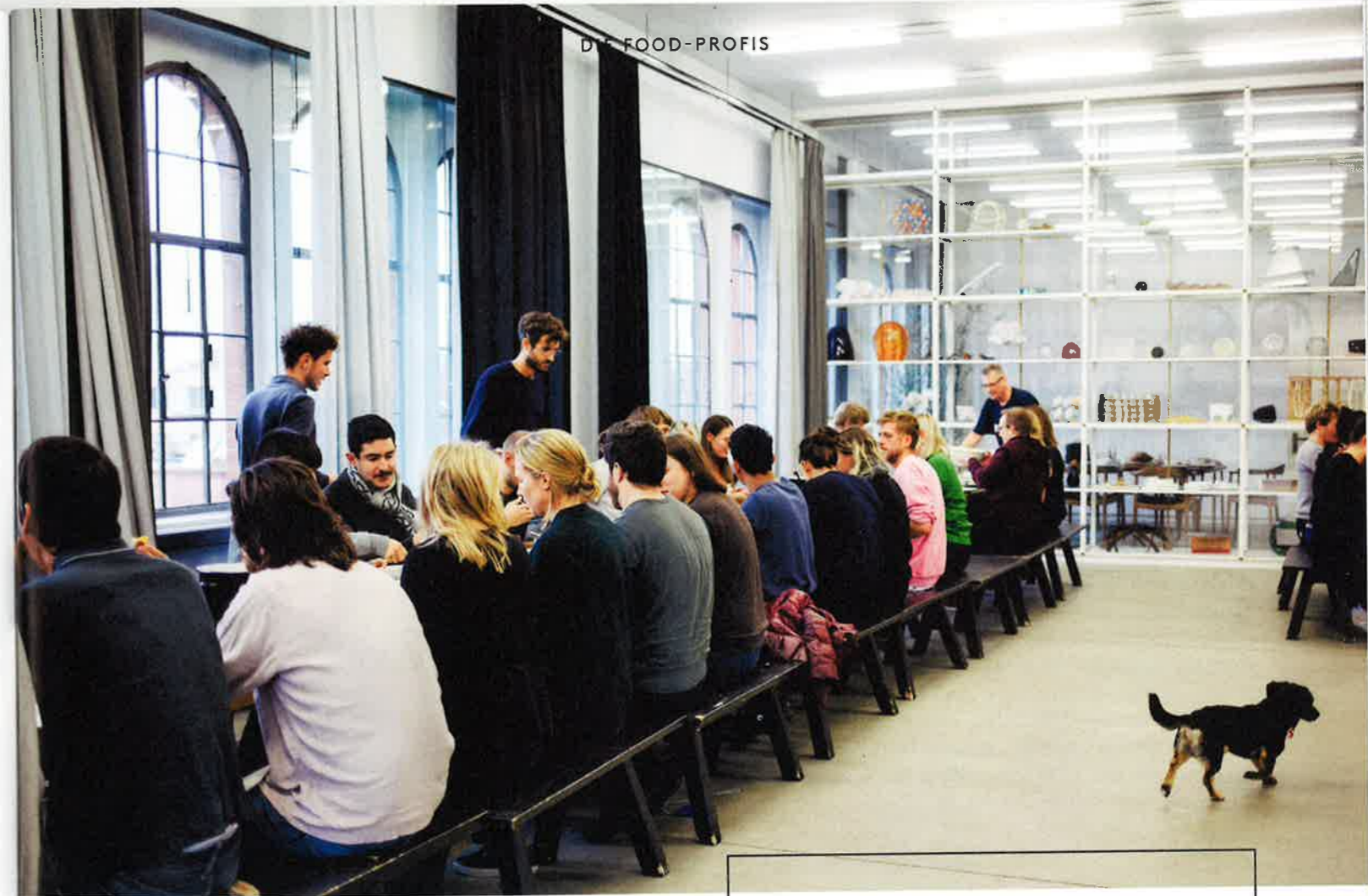


Kommt zu Tisch, Kollegen!

Arbeit braucht andere Rituale der Gemeinsamkeit. Und entdeckt die Kantine neu – als sozialen Raum, Energiespender, Bonusprogramm. Mit Essen, das nicht dick und krank, sondern gesund und glücklich macht. Und tatsächlich produktiver.

Es ist wie ein tägliches Familientreffen: Um Punkt ein Uhr mittags schlägt die große Essensglocke. Die Tische sind gedeckt, grüner Salat und Schälchen mit veganem Aufstrich aus Ingwer und Karotte stehen darauf. In blauen Emailtöpfen wartet eine duftende Rote-Bete-Suppe auf hungrige Esser, aus dickwandigen Schüsseln verströmt ein marokkanischer Tabouleh sein Zitrus-Minz-Aroma. Auf Brettern liegt Sauerteigbrot, noch ofenwarm, es wurde am Morgen gebacken. Alle Zutaten sind aus regionalem Bioanbau, Händler, die mit dem Fahrrad anliefern, werden bevorzugt, gekocht wird energiesparend. Und was vom Essen übrig bleibt, darf man mit nach Hause nehmen.

Hier haben schon die Koch-Stars René Redzepi vom dänischen „Noma“ und Alice Waters vom kalifornischen „Chez Panisse“ aufgetischt, haben Meryl Streep und Ai Weiwei gespeist. Die Rezepte sind so besonders, dass sie in einem künstlerischen Kochbuch verewigt wurden. Und das Design des Genuss-Ortes verantwortet kein Geringerer als Ólafur Eliasson, einer der bekanntesten Künstler der Welt. Eliasson, der in der Londoner Tate Modern für zwei Millionen Besucher eine künstliche Sonne gestaltete, ganze Fluchten eines Kopenhagener Museums in eine Flusslandschaft verwandelte und einen riesigen, begehbaren Regenbogen schuf –



KANTINE IM STUDIO ÓLAFUR ELIASSON

In einer alten Backsteinfabrik in Berlin-Prenzlauer Berg realisieren 100 Kreative die Entwürfe des isländischen Künstlers – und speisen Punkt 13 Uhr gemeinsam in der Kantine. Ein täglich wechselndes Gericht, dazu Salat, frisches Brot und vegane Aufstriche. Fürs Gemeinschaftsgefühl. Und mit einer Mission: möglichst ressourcenschonend, saisonal, regional zu kochen – und vor allem lecker.

Eliasson als Innenausstatter? Ja, denn es ist seine Kantine. Die Kantine des Studio Ólafur Eliasson in Berlin-Prenzlauer Berg. Die über 100 Mitarbeiter, die seine Entwürfe umsetzen – Architekten, Künstler, Designer, Tischler – essen die vegetarischen Biogerichte täglich umsonst. Das sei nur gerecht, sagt Eliasson. Er verlange viel von seinen Leuten, da wolle und müsse auch er etwas geben.

Die Kantine, ein sozialer Ort mit einem bislang durchweg haarsträubenden Image, wird gerade neu erfunden. Welche Salatblätter, Dosenmais und Wassertomatenviertel, die man mit fettig-zuckerigem Industrie-French-Dressing aus dem Spender flutete, wandeln sich zu knackigem Wildkräutersalat mit Ranunkel und Portulak, darauf marinierte Ringelbete, krosse Tempeh-Chips und Blaubeeren. Aus Gemüse, das stundenlang warm gehalten wurde und dabei Vitamine und Biss verlor, wird jetzt à point gegarter Brokkoli und Topinambur, im Jus geschwenkt oder in normannischer Butter sautiert. Statt zähem Schnitzel mit durchgeweichter Panade gibt es federleichte Dorade in der Salzkruste, rückwärts gegartes Wagyu-Rind mit einer Portweinreduktion oder Büffelmozzarella an hauchdünnem Fenchel mit Kapernäpfeln und Dill-Vinaigrette.

Die neue Kantinen-Cuisine präsentiert sich elegant, leicht, regional, bio und nachhaltig. Und vor allem: extrem lecker.

Nicht nur Avantgardisten wie Ólafur Eliasson oder die Verantwortlichen des Mitarbeiterrestaurants von Designmöbel-Hersteller Vitra denken die Institution Kantine neu. Auch bei den großen konservativen Unternehmen wie Versicherungen oder Automobilherstellern setzt der Wandel ein. Immer stärker setzt sich das Verständnis durch, dass Essen viel mehr ist als ein Treibstoff, der die Vitalfunktionen der Belegschaft erhalten soll. Es ist ein gar nicht so weicher Faktor in der Unternehmenskultur und -strategie. Denn der wichtigste Rohstoff eines Unternehmens sind gute Mitarbeiter, eine Ressource, die knapp ist. Und die sich die Unternehmen sichern, wenn sie ihre Mitarbeiter wertschätzen und deren



Wunsch nach gesunder, guter Ernährung erfüllen. Essen, das nicht dick und krank, sondern gesund und glücklich macht. Und leistungsfähig.

„Gute Ernährung ist ein absoluter Megatrend, der in Zukunft sogar noch wichtiger werden wird“, sagt Sebastian Herrmann von der Firma Reisner & Frank, die große Unternehmen dabei berät, wenn sie ihre Kantinenkonzepte neu ausrichten. Ganz weit vorn sind dabei, so Herrmann, die Tekkie-Riesen im Silicon Valley, wie Google oder Apple. Er selbst hatte sich einige angesehen auf seiner Kantinen-Exkursion in Kalifornien. Und war vor allem vom Cloud-Dienstleister Dropbox begeistert, der sich ein spektakuläres Mitarbeiterrestaurant leistet, das den Ruf hat, die beste Kantine der Welt zu sein: hell und luftig, mit mundgeblasenen Glaslampen und Edelhölzern ausgestattet. Ebenso ästhetisch sind die Speisen, die hier auf die Designerteller kommen. Kreationen, wie man sie auch in der Sternegastonomie finden würde, Türmchen, Sphären, Brombeerstaub – gekocht aus den besten Zutaten. Aus acht Hauptgerichten können die Mitarbeiter täglich wählen, in zwei Jahren hat sich noch nie eins der Gerichte wiederholt.

Wenn die Köche am Vormittag die Fonds testen, mit Zusammensetzungen experimentieren und über die Teller gebeugt zu Farben und Aromen debattieren, sieht dies ganz und gar nicht nach Kantinenküche aus – sondern einer Folge „Chef's Table“, der Netflix-Serie über die größten Köche der Welt. Die

Vom Aufstrich bis zum Brotteig – in der Kantine von Ólafur Eliasson (r. Foto, Mitte) ist alles vegetarisch und handgemacht. Und Familiensache: Seine Schwester Victoria Elíasdóttir (links von ihm) kocht mit.

glücklichen Dropbox-Mitarbeiter essen kostenlos und dürfen sogar Gäste einladen. Um die 24 Dollar pro Mitarbeiter und Tag lässt sich Dropbox diesen Service kosten, also je 6000 Dollar im Jahr. Nicht viel, wenn man an die schwindelerregenden Gehälter im Silicon Valley denkt und dessen ungebrochene Gier nach Software-Ingenieuren, Entwicklern oder Webdesignern. Die Kantine ist sicher nicht das Hauptkriterium bei der Jobentscheidung. „Sie kann aber das Zünglein an der Waage sein, wenn die anderen Parameter gleich oder ähnlich sind“, sagt Herrmann. Eine hervorragende Kantine kann also ein Wettbewerbsvorteil beim Kampf um die besten Köpfe sein.

Und nicht nur das: Optimale Ernährung fördert auch die Mitarbeiterleistung. Bei Dropbox hat jedes Hauptgericht 625 Kalorien, man kann sich per Fitnessstracker zeigen lassen, wie man diese wieder loswird, wenn man denn möchte – im haus-eigenen Fitnessstudio. Das kann man übergriffig finden oder paternalistisch. Fakt aber ist: Eine gesunde, gute Küche pusht das Arbeitsklima.

Eine hervorragende Kantine kann durchaus ein Wettbewerbsvorteil beim Kampf um die besten Köpfe sein. Und nicht nur das: Optimale Ernährung fördert auch die Mitarbeiterleistung.





Dass gesunde Ernährung Freude machen kann, hat auch der dänische Sternekoch Mikkel Karstad den Mitarbeitern einer großen Anwaltskanzlei gezeigt, deren Kantinenchef er war. Er stellte auf Biogemüse um – und reduzierte den Fleischanteil drastisch. Erst gab es eine Mitarbeitermeuterei: Ob man Geld sparen wolle? Karstad erklärte das Konzept: dass weniger Fleisch gesünder sei. Und es möglich mache, bessere Qualität zu kaufen. Bald waren alle begeistert und wollten kaum mehr in externe Restaurants, weil das Kantinenessen so grandios war. Karstads Kantine wurde zur besten Kantine Dänemarks gewählt. Heute berät er, für den neben dem Geschmack seiner Gerichte auch deren Nachhaltigkeit ein wichtiges Kriterium ist, Kantinen bei ihrer Neuausrichtung. Denn: „Von einer guten Kantine profitieren alle: die Köche, die endlich auf hohem Niveau kochen dürfen und richtig gute Zutaten verwenden können, die frisch, regional und saisonal sind. Und die Gäste, die gesundes Essen bekommen, das schön angerichtet ist und toll schmeckt“, so Karstad.

In Zeiten, in denen mehr über E-Mail kommuniziert wird als im persönlichen Gespräch, sind gute Kantinen, in denen man sich gern aufhält, noch wichtiger geworden. Auch Ólafur Elíasson, dessen Vater Koch und Künstler war, sagt: „Gemeinsame Mahlzeiten sind sozialer Klebstoff.“ Und familiärer: Seine kleine Schwester, Victoria Elíasdóttir, die in Berlin mit dem „Dóttir“ ein eigenes Restaurant betrieb und Elíasson in seiner eigenen Kantine unterstützt hat, eröffnet jetzt mit Ólafur ein Pop-up-Restaurant in ihrer Heimat Island. Es bleibt also in der Familie.

Mahlzeit! In diesen drei Kantinen wären wir gern Teil des Teams



VITRA

Alles aus einer Hand: Im Betriebsrestaurant des Möbeldesigners sitzt man auf hauseigenen Entwürfen und isst live Zubereitetes. Der Clou: Sogar Besucher dürfen mal kosten.



DROPBOX

Ästhetik zur Mittagszeit: Nicht nur das luftige Retro-Dekor, auch die kunstvoll kreierten Speisen bringen die Angestellten des Cloud-Dienstleisters ins Schwelgen.



OTTO

Seit 2017 isst in der Hamburger Zentrale das Auge mit: Gekocht wird regional und frisch in der offenen Küche. Besonderes, Bewährtes – und Pizza aus dem Steinofen.

Fotos: PR

„FÜR MICH SIND STARKE FRAUEN EINE INSPIRATION“

Burberry, Calvin Klein, Chloé: Das Portfolio von Fotografin Olja Ryzewski liest sich wie die Ausgabe eines Hochglanzmagazins. Mit ihrer minimalistischen Bildsprache begeistert die 30-jährige nicht nur hochkarätige Marken, sondern auch ihre Follower. Mehr als 200.000 Fans lassen sich auf Instagram von ihren Bildern inspirieren. Mit uns sprach sie über ihren Erfolg, den Konkurrenzkampf in der Modebranche und das neue Wasser Glacéau smartwater, dessen Design es ihr angetan hat.

Olja, du bist selbstständige Fotografin und arbeitest vor allem für die Fashion-Industrie. Hat dich dieses Feld schon immer gereizt?

Oh ja, ich habe mich schon in meinem Fotografie-Studium dafür interessiert. Meine ersten Kontakte mit Designern und Models hatte ich in meinem Auslandssemester in Südkorea. Zurück in Berlin hat dann alles so richtig Fahrt aufgenommen. Ich bekam eine Anfrage eines großen Modeunternehmens. Danach kamen immer mehr Aufträge und auf einmal stand ich als Fashion-Fotografin da und schoss große Kampagnen. Manchmal kann ich das alles selbst noch nicht so richtig glauben.

Du arbeitest nicht nur als Fotografin, sondern auch als Influencerin. In beiden Branchen ist der Konkurrenzdruck groß. Wie hast du es geschafft dich durchzusetzen?

Klar, der Konkurrenzdruck ist da, aber in den letzten Jahren hat sich hier einiges getan. Immer mehr Frauen unterstützen sich gegenseitig anstatt sich auszubremsen. Ich selbst sehe starke Frauen in meiner Branche nicht als Konkurrenz, sondern als Inspiration, von denen ich noch viel lernen kann. Ich glaube, dass man nur durch eine positive Sichtweise weiterkommt und wachsen kann. Genau das macht mich aus.

Deine Fotos sind klar und minimalistisch. Was fasziniert dich so an diesem Stil?

Ich fokussiere mich gerne auf das Wesentliche, mag Ordnung und Struktur. Gleichzeitig ist Minimalismus auch sehr ehrlich: Du kannst dich nicht hinter Dingen und Details verstecken. Das was man sieht, bist du. Genau das zeige ich auch in meinen Arbeiten.

Foto Olja Ryzewski



Olja Ryzewski ist freie Fotografin, erfolgreiche Influencerin und Teil der #smartcrowd von Glacéau smartwater

„Vor allem für eine wählerische Wassertrinkerin wie mich, die es leicht und nicht zu mineralisch mag, ist das Wasser ideal.“

Du zeigst auf deinem Instagram Account nur wenige, ausgewählte Marken. Darunter auch Glacéau smartwater. Was hat dich an dem Wasser angesprochen?

In erster Linie das pure Design der Flasche. Ich kannte die Marke bereits von meinen USA Reisen und war begeistert, als ich das Wasser in deutschen Läden sah. Die minimalistische Flasche passt perfekt zu mir und meinem Fotografie-Stil. Deswegen gehört es auch zu den wenigen Marken, die ich meinen Followern zeige und hinter denen ich stehe. Außerdem finde ich die Größe auf Reisen gut und den Geschmack schön erfrischend. Vor allem für eine wählerische Wassertrinkerin wie mich, die es leicht und nicht zu sehr mineralisch mag, ist das Wasser ideal.