten jedoch freistilmäßig in der ganzen Republik und im Ausland verteilt würden, dann fürchtet Körner signifikante Qualitätseinbußen. „Wir müssen unsere Fehler und Erfahrungen machen, müssen uns abarbeiten an Skulptur und Figur. Man wird bei rund 1.000 Schmuckelementen nicht immer die höchste Qualität erreichen können, aber sie muss zumindest unser Anspruch sein. Wenn die Politik und Museen von uns eine hohe Qualität fordern, dann muss auch dafür gesorgt werden, dass die Wege eingehalten werden, um diese zu liefern.“ Schließlich sei der Job noch lange nicht beendet, selbst wenn irgendwann die Fassaden wieder stünden. „An der Ornamentik können sich danach noch jahrzehntelang Spender verewigen. Auch im Barock war das Schloss nicht zu einem Zeitpunkt fertig – viele Jahre nach Umbaubeginn wurden immer noch Ornamente eingefügt.“ Matthias Körner wird dann bereits ein alter, aber vielleicht sehr stolzer Mann sein.

Als im Herbst 1698 mit dem Umbau begonnen wurde, berichtete die Wendlandsche Chronik nicht ohne Ironie: „In diesem Herbst hat man angefangen, das Schloß alhier abzurechen, um selbiges höher und in besserer Form zu bringen. Wird Zeit und Geld erfordern.“ Zumindest an diesen Umständen hat sich wenig geändert.



Das Stadtschloss in seiner alten Pracht. Während des Zweiten Weltkriegs wurde es stark beschädigt und später von der DDR-Regierung gesprengt.

Wenn es gut läuft, wird Körner einmal als sehr alter Mann seinen Figuren zusehen können, wie sie langsam Patina annehmen

Charles hat die wichtigsten Ziele der weithin links geprägten Grünenbewegung vereinnahmt und mit einer religiösen, konservativen Prägung ausgestattet



Oben: Unser Autor Philipp von Studnitz mit Charles im Gespräch. Rechts: Der zukünftige König kümmert sich persönlich um die Güte seiner Produkte und hält vertrauten Kontakt zu seinen Mitarbeitern.

Allgemeingut geworden zu sein. Sein deutlich gealtertes markantes Gesicht wirkt in einer Weise vertraut, wie man es sonst nur von engen Familienmitgliedern kennt. Und das ist kein Wunder. Schließlich erlangte die Weltöffentlichkeit bereits genauestens von seinen intimsten Lebensdetails Kenntnis, als sich etwa ein ostdeutsches Mädchen namens Angela Kasner, später verheiratete Merkel, anschickte, in der FDJ als Sekretärin für Agitation und Propaganda zu wirken. Als seine vermeintliche Traumhochzeit mit Diana Spencer 1981 weltweit die Herzen rührte, lernte die Öffentlichkeit zur gleichen Zeit einen Ronald Reagan als neuen US-Präsident kennen, Leonid Breschnew als frisch bestellten UdSSR-Obersten und ein gewisser Richard von Weizsäcker wurde als Berliner Bürgermeister vereidigt. Allein daran ist zu erkennen, wie lange der Mann schon im Blickwinkel der Öffentlichkeit lebt. In einer so langen Zeit verfestigen sich Eindrücke und werden Klischees zur gefühlten Wirklichkeit.

Er musste in den vielen Jahrzehnten, die er als Irgendwann-einmal-König verlebte, viele Höhen und Tiefen in der Wahrnehmung seiner Person erdulden: Vom jugendlichen Heißsporn und tadellosen Soldaten seiner Mutter Marine zum Traumprinzen an Dianas Seite und später viel gescholtenen Ehebrecher.

Wenig beachtet blieb dabei das frühe soziale Engagement des Prinzen. Schon 1976 begann er seinen Sold von 7.400 Pfund in seinen persönlichen benefitären Trust einzubringen, der benachteiligten Jugendlichen

half. Ausgerechnet die größte Tragödie seines Lebens, der Unfalltod seiner geschiedenen Frau und Mutter seiner beiden Söhne 1997, ließ ihn erstmals als jene Persönlichkeit in Erscheinung treten, die ihm Nahestehende stets attestiert hatten: der liebende Vater, der verantwortungsvolle Mann, das Mitglied der starren Royal Family, das bestimmt vorangeht und auch gegen die Konventionen des Hauses zu handeln vermag.

Zu seiner Lebensgefährtin Camilla Parker-Bowles zu stehen, die Ehelichung durchzuboxen, steht heute mehr für als gegen ihn. Und plötzlich wurde auch sein persönliches Werk, das den Aufbau einer ökologischen Landwirtschaft sowie einen 1-Milliarden-Pfund-Fond für umweltfreundliche Gebäude umfasst, sichtbar. In diese Phase der Selbstdefinition fiel der Entschluss, sich einmal als König nicht Charles III. nennen zu wollen, sondern Georg VII – was ein Detail wäre, beinhaltet es nicht die deutliche Bekenntnis, auf den Thron Anspruch zu erheben.

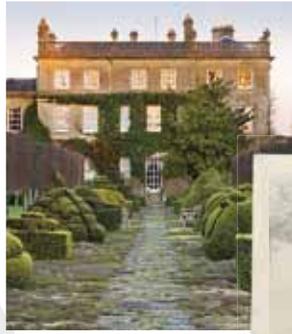
So sehr man es sich dann auch farbenfroh ausgemalt haben mag, fühlt es sich merkwürdig und überraschend an, ihm selbst gegenüberzustehen – an jenem Abend im Deutschen Historischen Museum, wo Empfang, Abendessen und Übergabe des deutschen Preises für Nachhaltigkeit stattfindet. Wie ein Sprecher es vor seiner Ankunft formuliert, ist „His Royal Highness“ vom Ehrgeiz getrieben, jeden der Ehrengäste persönlich kennenzulernen, was er dann auch tut. So kommt es zu Small Talks mit Nadja Auermann, die kurz zuvor noch – man beobachtet es mit Rührung – den Knicks übt, Vicky Leandros, Udo Jürgens, Hape Kerkeling, dem Printenkönig Hermann Bühlbecker – und dann eben auch mit einem selbst. Von Privatsekretär Clive Alderton an



einen bestimmten Platz gewiesen, sucht einen der Prinz nach kurzer Wartezeit auf. Da blickt man in das vertraute Gesicht und er lächelt, zeigt Interesse, das ehrlich wirkt. Er ist aufmerksam oder eben einfach nur sehr professionell. Man spricht über gemeinsame Bekannte und lässt allerlei höfliche Floskeln einfließen. Und geht mit der festen Überzeugung aus dem kurzen Zusammentreffen, eine beeindruckende Persönlichkeit getroffen zu haben, die mehr und vielschichtiger ist als das Abziehbild, das sich in jedermanns Kopf festgesetzt hat. Und dann ist da noch dieses andere, das er ausstrahlt und auf das man nicht gefasst ist – dieses Unbestimmte, das man vielleicht am besten mit Königlichkeit umschreibt.

Die aus dem Iran stammende Sängerin Shusha Guppy, die bis zu ihrem Krebstod vor einem Jahr in London lebte, schrieb in einem ihrer letzten Beiträge für den Guardian genau darüber – und meinte jenes „Farr-e-Izadi“, einer Art göttlicher Sendung, die über Jahrhunderte das persische Schahtum geleitet haben und bis zu Zarathustra zurückgehen soll, am Thronfolger ausgemacht zu haben. Zugegebenermaßen eine etwas pathetische Angelegenheit, die die bei Camus und Sartre sozialisierte Intellektuelle angesichts der „gewaltigen Industrie der Gültigkeit“, die Charles in seinen immerhin 19 Benefizorganisationen mit einem Volumen von 122 Millionen Pfund aufgebaut hat, belegen wollte. Interessant ist dabei eine Analyse von Charles' diversen Reden, in denen Guppy eine Häufung von Verweisen auf eine göttliche Sendung ausgemacht haben will. Tatsächlich finden sich allerlei Redenwendungen wie „Ich habe einer heiligen Pflicht zu dienen ...“, „Natur ist heilig ...“, „Landwirtschaft ist die heilige Verbindung zur Natur ...“ oder „Die Menschheit wird erst aufhören den Planeten zu zerstören, wenn sie dessen Heiligkeit wiederentdeckt“. Gerne verwendet Charles den Begriff „Größenwahn“ als zerstörerischen Gegenpart zur geheiligten Natur, stellte das Magazin *Intelligent Life* zu seinem 60. Geburtstag fest. Sollte Charles dann einmal als König auch Oberhaupt der anglikanischen Kirche werden, könnte dieser nach langer Zeit zwar ein Geschiedener vorsitzen, aber auch einer, der es mit dem Mythos des Religiösen ziemlich ernst nimmt.

Bei seiner Berliner Rede hielt sich Charles mit Göttlichkeitsbezügen – vermutlich auch über den Grad der deutschen Säkularisiertheit Bescheid wissend – deutlich zurück. Geschickt stellte er zum Schluss seiner Ansprache die Frage: „Von wem glauben Sie stammt folgender Satz – von einem zeitgenössischen Atomphysiker oder dem chinesischen Philosophen Laotse: Die Welt und ihre Teilchen sind keine getrennte, isolierten Dinge. Vielmehr trägt jedes Teilchen die Natur der Welt in sich, so, wie die Welt die Natur jedes Teilchens in sich trägt, die Natur eines jeden ist die Gleiche.“ Die Beantwortung ließ er den Zuhörern offen, was einer rhetorischen Meisterleistung gleichkommt, denn in der Aussage blieb er ganz



Highgrove House ist der Landsitz von Prince Charles, Fürst von Wales, bei Tetbury in Gloucestershire, England. Es gehört zum Herzogtum Cornwall. Unten: Charles mit seinen Söhnen Harry und William, fotografiert von Mario Testino.



bei sich. Ansonsten darf die Art der Rede, die er mit launigem britischen Humor als langatmig und als „nicht enden wollend“ ankündigte, auch als bahnbrechend gesehen werden. Wer weiß, von welcher Unbestimmtheit und wie allgemein die Ansprachen britischer Royals normalerweise gehalten sind, muss über den politischen und konkreten Charakter überrascht sein.

Am Tag nach der Verleihung besuchten der Prince of Wales und die Herzogin von Cornwall Potsdam. Dort leitet ein Vertrauter des Prinzen, Professor Hans Joachim Schellnhuber, ein Institut für Klimafolgenforschung. Als Charles in den Neunzigern sein ökologisches „Duchy Originals“-Unternehmen startete, war Schellnhuber ihm ein wichtiger Berater. 2004 wurde der Professor für seinen Einsatz für den Klimaschutz von der englischen Königin mit dem „Orden des Britischen Empires ehrenhalber“ ausgezeichnet. Und im Herbst 2007 gründete er das Potsdamer Nobelpreisträgersymposium zu Klimastabilität und Energiesicherheit. Bei der nächsten UN-Klimakonferenz im Dezember in Kopenhagen wird es aus dieser Ecke wieder mahnende Rufe geben. Professor Schellnhuber und Prinz Charles werden im Mai im St. James's Palace auch in London ein Symposium von Nobelpreisträgern ausrichten, um die Zusammenarbeit der verschiedenen Institute und Initiativen zu verstärken, an denen die beiden Herren beteiligt sind.

Wenn Charles einmal den Thron besteigt, dürfte er über ein immenses internationales Netzwerk verfügen, das sich nicht nur in Umweltfragen verdient gemacht haben wird. Sein Augenmerk gilt ebenso der interkonfessionellen Verständigung. Besonders um Kontakte zur Islamischen Welt hat er sich bemüht, und zwar nicht, wie *Intelligent Life* larmoyant anmerkt, „um britische Waffendeals auszuhandeln“. Er hält die Patronanz des Oxford Centers for Islamic Studies inne, war der erste Christ, der vor der Al-Azhar Universität in Kairo sprechen durfte und setzte sich 2005 beim damaligen US-Präsidenten George W. Bush für die islamischen Länder ein. Über die allgemein noch

weit verbreitete und durchaus niedliche Wahrnehmung, die Geschäfte des Prinzen würden sich auf die Herstellung biologisch wertvoller Haferkekse beschränken, geht all das weit hinaus. Dabei ist seine Marke Duchy, unter der auch Bio-Würstchen mit Kräutern, Schinken von glücklichen Schweinen, Marmeladen und Erfrischungsgetränke vertrieben werden, und die nach der Markteinführung in den USA und Indien in fünf Jahren einen Umsatz von 200 Millionen Pfund angestrebt, ein Riesenerfolg.

Gerade in seinem weltumspannenden Einsatz, zu dem auch ein engagiertes Regenwaldprojekt zählt, könnte für den Fortbestand des Commonwealth ein entscheidender Impuls ausgehen. Vermutlich wird Elisabeth die letzte britische Monarchin sein, die auch das Oberhaupt von Australien, Kanada und Jamaica ist. Wenn Charles als König George VII von diesen Ländern nicht mehr akzeptiert werden sollte, entledigen sie sich auch eines ihrer engagiertesten Fürsprecher und der Möglichkeit einer ungeahnten internationalen Verbindung.

Es ist schwer zu sagen, wie viel im heutigen Handeln des Thronfolgers bereits auf seine Zeit als Monarch gerichtete Strategie steckt. Klar ist, dass die Arbeit ihn zu einer internationalen Größe gemacht hat. Charles hat die wichtigsten Ziele der weithin links geprägten Grünenbewegung vereinnahmt und mit einer religiösen, konservativen Prägung ausgestattet. Er ist die Antwort der alten Welt auf international agierende Weltdenker wie Bono, Al Gore und schließlich auch Barack Obama. Von welcher Bedeutung ein so agierender George VII für Europa und die Welt einmal sein wird, ist kaum auszudenken. Die britische Monarchie hat sich mit ihm im Vergleich zu allen anderen leidlich vergleichbaren Systemen wie Spanien, Holland, Dänemark, aber auch Saudi Arabien oder Japan schon jetzt um Äonen nach vorne abgesetzt. Auch wenn ihn noch kein begeisterter Schlachtruf der Massen trägt, kann er zumindest für sich von aussichtslos scheinender Position kommend sagen: „Yes, I can.“



Prinz Louis Albert de Broglies Schloss an der Loire ist auch ein florerendes Hotel

B
Blaues Blut mit
grünem.

Bewusstsein:
Wie der Adel
ökologischen
Anbau
revolutioniert und
dabei zu seinen
Wurzeln findet.
Die Bio-Grafen

von Steffi Kammerer und Linda-Luise Tüting, Fotos von Jan Riephoff

Wir alle sehnen uns nach einem Bezug. Wenn der gestört ist, ob zur Familie oder zur Natur, fangen wir an zu straucheln

Sitzt man in der Bar des Do & Co-Hotels in Wien, hoch oben über dem Stephansplatz, und schaut der österreichischen Gesellschaft beim Busserln zu, fühlt man sich kaum wie in einem Öko-Restaurant. Und doch ist hier manches grüner als es scheint, nicht nur die Kräuter auf dem Kalbsrücken. Der ältere Herr mit dem säuberlich gestutzten Schnauz- bart etwa, der vorbeikommt, wann immer er in der Stadt ist, gilt als einer der profiliertesten Politiker der europäischen Grünen: Fürst Karl von Schwarzenberg, amtierender Außenminister der Republik Tschechien. Eins der beliebtesten Getränke auf der Karte – der naturtrübe Apfelsaft – wird hergestellt von einem anderen treuen Besucher: Georg Graf Thurn-Vrints.

„Grün, na ja“, wehrt der Graf ab, als er uns in diesem Frühjahr auf seinem gelb getünchten Landgut empfängt. Es steht umgeben von Wiesen, eine Autostunde nördlich von Wien, nahe der tschechischen Grenze. Ein Grüner im typischen Sinn will der Biobauer nicht sein. Dafür hat er zu lange konventionelle Landwirtschaft betrieben und dafür ist er auch zu sehr Unternehmer.

Dabei macht er mit seinen 240 Hektar Anbaufläche heute so ziemlich alles, was im grünen Lehrbuch steht: keine Pestizide, keine künstlichen Düngemittel und regelmäßig wechselnde Fruchtfolgen, um den Boden auf natürliche Weise mit Nährstoffen zu versorgen. Er produziert Äpfel, Kürbisse und Kartoffeln, Weizen und Dinkel, alles zu 100 Prozent biologisch.

Lange habe er mit sich gerungen, bevor er sich vor zehn Jahren für die Umstellung entschieden habe, erzählt der Graf, während er uns im Geländewagen über seinen Besitz fährt. Nach sorgfältiger Recherche pflanzte er 12 Hektar Topaz-Bäume, Äpfel einer alten, widerstandsfähigen Sorte und installierte eine eigene Beregnungsanlage. Die erste Ernte konnte er 2003 einfahren; bis dahin hatte er rund 330.000 Euro investiert. Georg Graf Thurn-Vrints ist ein zu-



GEORG PRINZ ZUR LIPPE

Betreibt bei Schloss Proschwitz das älteste und größte private Weingut Sachsens. Zirka achtzig Hektar werden kontrolliert umweltschonend bewirtschaftet. Schon 1996 gab es die Aufnahme in den erlauchten Verband deutscher Prädikatsweingüter.



rückhaltender Mann, der mit Gutsherrenposen wenig anfangen kann. Im Wohnzimmer ist es behaglich, vor Sofas mit bunten Decken liegt ein Labrador-Mischling. Den Betrieb stellte er aus zwei Gründen um, sagt er: weil ihm sein Land am Herzen lag und weil er feststellte, dass sich Bioprodukte wirtschaftlich rechnen. Zwar ist ihre Herstellung um ein Vielfaches teurer – aber er kann ökologische Ware bis zu vier Mal teurer verkaufen als herkömmliche. Unterm Strich bleibt ihm, je nach Jahr, mal ein Drittel mehr Gewinn als früher, mal das Doppelte.

Thurn-Vrints ist einer von vielen Aristokraten, die vom Bio-Boom profitieren. Ein Begriff, der in Schlössern und Gutshäusern oft zu hören ist, und der hier, vor den langen Ahnentafeln, nicht nach bloßem Zeitgeist klingt, ist „Nachhaltigkeit“. Eine Art Brückenwort zwischen der egalitären Grünen-Bewegung – und einem alten linken Feindbild: dem Adel – der es verinnerlicht hat, den Boden und dessen Früchte als geborgt anzusehen. Und der nun plötzlich wieder Vorbildcharakter hat – weil er nicht bloß in eigenen Lebensspannen denkt, sondern in Generationen und Epochen. Junkerland, Grünbauernland.

Der bekannteste unter den Öko-Rittern ist Prinz Charles, der für sein jahrzehntelanges Engagement gerade in Berlin geehrt wurde. Lange wurde über den Thronfolger, der mit Blumen spricht und Bio-Marmelade produziert, gelacht – nun ist er ebenso Vorreiter wie vor 200 Jahren Leopold Franz von Anhalt-Dessau: ein Umweltpionier, der ökologisch optimierte Nutzwälder anlegte und in Dessau-Wörlitz ein Gartenreich schuf, das heute zum Weltkulturerbe gehört.

Dass die Bio-Welt für einen Mann wie Georg Graf Thurn-Vrints längst weniger Projekt als Leidenschaft ist, merkt man, wenn er über seine Äpfel spricht. Fruchtig-knackig seien sie, leicht säuerlich, himmlisch, er kommt aus dem




PRINZ LOUIS ALBERT
DE BROGLIE

Bereitet ein ökologisches
Lehrprogramm im Auftrag des
französischen Umweltministeriums
vor. Auf seinem Château de la
Bourdaisière am Ufer der Loire
stellt er 650 Tomatenpflanzen aus,
in Paris bizarr-schöne
Devotionalen.





GEORG GRAF
THURN-VRINTS

Produziert in Niederösterreich
Apfel, Kürbisse, Kartoffeln,
Weizen und Dinkel zu 100 Prozent
ökologisch. Um den Boden
natürlich mit Nährstoffen
zu versorgen, wechseln die
Fruchtfolgen regelmäßig.



Schwärmen nicht heraus. Und tatsächlich: Der Saft, den er uns zum Probieren reicht, schmeckt so, dass wir noch auf der Heimfahrt davon sprechen.

Mit Anfang zwanzig übernahm Thurn-Vrints das Gut in Poysbrunn samt Ländereien und Schloss von einer Tante. Als zweitältester Sohn mit sieben Geschwistern in einem Forstbetrieb in Kärnten aufgewachsen, hatte ihn sein Vater hierher nach Niederösterreich geschickt, in eine Gegend, die bis heute eine der ärmsten des Landes ist. „Die Frage war damals nicht, ob ich Lust auf den Job hatte, sondern was für mich vorgesehen war.“ Tradition eben.

Viel Theater macht der Graf auch um seine Art der Bewirtschaftung nicht. Er sei Realist, kein Romantiker. Der Arbeitsaufwand sei zwar größer, die Nachfrage aber ebenso. So ist es mit hochwertigen Nischenprodukten.

„Nachhaltigkeit liegt in der Bäuerlichkeit meiner Familie. Es ist einfach mein Wunsch“, sagt er, „das, was ich bewirtschaftete, irgendwann anständig weiterzugeben.“ Anders als sein Vater werde er sich hüten, seinen drei kleinen Töchtern vorzuschreiben, was sie einmal machen sollen. Doch die Chancen stehen gut: Die Mädchen lieben ihr Zuhause.

„Beim Gocki in Österreich wart ihr auch schon“, lacht Enno Freiherr von Ruffin, den wir mehr als tausend Kilometer weiter nördlich besuchen, auf Gut Basthorst, am Rande des

Sachsenwalds, zwischen Hamburg und Schwerin. Gocki ist der Spitzname des Grafen Thurn-Vrints. Und klar, man kennt sich.

Der zupackende Ruffin ist ein Landmann, wie er im Buch steht. Sein Spezialgebiet: rustikales Dolce Vita. Der Ex-Mann von Vicky Leandros richtet Poloturniere und Kutschfahrten aus, auf den Wiesen rund um sein properes Anwesen weiden Schafe, Ziegen, Ponys und ein paar Rentiere. Alljährlich organisiert Ruffin einen der schönsten Weihnachtsmärkte Deutschlands, dann stöckeln die Damen der Elbchaussee begeistert durch Matsch und Schnee, in diversen Scheunen wird gefeiert. Immer vornweg der Baron.

Zur Weihnachtszeit kommt auch Vicky Leandros schon mal in ihr altes Haus zurück und singt für einen guten Zweck. Carlo von Tiedemann versteigert dann Christbäume, die Otto Waalkes geschmückt hat und manche lästern, das einzig Grüne an Ruffin sei die Farbe seines Tweedjackets.

Doch das stimmt nicht ganz. Neben dem unbehandelten Obstgarten, der die Früchte für das hofeigene Café und Restaurant liefert, kann der Baron stolz sein auf sein Mehl: „Das sauberste, rückstandsfreieste und beste, das Sie kriegen können.“

Ruffin praktiziert eine integrierte Landwirtschaft und setzt minimal dosiert Pflanzenschutzmittel ein, die aber, versichert er, komplett abbaubar seien. Unter der Dachmarke Cerealis, die er selbst mitgegründet hat, vertreiben er und 40 weitere

Und tatsächlich:
Der Apfelsaft, den
Thurn-Vrints zum
Probieren reicht,
schmeckt – man
kann es nicht anders
sagen – königlich



Landwirte ihr Getreide, dessen Weg vom Saatgut übers Feld bis hin zum Müller und Bäcker nachvollziehbar ist, mit verbrieftter Qualitäts- und Herkunftsgarantie.

Vögel zwitschern, ein paar Schafe blöken, der Baron lässt kühlen Weißwein zur Kerbelsuppe reichen und plaudert aus seinem Leben: Vor 30 Jahren hat er den Betrieb von seinem Vater übernommen, von früh auf war er darauf vorbereitet worden. Er lebt mit seinem Hof, wie es eben jemand tut, dessen Familie seit 400 Jahren hier verankert ist. Nachhaltigkeit ist für ihn so normal wie essen, schlafen, Zähneputzen. „Ich habe ja eine Verantwortung für die Menschen, die Tiere und das Land“, sagt er.

Wenn es nachts stürmt, ist er der Erste, der aufsteht, wenn ein Arbeiter krank wird, steigt er schon mal selbst auf dem Trecker. Drei erwachsene Kinder hat er, eine Tochter macht gerade ihren Master in Agrikultur. Ruffin will ihr eine bessere ökologische Situation hinterlassen, als er selbst damals vorfand. „Es ist wichtig, den Kreislauf von Land und Forst als Ganzes zu sehen. Was wir dem Boden entziehen, müssen wir ihm zurückgeben.“



Schöne heile Welt ist das Erste, das einem auch zu Schloss Proschwitz bei Meißen in Sachsen einfällt, einem Prachtbau, der traditionell der Familie zur Lippe gehörte, bis 1918 eines der regierenden Fürstentümer Deutschlands. Schlossherr Georg Prinz zur Lippe hat es in den letzten Jahren penibel renoviert. Ebenso wie das Weingut gleich nebenan, es ist das älteste Sachsens und das größte dazu.

Die etwa achtzig Hektar Weinberge entlang der Elbe werden kontrolliert umweltschonend bewirtschaftet, wofür es 1996 den Ritterschlag gab: Mit seinen Weinen und Sekten hat Proschwitz es in den erlauchten Verband deutscher Prädikatsweingüter (VDP) geschafft – als einziges sächsisches Unternehmen.

Es war ein Meilenstein nach Jahren, die für die Familie dramatisch waren: Georgs Vater, der behütet in Proschwitz aufgewachsen war – der Bruder von Otto Dix kam als Hauslehrer – war 1945 in der sowjetischen Besatzungszone verhaftet worden, der Besitz wurde restlos enteignet.

Georg hatte keinen großen Bezug zum Weinbau. Er wollte Arzt werden. Weil er keinen Studienplatz bekam, schrieb er sich dann aber für Landwirtschaft ein. Nach der Uni machte er



ENNO FREIHERR RUFFIN

Praktiziert auf Gut Basthorst nachhaltige Landwirtschaft. Als Kogründer der Marke Cerealis vertreibt er Getreide mit Qualitäts- und Herkunftsgarantie. Und wenn einer seiner Arbeiter krank wird, setzt er sich eben selbst auf den Trecker.







Schulenburg hegt tiefes
Misstrauen gegenüber
konventionell erzeugten
Lebensmitteln und ihren
Nebenwirkungen für
Mensch und Natur

schnell Karriere als Unternehmensberater. Dann kam die Wende: „Von da an hat mich mein Vater dauernd nach Sachsen geschleppt“, erzählt er, „ziemlich trickreich hat er das angestellt.“

Damals gerade 31, packte ihn bald jener Unternehmergeist, der die Familie seit Generationen auszeichnet. Er hatte einen guten Draht zu seiner Bank – und erwarb nach und nach alles zurück, was einst seinen Vorfahren gehört hatte, erst das Weingut 1990, dann 1997 auch das Schloss. Mittlerweile ist der Lippische Weinbaubetrieb mit seinen 12 Rebsorten und 54 Hektar Anbaufläche der größte Ostdeutschlands.

Auf die Frage, weshalb er sich für den Ökoweg entschied, antwortet Georg Prinz zur Lippe mit einem Satz, der bei ihm nicht pathetisch klingt, sondern nüchtern: „Ich habe Respekt vor der Schöpfung.“ Georg zur Lippe glaubt, dass die Menschen gegenwärtig wieder anfangen, bewusster zu leben: „Nachhaltigkeit heißt, Balance zu halten. Wir alle sehnen uns nach einem Bezug. Wenn der gestört ist, ob zur Familie oder zur Natur, beginnen wir zu straucheln.“ Derzeit vergrößert der Prinz seinen Betrieb um ein zweites Weingut in Weimar.

Siebzig Mitarbeiter beschäftigt er heute, mit ihnen auf Augenhöhe zusammenzuarbeiten, sei Familientradition, schon seine Vorfahren hätten die größten Dienerhäuser der Gegend gehabt, sagt er. „Der Sachse ist ein extrem fleißiger Mensch, der Qualität generieren will.“ Das Schloss hat er mit den besten Materialien renoviert, über den Eingangstoren, auch auf den Weinfässern, prangt stolz das Familienwappen.

Einen Spleen genehmigt sich der 51-Jährige auch: „Ich vermute, dass in den nächsten Jahren eine Art Phyto-Homöopathie entwickelt wird, eine Homöopathie für Pflanzen.“ Er selbst führe bereits Versuche durch, einer seiner Ahnen habe die erste Universität für Homöopathie in den USA gegründet.

Manchmal, wenn er abends ein Glas Wein trinkt, denkt er an seinen Vater, der den ganz großen Erfolg nicht mehr erlebt hat. Dann steigt ihm der Geruch von Zigarettenrauch in die Nase. „Nil“ war die Marke des alten Prinzen zur Lippe – auch die ist längst wieder sehr modern.

Im benachbarten Sachsen-Anhalt erzählt Alexander Graf von der Schulenburg seine eigene Erfolgsgeschichte. Nicht nur, dass er Schloss Angern in der Nähe von Magdeburg und den dazugehörigen Forst nach der Wiedervereinigung zurückgekauft hat – seine Landwirtschaft betreibt er zu 100 Prozent ökologisch. Dabei lässt er sich von einem kundigen Nachbarn helfen, denn Schulenburg, ein Diplom-Kaufmann, der in der Nähe von Frankfurt am Main aufwuchs, ist eigentlich IT-Berater.

Bioprodukte seien die einzigen, die ihm schmecken, sagt er. So einfach sei das. Und alles andere sei ungesund. Er glaubt, dass Pestizide in zehn Jahren sowieso verboten sein werden. „Ich habe ein tiefes Misstrauen gegenüber konventionell erzeugten Lebensmitteln und den damit verbundenen Nebenwirkungen für Mensch und Natur.“ Seine Kinder gehen in den Waldorfskindergarten in Magdeburg. Dort kocht man nur



Von hier aus kümmert sich Graf Schulenburg um Artenvielfalt, Klimaschutz und die Pflege von Kultur- und Landschaftsräumen in ihrer ursprünglichen Gestalt. Dazu gehört natürlich auch eine Forstwirtschaft.

mit Öko-Produkten. Doch Graf Schulenburg ist kein Missionar, sondern ein leiser, bescheidener Mann – mit besonderer Perspektive: „Ich leite diesen Betrieb in der achtzehnten Generation. Alle vor mir haben ausschließlich ökologische Lebensmittel angebaut, über mehrere Jahrhunderte. Chemie ist doch in der Landwirtschaft vergleichsweise kurz im Einsatz.“

Seit 1448 ist der Besitz in der Hand der Familie, mit Unterbrechungen, zu denen die DDR-Jahre gehörten. 1998 fing Schulenburg an, seinen Hof ökologisch zu führen, im Osten gilt er bis heute als Exot: Nur wenige Kunden interessierten sich für Bioprodukte, sagt er, das meiste – Getreide, Kartoffeln, Obst und Gemüse – geht in den Westen.

In Deutschland produzieren etwa vier Prozent aller Landwirtschaftsbetriebe komplett ökologisch. Warum so wenig, wo doch die Nachfrage seit Jahren steigt? Biolandwirt zu sein, sagt der grüne Graf, erfordere ganz spezielle Kenntnisse. Die Umstellung sei kompliziert, allein die Unkrautbekämpfung sei etwas, wobei man viel falsch machen könne – und deshalb riskiere, viel Geld zu verlieren. „Viele trauen sich da nicht ran.“



ALEXANDER GRAF SCHULENBURG

Führt auf Schloss Angern in Sachsen-Anhalt einen rein ökologischen Landwirtschaftsbetrieb – in der achtzehnten Generation. Bei Planung und Koordination unterstützt den gelehrten IT-Berater sein Nachbar, der Biobauer.







Jedes Wochenende lädt Louis Albert de Broglie Bauern aus dem Umland zum Markt auf Schloss Bourdasière.

650 verschiedene Zuchtpflanzen versammelt der ehemalige Banker in seinem Tomatenkonservatorium.





Die Tomate ist ein sehr freundliches Gemüse, findet Louis Albert. Dass die meisten Leute nur zwei, drei Sorten kennen, reicht dem Prinzen nicht

Der wohl prächtigste Öko-Hof Europas gehört jemand, der viele Jahre nur mit Geldgeschäften zu tun hatte und begann, sich zu langweilen: Prinz Louis Albert de Broglie, einem Banker von uraltem Adel, der in London und Neu-Delhi gearbeitet hat. Er wechselte in die Tourismusbranche, wo er als Hotel-Tester seine Reiselust ausleben konnte. Dabei stieß er auf ein Renaissance-Schloss direkt an der Loire und kaufte 1991 den damals maroden Kasten.

Das wunderbare Château de la Bourdaisière ist längst ein florierendes Hotel – und Louis Albert stolzer Herr über eine einzigartige Sammlung: mehr als 650 verschiedene Zuchtomaten hat er zusammengetragen; statt seinen Schlossgarten nur mit Buchsbaumhecken und Kieswegen zu verzieren, baute er 1998 ein gläsernes Konservatorium für Tomaten.

Wie in einem wissenschaftlichen Institut bestaunen die Besucher dort in übergroßen Einmachgläsern die diversen Exemplare seines Lieblingsgemüses, und stellen fest, dass Tomaten auch purpurn oder rosa, weiß oder gestreift sein können, manche groß wie Paprika, andere klein wie Erbsen.

Seine Familie besitze seit jeher Ländereien und Wald, sagt, er, die Landwirtschaft liege ihm im Blut. Neben Tomaten verkauft Broglie unter dem Label „Le Prince Jardinier“ eine feine

Auswahl an Gießkannen, Heckenscheren und allem anderen, was man brauchen kann, um den Garten zum Blühen zu bringen. Man bekommt seine Produkte bei Bergdorf Goodman in New York, bei Harrods in London – und natürlich in seiner eigenen Boutique in Paris, in den Arkadengängen des Palais Royal, einem der schönsten Orte der französischen Hauptstadt. Hier ließ sich einst Kardinal Richelieu seinen Wohnsitz bauen, heute ist der französische Staatsrat in dem Gebäude untergebracht.

Vor acht Jahren kaufte Prinz Louis Albert außerdem „Deyrolle“, ein höchst originelles Pariser Fachgeschäft, das 1831 von einem Naturkundler begründet wurde – es gibt hier ausgestopfte Zebras, getrocknete Insekten, Schmetterlinge und Bizarr-Schönes mehr. Nach einem verheerenden Brand im letzten Jahr baut Broglie die Sammlung erneut auf; das französische Umweltministerium beauftragte ihn, ein Lehrprogramm zu entwickeln, in dem es um alles geht, womit er sich beschäftigt: Ökologie, Wasser, Umweltverschmutzung und Gesundheit, globale Erwärmung, Recycling und alternative Energien. Keine große Sache, sagt er. „In unserer Familie war es immer üblich, für die nächste Generation zu arbeiten.“

Der brogliesche Leitspruch gilt seit 400 Jahren – man würde sich nicht wundern, wenn er auf einem Wahlplakat der Grünen stünde: „Pour l’Avenir“. Für die Zukunft.



SCHWEIZ

Global Q Media AG
Tiefenackerstrasse 49
CH-9450 Altstätten SG

Fon: +41 442019977
Fax: +41 717575021
info@globalqmedia.ch
www.globalqmedia.ch

DEUTSCHLAND

Global Q Media AG
Kaiserin-Augusta-Allee 101
D-10553 Berlin

Fon: + 49 3054810701
Fax: + 49 3054810710
info@quality-magazine.ch
www.quality-magazine.ch