



*Hans Stefan J...*

*Zur Alten Post*



# HEIMATMISSIONARE IM GRENZBEREICH

TEXT Stevan Paul Fotos Ellen Bornkessel

*Der Gastgeber als Unternehmer mit Nebentätigkeiten. Barchef Attila Kiziltas und Zwei-Sterne-Koch Hans Stefan Steinheuer sind brillante Fachleute, von Barbetrieb und Restaurant alleine können aber beide nicht leben. Ein Gespräch über unternehmerische Notwendigkeiten und Propheten, die nichts wert sind im eigenen Land.*

Bad Neuenahr-Ahrweiler: geduckte Häuser zwischen Autobahnhochbrücke und nebelverhangenen Weinbergen, menschenleer die Straßen im beschaulichen Ortsteil Heppingen. Es fühlt sich an diesem grauen Nieselregennachmittag ein bisschen an wie am Ende der Welt. Das kleine Städtchen im Ahrtal ist aber nicht nur wegen seiner Rotweine berühmt, es findet sich dort auch eine prominente Pilgerstätte deutscher Hochküche. Seit über 25 Jahren wirkt hier HANS STEFAN STEINHEUER, mit zwei Michelin Sternen und 19 von 20 möglichen Punkten im Gault Millaut ausgezeichnet zählt er zu den zehn besten Köchen Deutschlands. Gemeinsam mit seiner Frau Gabriele führt Steinheuer neben dem kreativen Gourmetrestaurant STEINHEUERS RESTAURANT noch den bodenständigen Landgasthof Poststuben und ein eigenes Hotel am Fuße der Rebsteilhänge. Aus dem nahen Köln ist ATTILA KIZILTAS zum Mixology-Kreuzgespräch angereist, der Chef der renommierten und mehrfach preisgekrönten SHEPHEARD BAR ist auch als Cocktail-Caterer tätig, organisiert mobile Barkultur für Events jeder Art. Hans Stefan Steinheuer

begrüßt uns in der modernen, gradlinig gestalteten Lounge mit Bibliothek und Kaminfeuer, im Wand-Humidor lagern die besten Zigarren der Welt. Wir versinken in eleganten Lederfauteuils, trinken Kaffee aus zartem Porzellan. Es ist leider noch etwas früh für die Digestif-Karte mit sagenhaften 250 Positionen.

## Das Alkoholproblem

Bei der Vorbereitung auf dieses Gespräch ist mir wieder aufgefallen, wie viele Artikel, Rezensionen, Interviews und Portraits sich zu berühmten Köchen finden, während viele der großen Bartender der Republik nicht einmal mit einer Kurz-Vita im Internet vertreten sind. Woher kommt dieses Ungleichgewicht in der Medienpräsenz der Genusshandwerker? Attila Kiziltas sieht einen Grund in der jüngeren Geschichte der Bar in Deutschland: »Da gab es die großen Bartender, Charles Schumann vorneweg, die über viele Jahre eine Präsenz innerhalb der Branche, aber auch in den Medien genießen und immer schon da waren. Und Anfang der 1980er-Jahre bis Ende der 1990er-

Jahre war das ganze Bar-Thema ohnehin nur so eine Wischi-Waschi-Nummer, man hat halt Pina Colada, Caipirinha, Tequila Sunrise bekommen, das war so ein Spaß-Bar- und Diskotheken-Ding, es gab nichts, was den Bartender zu einer ernst zu nehmenden, seriösen Person gemacht hätte. Davon erholt sich die Bar ja erst seit 2003, 2004, da hat die Branche erst eine gewisse Ernsthaftigkeit entwickelt und sich eine andere Aufmerksamkeit innerhalb der Gesellschaft erarbeitet. Ich muss aber dazu sagen, dass die Barszene nach wie vor auf extrem wackeligen Füßen steht. Sie ist einfach noch viel zu jung, um wirklich ernst genommen werden zu können und weit davon entfernt, so gut organisiert zu sein, wie das beispielsweise in der Küche der Fall ist.« Stefan Steinheuer schaltet sich ein: »Sie haben auch ein Alkoholproblem. Also nicht Sie, sondern die Bar. In der Außenwahrnehmung hat die Bar ein Alkoholproblem. Man darf über Alkohol nicht werblich reden, essen darf man.« Dabei sei die Bar in den letzten Jahren durchaus küchenähnlicher geworden, das Produkt stehe jetzt auch hier im Vordergrund, weiß Steinheuer: »Ihr habt

da heute zwanzig Super-Gin stehen, wo früher einfach nur geschüttet wurde.« Tatsächlich gab es bis 2004 keinen Markt für gute, hochqualitative Spirituosen, zur Eröffnung der Shephard Bar wurden noch viele Produkte aus dem Ausland geholt, erinnert sich Attila Kiziltas, in den letzten Jahren habe sich der Abstand zu Führungsmärkten wie London aber deutlich verringert, neue und rare Spirituosen sind mittlerweile zeitgleich erhältlich und nicht zuletzt via Internet leichter zu beschaffen.

## Spätfolgen der 68er-Revolution als Entwicklungshemmnis?

Unter Köchen genießt London erst seit ein paar Jahren eine Vorreiterrolle, kaum zu glauben, aber die einst verlachte Sausage & Beans-Küche Großbritanniens hat sich unter dem Namen »modern British« und mithilfe von Köchen wie FERGUS HENDERSON (St. John), HESTON BLUMENTHAL (The Fat Duck) und GORDON RAMSAY (mit insgesamt elf Restaurants) neu erfunden. Gemeinsam mit den Skandinaviern, allen voran das Restaurant Noma in Kopenhagen mit Küchenchef RENE REDZEPI, gibt man seit einigen Jahren in der Küche die Vorreiterrolle in Sachen Regionalität, Heimatverbundenheit und Nachhaltigkeit – ein alter Hut für Hans Stefan Steinheuer, der seit 30 Jahren auf regionale Produkte und moderne Heimatküche setzt. Des Kaisers neue Kleider? Steinheuer nickt: »Da haben wir ein generelles Problem mit unserem Journalismus. Weil wir einen Journalismus haben, der grundsätzlich erst mal alles besser findet, was nicht aus Deutschland kommt, das ist eine Spätfolge der 1968er-Jahre. Ein Beispiel: Kürzlich hat Heston Blumenthal im Mandarin Oriental in London sein zweites Restaurant eröffnet, eine Zweigstelle, sein Sous-Chef kocht dort eine Art Neuentdeckung der klassischen Tudor-Küche. Dort gab es vor allem Porridge, also servieren Blumenthals Köche da Haferbrei, in einer schmackhaften, modernen Form. In den ersten zwei Tagen war die gesamte britische Presse da, alle haben sie überschwänglich geschrieben. Können Sie sich das in Deutschland vorstellen? Ich mir nicht. In Skandinavien, in England, da entdecken die Jungs ihre Regionalität, die haben super gelernt, die kochen wahrscheinlich alle besser als die französischen Starköche wie ALAIN DUCAS-

SE oder JO ROBUCHON. Und der Journalismus begleitet das dort mit einer Professionalität und einem Optimismus, der wahrgenommen wird. Unsere Küche, unsere Produkte werden im Ausland gar nicht wahrgenommen. Außer Audi, Mercedes und BMW.«

## Grenzen der Mission Trink- und Esskultur

Auch hinter der Bar finden sich Propheten, die nichts gelten im eigenen Land. Während schon im benachbarten Belgien mit großer Selbstverständlichkeit TV-Sendungen ausgestrahlt werden, in denen die Herstellung klassischer Cocktails mit Variationsmöglichkeiten gelehrt werden und Appetit machen, wurschteln deutsche Bartender eher öffentlichkeitsfern im Verborgenen. Wäre Bar-TV nicht auch hierzulande ein wünschenswertes Format? »Grundsätzlich, ja«, findet Attila: »Man muss mit dem Vorurteil aufräumen, dass eine Spirituose irgendetwas Gefährliches ist. Es ist ein Genussmittel, und es entwickelt sich immer mehr dazu. Die Qualität wird immer besser, dafür muss man eine Aufmerksamkeit schaffen. Wenn das auch noch dazu führt, dass die ganzen schlechten Billigprodukte, die es noch am Markt gibt, verschwinden, das wäre ein sehr guter Effekt.« In einem Land, in dem der Durchschnittsbürger in der Regel unter 2 Euro für eine Flasche Wein ausgibt, ist die Vermittlung von Trinkkultur und Produktqualität durchaus wünschenswert. Steinheuer bekräftigt: »Da sind wir total beieinander! Wir müssen uns nur darüber im Klaren sein, dass wir maximal 2–4% des Marktes in Deutschland bespielen. Der Rest geht nicht in die Shephard Bar oder kommt zu uns zum Essen, die trinken lieber im All-Inclusive-Urlaubsclub eine Pina Colada. Irgendwo hat das Missionieren auch mal ein Ende, wir machen super Arbeit in unserem Segment für die, die sich dafür interessieren, den Rest siehst du nicht, erreichst du nicht. Denen ist das alles zu teuer.«

## Das zweite und das dritte Standbein

Auf so hohem Niveau zu arbeiten, wie meine beiden Gesprächspartner, das hat seinen Preis. Attila Kiziltas könnte vom Barbetrieb alleine

nicht leben, Hans Stefan Steinheuer sein Gourmetrestaurant ohne Landgasthof und Hotel nicht halten. Geht es in der gehobenen Gastronomie gar nicht mehr ohne Quersubventionierung durch »Nebentätigkeiten«? Hans Stefan Steinheuer schüttelt den Kopf: »Nehmen Sie mal die 20 besten Restaurants in Deutschland, da finden sie keine Handvoll Gastronomen, die alleine vom Restaurant leben können. Die haben entweder 200 Zimmer, einen Sponsor oder die Großindustrie hinter sich.« Neben den hohen Warenkosten sind es vor allem die Personalkosten, die die Spitzgastronomie im Grunde erst unrentabel machen. Zwölf Köche stehen in Steinheuers Küche, insgesamt beschäftigt der Betrieb von morgens sieben Uhr bis nachts um zwei Uhr um die 30 Mitarbeiter, hinzu kommen Auszubildende und Aushilfen: »Aufgrund unserer Personalintensität müssen wir 20–25 Prozent unseres Umsatzes anderswo erwirtschaften.« Neben den Einkünften aus dem Übernachtungsgeschäft helfen dabei Caterings, Weinproben und Sonderveranstaltungen. In der Shephard Bar resultiert die Wirtschaftlichkeit aus den Räumlichkeiten: »Ich sag' das immer mit Augenzwinkern, so eine kleine Bar, wie ich sie betreibe, das ist ein teures Hobby.« Die 42 Sitzplätze und die Stehbeiche sind gerade am Wochenende erfreulich gut belegt, 50 bis 100 Gäste muss Attila Kiziltas an solchen Abenden in der Wintersaison wieder wegschicken. Dem gegenüber stehen sechs bezahlte Barkeeper, unter der Woche läuft die Bar mit nur geringfügig weniger Personal: »Wenn ich mehr Gäste reinlasse, wird das aber kontraproduktiv, sie warten zu lange, die Mitarbeiter kriegen die Vollkrise, die Gemütlichkeit geht verloren, da gibt es dann nur noch Verlierer. Der zahlende Gast, der drin ist, der hat für mich Priorität, er bezahlt für eine Dienstleistung, für den Drink, aber auch für den Service, der drum herum passiert. In erster Linie gilt es, ihn zu befriedigen. Alles, was darüber hinausgeht, muss man abwägen: Wird man zu gierig und verärgert eventuell die Gäste, oder schickt man Gäste weg und verzichtet auf Umsatz. Ein sehr schmaler Grat.« Attila erzählt von jungen begeisterten Kollegen, die von einer kleinen Bar träumen, mit schnuckeligen 15 Sitzplätzen, am besten noch mit einem Freund zusammen: »Denen rate ich dann immer gleich, sich schon mal einen Zweitjob zu suchen.« So, wie Attila Kiziltas selbst, der aus der Bar heraus ein Cocktail-Catering-Unternehmen generiert hat, um das Bargeschäft rentabel zu machen: »Wenn

---

## ATTILA KIZILTAS

ist Betreiber der Kölner SHEPHEARD BAR. Die vielfach ausgezeichnete und preisgekrönte Bar ist nach einem berühmten Hotel im Kairo des 19. Jahrhunderts benannt und war schon immer für ihre exzellenten Bartender bekannt. Unter anderen sorgten sich schon Mirko Gardelliano, Ricardo Albrecht und Stephan Hinz (Mixologe des Jahres 2010) hier um das Wohl der Gäste. Attila Kiziltas und sein Team bieten auch Caterings und mobile Barkultur für Veranstaltungen jeder Art.

— SHEPHEARD.DE



**Es geht ja nicht nur darum, Drinks zu mixen, der Job des Bartenders ist da eigentlich der komplexeste in der ganzen Gastronomie.**

ich nur vom Shepheard leben müsste, würde ich zurecht kommen, müsste aber ganz, ganz kleine Brötchen backen.« Ein arbeitsintensives Geschäftsmodell: An sechs Tagen in der Woche ist die Bar geöffnet, dazu tagsüber der Bürojob, die Organisation der Catering- und Eventaufträge. Zeit für Freundin und Tochter hat er selten.

### *Der Mälzer-Irrtum und adäquate Gästekommunikation*

Auch bei Hans Stefan Steinheuer ist Freizeit eine eher seltene Währung. So viel Arbeit für bescheidenes Geld, schreckt das nicht den Nachwuchs? Steinheuer lacht: »Es wollen ja jetzt gerade wieder unheimlich viele Jungs Koch werden, die sind sich der Arbeit gar nicht bewusst, die es dafür braucht, die denken dabei an Tim Mälzer. Mälzer, übrigens ein ganz Netter, hat neulich mal im Kollegenkreis gesagt: ›Hört mal, das, was ihr könnt, kann ich doch gar nicht, ich will doch gar nicht in eurer Liga mitspielen.‹ Ein Außenstehender denkt schon, das ist der Himmel, was der Mälzer da macht, und dann wollen die auf einmal alle Koch werden! Das ist nicht alles nur schön. Andererseits haben wir jetzt die Situation, dass die Gastronomie in diesem Jahr nur 30 Prozent ihrer Ausbildungsplätze besetzen konnte. Es kommt weniger Nachwuchs. Und die, die sich bei uns bewerben, müssen wir zum Teil wieder heimschicken, die haben das Handwerkliche nicht drauf. Dazu kommt die Entwicklung von Geschmack, das ist nicht jedem gegeben, das ist ja hier Champions League, das erreicht nicht jeder. Bei euch in der Bar ist das wahrscheinlich genauso.« Attila bestätigt die Schwierigkeiten: »Wie in der Küche macht man ja auch Bar nicht wegen der Kohle, das macht man aus Leidenschaft, oder um Zeit zu überbrücken, weil man im Studium steckt. Ich suche seit zwei Jahren fortlaufend neues Personal, das gibt es hier nicht. Ich habe schon Kollegen in Spanien kontaktiert, in Italien, in England, heute kam eine Bewerbung aus Seattle. Es ist sehr schwer, anständiges Personal zu finden. Es geht ja nicht nur darum, Drinks zu mixen, der Job des Bartenders ist da eigentlich der komplexeste in der ganzen Gastronomie. Ähnlich breit ist vielleicht noch der Sommelier aufgestellt, eine Person mit einer gewissen Präsenz gegenüber den Gästen. Beim klassischen

Service im Restaurant läuft immer so ein Gast-Dienstleister-Ding, während wir Bartender dem Gast auf Augenhöhe begegnen, was eine gewisse Kommunikations- und Gastgeberfähigkeit erfordert, am ehesten vergleichbar mit der Arbeit des Chefkochs, der seinen Gästen begegnet.«

Steinheuer schüttelt den Kopf. Erst in den letzten Jahren sei es in Mode gekommen, dass der Koch im Restaurant herumläuft und smalltalkt: »Dabei hat er Aufgaben übernommen, die ihm eigentlich nicht zustehen. Dafür gab es früher den Maitre, der Koch fand im Restaurant nicht statt! Den Maitre gibt es heute nur noch ganz selten, weil es nur noch wenige Persönlichkeiten gibt, dadurch haben sich die Positionen im Restaurant verschoben. Ich bin für die Förderung und Wiederbelebung des Maitre. Der Koch hat die Augenhöhe nicht, der hat gegenüber einem Gast oder einem Journalisten, aufgrund seines Intellekts, eigentlich keine Chance. Es ist immer Unterwürfigkeit da, das können nur ganz wenige Köche.« Aber ist es nicht so, dass ein Großteil der Gäste den Besuch des Chefkochs an ihrem Tisch sehr schätzt, mitunter einfordert, frage ich. Steinheuer gibt die Frage zurück: »Glauben Sie, dass das seine Aufgabe ist? Ich bin da mal provokant, ich bin nicht der Meinung. Meine Frau hat den Gast auch schon begrüßt und umsorgt, ebenso Herr Bordthäuser, unser Sommelier, unsere Küchenmannschaft hat das Beste getan, was sie kann, wir haben im Service alles gegeben, was wir können – und dann komm' ich noch mal zum Abfragen, um mich noch mal blicken zu lassen? Ich stell mal eine andere Frage: Denken Sie, der Gast hat das mitgekauft? Ich glaube nicht.« Ebenso wenig Verständnis hat Steinheuer für jene Gäste, die seine Anwesenheit voraussetzen. Auch die hätten ja nicht ihn gekauft, sondern eine gute Küchenleistung. Jüngst unterstellte ein Gast dem Sternekoch sogar fehlenden Teamgeist, obwohl er, Steinheuer, immer vom Teamgedanken spreche, habe er seine Mannschaft an diesem Abend allein gelassen. »Der hat doch einen Schuss! Ich hab dann beim Kollegen Moissonnier in Köln angerufen und gefragt: Passiert Ihnen auch so was? Da hat er geantwortet: Ich schmeiß' diese Morddrohungen immer gleich weg.«

## HANS STEFAN STEINHEUER

Er gehört zu den zehn besten Köchen Deutschlands, STEINHEUERS RESTAURANT ist ausgezeichnet mit zwei Michelin Sternen und 19 Punkten im Gault Millau. Nach mehr- und Wanderjahren übernahm er vor über 25 Jahren den elterlichen Betrieb in seinem Geburtsort in Bad Neuenahr. Mit seiner Frau Gabriele führt der ehemalige Präsident der deutschen Sektion der JEUNES RESTAURATEURS D'EUROPE heute neben dem Sternerestaurant noch den Landgasthof Poststuben und ein eigenes Hotel. Im Präsidium der Vereinigung L'ART DE VIVRE – DIE DEUTSCHE KOCHKUNST engagiert Steinheuer sich für eskkulturelle Bildung und eine bessere Lobby der deutschen Köche und ihrer besten Köche. Steinheuer ist zudem Vorstandsmitglied der Deutschen Akademie für Kulinaristik.

—STEINHEUERS.DE

