

# HOGA PAGE

Das Magazin für Hotellerie & Gastronomie



Jobbörse

Nachrichten

Einkaufsführer

Shop

# Jeder nach seinem Geschmack

Unsere Top 10 der Food-Trends – was 2021  
auf die Teller kommt! 16

**Kanadas Paradies für  
Genießer**

Szene-Tour durch Toronto 28

**SEO für Anfänger** 40

**Gründung in der  
Pandemie**

Es kann nur besser werden 36

**Systemgastronomie** 50

**The Langham  
Nymphenburg**

Luxuriöses Gästehaus 84

**Frisch & alkoholfrei** 60

# INHALT



28

*Szene-Tour  
durch Toronto*

## ENTRÉE

Info-Häppchen und Neues ..... 8

HOGAPAGE GASTROPOLIS ..... 12

### Ploners Gastro-Kolumne

Gastronomie in der Zukunft –  
eine Utopie... ..... 13

## TITELSTORY

### Kein Lesen im Kaffeesatz

Die Top 10 der  
Food-Trends 2021 ..... 16

## SPECIAL

### INTERGASTRA

#### digital 2021

Branchentreffen in der  
virtuellen Gastro-Welt ..... 22

## AROUND THE WORLD

### Ich ♥ Toronto

Kanadas neues Foodie-Paradies ... 28

## BRANCHE INSIDE

### Es kann nur besser werden

Unternehmensgründung in der  
Pandemie ..... 36

## MANAGEMENT & MARKETING

### Den Gastraum virtuell erweitern

Bessere Auffindbarkeit über  
Suchmaschinen ..... 40

### Willkommen im Hygienozän

Die Langzeit-Auswirkungen  
von Corona auf unser Hygiene-  
bedürfnis ..... 44

## SYSTEMGASTRONOMIE

### Erfolgreich mit

#### erprobter Geschäftsidee

Die Systemgastronomie  
bietet attraktive Chancen  
für Existenzgründer ..... 50

## FOOD & BEVERAGE

### Süße Träume

Neues aus der Eis- und  
Dessert-Welt ..... 56

### Ohne ist das neue Mit!

Alkoholfreie  
Erfrischungen  
für Anspruchsvolle ..... 60

### The Big Five – Food-Kolumne von Andrew Fordyce

Back to Business ..... 63

## TECHNIK & EQUIPMENT

**Außen hui, innen auch**  
Wohlfühloasen für draußen  
und drinnen ..... 64

**Nachhaltigkeit**  
– zum Mitnehmen, bitte!  
Umweltbewusste  
Verpackungsmöglichkeiten  
für das To-go-Geschäft ..... 70

**Die neue Coolness**  
Innovationen und  
Entwicklungen rund um Kühl-  
und Tiefkühltechnik ..... 74



**60**

*Alkoholfreie  
Erfrischungen*



*Wohlfühlen drin  
und draußen*

**64**



*Nachhaltige  
Verpackungen*

**70**



**40**

*Auffindbarkeit über  
Suchmaschinen*

## KARRIERE & RATGEBER

**Man lernt nie aus!**  
5 Weiterbildungstipps für  
neugierige Köpfe ..... 78

**So gelingt die digitale Bewerbung**  
Keine Angst vor dem virtuellen  
Kennenlern-Gespräch ..... 82

## STARS & LEGENDS

**Logieren im Vorhof der Pracht**  
Zu Gast in The Langham  
Nymphenburg Residence ..... 84

**10 Fragen an ...**  
Brigitte Hobmeier ..... 90

**Jetzt rede ich!**  
Der Leberkäse im  
Exklusiv-Interview ..... 92

## SERVICE

Editorial ..... 3

Bücher – Lesestoff für Profis ..... 48

Bildungskompass ..... 81

News aus den Verbänden ..... 94

HOGAPAGE Marktplatz ..... 96

Vorschau / Impressum ..... 98

# Ich



# Toronto

## Kanadas neues Foodie-Paradies

Die meisten assoziieren großstädtisches Genussleben mit Vancouver. Das ist nicht falsch, aber auch Schnee von gestern. Toronto, Hauptstadt der Provinz Ontario, ist die Geheimadresse für alles, was jetzt zählt ... ethnische Küche, süffige Weine, Hotels. Und das nur acht Direktflugstunden entfernt.

*Text: Gabriele Guetzer*



An illustration of a person from behind, wearing a purple long-sleeved shirt and a dark cap with a red face mask. They are holding a white rectangular sign with the word 'OPEN' written in large, dark blue, hand-drawn letters. The background consists of dark blue rectangular shapes, suggesting a doorway or a window frame.

OPEN

# Es kann nur besser werden

Unternehmensgründung in der Pandemie

**Eiskalt wurden sie erwischt von der Corona-Krise – und eröffneten trotz Lockdown ein Restaurant oder Hotel. Hier berichten drei mutige Macher, die trotz Pandemie-Zumutungen ihr Ding durchgezogen haben.**

*Text: Sebastian Bütow*

**N**ovember 2020: Als andere Gastronomen zum zweiten Mal in diesem verflixten Corona-Jahr ihre Küchen dichtmachen mussten, eröffnete Evrim Karaboga sein Restaurant. Einen Tag nach dem Start des zweiten Lockdowns. Das klingt natürlich erst mal paradox und nach einem verrückten, wenig hoffnungsvollen Vorhaben.

»Klar gab es Leute, die mir das schlechtreden wollten«, erinnert sich Karaboga, »aber davon habe ich mich nicht beeinflussen lassen«, sagt der 25-jährige Gründer-Youngster und klingt dabei ganz unaufgeregt. Sein Lokal »Lyfe« am Moosfeld im Osten Münchens ist seine erste Gründung, ausgerechnet in diesen Zeiten.

### **»Point of no Return« überschritten**

Wie für viele andere Gastronomen, die vermeintlich waghalsig der Pandemie zu trotzen versuchten, war es Karaboga schlicht und einfach nicht möglich, mal eben die geplante Neueröffnung zu stoppen oder zu verschieben. Karaboga hatte den »Point of no Return« überschritten, so nennen es Wirtschafts-Wissenschaftler, wenn nach einer Entscheidung die Umsetzung nicht mehr umkehrbar ist.

»Es war natürlich hart«, sagt Karaboga. »Nach knapp einem halben Jahr Vorbereitung, angefangen bei der Entwicklung des Restaurant-Konzeptes über die Suche nach der passenden Location, den Ausbau und den Anstrengungen für den finalen Launch, wünscht man sich natürlich andere Voraussetzungen für den Start.«

Im Juli 2020 hatte der junge Gründer den Zuschlag für den Standort im modernen Gewerbe- und Büro-Quartier Centro Tesoro im Münchner Osten erhalten. Einen wie ihn haben sie dort

gesucht, um in dem Gebäudekomplex die Gastronomie-Lücke zu schließen. Weil er ein frisches, zeitgemäßes Konzept mit gesundem Essen anbietet, mit Trendspeisen wie Bowles und Wraps auf der Karte, das passt ideal in dieses Umfeld.

Beeindruckend sieht es aus im Lyfe: Sofort ins Auge fällt die stylische Marmortheke, die üppig mit frischem Gemüse und Obst bestückt ist. 55 Plätze drinnen, weitere 80 kämen bei gutem Wetter auf der Terrasse dazu. Große, offene Fensterfronten und eine gemütliche Einrichtung mit viel Holz laden die Gäste eigentlich zum Hierbleiben ein – wenn Corona es nicht verbieten würde.

### **»Als wir endlich loslegen konnten, kam der zweite Lockdown«**

Eigentlich wäre die Eröffnung im September gewesen, aber: »Die Küche konnte nicht pünktlich fertiggestellt werden. Dadurch hat sich alles nach hinten verschoben. Es gab keine richtige Vorbereitungszeit für die Köche, um sich dort einzuarbeiten.«

Letztendlich seien alle Lyfe-Mitarbeiter ins kalte Wasser gesprungen, als es endlich losgehen konnte. Glücklicherweise, so Karaboga, »hatte ich mich bestens vorbereitet und wusste schon vorher, in welche Richtung sich das Ganze positiv gestalten könnte, wenn ein zweiter Lockdown kommen sollte.« Diese Situation hatte er vorhergesehen und sich deshalb einige Wochen vorher mit Lieferando in Verbindung gesetzt.

»Unser Ziel war, dass wir unsere Speisen trotz eines erneuten Lockdowns mithilfe eines Lieferdienstes zu den Kunden bringen können. Ich wusste, dass es an diesem Standort eine Nachfrage gibt nach gesunden und trendigen Speisen – genau das, was wir anbieten.«

### **Positive Bewertungen der ersten Kunden halfen enorm**

In einem Teil Münchens, in dem es vorher vor allem Standard-Bestellspeisen wie Pizza, Burger und Pasta zu ordern gab, gelang dem Lyfe ein Volltreffer in die Geschmacksnerven der Ost-Münchner Bestell-Kundschaft, seinen California- und Mexican Bowls sei Dank. Karaboga: »Das Takeaway- und Lieferando-Geschäft hat uns gleich zum Start positive Online-Bewertungen eingebracht. Die Kunden wussten die Qualität unseres Essens zu schätzen, das ist in so einer frühen Phase ganz wichtig.«

»Essen ausliefern, statt Gäste im Restaurant zu bedienen, das ist eine ganz neue Challenge, in die wir erst reinwachsen mussten. Zum Glück hat sich das ganz gut eingegroovt«, sagt Karaboga. Den Lockdown habe er mit seinem Team ganz gut überbrücken können. Ohne diesen wären die Umsätze allerdings »viel, viel besser« ausgefallen.

### **Der Lockdown bremste das Berliner 12seasons aus**

Alles neu! Das Geschäftsführer-Duo Tim Hansen und Vitali Müller, das in Berlin-Mitte erfolgreich das Restaurant Neumond betrieben hatte, wollte in eine andere Location umziehen und – etwas spektakulärer – als »12seasons« neu eröffnen – dann kam der erste Lockdown im Frühjahr 2020. »Diese Zeit haben wir genutzt, um den alten Betrieb abzuschließen und in den neuen reinzugehen«, erzählt Tim Hansen.

Das neue Restaurant sollte das Konzept beheimaten, sich vollständig der Saisonalität zu widmen. Jeden Monat, zwölfmal im Jahr, sollten die Gäste in den Genuss eines neuen Menüs kommen, daher auch der verheißungsvolle Name des Lokals. Hansen: »Wir haben während des Sommers renoviert, wollten Mitte November eröffnen – doch der zweite Lockdown hat uns einen Strich durch die Rechnung gemacht.«

Aus dem geplanten neuen Restaurant, das jeden Monat »den Rhythmus der



# Süße Träume

## Neues aus der Eis- und Dessert-Welt

In Sachen Eis und Dessert sind bereits alle Geschichten erzählt? Mitnichten. Sowohl in der modernen Spitzen-Pâtisserie als auch bei Lebensmittelexperten für Convenience-Produkte wird laufend an neuen Dessertkreationen gefeilt. So spielt in der kommenden Frühjahrs-/Sommer-saison 2021 – neben neuen Geschmacksrichtungen unter dem Banner »fruchtig-cremig« – auch Käse eine Rolle. Und nachgefragt zeigt sich: »Neu und aufregend« ist bei Gästen gar nicht immer erwünscht.

*Text: Kristina Presser*

CARTE D'OR®

Dessert-  
kompetenz

AUS  
EINER  
HAND



Eine Hauptzutat und maximal drei weitere Zutaten – für Marco D'Andrea die Basis eines rundum gelungenen Desserts. Ganz wichtig: Alle Bestandteile müssen auf einen Löffel passen, um in einem Zug probiert werden zu können. Denn erst die Kombination verschiedener Einzelkomponenten macht, seiner Meinung nach, das perfekte harmonische Ganze aus. Eine Philosophie, mit der der Executive Chef Pâtissier des Hamburger Luxushotels The Fontenay seit 2018 erfolgreich seinen Gästen den Menü-Abschluss im Gourmetrestaurant »Lakeside«, die Tea Time oder Bankettveranstaltung versüßt.

Apropos süß: Gemüse oder gar herzhaftere Zutaten für ein Dessert zu bemühen, ist nicht unbedingt nach seinem Geschmack. »Für mich muss es süß sein, Schokolade, Salz und Produkte, die Saison haben und dadurch am besten sind«, lautet Marco D'Andreas Credo. Daraus immer wieder aufs Neue aufregende Geschmackserlebnisse zu zaubern, ist aber auch für den Meister-Pâtissier (unter anderem Gault&Millau »Pâtissier des Jahres 2020«) kein generelles Zuckerschlecken. Manchmal brauche er Wochen, um eine neue Kreation zu entwickeln. Die eigentliche

Freude bringt letztlich aber fast weniger das Endergebnis als vielmehr der Entstehungsprozess, wie er erahnen lässt: »Ich liebe es, mit den verschiedenen Texturen der einzelnen Zutaten zu spielen.«

### Käse – Superstar in der Spitzen-Pâtisserie

Grundsätzlich ist Marco D'Andrea aber sowieso nicht auf sich allein gestellt, vieles funktioniert im Team. Eine Inspirationsquelle. Man schaukelt sich gegenseitig hoch, die Kollegen bringen sich ein, er selbst verleiht dem Dessert in der Regel den letzten Schliff. Worauf es ihm dabei vor allem ankommt? »Am Ende zählt immer der Geschmack. Das Aussehen natürlich auch, aber die Ästhetik haben inzwischen alle im Blut.«

An neuen Gerichten wird selbstverständlich auch trotz Lockdown und Restaurantschließung getüftelt. Da bleibt die Frage nach den kommenden Dessert-Kreationen nicht aus. »Was ich spannend finde, ist das Thema Käse. Ob man das dann Dessert oder Käse-Gang nennt, ist erst mal egal. Aber wir haben hier ein paar tolle Gerichte kreiert«, verrät der Chef Pâtissier. Genauer gesagt: Ein neuer Gang wird zum Beispiel die Komponenten Roquefort, Himbeere,

### Dessertplanung leichtgemacht

Mit dem *PatiChef* hat Transgourmet jüngst einen Dessert-Konfigurator für Profis aus Gastronomie und Gemeinschaftsverpflegung eingeführt. Das Handling ist denkbar einfach: Je nach Anforderung an die Süßspeise gibt man den gewünschten Wareneinsatz pro Portion (max. 4,00 Euro) und die Portionengesamtzahl ein sowie den geplanten Zeitaufwand (1 bis 5 Arbeitsschritte wählbar). Ein Klick, und schon spuckt der Konfigurator adäquate Dessertvorschläge aus. Dazu gibt es bebilderte Schritt-für-Schritt-Anleitungen oder How-to-Videos. **Mehr unter:** [www.transgourmet.de/patichef](http://www.transgourmet.de/patichef)



Unilever  
Food  
Solutions

Knorr Libell HELLMANN'S

LANGNESE®

Unterstützen. Inspirieren. Begeistern.

# AUSSEN HUI, INNEN AUCH

## Wohlfühloasen für draußen und drinnen

Der Sommer 2021 wird ein besonderer sein, denn er steht einerseits im Schatten der fortdauernden Corona-Krise. Andererseits aber auch ganz im Zeichen der Vorfreude auf ein Stück weit mehr Normalität im Leben. Die Menschen sind buchstäblich hungrig darauf, endlich wieder rauszugehen und qualitativ hochwertige Zeit in guter Gesellschaft zu genießen. Für Gastronomen und Hoteliers bedeutet dies: Zeit, aufzumöbeln und Wohlfühloasen zu erschaffen – drinnen wie draußen.

*Text: Natalie Ziebolz*



# KONWAY®

Beständig seit über 20 Jahren  
 • Ihr professioneller Objekteinrichter •  
 in Hotellerie, Gastronomie & Industrie



Komplette INDOOR-Konzepte -  
 Stühle, Sessel, Tische & Polsterbänke nach Maß!



Umfassendes OUTDOOR-Sortiment -  
 aktuelle Designs in großer Farbvielfalt!



Fachberatung • Planung • Produktion • Montage •  
 Außendienst • 1000 m<sup>2</sup> Showroom • Bemusterung

KONWAY® 2021-22  
 HAUPTKATALOG  
 800 Seiten



KONWAY® COMPACT  
 BROSCHÜRE  
 32 Seiten

Unsere aktuellen Printunterlagen liegen für Sie bereit -  
 fordern Sie jetzt Ihr persönliches Exemplar an !

## KONWAY GmbH

Elf Morgen 7 • 64589 Stockstadt / Rh.  
 Tel.: 06158-87810 • Fax: 06158-878110  
 Mail: info@konway.de • Web: www.konway.de

# *Logieren im Vorhof der Pracht*



Foto: Andreas Achmann



## Zu Gast in der The Langham Nymphenburg Residence, München

**Das neueste Haus der Langham Group ist ein Hotel der besonderen Art: eine denkmalgeschützte Villa, in der Privatsphäre auf die Annehmlichkeiten eines Fünf-Sterne-Luxushotels trifft. Vor allem aber wird der Werkstoff Porzellan und seine virtuose Verarbeitung in jedem ihrer Räume gefeiert. Das Anwesen ist offizielles Gästehaus und Showroom der Porzellan Manufaktur Nymphenburg zugleich.**

*Text: Kristina Presser*

**V**orhang auf – und da liegt sie, in all ihrer Pracht: die barocke Schlossanlage Nymphenburg. Von den Fenstern des Kavaliershauses »Nördliches Schlossrondell 6« aus betrachtet, wirkt das Panorama aus weitläufiger Palastfassade, getrimmten Grünflächen und Kanälen beinahe wie eine Filmkulisse. Ein außergewöhnlicher Anblick, der für den einen oder anderen neuerdings zum Alltag gehört.

Zumindest für eine Weile. Denn hier, in einem der zehn weiß-gelb gestrichenen Rokoko-Palais, die den halbrunden Schlossvorhof einrahmen, betreibt die Langham Hospitality Group seit Kurzem ein Gästehaus: »The Langham Nymphenburg Residence« – Münchens neue Luxusadresse für Wohnen auf Zeit. Ein Projekt, das weltweit Aufsehen erregte. Forbes lobte es sogar als eines der »20 most anticipated Hotel Openings of 2020« (die 20 sehnlichsten erwarteten Hoteleröffnungen in 2020). Das mag an der Lage, vermutlich aber auch an der einzigartigen Ausstattung liegen: Überall im Inneren des Hauses und im Garten findet man Objekte aus feinstem Porzellan, mal in typischer, mal in unerwarteter Form. Gefertigt wurden sie nur wenige Meter nebenan in einem geschichtsträchtigen Handwerksbetrieb von Weltrang, der Porzellan Manufaktur Nymphenburg.

Kunst im Hotel, für die Langham-Gruppe schon lange ein gelebtes Konzept und wesentlicher Teil der Unternehmenskultur. Alleinstellungsmerkmal, gewissermaßen. Skulptur, Grafik, Fotografie, Malerei – in einigen der Fünf-Sterne-Hotels sind beachtliche Kunstsammlungen ausgestellt. Das Langham, Chicago besitzt zum Beispiel eine Kollektion mit mehr als 150 Werken lokaler Künstler. Im Langham, New York, Fifth Avenue hängen Bilder des zeitgenössischen New Yorker Pop-Art-Malers Alex Katz. Und das Langham, Sydney verfügt über eine der bedeutendsten privaten Kunstsammlungen Australiens, kuratiert von Sotheby's. Dabei geht es nicht um Kunst allein, sondern ihren Bezug zu jenem Ort, an dem sich das ausstellende Hotel befindet. Sie lädt das Haus kulturhistorisch auf.

### Große Herausforderung für das Interiordesign

Nun also die Residence in München, in der das seit 260 Jahren ausnahmslos handgefertigte und -bemalte Nymphenburg-Porzellan seinen großen Auftritt hat. Ganz bewusst. Als Gästehaus der Ma-

# 10 FRAGEN AN

## ... *Brigitte Hobmeier*

»Das Tantris in München ist das sexyste Restaurant, das ich bisher gesehen habe ...«

Sie wird gefeiert von den Kritikern, vom Publikum erst recht. Zuletzt begeisterte die Schauspielerin Brigitte Hobmeier ein Millionenpublikum in dem aufwendig produzierten TV-Mehrteiler »Oktoberfest 1900«. Die Serie erzählt von knallharten Machtkämpfen unter den Wiesnwirt-Dynastien, lief erfolgreich in der ARD und kann weltweit unter dem Titel »Beer and Blood« auf Netflix gestreamt werden. Brigitte Hobmeier spielt ein »Biermadl«, das sich in höhere Kreise hinaufschwindelt – und wieder herunterpurzelt. Das wird Hobmeier selbst eher nicht passieren, denn Regisseure, ob am Theater oder beim Film, reißen sich um sie.

Interview: Sebastian Bütow

**Als Schauspielerin kommen Sie viel herum, kennen viele Hotels. Wie wichtig ist Ihnen Ihre Unterkunft?**

Sehr wichtig. Man ist manchmal so fix und fertig vom Drehen, dass eine gute Atmosphäre um einen herum schon sehr wichtig ist, um den nächsten Tag wieder begehen zu können. Das ideale Hotelzimmer für mich: großes Bett, Badewanne mitten im Zimmer, große Fenster, schöne Möbel aus den Zwanzigerjahren. Eine Wand mit einem Kunstwerk, alle anderen Wände weiß!

**Gibt es eine Nummer eins unter den vielen Hotels, die Sie kennen?**

Oh ja! Ich liebe das »Altstadt Vienna« in Wien, das ist mein Lieblingshotel. Wenn ich in Wien drehe, bitte ich inständig, in diesem Hotel übernachten zu dürfen. Jedes Zimmer wurde von einem Künstler ausgestattet. Es gibt für mich kein schöneres Hotel! Es hat einen wunderschönen Frühstücksraum, einen wunderbaren Lounge-Bereich, man trifft dort tolle Leute. Der Eigentümer hat es irgendwie geschafft, selbstbewusste junge Mitarbeiter anzulocken und ihnen dort viel Verantwortung zu geben, sodass sie sich als wichtiger Teil des Hotels empfinden – und nicht nur als austauschbare Zahnrädchen. Das verleiht diesem Hotel eine so schöne, warme Atmosphäre. Eine selbstbewusst-warme Atmosphäre!

**Ausgerechnet Sie, als einer der größten Theater-Stars, haben mal eine Absage bekommen von einer Schauspielschule. Deren Leiter soll damals zu Ihnen gesagt haben: »Wissen Sie, es gibt Leute, die tragen Jacketts, und es gibt Leute, die tragen keine Jacketts. Und Sie gehören zu denen, die keine Jacketts tragen.«**

Ich weiß bis heute nicht, was er damit gemeint hat. Vielleicht war ich nicht passend gekleidet. Das war wohl das Problem. Wenn ich nur wüsste, was ich damals anhatte. Haben ihn vielleicht meine Jeans gestört und meine Doc Martens? Vielleicht bin ich aus seiner Sicht zu ungezähmt an die damalige Rolle herangegangen.

**Dieser Leiter wird sich bestimmt ärgern über seine fatale Fehleinschätzung. Sind Sie ihm danach noch einmal begegnet?**

Nein. Würde er mir begegnen, dann möchte ich ihn gerne fragen, ob er sich darüber bewusst war, dass er eine junge Seele bis ins Mark erschüttert hat mit seinem Kommentar.

**Glücklicherweise haben Sie sich nicht unterkriegen lassen. Warum haben Sie es weiter versucht?**

Wenn meine Freundin nicht gewesen wäre, die unnachgiebig zu mir gesagt hat, dass ich es noch einmal probieren sollte, dann hätte ich mich wahrscheinlich nicht noch einmal beworben. Die Absage hatte mich schwer verletzt. Ich komme auch nicht aus einer Künstlerfamilie, in der es ganz normal ist, sich solchen Herausforderungen zu stellen. Ich habe mir alles schwer erarbeitet und mit jedem Schritt Neuland betreten.

**Wie haben Sie die Dreharbeiten für »Oktoberfest 1900« in Erinnerung?**

Als die Festzeltstraße am Set aufgebaut wurde, der ganze Aufwand – ich stand da und dachte: Was habe ich eigentlich für ein Glück, dass ich hier dabei sein darf! Diese Produktion war so hochwertig und detailvernarrt. Oft ist man ja bei Produktionen dabei, wo es heißt: keine Zeit oder kein Geld. Hier gab es eine riesige Unterstützung. Ich finde, die Designer dieser Serie sollten mit Preisen überschüttet werden!

**Inwieweit hat Ihnen die Pandemie das Berufsleben schwer gemacht?**

Eigentlich wäre ich jetzt z.B. in der Vorbereitung für das Theaterstück »Susn« an den Münchner Kammerspielen. Wir freien Künstler fallen einfach durch alle Raster, das belastet mich schon.

**Haben Sie auch ein Lieblingsrestaurant?**

Ja, das »Tantris« in München. Es ist für mich das sexyste Restaurant, das ich bisher gesehen habe. Die Küche dort ist famos. Zuletzt habe ich eine Modedesignerin, deren Kleider ich kostenlos tragen durfte, zu einer Sause dorthin eingeladen. Wir haben uns aufgebrezelt und uns dort verwöhnen lassen. Es war bezaubernd.

**Mit welcher berühmten Persönlichkeit – egal ob tot oder lebendig – würden Sie gerne mal einen Drink an einer Hotel-Bar nehmen?**

Unter der Bedingung, dass diese Person mir auch die Wahrheit sagt, würde ich wahnsinnig gerne mit Frau Merkel einen Drink nehmen. Mit all dem Wissen und all der Zeit, die sie an der Macht war und immer noch ist, interessiert sie mich ganz tief.

**Bitte vervollständigen Sie diesen Satz: Das Leben ist zu kurz, um ...**

... sich zähmen zu lassen.

# JETZT REDE ICH!

*Der  
Leberkäse  
im Exklusiv-  
Interview*





**Immer braun gebrannt, außen knusprig und innen herrlich herzhaft – dafür vergöttern Fans ihren geliebten LEBERKÄSE. Warum er (fast) nichts mit Leber und Käse zu tun hat und trotzdem so heiß, verrät der Dauerbrenner im Exklusiv-Interview.**

**Vor allem im süddeutschen Raum gelten Sie als traditionsreiche Kult-Fleischsorte. Ihr Name klingt allerdings reichlich irreführend, weil in Ihnen weder Käse noch Leber enthalten sind. Hand aufs Herz, kann es sein, dass es sich bei Ihnen um Etikettenschwindel handelt?**

Im Prinzip haben Sie Recht, eigentlich habe ich nichts mit Käse zu tun, und Leber ist, wenn überhaupt, eher wenig in mir drin. Aber seien Sie vorsichtig mit Verallgemeinerungen! Wir sind eine riesige Familie. Den einen Leberkäse, der überall gleich ist, den gibt es nicht. »Stuttgarter Leberkäse« zum Beispiel muss mindestens fünf Prozent Leber enthalten. Wenn Sie wüssten, welche Vielfalt der Leberkäse-Föderalismus zu bieten hat!

**Die meisten kennen wohl den bayerischen Leberkäse.**

Leberkäs, bittschön! Ohne »e«! In dieser Variante enthalte ich in der Tat gar keine Leber, null Prozent. Es gibt viele verschiedene offizielle Verordnungen, die vorschreiben, dass ich diese in wenigstens geringer Menge enthalten muss – nur in Bayern, da nicht.

**Wie erklärt sich dann, dass gleich zwei Zutaten in Ihrem Namen auftauchen, die nichts mit Ihnen zu tun haben?**

Es gibt verschiedene Theorien, was die Herkunft meines Namens betrifft. Im Bayerischen wird eine kompakte essbare Masse als »Kas« bezeichnet, und so mutierte ich zum Käse. Die »Leber« erklärt sich durch das Wort »Laib«, welches auf den Brot-Laib anspielt. Offenbar haben meine Erfinder mit einem Dialekt gesprochen.

**Wie lange gibt es Sie eigentlich schon?**

Och, so ungefähr zweieinhalb Jahrhunderte. 1776 kam der Wittelsbacher Kurfürst Karl Theodor aus der Pfalz zu Besuch nach Bayern. Begleitet wurde er dabei von seinem Haus- und Hof-Metzger. Und der kam auf die Idee, fein gehacktes Schweine- und Rindfleisch in Brotformen zu backen. Das war meine Geburtsstunde!

**Bitte verraten Sie uns, wie Sie hergestellt werden.**

Gerne, nehmen wir mal den Leberkäse »Münchener Art«. Man nehme: Schweinefleisch von der Schulter und Rindfleisch, ebenfalls von der Schulter. Dazu Speck, Zwiebeln und zerkleinerte Eiswürfel, am besten Eis-Schnee. All das wird gemischt und zerkleinert, ähnlich der Hackfleischproduktion. Diese Masse kommt mit erneut etwas Eis und Salz in den Kutter, später kommen noch Gewürze, Speck und erneut Eis dazu. Das Ganze kommt dann in eine kuchenähnliche Form, wird gemütlich im Ofen gebacken – fertig!

**Welche Gewürze kommen denn rein bei Ihnen?**

Das ist eine sehr gute Frage. Was meine Würzungen betrifft, bin ich viel exotischer unterwegs, als so mancher vermutet. Je nach Region verleihen mir Ingwer, Koriander, Muskatblüte und Kardamom das gewisse Etwas. Wer mich für bieder und provinziell hält, hat doch keine Ahnung!

**Im Jahr 2019, als die Leute noch ganz normal ins Kino gehen durften, eroberten Sie sogar die Leinwand...**

Ja, die Komödie »Leberkäsjunkie« sahen allein in Deutschland mehr als 1,25 Millionen Zuschauer, auch in Österreich war der Film erfolgreich. Ich denke, mein internationaler Durchbruch ist nur noch eine Frage der Zeit.

**Wirklich? Die Imbiss-Kette »Leberkas-Pepi« wollte Sie in London groß rausbringen, eröffnete eine Filiale in der Nähe des Hyde Parks, bot dort ein Dutzend Sorten von Ihnen an. Leider wurde das Outlet wieder geschlossen.**

Erst der Brexit, nun auch noch diese Verschmähung der Briten, es ist ein Jammer. »Leberkas-Pepi« betreibt acht erfolgreiche Filialen in Wien und anderen Städten, London war eine Ausnahme. Sie produzieren irre viele und edle Sorten mit mir, sogar mit Steinpilzen und Trüffeln. Das ist die Liga, in die ich gehöre.

Leberkäse, wir danken Ihnen für das Gespräch. ■

*Text: Sebastian Bütow*