

# HOGA PAGE

Das Magazin für Hotellerie & Gastronomie



Jobbörse

Nachrichten

Einkaufsführer

Shop

## Die **Zukunft** hat schon **begonnen**

Große Branchentrends von morgen und übermorgen 16

**Genuss-Expedition  
durch Neuseeland**

Überraschend anders 34

**Hygienelösungen** 88

**Moderne  
Mitarbeiterführung**

Mehr Leadership, bitte! 48

**Aufgemöbelt!** 82

**Porträt: Ameron  
Neuschwanstein**

Königlich entschleunigen 96

**Fisch und Meer** 70

# INHALT



## ENTRÉE

Info-Häppchen und Neues ..... 8

HOGAPAGE GASTROPOLIS ..... 12

### Ploners Gastro-Kolumne

Weniger ist oft mehr ..... 13

## TITELSTORY

**Trends 2020 – Die Zukunft hat schon begonnen**

Was geht, was bleibt, was kommt? Experten verraten uns die großen Branchentrends von morgen – und übermorgen! ..... 16

## SPECIAL

### INTERGASTRA 2020

Zahlreiche Neuaussteller und eine kulinarische Premiere ..... 26

## AROUND THE WORLD

### Kia ora, Neuseeland

Kulinarische Expedition durch das Land der Maori und Kiwis .... 34

## BRANCHE INSIDE

### Mit Kostümen Kasse machen

Die närrischen Tage eignen sich hervorragend als Umsatzturbo .... 40

### Wer sind die Besten?

Top-Lieferanten bieten mehr als das Erwartete ..... 44

## MANAGEMENT & MARKETING

### Mehr Leadership, bitte

Was moderne Mitarbeiterführung auszeichnet ..... 48

### Das Geheimnis meines Erfolges

Elisabeth Perwanger verrät im HOGAPAGE-Talk ihre Erfolgsrezepte ..... 52

## SYSTEMGASTRONOMIE

### Bundesverband der Systemgastronomie

Ein starkes Bündnis für die Branche ..... 56

## FOOD & BEVERAGE

### Der Tag kann kommen!

Morgenstund hat Gold im Mund – vor allem für Gastronomen, die das Frühstücksgeschäft verstehen ..... 64

**The Big Five – Food-Kolumne von Andrew Fordyce**  
Hospitality – was Generationen nährt ..... 69

**Fisch, Meeresfrüchte und ... Meeresfenchel?**  
Seafood bietet unendlich viele Möglichkeiten, vor dem Gast aufzutrumphen ..... 70

**TECHNIK & EQUIPMENT**

**Großpackung war gestern**  
Selbst ist der Wirt beim Einkauf im C&C-Markt, doch die Ansprüche steigen ..... 76

**Mein Betrieb, meine Bühne**  
Richtig einrichten: die In- und Outdoor-Möbel-Trends 2020 ..... 82

**Mit einem Wisch ist alles weg**  
Hygiene in Hotel und Gastronomie ist das A&O für einen erfolgreichen Betrieb ..... 88



*Fisch und Meeresfenchel?* **70**



*Mit einem Wisch ist alles weg* **88**



**92** *Kampf der Kochathleten*



**96** *Das Ameron Neuschwanstein*

**KARRIERE & RATGEBER**

**Kampf der Kochathleten**  
Die richtige Vorbereitung ist auch bei der IKA/Olympiade der Köche 2020 die halbe Miete ..... 92

**STARS & LEGENDS**

**Königlich entschleunigen – majestätisch genießen**  
Das neue Ameron Neuschwanstein revolutioniert den Tourismus im Allgäu ..... 96

**10 Fragen an...**  
Dirk Martens ..... 104

**Jetzt rede ich!**  
Die Rote Bete im Exklusiv-Interview ..... 106

**SERVICE**

Editorial ..... 3  
Bücher – Lesestoff für Profis ..... 54  
Bildungskompass ..... 95  
News aus den Verbänden ..... 108  
HOGAPAGE Marktplatz ..... 112  
HOGAPAGE Karrierewelt ..... 114  
Vorschau / Impressum ..... 122

# Trends 2020 – Die Zukunft hat schon begonnen

Was geht, was bleibt, was kommt? Experten verraten uns die großen Branchentrends von morgen – und übermorgen!



Die Pasta ist tot! Stattdessen serviert die Küche von morgen »Alaska-Lachs in Sonnenstrahlen mit Mars-Sauce«! Vor allem liegt die Zukunft in der Chemie: »Sie soll dem Körper schnell die notwendigen Kalorien durch Nahrungsäquivalente zuführen, in Pulver- oder Pillenform.« Die hier geschilderte Zukunft ist zum Glück längst Vergangenheit. Es handelt sich um kulinarische Visionen aus dem Jahr 1930 namens »Die futuristische Küche«. Verfasst hat sie der Begründer des Futurismus, Filippo Tommaso Marinetti. Wie man sieht: Auch Trendforscher können sich gewaltig irren. Zumindest wenn man auf die falschen hört. Deswegen haben wir die richtigen befragt!

*Text: Michael Eichhammer*

# Kia ora, Neuseeland

Kulinarische Expedition durch das Land der Maori und Kiwis

Neuseeland bleibt eines der lohnenswertesten Ziele der Welt. Die Restaurantszene ist innovativ und arbeitet mit hervorragender Produktqualität, die Weine haben Weltrang, die Lösungsorientiertheit der einheimischen Menschen verhindert Stillstand. Und: Gute Kräfte aus dem Ausland sind gerne gesehen.

*Text: Gabriele Guetzer*

Foto: iStockphoto



**V**or zehn, fünfzehn Jahren wurde Neuseeland über Nacht das Traumziel aller, die mit Wein, Genuss und Bewirtung zu tun hatten. Hinreißende Natur, gut gelaunte Menschen und ein flächendeckendes Genussklima – kein Wunder! Doch Neuseeland ruhte sich nicht aus, sondern blieb immer inspirierend. Für jemanden wie Andi Widmann beispielsweise. Zu Hause, auf der Schwäbischen Alb, bringt er gerade das Familienunternehmen Widmann's Löwen in Zang ins 21. Jahrhundert. Vorher holte er sich fast ein Jahr lang Anregungen in Neuseeland. »Spannend und anders sind die Kücheneinflüsse. Es ist ein junges Land mit einer sehr jungen Fine-Dining-Szene, es geht unkonventionell zu.« Der deutsche Winzer und Gastronom Andreas Weiss vom Topweingut Elephant Hill spitzt es zu. »In Deutschland bleibt die Zeit stehen«, sagt er. »In Neuseeland lernt man immer dazu.« Aber auch wir können den Kiwis etwas beibringen – dazu am Schluss noch mehr. Doch was kann man lernen?

## 1 Das platte Land hat Spaßfaktor

Auckland und Wellington sind hinreißend. Ersteres erinnert an San Francisco, Letzteres hat was von Berlin, mit freundlichen Menschen und einer schnurrenden Infrastruktur. Ponsonby ist ein typischer Insiderstadtteil von Auckland. Blumen, Essen, Wein, Mode – das existiert Tür an Tür; bei der international bekannten Designerin Vicky Taylor kann man gleichzeitig Kaffee trinken und Mode ausprobieren. Ein typisches Restaurant in der Innenstadt ist The Grove, sehr geschmackvoll eingerichtet, aber Käse und Würste sind selbst gemacht. Für die Kalkulation läuft ein erschwingliches Zweitrestaurant mit – landesweit ein Trend. Wellingtons Superladen ist das Shepherd. Chefkoch Shepherd Elliott tischt unbemühte Fusionsküche auf. Er hat beim Super-Italiener Locatelli in London und beim Wow-Japaner Tetsuya Wakuda in Singapur gekocht, sich in Sydney Anregungen für Tapas geholt und seine Erfolgsformel auf die Schürzen



# Mehr Leadership, bitte

Was moderne Mitarbeiterführung auszeichnet

Unsere Arbeitswelt verändert sich, wird kurzlebiger und immer komplexer. Das Bild von der Führungskraft als klassischer Manager, der als Entscheider, Anweiser und Kontrolleur agiert, reicht da nicht mehr aus. Ein neues Führungsverständnis, kooperative Führungsstile sind gefragt, die sich auf zwischenmenschliches Handeln und Mitarbeiterbedürfnisse fokussieren, Werte und Visionen vermitteln und Menschen entwickeln. Es geht um echte Leadership. Auch in unserer Branche beginnen Unternehmen umzudenken und leiten den notwendigen Führungsstilwandel ein.

*Text: Kristina Presser*

**L**aszlo Bock beschreibt in seinem Buch »Work Rules!« als modernen Führungsstil einen, »bei dem die Manager sich nicht auf Belohnung und Strafe konzentrieren, sondern darauf, Steine aus dem Weg zu räumen und das Team zu motivieren.« Und so wird er auch bei Google angestrebt, wo Bock zehn Jahre als Senior Vice President of People Operations wirkte und half, dass der Konzern in dieser Zeit über 100 Mal zum herausragenden Arbeitgeber erklärt wurde. Dieses veränderte Führungsverständnis etabliert sich in Zeiten von »Arbeit 4.0« und »New Work« immer mehr in unserer heutigen Arbeitswelt.

Denn die Digitalisierung beeinflusst nicht nur zunehmend, wie sich unsere Arbeit gestaltet und Prozesse aussehen. Sie prägt auch Arbeitsstrukturen und schafft neue Möglichkeiten, wie wir arbeiten und uns organisieren. Das wiederum wirkt sich auf die Mitarbeiterführung aus. Arbeitnehmer, allen voran jene der Generation Y und Z, die Digital Natives, wünschen sich eine veränderte Arbeitskultur. Und die ist auch notwendig, damit Unternehmen langfristig erfolgreich und leistungstark und Mitarbeiter zufrieden bleiben.

### Zwei Formen von moderner Führung

Die 2018 veröffentlichte Studie »Leadership der Zukunft. Zwischen Inspiration und Empowerment«, durchge-

führt vom Zentrum für Arbeitgeberattraktivität und dem Institut für Führung und Personalmanagement der Universität St. Gallen, ergab, dass moderne Führung zunächst ein Umdenken und Loslassen von starren und festen Strukturen sowie zentriertem und traditionellem Denken bedeutet. Sie tritt heute in Unternehmen vor allem in zwei Formen auf: Als inspirierende Führung, bei der es um zwischenmenschliche Beziehungen und Werte geht, aber auch um Motivation und Sinngebung der Arbeit (mehr Know-why statt Know-how).

Und als geteilte Führung (shared Leadership). Führungskräfte verteilen dabei die Verantwortung auf mehrere Personen im Team mit unterschiedlichen Skill Sets, die so, je nach Kontext, eine Führungsrolle haben und sie auch wieder verlieren. Das entspricht dem heutigen Arbeitnehmer-Wunsch nach mehr Mitspracherecht, kreativer Arbeit und der Möglichkeit, das Unternehmen mitzugestalten. Diese flexiblen Arbeits- und Projektgruppen ermöglichen es in der dynamischen, immer komplexer werdenden Arbeitswelt, schnell auf neue Anforderungen zu reagieren – anders als strenge Hierarchieebenen mit »Command & Control«-Führungsstil. Führungskräfte agieren darin als Mentor mit der Aufgabe, ein auf Vertrauen basiertes Arbeitsklima zu schaffen mit flachen Hierarchien, ausgeprägter Kommuni-

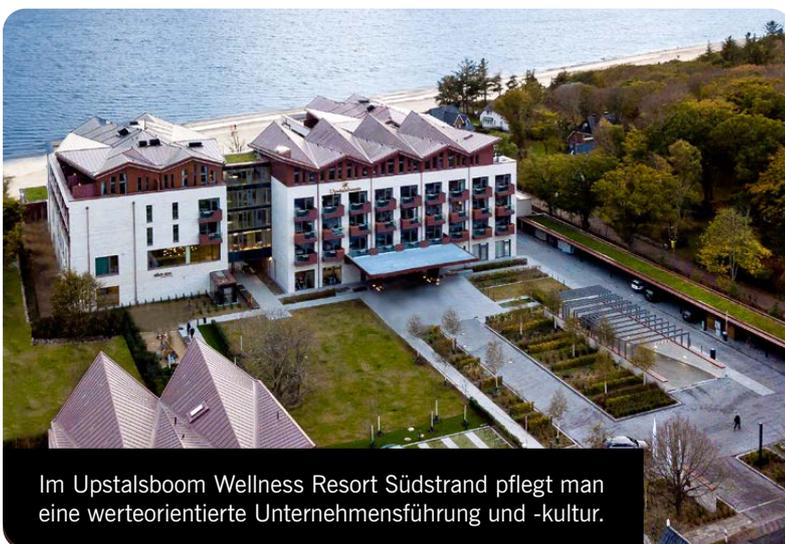


Robert Jabin, Upstalsboomer im Team Kultur & Entwicklung.

kation und konstruktiver Feedback-Kultur – und sollen so Teammitglieder befähigen, eigene Entscheidungen zu treffen. Im Zentrum steht demnach das Kollektiv, dessen Mitglieder sich gegenseitig fördern, um zusammen bessere Ergebnisse zu erzielen. Das funktioniert vor allem in Kombination beider Komponenten moderner Führung, der inspirierenden und geteilten.

### Mitarbeiter glänzen lassen

Betrachtet man konkret das Gastgewerbe, eine eher traditionelle Branche, sieht Ulrich Bensel, Vice President Group Human Resources, Deutsche Hospitality, vor allem eine große Herausforderung mit dem Wandel in der Führungskultur verbunden: »Der Grundgedanke, der sich in den nächsten Jahren tatsächlich und nicht nur in der HR-Theorie ändern muss, ist, dass die Führungskraft mehr und mehr vom Entscheider über alles hin zum Begleiter und Befähiger wird.« Das Umsetzen und vor allem Loslassen alter Gewohnheiten sei zwar schwierig, werde künftig aber einen attraktiven Arbeitgeber ausmachen. Bei der Deutschen Hospitality legt man daher bereits zunehmend Wert auf Führung auf Augenhöhe, Wertschätzung und Respekt, berichtet Saskia Finger, Senior Expert HR Operations, Deutsche Hospitality. »Auch Wohlfühlatmosphäre hat sehr an Bedeutung gewonnen. Unser langfristiges Ziel ist es, Hierarchien abzuflachen und Empowerment zuzulassen.« Denn prägend für die Zukunft sei die Führungskraft, die täglich ihre Mitarbeiter glänzen lässt, ergänzt Ulrich Bensel.



Im Upstalsboom Wellness Resort Südstrand pflegt man eine werteorientierte Unternehmensführung und -kultur.

# Der Tag kann kommen!



Foto: The Picture Pentray/Natasha Breen

## Morgenstund hat Gold im Mund – vor allem für Gastronomen, die das Frühstücksgeschäft verstehen

Frühstücken gehen ist der Bereich in der Gastronomie, der noch enorm Luft nach oben hat. Auch das gemeinschaftliche »Brunchen gehen« erlebt sein Comeback. Und Eggs Benedict scheinen in aller Munde. Aber was geht sonst noch auf diesem Gebiet – und was ist überhaupt mit Müsli?

*Text: Gabriele Gugetzer*

**D**ass die Menschen immer weniger kochen (können), ist einerseits zu bedauern, andererseits ein Segen, jedenfalls für die Gastronomie. Doch beim Frühstück überrascht es. Brötchen, Aufschnitt, Marmelade, das wird man doch wohl noch hinkriegen zu Hause? Aber Frühstück und Brunch sollen nicht nur sättigen. Sie haben enormen Mehrwert. Ein gutes Hotelfrühstück, so sagt man im La Perla in Corvara, ist »die Visitenkarte des ganzen Hauses«. Aber auch jenseits der 5-Sterne-Hotellerie gilt: Frühstück und Brunch sind gleichbedeutend mit kleinen Verwöhn-Momenten und Auszeiten. Sie sollen finanziell und zeitlich nicht den Rahmen sprengen. Und eine unkomplizierte Kommunikation mit anderen Gästen bieten, mit denen man beim 5-Gänge-Menü eher nicht so ins Gespräch käme. Wir lassen uns im Ausland, in der Hotellerie und deutschen Fußgängerzonen inspirieren.

### Los Angeles – Trends aus der Instagram-Sonne

L.A., die größte Stadt im US-Bundesstaat Kalifornien, war in den 1980er-

Jahren die Erfinderin des Power Breakfasts. Heute hat sich die Metropole längst ins neue Jahrtausend gebeamt. Zwei Tagesrestaurants haben die Nase vorn, was Frühstück und Brunch angeht, bewiesen durch die Schlange artig anstehender Angelenos. Beide setzen auf Selbstgemachtes. Im Sqirl ist das auch der Ricotta. Das doppeldaumendick aufgeschnittene Briochebrot mit Ricotta und Marmelade ist ein Klassiker, der Avocado-toast wird mit marinierten Möhren ausgar-niert, die jüdisch angehauchte Fischstulle veredelt mit »Schmear«, dem cremig gerührten Räucherfisch aus der Ashkenaziküche des Ostens. Dünn gestrichen wird übrigens nichts, im Gegenteil, die Marmelade kommt gleich mit Schöpflöffelmaß drauf. Warum? Das sieht auf Instagram einfach herrlich aus.

Das Huckleberry Café and Bakery in Santa Monica bietet eine große Bandbreite an richtig leckeren Kuchen und Teilchen, die hierzulande ebenso begeistern würden, da sie oft deutschen oder skandinavischen Ursprungs sind. Überdies gibt es »Dinge, die aufgehen«

# Mein Betrieb, *meine Bühne*

Richtig einrichten: die In- und  
Outdoor-Möbel-Trends 2020



**Zeig mir, wie du wohnst, und ich sage dir, welcher Betrieb du bist: Möbel sind weit mehr als nur Einrichtungsgegenstände. Sie sind Grundlage für die Bühne des Lebens und bringen zum Ausdruck, für welche Werte man steht, wer man ist, wie man tickt. Die Gäste spüren das instinktiv. Ebenso wichtig ist der Brückenschlag zu ebendiesen Gästen: Auch ihr Geschmack zählt, sie sollen sich wohlfühlen können und gern wiederkommen. Wie das am besten gelingt, was man vor dem Kauf bedenken sollte und welche Trends 2020 im Kommen sind – HOGAPAGE hat die Antworten.**

Text: Petra Sodtke

**W**ie schön wäre es, gäbe es ein Patentrezept in der Art: Man kaufe sich neue, angesagte Möbel und setze auf jenen Trend, und schon hat man den Erfolgsgaranten für eine stilvolle Einrichtung, von der man viele Jahre etwas hat und die bei der Kundschaft bestens ankommt. Nun, die schlechte Nachricht: Dieses allgemein gültige Rezept gibt es nicht. Zu viele individuelle Komponenten entscheiden über das Endergebnis mit: Beschaffenheit des Gebäudes, regionaler sowie budgetärer Rahmen, Persönlichkeit/Stil der Hausherren, generelle Ausrichtung (hip-modern, nachhaltig etc.), die eigene(n) Zielgruppe(n) u.v.m. Die gute Nachricht: »Es gibt Dinge, die Kunden langfristig begeistern, und grundlegende Richtwerte und Tipps, an die man sich halten kann, um sein Hotel oder Restaurant ansprechend neu zu gestalten«, weiß Einrichtungsprofi Josef Hartl ([www.gastrodesign-hartl.at](http://www.gastrodesign-hartl.at)).

### **Tip 1: Kleines Budget, maximale Wirkung – so wird's möglich**

Dabei ist ein großes Budget sicher nicht die ausschlaggebende Erfolgskomponente. Im Gegenteil, wer clever vorgeht, muss hohe Ausgaben nicht fürchten. So wie das Stefan Grosse, Geschäftsführer des Münchner Traditionshauses Blauer Bock, geschafft hat. In mehreren Etappen (2014 das Hotel, 2017 das Restaurant) unternahm er behutsam Umgestaltungen und widerstand dabei der Versuchung einer Radikalkur – eine gute Vorgehensweise bei einem geschichtsträchtigen An-

wesen mit vielen Stammgästen. Das Fresh-up des 3-Sterne-Hotels gelang trotz enger Budgetvorgaben mittels eines Konzepts im variablen Baukasten-Prinzip, das den Einbau von 44 individuellen Zimmern bei laufendem Hotelbetrieb ermöglichte. Die Zutaten: hochwertige wie kostenbewusste Möbel, schlichte, funktionale Lösungen, Fokus auf Wohlfühl-Materialien.

Grosse: »Ziel war es, unser Image zu kommunizieren: Wir wahren Traditionen und sind trotzdem sehr präsent im Hier und Jetzt.« Das ist durch die Anwendung dieser Richtlinie für ein stimmiges Ganzes gelungen: Man stellt einen Bezug zur »Persönlichkeit« des Hauses (hier: Tradition), zur Region und zum Stil des Hausherrn (hier: geradlinig, puristisch) her und verknüpft diese Bezüge über Möbel, Deko, Farben usw. miteinander. Ergebnis im Blauen Bock: Tradition im zeitgenössischen Gewand, ohne dabei ewig gestrig oder zu ernst zu wirken.

### **Tip 2: Einmal ist keinmal: den Kunden stets überraschen**

Einmal den Betrieb alle zehn Jahre groß auffrischen, das reicht leider nicht. Innenarchitekt Joachim Jacobi (Gastrodesign Hartl) rät: »Der Kunde muss merken, dass sich im Betrieb immer jemand kümmert. Mein Tipp: regelmäßig Kleinigkeiten ändern! Dafür sollte man wenigstens von Zeit zu Zeit zeitgemäße Trend-Teile einfügen oder austauschen, um den Gast zu überraschen.« Instant-Maßnahmen sind z. B.: Deko-Objekte/Bilder saisonal austauschen, neue

# KONWAY®

Beständig seit über 20 Jahren

• Ihr professioneller Objekteinrichter •  
in Hotellerie, Gastronomie & Industrie



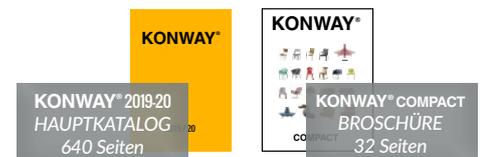
Komplette INDOOR-Konzepte -  
Stühle, Sessel, Tische & Polsterbänke nach Maß!



Testen & erleben Sie unsere Produkte live -  
in unserer Ausstellung auf über 1000 m2!



Beratung • Planung • Produktion • Montage



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](mailto:info@konway.de) • Web: [www.konway.de](http://www.konway.de)

# Kampf der Kochathleten



Foto: picture alliance/dpa



## Die richtige Vorbereitung ist auch bei der IKA/Olympiade der Köche 2020 die halbe Miete

Alle vier Jahre findet die Internationale Kochkunstausstellung samt der Olympiade der Köche statt. Jetzt im Februar ist es wieder so weit und Tausende Köche aus aller Welt wollen sich in unterschiedlichen Kochwettbewerben miteinander messen. Für Deutschland treten unter anderem die Köche-National- und -Jugendnationalmannschaft an und trainieren dafür seit Langem. Allerdings gibt es 2020 gleich zwei bedeutende Neuerungen, die eine Herausforderung für alle Wettbewerbsteilnehmer darstellen. *Text: Kristina Presser*

Es ist ein Mix aus Anspannung und Entgegenfiebern. Nur noch wenige Wochen, dann geht es für Ronny Pietzner und seine Schützlinge des Senioren- und Juniorenteams der deutschen Köche-Nationalmannschaft Mitte Februar nach Stuttgart zur 25. Internationalen Kochkunstausstellung (IKA), zur Olympiade der Köche. Für den Teamleiter ist es bereits die dritte aktive Teilnahme an dem weltweiten Kochwettbewerb, der alle vier Jahre vom Verband der Köche Deutschlands (VKD) ausgerichtet wird. Trotzdem – oder gerade deshalb – ist die Vorfreude groß, auch »weil die IKA tolle Gelegenheiten bietet, Kollegen aus anderen Ländern zu treffen, neue Produkte kennenzulernen und mehr über internationale Ess- und Kochgewohnheiten zu erfahren«, erklärt er. Der fachliche Austausch über Ländergrenzen und Kontinente hinweg ist einer der großen Reize der IKA, der wohl ältesten und größten Veranstaltung ihrer Art. Vor allem aber sind es die Wettbewerbe, die die erstklassige Zubereitung und Präsentation von Speisen zelebrieren. Dementsprechend hoch ist das geforderte handwerkliche Niveau, auf das die Fachjury großen Wert legt. Aber auch die Konkurrenz ist beträchtlich.

Mehr als 2.000 Köche und Pâtisseries aus über 70 Nationen der Erde haben sich angekündigt, um bei der Olympiade der Köche 2020 an vier Tagen in

unterschiedlichen Wettkämpfen gemeinsam und gegeneinander zu kochen. Daniel Schade, VKD-Vizepräsident, weiß um die Anziehungskraft der IKA/Olympiade der Köche. »Sie hat sich zum Leitwettbewerb weltweit entwickelt, der im Laufe der Jahre immer prestigeträchtiger geworden ist.« Für Nationen aus aller Welt sei es heute undenkbar geworden, nicht daran teilzunehmen.

### Erstmals Chef's Table statt Plattenschau

Die Teams treten in fünf Kategorien an – Nationalmannschaften, Jugend-Nationalmannschaften, Regionalmannschaften, Teams Community Catering & Military Teams sowie Einzelaussteller. In jeder Kategorie finden unterschiedliche Wettkämpfe statt, nach denen ein Kategorie-Gesamtsieger ermittelt wird. Bei den Jugend-Nationalmannschaften sind das das »Restaurant of Nation«, ein Drei-Gänge-Menü, und das IKA-Büfett; bei den Nationalmannschaften ebenfalls das »Restaurant of Nation« sowie erstmals der »Chef's Table«, ein Sieben-Gänge-Menü für zwölf Personen anstelle der bisherigen Plattenschau. Eine Herausforderung für die Nationalteams, da es sich nicht nur um einen neuen Wettkampf handelt, sondern Besucher auch Plätze für den Chef's Table reservieren können, um direkt an den Kochboxen der Teams zu sitzen und das Menü zu genießen.

# Königlich entschleunigen – majestätisch genießen



# Das neue Ameron Neuschwanstein revolutioniert den Tourismus im Allgäu

In traumhaft schöner Kulisse, am Fuße der beiden Königsschlösser Neuschwanstein und Hohenschwangau direkt am Ufer des Alpsees gelegen, eröffnete in diesem Jahr das neue Ameron Neuschwanstein. Das gelungene Ensemble aus alten Bestandshäusern und stilvollen Neubauten fügt sich harmonisch in die malerische Szenerie – und steht für eine neue Art von nachhaltigem Tourismus, die dem Ort gut zu Gesicht steht.

*Text: Daniela Müller*



# JETZT REDE ICH!



*Die  
Rote Bete  
im Exklusiv-  
Interview*



**Was wäre der Winter ohne die »Lady in Red« unter den Gemüsesorten? Viel weniger köstlich, das ist sicher! Die ROTE BETE im Exklusiv-Interview.**

**In vielen osteuropäischen Ländern sind Sie ein Megastar, aus der Küche nicht wegzudenken. Borschtsch, die berühmte Suppe, gilt als russisches Nationalgericht. Hierzulande spielen Sie eher eine Nebenrolle. Wurmt Sie das eigentlich?**

Moment mal! Ich bin schon lange kein Alte-Oma-Gemüse mehr. Jetzt erzähle ich Ihnen mal was. Kürzlich war ich in Berlin-Kreuzberg unterwegs, und was sehe ich da in einem wirklich hübschen Lokal, mit Kreide auf eine Tafel geschrieben? »Detox Smoothie«! Und jetzt raten Sie mal, was da drin war, in dem köstlichen Drink.

**Ich tippe mal auf Rote Bete?**

Bingo! Okay, Ingwer, Limetten, Apfel und Honig sind auch dabei, die sind aber nur Statisten. Darauf fahren die Leute da total ab. Wenn die morgens aus den Technoclubs torkeln, bringe ich sie wieder auf Trab. Was die wenigsten wissen, ist, dass ich ein Mega-Kopfschmerzkiller bin, und auch sonst ziemlich gesund. Von einer Nebenrolle kann nicht die Rede sein. Ich bin vielleicht nicht so allgegenwärtig wie Kartoffeln oder Karotten, dafür aber etwas ganz Besonderes!

**Ganz besonders ist auf jeden Fall Ihre Farbe. Ihre Flecken werden mehr als gefürchtet!**

Auf mein intensives Rot bin ich wahnsinnig stolz! Das habe ich dem Farbstoff Betanin zu verdanken, der in mir enthalten ist. In Zutatenverzeichnissen wird dieser auch E162 genannt. Als Lebensmittelfarbstoff wird Betanin für viele Leckereien verwendet, zum Beispiel für Erdbeereis oder Waldfruchtjoghurt. Wer mit mir in der Küche zu tun hat, dem empfehle ich Einmalhandschuhe – oder eingefettete Hände. Bei meinen Flecken hilft es, die Textilien in Backpulver einzuweichen. Auch Bleiche und Zitronensaft helfen!

**Was steckt noch so in Ihnen?**

Es würde hier den Rahmen sprengen, wenn ich Ihnen alles aufzähle, was mich zu einer der gesündesten Gemüsesorten überhaupt macht. Mein hoher Folsäure-Anteil schützt vor Herzinfarkten und Schlaganfällen. Meine Geheimwaffe ist das Betain in mir: Es wirkt wie ein Stimmungsaufheller, weil es den Serotoninspiegel erhöhen kann, also die Glückshormon-Ausschüttung.

**Kürzlich bestaunten Sie Millionen Zuschauer im Fernsehen. In der Show »Das große Promibacken« begeisterte der Sänger Gil Ofarim mit einem Rote-Bete-Cheesecake.**

Da sehen Sie mal, wie vielseitig ich bin. Wer glaubt, ich kann nur öko und gesund, irrt sich. Probieren Sie mal Rote-Bete-Schoko-Muffins! Mein erdiger Geschmack lässt sich wunderbar mit süßen Sünden kombinieren.

**Bei der Vorbereitung auf das Interview fiel mir auf, dass Sie mal mit einem, mal mit doppeltem »e« geschrieben werden.**

Solange es mich gibt, wird das auch weiterhin passieren. Es gibt Schlimmeres. Der Duden empfiehlt, mich mit einem »e« zu schreiben. Zumal mein Name mit »Beete« im Sinne von Gemüsebeet rein gar nichts zu tun hat. Beta ist das lateinische Wort für Rübe. Und ja, ich bin eine Rübe, wie auch meine geschätzten Verwandten, der Mangold und die Zuckerrübe.

**Wie es sich für ein anständiges Kultgemüse gehört, gibt es die verschiedensten regionalen Bezeichnungen für Sie.**

Jawoh! Rote Rübe zum Beispiel. In Teilen Österreichs, Bayern und Südbaden nennen sie mich den »Rahner«. Und in der Schweiz sagen sie »Rande« zu mir!

**Lassen Sie uns über Ihre Geschwister sprechen. Eines muss man Ihrer Familie lassen, Sie bringen viel Farbe ins Gemüseregal.**

In der Tat! Neben mir gibt es auch Gelbe und Weiße Bete, auch in unserer Form können wir sehr variieren. Neben den kugelrunden gibt es auch walzen- oder birnenförmige Rüben.

**Rote Bete, wir danken Ihnen für das Gespräch. ▀**

*Text: Sebastian Bütow*