



Regional trifft International: das Programm der Berlin Food Week 2019

- **Sechste Berlin Food Week vom 21. bis 27. Oktober 2019**
- **Deutschlands vielfältigstes Food-Festival: Manufakturen, Sterneköche, Gastronomen, Start-ups, Marken und viele mehr präsentieren sich**
- **Über 100 Events im ganzen Stadtgebiet**

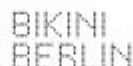
Berlin, 1. Oktober 2019: Berlin Food Week, die Sechste. Vom 21. bis 27. Oktober präsentiert sich die Berliner Food- und Gastro-Szene beim Food-Festival in ihrer ganzen Vielfalt. Bei über 100 Veranstaltungen im gesamten Stadtgebiet zeigen Manufakturen, Köche, Gastronomen, Start-ups und Marken, was die Hauptstadt kulinarisch drauf hat. Das Programm steht in diesem Jahr unter dem Motto *Regional trifft International* und lädt die Besucher auf eine kulinarische Weltreise ein: von Berlin in die Welt und zurück. Das gesamte Programm im Überblick:

Das Restaurant-Happening **Stadtmenü** (21.- 27.) bringt in diesem Jahr die **Goldenen Zwanziger** auf die Speisekarten: 60 Berliner Restaurants, Cafés und Bars präsentieren sich mit einem Wochenmenü im Stil dieser wilden Jahre. Das Prinzip ist einfach: jedes Restaurant setzt das Motto **The Great Tasty** mit seiner eigenen Handschrift um, legt die Anzahl der Gänge selbst fest und entscheidet sich für eine Preiskategorie – 19, 29, 49, 79 oder 99 Euro. Im Fokus stehen dabei Champagner von Charles Heidsieck aus Frankreich sowie Hummer, Jakobsmuscheln und Seeteufel von der Ostküste der USA. Alle Menüs und Teilnehmer gibt es auf www.stadtmenue.com/berlin, Tische können über OpenTable gebucht werden.

Passend zum Motto des Stadtmenüs bietet Zeitreisen – offizieller Partner von Babylon Berlin – eine **kulinarische Food-Tour** (21. bis 26.10.) als “Zeitreise” in die 20er-Jahre an.

Der Food-Markt **House of Food** (25. und 26.) lädt Foodies und Feinschmecker ein zum Probieren,

UNTERSTÜTZT VON:



SOWIE VON:





Entdecken und Einkaufen. In der Concept Shopping Mall BIKINI BERLIN präsentieren sich rund 50 Manufakturen, Start-ups und Marken. Innovative Themen wie alternative Proteinquellen, nachhaltige Produkte und Craft Food stehen im Fokus. Acht japanische Aussteller, die meisten davon aus der japanischen Region Kyushu, präsentieren sich mit einem Gemeinschaftsstand. Sternekoch Johannes King veranstaltet für den Partner Volvo Genuss-Workshops, Forum Moderne Landwirtschaft klärt rund ums Hühnerei auf und Provamel bringt den Food-Trend Herbal Latte nach Berlin. Der Eintritt ist frei.

Foodies und Hobbyköche haben in der **Miele Cooking School** (21. - 27.) die Möglichkeit, mit den angesagtesten Food-Profis der Stadt in der Küche zu stehen und ihnen über die Schulter zu schauen. Das Motto *Regional trifft International* zeigt sich auch hier: Das Start-up Nordic Oceanfruit klärt über Algen aus Deutschland auf und Dagmar Maas vom Store Nihon Mono zeigt, wie man eine japanische Würzsauce auf Sojasaucenbasis herstellt. Trüffel aus Italien sind genauso Thema wie invasive chinesische Wollhandkrabben aus der Region. Gebacken wird französisch und amerikanisch (Anna Plages mit Brandteig, Cynthia Barcomi mit Biscuits), Completeorganics fermentiert Kürbis und die Vielseitigkeit des Hühnereis zeigt Christopher Kümper. Insgesamt gibt es 18 Workshops und Kochkurse, die Tickets kosten zwischen 10 und 125 Euro zzgl. Vorverkaufsgebühren.

Kann eine Großstadt wie Berlin sich selbst ernähren? Dieser Frage gehen die Besucher des Dinners **Die Stadt isst sich auf** (23.10) nach. Im Restaurant Data Kitchen im Data Space by SAP können 60 Gäste bei diesem Showcase für eine moderne urbane Ernährungsweise dabei sein: alle Zutaten des servierten Menüs kommen aus Berlin. Kuratiert wird das Event von Renate Künast und Eva-Maria Hilker, Journalistin und Herausgeberin der Gastro-Zeitung EssPress. Die Tickets kosten 80 € und sind ab dem 14. Oktober, 12 Uhr, auf www.berlinfoodweek.de erhältlich.

Heimische Tradition mit Innovation verbinden alle Nominierten des **Food Mover Awards**, indem sie die Neue Deutsche Küche voran bringen. Der Award wird in Kooperation mit dem B-EAT-Magazin

UNTERSTÜTZT VON:



SOWIE VON:





von Gruner + Jahr erstmals verliehen im Rahmen der **Berlin Food Night** (21.10., nur für geladene Gäste). Die Ziele des Awards sind es, Wahrnehmung für Genuss und Ernährung als Kulturgut zu schaffen, Begeisterung für die kulinarischen Wurzeln zu wecken und eine Diskussionen über Esskultur in Deutschland anzustossen.

Kulinarische Filme aus aller Welt zeigt der neue Partner **Mercedes Platz** und das UCI Luxe Kino. In den neu eröffneten **Hugendubel-Shop** im Europa-Center laden Food-Start-ups aus Berlin zu Tastings ein. Party und Essen verbindet nach einer Pause im letzten Jahr wieder das Event **bEat Berlin** (24.10.) im The Grand, bei dem DJs auflegen und befreundete Gastronomen kochen.

So viel Essen macht Durstig. Deswegen gibt es auch in diesem Jahr nicht nur einen, sondern gleich zwei **Signature Drinks** für das Food-Festival: Green Island und Figure Head. Verantwortlich dafür ist die aus der Barszene bekannte Peggy Kah. Für die Drinks verwendet sie die irische Marke Grace O'Malley und die Premium Mixer von Schweppes. Die Drinks sind eine Ode an die irische Kultur und Landschaft. Während Figure Head auf Basis des Grace O'Malley Whiskeys dank des Caribbean Pineapple Liqueurs eine moderne Abwandlung des Klassikers Horse's Neck ist, repräsentiert Green Island mit seiner knallgrünen Farbe die irische Landschaft. Die Rezepte für die Drinks gibt es auf der Website.

Alle Informationen zum Programm und Tickets sind auf www.berlinfoodweek.de zu finden.

Bildmaterial gibt es in unseren Download-Bereichen:

[Berlin Food Week allgemein](#)

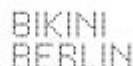
[Stadtmenü](#)

[House of Food](#)

[Miele Cooking School](#)

[Die Stadt isst ich auf](#)

UNTERSTÜTZT VON:



SOWIE VON:





[Food Mover Award](#)

Pressekontakt:

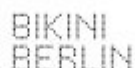
Michael Hetzinger
Pressesprecher
michael.hetzinger@berlinfoodweek.de
Tel: 030 349 964 43
Mobil: 0173 4526176

Berlin Food Week GmbH
Torstraße 107
10119 Berlin

Über die Berlin Food Week GmbH:

Gegründet wurde die Gesellschaft 2012 von Alexander van Hessen. 2013 wurde die PR-Agentur Schröder+Schömb's Partner der BFW GmbH. Sie alle verbindet die Leidenschaft für gutes Essen. Ziel der Berlin Food Week, die im Jahr 2014 zum ersten Mal stattfand, ist es, Berlin als internationale Foodmetropole zu präsentieren sowie in der deutschen Öffentlichkeit das Bewusstsein für gesunde Ernährung und die Qualität von Nahrungsmitteln zu verstärken. In 2019 expandiert die Berlin Food Week mit dem Format Stadtmenü erstmals in weitere deutsche Städte.

UNTERSTÜTZT VON:



SOWIE VON:

