

Der neue 3-Sterne-Star aus Frankreich

Alpen-Koch Emmanuel Renaut aus Megève

Von Jörg Zipprick

Der neue Michelin krönt den Alpenkoch Emmanuel Renaut vom Restaurant Flocons de Sel in Megève mit dem dritten Stern. Das geht in Ordnung. Sonst darf man beim Guide Rouge auch wegen der neuen Preispolitik wirklich Rot sehen.

Frankreich hat ein neues Drei-Sterne Haus: *Flocons de Sel* heißt es, also *Salzflocken*, und liegt in Megève, sein Küchenchef ist Emmanuel Renaut. Megève, der Skiort, wo einst Marc Veyrat für Furore sorgte, wirkt wie eine winterliche Version von Saint-Tropez. Wer da unten eine Yacht hat, sollte hier oben ein Chalet besitzen. Mindestens. Megève, das ist eine Postkartenlandschaft im Schnee, mehr oder minder im Schatten des Montblanc.



Restaurant Flocons de Sel

Als der dritte Stern kam, sagt Renaut, da hätte er zunächst mal weinen müssen. Und dann wäre er zu einem langen

Spaziergang aufgebrochen. Ein wahrer Tränenstrom sollte es nicht gewesen sein, schließlich galt er seit dem vergangenen Jahr als Favorit, eine bedeutende Wochenzeitung hatte seine neue Michelin-Wertung schon vor 14 Tagen vorher gesagt und überhaupt waren einige Resultate, wie die zwei Sterne für das Shangri La, das Mandarin Oriental und das Mirazur des jungen Kochs Mauro Colagreco schon vor Tagen durchgesickert.

Der heute 44 Jahre alte Emmanuel Renaut lernte bei Marc Veyrat. Es ist sein Verdienst, dessen molekularen Nonsens wieder in den Apothekenschrank verbannt zu haben, um sich den Zutaten der Region zuzuwenden. Seine Küche lernte ich vor gut zehn Jahren erstmals kennen, damals war Flocons de Sel noch ein bescheidenes Haus im Zentrum mit einem Namenszug in Kinderschrift über der Tür. Damals servierte er Topinambur mit Artischockenbouillon, Gewürznelken und Trüffeln oder die Flusskrebse in Maisjus mit Koriander. Das getrocknete Rindfleisch stammte vom Bauern Joseph Socquet, einem Nachbarn. „Und weil ich immer weniger Meeresfische auf die Karte setze, kommen Forellen und Felchen und Hechte von einem Flussfischer aus Lugnin. Eric Jaquier mit seinem winzigen Boot beliefert mich regelmäßig mit Gutem aus unseren Gewässern.“ Renaut war der Senkrechtstarter von Megève, in Sachen Küche schon ganz weit oben. Ein paar Jahre später wurde auch sein Lokal größer, schöner, prächtiger. „Hier in Megève muss man den Leuten etwas bieten“ meinte er damals schüchtern lächelnd.

Auch heute noch ist Renaut immer dann am Besten, wenn er die Schönheit in der Schlichtheit sucht, etwa bei den gebratenen Jakobsmuscheln mit Butternut-Kürbis, Piemont-Haselnüssen und Lauch oder beim Kalbsbries mit grauen Schalotten, Waldpilzen und „Gratin Savoyard“. Der Fisch aus dem Genfer See von Jaquier ziert nach wie vor die Karte.



Kurz: Ich mag Renauts Küche. Gerade dieser Koch hätte sich in den nächsten Jahren noch bedeutend steigern können. Darauf werden die Genießer jetzt wohl verzichten müssen: In Frankreich bildet der dritte Stern des Michelin traditionell das Totenglückchen für jede Art von Kreativität; der Herr am Herd widmet sich fortan der Besitzstandswahrung und neuen Werbeverträgen. Nun denn, es sei ihm gegönnt.

Abseits der Spitzenklasse ergoss sich ein wahrer Sternenregen über Frankreich. Zehn neue „Zwei Sterner“, 58 neue Sternelokale! Wer da als Koch keinen abbekommen hat, der muss eigentlich selbst schuld sein: Das Cordeillan Bages bei Bordeaux, verlassen von seinem Küchenchef Thierry Marx? Es behält seine zwei Sterne. Das neue Lokal von Thierry Marx in Paris? Bekommt auch zwei Sterne. (Die alte Frage, ob die Sterne nun dem Koch oder dem Restaurant gehören durfte damit zur Freude beider gelöst sein.)



Flocons de Sel, ein Restaurant mit Betten

Gerade Thierry Marx war in Paris bei allen seriösen Chronisten von „Le Monde“ bis „L'Express“ durchgefallen. Gespottet wurde zunächst über den Namen des Restaurants: „Sur mesure“ heißt „nach Maß“, doch Maßarbeit sucht man vergebens, ein Menü für alle heißt die Devise. „Bei diesen Preisen erwartet man, dass er den Mond vom Himmel holt“ schrieb Francois-Regis Gaudry vom L'Express „doch wir mussten uns mit einem gemächlichen Tiefflug begnügen.“ Auch Gerichte wie die falschen Erbsen, ein

paar echte Gemüse, gemixt mit Zusatzstoff-Bällchen mit Erbsenaroma, sorgten in der Hauptstadt eher für Lacher.

Mit einer aufwendigen Image-Kampagne und vielen, vielen Einladungen rettete die Mandarin Oriental-Gruppe den Ruf von Marx zumindest in der ausländischen Presse. Pariser hingegen wissen, dass für diese Preise anderswo Besseres geboten wird, etwa im „Shangri La“, wo der bewährte Philippe Labbé für seine Gäste gelegentlich sogar echten Wildlachs auftreibt. Die Wahl zwischen Wildlachs und „Tzatziki-Sphären“ fällt mir persönlich nicht schwer.

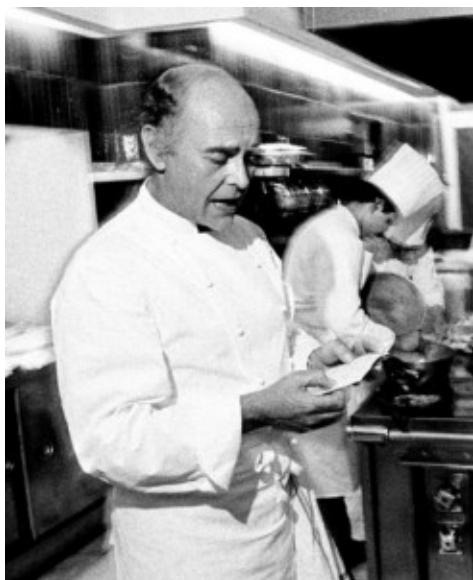


Les Crayères

Die anderen, neuen zwei Sterne Restaurants wie Les Crayères in Reims, Tartarin in Le Havre, Mirazur in Menton oder das Strato in Courchevel sind seit jeher vollkommen zu Recht Lieblinge der französischen Gastronomiepresse, der Michelin hinkt hier der herrschenden Meinung hinterher. In der „Ein-Sterne-Klasse“ dominiert eine Welle von Comebacks: Das Bacon in Cap d’Antibes, das Rendez-Vous de Chasse in Colmar, die Ferme Saint-Siméon in Honfleur und viele andere, sie alle fanden ihre Sterne wieder. Gerade in der Hauptstadt Paris wollte der rundlich behäbige Bibendum (das Reifenmännchen) sich nicht mehr von anderen Guides die Butter vom Brot nehmen lassen. Sterne gab es für gerade erst eröffnete Lokale wie Kei, das umstrittene Akrame und das Cobéa. Während bei Kei souverän aufgeköcht wird, hätte es ein Viertelsternchen für die anderen beiden auch getan.

Abschließend schlug die Stunde des Eigenlobes: „In 10 Jahren“

so hieß es „habe die Zahl der Sterne um 16% zugenommen“. „Qualität und Freude am Geschmack seien im Aufwind“. Frankreich-Reisende werden das, besonders in den teuren Sternerestaurants, zuweilen anders empfinden. Rein subjektiv erscheint mir der vermeintliche Aufschwung in Sachen Qualität mehr wie ein laues Lüftchen.



Alain Chapel

Im Februar 2012 etwa meldete das einst legendäre Restaurants Alain Chapel in Mionnay, bewertet mit zwei Sternen im Guide Michelin, Konkurs an. Zuletzt arbeiteten hier Philippe Jousse, ein langjähriger Mitarbeiter des Meisters, sowie Chapels Söhne. Die Küche war über die Jahre erstklassig geblieben. Der Konkurs dieser Institution zeigt nicht nur, dass Qualität sich nicht immer auszahlt, sondern auch, dass Genießer eben nicht mehr kilometerweit den Sternen nachreisen. Im Falle des „Alain Chapel“ motivierten die zwei Sterne des großen roten Guides nicht einmal die zahlungskräftigen Genießer aus dem 23 Kilometer entfernten Lyon.

Kurz: Nicht die Qualität hat sich gesteigert, der Michelin hat seine Kriterien revidiert. In einer Zeit, wo Köche mit „Koch-Philosophien“ hausieren gehen wird die Qualität der Zutaten zweitrangig. Da muss niemand mehr so genau hinschmecken.

Hauptsache, die Tellerchen sehen schön aus.

Der Michelin bittet zur Kasse

Vielleicht hat der Sternenregen jedoch auch mit dem neuen Geschäftsmodell des Führers aller Führer zu tun: In Kürze werden Köche an den Michelin France mit 69 Euro pro Monat, also 828 Euro pro Jahr, zahlen dürfen. Offiziell sollen sie damit ihre „Sichtbarkeit auf dem Internet verbessern.“ Diese Neuerung wurde von der Direktion des Guide den Köchen und Restaurantbesitzern Dominique Loiseau, Anne-Sophie Pic, Alain Ducasse, Joel Robuchon, Marc Haerberlin und Christian Têtedoie im Januar 12 bei einem Meeting im Pariser Hotel Plaza-Athénée vorgestellt.

Bei 4.457 Hotels und 4.289 Restaurants im Guide France kommt so ein hübsches Sümmchen zusammen. Ein Geldsegen, der bitter nötig erscheint: Schließlich ist die verkaufte Auflage laut Livre Hebdo, dem französischen Fachmagazin für den Buchhandel, auf 107.000 Exemplare gefallen. Vor zehn Jahren, als es 15% weniger Sterne gab, die aber in vielen Fällen noch für Qualität standen, sollen es 500.000 Exemplare gewesen sein.

Damit nicht genug: Auch vom Michelin nicht ausgewählte Restaurants dürfen künftig ihre Sichtbarkeit verbessern und die Jahresgebühr an Bibendum überweisen. Nutzer der Website können, wie schon heute, ihre Kommentare und Wertungen hinterlassen.

Kein Wunder, dass die befragten Spitzenköche ein Amalgam zwischen der Michelin-Auswahl und erkaufter Werbung befürchten. Die Fachzeitung „L'hôtellerie“ druckte den Kommentar von Joel Robuchon. „Wenn das schief geht, ist es für Euch vorbei und für uns vorbei.“

Anlass zur Freude war das neue Geschäftsmodell jedoch bei spezialisierten Agenturen, deren Mitarbeiter hauptberuflich derzeit Bewertungsportale wie Tripadvisor manipulieren. Diese Werber bieten in Paris bereits „positiven Buzz durch Follow-up gegenüber einflussreichen Bloggern“, demnächst dürfen auch die freundlichen Kommentare auf dem Michelin-Portal angeboten werden.

Die betroffenen Köche können also ruhig schlafen und künftig ihren Monatsbeitrag an Michelin überweisen. Sie wissen: Wer zahlt, der hat das Sagen. Und das gilt immer öfter auch für die Medienbranche.