

DER FEINSCHMECKER

Österreich € 6,95 · Schweiz sfr 12,00
Heft 1 Januar 2012 Deutschland € 6,00



DAS INTERNATIONALE GOURMET-JOURNAL

Mehr Spaß, weniger Pomp

Mit **WEIN**

Paris

San Francisco

Wo Amerikas Köche die Trends setzen

Schwarze Trüffeln

Deftige Rezepte, und wie man mit dem Edelpilz umgeht

Hütten-Romantik

Die schönsten Chalets für den Winterurlaub

Entdeckungen in Deutschland:
Berlin
Essen
Frankfurt
Hamburg
München
Stuttgart

Highlights des Jahres

100 Weine!

Experten-Tipp für jeden Anlass, exklusiv aus Ulrich Seutters Notizbuch

ITALIENISCH FÜR KENNER

Wein, Pasta, Schinken - Italiens beste Lebensmittel verkauft
Oscar Farinetti preiswert in seinen „Eataly“- Märkten

Mozarellakugeln und Brotlaibe, von Hand geformt, Schinken und Salami von artgerecht gehaltenen Tieren, Fenchelknollen, vom „Gemüse-Metzger“ bereits präpariert – mit seinen „Eataly“-Supermärkten will der Piemontese Oscar Farinetti (Foto) beweisen, dass erstklassige Lebensmittel kein Privileg der Gutbetuchten sein müssen. Nicht bloß verkaufen möchte der 57-jährige Visionär, sondern auch über Produkte informieren, Verständnis für Handarbeit und Tradition wecken.

Den ersten Slow-Food-Supermarkt mit dem englischen Wortspiel aus *eat* und *Italy* als Namen hat der Unternehmer 2007 in Turin eröffnet. Auf 10 000 Quadratmetern werden dort nicht nur Lebensmittel und Weine verkauft: Acht Themen-Restaurants, eine Vinothek und eine Brauerei verpflegen die Besucher; eine Bibliothek, Seminarräume sowie ein Museum ergänzen das Konzept der Produkttransparenz. Dabei sollen nachhaltig und umweltgerecht hergestellte Lebensmittel bei „Eataly“ nicht mehr kosten als konventionelle Produkte in anderen italienischen Läden. „Unser Angebot richtet sich an die Intellektuellen des Essens“, erklärt Farinetti seine Mission, „nicht nur an die gut verdienenden Feinschmecker.“

Wer wie er das Mehl (*farina*) im Namen trägt und aus einer Familie von Pastamachern mit Wurzeln in Barbaresco und Barolo stammt, der muss wohl Nebbiolo im Blut haben, den Geschmack von weißen Trüffeln auf der Zunge fühlen und die piemontesischen Eiernudeln *tajarin* mit verbundenen Augen fein schneiden können. Aber in dem quirligen, erfolgreichen Italiener, dessen Vater während des Krieges Kommandant einer Partisanenbrigade war, steckt auch eine Menge Cleverness. Vor „Eataly“ gründete Oscar Farinetti bereits 1978 „UniEuro“, eine Handelskette für Konsumelektronik, die er 25 Jahre und 150 Filialen später verkaufte. Auf das „Eataly“ in Turin folgten neun weitere Niederlassungen in Norditalien, New York und Tokio; eine erste deutsche Filiale ist in Planung.

Bis dahin sollten etwa Mailand-Besucher unbedingt ins Geschäft an der Piazza 5 Giornate gehen: Das Sortiment umfasst Raritäten,

die in Deutschland kaum zu finden sind, etwa Barolo-Essig, sortenreinen Grappa von der Barbera-Traube, schwarzen Venere-Risottoreis und natürlich Fleisch und Schinken von Piemonteser Edelrassen, hergestellt von Slow-Food-Betrieben.

Der Herr all dessen empfängt auf der Terrasse der historischen Kellerei von Fontanafredda im Herzen von Piemont, die er vor zwei Jahren gekauft hat. Immer wieder piepst und klingelt sein Handy. „*Dimmi tutto*“, begrüßt Farinetti ungeduldig jeden Anrufer, „sag mir alles“. Er entscheidet gerne schnell und unkompliziert, oft aus dem Bauch heraus. Zwischendurch atmet er tief den Geruch des gärenden Dolcetto ein: „So riecht der Wein, ist das nicht großartig?“ Der Mann ist ständig in Bewegung, redet, telefoniert, gestikuliert, schreibt in sein Handy und schaut dabei vergnügt auf die makellos ausgerichteten Zeilen seiner Weinstöcke: „Wir arbeiten mit allen Techniken des integrierten Anbaus, wir sind die erste Kellerei hier, die beinahe ohne Chemie auskommt.“ Nach einem neuen Verfahren wird der Wein in Fontanafredda von der Lese bis zur Abfüllung lückenlos gegen Oxidation abgeschirmt, daher reicht ein Viertel der bisherigen Schwefelmenge.

2010 hat Farinetti einen Wein namens „Già“ („schon“) auf den Markt gebracht, einen fruchtigen, unkomplizierten Roten, ähnlich dem in Piemont üblichen „Vino“. Die Mischung aus Dolcetto, Barbera und Nebbiolo ist kurzlebig, bis Pfingsten soll man den neuen Jahrgang jeweils austrinken. „*Un vino per tutti, un vino dei fortunati*“, schwärmt der Macher, ein Wein für alle, ein Wein für die Glücklichen.

Bei „Eataly“ schafft Farinetti den Spagat zwischen Qualität und guten Preisen, indem er konsequent auf Zwischenhändler verzichtet und dafür mehr in die Produktion investieren kann: „Wir kaufen etwa unseren Kaffee in Guatemala direkt beim Erzeuger, zu einem viermal höheren Preis als üblich. Das sichert ihm das Überleben und uns die beste Qualität.“ Anders und besser will er es auch beim Marketing machen: „In der Werbung wird viel zu viel Geld in Emotionen gesteckt und viel zu wenig in Kommunikation, in die intelligente Information darüber, wo und wie unsere Lebensmittel erzeugt werden.“ „Eataly“ bietet deshalb auch Hintergrundwissen über Produkte, über ihren Wert, ihre Tradition. Für Kinder und Rentner sind Kochkurse und Schulungen sogar kostenlos. „Wir haben herausgefunden, dass zwei von drei Jugendlichen den Unterschied zwischen Weichweizen und Hartweizen nicht

kennen“, klagt Farinetti: „Wie sollen sie da die richtige Pasta kaufen?“

Christian Wenger

Infos: www.eataly.it



FOTO: M. DOTTAVIO/PHO.TO.IT