

Guide Michelin Frankreich: Garin löst Caspar ab

**Gilbert Garin übernimmt die
Chefredaktion**

der Deutschen Juliane Caspar

Von Jörg Zipprick

Vielleicht mehr als nur ein Personalwechsel: Gilbert Garin (55) ist neuer Chefredakteur des französischen Guide Michelin und löst damit die Deutsche Juliane Caspar ab. Auch sonst geht der Michelin neue Wege

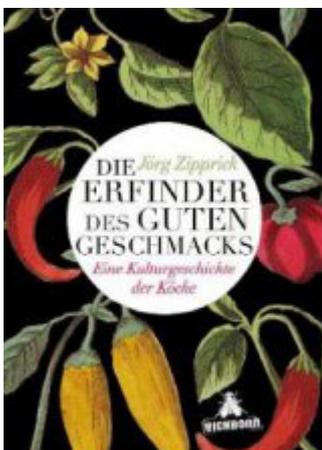
Der gelernte Koch Gilbert Garin steht seit 2004 im Dienste des Guides. Dort testete er nicht nur, sondern soll sich auch während der strategisch wichtigen Erweiterungen der Guide-Michelin-Familie im Ausland bewährt haben. Garin gehört derzeit zu den dienstältesten Inspektoren. Insider attestieren ihm Zuverlässigkeit, kulinarische Sachkenntnis und großes Fachwissen im Hinblick auf die umfangreiche Datenbank des Guides. Damit bestätigt sich einmal mehr, dass der Posten des Chefredakteurs des Michelin France heute nicht mehr auf Lebenszeit vergeben wird. Unter André Trichot (1968-1985) und Bernard Naegellen (1985-2000) war das anders, doch seit der kurzen Amtsperiode von Derek Brown gibt es keine Dauer-Direktoren mehr. Ob Juliane Caspar aufsteigt oder umsteigt, bleibt abzuwarten, eine Pressemitteilung besagt, dass sie anderweitig Verantwortung im Hause übernehmen wird („appelée à

d'autres responsabilités au sein du Groupe“).

Ohne große Verlautbarungen hat sich der Michelin in den letzten Jahren gewandelt. Auswüchse wurden – diskret – beschnitten: Der flamboyante Fausto Arrighi (Michelin Italia), der es mit dem Anonymat nie so genau nahm, gehört heute ebenso wenig zum roten Guide wie ehemalige Inspektoren, denen die Branche eine Nähe zu gewissen großen Köchen nachsagte.

Mit dem Aufkauf von „Bookatable“ und „restaurantes.com“ wurden 2016 zwei Schwergewichte im Bereich Online-Reservierung übernommen. Branchenexperten vermuten eine Investition im dreistelligen Millionen-Euro-Bereich, die sich freilich mittelfristig als lukrativ entpuppen sollte: Zweistellige Umsatzzuwächse pro Jahr gelten als möglich. Smartphone-Apps des Guide werden inzwischen vorrangig behandelt, in Shanghai erschien die Applikation vor der gedruckten Ausgabe. Partnerschaften mit Fremdenverkehrsämtern oder Sponsoren werden jetzt akzeptiert. Und der Guide setzt ganz auf neue und soziale Medien: Vor der Präsentation des nächsten Guide France gab es eine Twitter-Konferenz mit Inspektoren.

Gut möglich, dass Michelin damit ein Mittel gegen den Leserschwund der Guides und den Finanzierungsengpass der Restaurantkritik gefunden hat.



Buch von Jörg Zipprick