



Liebe Schweizer Gastronomen

Text RICHARD KÄGI Illustration STEPHAN SCHMITZ

In hiesigen Restaurants mangelt es laut unserem Autor oft an Gastfreundlichkeit. Bei einem Wiener Wirtshaus könnten sich viele von ihnen eine Scheibe abschneiden

Ja, es stimmt, der bärenstarke Franken und die unverschämte hohen Löhne vermessen eure Erfolgsrechnungen. Schlimmer noch, eure Launen auch. Die Miesepetrigkeit habt ihr ja wohl kaum mit der Muttermilch eingesogen. Wie sonst soll ich mir die fehlende Freundlichkeit erklären, den Mangel an Offenheit für die Wünsche von uns Gästen? Natürlich, da sind die regelbestätigenden Ausnahmen, eine kleine, persönliche Auswahl aus Zürichs Beizenlandschaft finden Sie am Textende. Doch kürzlich, in Wien, da fand ich auf einer Speisekarte die folgenden wunderbaren Sätze, wie aus längst vergangenen Gast-ist-König-Zeiten:

«Liebe Gäste, hereinspaziert ins Wirtshaus! Das hält es alles für Sie bereit: ein

grossartiges Team, das sich auf Ihren Besuch freut. Darauf, Sie bekochen und bedienen zu dürfen und mit feinen Weinen zu beglücken. Darauf, Ihre – gerne auch vegetarischen – Wünsche zu erfüllen. (...) Für ein Korkengeld von 15 Euro öffnen wir dann gerne eine Ihrer Flaschen für Sie. Was wir uns in der Küche wohl dazu einfallen lassen – fordern Sie uns heraus! Unsere Speisekarte wird täglich angepasst, je nach Markt und auch nach Laune. Was es bei uns immer gibt: Saisonales und Regionales und manchmal etwas von weiter her. Lebensmittel, von denen wir wissen, woher sie kommen. Bedrohte Tiere, Fische und Pflanzen hingegen servieren wir Ihnen nicht. (...) Zuletzt das Wichtigste, was Sie bei uns finden: einen Koch, der nichts anderes mehr liebt, als für Sie zu kochen!»

Was das Schönste daran ist: Bei meinem Besuch wurden alle Versprechen nicht nur eingehalten, sondern weit übertroffen. Der Kalbskopf mit Apfelbalsam-Essig rührte mich zu Tränen, so gut war er. Ich wollte gar nicht mehr gehen, fühlte mich so willkommen, so wohl, so satt und aufgehoben dort; ein glückliches zweites Zuhause. Und der Koch, Christian Petz, kochte schon die Restaurants Meindl am

Graben und Palais Coburg zu Michelin- und Hauben-Ehren. Koch wollte er immer schon werden. Immer! Also kochte er. Erst zu Hause im Gasthof Strudengau, wo das Essen bereits damals auf hohem Niveau aus den Töpfen kam. Und dann auf seinen Wanderjahren. Und in seinen Ferien, in denen er nie in Hotels absteigt, weil er ja speziell zu dieser Zeit auf Märkte gehen und, angeregt durch die fremden Einflüsse aus dem erstandenen Gemüse, dem Fleisch und dem Fisch, etwas zubereiten möchte zu Hause mit seinen Söhnen und zu Hause für seine Gäste. Und, wenn keine Gäste da sind, für die Nachbarn. Und nun für seine Gäste im Wirtshaus!

Im beschriebenen Lokal – das Wirtshaus heisst «Petz im Gusshaus» – sind auch lernwillige Schweizer Wirte willkommen.

RICHARD KÄGI ist Food-Scout bei Globus; Zu den gastfreundlichsten Zürcher Restaurants gehören für ihn: **Bederhof** (bederhof.ch), **Drei Stuben** (dreistuben.ch), **Equitable** (equi-table.ch), **Grüntal** (levante.ch), **Schlüssel** (restaurant-schluesel-zuerich.ch), **Zum weissen Kreuz** (Rössligasse 3). Ein Rezept aus dem «Gusshaus» (gusshaus.at) finden Sie auf www.globus.ch/de/delicatessa/foodscout; Kontakt: richard.kaegi@globus.ch

WAHRGENOMMEN

Die Mode ist tot, lang lebe die Mode

Text JOACHIM SCHIRRMACHER Illustration JEAN-MICHEL TIXIER

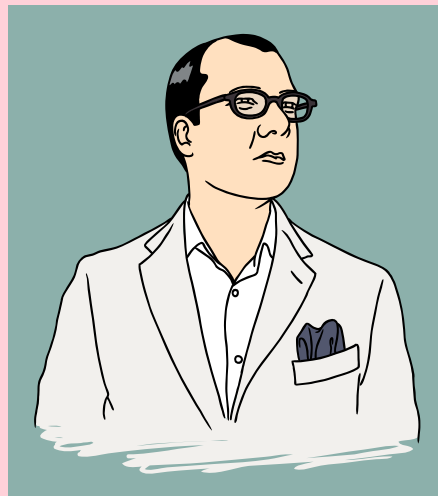
Das Spiel ist ausgereizt, die Mode hat erreicht, was möglich ist. Jetzt werden die Grenzen nach unten bis zur Geschmacklosigkeit gedehnt. Viele Kleider wären ohne grosse Namen wie Gucci oder Chanel unverkäuflich. Und so war während der jüngsten Modewoche in Paris die Unzufriedenheit am System mit Händen zu greifen. «There is no joy, no wit, no beauty, no irony, no taste and no hope», urteilte die «New York Times».

Jedes Ende ist ein Anfang. Während die einen, mal wieder, die Mode für tot erklären, bahnt sich ein Epochenwandel an: Mode ist in Zukunft Hightech, die Digitalisierung ist bald wichtiger als die Nähmaschine. Dabei geht es weniger um leuchtende Kleider, den Hype um die Wearables oder andere plakative Themen für die Medien. Viel wichtiger sind die Veränderungen im gesamten Prozess – vom Schaf bis zum Shop. Schon heute haben digitale Technologien die Art, wie wir Mode gestalten, fertigen, präsentieren, verkaufen und konsumieren, stark verändert. Wie die Zukunft aussieht, zeigen drei Beispiele: Als *game changer* gilt das sogenannte 3-D-Printing. Was hier möglich ist, zeigte die niederländische Bildungsministerin Jet Bussemaker, die in einem komplett gedruckten Outfit der TU Eindhoven an die Öffentlichkeit trat. Besonders ihre Schuhe beeindruckten.

Das Londoner Startup Knyttan hat es geschafft, Strickcomputer so zu programmieren, dass nicht mehr eine grosse Stückzahl geordert werden muss, sondern nur noch ein Pullover, dessen Muster zudem individualisiert werden kann. Damit (und mit einer Kapitalspritze von 2 Millionen Pfund) will Knyttan den 200 Milliarden schweren Markt für Strick aufrollen. Adidas wiederum forscht an einer «Speedfactory» mit dem Ziel, die gesamte Produktion zu automatisieren, neue Maschinen und innovative Materialien zu erfinden sowie ein Netzwerk lokaler Minifabriken

aufzubauen. So sollen individualisierte Schuhe und Kleidung auch wieder in Deutschland produziert werden.

Damit dieses Potenzial Realität wird, gilt es noch viele technische und kulturelle Herausforderungen zu überwinden. Nerds und Konzerne wie Apple, Google oder Microsoft forschen mit Begeisterung, aber auch mit grosser Naivität an vielen Fragestellungen, etwa daran, wie Bildschirme in Stoffe eingewebt werden können. Doch die Prototypen schaffen kaum den Sprung in den Markt. Damit dieser gelingt, müssen Designer, Wissenschaftler, IT-Experten und Kunden eine gemeinsame Sprache finden, was nicht ohne Vermittler möglich ist. Traditionellen Modeunternehmen fehlt nicht nur diese Forschungskultur, sie sind auch zu kapitalschwach. Das Geschäft der Zukunft droht an ihnen vorbeizugehen.



JOACHIM SCHIRRMACHER ist Creative Consultant in Berlin. In seiner Arbeit verbindet er Wirtschaft und Design, Forschung und Praxis, Visuelles und Verbales. Pro bono verantwortet er den European Fashion Award FASH.