

That's hot in TORONTO!

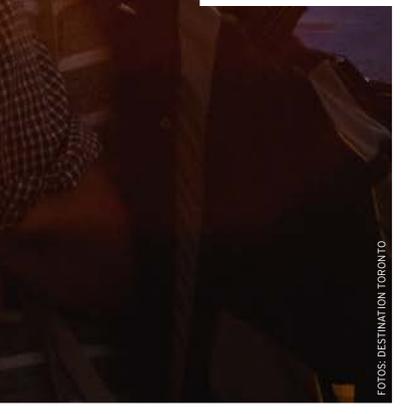


18
19

Toronto, die dynamische Hauptstadt der kanadischen Provinz Ontario, gibt auch kulinarisch mächtig Gas. Die wichtigsten Trends im Überblick - von Megakonzepten über Lokalmatadore und Food-Entertainment bis Boutique-Hotels.

Text: A.J. Twist





FOTOS: DESTINATION TORONTO





Ob Delikatessen-Angebot, Marktstand oder gemütliche Restaurants und Cafés – das „Eataly Toronto“ bietet auf 4.500 Quadratmetern eine italienische Erlebniswelt.



FOTOS: JESSICA BLAINE SMITH, WANBIR SEHMI, EATALY TORONTO

20
21

Pop-Quiz: Was kommt Ihnen als erstes in den Sinn, wenn Sie an Toronto denken? Der CN Tower? Schnee? Eishockey? All diese Bilder sind sicherlich zutreffend, Toronto ist jedoch weit mehr als die Summe seiner Klischees. Die Stadt mit derzeit 6,3 Millionen Einwohnern ist nicht nur Kanadas wirtschaftliches Epizentrum, sondern mausert sich auch zur absoluten Gastronomie-Metropole mit aktuell rund 5.000 Restaurants. In den letzten Jahren hat Toronto weltberühmte Köche wie Daniel Boulud und David Chang angezogen und überdies den lokalen Food-Entrepreneur Matty Matheson hervorgebracht, der zuletzt mit großem

Erfolg den „Prime Seafood Palace“ eröffnet hat. Derzeit wird die Stadt am Lake Ontario, unweit der Niagara-Fälle, von führenden amerikanischen Boutique-Hotelmarken wie Ace Hotels, 1 Hotels, W Hotels und Nobu erobert, um dem Ansturm hipper, internationaler Food-Influencer gerecht zu werden. Vorläufiger Höhepunkt der kometenhaften Entwicklung: Der Michelin Guide hat der Hauptstadt Ontarios im Herbst 2022 eine eigene Ausgabe gewidmet und die ersten kanadischen Sterne überhaupt vergeben. Gleich zwei Sterne erhielt das „Sushi Masaki Saito“, zwölf weitere Restaurants freuen sich über einen Michelin-Stern. Kein Wunder also, dass das Time Magazine Toronto

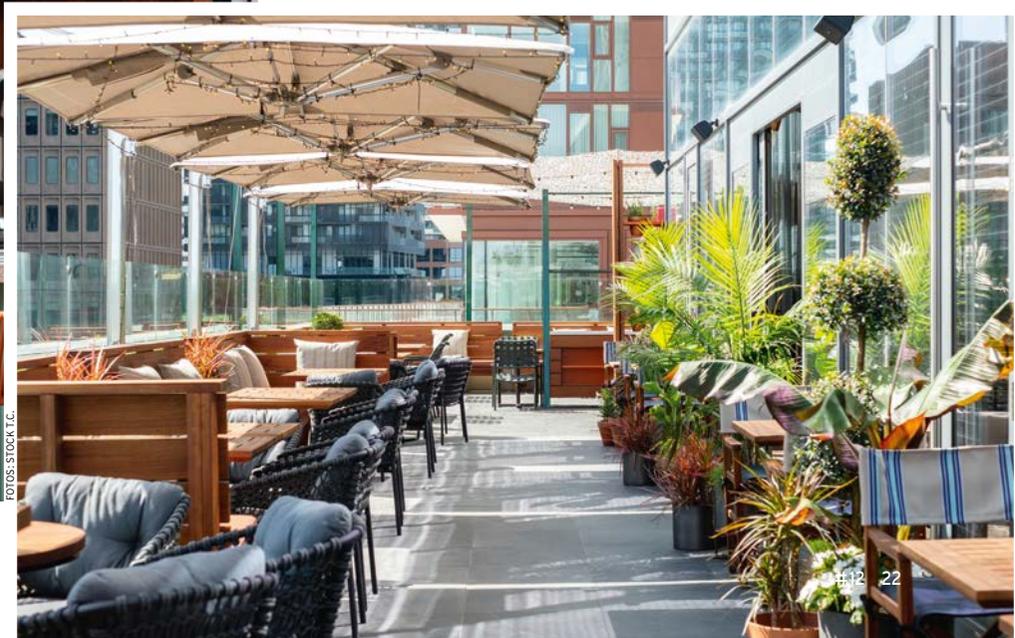
kürzlich als einen der „großartigsten Orte des Jahres 2022“ anpries.

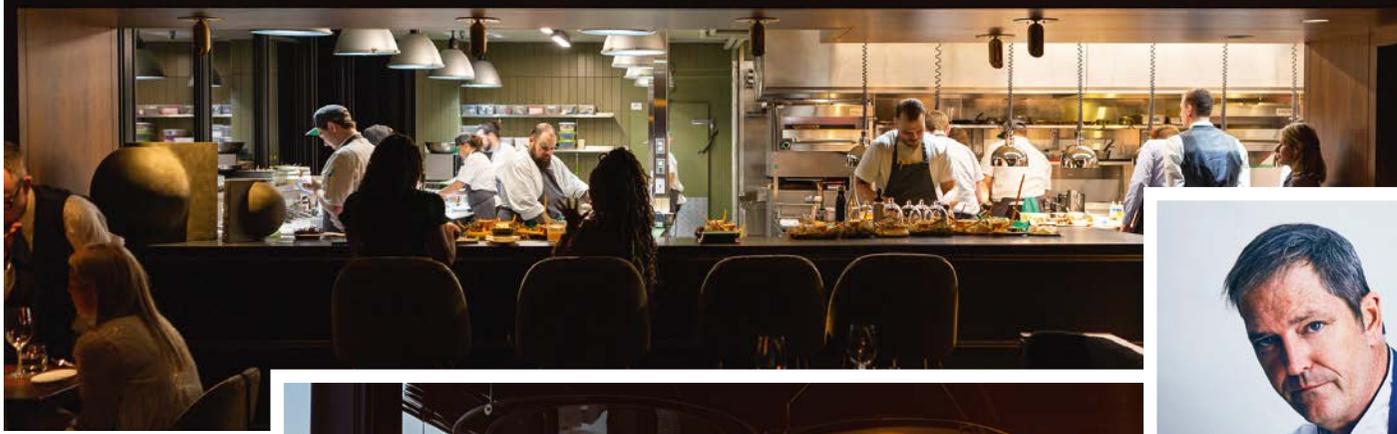
Trend 1: **Ganz oder gar nicht**

Zunächst einmal ist in Toronto die Größe entscheidend. Das beste Beispiel dafür ist das „Eataly Toronto“, das sich auf über 4.500 Quadratmetern in der Nähe der Straßen Yonge und Bloor, der Hauptkreuzung der Stadt, erstreckt. Hier haben Gäste die Wahl zwischen sieben einzigartigen Food-Countern, fünf vollwertige



Gastronomisches Highlight des „Stock T.C.“, des „temple to beautiful food“, ist die Bar samt Dachterrasse, die insgesamt 500 Sitzplätze bietet.





Anthony Walsh ist Corporate Executive Chef bei Oliver & Bonacini's, einer der tonangebenden Gastronomiegruppen Torontos. Ihr Flagship-Restaurant „Canoe“ thront im 54. Stock des TD Bank Tower.



gen Restaurants, zwei Cafés, einer hauseigenen Brauerei, einem kompletten italienischen Markt, einer Bäckerei, einem Fischhändler und einer Metzgerei. Das „Eataly“-Konzept wurde erstmals 2007 in Turin umgesetzt. Die Mission: „qualitativ hochwertige italienische Lebensmittel für jedermann verfügbar zu machen, zu fairen Preisen und in einer Umgebung, in der die Menschen essen, einkaufen und lernen können“. Seitdem haben über 25 Ableger in zehn Ländern eröffnet.

„Toronto hat eine unglaublich starke Esskultur und beheimatet die viertgrößte italienische Bevölkerung außerhalb Italiens“, begründet Nicola Farinetti, CEO von Eataly North America, die Standortwahl. Die Restaurants des „Eataly Toronto“ (mit insgesamt 454 Sitzplätzen) bieten den Gästen die beliebtesten Gerichte Italiens. Beispiel: Die „Trattoria Milano“, die an das Mailand der 1950er erinnert, rückt die traditionelle Küche Norditaliens in den Fokus, darunter das Kultgericht „Cotoletta alla Milanese“, das am Tisch zubereitet wird. Der „Eataly Mercato“ ahmt einen italienischen Markt nach mit überdachten Obst- und Gemüseständen, frischer Pasta, Käse, Saucen, ausgewählten Weinen, frischen Schnittblumen und Wurstwaren.

Ein weiteres, italienisch geprägtes Megakonzept Torontos findet man weiter nördlich in der Stadt. Ein Art-déco-Gebäude, das von 1936 bis 2014 als Postamt diente, beherbergt heute das „Stock T.C.“. Auf drei Ebenen und gut 2.000 Quadratmetern verteilen sich ein Lebensmittelgeschäft, ein Restaurant sowie eine Bar samt Dachterrasse. „Stock T.C.“ ist eine einheimische Institution, die sich aus einer Freundschaft zwischen zwei Geschäftsinhabern entwickelt hat. Cosimo Mammoliti ist der

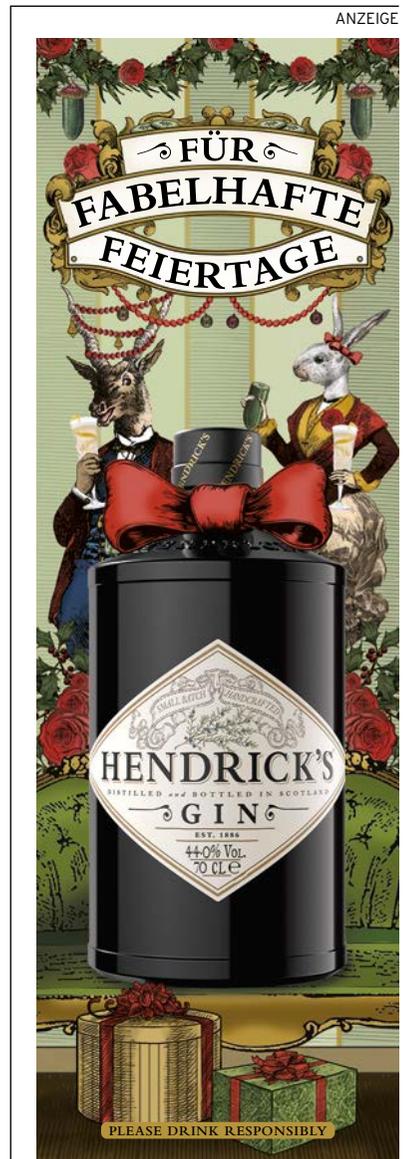
Gründer und Inhaber der Restaurant- und Cafékette „Terroni“. Stephen Alexander wiederum betreibt mit „Cambrae“ einen der renommiertesten Metzger- und Feinkostladen der Stadt. Als sie eines Tages bei einem Kaffee beobachteten, wie die Kunden zwischen ihren benachbarten Geschäften hin- und herpendelten, fragten sie sich laut Alexander: „Wäre es nicht toll, wenn wir ihnen alles an einem Ort geben könnten?“ So entstand die Idee, ihre Waren und Gerichte unter einem Dach anzubieten.

Das Lebensmittelgeschäft im Erdgeschoss wird ergänzt um eine Metzgereitheke, eine Bäckerei und eine Pizzeria. Hauptattraktion auf dieser Ebene ist allerdings die lebhafteste Delikatessentheke, wo unter anderem herzhaftes Sandwiches auf Bestellung zubereitet werden. Auf der zweiten und dritten Ebene befindet sich das Bar-Restaurant mit 280 Sitzplätzen, das in den wärmeren Monaten dank der Dachterrasse auf 500 Sitzplätze erweitert wird. Auf der Speisekarte stehen köstliche Grillhähnchen, Steaks aus nachhaltiger Zucht, Lieblingsgerichte aus anderen „Terroni“-Standorten wie der Funghi-Assoluti-Salat, hausgemachte Pasta und Pizzen mit dünner Kruste. Die Zutaten dafür stammen aus dem Grocery-Shop im Erdgeschoss.

Trend 2: Marktbeherrschung

In Toronto kommt es nicht nur auf die Größe an, sondern auch darauf, sich eine Vorherrschaft in bestimmten Märkten zu sichern. Die vielfältige Gastronomielandschaft der Stadt wird von einer Handvoll Akteure dominiert. Oliver & Bonacini Hospitality, Liberty Enter-

ANZEIGE





Frankie Solarik bietet in seiner „BarChef“ mit Drinks wie „The Essence of Fog“ großes Gastro-Entertainment.



FOTOS: BARCHEF

tainment Group, INK Entertainment Group und Gusto 54 Restaurant Group heißen die bekanntesten. In Summe betreiben diese Unternehmen etwa 53 der besten Restaurants der Stadt. Der Erfolg hat mehrere Gründe: Investitionen von Aktienfonds und Partnerschaften mit Immobilienentwicklern haben die Skalierbarkeit ermöglicht und vorangetrieben. In diesem Zuge konnten talentierte Chefköche gewonnen werden, die es verstehen, mehrere Standorte zu leiten und so wirtschaftliche Synergien zu erzielen. Erfolg führt zu Erfolg – und der wiederum trägt dazu bei, die besten Gastro-Talente anziehen und halten zu können.

Das Management mehrerer Standorte muss nicht dazu führen, dass die Qualität leidet. Ein Beispiel dafür ist der jüngst verliehene Michelin-Stern für das „Don Alfonso 1890“ aus der Liberty Entertainment Group. Im 38. Stock des Harbour Castle Hotels beheimatet, konnte das Konzept sein Renommee noch steigern, das es zuvor mit Auszeichnungen als „bestes italienisches Restaurant der Welt außerhalb Italiens“ sowie „bestes Essen des Jahres“ (von 50 Top Italy) erarbeitet hat. Auch Anthony Walsh, Corporate Executive Chef bei Oliver & Bonacinis, der die kulinarische Leitung von landesweit 32 Hotels innehat, sammelt zahlreiche Auszeichnungen, darunter Goldmedaillen von Taste of Canada, Black Box, Salon Culinare und dem Ontario Hospitality Institute. Ihr Flagg-

schiff-Restaurant „Canoe“ im 54. Stock des von Ludwig Mies van der Rohe entworfenen TD Bank Tower mit Panoramablick auf den Ontariosee feierte kürzlich sein 28-jähriges Bestehen und bietet kanadische Spitzenküche auf beständig hohem Niveau.

Trend 3: Entertainment now!

Die tonangebenden Gastronomen Torontos geben sich nicht mit der üblichen Essens- oder Getränkepräsentation zufrieden. Sie folgen dem Wunsch der anspruchsvollen „Food & Bar-Hunter“, die die Stadt auf der Suche nach immer neuen Gastroerlebnissen durchforsten. Unterhaltung ist gefragt! Dafür gibt es in der Stadt kein besseres Beispiel als die „BarChef“, die nicht nur in Toronto einen Spitzenplatz einnimmt, sondern auch weltweit zu den innovativsten Adressen zählt. Die New York Times bezeichnete den Besitzer, Koch und Gründer Frankie Solarik als „legendären Experimentarlisten“.

Die „BarChef“ befindet sich im Fashion District der Stadt, wo früher die BekleidungsHersteller dominierten, heute aber eine vielfältige Mischung von Bars, Restaurants und Boutique-Hotels für Leben sorgt. Von außen könnte die

Bar nicht unscheinbarer sein, außer einem schwarzen Vorhang und einer großen Kerze, die das Reservierungsbuch beleuchtet, ist nichts zu erkennen. Hier stolpert man nicht einfach so im Vorbeigehen rein, sondern bucht sein ganz besonderes Bar-Erlebnis. Mit Betreten tauchen die Gäste in eine stimmungsvolle Atmosphäre ein, nur das Kerzenlicht erhellt den Raum, sodass sich das Publikum ganz auf seine olfaktorischen Sinne und das aromatische Erlebnis konzentrieren kann. Hier ist ein Drink nicht einfach ein Getränk, sondern ein multisensorisches Erlebnis. Niemand bringt es besser auf den Punkt als Frankie Solarik selbst: „Unser Ziel ist es, unseren Gästen ein unvergessliches und emotionales Trinkerlebnis zu bieten, das die konventionellen Vorstellungen und Grenzen sprengt.“

Auf der Getränkekarte stehen Drinks mit Namen wie „Orchard in Bloom“. Darin: mit Fichtenspitze infundierter Gin, frische Gurke, Thymian, weiße Blüten, Kardamombitter, St-Germain, Calvados und grüner Apfelschaum, Eiweiß, Sahne und frische Zitrone. Oder der „Vanilla & Hickory Smoked Manhattan“, der Signature Cocktail, mit dem alles begann: Crown Royal Special Reserve, Vanille-infundierter Cognac, Kirsch- und Vanillebitters, Hickoryrauch und Vanille. Die aufwendigeren Kompositionen werden in der hinteren Küche mit Trockeneis, Rauchblasen, aromatischen Schäumen und flüssigem Stickstoff zubereitet, um nur einige der besonderen Techniken zu nennen. Diese Vorbereitungsbar ist teils High-End-Küche, teils Blumengarten und teils Labor.

Nicht nur Torontos Barszene kann Spektakel, auch die Restaurants setzen zunehmend auf optische Performance. Eine legendäre Adresse, in der man ein besonderes Serviceerlebnis genießen kann, ist das „Lee Restaurant“ von Chefkoch Susur Lee in der King St West, berühmt für seine französische und chinesische Fusionsküche. Signature Dish und absoluter Renner ist der Singapore Slaw, ein kunstvoll in die Höhe geschichteter Salat, der akribisch am Gästetisch gebaut wird, während der Kellner jede einzelne der 22 Zutaten aufzählt, darunter knuspriger Taro, knusprige Fadennudeln, essbare Blütenblätter, Sonnenblumensprossen, Jicama, Lotuswurzel, Goji-Beere und viele



FOTOS: LEE RESTAURANT

Der Singapore Slaw im „Lee Restaurant“ wird am Gästetisch kunstvoll aus 22 Zutaten geschichtet.



FOTOS: D|BAR



Mit der „d|bar“ im Four Seasons Hotel hat Starkoch Daniel Boulud einen Anlaufpunkt für die Sehen-und-Gesehen-Werden-Gäste der Stadt geschaffen.

mehr. Chefkoch Lee ließ sich dabei von einem traditionellen Essen in Singapur inspirieren, bei dem Freunde und Familie zusammenkommen, um das chinesische Neujahrsfest zu feiern, und jeder etwas zu essen mitbringt. Das muntere Mischen von Zutaten hat Lee dann auf seinen Singapore-Salat übertragen, von dem er pro Abend über 100 Stück verkauft. Ein kulinarischer Ansatz, der bestens zu Toronto passt. Susur Lee erklärt: „Was ich am meisten daran liebe, Restaurants in Toronto zu besitzen, ist die hohe Bevölkerungsdichte der Stadt, in der so viele verschiedene Gemeinschaften und Kulturen zusammenkommen. Die Mischung aus Geschäfts- und Wohnviertel im Stadtzentrum sorgt für ein lebendiges Umfeld.“

Trend 4: Boutique-Hotels als „Places to be“

Für die Bewohner Torontos, die abends ausgehen, führt der Weg immer häufiger in eines der nahe gelegenen Boutique-Hotels. Längst haben diese nicht nur die eigenen Hotelgäste, sondern auch die Einheimischen als Zielgruppe erkannt. Obwohl der Michelin-Sternekoch Daniel Boulud nicht unbedingt als Nachtclub-Impresario gilt, ist seine „d|bar“ im Four Seasons Hotel eine der angesagtesten Adressen der Stadt – und das nicht nur während des Toronto International Film Festivals! Einige der vornehmsten und berühmtesten Gäste finden sich in den beeindruckenden Räumen hinter den 6 Meter hohen Glasfenstern ein und feiern bis in die frühen Morgenstunden. Die Cocktails sind gradlinig und stark, wie zum Beispiel „The

Pink Perk“, eine berauschende Mischung aus Stolichnaya Wodka, Erdbeeren und Prosecco.

Zur Top-Adresse im Fashion District wiederum hat sich bereits nach kurzer Zeit das „1 Hotel Toronto“ aufgeschwungen. Hier können sich Hotelgäste in gleich zwei Konzepten unter Nachbarn aus den unzähligen Eigentumswohnungen mischen. Im Erdgeschoss lädt die „Flora Lounge“ in ein nachhaltiges Refugium mit üppigen Pflanzen und wiederverwendeten Holzmöbeln. „Harriet’s Rooftop“ bietet derweil eine mediterran orientierte Speisekarte, an den meisten Abenden einen Live-DJ sowie einen atemberaubenden Panoramablick auf das Stadtbild.

Der kulinarische Puls, der von Toronto ausgeht, ist mitreißend. Kein Wunder, dass die Welt hierher strömt, um zu essen, zu trinken und zu tanzen, während die Einheimischen stolz darauf sind, in dieser Stadt zu leben!



„Flora Lounge & Bar“:
nachhaltiges Refugium im 1 Hotel Toronto



„Harriet’s Rooftop“ mit Panoramablick
auf die Stadt



FOTOS: BRANDON BARRÉ PHOTOGRAPHY