

Taste the WEST

Köstlicher Konsum:
Die Messermarke
Zwilling ist in China
nicht Hausrat, sondern
Statussymbol.
Nun wurde in Shanghai
ein Flagshipstore
eröffnet, entworfen
von Matteo Thun



Präzisionsarbeit: Designer Matteo Thun (links) und sein Büropartner Antonio Rodriguez entwarfen für Zwilling die Messerserie „Twin 1731“. Deren geschwungener Übergang von Messergriff zur Klinge erleichtert das Schneiden. Hell gestalteten sie den Barbereich im Zwilling-Flagshipstore in Shanghai



New York, 1927 in Paris. Seit 1909 sind Niederlassungen in anderen Ländern eingerichtet worden, und überall, betont Erich Schiffer, „hören wir auf die jeweiligen Märkte. Wir sind keine deutsche Firma mit hohem Exportanteil, wir sind ein multikulturelles Unternehmen!“ Nach China ist man 1995 gegangen und etablierte in den ersten fünf Jahren 100 Standorte, meist in Luxuskaufhäusern, mit eigener Fläche und eigenem geschultem Personal. So wurde Zwilling in China zum Inbegriff für gehobenes Kochgerät – und China zum wichtigsten Markt für die Solinger.

Der Flagshipstore in Shanghai wird als „Culinary World“ inszeniert mit all den Produkten, die das Unternehmen unter eigenem Logo oder durch Zukauf von Marken für Pfannen (Ballarini), gusseisernen Kochgeschirr (Staub) und solchem aus Edelstahl (Demeyere) im Portfolio hat. Der Store ist ein Gegenentwurf zum Onlinehandel, der bei Zwilling 25 Prozent beträgt, Tendenz steigend. In Shanghai aber soll man die Produkte in echt erleben und benutzen und „schmecken, lernen, entdecken, kaufen“ können. Ein Versprechen, das das Büro Matteo Thun und Cornelia Polletto ästhetisch und kulinarisch einlösen, indem sie ähnlich agieren wie Zwilling selbst: Sie bieten dem Markt Neues und achten zugleich das Vorhandene.

Matteo Thun und Antonio Rodriguez prägen schon seit zehn Jahren das Design der Firma, haben alle anderen Flagshipstores gestaltet und Messerserien entworfen, die längst Klassiker sind. Bei ihrer Arbeit verzichten sie grundsätzlich auf eine eigene Handschrift. Ihr „No-Design“ ist zurückhaltend in der Form und emotional im Material. So werden die Messer, Töpfe und Pfannen im Showroom in Erdgeschoss in schlichten, streng gerasterten Wandregalen und auf winkelig und quaderförmigen Podesten gezeigt, was ihre Funktionalität besonders betont. Helles Eichen- und dunkles Walnussholz, der sandfarbene Terrazzoboden und die Messingrahmen der Messervitrinen sorgen für Wärme und Eleganz.

Der Grundriss war vorgegeben: Ein langer schmaler Raum, in der Mitte eine Treppe: „Eigentlich unbespielbar“, sagt Antonio Rodriguez mit einem Lächeln. „Aber dann haben wir diese Schwäche kurzerhand zum Konzept erklärt.“ Die Treppe wurde an die Seite verlegt, wo sie jetzt in elegantem Schwung ins Obergeschoss zur Kochschule und ins Restaurant führt. Dessen schlauchartiger Zuschnitt wird nun durch einen einzigen, 36 Meter langen Tisch betont, der zunächst als Getränke-, dann als Foodbar und zuletzt als Essstisch gestaltet ist. Unterschiedliche Hölzer – und dank eines eingebauten Podests – Höhen strukturieren die einzelnen Zonen und geben dem Raum Rhythmus.

Die lange Tafel spielt auf mediterrane Traditionen an, der dahinterliegende „Fine Dining“-Bereich zitiert mit tippligen Sesseln aus grünem Samt, Tischplatten aus blauem Glas und Messingleuchten das Art Deco-Erbe von Shanghai – West meets East, könnte man sagen. Das gilt auch für das Mobiliar: Alles wurde, egal ob Fremd- oder Eigenentwurf, in China hergestellt. Kurze Wege, sagt Matteo Thun, „sind einer der wichtigsten Faktoren für Nachhaltigkeit“.

Das also ist die Bühne, auf der Cornelia Polletto kocht, kochen lehrt – und die Zwilling-Produkte zum Einsatz bringt. Auch die Hamburger Köchin ist schon lange Partnerin der Firma und hat 2016 eine eigne Messeredition herausgebracht. Das Angebot, als kulinarischer Kopf und Beraterin Restaurant und Kochschule in Shanghai zu verantworten, hat sie mit der Familie besprochen: China bedeutete selbst für einen Vollprofi wie sie Neuland, außerdem hat sie ja schon ein Restaurant.

Doch Mann und Tochter rieten zu, und so pendelt Cornelia Polletto; 60 Tage Anwesenheit vor Ort sind abgemacht, ansonsten führt ein Mitarbeiter Küche und Geschäfte. „Das macht mich schon stolz, mit meiner Küche hier zu sein“, sagt sie. Denn gekocht werden die typisch mediterranen Polletto-Rezepte, inklusive der Klassiker. Zwei Kilo Gewürzmischung hat sie gerade mitgebracht, damit sie auch hier ihr Backhähnchen servieren kann. Für ihre chinesischen Gäste gehört es zu den Top Five, noch vor den Rote-Bete-Macarons, aber hinter dem Beerenobst.

Im Januar war das Soft Opening, im April die Eröffnung, und nun haben sich die Dinge zurechtgerückt: nicht nur mit dem Team – im Service und in der Küche arbeiten bis auf den Küchenchef nur Chinesen – sondern auch auf der Karte. Manche Gerichte musste sie behutsam an hiesige Geschmacksgewohnheiten und die verfügbaren Zutaten anpassen. Aber jetzt haben sie sogar eine Rezeptur für die Hähnchenwürste ausgetüfelt, die genauso schmeckt wie in Hamburg. Das nächste Mal reist Cornelia Polletto mit leichterem Gepäck.

VON GABRIELE THIELS

Es geht um Hausrat. Das muss man sich klarmachen angesichts des roten Teppichs, der Limousinen und der Feuerwerksfontänen, die in den Nachthimmel schießen. Ein Filmstar durchschneidet das rote Band und gibt den Weg frei zu einem Ort, an dem Küchenmesser wie in einer modernen Schatzkammer präsentiert werden und Töpfe und Pfannen so, als seien es Taschen von Bottega Veneta. Das Fest, das Ambiente, die 200 handverlesenen Gäste – alles hier sagt: Luxus. Nur man selbst steht mitten drin und fragt sich leicht verblüfft: Wie kann das sein?

Die Solinger Schneidwarenfirma Zwilling hat in Shanghai ein Flagshipstore eröffnet. Es ist in China bei Weitem nicht ihr erstes Geschäft, aber mit 640 Quadratmetern auf zwei Geschossen das weltweit größte, schickste und auch das innovativste. Es vereint nicht nur Laden und offene Reparaturwerkstatt (180 Quadratmeter) sondern auch eine Kochschule und sogar ein eigenes Restaurant (460 Quadratmeter). Das Interieur stammt von den renommierten Mailänder Architekten Matteo Thun und Antonio Rodriguez, für die Kochschule und das Restaurant „Twins by Cornelia Polletto“ ist die Hamburger Spitzenköchin Cornelia Polletto verantwortlich. Fast überflüssig zu erwähnen, dass der Laden an einer der wichtigsten Shoppingmeilen der Millionenstadt liegt, in einem zweigeschossigen frei stehenden Neubau mit eigener Auffahrt und in direkter Nachbarschaft zum Store von Tesla, der amerikanischen Marke für Hybridautos.

Für Besucher aus Deutschland ist all das ein kleiner Kulturschock. Bei uns kennt man Zwilling-Produkte als zuverlässige, aber unauffällige Begleiter im Alltag. Ihre Qualität wird wie selbstverständlich vorausgesetzt, aber wer käme hier auf die Idee, sie als Statussymbole zu begreifen? Ganz anders in China, wo Zwilling als Premiummarke gilt. „Die Leute sehen den Namen, das Logo – und wissen: das ist das Beste“, sagt Dr. Erich Schiffer, der CEO.

Er erklärt auch gleich, warum. Bei Zwilling, 1731 gegründet, kommen nicht nur die lange Geschichte und das „Made in Germany“ zusammen, sondern von früh an auch die Bereitschaft, über den Tellerrand zu blicken. Schon 1818 gründete man eine Verkaufsniederlassung in Berlin (damals sechs Tagesreisen von Solingen entfernt), 1883 eine Filiale in