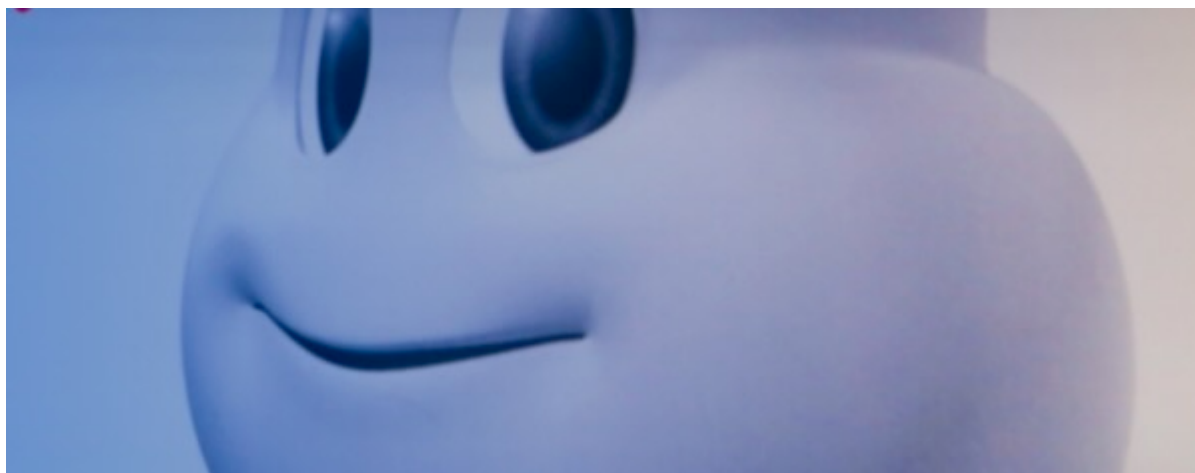


Die Zukunft der Gastronomie steht nicht in den Sternen

Wie realistisch ist der Gourmet Guide Michelin?

Michelin-Restaurants muss man sich leisten können. Das gilt nicht nur für die Gäste, sondern auch für die Gastronomen selbst. Michelin-Sterne schützen nicht vor wirtschaftlichem Verlust, eher im Gegenteil, weil man auf allen Ebenen, vor allem beim Wareneinsatz und den Personalkosten, viel hochpreisiger arbeiten muss. Das 3-Sterne-Restaurant Aqua von Sven Elverfeld in Wolfsburg schloss Ende März und wird nicht mehr als hochpreisiges Spitzenrestaurant betrieben. Der Eigentümer des Hotels Ritz-Carlton, in dem das Aqua ein Anziehungspunkt war, ist VW. Der Volkswagenkonzern ist in eine wirtschaftliche Schieflage geraten und kann sich ein teures Sterne-Restaurant offenbar nicht mehr leisten.

Anfang des Jahres verabschiedet sich auch das mit einem Stern dekorierte Restaurant Esszimmer in Marburg, weil man nicht ausreichend Gäste für diese Küche begeistern konnte. Man kann die Liste verlängern, was aber in München gerade geschieht, lässt aufhorchen, gleich drei der wichtigsten Spitzenmitarbeiter haben das Restaurant Tantris in kurzer Zeit verlassen: Matthias Hahn, der kreative Kopf von Tantris Maison Culinaire, Restaurantleiter Maximilian Sirek-Paul und Sommelière Ilka Seitner.



Das
Tantr
is
war
viele
Jahre
eine
der
trage
nden

Säulen des deutschen Küchenwunders. Jahrhundertkoch Eckart Witzigmann machte Anfang der 70er Jahre aus dem Restaurant ein Mekka für Gourmets. Anfang der 80er Jahre konnte es sich durch Heinz Winkler mit drei Sternen zieren (Eckart Witzigmann erhielt diese Auszeichnung zuvor in seiner Aubergine).

Heinz Winkler und Hans Haas hatten ebenfalls immer ihr Publikum, bei Hans Haas war es schon eine Fangemeinde. 2020 verabschiedete sich Haas aus dem Tantris, seitdem hat es trotz seiner zwei Michelin-Sternen an Glanz verloren. Samstagsmittags war das Tantris Treffpunkt der Feintrinker, es wurden in wenigen Stunden mehr hochpreisige Flaschen verpichelt als andernorts im ganzen Jahr. Inzwischen plätschern die Samstage so dahin.

Die vielen Michelin-Sterne im Gourmet-Guide entsprechen nicht den wahren Verhältnissen. Die gehäufte Sternevergabe gehört zur Politik und zum Marketing des Michelin. So sorgen die Sterne für Interesse und Aufmerksamkeit und generieren Schlagzeilen und Leser. Der Michelin unterstützt und fördert mit der auffällig überproportionalen Sternevergabe vor allem seine eigene Existenz. Der Glanz der Sterne aber ist trügerisch, sie verdunkeln eher als dass sie erhellen.

Ludwig Fienhold

Photocredit: Michelin