

2. waldivertler kulinarik-symposium
dem geschmack auf der spur
13. november 2018, schloss ottenstein

katharina seiser
lernen sie ihre geschichte!

erfolgreiche „junge“ gastronomie in skandinavien
beobachtungen im spätsommer 2018

1. lokale

- aufgeräumt
- es steht nichts unnötiges herum
- sehr hell, fenster z.t. bis zum boden
- natur ist willkommen, grenzen zwischen außen und innen verschwimmen
- blick darf in die ferne schweifen (in die natur – dort kommen die rohstoffe her),
nebeneffekt: gäste machen fotos vom ausblick, von der einzigartigen natur- und/oder
kulturlandschaft, die dann wiederum gern auf social media geteilt werden, im idealfall
mit dem hashtag des restaurants oder ortes, z.b. #kadeau #bornholm auf instagram
- sehr viel holz, natürliche materialien
- evtl. zeitgenössische kunst, fotos von produzent/inn/en etc.
- z.t. extreme transparenz (beispielhaft: noma) in der speisenzubereitung: offene küche/n

2. tischkultur

- keine tischtücher
- besteck wird pro gang eingedeckt und/oder über mehrere gänge behalten
- schöne, handgemachte messer
- stoffservietten aus regionaler produktion (z.b. leinen), idee: schlaufe/lederband
- natur in der vase, saisonale (kultur)pflanzen
- stumpenkerzen
- geschirr (keramik & porzellan) aus regionaler/lokaler produktion, oft exklusiv
- wassergläser dürfen auch becher aus keramik sein (haptik) – oder alte kristallgläser, beim
wasserglas ist alles erlaubt

3. speisekarte

- z.t. gar nicht mehr vorhanden, es gibt nur ein (überraschungs)menü
- speisekarte wird erst mit rechnung gereicht (einlassen/vertrauen des gastes notwendig)
- klassische menüfolge nicht (mehr) zwingend
- eher abfolge mehrere kleinerer gänge, gast kann mehr probieren und neues kennenlernen
- fleisch und fisch treten in den hintergrund

4. speisen & getränke

- zutaten sind aus regionaler oder lokaler produktion, oft exklusiv für das lokal entwickelt/angebaut
- und/oder aus eigener produktion (farm to table, hausgarten, landwirtschaft, metzgerei, käserei, imkerei ...)
- sehr viel gemüse
- viel fisch
- intensiver einsatz von wildpflanzen (kräuter, früchte, blüten, pilze)
- fermentiert und eingelegt wird von vor- bis nachspeise (milchsauer vergorene früchte und gemüse, miso und saucen aus soja, lupine etc., kombucha, edelschimmel ...)
- bezug auf alte regionale/lokale zubereitungsarten, zutaten, rezepte, aber neuer, frischer zugang dazu
- brot wird zelebriert, oft nur eine sorte, hausgemacht, lange teigführung mit sauerteig, frisch, nicht zwingend zu beginn des essens
- oder brot kommt gar nicht mehr vor (sättigt stark, viele echte oder eingebildete unverträglichkeiten)
- frucht & komplexe säure sind von zentraler bedeutung für die gerichte
- texturen/temperaturen werden immer mitbedacht (knusprig – cremig, knackig – weich, heiß – kalt ...)
- es wird sehr detailverliebt und präzise (die gäste machen fotos und teilen sie auf social media) angerichtet
- es wird mit der erwartungshaltung des gastes gespielt (versteckte speisen, speisen, die vorgeben, etwas anderes zu sein, z.b. blumentopf, verbrannte zwiebel, selleriespieß im noma)
- keine „deko“ am teller, die zutaten der speise sind die hauptdarstellerinnen
- getränke sind oft „naturnahe“ weine (orange, biodynamisch ...)
- alternative getränke sind kaum süß, nicht zu dickflüssig, oft fermentiert, säuerlich (unreife früchte), leicht bitter, kräuterauszüge etc. – appetitanregend, nicht sättigend

5. service & mitarbeiter/innen

- uniform (wenn vorhanden) wenig formal, eher modisches statement
- gäste werden herzlich begrüßt (beispielhaft: noma)
- grenzen zwischen küche & service verschwimmen, köch/inn/e/n servieren und erklären gerichte
- service ist extrem gut informiert, weiß auf alle zutaten-/zubereitungsfragen antwort oder holt sie sofort verlässlich aus der küche ein
- service ist extrem verbindlich und freundlich (beispielhaft: noma), man fühlt sich „zu gast bei freund/inn/en“
- man hat als gast das gefühl, die mitarbeiter/innen sind dem betrieb wichtig und arbeiten gern dort, identifizieren sich damit (und tragen das auch via social media weiter, siehe z.b. die restaurantleiterin vom noma, katherine bont, auf instagram)
- lokale empfehlen andere lokale, mitarbeiter/innen besuchen in ihrer freizeit viele andere lokale, reden (auch auf social media) darüber und helfen sich somit gegenseitig