Kurz gelesen

Küche, Keller und Kunst

„Götterspeisung“ huldigt der Dreifaltigkeit von Küche, Keller und Kunst. Im Mittelpunkt steht ein Menü, das am 6. Januar 2008, dem Vorabend der Verleihung des Internationalen Eckart-Witzigmann-Preises, gekocht, serviert und verspeist wurde – von Preisgebern, Preisträgern, Laudatoren, Freunden und Mitgliedern der Akademie für Kulinaristik. Ort der „Götterspeisung“: Die Vinothek im Bad Mergentheimer Hotel Victoria. Das Haus gehört Otto Geisel, einem Vorstandsmitglied der Akademie. Die Rezepte aller zwölf Gänge (zum Teil Lieblingsrezepte der Preisträger) sind detailliert beschrieben, ebenso wie die dazugehörigen Weinempfehlungen des vinophilen Hausherrn. Dazwischengeschoben sind Porträts der Preisträger Harald Wohlfahrt, Daniel Spoerri, Hiroyuki Hiramatsu und Jonnie Boer. Für die Kunst ist Daniel Spoerri zuständig. Vom Erfinder der Eat Art sind im Buch zehn Assemblagen abgebildet, sogenannte Bankette der Erinnerung. Erläutert werden diese von Wolfgang Henze und vom Künstler selbst.
Anregende Essays zum Thema Kulinaristik, Kochen und Kunst sowie Aufnahmen früherer Vorabend-Speisungen machen das Buch zu einem sinnlichen und intellektuellen Vergnügen gleichermaßen. *hz*

Eckart Witzigmann
Götterspeisung
Hampp Verlag
24,90 Euro

Mehr Spitzenweine vom Stiefel

Italiens Weine werden immer besser. Das verdeutlicht der neue Führer von Gambero Rosso und Slow Food Editore „Vini D’Italia 2008“. Mit rund 18.000 bewerteten Gewächsen ist die aktuelle Ausgabe so umfangreich wie nie (2007: 16.000 Weine). Auch die Anzahl der höchstbewerteten Tropfen (drei Gläser) ist gegenüber dem Vorjahr nochmals um 23 auf 305 gestiegen. Die 3-Gläser-Statistik wird mit großem Abstand angeführt von der Toskana (65 Weine) und dem Piemont (61), gefolgt von Friaul-Julisch Venetien (28), Venetien (27) und Südtirol (22).
Die Ursache für die Qualitätssteigerung sehen die Herausgeber in der Rückbesinnung auf Traditionen, autochthone Rebsorten und den biologisch-nachhaltigen Anbau. Die 992-seitige deutsche Ausgabe enthält außer den Weinbeschreibungen und Winzerporträts einige sinnvolle neue Elemente: Infos über Betriebsgrößen und Produktionsmengen sowie ein Register der Weinorte. Das Standardwerk hat seine Position ausgebaut. *eck*

Gambero Rosso/
Slow Food Editore
Vini D’Italia 2008
Hallwag Verlag
29,90 Euro

So klingelt die Kasse

Zwei Berater erstellen einen praxisnahen Regelkatalog für mehr Erfolg in der Gastronomie

Der Gastronom hat es nicht leicht. Diese Äußerung entschlüpft den meisten von ihnen während einer längeren Unterhaltung. Es stimmt, der hohe Mehrwertsteuersatz, Energiekosten und einen Flut von Gebühren drücken die Gewinne. Daran wird sich so schnell nichts ändern. Doch die Autoren Pierre Nierhaus und Jean-Georges Ploner haben einen Regelkatalog erstellt, wie sich das Motto „Reich in der Gastronomie“ verwirklichen lässt.

Es klingt hart, wenn die Gastronomieberater klarstellen: Es geht nicht um Selbstverwirklichung! Und Argumente wie „Kontakt mit Menschen, die Atmosphäre oder die liebe gute Küche“ zählen genauso wenig. Der Gastronom muss verinnerlichen, dass er Unternehmer ist. Es geht nur um eines: „Geldverdienen.“

Wenn Gewinn, dann nur ein kleiner: So muss es Gastronomen nicht länger ergehen, zeigen Pierre Nierhaus und Jean-Georges Ploner in ihrem neuen Buch Foto: Imago

Ohne Strategien geht es nicht

Tröstlich ist, dass die Autoren nicht nur Appelle aussprechen, sondern den Lesern mit Beispielen aus vielen Jahren Berufserfahrung nachweisen, dass Erfolg steuerbar ist. Sie brauchen ein überzeugendes Konzept und den entsprechenden finanziellen Unterbau.

Das Buch stellt Betriebe vor, die sich so erfolgreich und seit Jahren auf dem Markt behaupten. Außerdem: Ein Gastro-Konzept muss einer klaren Strategie folgen. Die wichtigsten Punkte: Philosophie, Standort, Mitarbeiter und Finanzierung. Das Ziel: Dieses Konzept Schritt für Schritt verwirklichen und nie davon abweichen. Eine große Gefahr steckt in der Wahl des Standorts. Er sollte „je nach Art der Gastronomie“ passen. Was bringt die abgefahrenste Lage, wenn Marketingmaßnahmen das Budget sprengen? Von kostspieligen Aktionen sollten Gastronomen generell die Finger lassen. Die Autoren fordern: „Lieber das Geld in die Mitarbeiter stecken.“ Nicht nur gute Produkte, auch glückliche Gesichter seien ein Merkmal von Qualität. Wenn diese nicht stimme, kämen Gäste nicht wieder. Auch die Inszenierung der Räume und Produkte sei nicht zu unterschätzen. Das Auge isst schließlich mit.

Erfolg stellt sich dauerhaft ein, wenn auch der finanzielle Unterbau stimmt. Das bedeutet, dass der Gastronom Rücklagen bereit hält, auf die er in schlechten Zeiten zurückgreifen kann. Und vor großen Investitionen sollte er die Wünsche der Gäste hinterfragen. Legen sie überhaupt Wert auf Design?

Das Buch richtet sich an etablierte Hoteliers und Gastronomen sowie Existenzgründer. Letztere werden in ihrer Planung bis zum Tag der Eröffnung begleitet. *Alexandra Lindinger*

- **Pierre Nierhaus,**
  Jean Georges Ploner
  Reich in der Gastronomie
  Matthaes Verlag
  29 Euro

Vom PR-Fritzen zum PR-Manager

Ratgeber „Public Relations im Tourismus“ gibt Quereinsteigern erste Tipps

Das Werbeplakat im extra großen Format oder die Lasershow am Nachthimmel – Unternehmen geben oft viel Geld für Werbung aus. Mit Public Relations könne man viel preisgünstiger auf sich aufmerksam machen, behauptet Eva-Maria Panzer. Mit ihrem Buch „Public Relations im Tourismus“ möchte sie Unternehmen aus der Tourismusbranche genau daran erinnern.

Denn gerade im Tourismus wüssten viele Unternehmen nicht, wie sie Public Relations (PR) für sich einsetzen können. Als PR-Expertin einer großen Hotelkette möchte die Autorin deshalb aus der Praxis für die Praxis berichten. PR-Fritzen, den Quereinsteigern der Branche, zeigt sie die ersten Schritte auf dem Weg zum professionellen PR-Manager. Gerade PR-Verantwortliche von Reiseveranstaltern, Hotelketten oder Fluglinien nimmt sie in ihrem Buch an die Hand.

Denn: Public Relations sei das Zugpferd des Marketingkarrens. Und richtig eingespannt, könne es Wunder wirken. Die Autorin beschreibt, wie PR-Manager Pressereisen organisieren, Kontakte zu Journalisten pflegen, Netzwerke aufbauen und Kooperationen mit Unternehmen eingehen. Zudem gibt sie erste Tipps, wie Hotels Kundenzeitschriften und Online-Newsletter einsetzen können.

Eva-Maria Panzers Ratgeber gibt Quereinsteigern einen ersten Überblick über das Feld der Public Relations. Doch ihr Buch kann nur der erste Schritt sein, gute PR wird eben nicht von Laien gemacht. *Stefanie Reinhardt*

- **Eva-Maria Panzer**
  Public Relations im Tourismus
  Orell Füssli Verlag Zürich
  24 Euro

Weißblaue Geschichten zum Essen

Kultur zwischen Messer und Gabel: Gastro-Reihe im Chinesischen Turm mündet in ein Buch

Ist schon pfiffig, die Idee von Anneliese Haberl, Wirtin im Chinesischen Turm in München, und Restaurantdirektor Dieter Rauscher. Zuerst servieren sie an sieben Abenden eine Veranstaltungsreihe unter dem Motto „Kultur zwischen Messer und Gabel“: Ein feines Menü, garniert mit Geschichten rund um das Wahrzeichen des Englischen Gartens, erzählt von Helmut Eckl, einem Urgestein der lokalen Kleinkunstszene.

Münchner Gschichterln

Und nun gibt's als passendes Dessert ein Buch mit allen Eckl-Gschichterln. Schön illustriert mit Aufnahmen der von ihm porträtierten prominenten und weniger bekannten Künstler, darunter ein paar sympathisch schräge Vögel. Alle bereits im weißblauen Himmel. Sehr geschmackvoll sind auch die Foto-Details aus dem Restaurant. Das Signet des Chinesischen Turms, ein sich nach oben verjüngender Geschirrstapel, wird dezent eingestreut. Auch die wechselhafte Geschichte des Turms und Rezepte fehlen nicht. Ein interessantes Beispiel für Gastronomen, die mit so einem Marketing-Tool liebäugeln. Der Inhalt dürfte vor allem eingefleischten München-Fans ans Herz gehen. Dass der Eckl Helmut schreibt wie er spricht, nämlich bayerisch, macht's nur noch herzhafter. Die Buddenbrooks von Wahl-Münchner Thomas Mann finde er öde, gibt der Vorleser offen zu.

Wahrzeichen: Am Chinesischen Turm hat der Genuss Tradition Foto: Imago

Dann nimmt er es einem sicher nicht übel, wenn man manches in seinem Buch überblättert – sich aber an anderen Stellen festliest. Zum Beispiel in der mühsam wieder ausgegrabenen Geschichte über den einstigen Bohème-Schriftsteller Oskar Adolf Hermann Schmitz. Plötzlich ist sogar der Chinesische Turm vergessen.

Micaela Buchholz

- **Helmut Eckl, Angela Pillatzki**
  Satirische Leckerbissen
  Christian Hartmann Verlag
  19,80 Euro

Zum Schmökern

Le Quattro Stagioni – damit ist keine Pizzasorte gemeint, sondern Vivaldis „Vier Jahreszeiten“, die die musikalische Grundlage des multimediales Kochbuchs von Eva Gesine Baur bieten. So lädt **Die venezianische Küche im Rhythmus der vier Jahreszeiten** (Bassermann, 19,95 Euro) ein zu einem kulinarischen Streifzug durch das Venedig Vivaldis und präsentiert jahreszeitlich typische Rezepte. *bw*

✷

Blumen oder die obligatorische Flasche Wein? Warum aber nicht mal „hausgemachte Mitbringsel“? Regina Schneider, Birgit Hackl, und Miriam Koch haben für alle Anlässe – von Abschied und Advent bis Ruhestand oder Vatertag – kulinarische Aufmerksamkeiten zusammengestellt. **Homemade** (Verlag Gerstenberg, 19,90 Euro) verrät, wie man gefüllte Chili- Zigarren, Energiepillen, Pizzaschnecken, Rumbömbchen oder Zwiebelkonfitüre selbst macht. *bw*

✷

Der Traum wird zum Albtraum: Eine Journalistin fährt für eine Reportage an die Mosel. Der Besuch beim Weinbauern Graf Meckling reißt sie in einen Strudel aus Verkostungen und tödlichen Intrigen. **Moselblut** (Rororo, 8,90 Euro) von Carsten Klemann bringt den Leser dazu, selbst zu ermitteln und zu schmecken – so sehr reißt ihn der Autor mit. *lin*

✷

Harald Wohlfahrt hat einen starken Partner. An seiner Seite steht Pierre Lingelser. **Meine Patisserie** (Umschau, 58 Euro) heißt sein frisch erschienenes Buch. Die Jury des Deutschen Instituts für Koch- und Lebenskunst hat es zum Kochbuch des Monats März erklärt. *red*

Gourmetkoch als Ermittler

Noch wenige Tage, dann wird die neue Weinkönigin gewählt. Der Titel ist begehrt und eine der Anwärterinnen plötzlich tot. Kurz zuvor hatte sie den Sternekoch und Hobbydetektiv Julius Eichendorff um Hilfe gebeten: Sie fühlte sich verfolgt. Ehrensache, dass der pfiffige Gourmet der Küche den Rücken

kehrt, um herauszufinden, wer hinter dem Anschlag steckt. Eine spannende Geschichte vom Weinjournalist Carsten Henn, die das Winzermilieu des Mittelrheins beleuchtet. Nebenbei entführt Vorleser Jürgen von der Lippe seine Hörer auch in die römische Vergangenheit der Region. *lin*

- **Carsten Henn**
  In dubio pro Vino
  Emons Verlag, 4 Audio-CDs
  19,90 Euro