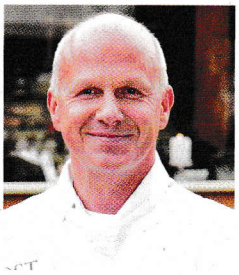
Gute Küche – Kernkom der Traditionsgastron



Ralf Weissmann und seine Frau erweckten den Landgasthof Linde zu neuem Leben. Regionalität, Wertebewusstsein und traditionelle Küche bestimmen hier den Erfolg in einer ländlichen Gegend

Wenn wir an Traditionsgastronomie denken, dann denken wir an Essen wie zuhause, an einfache Gerichte und regionale Spezialitäten. Fachautor *Pierre Nierhaus* betrachtet im dritten Teil unserer Serie das Herzstück jener Betriebe: Die Küche und ihre Speisen und gibt Tipps für deren Erfolg.

Gäste lieben traditionelle Gerichte und Aromen, die sie aus ihrer Kindheit kennen: Die Leibspeise liebevoll zubereitet von der Oma, Sonntagsbraten wie bei Muttern, der Duft nach Zimt und Plätzchen zur Weihnachtszeit. Für diese Sinneseindrücke wird man in der allerfrühtesten Kindheit geprägt und vergisst sie ein Leben lang nicht. Auch besondere Erlebnisse wie die erste Bergwanderung mit einem einmalig leckeren Kaiserschmarrn auf der Alm werden auf ewig im Gedächtnis bleiben und sind Vergleichswert für alle Zeiten. Typisch für die Traditionsgastronomie ist daher, dass viele Gäste „wissen", wie etwas schmecken „muss". Wenn es gelingt, ein Wiedererkennen hervorzurufen („Das schmeckt wie damals!"), fühlen sich Gäste gleich wohl und geborgen. Fünf Tipps, was es bei gutem Essen in der Traditionsgastronomie zu beachten gilt:

Einfach und bewährt

Halten Sie an Bewährtem fest und interpretieren Sie behutsam und mit möglichst viel Liebe zu den Produkten. Studieren Sie Originalrezepturen und traditionell servierte Beilagen. Überprüfen Sie diese anhand der Erwartungshaltung Ihrer Gäste und Ihren technischen Möglichkeiten. Machen Sie einen Probelauf und lassen Köche, Service und Gäste des Vertrauens verkosten. Einfache Gerichte erfordern keine besondere Verzehrart. „Das Essen wird serviert, dem Gast läuft das Wasser im Munde zusammen – und los geht's", so treffend bringt mein Co-Autor Michael Süßmeier es auf den Punkt.

In der Regel genügt eine überschaubare Karte, denn die meisten Gäste wollen die beliebten Klassiker. Diese Einfachheit ist natürlich auch ein wirtschaftlicher Vorteil für den Gastronomen.

Authentisch bleiben

Verwenden Sie landläufig übliche Rohwaren und Gewürze, vor allem für die Klassiker. Das Typische an diesen Gerichten sollte sichtbar, schmeckbar und erlebbar sein. Zeitgemäße Abwandlungen sind erlaubt. So wird heute leichter gekocht; die meisten von uns verrichten ja auch keine schwere körperliche Arbeit – entsprechend sind unsere Essensgewohnheiten. Trotzdem sollte nicht an der Saucenmenge gespart werden, denn reichlich Sauce ist typisch für die traditionellen Braten. Wer hier vorsichtiger dosieren will, kann zusätzlich Sauce in einer Sauciere servieren – so hat der Gast die Wahl und die Servicemitarbeiter keine zusätzlichen Laufwege, um Nachschlag aus der Küche zu holen. Achten Sie auf authentische Anrichteweise, Geschirr und Serviermethoden: Eine Münchner Weißwurst wird stückweise im Kupferhaferl oder in der Löwenterrine serviert, mit heißen Tellern. Halten Sie die Anzahl der Garniturkomponenten gering. Verwenden Sie korrespondierende, unterstreichende Komponenten, die bereits während der Zubereitung des Gerichts zum Einsatz kommen.

Hausgemacht

Die Gerichte, Komponenten und Anrichteweisen sollten hausgemacht beziehungsweise von Hand gemacht erscheinen. Sollten oder müssen vorgefertigte Rohprodukte zum Einsatz kommen, sollten diese möglichst noch einmal von Küchenmitarbeitern bearbeitet werden. Bevorzugen Sie Halbfertig-Produkte oder Produkte, die den Attributen „hausgemacht" beziehungsweise „traditionell" am nächsten kommen.

Wenn Sie alle Gerichte und Komponenten selbst zubereiten: Achten Sie darauf, dass sie sich unter anderem in Form und Füllung von Convenience-Artikeln unterscheiden. Ihren hausgemachten Erzeugnissen darf man – in Maßen – die Handarbeit ansehen. Dies unterstreicht die Glaubwürdigkeit.

Regionalität ist Trumpf

Regionalität ist das große Schlagwort der heutigen Küche. Für die Traditionsgastronomie hat sie aber eine viel tiefere Bedeutung. Traditionelle Küche war immer schon regional, weil die Produkte immer schon „vom Bauern im Ort" kamen. Erst später entdeckten Gastronomen „günstigere" Einkaufsquellen. Das kann sich heute kein guter Traditionsgastronom erlauben. Die Ware muss gut, ursprünglich und frisch sein.

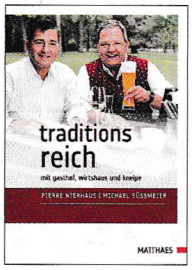
Bio ist nebensächlich – die Region zählt. Je intensiver der Bezug zur Region und auch die Kommunikation darüber (woher stammen die Produkte, wie werden sie hergestellt und

Fotos: Backöfele, Landgasthof Linde, Pierre Nierhaus

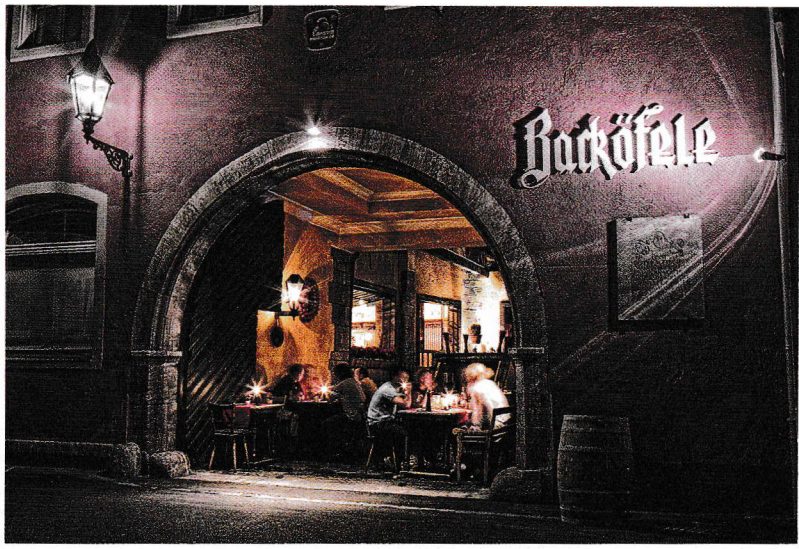
petenz omie

DER FACHAUTOR

dieser Serie ist Pierre Nierhaus (links), Innovations- und Veränderungsspezialist für die Hospitality Industrie und Dienstleistungsbranche. Er ist Experte für Trend und Innovation, Berater und Coach (Change Management), Konzeptentwickler und international gefragter Keynote Speaker. Er ist publizistisch aktiv und tritt aktuell als Autor – zusammen mit Michael Süßmeier – des neuen Fachbuchs „Traditionsreich mit Gasthof, Wirtshaus und Kneipe" sowie mit der Neuauflage des Fachbuchbestsellers „Reich in der Gastronomie" (beide: Matthaes Verlag) in Erscheinung. www.nierhaus.com



Fränkisch/bayerische Wirtshauskultur im Backöfele des Ehepaars Ehehalt. Schöpple, Schmankerl, die Besten Winzer Frankens sowie kulinarische Vielfalt sind hier zu finden



so weiter) – umso glaubwürdiger sind Sie als Wirt.

Suchen Sie nach den Besonderheiten Ihrer Region. Nutzen Sie diese für Stories und Inszenierung. Oft bietet auch die individuelle Lage innerhalb der Region Ansätze zur Profilierung: In der Nähe von Flüssen oder Seen wünschen sich die Gäste vermehrt Fisch, in Waldnähe werden Gerichte mit Pilzen und Wild erwartet. Verwenden Sie Rohwaren, die es so nur in Ihrer Region gibt, zum Beispiel Rhönschaf, Bodensee-Felchen, Spreegurken, Teltower Rübchen. Nutzen Sie geschützte Rezepturen als Qualitätssiegel. Spezielle Rohwaren mögen etwas teurer sein, eine „Nürnberger Bratwurst" hält aber auch, was sie verspricht.

Aktualität und Frische

Die Standardkarte dient der Kontinuität. Die Tages- beziehungsweise Wochenkarte bietet Abwechslung, signalisiert Aktualität und Frische und ist Anreiz, das Lokal öfter zu besuchen. Die aktuellen Gerichte sollten zum Konzept passen und es nicht verwässern.

Bei der Wochenkarte sollte der Angebotszeitraum in der Kopfzeile aufgeführt werden, damit der Gast die Aktualität erkennen kann. Früher standen bestimmte Wochentage unter vorgegebenen Themen, so war Freitag der klassische Tag für Fischgerichte und Mehlspeisen. Ein guter Ansatz, denn so wird dem Gast Orientierung geboten und der Wareneinsatz etwa durch Verderb beim Fisch wird reduziert. Noch ein Wort zu den Getränken: Bier hat sicher eine große Bedeutung in der Traditionsgastronomie – vor allem in Deutschland. Gerade in Österreich spielt der hervorragend vermarktete heimische Wein eine große Rolle. Auch bei den Getränken gibt es Traditionen, aus denen sich tolle Geschichten – und entsprechender Zusatzverkauf – machen lassen. Das können Brände, Getränke aus dem Apfel aber auch einfach ein Glas Milch sein.

Wer sucht, der findet bei der Traditionsgastronomie unendlich viele Möglichkeiten für ein eigenes Profil bei seinem Angebot. Grundvoraussetzung ist – wie überall in der Branche - die gleichbleibend hohe und verlässliche Qualität in allen Bereichen. Wichtig ist, auf die eigene individuelle Art die Glaubwürdigkeit zu bewahren und die Gäste die eigene Begeisterung spüren zu lassen. Beispielhaft gelingt dies zwei Familienbetrieben: Das Ausflugslokal Linde vor den Toren Berlins und das Backöfele in Würzburg.

Die **Linde** ist ein Landgasthof in Wildenbruch, Brandenburg, vor den Toren Berlins. Nach 30 Jahren Pause erweckten Ralf und Bärbel Weissmann den Landgasthof zu neuem Leben. Ihr Erfolgsrezept: Regionalität, Tradition und Wertebewusstsein in Verbindung mit hohem Kreativpotenzial. Die Linde liefert den Beweis, dass man auch in kleineren Dimensionen erfolgreich Gastronomie betreiben und eine wichtige Rolle im sozialen Umfeld einnehmen kann. Die Linde besteht aus Hotel und Gastronomie mit 400 Plätzen Restaurant, Wintergarten, Weinstube und Tenne. Ihre Alleinstellungsmerkmale sind die traditionelle Küche, herzliche Gastlichkeit und die hohe Wohlfühlatmosphäre in ursprünglicher, ländlicher Umgebung. Bevorzugte Zielgruppen sind Familien, Familienfeiern wie Hochzeiten und Tagungen. Zu den besonderen Details zählen die Eigenmarken wie Kürbisbowle, Lindenbowle, Lindenwasser, Lindentee, Lindeneis und Lindenbrot sowie das süßeste Lesezeichen. Im Bereich Technologie für den Gast punktet die Linde mit Tageszeitung online per iPad und Aufladestation für alle Handys.

Das **Backöfele** ist ein Traditionsgasthaus mit Liebe zur fränkisch/bayrischen Wirtshauskultur, voller Lust auf Tradition und Bodenständigkeit. Wo man einen stilvollen Abend genauso genießen kann wie ein zünftiges Fest. Wo das „Schöpple" und das „Schmankerl" genauso zu Hause sind wie die „Besten Winzer Frankens" und kulinarische Vielfalt. Es wurde 1977 vom Ehepaar Ehehalt gegründet und zählt heute zu den Markenzeichen von Würzburg. Als wichtigsten Grund für diesen Erfolg nennen die Ehehalts die Beständigkeit. Ihren Betrieb führen sie nach zwei goldenen Regeln: „Einfach" und „Gut". „Ein fränkisches Hochzeitsessen neu zu erfinden macht einfach keinen Sinn. Das beste Stück Fleisch dafür zu haben und die genialste Garmethode, aber schon. Und dabei ist der vielleicht entscheidenste Faktor – Qualität. In der Produktauswahl genauso wie in der Verarbeitung und das ist bei uns eine Tradition". Die Wurzeln von Gert Ehehalt liegen in einer Gastronomenfamilie, die eine Dorfschänke und einen Zehntkeller führte. Das Backöfele hat 250 Sitzplätze, 54 Mitarbeiter werden beschäftigt. Zu den besonderen Details gehört unter anderem, dass jeder Gast immer von einem Gastgeber begrüßt wird.