

# Wo die Ente atmet wie ein Rotwein

Die Messe Kulinarik stimuliert mal wieder die Lust auf kulinarische Entdeckerfreuden, kitzelt in der Stuttgarter Phoenixhalle aber auch die Gaumen verwöhnter Stammkunden. Zu sehen, riechen und schmecken gibt es einiges.

Von Georg Linsenmann

Durchaus ein „bisschen früher starten“ könnte die Kulinarik laut einer Handvoll Fans aus dem Remstal, die sich pünktlich zum Beginn einfinden. Sie hatten es kaum erwarten können, an diesem Wochenende „mal wieder“ durch die „Genuss- und Stilmesse“ zu schlendern: „Da läuft einem schon beim Hinschauen das Wasser im Mund zusammen“, bekennt eine Mittfünzigjährige. Entsprechend rege ist schon zur Mittagszeit in der Phoenixhalle im Römerkastell der Betrieb. Doch während die einen noch das erste Glas Weißwein einschenken oder per Aperitif in Schwung kommen wollen, haben sich andere schon festgesetzt auf ihrer „Genuss-Insel“.

So die „intergenerationellen Freundinnen“ Gabriele Meichsner (71) und Silke Freudenberg (53). Die Stuttgarterinnen lieben „das Internationale“ hier und kosten gerade

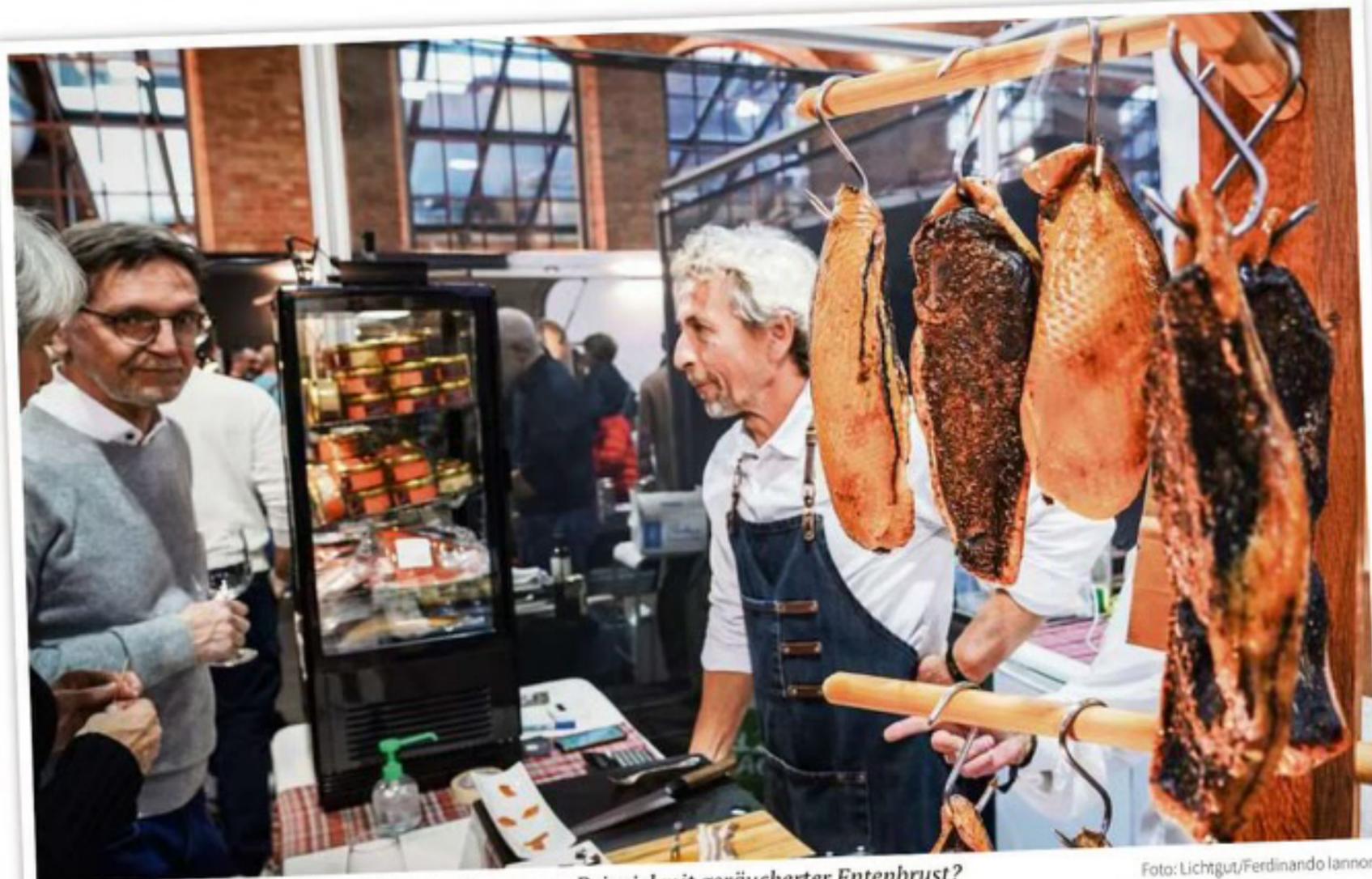
„Man kann probieren und kauft die Katze nicht im Sack. Es gibt Anregungen.“

Gabriele Meichsner, Besucherin

die darin schlummernden „geschmacklichen Anregungen“. Mit das Beste dran: „Man kann probieren und kauft die Katze nicht im Sack.“

Weit gekommen mit dem Ausprobieren ist auch schon das Ehepaar Renz aus Echterdingen. Sie preisen etwa die Novität Wagyu-Rind aus dem Taubertal und eine „Pfefferkreation mit einem Sherry-Tomätchen“. Jetzt setzen sie dem Ganzen mit Imperial-Kaviar in drei Stör-Variationen aus heimischer Zucht die Krone auf, lassen sich was einpacken, „und dann reicht es für heute“.

Offen am Haken hängt die geräucherte Entenbrust aus dem Elsass: „Die muss atmen wie ein guter Rotwein, nur ein bisschen länger“, lacht Madame Bauer und empfiehlt die Kombi mit frischem Feldsalat. Sowieso kann die Messe punkten mit erklärfreudigen Anbietern. Etwa zum handgemachten, „weltbesten Fudge aus Gundelfingen“. Das flüssige Karamel müsse „an einem ganz bestimmten Punkt erwischen und dann 20 Minuten geschlagen werden. Nur dann zerfallen die Zuckerkrystalle wie Puder.“ Weg wie nichts ge-



Feines fürs Auge und den Gaumen – wie wäre es zum Beispiel mit geräucherter Entenbrust?

Foto: Lichtgut/Ferdinando Iannone



Die Versorgung der Besucher kommt bei der Messe nicht zu kurz.

Foto: Lg/Ferdinando Iannone

hen auch die Probiererle der Neuheit „Anneliese“, einem neuen „Signature Drink“ aus Goldbach, bestehend aus „selbstgebranntem Wodka und handgepresstem Zitronensaft“. Da sei „viel Vitamin C drin“, schmunzelt Christian.

„Nüchtern betrachtet“ laufe es ganz gut, sagt „der Mann, der für seinen Gin brennt“, und mit Noble Curacao neben Satoshi Gin, der „in jede Bar“ gehöre, nun auch einen „brandneuen Orangenlikör mit Brandy“ im Angebot hat. Tatsächlich aber täusche der

Eindruck, denn vor Corona sei „mindestens doppelt so viel Publikum zur Kulinarik geströmt“, sagt Thomas Neff aus Ludwigsburg. Auch interessierte Händler seien deutlich weniger da: „Es ist trotzdem noch gut. Deshalb bleiben wir präsent.“

Stark zu Buche schlägt bei den Messe-Novitäten auch, was aus dem städtisch geförderten Startup-Projekt „FoodBRYCKE“ hervorgegangen ist. Schwer umlagert ist dabei Heydoro mit der Feinkost-Premiere aus Polen. Auch „Crunchy Croutons“ und „Better Cakes“ können über Probiererle-Nachfrage nicht klagen. Leo Schuster nimmt die Sache als „Härtetest“ für sein Startup „Funghi Feeds“. Er habe hier „80 Prozent Prototypen“, das Feedback soll der Weiterentwicklung dienen. Im Prinzip laufe die Sache gut an.

„Willkommen in Afrika“ heißt es erstmals mit dem Stuttgarter Anbieter der „Casa Afrika“. Auch hier ballt sich kulinarische Neugierde. „Rattenscharf“ findet Werner aus Sersheim den Kahombo Dip, während seine Frau Christa weiter den Probierteller durchexerziert. „Wer hier probiert hat, der kommt wieder“, freut sich Anita und liefert so ganz nebenbei auch das passende Messe-Motto.