

Der Scheinheilige mit der Grillgabel: Ein Nachruf auf das System Redzepi

Das Restaurant Noma von René Redzepi

lässt in gastronomische Abgründe blicken

Erschreckendes Versagen von Köchen und Journalisten

Von Jörg Zipprick

Es ist vollbracht. Im März 2026 ist René Redzepi zurückgetreten. Die Gourmetpresse, die ihn jahrzehntelang wie eine Mischung aus kulinarischem Erlöser und Ameisen-Messias im Leinenkittel verehrte, muss nun ihre Lobeshymnen auf Pause stellen – oft erkennbar widerwillig, so als müsste man dem eigenen Idol die Heiligenschein-Politur eigenhändig mit dem Schaber abkratzen. Dank der Initiative #NomaAbuse wissen wir nun: Die Karriere Redzepis war kein alleiniger Sieg des Handwerks, sondern der Triumph des Storytellings über die Realität. Das Noma war kein Restaurant, sondern die Kulisse für eine perfekt vermarktete Fiktion.

Der Chronist des Abgrunds

Jason Ignacio White saß als Leiter des Fermentationslabors an einer der wichtigsten Schaltstellen der Noma-Ideologie. Mit dem Hashtag #NomaAbuse sammelte er die Zeugnisse einer vergifteten Arbeitskultur, die den Preis für das Storytelling bezahlte. Um die 40 Berichte ehemaliger Mitarbeiter entlarven das System als einen Ort, an dem „kreative Exzellenz“ durch systematische Unterdrückung erkaufte wurde. White kündigt bereits an, dass die finanziellen Kapitel dieser Geschichte – das undurchsichtige Gebaren des Noma-Imperiums – als Nächstes folgen werden.

Die von White gesammelten Aussagen führen uns in die dunkelsten Ecken moralischer Taubheit:

- „Die eine Bemerkung, die sich in mein Gedächtnis eingebrannt hat, stammt vom Senior Sous Chef gegenüber einer jungen Frau: ‚Wenn du nicht schneller arbeitest, packe ich dich an deiner P***y und bringe dich dazu, schneller zu arbeiten.‘“
- „K. war mein Manager... Während er eine Linie Koks auf dem Toilettensitz zerkleinerte, fragte er mich, ob ich Lust auf einen Dreier mit ihm und seiner Frau hätte... Nachdem ich abgelehnt hatte, fing er an, mich schlecht zu behandeln.“
- „Ich habe es der Personalabteilung gemeldet. Nichts wurde unternommen. Nichts. Wenn man ein Problem verursacht, stellen sie sicher, dass dein Name auf einer schwarzen Liste landet und dich niemand mehr einstellt.“

Die Konstruktion des René R.

Doch beginnen wir mit dem Anfang: Jede gute Geschichte braucht einen Helden, und im Falle Noma wurde dieser von Beginn an am Reißbrett entworfen. Tatsächlich war das Noma ein strategisches Projekt des Unternehmers Claus Meyer, der Redzepi als Gesicht für ein nationales Standortmarketing platzierte. Er spielte auch eine Rolle in der Finanzierung: Im Rahmen des Programms „Ny Nordisk Mad“ (kurz: Noma) wurde die

nordische Gastronomie zunächst mit fünf Millionen Euro an öffentlichen Mitteln gefördert. Ein Teil davon ging an Universitäten, die sich mit der Zubereitung von Algen oder Insekten befassen. Und irgendwie standen Noma und Redzepi oft im Mittelpunkt dieser steuerlich geförderten Programme.

Die Presse als Resonanzraum des Mythos

Dass diese Erzählung über Jahrzehnte unantastbar blieb, liegt an einer strukturellen Besonderheit des gastronomischen Journalismus: Er zeigt sich prinzipiell näher an der Begeisterung als an der Skepsis. Restaurantkritiker agieren selten als Enthüllungsjournalisten; sie verstehen sich als Vermittler von guten Adressen. Als das Noma auftauchte, entstand ein gewaltiger Verstärkungseffekt. Reisejournalisten und Food-Blogger lieferten Bilder von Moosen und Steinen – Stillleben, die mit jeder Wiederholung die Ikone festigten. Journalisten wie Lisa Abend und Matt Goulding vom Time Magazine gehörten zu jenen, die diesen Status eines unfehlbaren Kurators der Natur so bereitwillig wie kritiklos zuschrieben. Wenn Zeitungen Redzepi heute kritisieren, wirkt das wie der Versuch, die eigene Komplizenschaft im Nachhinein als Beobachtung zu tarnen.

Ein Beispiel für die enge Verflechtung zwischen Kritik, Rankings und kulinarischem Netzwerk liefert auch der italienische Restaurantkritiker Andrea Petrini. Beim 50. Geburtstag Petrinis versammelte sich eine bemerkenswerte Runde von Spitzenköchen aus ganz Europa; Fotos zeigen ihn lachend zwischen René Redzepi, Fulvio Pierangelini und anderen prominenten Vertretern der Szene. Geschenke wurden überreicht, es wurde gefeiert – ein vertrautes Bild aus einer Branche, die sich gern als unabhängige Bewertungskultur präsentiert. Petrini ist jedoch nicht nur Gastgeber solcher Zusammenkünfte. Er leitete damals auch die französische Jury für die Liste der „World's 50 Best Restaurants“, vermarktet unter dem Label San Pellegrino. Gleichzeitig gehörte er zu den Organisatoren des Kochfestivals Cook It Raw, dessen Stargast in den Jahren 2009

und 2010 natürlich René Redzepi war. Ermöglicht wurde diese Veranstaltung unter anderem durch Unterstützung des dänischen Wirtschaftsministeriums.

Die „Ultrafoodie-Szene“ ist ein enges Netzwerk aus Köchen, Kritikern und Sponsoren – ein Resonanzraum, in dem sich die gleichen Namen immer wieder gegenseitig bestätigen

Psychoterror als „Spannungsfeld“

Wenn etwa der Berliner Sternekoch Max Strohe im „Spiegel“ versucht, das Grauen in wohlgefällige Worte zu kleiden, offenbart dies die Befangenheit der Zunft. Strohe schreibt:

„Doch die Skandale um unseren Primus, Gründer und Koch des Kopenhagener Spitzenrestaurants Noma, richten das Spotlight auf ein Spannungsfeld, das weit über eine Person hinausreicht: Es geht um das Verhältnis von kreativer Exzellenz, persönlicher Biografie und mörderischem öffentlichem Druck in jungen Jahren – aber es geht auch um die bekannten strukturellen Probleme der Spitzengastronomie. Der Ton in den Sterneküchen gilt als harsch, die Arbeitsbedingungen sind oft nicht regelkonform.“

„Nicht regelkonform“ klingt nach falsch ausgefüllten Stundenzetteln, doch die Realität war systematische körperliche und psychische Gewalt.

„Ich wurde dort während des Service ins Gesicht geschlagen“, erinnert sich ein Mitarbeiter. Ein anderer ergänzt: „Ich bekam Schläge in die Rippen, weil ich nicht wusste, wie man eine Artischocke kocht.“ Mitarbeiter berichten zudem, dass Redzepi sie unter dem Tisch mit einer Grillgabel gestochen haben soll.

Lebendige Ameisen und tote Seelen

Sinnbildlich für diesen Kult steht Redzepis Umgang mit dem Leben an sich. Er ließ seine Jünger lebende Ameisen servieren, die – halb betäubt durch Kälte – auf dem Teller der Gäste

langsam wieder zu sich kamen und verzweifelt umherkrabbelten, bevor sie zerbissen wurden. Ein Spektakel, das die Presse als „ultimative Nähe zur Natur“ feierte. Es war eine Vorstufe zur Empathielosigkeit: Wer lernt, das Zappeln auf dem Teller als ästhetischen Kick zu verkaufen, dem fallen vielleicht auch die Schläge in die Rippen der Angestellten leichter.

Die „neue Natürlichkeit“ aus der Chemiefabrik

Parallel zum moralischen Verfall lief die technologische Täuschung. Während die Gäste die lebenden Ameisen als Beweis für Redzepis Naturverbundenheit schluckten, kam der Rest des Menüs oft direkt aus dem Labor für Lebensmitteltechnologie. Wer Redzepis Buch „Time and Space in Nordic Cuisine“ aufschlägt, verliert schnell den Glauben an das Märchen der Ursprünglichkeit. Für Gerichte wie „Gurke und Eisenkraut“ oder den „Schneemann“ benötigt man keine Waldfee, sondern massive Mengen an Maltodextrin, E415 und E953 (Isomalt).

Die vermeintlich raren Gotland-Trüffeln wurden im Rezept „Kartoffeln mit Speck“ mit nicht weniger als 24 Gramm Bis(methylthio)methan – schnödem industriellem Trüffelöl – aromatisiert. Besonders bezeichnend ist Redzepis Vorliebe für IFT (Instant Food Thickener). Dieser Verdicker wird normalerweise in Krankenhäusern für Patienten mit Dysphagie eingesetzt. Redzepe „veredelte“ damit Rindertartar, Hummersalat mit Blattsalat und Rosen, Lammbrust mit Senföl und sogar ein „Glas mit Radieschen“. Der Erfolg des Noma erzählt deshalb auch eine Geschichte über den gastronomischen Journalismus selbst. Nach Jahrzehnten französischer Dominanz und der spanischen Laborküche suchte die Branche dringend nach einer neuen Erzählung. Die nordische Küche bot genau das: eine Revolution ohne politische Risiken. Natur statt Technik, Wald statt Labor – zumindest in der Sprache der Artikel. Dass im Hintergrund alltägliche Lebensmittelchemie arbeitete, störte diese Erzählung nicht. Im Gegenteil: Sie machte sie erst möglich.

Das Märchen der Unwirtschaftlichkeit

Unvergessen bleibt Redzepis Abschieds-Show von 2023, als er das Fine-Dining-Businessmodell für überholt erklärte. Er tönte in der New York Times, das Modell sei schlichtweg „unpraktikabel“ geworden, da man fast 100 Mitarbeiter nicht wettbewerbsfähig bezahlen könne. Ein Hohn, wenn man bedenkt, dass Heerscharen von Stagiaires (Praktikanten) jahrelang überhaupt kein Gehalt erhielten. In Dänemark kann man die finanziellen Statements der Unternehmen leicht abrufen – sie zeigen ein Bild, das Redzepis Klagelied Lügen straft. Die „Unwirtschaftlichkeit“ war kein finanzielles Schicksal, sondern ein strategisches Narrativ, das auftauchte, als sich die Presse für das Schicksal der Stagiaires interessierte.

Hygiene-Versagen und Mafia-Benehmen

Im Februar 2013 erkrankten 63 Gäste an Noroviren. Während Redzepe als „weltbesten Koch“ gefeiert wurde, herrschten Zustände wie in einer billigen Kantine: kranke Mitarbeiter, kein heißes Wasser, ignorierte Hygiene-Vorschriften, ignorierte Warn-Mails von kranken Gästen. Die Rechtfertigung, man habe in Kopenhagen niemanden gefunden, der dänische Mails lesen konnte, ist eine Beleidigung für jeden Intellekt.

Intern herrschte Mafia-Stimmung: „Jedes Mal, wenn René die Küche betrat, schrie jemand ‚CHEF’S COMING‘. Dann verkündete seine rechte Hand: ‚Hat jemand eine Zigarette für Mr. Redzepe?‘ Wie irgendein Mafia-Boss.“ Wer sich beschweren wollte, landete bei der „Praktikanten-Therapeutin“ – Redzepis Schwiegermutter.

Der unantastbare Heilige

René Redzepe hat über Jahrzehnte bewiesen, dass man in der modernen Welt alles tun darf, solange man die bessere Geschichte erzählt. Es ist die Kapitulation der Moral vor dem Marketing. Die Gastronomie scheint die letzte Branche zu sein, in der das „Werk“ die Misshandlung der Menschen dahinter

vollständig unsichtbar machen darf. Ein Koch darf über Finanzen schwindeln, Gäste durch Hygienemängel gefährden, Rezepte mit Industrie-Substanzen „veredeln“ und Mitarbeiter schlagen – solange er die Welt glauben lässt, er tue es für eine höhere ästhetische Idee.

Natürlich wird es keine Strafanzeigen geben. Ein Mann wie Redzepi bewirtet keine Feinschmecker, sondern eine Gemeinde, die bereitwillig beide Augen fest zudrückt – vorzugsweise das, das gerade einen Faustschlag abbekommen hat. Wer die Opfer sucht, findet sie auf noma-abuse.com. Wer eine Bestätigung seines Status braucht, wartet auf das nächste Wunder vom Scheinheiligen mit der Grillgabel.

Anm. der Red.

René Redzepi hat sich als Inhaber und Küchenchef aus dem Noma verabschiedet. In einer Ansprache an seine Mitarbeiter, die entlarvend ist. Er stellt sich als Märtyrer da, gesteht seine Taten und meint durch diese „Ehrlichkeit“ sanktionsfrei zu sein. Nach dem Motto: Ich gestehe ein Charakterschwein zu sein und kann deshalb keines sein.

Die New York Times hat über den Skandal-Koch und seinen Mitarbeiter-Mißbrauch berichtet, der Link dazu geht nur über Anmeldung, aber die Schlagzeilen und Stichworte genügen, um den Appetit zu verderben.

[New York Times zu René Redzepi, ein Klick](#)