

Interview mit Otto Geisel

Regionalität schlägt Einheitstomate

Otto Geisel hat eine aufregende Gastro-Karriere hingelegt: Hotelier, Slow-Food Präsident, Gastro-Berater. Der Spross der großen Gastronomenfamilie (die „Münchner“ Carl, Michael und Stefan Geisel sind seine Cousins) entschied sich nach dem Abitur für eine Ausbildung als Koch bei Günter Seeger im Schwarzwald, machte in Genf sein Diplom als Hotelbetriebswirt und führte rund 25 Jahre das Hotel Victoria in Bad Mergentheim. Der Gault Millau-Guide Deutschland kürte ihn 2007 zum Restaurateur des Jahres. Seit 2010 arbeitet Otto Geisel als Berater, Publizist und gefragter Weinexperte sowie als wissenschaftlicher Dozent.

GASTRONOMIE
report: Braucht die Branche wirklich Köche, die studiert und promoviert haben?

Otto Geisel: Keine Angst, auch in Zukunft braucht nicht jeder Koch einen Dokortitel. Aber was wir brauchen, ist eine Durchlässigkeit nach oben. Wer als engagierter junger Mensch eine Ausbildung in unserer wunderbaren Branche beginnt, darf nicht von vorne herein gedeckelt werden. Restaurant- oder Küchenmeister sollte nicht das höchste der Gefühle sein. Zumindest theoretisch sollte man es auch im Gastgewerbe bis zum Professor bringen können. Es ist doch ein Skandal, dass wir mehr Auszubildende haben als die Auto- und Chemieindustrie zusammen, aber bislang keine akademische Durchlässigkeit.

GASTRONOMIE
report: Was sind denn die inhaltlichen Schwerpunkte dieses neuen Studiengangs?

Otto Geisel: Neben der Aneignung vielfältiger Managementfähigkeiten geht es vereinfacht gesagt: Um mehr Wissen über Lebensmittel – über ihre Herkunft, über ihre Erzeugung und über ihre Verarbeitung. Nehmen wir den Begriff „Regionalität“. Der ist in aller Munde, aber bislang überhaupt nicht definiert: Was heißt regional? Welche Parameter, welche Standards zählen? Das wäre beispielsweise ein dringend nötiger Forschungsauftrag, den unsere Studenten übernehmen können.

GASTRONOMIE
report: Wo fehlt es noch?

Otto Geisel: Viele Menschen haben ein neues Bewusstsein zu ihrer Umwelt, das in der Gastronomie nur ansatzweise angekommen ist. Als ich meine Kochlehre gemacht habe, war beim Fleisch der wichtigste Parameter zur Qualitätsbeurteilung „zart“. Solch ein Ansatz reicht heute nicht mehr, es greift viel zu kurz. Wir dürfen Qualität nicht mehr allein mit dem Gaumen beurteilen. Der wichtigste Parameter bei Fleisch heißt heute: artgerechte Haltung! Sehen Sie sich die jungen Leute doch an. Da ist beim Kleidungskauf auch nicht mehr „chic“ der wichtigste Parameter. Die kaufen Timberland-Waren, weil dort die Ökobilanz eingestickt ist. Die tragen Jeans mit dem Fair-Trade-Siegel. Dieses Öko-Bewusstsein erwarten sie immer mehr auch in der Gastronomie. Und die beste Öko-Bilanz erreicht man nun mal durch den Einkauf regionaler, saisonaler Waren.

Das Spannende an den neuen Fächern „Lebensmittelkultur“ und „Lebensmittelmanagement“ wird sein, dass Nachwuchskräfte aus der Industrie, dem Handel und der Gastronomie gemeinsam in einem Boot sitzen.

GASTRONOMIE
report: ... und das Ziel?

Otto Geisel: Ein neues Bewusstsein schaffen für Lebensmittel – bei den Erzeugern, den Verbrauchern und in der Gastronomie.

Nehmen Sie die Supermarktomate – rot und rund! Die schmeckt immer gleich. Die ist immer verfügbar, 365 Tage im Jahr, überall. Deshalb kauft man sie dort, wo sie am billigsten ist. Das hat Deutschland zum Lebensmitteldiscountland Nr. 1 in

Europa gemacht. – Jetzt haben wir die Chance, den Gegentrend zu Regionalität und Saisonalität aufzugreifen und uns zu einer Genussregion zu entwickeln. Diesen Weg wollen wir wissenschaftlich und praxisnah begleiten.

GASTRONOMIE
report: Viel Erfolg dabei!

(Ein ausführliches Gespräch über Hintergründe, Entwicklungen und Zukunftschancen der Gastronomie folgt im nächsten Heft.)



Otto Geisel: „Wir müssen ein neues Bewusstsein für Lebensmittel schaffen.“



„Zusatzumsatz Mittagstisch: Die Wirte sollen in die Schule gehen!“



Fotos: Gastrep

Otto Geisel hat eine aufregende Gastro-Karriere hingelegt: Hotelier, Slow-Food Präsident, Gastro-Berater. Der Spross der großen Gastronomen-Familie (die „Münchner“ Carl, Michael und Stefan Geisel sind seine Cousins) entschied sich nach dem Abitur für eine Ausbildung als Koch bei Günter Seeger im Schwarzwald, machte in Genf sein Diplom als Hotelbetriebswirt und führte rund 25 Jahre das Hotel Victoria in Bad Mergentheim. Der Gault Millau-Guide Deutschland kürte ihn 2007 zum Restaurateur des Jahres. Seit 2010 arbeitet er als Berater, Publizist und gefragter Weinexperte sowie als wissenschaftlicher Dozent. Über die Zukunft der Gastronomie haben wir mit Otto Geisel folgendes Interview geführt.

GASTRONOMIE *report*: Sie haben den „Slow Food“-Gedanken in Deutschland mitgeprägt, sind aber jetzt nicht mehr im Vorstand. Hat sich Ihre Einstellung geändert?

Wie viele Münchner Gaststätten gibt es, die Weißwurst ohne Geschmacksverstärker anbieten?

Otto Geisel: Slow Food ist mein Leben, ganz unabhängig von Ämtern. Ich war sechs Jahre lang im Vorstand von Slow Food Deutschland, davon vier Jahre als Präsident. Mein Ziel war, den Verein auf eine vernünftige finanzielle Basis zu stellen und die Idee in Deutschland zu verbreiten. Aus dieser Zeit stammt beispielsweise die Etablierung der Messe „Markt des guten Geschmacks“ in Stuttgart. Diese Messe hat sich sehr erfolgreich entwickelt und allein in diesem Jahr rund 86.000 Besucher angezogen.

GASTRONOMIE *report*: Was kann die Gastronomie von „Slow Food“ lernen?

Otto Geisel: Wichtig ist vor allem die Rückbesinnung auf gute, ehrliche Produkte. Das fehlt mir beispielsweise in all den Küchenshows, die ständig im Fernsehen laufen. Da wird nie ein Wort über die Herkunft der Produkte verloren, da stehen nur die Promi-Köche im Mittelpunkt. Aber die Stars in der

Küche sind nicht die TV-Köche. Um Eckart Witzigmann zu zitieren: Das Produkt ist der Star.

GASTRONOMIE *report*: Sie sprechen von Produkten aus der Region?

Otto Geisel: Ja, mir geht es um die Wertschätzung von regionalen und saisonalen Produkten. Da liegt bei uns noch vieles im Argen. Ein Koch aus dem Piemont, den ich kürzlich besucht habe, sagte zu mir: „Ich verstehe das nicht: Eure Speisekarten in Bayern fangen mit Carpaccio an und hören mit Tiramisu auf!“ Noch ein aktuelles Beispiel: Als der chinesische Ministerpräsident in Berlin zu Gast war, hat die Kanzlerin einen Topkoch aus Südtirol einfliegen lassen, damit dieser beim Staatsbankett „Peking Ente“ zubereitet! – Haben wir wirklich so wenig Vertrauen in unsere Traditionen und die Produkte, die bei uns erzeugt werden? Ich denke, die Gäste wollen keinen Mischmasch, die wollen ein klares Bekenntnis zur Regionalität.

GASTRONOMIE *report*: Wo wollen Sie ansetzen: beim Wirt, beim Endverbraucher...?

Otto Geisel: Dieser Prozess muss auf allen Ebenen ablaufen. Nur so kann ein Umfeld für Genusskultur geschaffen werden. Im Gegensatz zu den mediterranen Ländern gibt es bei uns viel zu viele Genussverweigerer. Da sind die Leute, die bei einer Weinprobe spätestens nach dem dritten Glas sagen: „Das gibt mir nichts. Das schmeckt doch alles gleich.“ Diese Haltung aufzubrechen, erfordert Zeit. Sie müssen langsam an kulinarische Genüsse herangeführt werden. Eine Möglichkeit ist beispielsweise, mit solchen Leuten auf den Markt zu gehen, gemeinsam einzukaufen und dann gemeinsam zu kochen. – Auf der anderen Seite gibt es immer mehr Menschen, wie z. B. die Slow Food-Bewegung zeigt, die bereit sind, für regionale und saisonale Produkte tiefer in die Tasche zu greifen.

GASTRONOMIE *report*: Hat die Gastronomie diesen Trend erkannt?

Otto Geisel: Ich finde es erstaunlich, wie wenig bislang in der Breite der Betriebe passiert ist. Der Anteil von Bio bei Schweinefleisch liegt bei erschreckenden 0,6 Prozent. Oder nehmen wir ein regionales Prunkstück wie die „Münchner Weißwurst“. Wie viele Münchner Gaststätten gibt es, die Weißwurst ohne Geschmacksverstärker anbieten?

Wenn sich Wirte wie Endverbraucher etwas mehr Zeit für den Einkauf nehmen würden, wären sie erstaunt, welche Köstlichkeit



In Südtirol kann ein Milchbauer von 20 Kühen leben, in Bayern nicht!

ten man in der Region entdecken kann. Trotz EU-Agrarmarkt gibt es inzwischen wieder viele kleine Bauernhöfe, die kleinteilig erstklassige Lebensmittel produzieren. Man müsste sich nur umhören – nach den Bauern, die in Niederbayern Freilandgockel halten, nach den Fischern, die sich in Schwaben auf Huchen spezialisiert haben, ... Kurz gesagt: Es gibt tolle Produzenten und es gibt die Gäste, die dafür empfänglich sind.

Jetzt kommt es darauf an, ein enges Netzwerk zwischen Gastronomie und regionalen Produzenten zu knüpfen. In Bayern heißt es ja gerne: Leben und leben lassen! In Südtirol kann ein Milchbauer von 20 Kühen leben, in Bayern nicht!

GASTRONOMIE *report*: Welche anderen Möglichkeiten sehen sie?

Otto Geisel: Ich würde mir Lokale mit großen, voll besetzten Tischen wünschen. Bei Edeka lief kürzlich der Wettbewerb „Sonntagsbraten“. Kein Mensch hätte gedacht, dass dazu mehr als 600 Rezept-Einsendungen von den Kunden kommen. Das zeigt doch, dass in unserer Gesellschaft eine Sehnsucht herrscht nach gemeinschaftlichem Essen. Wann wird diese Sehnsucht in der Gastronomie gestillt? Mir fällt da nur die „Martinsgans“ ein. Da wird in der Gastronomie ein großes Potential verschent.

GASTRONOMIE *report*: Gibt es weitere schlummernde Umsatzpotentiale?

Otto Geisel: Noch gar nicht angesprochen haben wir die riesigen Felder Gemeinschafts- und Schulverpflegung. 15 Millionen Arbeitnehmer und Angestellte besuchen in Deutschland täglich Kantinen. Das größte Manko im GV-Bereich ist meiner Meinung nach die meist zentrale Produktion. Die Zukunft sehe ich in der dezentralen Produktion regionaler Produkte vor Ort. Voraussetzung ist allerdings, dass all die Großbetriebe, die sich längst nachhaltigen Unternehmenszielen verschrieben haben, wie etwa Siemens oder die Münchner Rück, nicht länger die Mitarbeiterverpflegung vernachlässigen. Die Großkonzerne müssen sich endlich ihrer sozialen und gesundheitlichen Verantwortung den Mitarbeitern gegenüber klar werden und entsprechend handeln.

GASTRONOMIE *report*: Da sind wir wieder beim geringen Stellenwert von Ernährung und Lebensmitteln in Deutschland. Bei der Einführung des G 8 lief das ja ähnlich. Da wurden in aller Hast die Lehrpläne geändert, aber keiner dachte daran, dass Ganztagschüler auch ein Mittagessen brauchen...

Otto Geisel: Und das macht Ganztagschulen zu einem wichtigen Geschäftsfeld für die Gastronomie, wie ein konkretes Beispiel aus Baden-Württemberg zeigt, an dem ich mitgearbeitet habe. Wir haben dabei eine Schule bei Karlsruhe beim Thema Verpflegung gecoacht und vor fünf Jahren eine Kooperation mit einem Gastronomen vor Ort gestartet. Der Rahmen sah so aus: täglich 400 Essen zum Preis von 2,50 Euro.

Heute bestellen an dieser Schule täglich 500 Schüler das „Restaurant-Essen“ zum Preis von 3 Euro. Macht für den Wirt 2.000 Essen (Montag bis Donnerstag) für 3 Euro pro Woche. Welcher normale Gasthof bitte hat mittags solche Umsätze?

Es geht hier nicht um Gourmetmenüs, es geht um einfache, günstige Gerichte wie ein Gemüseauflauf oder Kirschenmichel – zubereitet aus ehrlich produzierten Produkten aus der Region. Und den Schülern ist wichtig, dass sie täglich ein Essen bekommen, das extra für sie gemacht wird!

Dank moderner Technik läuft solch ein System problemlos. Die Eltern melden ihre Kinder für die nächste Woche an, die Kids identifizieren sich bei der Essensausgabe per Fingerabdruck. Das läuft ohne Bargeld und ohne den lästigen Kauf von Marken...

GASTRONOMIE *report*: Was muss geschehen, dass solch ein Beispiel Schule macht?



Europaweit erster M.A.-Studiengang für Gastro-Profis

Im Herbst startet an der Dualen Hochschule Baden-Württemberg das „Master in Business Management“-Studium mit dem Profil Tourismus-, Freizeit-, Hotel- und Gastronomie-Management. Für Nachwuchskräfte aus der Gastronomie mit Hochschulabschluss ist das eine einzigartige Chance zur Weiterbildung. – Und für das Gastgewerbe könnte dieser Studiengang der Einstieg in die lang ersehnte deutsche Gastro-Uni werden.

Für den europaweit einzigartigen Studiengang hat Otto Geisel die Wahlfächer „Lebensmittelkultur“ und Lebensmittelmanagement“ mit konzipiert. Während des Studiums sorgt er dafür, dass die Praxis nicht zu kurz kommt, u. a. durch nationale und internationale Exkursionen.

Voraussetzung für eine Teilnahme an dem neuen Studiengang sind ein abgeschlossenes Studium (Diplom / Bachelor) und Berufserfahrung im Gastgewerbe (bzw. in der Tourismus- oder Lebensmittelwirtschaft). Das Studium erfolgt berufsbegleitend (Präsenzveranstaltungen, meist am Wochenende, und Blockveranstaltungen), als Regelstudienzeit sind vier Semester (24 Monate) vorgesehen. „Wenn es beruflich erforderlich ist, kann das Studium auf maximal fünf Jahres gestreckt werden“, so Otto Geisel, „dann muss spätestens die Anmeldung für die Master-Arbeit erfolgen.“

Weitere Infos zum „Master in Business Management“-Studium unter: www.dhbw-ravensburg.de

Otto Geisel: Hier müssen Eltern und Wirte einfach gemeinsam Druck machen. Für Schulen und Kindergärten sind ja in der Regel die Bürgermeister vor Ort die Ansprechpartner. Die kommunalen Ausschreibungen laufen bislang – unbeachtet von der Öffentlichkeit – meist nach der Devise ab: Der billigste Anbieter erhält den Auftrag! Nach Qualität wird nicht gefragt. Wer sollte die in den Ämtern auch beurteilen können?

Hier muss die Gastronomie vor Ort ihre Kompetenz in die Waagschale werfen und sich als unverzichtbarer Partner positionieren! Wobei Schulverpflegung natürlich eine doppelte Dimension hat. Sie bringt Aufträge in der Gegenwart und hilft dabei, dass die Schüler Alternativen zum Fastfood kennen und schätzen lernen – und als Gäste von morgen gewonnen werden.

GASTRONOMIE *report*: Herzlichen Dank für dieses Gespräch!