

a3GAST-EXPERTENFORUM TEST UND KRITIK

Die Gourmetkritiker Christian Grünwald und Wolfgang Rosam sowie der professionelle Hoteltester und Coaching-Spezialist Reinhold Henke waren die hochkarätigen Fachreferenten beim jüngsten a3GAST-Expertenforum. Zum Abschluss des Events, der gemeinsam mit dem F & B Manager Club organisiert wurde, gab es eine Cognac-Blindverkostung.

TEXT: GERALD ZEMANN

Der PR-Spezialist und Gründer des VIP-Gourmet-Guides, Wolfgang Rosam, verrät am Beginn gleich offen und ehrlich: „Ich habe das früher alles anders gesehen. Jetzt bin ich aber selbst Gastronom („Fabios“, „Österreicher im MAK“, Anm. d. Red.). Ich kenne nun die Leiden des jungen Wirtes aus eigener Erfahrung.“ Und was die Bedeutung von Gourmetkritiken, von Hauben und Sternen betrifft, stellte er klar: „Maßgebend ist nicht, was sich der Kritiker wünscht, sondern der Wunsch des Gastes.“

Neben Wolfgang Rosam nahmen Christian Grünwald, Chefredakteur von „A la Carte“, und Reinhold Henke, Unternehmensberater (www.eurosearch.at), Fachmann im strategischen Coaching und professioneller Hoteltester, die Einladung zum a3GAST-Expertenforum an. Im Unterschied zu einem Gourmetkritiker kommen Henke und sein Team nicht unaufgefordert in einen Betrieb, sondern auf Auftrag des jeweiligen Hauses. Seine Tests werden auch nicht der Öffentlichkeit bekannt gemacht, sondern dienen zur Qualitätskontrolle und -verbesserung.

WIE VIEL UMSATZ BRINGT EINE AUSZEICHNUNG?

In der Öffentlichkeit hält sich nach wie vor das Gerücht, eine Haube, eine Auszeichnung, ist für einen gastronomischen Betrieb pures Gold. Kann man den Wert einer Auszeichnung überhaupt beziffern? Der PR-Experte Rosam dazu: „Am Anfang, als vor rund 30 Jahren Gault Millau in Österreich begann, war es für einen Betrieb sicher wesentlich, Hauben zu bekommen. Vor rund zehn Jahren hat Rudi Kellner, Patron des Altwieners Hof, den Verlust einer Haube mit einem Betrag von drei Millionen Schilling Jahresumsatz beziffert. Ob der Gewinn einer Haube



Großer Andrang im Hotel Regina



a3-Team P. Payer und G. Zemann bei der Vorstellung der Fachreferenten W. Rosam, Ch. Grünwald und R. Henke (v. li.)

auch drei Millionen Schilling brachte, wage ich zu bezweifeln. Als etwa das Steirerleck eine Haube verlor, glaube ich nicht, dass dort der Umsatz zurückgegangen ist. Eine Klassifikation ist für neue Restaurants sicher sehr wichtig, die Gourmetguides haben dabei auch eine notwendige Aufgabe. Aber ich glaube nicht, dass der Gewinn oder Verlust einer Haube unmittelbar auch den Umsatz um, sagen wir heute 200.000 oder 300.000 Euro Jahresumsatz auf- oder ab beeinflusst.“ Auch Christian Grünwald zeigt sich skeptisch: „Es gibt Schätzungen, bei denen Summen zwischen 150.000 und 200.000 Euro genannt werden. Ich glaube aber auch nicht, dass das so viel ist. Wenn jemand über Jahre hinweg schlechter kocht, dann kommt einfach der Umsatzverlust und geht nicht unmittelbar einher mit der Abwertung. Früher stand nur die Kochkunst im Mittelpunkt, heute gibt es auch die Sympathie der Stammgäste, die zwar sagen, so gut wie früher wird hier zwar nicht mehr gekocht, aber das Service ist einfach gut. Und das kann eine Abwertung durchaus wettmachen.“

Im Gegensatz zur Gastronomie, die durch Kritiken zu Hauben kommen, gibt es für die Hotellerie klare Vorgaben bei der Klassifizierung. Viele Betriebe lassen sich weiters von ihren Gästen, mittels Fragebögen, beurteilen. Reinhold Henke fällt dabei auf: „Es gibt tatsächlich den Faktor, dass ein Stammgast eines Hotels sehr viele Fehler verzeiht oder oft gar nicht bemerkt. Wenn er sie bemerkt, verrät er sie aber oft nicht. Die wichtigsten Schwachstellen im Hotelbetrieb sind laut unseren Tests aber: Erstens – die fehlende aktive Kommunikation mit dem Gast, dies beginnt schon bei der Buchung. Zweitens – die Schwachstelle Fluch der Routine. Drittens – die Schwachstelle der Selbstzufriedenheit, dies ist der Beginn des schleichenden Verfalls.“

KRITIKER UND GÄSTE URTEILEN OFT UNTERSCHIEDLICH

Was sind überhaupt die Standardfehler, die ein Gastkritiker oder Stammkunde sofort bemerken? Grünwald: „Viele Betriebe sind nicht flexibel, reagieren zum Beispiel nicht auf das Wetter. Wenn es also sehr heiß ist, so wie heute, haben sie trotzdem das große Stück Fleisch mit schwerer Beilage am Programm. Wer kann das schon essen? Weiters: Wie werde ich in einem Restaurant empfangen? Wird einem überhaupt etwas empfohlen oder angeboten? Und dann natürlich die

Basics, wie etwa das Servieren, die Platzierung der Tische und ähnliches. Ein grantelnder Kellner kann einen Betrieb um Lichtjahre zurückwerfen, da kann sich die Küche noch so bemühen.“

Rosam sieht dies jedoch ein wenig anders: „Ich war rund 20 Jahre auch Gourmetschreiber und Kritiker. Ich habe damals nie gedacht, wie perfide auch Gäste sein können. Es ist teilweise unfassbar, wie sich Gäste benehmen. Und darüber berichtet kein Kritiker. Unlängst hat mir ein nicht unbekannter Rindfleisch-Gastronom erzählt, dass ein Geschäftsführer von einem Gast sogar niedergeschlagen wurde, nur weil dieser seinen reservierten Platz nicht bekam. Zum flexiblen Speisenangebot: Ich war heute mittags im „Österreicher im MAK“. Obwohl es draußen eine Temperatur von 32 Grad hatte, haben die Gäste sehr wohl Gulasch und geröstete Leber bestellt. Wir dürfen also nicht von uns Kritiker auf andere, also die Gäste schließen. Bei unserem Guide werten nicht Gourmetkritiker, sondern 6500 Gäste. Und die werten oft völlig anders als die Profis. Die Meinung der Kritiker ist sicher nicht die Meinung der Mehrheit. Noch ein wichtiger Punkt: Eine Bewertung darf sich nicht nur und ausschließlich an der Küchenleistung, an dem was



Cognac-Experte Gert Wehsmann servierte Spezialitäten

der Gast am Teller findet, orientieren. Essen ist ein Gesamterlebnis, wenn die Atmosphäre, das Preis-Leistungsverhältnis nicht stimmt, schmeckt dem Gast auch das beste Essen nicht.“

Und was empfindet ein Hotelgast als störend? Henke: „Bei den Hotels, die wir betreuen, sind fast 80 Prozent der Gäste bereit, sich über den Betrieb zu äußern. Die zwei wichtigsten Erkenntnisse von unseren Auswertungen: Der Gast will im Hotel das Gefühl haben, dass man sich rasch um ihn kümmert. Egal, ob an der Rezeption oder im Restaurant. Zweitens: Der Hotelgast, der öfter in einem Betrieb logiert, will als geschätzter und willkommenen Stammgast behandelt werden. Das Hotel muss also über diesen Kunden mehr wissen als nur seinen Namen.“ Kann, beziehungsweise soll man sich als Betrieb gegen ungerechte Bewertung wehren? Wolfgang Rosam: „Ja natürlich, und das hat sicher eine Wirkung. Beim nächsten Test wird vom Team genauer hingeschaut, vielleicht auch das betreffende Lokal mehrmals besucht. Es hat, wie immer im Leben, einen Sinn, wenn man sich wehrt.“

Ein Blick hinter die Kulissen: Wer sind eigentlich die anonymen Tester, woher haben sie ihr Wissen? Grünwald: „Bei uns ist das ein bunter Haufen von Menschen, die völlig unterschiedliche Berufe ausüben. Sie gehen gerne und oft gut essen, haben daher viel Erfahrung. Bevor jemand für uns erstmals arbeiten darf, gehen wir mit ihm gemeinsam essen und testen ihn dabei.“ Beim VIP-Gourmetguide läuft die Sache aber anders ab. Rosam: „Bei uns werten die Gäste, deren Daten wir kennen, selbst. Auffallend dabei ist, dass die Wertungen sehr einheitlich sind, es gibt sehr wenige komplett unterschiedliche Beurteilungen

eines Lokals. Allein das ‚Fabios‘ hatte im vergangenen Halbjahr 1200 Bewertungen gehabt. Das ergibt einfach ein Gesamtergebnis, das nicht falsch sein kann.“

DER GAST HAT KEINE EHRFURCHT VOR HAUBEN

Werten die Gäste in Summe anders als die Gourmetkritiker? Rosam: „Ja, auffallend ist, dass speziell Betriebe der Top-Gastronomie von den Gästen nicht so euphorisch bewertet werden wie von den Gourmetkritikern.“ Für Grünwald sind die „Unterschiede jedoch verblüffend gering.“ Aber: „Es gibt ja bereits so etwas wie Denkmäler in der Gastronomie. Und bei diesen gibt es in der Bewertung gravierende Unterschiede, denn der Gast sagt, mir ist das Denkmal wurscht. Gäste werten ohne Ehrfurcht, unsere Gourmetkritiker mit einer gewissen Vorsicht.“

Können Hauben und Sterne für eine gewisse Gästesicht nicht sogar abschreckend sein? Rosam: „Ganz sicher sogar. Es gibt sehr wohl Menschen, die sagen, uii, jetzt hat der Betrieb eine Haube bekommen, da geh ich nicht mehr hin. Und es gibt auch Gastronomen, die wollen aus diesem Grund gar keine zusätzliche Haube mehr. Es ist durchaus verständlich, dass ein Küchenchef mehr Hauben will, das steigert ja seinen Wert. Aber der Gastronom muss ja rechnen, auf das Geschäft und die Zahlen achten.“

Gibt es Trends in der Gastronomie? Rosam: „Ja, sicher. Die Ethnoküche wird weiter zulegen, die Gäste wollen eben heute asiatisch, morgen italienisch und übermorgen österreichisch essen, sie wollen die Abwechslung. Was ich nicht sehe, ist ein Trend, wonach mehr Gäste öfter in Betriebe der Top-Gastronomie gehen. Es gibt ein Zurück zu den Basics, zu der ehrlichen Küche. Und zu Szene- und In-Lokalen. Sehen und gesehen werden gehört dazu.“



Auch die Referenten ließen sich die Cognac-Verkostung nicht entgehen

Worüber sich alle drei Experten einig sind: Die Hardware eines Lokales, eines Hotels, also das Gebäude, die Einrichtung und Ausstattung, zählt aus der Sicht des Gastes, außer es gibt wirklich grobe Mängel, deutlich weniger als eben das Service. Wie bereits erwähnt, ein „grantelnder“ Kellner oder eine unfreundliche Receptionistin vermiesen dem Gast den Aufenthalt, den Besuch – egal ob in einer Luxusherberge oder in einem Landgasthof.

DIE COGNAC-BLINDVERKOSTUNG

Obwohl es an diesem Abend drückend heiß war, nahmen an der anschließenden Cognac-Blindverkostung noch alle Referenten und ein Großteil der Gäste des a3GAST-Expertenforums teil. Der Cognac- und Champagner-Experte Gert Wehsmann hatte die heikle Aufgabe,



Zum Favoriten und damit Sieger wurde gewählt:
Martell X. O. (New Edition)

Experte Gert Weihsmann beschreibt ihn so:

Farbe: tiefes Gold mit Kupferschimmer und Mahagoni-Reflexen

Bukett: Zunächst getrocknete Früchte (Datteln, Feigen), Bienenwachs, Leder. Dann, mit zunehmender Komplexität, exotische Früchte und getrocknete Blüten, schließlich Gewürznoten (Muskatblüten, rotes Sandelholz).

Geschmack: Auf der Zunge voller und fruchtiger Geschmack, mit der Finesse und der Kraft eines typischen Grand-Champagne-Cognacs. Samtig weicher Abgang, der noch lange am Gaumen haften bleibt.

Spaß machte den Teilnehmern die Verkostung und Kommentierung der Überraschungsgetränke. Es waren dies ein Pastis und ein Absinth (ebenfalls von Pernod Ricard). Einige meinten, sie würden aufs Glatt-eis geführt und rätselten über den Inhalt. Andere waren sich auf Anhieb sicher. Deutlich schwieriger war das Erkennen beim dritten Überraschungsgetränk. Es war der exotische Fruchtsaft Pomelo (Grapefruit bzw. auch Pampelmuse, Riesenorange oder Adamsapfel genannt) von Mao.

die Proben zwar zu kommentieren, aber nicht zu bewerten. Die Teilnehmer wussten bis zum Ende der Verkostung nicht, von welcher Firma, Marke oder Region die Proben waren. Weiters wurden wieder drei Überraschungsgetränke präsentiert, bei denen es nur darum ging, zu erraten, woraus sie bestehen. Bei den Cognacs wurden die Verkoster gebeten, ihren persönlichen Favoriten zu wählen. Die Bekanntgabe der Wertungen erfolgte auf Wunsch der Teilnehmer offen durch einfaches Handaufzeigen.

Verkostet wurden:

Martell VSOP Medaillon (Very Superior Old Pale)

Martell Noblige

Martell Cordon Bleu

Martell X. O. (New Edition)

(alle aus dem Hause Pernod Ricard)



a3GAST-EXPERTENFORUM

REFERENTEN, TEILNEHMER UND LOCATION

Referenten: Christian Grünwald, Wolfgang Rosam und Reinhold Henke

Mitglieder des F & B Manager Clubs: Wolfgang Diewok, Fritz Draxler, Thomas Eder, Josef Königslehner, Thomas Lechner, Daniela Lehner, Mark Chad Lewis, Marion Lindner, Helmut Losbichler, Eduard Mitsche, Erich Pultz, Karl Riedl, Georg Salzner, Thomas Schlögl, Gerhard Schweigl, Judith Stalder, Andreas Vlcek, Horst Wittrich.

Als a3GAST-Experten geladen: die charmanten Gastgeberinnen des Abends, Eva und Vera Kremslehner (Kremslehner Hotels), Kathi Spellitz und Michael Brok (Brok Catering), Daniela Bichlmaier und Dietmar Doppelmaier (Hotel Le Meridien), Georg Grün (Ennemoser & Grün)

Location: Für die wirklich gelungene kulinarische Organisation und Betreuung während des Abends war Marion Lindner, F & B Manager des Hotels Regina, verantwortlich. Dies war keine leichte Aufgabe, immerhin musste sie zum Beispiel etwa weit über 100 geeignete Kostgläser auftreiben.

Das Regina ist das Stammhaus der Kremslehner-Hotels, zu denen auch das Graben Hotel und das Hotel Royal in Wien gehören. Es wurde in den Jahren 1876/77 gebaut und steht unter Denkmalschutz. Seit 1896 ist das Hotel Regina durchgehend im Besitz der Familie Kremslehner. Speziell der Gartentag abends, mit Blick auf die beleuchtete Votivkirche, hat die Teilnehmer des a3GAST-Expertenforums schlichtweg begeistert.