



Text Patricia Engelhorn
Fotos Frank Bauer

ALLES KÄSE

Die Pariserinnen achten oft fanatisch auf ihre Figur? Von wegen! Wir zeigen drei Damen, die der Käsetheke kalorienreichen Glanz verleihen

Wir wissen viel über ihn, glauben wir zumindest. Dass er dick macht. Dass Frauen meist auf ihn verzichten sollten. Dass die eleganten Pariserinnen ihn aus Überzeugung nicht anrühren. „Alles Blödsinn“, sagt Olivier Malnuit, Autor und Chefredakteur des Gastronomie-Magazins *Grand Seigneur*. Er ist einer, der sich mit Käse und der Beziehung, die Frauen zu ihm pflegen, bestens auskennt. Und was sagt der Experte, der es wissen muss? „Immer mehr Frauen bestellen zum Nachtisch lieber Käse als Crème Caramel.“

Im März vergangenen Jahres gründete Olivier Malnuit den „Cercle officiel des filles à fromages“, was so viel wie „Offizieller Kreis der Käsemädchen“ heißt. Damit wollte er, durchaus mit Augenzwinkern, das Verhältnis von Frauen zum Käse verbessern. Mit der Vereinsgründung traf er einen Nerv: 3800 Frauen haben sich bereits in die Mitgliederliste eingetragen, darunter prominente It-Girls wie die französische Mode-Bloggerin Kenza Sadoun, Alexandra Rosenfeld, die Miss France von 2006, sowie die Schauspielerin Delphine Depardieu. Sie alle bekennen nun öffentlich: Wir essen Käse, gern und oft.

Käse ist in Frankreich traditionell Teil jedes anständigen Menüs, und zwar nach dem Salat und vor dem Dessert. Wann und wo der erste Käse produziert wurde, ist nicht belegt, wohl aber, dass es bereits in der Antike französischen Käse gab. Heute sind über 1000 verschiedene Sorten bekannt, wobei jede Region eigene Spezialitäten hervorbringt. „Käse gehört

Claire Griffons Käsesorten sind dafür berühmt, wie die Delikatessen eines Pâtissiers auszusehen – oder wie ein Schachbrett



Wohin wir gehen
Delikatessen

Als Marie Quattrehomme vor 30 Jahren in den Käsehandel einstieg, konnte man die in der Branche tätigen Französinen an einer Hand abzählen



zur französischen Esskultur wie Baguette und Rotwein", sagt Olivier Malnuit. Mit opulenten Käsebrunchs, Preisverleihungen und Blindverkostungen will er den Frauen die kalorienreiche, auch mal intensiv duftende Delikatesse ein Stück näher bringen. Bisheriger Höhepunkt der Vereinsgeschichte: eine Fotoausstellung glamourös inszenierter Käseliebhaberinnen, die zum Beispiel ein riesiges Stück Beaufort, eine Scheibe Saint-Nectaire oder einen zerfließenden Mont d'Or in ihren Händen halten. Die Ausstellung war neben Paris auch in Rio de Janeiro, Tokio und New York zu sehen. Auf einem der Bilder

steckt eine elegante, ganz in Schwarz gekleidete Blondine gerade genussvoll ein orangefarbenes Osterei in den Mund.

Die Blondine heißt Claire Griffon, sie ist die einzige echte Käsefachfrau, die für die Reihe Modell stand. Was aussieht wie Zuckerfondant, ist in Wahrheit gut gereifter Mimolette, durchmischt mit gehackten Pistazien. Ein Tütchen davon steht im Regal ihrer minimalistisch eingerichteten Fromagerie Griffon im großbürgerlichen 7. Arrondissement von Paris. „Ich wollte meinen Kunden mehr anbieten als einen exzellenten Camembert oder einen vier Jahre alten Comté“, sagt Griffon. Bei ihr gibt es neben



Eine Exotin in Paris: Eri Hisada ist Tochter japanischer Käseliebhaber



den traditionellen Käsesorten einige Spezialitäten, die recht ungewöhnlich anmuten, „als wären es die Delikatessen eines Pâtisiers“, wie Griffon meint. Ihr Bestseller heißt „Damier Rose“: quadratische Roquefort-Würfel, die zur Hälfte in zerriebenen Biscuits Rose de Reims gewälzt werden und in ihrer Anordnung einem *damier*, einem Schachbrett, gleichen.

Mit Kompositionen wie diesen geht es Claire Griffon nicht um Effekthascherei. Sie arbeitet seit 15 Jahren in der Käsebranche, hat zunächst im Großhandel gelernt, dann bei bekannten Pariser *affineurs*, also Käseverfeinerern, gearbeitet. Sie brachten ihr bei, wie Käse behandelt werden muss, um sich optimal zu entwickeln. „Dieser Beruf ist ein Handwerk“, sagt sie, „er fordert viel Erfahrung und alle Sinne. Schließlich muss man fühlen, sehen, riechen und verstehen, wie es dem Käse geht und was er braucht.“

Wohin wir gehen Delikatessen



In guter
Gesellschaft:
Eri Hisadas
Geschäft liegt
in direkter
Nachbarschaft
japanischer
Restaurants und
Feinkostläden

Über 300 verschiedene Sorten liegen auf den Edelstahlregalen ihres 2012 eröffneten Geschäfts. Noch vor zehn Jahren waren nicht nur Käsestücke, die an Pralinen erinnern, undenkbar, sondern auch Frauen wie Claire Griffon, die führende Positionen in der Branche innehaben.

„Vor 30 Jahren übernahm ich mit meinem Mann die damals bereits bekannte Käsehandlung meiner Schwiegereltern“, sagt Marie Quatrehomme, eine ausgebildete Kindergärtnerin, die einst andere berufliche Pläne hegte. „Zu dem Zeitpunkt konnte man die Frauen, die in Frankreich in dieser Branche tätig waren, an einer Hand abzählen. Frauen gehörten damals entweder in die Produktionsbetriebe auf dem Land oder an die Ladenkasse. Hinter der Verkaufstheke hatten sie nichts zu suchen, und im Reifekeller erst recht nicht.“ Dass ihr selbst mehr zugetraut wurde, als die Kunden mit „Bonjour monsieur, bonjour madame“ zu empfangen, hat sie ihrem Mann zu verdanken, der die alte Rollenverteilung und die misstrauischen Blicke von Mitarbeitern, Lieferanten und Kunden so lange ignorierte, bis sich alle an die Doppelspitze gewöhnt hatten. Im Jahr 2000 wurde Marie Quatrehomme zum Meilleur Ouvrier de France, zum landesweit besten Handwerker der Käsebranche, gekürt. Diese Auszeichnung verbesserte nicht nur den ohnehin schon guten Ruf ihres Geschäfts, sondern auch das Ansehen weiblicher Käseprofis. „Inzwischen gibt es gute, anerkannte Frauen in meinem Beruf“, sagt sie.

Dazu kommen Exoten wie Eri Hisada. Ihre Eltern sind seit 35 Jahren im japanischen Käsehandel tätig, sie selbst ist mit Käse aufgewachsen. Die Frage, ob es ein Männer- oder Frauenberuf ist, stellt sich in

Japan gar nicht. Man fragt sich dort eher, ob Käse überhaupt auf den Tisch gehört, denn nur wenige Asiaten halten verschimmelte Milch für eine Delikatesse, viele vertragen auch keine Laktose. Dass der Käsekonsument in Japan trotzdem beständig zunimmt, ist auch Pionieren wie den Hisadas zu verdanken, und es ist genau dieser Unternehmergeist, der Eri Hisada nach Paris führte. 2010 eröffnete sie ihr Geschäft im 1. Arrondissement, in direkter Nachbarschaft japanischer Restaurants und Spezialitätengeschäfte.

In den Vitrinen liegen hauptsächlich französische Sorten, alle Klassiker vom Epoisses über Brie de Meaux bis Roquefort sind vertreten. „Am Anfang haben die Franzosen etwas komisch geschaut“, erzählt Eri Hisada, „nicht weil ich eine Frau bin, sondern weil ich aus Japan komme.“ Inzwischen kaufen die Kunden vor allem ihre japanisch inspirierten Kreationen, etwa die kleinen runden Ziegenkäse, die in ein Kirschbaumblatt gehüllt und mit einer Kirschblüte belegt wurden. Je länger Käse, Blatt und Blüte gealtert sind, desto intensiver das blumige Aroma. Oder die in gehackter Yuzu-Fruchtschale gewälzten Ziegenfrischkäse-Kugeln, die zart nach Mandarine schmecken. Oder die dekorativen Törtchen aus Ziegenkäse und Wasabi. Mit diesen ungewöhnlichen Eigenkreationen ist es ein bisschen wie mit dem Käsekonfekt von Claire Griffon: Die Frage „Fromage ou dessert?“ – „Käse oder Dessert?“ – stellt sich so erst gar nicht. Im Kreis der Käsemädchen dürfte man sehr zufrieden sein.

|| Adressen und Tipps: Seite 72 ||

Try it, read it, love it!

Monatlich
NEU
im Handel



Harper's BAZAAR.
Der *Weltstar* unter den Fashionmagazinen.
Jetzt auch als E-Paper erhältlich.

HARPERBAZAAR.DE