

GOURMET GESCHICHTEN

DIETER BRAATZ IST KRITIKER DER ZEITSCHRIFT „DER FEINSCHMECKER“



Meer à la carte

Seine neuesten Kreationen präsentiert Küchenchef Pierre Binder im Kieler Restaurant „Fischers Fritz“ vorzugsweise bei den „Wine & Dine“-Menüs, die viermal im Jahr im Hotel „Birke“ stattfinden. Beim letzten Dinner etwa gab es Königsmakrelen-Carpaccio, gebeizte Lachsforelle mit Holunderblüten, klare Bohnensuppe mit Deichkäse, Pilzen und Kresse, und dazu wurden Spitzenrieslinge von Moselwinzer Thomas Haag vom Weingut Schloss Lieser gereicht.

Aber auch im Alltag bieten Binder und seine Küchencrew eine abwechslungsreiche Auswahl an regional und saisonal orientierten Gerichten. Die Zutaten bezieht der Küchenchef zum großen Teil von Lieferanten, die – ebenso wie das „Fischers Fritz“ – Mitglieder der Vereinigung „Feinheimisch“ sind und sich die Förderung heimischer Produkte aus Schleswig-Holstein auf die Fahne geschrieben haben. In der Speisekarte finden sich jeweils Informationen zu den verwendeten Produkten sowie ein Lieferantenverzeichnis.

Zum Küchenrepertoire gehören norddeutsche Klassiker wie Backfisch vom Kabeljau mit Remoulade und Bratkartoffeln (17,50 Euro) oder das pochierte Dorschfilet mit Dijonsensoße und Petersilienkartoffeln (17,90 Euro). An rustikalen Holsteiner Spezialitäten finden sich auf der Karte Roastbeef (16,50 Euro), das Rinderfilet vom Grill mit halbem Hummerschwanz (38,50 Euro) oder die geschmorte Schulter vom Deichwiesenschaf mit Weiße-Bohnen-Tomaten-Gemüse (18,60 Euro) und hausgemachtes Sauerfleisch aus Dicker Rippe (12,50 Euro), beides mit Bratkartoffeln und Remoulade. Das „Nordlichter“- und das „Champagner“-Menü, je vier Gänge, kosten 38 Euro und 48 Euro.

Sein Hotelrestaurant hat Patron Rainer Birke nicht von ungefähr „Fischers Fritz“ genannt. Also konzentrieren wir uns beim aktuellen

Besuch auf das Angebot an frischem Meeresgetier. Meine Frau ist begeistert von ihrer Vorspeise: „Lauwarme Lauchquiche mit marinierten Krabben“ (9,80 Euro). Die Nordseegarnelen habe sie selten so schmackhaft serviert bekommen wie diese von Lieferant Urthel in Friedrichskoog. Ich hingegen habe mich mit „Birkes Vorspeisenvariation aus dem Meer“ (13,80 Euro) deutlich übernommen: Der Teller mit Eckernförder Matjes nordische Art, geräucherter Lachs, Kieler Sprotten, heiß geräucherter Makrele, Rollmops, Gewürzgurke und einer köstlichen „Probierportion“ Labskaus samt Spiegelei wäre auch als Hauptgericht akzeptiert worden.

Beim tatsächlichen Hauptgericht bleibt meine Frau den „schlanken“ Fischvariationen treu: Ihr Meeräschenfilet ist punktgenau mit krosser Haut gebraten und mit geschmolzenen Tomaten und Artischocken angerichtet, dazu gibt es Rosmarinkartoffeln (21,50 Euro) – eine sehr gelungene Geschmackskombination. Auf Empfehlung vom Küchenchef bestelle ich das Tagesgericht: zwei ebenfalls perfekt gegarte Steinbeißer-Filets in einer Soße mit Kieler-Förde-Muscheln und Gemüsejulienne, begleitet von einer sehr großen Portion Kartoffelstampf (16,35 Euro). Auf das Dessert mag ich trotz des bisher schon üppigen Menüs nicht verzichten: Zu verlockend klingen die – nicht gerade regional beheimateten – warmen Topfenknödel (7,50 Euro) mit süßen Bröseln und Zwetschgenröster (Zwetschenkompott).

Zu unseren beiden Menüs erweist sich der 2014er Grauburgunder vom Nahe-Weingut Hermann Dönnhoff als idealer Begleiter (Flasche 32,90 Euro), aber zum Meeräschenfilet passt auch der 2013er Riesling feinerb von Schloss Lieser (Flasche 29,90 Euro). Auf der Weinkarte ist die Auswahl inzwischen auf rund 150 Positionen angewachsen.

Restaurant Fischers Fritz im Hotel Birke, Martenshofweg 2, 24109 Kiel, Tel.: 0431/533 14 35
Küchenzeiten: 12–14 und 18–22 Uhr
Sitzplätze: 85 im Restaurant
Service: jung, sehr freundlich
Fazit: Küchenchef Pierre Binder setzt auf die Qualität regionaler Produkte im norddeutsch ausgerichteten Repertoire. Aber manchmal gibt es auch Topfenknödel.

Frau Uiuuii

Die Hamburger Journalistin Stefanie Luxat schreibt in ihrem Blog vor allem übers Kochen und Wohnen – und sie hat damit erstaunlich großen Erfolg



Lebt gut von den „schönen Seiten“ des Lebens: Die Bloggerin Stefanie Luxat in ihrem Esszimmer in Eimsbüttel

Stefanie Luxat sitzt an ihrem Esstisch. Sie hat einen Laptop vor sich stehen und schaut sich darauf ein Foto von einem Schokoladenkuchen an. „Auch wenn man es nicht sieht“, sagt sie, „aber ich arbeite gerade hart.“ Tatsächlich gehört es zu ihrem Job, sich Bilder von Essen anzuschauen. Denn die Hamburgerin schreibt einen Rezept- und Wohn-Blog namens *OhhhMhhh*, den sie gegründet und zu einem der erfolgreichen Lifestyle-Blogs

VON SOPHIE LÜBBERT

des Landes gemacht hat. „So klingt es ziemlich beeindruckend“, sagt sie und lacht. „Da bin ich nicht sicher, ob ich gemeint bin.“ Doch auch wenn sie sich scheiden gibt, weiß sie natürlich, wie erfolgreich sie ist. Und daher schiebt die 36-Jährige ihren Laptop zur Seite und erzählt die Geschichte, wie sie das geschafft hat.

Die Geschichte beginnt im Sommer 2009. Damals arbeitet Luxat als Redakteurin beim „Stern“, ist dort im Stil-Ressort und kümmert sich um alles, was mit Design, Mode, Wohnen und schönen Dingen zu tun hat. Dafür braucht sie immer neue Inspiration. Auf der Suche danach surfte sie im Internet – und stößt auf Blogs, die in den USA gerade angesagt, aber in Deutschland kaum bekannt sind. „Ich mochte deren Kreativität, habe sie von da an oft gelesen.“ Und irgendwann reicht ihr das Lesen nicht mehr. „Ich fand es toll, wie die Blogger mit wenigen Mitteln viel auf die Beine gestellt haben. Das wollte ich auch ausprobieren“, sagt sie. Sie legt sich also

probeweise einen eigenen Blog an. Gibt ihm den Namen *OhhhMhhh* und sich selbst ein Pseudonym: „Ich wollte ausprobieren, daher nicht gleich erkannt werden.“ Und dann schreibt sie los.

Dabei weiß sie eigentlich gar nicht genau, worüber sie schreiben soll: „Ich hatte ja nichts vorbereitet.“ Sie tut es trotzdem. „Ich habe einfach über alles geschrieben, was ich selber interessant fand – und das waren, natürlich auch wegen meines Jobs, vor allem die Themen Wohnen und Essen.“ Ihr erster Blog-Eintrag ist dementsprechend ein Rezept für „supereinfache und superleckere“ Muffins. Danach kommt ein weiterer für „die liebsten Kekse der Welt“, ein „Super Shop- und Snack-Guide“ für München zur Oktoberfestzeit sowie eine Anleitung für „Tofusuppe, die nicht wie Gummi schmeckt“. „Ich habe das wirklich so geschrieben. *Eine Tofu-Suppe, die nicht wie Gummi schmeckt*“, sagt sie. „Ich wollte die Dinge auf dem Blog genau so formulieren: als ob ich für eine gute Freundin schreibe, locker, lustig und persönlich.“

Ihr Schreibstil mag teilweise überdreht und ein wenig gewöhnungsbedürftig wirken („Ziegenkäse mit Honig und Rockmarin – das ist Rosmarin, der auf Heavy Metal steht, echt jetzt“ oder „Alles neu macht der Herbst, neue Ideen, neue Projekte, viel neues uiuuii“), aber er kommt offenbar gut an. Denn immer mehr Leser finden sich auf Luxats Blog ein. „Ich habe bis heute keine Ahnung, wo die herkommen. Ich dachte zuerst, die haben sich vielleicht verirrt.“

Doch nach und nach kommen so viele Leser, dass die sich nicht allesamt nur verirrt haben können: Bald sind es Tausende Menschen, die sich täglich ihre Seite anschauen. Zugleich werden die

Verfasserin und ihr Blog auch in den sozialen Netzwerken beliebter. Sie hat 22.000 Fans bei Facebook und 19.400 Abonnenten bei Instagram. Eine ordentliche Zahl für deutsche Verhältnisse.

„Als ich gesehen habe, wie sich die Zahlen entwickelt haben, war die Freude riesig, aber ich habe auch eine Zeit gebraucht, um mich daran zu gewöhnen, dass da täglich so viele Menschen lesen wollen, was ich von mir gebe.“ Angesichts der positiven Entwicklung trifft

ANZEIGE

UNGER-FASHION.COM

sie schließlich eine Entscheidung: Sie gibt ihre Redakteurstelle auf und konzentriert sich voll auf den Blog. „Das war ein Risiko, klar, aber manchmal muss man einfach machen.“

Seitdem macht sie also einfach – und das sieht so aus: In ihrer Wohnung in Eimsbüttel arbeitet sie täglich an ihrem Blog, engagiert Profifotografen, heuert andere Journalistinnen als Kolumnistinnen an, schreibt auch viel über Reisen, Sport oder – nachdem sie ein Kind bekommen hat – selbstverständlich über Kindersachen. Kurz: Sie erweitert die Themen, professionalisiert den Blog. Daraufhin steigen ihre Leserzahlen nochmals an. Und ihre Bekanntheit wächst ebenfalls – nicht nur virtuell, sondern auch real. „Plötzlich wurde ich regelmäßig und überall angesprochen, in Restaurants, am Flughafen, auf dem Spielplatz, sogar im Urlaub auf Mallorca.“

Sie hat etwas geschafft, was nur wenigen deutschsprachigen Bloggern gelingt

in den digitalen Weiten. Sie hat sich selber zu einer Marke gemacht. Ihr Markenkern? Sie ist die kreative, etwas chaotische, lebenswerte Freundin. Ein idealer Markenname. Das erkennen auch immer mehr Unternehmen; sie wollen sie und ihren Blog nutzen: „Viele bieten mir Geld, wenn ich sie dafür erwähne.“ Doch das sogenannte „native advertising“ lehnt sie praktisch immer ab. Warum? „Weil ich dadurch meine Glaubwürdigkeit verlieren würde.“ Und wohl auch, weil sie es sich leisten kann.

Denn die Journalistin hat andere Einnahmequellen erschlossen, um mit ihrem Blog Geld zu verdienen: Werbung gibt es durchaus auf der Seite, aber eben klar gekennzeichnet. Zum anderen betreibt sie auf ihrem Blog auch einen Onlineshop, verkauft darin Produkte, die sie designt hat; kupferfarbenen Wandschmuck („Kupfer-Konfetti“, 24,90 Euro) zum Beispiel oder einen pinkfarbenen Adventskalender („Alles so schön einfach-Adventskalender“, ohne Inhalt, 49,90 Euro). Sowohl Konfetti als auch Kalender sind regelmäßig ausverkauft. Drittens schreibt sie Bücher, vor allem übers Wohnen und Dekorieren, gerade hat sie ein neues auf den Markt gebracht. „Ich habe mich dabei auch vom Blog inspirieren lassen“, sagt sie. Die Bücher verkaufen sich bestens – natürlich auch dank Erwähnungen bei *OhhhMhhh*. „Da greift eines ins andere“, sagt Luxat. Ob sie in Zukunft mehr aufbauen will, das ineinandergreift? Noch mehr Produkte erfinden, den Blog noch weiter entwickeln? „Klar denke ich darüber nach“, sagt sie, „aber ich bin gerade so zufrieden, wie es läuft – am meisten würde ich mir wünschen, dass alles einfach so bleibt!“

ANZEIGE

CHROM UPGRADE
 VOM 19.09. BIS 31.10.2015*

* Das Angebot gilt nur bei teilnehmenden Händlern innerhalb des Aktionszeitraums.

GLANZLEISTUNG

Unser brillantes Herbstangebot!

Vom 19. September bis 31. Oktober bieten wir für Einbauschränke mit den Türenprogrammen PLANO und VOLTUNO ab einem Verkaufswert von 2.900,00 EUR die hochwertige Chromveredelung OHNE Aufpreis an.

Ihr exklusiver CABINET-Partner in Hamburg:

Schrankideen nach Maß GmbH

Willy-Brandt-Str. 55
 20457 Hamburg
 0 40 - 22 56 26

www.cabinet-hamburg.de



Einbauschränke nach Maß

LIEBLINGE DER WOCHE

Ständig entdecken wir neue Produkte, die wir Ihnen natürlich nicht vorenthalten möchten. Der Herbst ist da! Und das feiern wir mit diesen Produkten



Tarnung: Wir sehen die Trägerin vor lauter Blättern nicht. Recht so. Seidenbluse „Waddi“ von Samsø & Samsø. Um 149 Euro, gibt's bei Søs (Hoheluftchaussee 35)



Duftlauch: Die Kerze heißt wie das Schloss der britischen Königin in Schottland: „Balmoral“. Well done. Von Cire Trudon (um 65 Euro), über Parfumerie Meister



Wunschtraum: Wie herrlich wäre es, wenn goldene Blätter vom Baum fielen? Wie zum Beispiel die von Ole Lynggaard. Um 330 Euro, gibt's etwa bei Juwelier Mahlberg



Herr der Nüsse: Wo ließe sich die Nuss-Nervennahrung eleganter aufbewahren als in der handgefertigten Porzellanschale von sofinaporzellan.com? Um 380 Euro