

“CORPORATE CHEF” TANIMINA YENİ BİR SOLUK GETİREN ŞEF: ANDRE WOLFF

İyi malzemenin bir tabağın, restoranın, hatta şefin kaderini değiştireceğine inanan Alman şef Andre Wolff, üst düzey restoran şeflerinin hayallerindeki malzemeler için çalışıyor...

39 yaşındaki Alman şef Andre Wolff'un görevi meslektaşlarının hayal ettiği tabaklara onları bir adım daha yaklaştırmak. Nasıl mı? Wolff, Köln yakınlarındaki, restoranlara üst segment gıda tedariki sağlayan Rungis firmasında ürün geliştirme yetkilisi olarak çalışıyor. Andre Wolff 'un yirmi yıllık mutfak deneyimi Almanya'da Kara Orman bölgesindeki tek Michelin yıldızlı bir restoranda başlamış. Ardından 15 yıl kadar 2 yıldızlı farklı farklı şeflerin yanında çalışarak deneyim kazanmış. Son iki yıldır da kendine büyük tecrübe kattığını düşündüğü Rungis'te çalışmalarını yürütüyor. Rungis'in İsviçre'de ve bir de Avusturya'nın Salzburg kentinde olmak üzere iki temsilci ofisi var.

Şef Wolff, tabaklarında hayranı olduğu İspanyol mutfağından aldığı ilhamı, Alman disiplini ile birleştirerek etkileyici sonuçlar elde ediyor. Pek çok şefin hayalindeki eniyimalzemelerin neredeyse her an elinin altında olması, onları doğru işleme üzerine yaptığı teknik çalışmalarda elde ettiği tecrübeler tabaklarındaki lezzetin arkasında

yatan etmenlerden. Gastronometro'nun keşif odasında ufak bir grupta birlikte yaptığımız tadımda şefin altı tabaklık menüsünün tamamı şaşırtıcı lezzet dengeleri ile hayranlık uyandırıcıydı.

Şefin o gece bizler için hazırladığı menünün ilk tabağı taze ton balığıydı. İnce sashimi dilimleri şeklinde hazırlanan ton balığı brokoli çiçeği, karamelize susamla kaplı gouda pirinç topları, basmati köpüğü, pancar halkaları ve bir tür Japon eriği olan umeboshi eşliğinde sunuldu. Bu kadar farklı tat skalasına sahip ürünün aynı tabakta sunulması sıradaki tabaklardaki sürprizin muştusu niteliğindedi. İkinci tabakta da deniz mahsulleriyle devam etmeyi tercih eden şefimiz marine deniz alasıyla öncekine kıyasla daha sade bir tabak hazırlamıştı. Deniz alası tam olması gerektiği gibi, içi sulu kalacak şekilde az pişirilmişti; 50°C fırında yaklaşık yarım saat. Yanında ise karnabahar çiçeği turşusu, karnabahar püresi, su teresi kreması, çıtır kinoa gibi fazla iddialı olmayan tatlarla sunulurken dikkat deniz alasına



çekilmişti. Zira fiziksel olarak somona benzeyen ama daha hafif yoğunlukta bir tada sahip olan deniz alası Metro Toptancı Market'te satılıyor olmasına rağmen sadece ürünü bilenler tarafından satın alınıyormuş.



Deniz mahsullerinden sonra üçüncü tabağımızda başrol burrata peyniridir. Tabakta kullanılan yerli üretim burrata ülkemizde üretilen türünün en iyilerinden biriydi. İyi bir sızma zeytinyağı dışında, genellikle yumuşak lezzetlerle birleştirilen burrata burada siyah trüf mantarıyla daha iddialı bir hal alırken, yumurta sarısı ve deniz kestanesinin yumuşak dokusu ve yağlı yapısı ile bütünlük yakalamıştı. Malzemelerin tamamını karıştırarak yememiz önerildi. Ana yemeklerimizden ilki 63 °C de pişirilmiş kuzu döşü. Siyah sarımsak kreması, patlıcan havyarı, mini patlıcan çıtı ve kıtır kuzu derisi ile birlikte sunulan kuzu döş tabağında kullanılan lezzetlerin neredeyse tamamı başlı başına ayrı karakterde ve lezzette idi, fakat damakta bıraktıkları lezzet dengesi takdire sayandı. İkinci ana yemeğimiz ise mantar makaron, bezelye püresi ve çıtır tavuk derisi ile sunulan organik mısır tavuğuydu. Kuşkonmaz, taze bezelye taneleri ve kuzugöbeği mantarının da kullanıldığı tabakta son zamanlarda üst düzey şeflerin tabaklarında kullanmayı çok sevdiği tavuk derisi çıtırının olması hoş bir detaydı. Aktif karbonla renklendirilen bezelye püresinin tavuk dilimlerine enjekte edilmesiyle görüntü olarak da fark yaratılmıştı. Menüümüzün tatlı finali ise Çikolata Diyaloguy'du. Karamelize patlamış mısır krakerleri üzerinde farklı tekniklerle hazırlanmış

ganaj, sorbe, çikolata yaprağı gibi farklı formlarda hazırlanmış çikolatalı lezzetler damaklarımızda iz bıraktı. Şef Andre Wolff'un hazırladığı özel menü zihnimizde klasik kurumsal şef algısının çok ötesinde bir resim çizmemize vesile olmuştu.

Yerellik tüm dünyada uzunca bir zamandır önlenemez yükselişini sürdürüyor. Sizin tabaklarınızda gördüğümüz kadarıyla dünyanın her yerinden getirdiğiniz çeşitli ürünler var. Bu durum sizce de bir tezatlığa sebep olmuyor mu?

Tüm dünyada olduğu gibi Almanya'da da yerel, hatta bölgesel olmanın öneminden bahsediyor herkes. Fakat bir yandan da gastronomik değeri yüksek enteresan, alışılmışın dışında ürünlerin cazibesi de göz ardı edilemez. Mesela en iyi kuzu göbeği veya en iyi kayısı Türkiye'de ise ben onu Bulgaristan'dan veya yerel olayım diye Almanya'nın herhangi bir bölgesinden niye almak isteyeyim ki?

Peki, tabaklardaki en uygun ideal yerellik yüzdesini kaç olarak görüyorsunuz?

Yüzde 50-50 diyebilirim. Mesela etli bir yemek servis edeceğiz, en iyi eti Amerika'da buluyor ve onu servis etmeyi tercih ediyorsak tabağın geri kalanındaki ürünlerin tamamını yerel kullanıyoruz hatta mümkünse komşu çiftliklerden tedarik ediyoruz. Önemli olan bu dengeyi kurabilmektir.

Çok sayıda üst düzey restoranlar ve şeflerine ürün tedarik ediyorsunuz. İşiniz kolay değil. Şimdiye kadar aldığınız en enteresan talepler nelerdi?

Bunu standart bir cevapla yanıtlamam mümkün değil. Ama şunu söyleyebilirim ki bizler sezon boyunca hangi ürünün nereden bulunabileceği yönünde gerek lojistik gerekse tadımsal olarak ciddi çalışmalar yapıyoruz. Ve aslında müşteriyi yönlendiren taraf genellikle biz oluyoruz.

Ürünlerle ilgili her şefin beklentisi, talebi eminim ki birbirinden çok farklı. Gerek ulaşılabilirlik gerekse ürün kalitesi anlamında bu konuda sıkıntı çektiğiniz oluyor mu? Mesele en zor ulaştığınız ürünler hangileri?

Hiç yok. Düşündüğünüzden çok daha fazla şeyi mümkün kıldığımızı söyleyebilirim. Çoğu insanda her ürüne mütemadiyen yani istedikleri her zaman diliminde ulaşmak istiyorlar. Böyle bir şey mümkün değil. Bizim anlayışımıza göre her şeyin mevsimi var ve bu mevsimin ötesinde başka ürünün peşinden koşmayı doğru bulmuyoruz. Ayrıca bir ürünün tüm yıl ulaşılabilir olduğu zaman cazibesini ve özelliğini de yitireceğini düşünüyorum.



Çok fazla ürünle haşır neşirsiniz. Dolayısıyla ürün kalite ayrımı konusunda inanılmaz bir pratiğiniz gelişmiş olmalı. Sizi en çok heyecanlandıran ürünler hangileri?

Kesinlikle Fransız kanatlıları. Doğada avlanmış kanatlılar doğru tekniklerle işlendiğinde adeta bir ziyafete dönüşür. Ayrıca minik sebzeleri de baş döndürücü bulurum. Görüntüleri tabakta harikalar yaratmanıza vesile oluyor, ama bunun çok daha ötesinde istediğiniz proteinle lezzet bütünlüğü yaratabiliyorsunuz.

Türkiye'de şu ana dek karşılaştıklarınız arasında en gastronomik bulduğunuz ürün veya ürünler neler?

Türkiye'de nehir yengeci dediğimiz bir yengeç türü var. Siz daha çok mavi yengeç diyorsunuz. Nesli tükenmekte olan türü de var ama biz tehlikede olmayan türünü tedarik ediyoruz. Onun dışında Almanya'da Türkiye'nin güzel kayısıları ve lezzetli kuzu göbeği mantarı da çok biliniyor. Özellikle kuzu göbeği yani morel mantarı şefler arasında son derece aranan bir ürün. Sanırım sizde kıymeti henüz fazla bilinmiyor. Bunların dışında petek ballarınızdan bazıları -özellikle Karadeniz'den gelenler- çok başarılı.

Dünya geneline baktığımızda restorancılıkta ve tabaklardaki trendler hangi yönde ilerliyor?

İnsanlar mutfakta ve tabakta artık kendilerine doğayı örnek alıyor. Doğadan ilham aldığı görüntüleri tabağa yansıtıyor. Mesela bir sponge cake yaptıklarında onu doğal bir gıdayla renklendirip şeklini de bitkiye benzetiyor. Sao Paulo'da doğaya herkes o kadar odaklanmış durumda ki şimdiye kadar kullanmadıkları çeşitli böceklerle yemek pişiriyorlar. Bu şirkette çalışmaya başlamadan önce de çoğu malzeme hakkında bilgim var sanırdım, ancak buraya geldiğimde daha öğrenmem gereken çok şey olduğunu anladım. Kendini sürekli geliştirebilmenin inanılmaz hazzını yaşıyorum.

Bu süreçte en fazla geliştirdiğiniz şey de malzeme bilginiz olmalı o zaman...

Tabii ki yemek pişirirken de bir sürü şey öğrenirsiniz. Ama bu tarz bir şirkete geçtiğinizde de devamlı yeni şeyler öğreniyorsunuz. İyi ve özel malzeme tedariği şu andaki işimin en önemli parçası. Yani öğrenme süreci aslında hiçbir zaman bitmiyor.



Dünyanın herhangi bir yerinde kendi restoranınızı açma şansınız ve imkanınız olsa nereyi tercih ederdingiz?

Her halükarda büyük bir şehre gitmeyi tercih ederdim. Çünkü büyük şehir harici bölgelerde fine dining yapmak pek mantıklı olmuyor. Mesela İstanbul'da dışarıya bir göz atsanız günlerden salı olmasına rağmen her yer tıka basa dolu. Böyle şeyler ancak büyük şehirlerde oluyor. Mesela Almanya'da az sayıda yıldızlı restoran olduğu zamanlarda bu restoranlar büyük şehirlerde olmamalarına rağmen, kırsalda olmalarına aldırmadan o restoranlara giderlerdi. Günümüzde restoran sayıları arttıkça alternatifleri olduğu için insanlar artık büyük şehirlerdeki yıldızlı restoranlara gitmeyi tercih ediyor.

Gastronomik olarak sizi en çok heyecanlandıran ülke hangisi?

Japonya oldukça iyi. Eski mutfak şefim Ocak ayında Japonya'ya gitmişti ve bana gönderdiği fotoğraflar inanılmaz heyecan vericiydi. Farklı kültürler, oradaki malzemeler ve tabii inanılmaz farklı mutfak teknikleri bir şef için çok cazip. İspanya'daki yemek pişirme tarzı ve insanların yemeye olan ilgisi de oldukça hoşuma gidiyor. Burada sizi övmek için söylemiyorum ama iki tane çocuğum var ve ikisi de Türk yemeklerine bayılıyorlar.

Şeflerin gastronomik trendleri en belirleyici faktörlerden olduğunu düşünüyorum. Çok gastronomik olmayan bir ürün bile şefler tarafından çok kullanıldığında moda haline geliyor. Mesela önümüzde bir kinoa örneği var. Ne düşünüyorsunuz bu konuda?

Ben de kinoa ile ilgili sizinle aynı fikirdeyim. Ayrıca kinoa'nın ötesinde, tepemi attıracak kadar anlam veremediğim, sadece moda olduğu için uygulanan bir takım trendler var.