

HOGAPAGE

Das Magazin für Hotellerie & Gastronomie



HOGAPAGE

**Fehlt Personal?
Dann nix wie los!**

**HOGAPAGE – BESTE
ONLINE-SPEZIAL-JOB-
BÖRSE FÜR HOTEL
UND GASTRONOMIE***

*1. Platz im Ranking der Spezialjobbörsen für Hotel und Gastronomie bei der Qualitätsanalyse 2022 von jobboersenscheck.de – gewählt von Arbeitgebern und Arbeitnehmern.



7 oder 19 Prozent?

**Wohin schaltet die Ampel?
Die Bundestagsfraktionen stehen Rede und Antwort.** 14

**Paris &
die Loire**

Auf neuen Wegen 30

Winter-Desserts 54

**Wenn der Boss
undercover geht**

Accors Geheimmission 38

Snack-Ideen 60

**Hotel Straubinger &
Badeschloss**

Renaissance zweier Ikonen 84

Hygiene nach Corona 76



„Nicht meckern, sondern besser machen!“

Liebe Leserinnen, liebe Leser,

keine Frage – die geplante Entfristung der 7% Mehrwertsteuer auf Speisen in der Gastronomie sorgt zu Recht für jede Menge Unruhe in der Branche. Von überall verlautet es: „Die Rückkehr zu 19% wäre katastrophal, das gäbe ein Gastronomiesterben. Dann müssten wir die Preise schon wieder erhöhen, ohne selbst etwas davon zu haben.“

Ja natürlich, das alles wäre für so einige Hospitality-Vertreter fatal, doch: Wer von eben jenen Akteuren wird eigentlich selbst aktiv, um gegen die Pläne der Regierung vorzugehen? Als ich diese Woche bei unserem Dorfgasthaus vorbeigejoggt bin, sah ich im Augenwinkel ein A4-kleines, leuchtend grünes Plakat im Fenster kleben – von Weitem kaum zu erkennen, noch dazu halb von einem davor wuchernden Gestrüpp versteckt. Die mahnenden 7% konnte ich nur mit Mühe und Not – weil ich von der Thematik Kenntnis habe – erahnen. Anschließend suchte ich das Gespräch mit dem Betreiber, fragte ihn danach, inwiefern er sich denn noch gegen das Vorhaben der Regierung wehre. Seine Reaktion: „Na ja mei, was soll ich sonst schon noch machen? Hab halt das Poster vom DEHOGA aufgehängt. Alleine kann ich ja nicht wirklich etwas anrichten.“

Wie bitte? Ihr Ernst? Selbstverständlich können Sie das! Immerhin rufen die Branchenverbände doch schließlich seit Wochen alle Beteiligten des Gastgewerbes dazu auf, sich selbst zu Wort zu melden, geben Hoteliers, System- und klassischen Gastronomen Hilfestellung, an jene, die etwas zu sagen haben, unsere Abgeordneten in Berlin heranzutreten (siehe auch Artikel des Bundesverbands der Systemgastronomie ab S. 48). Petitionen plädieren dafür, sich mit der eigenen Unterschrift gegen die Rückkehr zu 19% zu widersetzen. Eine endgültige Entscheidung, die Mehrwertsteuer auf den alten Stand zu bringen, ist in Berlin noch nicht gefallen. Stehen Sie also auf und werden Sie laut, alle miteinander! Immerhin wissen wir spätestens seit Corona, dass ein „gemeinsam“ viel bewegen kann!

**Herzlichst
Ihre**



**Karoline Giokas
Chefredakteurin**



Die PURE METAL Besteckserie

**PUR
HARMONISCH
INTUITIV**

Messer . Werkzeuge
Wetzstähle . Schleifmaschinen

www.dick.de

INHALT

ENTRÉE

Info-Häppchen und Neues 8

Ploners Gastro-Kolumne

Service wird zum Luxus 10

TITELSTORY

7 oder 19 Prozent?

Umfrage bei den Bundestags-Fraktionen..... 14

SPECIAL

Die vielen Gesichter der

Digitalisierung

Chancen neuer Technologien für Gastgeber 20



Kommen Sie mit uns nach Paris

30

AROUND THE WORLD

Paris & die Loire

Zwei Touristenmagneten auf neuen Wegen..... 30

BRANCHE INSIDE

Wenn der Boss Undercover geht

Accor-Geschäftsführer Ben Brahim begibt sich auf Augenhöhe mit seinen Mitarbeitern..... 38

Recht so?

Krankgeschrieben und feiern – geht das?..... 41

MANAGEMENT & MARKETING

Nachgefragt bei Jürgen Gangl

Will die Politik das?..... 42

SYSTEMGASTRONOMIE

Die 7 % müssen bleiben

Der BdS macht sich mit eigener Kampagne für die dauerhafte Mehrwertsteuersenkung stark.... 48

Klartext gesprochen mit Markus Suchert

#gemeinsam: BdS-Hauptgeschäftsführer spricht über seine Erfahrungen an der Basis..... 52

FOOD & BEVERAGE

Kreative Winter-Desserts

Fermentierte Früchte, Clementinen, Bratapfel oder Maronen als Umsatzbringer 54

Pierre Nierhaus – Food-Kolumne

Lernen und Mut zur Veränderung..... 59

Regional, international, handlich

Trendiges Fingerfood, mit dem Sie bei ihren Gästen landen 60



54

Winterliche Desserts – mit raffiniertem Twist

Ohne Alkohol und ohne Ende

Warum alkoholleichte Weine so sehr an Fahrt aufgenommen haben.... 64

TECHNIK & EQUIPMENT

Outdoor? Zu jeder Jahreszeit!

Gastgeber machen vor, wie sich Außenbereiche ganzjährig nutzen lassen..... 68



84

Zurück aus der Vergangenheit: Straubinger Badeschloss

Zauberwort „Multifunktionalität“

Eierlegende Wollmilchsäue für Profi-Küchen..... 72

Sauber-Zauber

Hygienisch auf dem neuesten Stand – wie Profis exzellente Sauberkeit für Gäste und Mitarbeiter garantieren..... 76

KARRIERE & RATGEBER

Die eigene Kompetenz stärken

Vier individuelle Fortbildungstipps..... 80

Generation Z in Führung?

Warum Mitarbeiter der Generation Z schwer zu führen sind 82

STARS & LEGENDS

Rückkehr zweier Hotelikonen

Wie zwei Häuser aus den Facetten der Vergangenheit zu neuer Größe erweckt werden..... 84

10 Fragen an ...

... Jan Delay..... 90

Jetzt rede ich!

Die Esskastanie im Exklusiv-Interview 92

SERVICE

Editorial 3

Bücher – Lesestoff für Profis 46

Bildungskompass 83

Aus den Verbänden..... 94

Marktplatz..... 96

Vorschau / Impressum 98

7 oder 19 Prozent



7 oder 19 Prozent – wie schaltet die Ampel?

Umfrage bei den Bundestags-Fraktionen und was man daraus folgern kann

Eine Rückkehr zu 19 Prozent Mehrwertsteuer auf Speisen ab nächstem Jahr? Laut Experten drohe dann womöglich Tausenden Gaststätten und Hotels das Aus. Deshalb schlagen zahlreiche Fachverbände und Interessensvertretungen Alarm. Das Echo aus der Politik fällt hingegen unterschiedlich aus. *Text: Wolfgang Bublies*



Lunch-Hit

HIGHLIGHTS FÜR IHRE MITTAGSKARTE!

- ★ **Pommes Macaires Classic für raffinierte Menüideen**
- Ein Kartoffelklassiker nach französischer Rezeptur, herzhaft verfeinert mit Putenbacon, Zwiebeln und Petersilie
- Außen knusprig fein, innen herrlich soft und fluffig, als klassische Beilage der perfekte Lunch-Genuss

Mehr Infos: www.schne-frost.de

KARTOFFELN. IDEEN. GENUSS.

Schne frost



BESUCHEN SIE UNS!
ANUGA
HALLE 4.2 · STAND E-031



Serviovorschlag



Der ermäßigte Umsatzsteuersatz kostet die öffentliche Hand jedes Jahr über 3 Milliarden Euro

Michael Schrodi, finanzpolitischer Sprecher der SPD



Gastro-Betriebe stehen mehreren Herausforderungen gegenüber. Dennoch muss man zur Schuldenbremse zurückkehren

Till Mansmann, Berichterstatter der FDP im Finanzausschuss

Das aktuelle Top-Thema der Branche sorgt seit Wochen für Schlagzeilen: Die Entscheidung, ob es eine Rückkehr zur 19-Prozent-Mehrwertsteuer für Speisen gibt, fällt wohl im November. Bundestag und Bundesrat müssen diese für das Gastgewerbe weitreichende Entscheidung treffen. Kommt die Rückkehr zur früheren „Ungerecht-Regel“, drohen ein Gaststättensterben und für die Kunden noch teurere Preise.

„Ungerecht-Regel“ – so sehen es nicht nur Betroffene. Allein deshalb, weil bei der früheren (und womöglich wieder künftigen) Besteuerung deutliche Unterschiede gemacht wurden, zum Beispiel abhängig davon, wo Speisen angeboten werden. Das Schnitzel an der heißen Mitnahme-Metzgertheke, der Salat-to-go aus dem Supermarkt oder auch Currywurst und Pizzaschnitten im schlicht ausgestatteten Steh-Imbiss wurden und werden mit nur 7 Prozent besteuert, dieselben Angebote im Gasthaus mit 19 Prozent. Leidtragende sind alle, die mit deutlich mehr Aufwand als beispielsweise ein Kioskbetreiber das traditionelle Gastgewerbe hochhalten.

Bei anderen geht es doch auch

Andere Länder in Europa haben dies längst erkannt, oft ist dort die Besteuerung günstiger für Hotels und Restaurants. Eine entsprechende Initiative unseres HOGAPAGE-Magazins vor bereits zehn Jahren brachte mehr als 80.000 Unterstützer-Unterschriften. Die angestrebte Senkung von 19 auf 7 Prozent bei der umstrittenen Besteuerung kam dennoch erst als Corona-Hilfe – befristet bis Ende 2023.

Darauf, nämlich auf die großen staatlichen Hilfen während der Pandemie, verwiesen vor allem Sprecher der Regierungs-Fraktionen in einer Sommerumfrage unseres Magazins. Jetzt allerdings, so kann man aus den Antworten herauslesen, tendieren sie wohl eher zum „Zurück zur alten Besteuerung“. Die Oppositionsfraktionen sprachen sich hingegen eindeutig für den Beibehalt der 7-Prozent-Regel aus.

SPD: Noch zu früh für eine Entscheidung?

Kurz und bündig (quasi im Olaf-Scholz-Stil) äußert sich zum Beispiel der finanz-

politische Sprecher der SPD, Michael Schrodi: „Wir haben die Gastronomie in der Krise nicht allein gelassen und mit Milliardensummen unterstützt, unter anderem mit dem ermäßigten Umsatzsteuersatz, der die öffentliche Hand jedes Jahr über 3 Milliarden Euro kostet.“ Für eine Entscheidung, wie es ab nächstem Jahr damit weitergeht, sei es insbesondere mit Blick auf die laufenden Haushaltsberatungen noch zu früh, äußerte sich Schrodi noch vor der Sommerpause in Berlin.

FDP: Wir müssen zurück zur Schuldenbremse

Auch die FDP- und Grünenfraktion aus der Ampel-Regierung verweisen auf die geleisteten Coronahilfen für das Gastgewerbe und heben die „essenzielle Rolle“ der Branche hervor. Die oft familien- und inhabergeführten Betriebe stellten eine tragende Säule des deutschen Mittelstands dar „und tragen so maßgeblich zur Stabilität unserer Wirtschaft bei“, betont etwa Till Mansmann als verantwortlicher Berichterstatter der Liberalen im Finanzausschuss. „Das verdient unsere volle Anerkennung.“ Und Mansmann erkennt auch, dass „die gegenwärtige Situation in der Gastronomie angespannt ist“. Auch 2023 bewege sich der Umsatz der Branche spürbar unter dem Vorkrisenniveau. „Die Betriebe stehen mehreren Herausforderungen gegenüber.“

Dennoch, so Mansmann, müsse man zur Schuldenbremse zurückkehren, „was genauso herausfordernd für den Staat ist wie für jeden Betrieb. Gegenstand der Haushaltsdebatten ist daher auch, haushälterische Spielräume so einzusetzen, dass sie den Betrieben und den Menschen in unserem Land bestmögliche Unterstützung bei der Bewältigung der Krisensituation bieten.“ Die Frage, ob man die geforderte Reduzierung fortsetzen könne, müsse und werde man im Lichte der November-Steuerschätzung bewerten.

Grüne: Von Anfang an zeitlich befristet

Für die grüne Bundestagsfraktion verweist Berichterstatter Bruno Hönel eindeutig darauf, dass im Haushaltsentwurf für 2024 des Bundesfinanzministers Christian Lindner „eine weitere Verlängerung oder Entfristung der reduzierten

Mehrwertsteuer für die Speisegastronomie nicht enthalten ist. Daher gehen wir von einer Rückkehr auf 19 Prozent aus.“ Endgültig entschieden, so sagt auch er, werde voraussichtlich nach Abschluss der Haushaltsverhandlungen im November.

Hönel führt auch aus, dass die besagte Mehrwertsteuersenkung „von Anfang an als zeitlich befristetes Instrument zur Bewältigung der Corona-Krise geplant war. Diesen Zweck hat sie nun erfüllt.“ Eine darüber hinausgehende Subvention in Höhe von geschätzten 3,3 Milliarden Euro in 2023 müsste deshalb sehr gut begründet sein. „Für die jährlichen Steuermindereinnahmen fand Minister Lindner aufgrund der angespannten Haushaltslage keinen Spielraum“, so Hönel.

CDU/CSU: Für dauerhafte 7-Prozent-Regel

Ganz anders die Oppositionsfraktionen: „Wir setzen uns für die dau-

erhafte Beibehaltung des ermäßigten Steuersatzes auf Speisen in der Gastronomie ein“, stellt Antje Tillmann als finanzpolitische Sprecherin der CDU/CSU-Bundestagsfraktion klar. Nach drei Verlustjahren gehe es den heimischen Restaurants und Hotels immer noch schlecht, begründet sie und nennt Zahlen. So sei etwa durch die massiven Einbußen in der Corona-Krise schon jetzt die Zahl der steuerpflichtigen Unternehmen in der Branche von 222.400 im Jahr 2019 auf 186.600 im Jahr 2021 zurückgegangen.

Deshalb habe die CDU/CSU-Fraktion schon Mitte März einen Gesetzentwurf eingebracht, der die dauerhafte Entfristung des ermäßigten Mehrwertsteuersatzes festschreibt. „Die Ampel lehnte ihn ab. Dies stößt bei uns auf Unverständnis“, so Antje Tillmann und merkt an, „dass die großzügigen Wahlversprechen von Olaf Scholz längst vergessen“ scheinen.



Im Haushaltsentwurf für 2024 des Bundesfinanzministers ist eine weitere Verlängerung oder Entfristung der reduzierten Mehrwertsteuer für die Speisegastronomie nicht enthalten

Bruno Hönel, Berichterstatter der Grünen



Produkte, die von der französischen Bäckereitradition inspiriert sind.

Lange Teigführung und Ruhezeiten nach handwerklicher Tradition

Original französische Croissants mit feiner Butter



SHARE

THE BAKERY CULTURES OF THE WORLD

in @ f t v
www.bridor.com

Die vielen Gesichter



der Digitalisierung

Chancen neuer Technologien für Gastgeber

Einst verurteilt, die „menschliche Note“ zu verdrängen, haben digitale Prozesse längst Einzug in der Hospitality gehalten. Kein Wunder, hat doch die digitale Ära die Bedürfnisse der Hotelgäste maßgeblich verändert. Für Gastgeber eine Chance zu maximaler Rentabilität trotz wenigem Personal. *Text: Karoline Giokas*

Gäste von heute erwarten zwar personalisierte Dienstleistungen, wünschen aber gleichzeitig auch eine möglichst nahtlose Kommunikation sowie effiziente Nutzung technologischer Möglichkeiten. Noch bevor der Gast überhaupt seine Reise antritt, beginnt heutzutage schon die „Customer Journey“. Egal ob Restaurant oder Hotel betreffend: Gäste wünschen in jedem Fall eine einzigartige und persönliche Erfahrung.

Für rege Debatten sorgt hier nach wie vor oft der Einsatz von künstlicher Intelligenz bei der Kommunikation mit Gästen. Programmen wie dem „Generative Pre-trained Transformer“, kurz ChatGPT, werden vor allem in Bereichen wie dem Online-Marketing revolutionäre Fähigkeiten zugeschrieben – soll er doch mit seiner „vortrainierten“ Expertise Mitarbeiter spielend leicht dabei unterstützen, z. B. SEO-optimierten Content für die eigene Website, den Newsletter, Posts sowie Social-Media-Anzeigen zu generieren. Praktisch: Die Automatisierung manueller Tätigkeiten steigert die Effizienz eines Betriebes, denn Mitarbeiter können sich so verstärkt auf ihre Kernkompetenzen – die individuelle Betreuung des Gastes – konzentrieren.

Fritz Dickamp von Studio 49 ist der Meinung, dass der Einsatz einer KI den

Alltag in einem Betrieb durchaus erleichtern kann: „Vor allem in den Abteilungen, in denen viel geschrieben wird. Ob KI auf lange Sicht Jobs vollständig ersetzen wird, lässt sich aktuell noch nicht sagen. Sie ist momentan definitiv als Unterstützung zu sehen.“



Maximilian Thost, Quinyx

Oft spielt bei der Modernisierung durch digitale Tools die Angst vor Veränderung eine große Rolle

KI – kann sie Gastlichkeit?

Egal ob auf der Hotel- oder Restaurantwebsite: Chatbots gehören zum allgemeinen Erscheinungsbild. Einer ihrer großen Vorteile: Sie sind rund um die Uhr verfügbar, können, gut trainiert, auf viele Bedürfnisse der potenziellen Gäste eingehen und fördern damit die Bindung zu ihnen.

So auch bei der Novum Group. Hier kommt seit Kurzem ein neuer Chatbot von DialogShift auf den Homepages der unterschiedlichen Hotelmarken als Live-Assistent zum Einsatz. Der Bot kommuniziert auf verschiedenen Plattformen mit mehreren Gästen

gleichzeitig und beantwortet ihre Anfragen automatisiert. Die KI ist dabei in 109 Sprachen verfügbar und steht vom Angebot bis zur Buchung mit Rat und Tat zur Seite. „Damit wird die Guest Journey sinnvoll verschlankt, alle relevanten Informationen bereitgestellt und die Kundenzufriedenheit mittelfristig gesteigert“, so David Etmenan, Chief Executive Office & Owner der Novum Hospitality. Durch das Dialogmarketing lässt sich die Online-Conversion signifikant erhöhen. Olga Heuser von DialogShift weiß noch dazu: „Wir verzeichnen mit dem Chatbot eine Konvertierungsrate von bis zu 33 Prozent, was mehr Direktbuchungen bedeutet.“

Doch wie sieht es aus, wenn diese KI auch in der Telefonie Einsatz findet? „Ich glaube, dass es am Telefon am schwierigsten wird, weil die Menschen sich telefonisch an Unternehmen wenden, um einen direkten und persönlicheren Austausch zu erfahren und gezielte Hilfe zu bekommen“, ist Fritz Dickamps Meinung. Momentan sei die Technik noch nicht so weit, dass sie auf umfassende personalisierte Anfragen adäquat reagieren könne.

Die Gästezufriedenheit steigern

Auch der Einsatz eines digitalen Management-Systems erleichtert bereits vielerorts die Verwaltung von aufwendigen Prozessen, beispielsweise im

Paris & di

An aerial photograph of Paris, France, taken during a golden sunset. The Eiffel Tower stands prominently on the right side, its silhouette illuminated against the bright orange and yellow sky. The Seine River flows through the center of the city, with several bridges crossing it. The city's architecture, including the dome of the Pantheon in the distance, is visible in the background. The overall atmosphere is warm and romantic.

Zwei Touristenmagneten auf neuen Wegen

Mit Übertourismus konfrontiert, suchen viele Destinationen nach Lösungen. Paris setzt auf Entzerrung und holt sich dafür Gastro, Handwerk und Hotellerie mit ins Boot. An der Loire wird das Welterbe zwischen Weinen, Schönheit und Schlössern mit frischer Philosophie einer jüngeren Generation vermittelt. Text: Gabriele Gugetzer

Venedig wird im nächsten Jahr eine Eintrittsgebühr für Touristen einführen. Die Gegner argumentieren, dass eine Eintrittsgebühr als Freibrief gewertet würde, sich richtig danebenzubenehmen, immerhin hat man ja dafür gelöhnt. Paris hat die klügere Idee: Entzerrung. Die ist

dringend nötig, jetzt stehen Touristen auch noch an jedem Spot Schlange, wo sich Emily in Paris geküsst oder Kuchen gemümmelt hat, nicht nur vor dem Musée d'Orsay oder dem Eiffelturm.

Dabei hat Paris ja so viel mehr zu bieten. Jeder, der sich mal einige Stunden

hat treiben lassen in dieser Stadt, weiß das. Neues zu entdecken, darauf haben sich die Stadtoberen in einer neuen Image-Kampagne besonnen. Erfolgreich ist das auch deshalb, weil Hoteliers und Restaurateure mit im Boot sind. Und Handwerker, die ebenso spannendes wie traditionelles Können

e Loire

SALON beef

OBSESSION

Selektiertes
Kalbinnen-
Fleisch der
Premium-Klasse.



präsentieren, vom Schildermaler bis zum Schindelklopfer.

Zwischen Marais und Saint-Ouen

Die schmalen Gassen, die zauberhaften Läden, die geschmackvollen Fassaden des Marais sind ja auch zu schön. Aber Touristen sind schnell überfordert. Wo stehen bleiben? Vielleicht bei Les Toits Parisiens. Hier wird gezeigt, wie die berühmten Schieferschindeln, die den Dächern von Paris einst ihre Unverwechselbarkeit verliehen, entstehen. Im Workshop kann man von Profis das Handwerk im Schnellverfahren lernen. Das Viertel Oberkampf liegt um die

Ecke, ist eigentlich eher was für Pariser. Und die halten selbstverständlich, trotz der astronomischen Preise, bei Alain Ducasse. Seine Manufacture bietet in drei Läden Eiscreme, Schokoladen und Gebäck; produziert wird direkt vor Ort. Im anliegenden 12. Arrondissement, auch eher Parisern vorbehalten, haben sich unter dem Viadukt der Avenue Daumesnil junge Schnapsbrenner angesiedelt, destilliert wird auf klassische Weise, aber im Handtuchformat, so schmeckt sogar Pastis!

Der Schildermaler Vincent von Lettreur and Gold arbeitet auf Bestellung oder

— Unser 21 Tage lang vorge-reiftes Kalbinnen-Fleisch besticht durch ein unvergleichliches Aroma und ist besonders zart und saftig. Garantiert aus Österreich und exklusiv bei KRÖSWANG. —

www.salonbeef.at

07248.685 94

GEBOREN / GEMÄSTET /
GESCHLACHTET /
VERARBEITET IN ÖSTERREICH



Wenn der **BOSS** **UNDERCOVER** geht

Accor-Geschäftsführer
Ben Brahim begibt sich auf Augen-
höhe mit seinen Mitarbeitern

Für die Hotellerie und Gastronomie als Arbeitgeber werben, Mitarbeitende und ihre Leistungen in den Fokus rücken und den Bezug zum Operativen beibehalten: Mit dieser Mission arbeitete sich Ben Brahim, Geschäftsführer bei Accor Deutschland, eine Woche lang als vermeintlicher Jobanwärter durch verschiedene Häuser der Hotelgruppe. *Text: Karoline Giokas*

Bereits 2014 ging Accor mit dem damaligen Vorsitzenden der Geschäftsführung Michael Mücke im Rahmen der RTL-Sendung „Undercover Boss“ im eigenen Betrieb undercover. „Dabei waren wir nicht auf die Publicity aus“, betont Ben Brahim. Knapp zehn Jahre später schlüpfte nun der aktuelle Geschäftsführer Accor Deutschland als Teilnehmer der Sendung in verschiedenen Hotels des weltweit agierenden Unternehmens in die Rollen seiner Mitarbeiter – in der Küche, im Restaurant- und Bar-Betrieb, im Housekeeping und der Haustechnik.

Hintergrund der Aktion war nicht etwa die Corona-Krise. Aktuell verzeichnen die 350 deutschen Hotels sogar mehr Gäste als vor der Pandemie. „Das Problem sind die fehlenden Mitarbeiter, die teils in ganz andere Branchen abwandern“, schildert Brahim. „Nach wie vor herrschen leider viele Klischees in der Hospitality vor – ich will wissen, was da tatsächlich dran ist, möchte das Hotelleben spüren, dazulernen, aber auch erfahren, was die täglichen Herausforderungen sind und wo wir uns vielleicht verbessern können.“

Brahim fing einst ganz unten an

Seit Mai 2021 verantwortet Ben Brahim als Geschäftsführer die Accor Hotels Deutschland. Im Sommer 2023 tauschte er seine Position eine Woche lang ein und gab sich als vermeintlicher Jobanwärter aus. Eine echte Challenge, die ihm zuvor manch schlaflose Nacht bescherte: „Ich war sehr aufgeregt, denn ich wollte ja nicht auffliegen“, so der 47-Jährige. Kurzerhand unterzog sich Brahim für die Mission sogar einem kompletten Umstyling. Als „Neuer“ namens Tarek begleitete er die Mitarbeiter in ihrem normalen Berufsalltag. „Eine Vorzugsbehandlung oder Ähnliches gab es nicht“, betont Brahim.

Immerhin, ganz unbekannt ist ihm das operative Geschäft nicht: „Ich habe vor gut 30 Jahren selbst mit einer Fachausbildung in einem Accor-Hotel, dem Ibis Berlin Messe, meine Karriere begonnen“, berichtet er. Die Verbindung zu den Hotels und die Wertschätzung für



Als Küchenhilfe konnte Brahim (re.) sein Gespür für die feinen Details unter Beweis stellen – keine leichte Aufgabe.

die dort täglich erbrachten Leistungen sowie Leidenschaft der Mitarbeitenden für ihren Beruf hat der gebürtige Berliner auch nach so vielen Jahren Erfahrung in der Branche nicht verloren. „Durch meine Funktion bei Accor als SVP AccorInvest Hotels Operations Northern Europe habe ich nach wie vor einen extrem starken Bezug zum Operativen und den Hotels.“

Es geht ans Eingemachte

Dennoch war der Einstieg ganz zurück auf Anfang eine Herausforderung. Schon bei der ersten Bewährungsprobe im Housekeeping kam Brahim ganz schön ins Schwitzen. Innerhalb von nur 20 Minuten galt es ein Gästezim-



Auf den Punkt genau anzurichten scheint einfacher, als es ist.

mer für den nächsten Besucher auf Vordermann zu bringen. „Es war körperlich tatsächlich ganz schön fordernd und auch an Konzentration darf man diesen Job nicht unterschätzen“, so sein Resümee. In der Küche galt es sorgsam mit hochwertigen Lebensmitteln umzugehen. Gerichte mussten hier punktgenau und in gleichbleibend hoher Qualität fertiggestellt werden. „Teilweise eine echte Challenge, aber es herrschte eine tolle Atmosphäre, die für ein Team enorm wichtig ist“, plaudert Brahim aus dem Nähkästchen.

Als Haustechniker griff er dann im Ibis Styles Hotel Stuttgart Hausmeister Zoltan Feher unter die Arme. Vom mühsamen Laubzusammenkehren auf der windigen Terrasse über Reparaturen tropfender Duschköpfe auf den Gästezimmern bis hin zu anstrengendem Wandstreichen – alles picobello unter Zeitdruck. „Ich habe hier einige Erkenntnisse darüber mitgenommen, was es heißt, in der Praxis effizient zu arbeiten, und welches Equipment dafür überhaupt notwendig ist.“

Eine tolle Leistung

Im Pullman Hotel Berlin Schweizerhof versuchte er sich schließlich als Barkeeper und Servicekraft. Vor allem die weiten Laufwege machten ihm hier zu schaffen. „Nach diesem Tag bin ich wirklich körperlich und geistig müde – es war mächtig anstrengend“, so Brahim. Immerhin rund 30.000 Schritte, also rund 25 Kilometer lief er hier zusammen. „Es ist etwas anderes, wieder zu seinen Wurzeln zurückzukehren und voll im laufenden Betrieb mitzu-

NACHGEFRAGT BEI JÜRGEN GANGL

Wir fragen uns: Will die Politik das?

Eine ganze Branche ist in Aufruhr – Gastgeber stehen vor der großen Frage: Wie sollen wir das noch alles stemmen? HOGAPAGE sprach mit Jürgen Gangl, dem 1. Vorsitzenden der Hoteldirektorenvereinigung Deutschland (HDV) und General Manager des Park Inn by Radisson Berlin Alexanderplatz, darüber, welche Bedeutung die aktuellen Bewegungen der Politik für Hoteliers haben und wie der Verband sich für die Zukunft rüstet.

Text: Karoline Giokas



„7 statt 19 Prozent“ – das drohende Auslaufen der Mehrwertsteuer-Entlastung auf Speisen in der Gastronomie hat für einen großen Aufschrei in der Branche gesorgt. Auch Sie haben daran bereits scharfe Kritik geübt.

Die Zusagen der Ampelkoalition, die während der Corona-Pandemie eingeführte Hilfe für die Gastronomie fortzuführen, erweisen sich einmal mehr als leere Versprechen. Die schwierige Lage, in der sich die Gastwelt nach wie vor befindet, findet keine Beachtung. Unsere Volksvertreterinnen und Volksvertreter in Berlin haben, ohne in die Diskussion zu gehen, ohne umfassende Kenntnisse der Sachlage, ohne Pro und Kontra abzuwägen und sich eine endgültige, ausgewogene Meinung zu bilden, dieses brennende Thema auf Eis gelegt.

Die Erhöhung des Mehrwertsteuersatzes auf 19 Prozent wird weitere Insolvenzen nach sich ziehen. Es werden Arbeitsplätze in der Gastronomie und in der Zulieferbranche verloren gehen und damit Kosten provoziert, die letztendlich vom Steuerzahler getragen wer-

den. Die Preissteigerung wird an den Endkunden weitergegeben werden müssen, damit wird ein Restaurantbesuch zum Luxus. Wir sind mit der hohen Preissensibilität unserer Gäste täglich konfrontiert. Letztendlich wird die Inflation durch die erhöhten Preise auf Speisen befeuert. Da fragen wir uns: Will die Politik das?

DIE NACHWUCHSFÖRDERUNG HAT BEI DER HDV OBERSTE PRIORITÄT UND WIRD AKTUELL UM EIN NEUES FORMAT ERWEITERT.

Wie nehmen Sie die Reaktionen der HDV-Mitglieder wahr?

Die gesamte Branche ist alarmiert, kritisiert das Vorhaben der Ampel und fordert vollkommen zu Recht eine dauerhafte Senkung des Mehrwertsteuersatzes. Angesichts der hohen Belastungen

der Betriebe durch drastisch gestiegene Preise und die Auswirkungen der Inflation liegt es auf der Hand, welche Folgen die Erhöhung haben würde. Für die gastronomischen Betriebe hierzulande ist die Beibehaltung des reduzierten Mehrwertsteuersatzes überlebenswichtig.

Inflation, Fachkräftemangel, Energiekrise – Gastgeber haben heute stetig zu kämpfen. Welche Themen bewegen Ihre Mitglieder und die HDV aktuell außerdem?

Nachhaltigkeit und Künstliche Intelligenz beeinflussen die Hospitality-Branche einschneidend. Nachhaltigkeitsstrategien gewinnen an Bedeutung. Es gibt immer mehr gesetzliche Anforderungen wie etwa das Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz, das von 2024 an auch von Unternehmen mit mehr als 1.000 Beschäftigten umgesetzt werden muss.

Nachhaltigkeit in allen Facetten steht auf der Agenda von Hotels, Firmenkunden, Gästen, Mitarbeitern und Zulieferern. Welchen Einfluss KI auf unsere Branche in Zukunft haben wird, wird



Mit großer Vorfreude blicken die Mitglieder der HDV der nächsten Jahrestagung im Herbst im Le Méridien Stuttgart entgegen. Nachhaltigkeit soll hier im Fokus stehen. Hier ein Bild von der Frühjahrstagung 2022 im Öschberghof.



DIE FAIREN

**MÜSSEN
BLEIBEN!**

*Die verminderte
Mehrwertsteuer
für die Gastronomie
muss bleiben!*

Der BdS macht sich mit eigener Kampagne für die dauerhafte Mehrwertsteuersenkung stark

Der Antrag der CDU/CSU-Bundestagsfraktion zur Entfristung des reduzierten Mehrwertsteuersatzes von 7 Prozent auf Speisen wurde Mitte Juni 2023 vom Finanzausschuss des Deutschen Bundestags abgelehnt. Nun geht der Bundesverband der Systemgastronomie offensiv gegen die Rückkehr zur 19-Prozent-Mehrwertsteuer vor. *Text: Karoline Giokas*

Von 19 auf 7 Prozent – der reduzierte Mehrwertsteuersatz auf Speisen war während der Corona-Krise neben den staatlichen Hilfen ein großer Lichtblick für die Systemgastronomen. „Die temporäre Reduzierung des Mehrwertsteuersatzes hat ganz klar einen Beitrag zur Begrenzung der negativen Auswirkungen der Pandemie auf die Systemgastronomie geleistet. Die Lockdowns haben die gesamte Branche mit erheblichen Umsatzausfällen von bis zu 100 Prozent hart getroffen“, lässt BdS-Hauptgeschäftsführer Markus Suchert die vergangenen Krisenjahre Revue passieren, betont dann: „Wir haben jedoch nach wie vor mit coronabedingten Folgen zu kämpfen und werden auch noch einige Zeit benötigen, um das Vorkrisenniveau wieder zu erreichen.“

Im Einsatz für Arbeitnehmer

Durch die Einführung des gesenkten Steuersatzes für Restaurant- und Verpflegungsleistungen im Juli 2020 konnten Franchisenehmer zumindest einen Teil der erlittenen Umsatzverluste ausgleichen, Arbeitsplätze sichern und so ihr Unternehmen überhaupt weiterführen. Schließlich ist die Systemgastronomie eine Branche, die Vielfalt sowie Integration lebt und als solche Menschen jeglichen Alters und jeglicher Herkunft eine Chance gibt, sich selbst zu verwirklichen und erfolgreich zu sein. Die Mitarbeiter aus rund 125 Nationen haben dabei alle eine berufliche Heimat mit Einstiegs-

und Aufstiegschancen – stolze über 50 Prozent der Führungspositionen obliegen Frauen.

Oberste Prämisse der Systemgastronomie ist, wirtschaftliche Erfolge nicht auf dem Rücken der Arbeitnehmer auszutragen. Der BdS und seine Mitglieder bekennen sich daher als Arbeitgeber der Branche mit ihrer zwingenden 100-prozentigen Tarifbindung zu ihrer sozialen und gesellschaftlichen Verantwortung. „Während Corona haben wir uns daher beispielsweise mit der Gewerkschaft NGG auf eine tarifvertragliche Zusatzvereinbarung zur Kurzarbeit verständigt, die eine Aufstockung des Kurzarbeitergelds auf 90 Prozent des alten Nettolohns vorsah“, erklärt Suchert die Bestrebungen der Wertegemeinschaft.

Noch ist es nicht endgültig

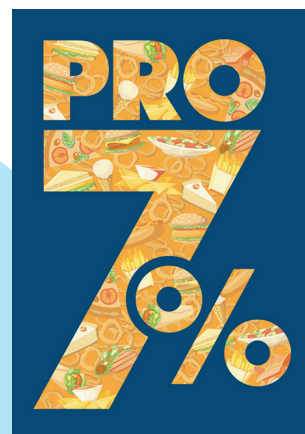
Die Zuversicht einer Normalisierung der wirtschaftlich sehr angespannten Lage in der Gastronomie-Branche wurde dann im Sommer 2023 vehement gedämpft, als der Finanzausschuss des Deutschen Bundestages den Antrag der CDU/CSU-Bundestagsfraktion zur Entfristung des reduzierten Mehrwertsteuersatzes von 7 Prozent auf Speisen



BUNDESVERBAND
DER SYSTEM
GASTRONOMIE E.V.

über den 31. Dezember 2023 hinaus vorerst abgelehnt hatte.

Zwar sei eine grundsätzliche Entscheidung gegen die dauerhafte Beibehaltung des reduzierten Mehrwertsteuersatzes auf Speisen damit noch nicht getroffen (diese würde erst in den Haushaltsberatungen der Regierungsfraktion getroffen werden), dennoch macht Markus Suchert hierzu deutlich: „Die Entfristung des reduzierten Mehrwertsteuersatzes ist unumgänglich, um die Wirtschaftlichkeit der Unternehmen der Systemgastronomie, deren Arbeitsplätze und die gastronomische



... FÜR FAIREN
WETTBEWERB
IN EUROPA!

BdS BUNDESVERBAND DER
SYSTEMGASTRONOMIE E.V.



Frank Bierkämper, Burger King-Franchisenehmer und BdS-Präsidiumsmitglied:

„Die Entfristung des Mehrwertsteuersatzes ist meiner Ansicht nach alternativlos. Eine Rückkehr zu 19 Prozent würde die Landschaft der Gastronomie in Deutschland massiv ausdünnen, gar zu einem Gastronomiesterben in Größenordnungen führen, die wir uns nicht im Geringsten vorstellen können. Schließlich hat unsere Branche nach wie vor mit den Folgen der Krise zu kämpfen. Dazu kommen gestiegene Energiepreise, Lebensmittel- und Personalkosten. Es wird über den Umgang mit Verpackungen diskutiert – die Liste zusätzlicher Belastungen ließe sich im Moment beliebig fortführen. Welche Belastungen das für unsere gebeutelte Branche bedeutet, kann sich die Politik scheinbar nicht vorstellen – sonst gäbe es die aktuelle Diskussion gar nicht. Läuft die Entfristung tatsächlich aus, hätte dies für uns den Verlust jeglicher Planungssicherheit zur Folge und auf die Gäste kämen höhere Preise zu. Denn wir wollen weder bei der Qualität der Speisen noch bei unseren Mitarbeitern sparen.“



Fotos: Thomas/stock.adobe.com, Avika

Regional, international, handlich

Trendiges Fingerfood, mit dem
Gastronomen bei ihren Gästen landen

Snacks und Fingerfood bleiben beliebt. Veganes spielt weiterhin eine Rolle, ausländische Aromen rücken vor, aber auch eine enge Zusammenarbeit mit regionalen Erzeugern bleibt ein Ass im Ärmel.

Text: Gabriele Guetzer

Zwischen Mittagessen und Abendessen und dann wieder nach dem Abendessen ist die Zeit für Snacks. Das klingt wie ein No-Brainer, ist aber wissenschaftlich belegt: Etwa drei Snacks pro Tag essen wir. Da liegt auch für die Gastro viel Potenzial.

Wird's mal wieder Zeit für Mexiko?

Guacamole hat jeder auf dem Zettel. Aber Mexiko hat im Bereich Snacks und Vorspeisen sehr viel mehr zu bieten. Zwei Produkte sorgen ohne großen Aufwand fürs echt mexikanische Feeling, Tomatillos und nixtamalisierte Tortillas. Ein Tütchen Tomatillos (auf Amazon) im Mai aussäen, der Rest macht sich von selbst, ab August hat man Tomatillos satt. Das sind mit den Physalis verwandte kirschgroße Früchte, die man gekocht oder roh in so ziemlich jede Salsa made in Mexiko packt. Die mittlere Säure balanciert Schärfe gut, die Textur gibt angenehmen Crunch. Von der an Pergamentpapier erinnernden Schale befreien, grob hacken, im Dip oder zu Avocados servieren, als Füllung im Minitaco, ins Chili con carne, im Salatblattwickel oder als Topping auf Tortillachips mit pikantem Frischkäse.

Ideale Basis zum Belegen

Bei Tlaxcalli (klaskali ausgesprochen) hat man sich nixtamalisierten Maisprodukten verschrieben. Gründer

Daniel Möhler und Carl Eugen Jahke beliefern die (Berliner) Szenegastonomie und haben mit ihrem Produkt einen perfekten USP: Sie machen Tortillas, Tostadas und Chips urtypisch wie in Mexiko, das sie beide wie ihre Westentasche kennen, aber mit regionalem Biomais. Die Produkte, darunter vier Sorten Chips, sind perfekt zum Belegen von Fingerfood.

SNACK-PLATTEN
GEHEN IN GESELLIGER
RUNDE MIT FREUNDEN
IMMER. DAS NUTZT
AVIKO UND ZEIGT
GASTRONOMEN
VERSCHIEDENE
LÖSUNGEN, HIER
Z.B. „TAPAS TOTAL“



HERBSTZEIT IST
**BROT-
ZEIT**



- ✓ Einfache Handhabung
- ✓ Flexibel und schnell reagieren
- ✓ Klar plan- & kalkulierbar
- ✓ Schnelle Fertigbackzeit



Jetzt
entdecken

— SEIT 1924 —

RESCH & FRISCH

AM LIEBSTEN IMMER

www.resch-frisch.com/gastro

f reschundfrisch | Instagram reschundfrisch

Outdoor? Zu jeder Jahreszeit!

Gastgeber machen vor, wie sich Außenbereiche ganzjährig nutzen lassen

Ob ein nachmittäglicher Kaffee, ein Feierabenddrink an der frischen Luft oder leckere Speisen in der Abendsonne – Hotel- und Restaurant-Terrassen sind bei Gästen beliebter denn je. Dieses Potenzial erkennen auch Gastgeber zunehmend und investieren in deren Neugestaltung. Vor allem Rooftops bieten aktuell große Chancen, die Outdoor-Saison zu verlängern.

Text: Karoline Giokas

Die ganzjährige Nutzung von Außenflächen ist in der Gastronomie inzwischen ein Erfolgsgarant. Das kann Lars-Hendrik Hein von Warema, ehemals Gastgeber, bezeugen. „Plätze im Freien verleihen einem Restaurant besonderes Ambiente und bringen zusätzliche Einnahmen“, so seine Erfahrung. Unerlässlich hierfür: ein zuverlässiger Sonnen- und Wetterschutz.

Die Syrlin Speisewelt in Ravensburg hat die Einzelanlagen ihrer Außenflächen des Restaurants und der Kostbar zu einer Sternanlage konzipiert – und zeigt damit, dass der Größe von Überdachungen kaum Grenzen gesetzt sind. Der Trend bei der Gestaltung von Terrassen gehe laut Warema aktuell klar hin zu kubischen Dachsystemen wie den Lamellendächern. „Sie bieten neben ihrer Robustheit und Langlebigkeit ein hochwertiges Design sowie, durch ihre modular wählbaren Ausstattungen, wie Seitenelemente aus Glas, Holz oder hochfestem Textilgewebe, optimalen Wetterschutz, sogar bei starkem Wind oder Regen, und das nicht nur im Sommer“, heißt es von Hein. Mit LED-Beleuchtung und Heizstrahlern lässt sich zudem ein nahezu

ganzjährig nutzbares und außergewöhnliches Ambiente schaffen.

Von allen Seiten gesichert

Das Hotel Löwen im Montafon hat ein weiteres Mal in seinen Ausbau investiert. Dazu gehörte, das Restaurant noch attraktiver für Gäste und Besucher zu machen. Seither umrahmt die Markisenanlage „Pergola Stretch“ von Markilux die an das Hotel grenzende Außenterrasse. Innerhalb von nur einer Woche hat der Ausstatter zunächst die

DACHTERRASSEN SIND DER NEUE OUTDOOR-TREND – VOR ALLEM IN ENGEN INNENSTÄDTEN BIETEN SIE DEM GAST EINE AUSZEIT VOM ALLTAG.

rund 165 Quadratmeter messende, aus fünf separaten Markisenfeldern bestehende Pergola-Anlage installiert. Insgesamt 100 Außensitzplätze sind nun während der Sommersaison großflächig vor Regen und Sonne geschützt. An kühleren Tagen kommen bei beiden Markisenanlagen und an ei-

ner Fensterfront zusätzlich mehrere Vertikalmarkisen zum Einsatz. Diese lassen sich einfach herunterfahren und sorgen am Abend zusammen mit dem in der Markise integrierten LED-Licht für eine angenehme Atmosphäre.

Es geht hoch hinaus!

Vor allem Dachterrassen entpuppen sich in letzter Zeit als DER Outdoor-Trend. Warum? Ganz einfach: In den Städten wird es eng und Nutzraum ist rar und teuer. Internationale Metropolen wie New York, Tokio oder Paris machen es uns bereits seit Jahren vor: Von den Sheratons über die Marriotts und Hiltons – Hoteliers und Gastronomen bieten ihren Gästen auf den Rooftops längst gastronomische Verpflegung exklusiv „with a view“.

Im Cityhotel NH Collection München Bavaria, das im Sommer 2019 seine Pforten öffnete, war die Terrasse der letzte fehlende Baustein. „Die dritte Etage hat durch diese große, leer stehende Fläche immer unfertig ausgesehen und nun haben wir im dritten Stock, in dem sich auch das Restaurant und vier Banketträume befinden,

Rückkehr zweier Hotelikonen

Wie zwei Häuser aus den Facetten der Vergangenheit
zu neuer Größe erweckt werden

Sie ragen mondän aus den steilen Felsen in die Höhe, bieten einen Anblick, der erhabener und einzigartiger nicht sein könnte – nach rund 20 Jahren zieht im altherwürdigen Grand Hotel Straubinger im österreichischen Bad Gastein und seinem benachbarten Badeschloss dank Hirmer Hospitality wieder Leben ein. *Text: Karoline Giokas*



Foto: Chiara Schneider/Travel Channel Analysis & Research

Fast noch ein bisschen geheimnisvoll kündigte die Hirmer-Gruppe Mitte des Jahres eine Neueröffnung an: „Am 1. September öffnet das Grand Hotel Straubinger und im Oktober das Badeschloss in Bad Gastein seine Tore“, hieß es im Anlauf und meinte damit eines der spektakulärsten Hotelprojekte an einem der faszinierendsten Orte der Alpen. Vom Tal bis zu den Gipfeln mit über 3.000 Höhenmetern werden das Mitte des 19. Jahrhunderts gebaute Grand Hotel Straubinger und das Ende des 18. Jahrhunderts eröffnete Badeschloss in Bad Gastein aus ihrem Dornröschenschlaf erweckt. Sie stehen den Gästen künftig unter der Marke Travel Charme Hotels & Resorts ganzjährig als 5- bzw. 4-Sterne-Haus zur Verfügung.

Von den Glanzzeiten bis zur Revitalisierung

Zwischen 1791 und 1888 erbaut, prägte das Ensemble aus dem Hotel Straubinger und dem Badeschloss von Anbe-

ginn das Zentrum des Kurortes Bad Gastein. Einst residierte der österreichische Kaiser Franz Joseph mit Sisi im Straubinger, 1865 wurde in diesem Hotel Weltgeschichte geschrieben – als man die Gasteiner Konvention zwischen Österreich und Preußen unterzeichnete. Eckart Witzigmann, 1994 von Gault & Millau zum „Koch des Jahrhunderts“ gekürt, absolvierte seine Kochlehre im Straubinger und ist heute sogar Bad Gasteins Ehrenbürger.

Doch der Glanz der zwei Belle-Époque-Bauten verschwand in den vergangenen Jahrzehnten. Bis in die 80er-Jahre wurde das Straubinger von der gleichnamigen Familie betrieben, danach als Hotel verpachtet, bis 1996 auch der Pächter bankrottging. Es wurde letztlich geschlossen, dann folgten jedoch Jahre des Verfalls. 21, um genau zu sein, bis das Land Salzburg die prachtvollen Altbauten am Straubingerplatz, die inzwischen unter Denkmalschutz standen, im November 2017 erwarb

und begann, den Prozess zur Revitalisierung einzuleiten. Mit der Münchner Hirmer-Gruppe fand sich im Folgejahr ein erfahrener Immobilienbetreiber, der den Komplex behutsam wiederbeleben, den gesamten Platz gar erneut zu einem vitalen Herzstück von Gastein machen möchte.

Für den Regionaldirektor der Travel Charme Hotels & Resorts Dietmar Wernitznig ist der Wiederaufbau des Straubinger Ensembles eine Herzensangelegenheit: „Schon zuvor lange in Bad Gastein ansässig, kannte ich das ehemalige Grand Hotel eigentlich zuvor nur von außen. Nach der Übernahme 2018 haben wir das leer geräumte Bestandsgebäude 2019 dann erstmals richtig von innen besichtigt – mit einem echten Wow-Effekt, als wir in der großen Festhalle standen. Früher wurden die allgemeinen Aufenthaltsbereiche nämlich wesentlich großzügiger gehalten und hatten wirklich imposante Dimensionen.“



10 FRAGEN AN



... *Jan Delay*

„Ich wollte mit 17 selbst Hotelier werden“

Seit den 1990ern hüpfert Jan Delay alias Jan Philipp Eißfeldt musikalisch von einem Genre zum nächsten, klingt mal nach Rap, mal nach Pop, macht aber auch mal auf Udo Lindenberg. Er gilt als einer der wandlungsfähigsten deutschen Sänger. Das unverkennbare Markenzeichen des 46-Jährigen: seine auffällig nasale Stimme. In Kombination mit jeder Menge Leichtigkeit und coolem Groove haucht der gebürtige Hamburger so dem wohl berühmtesten frechen Raben unserer Zeit Leben ein und sensibilisiert neuerdings in Kooperation mit dem Wasseraufbereitungsunternehmen Grünbeck für die wertvolle Ressource Wasser.

Interview: Karoline Giokas

*Die
Esskastanie
im Exklusiv-
Interview*



JETZT REDE ICH!



Sie ist ein Symbol der Herbstsaison, ihrem verführerischen Duft und ihrem köstlichen Aroma kann keiner widerstehen: die Esskastanie im Exklusiv-Interview.

Mit leisen Schritten schleicht sich der Herbst heran – Ihre Fans können kaum erwarten, Sie endlich wieder zu genießen. Sind Sie schon aufgeregt?

Und wie! So ab Ende September bin ich wieder am Start und verwöhne euch. Leider gibt es immer noch einige Banausen, die mich nur vom Maroni-Stand in der Fußgängerzone kennen. Wenn die wüssten, was ihnen entgeht. Mit meinem einzigartigen Geschmack bin ich in der Lage, den unterschiedlichsten Gerichten das gewisse Etwas zu verleihen.

Welche Gerichte mit Ihnen können Sie denn in dieser Saison besonders empfehlen?

Probieren Sie mal ein Risotto mit Pilzen, Parmesan und meiner Wenigkeit. Herrlich, diese Kombination aus der cremigen Textur des Risottos, der erdigen Note der Pilze und dazu noch mein süßlich-nussiger Geschmack, der dem Ganzen die Krone aufsetzt! Als Dessert empfehle ich Kastanien-Schokoladenkuchen. Die Kombination aus meinem Püree und intensiver Schokolade wird Sie umhauen. Ein zeitloser Klassiker ist die Kastaniencremesuppe, die geht immer!

Was ist eigentlich der Unterschied zwischen normalen Kastanien und essbaren?

Meine ungenießbaren Artgenossen nennt man Rosskastanien. Sie haben einen hohen Anteil von sogenannten Tanninen, das macht sie bitter. Sie würden ziemlich sicher heftige Bauchschmerzen bekommen von denen.

Und woran erkennt man, ob es sich um ein essbares Exemplar handelt?

Ganz einfach: In mir können sich bis zu drei Kastanien in der Schale befinden, in der Rosskastanie hingegen nur eine. Ein weiterer Unterschied ist, dass die Früchte der Rosskastanie meist rund sind, ich aber eine eher platte Form und eine Spitze besitze. Ich habe spitze und weiche

Stacheln, meine Kollegen haben eine härtere Schale mit viel kürzeren Stacheln. Es ist wirklich nicht schwer, den Unterschied zu erkennen.

In welchen Ländern sind Sie am populärsten?

Im Mittelmeerraum, vor allem in Italien, Frankreich und Portugal. Auch in der Türkei bin ich sehr beliebt und veredle als Zutat viele landestypische Gerichte. So auch in Japan. In einigen Regionen werde ich auf Festivals gefeiert, die mir so huldigen, wie ich es verdient habe. So findet im italienischen Cuneo jedes Jahr das großartige „Festival della Castagna“ statt, mit Konzerten, Märkten und Kochwettbewerben. Besonders stolz macht mich mein Erfolg auf Korsika.

Warum?

Das mit Abstand beliebteste Bier der Insel, „Pietra“, wird mit Kastanienmehl veredelt. Für mich das köstlichste Bier der Welt! (lacht)

Wer ist Ihr prominentester Fan?

Ich würde sagen, es war der französische König Ludwig XIV., der so angetan war von mir, dass er in den Gärten von Schloss Versailles jede Menge Bäume pflanzen ließ. Damit wollte er sichergehen, dass er immer genug von mir hat.

Welches ist das schönste Kompliment, das Sie je bekommen haben?

Da fällt mir spontan die Starköchin Cornelia Poletto ein. Sie sagte mal, ich könne sie auf magische Art in eine andere Zeit und an einen anderen Ort versetzen. Wenn sie mich in der Pfanne röstet, fühlt sie sich dank meines Duftes wie in ihrer Kindheit. Da ist mir natürlich das Herz aufgegangen.

Esskastanie, wir bedanken uns für das Gespräch. ■

Text: Sebastian Bütow