

HOGAPAGE

Das Magazin für Hotellerie & Gastronomie



Jobbörse

Nachrichten

Einkaufsführer

Shop

Ab nach draußen!

Top-Ideen für ein erfolgreiches
Outdoor-Geschäft 16

**Taiwan
Klein, aber wow!**

Genuss zwischen Hoch- & Garküche 30

High-Tech Entertainment 70

**Sicherheit
zum Re-Start**

Hygiene & Lüftung 38

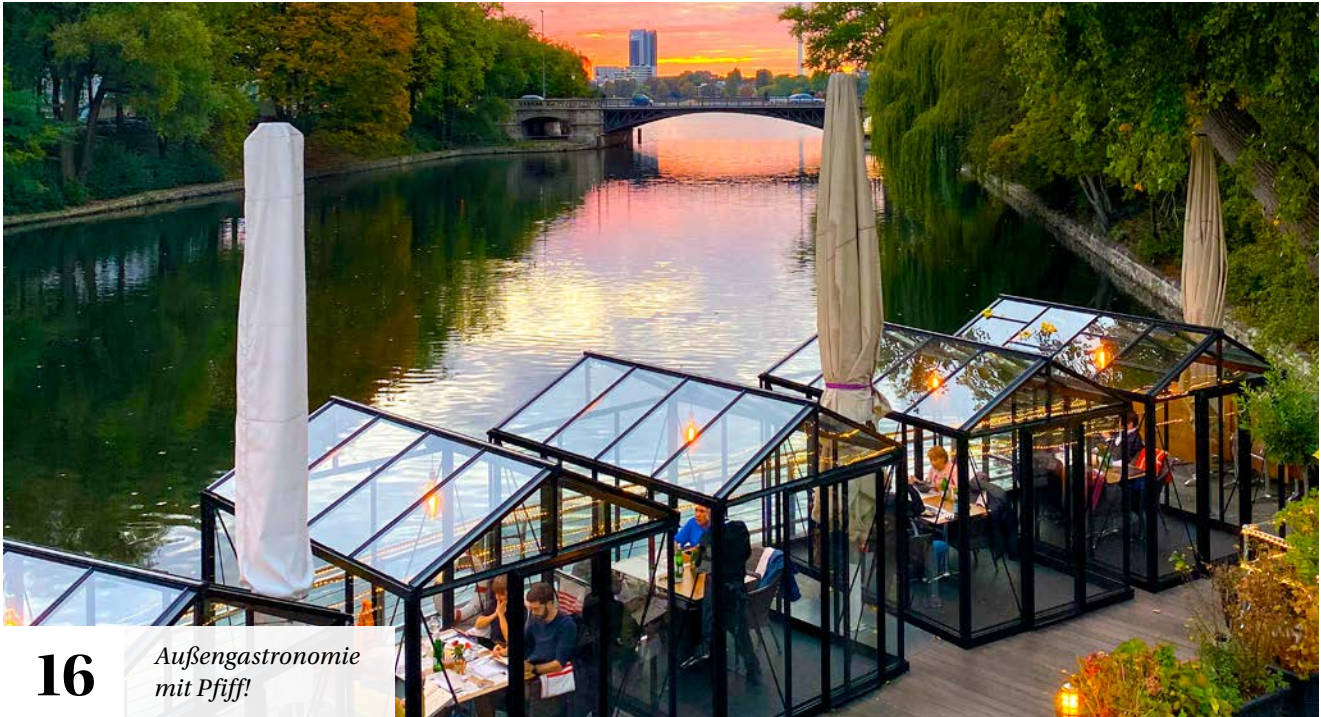
Sommerdrinks 62

**Historisches Hideaway
der Extraklasse**

Schlosshotel Kronberg 84

F(r)isch & nachhaltig 56

INHALT



16

*Außergastronomie
mit Pfiff!*

ENTRÉE

Info-Häppchen und Neues 8

HOGAPAGE GASTROPOLIS 11

Ploners Gastro-Kolumne

Was kommt
nach dem Sommer? 12

TITELSTORY

**Außergastronomie –
aber bitte mit Pfiff!**
Unsere Top-Ideen für
ein gelungenes
Outdoor-Geschäft... 16

SPECIAL

**Sind wir schon da?
Der digitale Wandel**
Bestandsaufnahme
nach über einem Jahr
»New Normal« 24

AROUND THE WORLD

**Taiwan –
Klein, aber WOW!**
Geheimtipp für Genießer:
Zwischen Hoch- & Garküche 30

BRANCHE INSIDE

Sicher ist sicher
Re-Start mit Hygiene-
konzept und Luft-
reinigungsanlage 38

MANAGEMENT & MARKETING

**Recruiting Prozesse
erfolgreich optimieren**
Aktuelle Herausforderungen
bei der Mitarbeitersuche 42

FIGHT CLUB
Restauranttisch-Abpfiff
nach 90 Minuten? 46

SYSTEMGASTRONOMIE

**Mission Mitarbeiter-
bindung ist geglückt**
Wie die Systemgastronomie
den großen Personalschwund
verhindern konnte 50

FOOD & BEVERAGE

Aus dem Wasser, Marsch!
Ein Sommer mit Fisch und
Meeresfrüchten... 56

**The Big Five – Food-Kolumne
von Andrew Fordyce**
Was heißt schon nachhaltig? 61

Der Sommer kommt ...
Zwischen Cocktails,
Eistee und Hard Seltzer... 62

Milch – Mit oder ohne Muh ...
Einzigartig oder
einfach von gestern? 66

Wir sind der Dienstleister für termin- gerechte Abholung und professionelles Recycling von gebrauchtem Speisefett bzw. Speiseöl in Süddeutschland.

Als Partner der Gastronomie stellen wir rund 25.000 Gaststätten, Kantinen und anderen gastronomische Betrieben unseren **Sammelbehälter – die Fettbox.**

Lassen auch Sie Ihr **Altspeisefett** professionell und sauber entsorgen!



Der Altfett Lesch Treuetropfen



Partner werben Partner

- Prämie bei Vertragsabschluss
- Umsatzprämie

Empfehlen Sie uns ein Unternehmen weiter und erhalten Sie eine **Prämie für den Vertragsabschluss**, sowie eine **Umsatzprämie nach sechs Monaten!**

Weitere Infos unter www.altfett-lesch.de/treuetropfen/



Taiwan – Klein, aber WOW!

30



66

Milch – Mit oder ohne Muh ...

TECHNIK & EQUIPMENT

Spot an, let's entertain!

Hotel-Technik, die Gäste begeistert 70

Saubere (Spül)Sache

Hygienisch zuverlässige und nachhaltige Spüllösungen für Profis 74

KARRIERE & RATGEBER

Den Lernhorizont erweitern

Fünf Weiterbildungstipps für Wissbegierige 78



38

Re-Start mit Hygienekonzept

STARS & LEGENDS

Hideaway mit Historie

Residieren wie zu kaiserlichen Zeiten 84

10 Fragen an ...

Patricia Aulitzky 90

Jetztz rede ich!

Der Knoblauch im Exklusiv-Interview 92

SERVICE

Editorial 3

Bücher – Lesestoff für Profis 48

Bildungskompass 81

News aus den Verbänden 94

HOGAPAGE Marktplatz 96

Vorschau / Impressum 98

Außengastronomie – aber bitte mit Pfiff!

Unsere Top-Ideen für ein gelungenes
Outdoor-Geschäft...



Draußen boomt wie nie zuvor! Ein Großteil des Gastro-Umsatzes generiert sich mittlerweile an der frischen Luft. Lassen Sie sich inspirieren mit Ideen, die sich bereits bei verschiedenen Hotels und Restaurants bewähren. Wir haben uns umgehört und einiges für Sie entdeckt – vom cleveren Sitz-Accessoire bis zum zauberhaften Show-Event.

Text: Sebastian Bütow

Beginnen wir mit einem Mega-Hotspot: Das weit über Deutschland hinaus berühmte Berliner Szene- und Sternerestaurant »Nobelhart & Schmutzig« sorgt mal wieder für Furore. Mit Sitz in der Berliner Friedrichstraße konnte das Sternerestaurant bisher »nur« Fans der außergewöhnlichen Innengastronomie begeistern, musste aber coronabedingt pausieren. Nun erobern die Macher den Outdoor-Bereich. Temporär zumindest, auf den luftigen Dächern von Kreuzberg. Mit ihrem Ableger auf der Dachterrasse des Ateliers im »Aufbau Haus« am Moritzplatz.

Drüber & Drauf heißt das Pop-up-Restaurant, das mit einem phänomenalen Blick über Berlin und einer »brutal lokalen Speisefolge aus zehn Gängen« fasziniert. »Es war natürlich eine riesige Herausforderung, die richtige Location zu finden«, so Juliane Winkler vom N&S, »aber diese war quasi »nackig«. Wir mussten uns um alles selbst kümmern, haben eine Küche einbauen lassen, Sitzmöbel gemietet, einen Zeltbauer beauftragt.«

Denn: »Uns war schnell klar, dass wir im Falle schlechten Wetters ein Überdachungs-Konstrukt brauchen, die Zeltdach-Lösung war unabdingbar. Zumal schwieriges Wetter die Gäste verunsichert und sie nicht genau wissen: Können wir da jetzt hin oder nicht?« »Damit sich der immense logistische Aufwand amortisiert, haben wir die Preise im Gegensatz zum Restaurant höher gesetzt«, erzählt N&S-Macher Billy Wagner. Werktags kostet das Menü 130 Euro, am Wochenende 150 Euro, es beinhaltet eine Art Logistikpauschale.« Es gibt auch einen Getränkemindestverzehr in Höhe von 80 Euro. Wagner: »Wir sind in der glücklichen Lage, dass wir das Geld von den Menschen kriegen, dass sie trotzdem kommen. Wichtig ist, dass der Gast vor dem Besuch die Summe auf der Uhr hat.«

FRIESENKRONE
Aus Liebe zum Fisch



Endlich grillen!

Steak und Würstchen auf dem Grill – das kann jeder: Friesenkronen macht sich stark für mehr Fisch auf dem Rost. Drei ausgewählte Grillstars von Friesenkronen bereichern ab Juni die saisonale Speisekarte mit lecker-leichter und gesunder Abwechslung.

Mit den drei Fisch- und Seafood-Hauptdarstellern lässt sich im Handumdrehen ein abwechslungsreiches Grillbuffet zaubern. Einfach ein bisschen gegrilltes Gemüse dazu, ein bunter Salat und frisches Baguette – der Gastgeber kann seiner Fantasie freien Lauf lassen.

Flammlachs mit einem angenehm milden Raucharoma lässt sich unkompliziert auf der oberen Grillebene aufwärmen und schmeckt perfekt zu frischem Brot und knackigem Salat.

Lachsknacker werden kurz gegrillt, sind zart im Biss und würzig im Geschmack – die perfekte Alternative zur Bratwurst – und ein Gedicht mit selbstgemachter Honig-Senf-Sauce.

Garnelensalat mediterran – besonders lecker dank frischen Zucchini, Paprika, Zwiebeln und Tomaten – wird in einer Pfanne auf dem Grill nur kurz gewärmt und ist umgehend servierfertig.

» Ideen und Infos zur Grillsaison auf  

SPECIAL

Sind wir schon da?

DER DIGITALE WANDEL



Foto: iStockphoto

Nach über einem Jahr »New Normal« ist es an der Zeit für eine Bestandsaufnahme.

Die längst überfällige Digitalisierung des Gewerbes in den Bereichen, wo diese sinnvoll ist, wurde im Krisenjahr mehr als je zuvor vorangetrieben: Mit 57 von 100 möglichen Indexpunkten haben die Gastbetriebe den Digitalisierungsgrad gegenüber dem Vorjahr um drei Punkte gesteigert. Das zeigt die Studie »Digitalisierungsindex Mittelstand 2020/2021« im Auftrag der Deutschen Telekom. Wir haben uns umgesehen, ob die Realität mit dieser Studie mithalten kann. *Text: Michael Eichhammer*



Ob digitale Speisekarten, Reservierungs- und Buchungssysteme, die digitale Aufnahme der Gästedaten im Restaurant oder der elektronische Self-Check-in und Self-Check-out: Zahlreiche Gastbetriebe haben 2020 digitale Prozesse eingeführt und neue digitale Geschäftsideen auf den Weg gebracht«, so die Telekom über den Status quo im Gastgewerbe. Auch modernes Entertainment wie die digitale Gästemappe stehen hoch im Kurs. Kassensysteme erleichtern die interne Verwaltung – von der Bestellung über eine transparente Warenwirtschaft, die Koordination mit der Küche oder die Abrechnung und bargeldlose Bezahlung bis hin zur papierlosen Umsatzsteuervoranmeldung auf Knopfdruck.

Deutlicher denn je offenbarte sich in der Pandemie-Ära auch, wo die Unternehmen in Sachen Digitalisierung stehen und wo nachgebessert werden muss. Das beginnt bereits bei der Basis-Infrastruktur: »Mancher hat in der Zwischenzeit sein Wifi aktualisiert oder auch sein PMS gewechselt«, weiß Moritz von Petersdorff-Campen, Mitgründer und Geschäftsführer von SuitePad. »Stand heute haben 80 Prozent der Hotels ein Wifi, das dafür ausreicht. Da hat die Pandemie geholfen.«

Nur wer sich im Web nicht versteckt, wird gefunden

Aus Gastronomensicht wuchs die Erkenntnis, dass es unabdingbar ist, im Internet gefunden zu werden sowie

Take-away oder Belieferung als weiteres Standbein anzubieten, um in Krisenzeiten eine Stabilität ins Geschäft zu bekommen. »Hinter der Entwicklung von Delivery- und Take-away-Angeboten stehen große Herausforderungen«, weiß Stephan von Bülow, Vorsitzender der Geschäftsführung der Block-Gruppe, zu der unter anderem die Block-House-Kette gehört. »In Restaurants, in denen Gästen eine hohe Essenqualität geboten wird, ist diese Qualität auch bei der Lieferung nach Hause zu gewährleisten.« Anders ausgedrückt heißt das: Der Gast erwartet, dass das Essen beim Gast zuhause so ankommt, wie er es im Restaurant serviert bekäme.

Neben der Darstellung des eigenen Restaurants im Web ist auch eine digitale Speisekarte elementar wichtig geworden. In Zeiten der gelockerten Maßnahmen, die Innen- oder zumindest Außengastronomie gestatten, ist zudem die digitale Reservierung inzwischen großer Branchentrend.

Digitale Helfer als Chance, sich auf die Wurzeln zu besinnen

Auch andere zentrale Prozesse, die man im Betrieb benötigt, werden zunehmend durch digitale Tools unterstützt – sei es Schichtplanung, das direkte Abrechnen der Mitarbeiter über das digitale Kassensystem oder die digitale Fiskalisierung, automatisch ans Finanzamt. Auch das moderne Bewerbermanagement wurde innerhalb der Pandemie vorangetrie-

TAIWAN



Foto: iStockphoto

TAIWAN – KLEIN, ABER WOW!

Geheimtipp für Genießer: Zwischen Hoch- & Garküche

Die Menschen sind nett, das Land ist sauber, slumfrei, sicher. Schöne Badestrände gibt's, Berge zum Bekraxeln. Klingt noch nicht cool genug? Nun, Taiwan ist auch nicht cool, nur eine einzige flauschige Genussinsel. Das findet nicht nur der Guide Michelin. Und wer das hektische China kennt: Das Reisen hier ist eine wahre Wohltat.

Text: Gabriele Guetzer



Der Sommer kommt ...



Zwischen Cocktails, Eistee und Hard Seltzer – den Umsatzbringern auf der Spur ...

Der Sommer kommt, und mit ihm die Lust der Gäste auf erfrischende, kühle Drinks. Aber: Mit welchen Trends lässt sich am besten Geld verdienen? Und wie lassen sich die Kreationen am besten verkaufen? Wie macht man Durst auf den Sommer? Wir haben Antworten auf all diese dringenden Fragen... *Text: Gabriele Guetzer*

Schon länger geht in den USA nichts mehr ohne Hard Seltzer, auch Hard Soda genannt. Das Getränk ist in einer Instagram-freundlichen Optik in 0,3-Liter-Dosen abgefüllt und in unterschiedlichsten Geschmacksrichtungen erhältlich. Es erfüllt diverse Trends auf einen Schlag: Der Alkoholgehalt ist niedrig, es ist glutenfrei und meist auch vegan, der Zuckergehalt ist zu vernachlässigen, es hat viel weniger Kalorien als Bier, die Dosen sind gut zu recyceln. Erst einige Jahre auf dem Markt, sieht das Branchenmagazin The Drinks Business für dieses Jahr einen Umsatz von 2,5 Mrd. Dollar voraus und erwartet bis 2023 eine Verdreifachung.

Bubbles in schicken Dosen

Hard Seltzer besitzt wie Sprudel die aktuell beliebten Bubbles, die allerdings hier durch den natürlichen Brauvorgang der Fermentation entstehen. Die Basis dafür kann Wein sein, Zuckerrohr oder Malz. So gingen Anfang letzten Jahres die kalifornischen Riesenwinzer Gallo erstmals seit 55 Jahren mit einem neuen Produkt – Hard Seltzer in vier Geschmacksrichtungen – an den Start. Auch große Bierbrauer wie Molson Coors sind auf den Trendzug aufgesprungen. Denn der niedrige Kalorien- und Zuckergehalt der Hard Seltzers spricht eine jüngere Generation an, die sie als Abnehmer schon für verloren hielten. Die Generation nämlich (männlich und weiblich), die den Bierbauch nicht mehr für ein Statussymbol hält. White Claw machte bereits 2019 über 1,5 Milliarden Dollar Umsatz mit ihren Dosen und ist gut sichtbar beim Lifestyle-Festival

Coachella in Südkalifornien platziert. Zwischendurch durften sie sogar schon Lieferschwierigkeiten melden.

Das größte deutsche Getränkeunternehmen Coca-Cola Deutschland reagierte auf den Trend mit dem Kauf einer im Premiumbereich angesiedelten, mexikanischen Mineralwassermarke namens

Topo Chico. Gerade haben sie im deutschsprachigen Raum Topo Chico Hard Seltzer mit 4,1 % Alkoholgehalt und 99 Kalorien pro Dose auf den Markt gebracht. Mit Sorten wie Cherry Acai sind auch sie eindeutig dem jungen, gesundheitsbewussten Verbraucher auf der Spur. »Ein bisschen wie vegane ungesüßte Eiscreme«, beschreibt das Magazin Mixology das Phänomen Hard Seltzer. Klar, dass auch unsere Hauptstadt mitmischt: Berlin Seltzer wirft Aromen wie Yuzu, Rosmarin und Ingwer in den Ring.

Leichtigkeit im Glas

Bei Weinschorlen hat die neue Freude an weniger Alkohol für einen echten Schub gesorgt. Auch wegen dreier Freunde, Cornelius, Annik und Dominik. Einer ist gelernter Winzer, die zwei anderen Marketing- und Grafikexperten. Heraus kam Schorlefranz. Der Name ist gut, das Logo (Hipster mit trendigem Bart aus Trauben) einprägsam. Kein Wunder, dass ihre trinkfertigen Weinschorlen in der schönen Lifestyle- und Modewelt der Zeitschrift Grazia angekommen sind. Tatsächlich

TIPP:

Israelische Minz-Limonade ist voll im Trend: »Limonana« kühlt gut runter, erfrischt und ist appetitanregend.



WELTNEUHEIT ULTRA HYGIENISCHES GLAS MIT ANTIMIKROBIELLER BESCHICHTUNG



V-BLOCK
A SISECAM TECHNOLOGY

ERSETZEN SIE JETZT IHRE GLÄSER.
VORBEREITET SEIN AUF DIE NEUE NORMALITÄT.



Entwickelt von
Sisecam
Wissenschaftlern



24/7 Hygiene mit
Antimikrobieller
Technologie



Bewährte Formel
verhindert das
Wachstum von
Mikroorganismen



Grosse
Produktportfolio
Verfügbarkeit



Pasabahce Glas GmbH Schwanenhöfe
Erkrather Strasse 228 B 40233 Düsseldorf
Phone: +49 211 38733400
Email: info_pasabahce_glas@sisecam.com

SISECAM
GLASSWARE

Für weitere Informationen scannen
Sie den QR Code oder besuchen Sie
www.pasabahce.com





Spot an, let's entertain!

Hotel-Technik, die Gäste begeistert

Zimmer-TV-Tausendsassas mit exklusivem Netflix-Deal, Outdoor-fähige Fernseher, brillante Soundanlagen und Roboter, die dem Gast Drinks und Snacks an die Zimmertür bringen. Wir präsentieren brandneues und für Hotels ertüfteltes Tech-Equipment, das nicht nur Nerd-Gäste bestens entertaint.

Text: Sebastian Bütow

So sollte es idealerweise funktionieren, wenn Streaming-Fans umgehend nach dem Einchecken im Hotel die nächste Folge ihrer Lieblingsserie auf Netflix verschlingen wollen: Mit dem Handy oder Tablet mit persönlichem Account einloggen, und schwupp übernimmt das Hotelzimmer-TV-Gerät das Bild. Unkompliziert und sofort. Ohne nerviges Recherchieren, wie der Zimmerbildschirm mit dem eigenem Gerät connectet wird. Dieses Prozedere sollte wie von Geisterhand geschehen.

Klasse Innovation für Serienjunkies aus aller Welt

Und das geht tatsächlich! Reisende haben heutzutage über ihre eigenen Mobilgeräte Zugriff auf jede Menge Unterhaltung in ihrer eigenen Muttersprache. Hotelgäste beispielsweise aus Indien oder China, die fremde Schriftzeichen beim Log-in-Prozedere am

Entertainment-Genuss hindern könnten, kommen, wenn es um Netflix geht, dank State-of-the-Art-TV-Geräten von Philips spielend leicht zurecht.

Philips hat zertifizierten Gast-Netflix-Zugang exklusiv

Der niederländische Tech-Konzern punktet jetzt mit seinen MediaSuite TVs mit von Netflix zertifiziertem, integriertem Zimmer-TV-Zugang, speziell für den Einsatz in Hotels. Ein lohnender Deal für mehrere Parteien, zumal der US-Streaming-Gigant weltweit mittlerweile mehr als 150 Millionen Kunden zählt. Neben dem einfachen Login-Handling besteht ein weiterer Vorteil darin, dass Netflix je nach Abo nicht auf beliebig vielen Geräten genutzt werden kann. Wer nur das simple Basis-Abo abgeschlossen hat, hätte gar nicht die Möglichkeit, sich zusätzlich auf einem anderen Gerät einzuloggen.

»Die Netflix-Integration ist Teil einer Reihe neuer leistungssteigernder Feature-Upgrades, die für bereits existierende, aber auch für neue MediaSuite Pro-TVs verfügbar sein werden«, erläutert Marco Velten von Eichberg Hotelmedien GmbH Süd. Er ist darauf spezialisiert, Hotels mit zeitgemäßen Tech-Lösungen auszustatten.

Netflix im Hotel – nur im Zimmer erlaubt

Warum lohnt sich ein Netflix-genehmigtes Hospitality-TV-System? Neben dem spielend leichten »Mirroring« legt der US-Marktriase im gewerblichen Bereich seit vielen Jahren sehr klare Parameter für die Einstellungen fest. So ist etwa klar definiert, dass Netflix nur in den Hotelzimmern gestreamt werden darf. In den öffentlichen Bereichen des Hotels – einschließlich Restaurants, Bars, Lobbys und Freizeitbereiche – ist dies tatsächlich offiziell untersagt.



Die neuen Fernseher aus der Produktreihe Samsung »The Terrace« trotzen zuverlässig Wasser und Staub.

Zu den Upgrades der Philips-Hotel-TVs zählen auch die neueste Android P-Software und die Sprachsteuerungsfunktion von Google Assistant. Heißt: Die Fernbedienung kann, sofern vom Gast gewünscht, ganz easy mit der eigenen Stimme gesteuert werden.

Niemand da zum Reden? Sogar das erledigt Google am TV

Gäste können Google auch Fragen stellen, die direkt via TV beantwortet werden. Zudem lassen sich Lieblingsfilme, Musikfavoriten und vieles mehr mit integrierter Chromecast-Technologie übertragen. Dies ermöglicht unter anderem das kabellose Streamen von Filmen, Präsentationen und den Zu-

gang zum Google Play-Store via sogenannter Smart Devices (Handys, Laptops, Tablets) auf diese Philips-TV-Geräte mit Android. Die Gäste drücken einfach auf das Chromecast-Icon ihres Smartphones und starten damit das Streamen der Inhalte von tausenden Cast-fähigen Apps. Alles wandert so vom kleinen Display auf den großen TV-Bildschirm.

»Der Hotelgast von heute ist anspruchsvoll, was TV betrifft«, fasst Hendrik Thomas vom Hotel-TV-Ausstatter Nordiq zusammen. »Er will große Bildschirme, gestochen scharfe Bilder, eine Vielzahl von TV- und Radio-Programmen und die Möglichkeit, auf Streamingdienste, Apps und Mediatheken zuzugreifen.«



Bose Lautsprecher im Hamburger Fontenay Hotel an der Alster.

Über 80 Modelle schnell lieferbar!
Mehr als 800 Artikel im Webshop!



Foto: Villa Weißhaus GmbH
ifa Immobilien

schon ab €
69,90
PREIS-TIPP



NEU!



BAKINO
ab € 39,90

✓ sofort lieferbar!



COBALT-GREY

✓ passender Barhocker lieferbar



LIZARD-GREY
nur € 49,90



JONES GREY
nur € 49,90



SARAVO-P
ab € 49,90

Viel mehr Modelle unter www.objekt-m.com



FRANZ
nur € 55,90



JOSEF 120 x 80
nur € 149,90



✓ auch in 80 x 80



Kataloge heute noch anfordern unter www.objekt-m.com

SITZBÄNKE WIE MASSGESCHNEIDERT AB € 179,90!



Hotel Zuckerfabrik | Stuttgart

Tel. (+49) 09562 20296826
www.objekt-m.com

Alle Preise zzgl. MwSt. und Versandkosten ab Lager Sonnefeld. Irrtümer und Änderungen vorbehalten.

Hideaway mit Historie

Residieren wie zu Kaisers Zeiten



Das Schlosshotel Kronberg ist ein luxuriöser Rückzugsort am Rande von Kronberg – einem malerischen Ort im Taunus, unmittelbar vor den Toren Frankfurts. Von Victoria Kaiserin Friedrich erbaut und 1893 fertiggestellt, bietet eines der eindrucksvollsten deutschen Schlösser seinen Gästen lebendige Geschichte zum Anfassen.

Text: Martina Kalus

Inmitten einer prachtvollen Parkanlage mit alten, sehr imposanten Bäumen und angrenzendem Golfplatz liegt das Schlosshotel Kronberg. Bereits in der Auffahrt zum Schloss, wenn sich das schwere Eisentor öffnet, spürt man den Zauber des Ortes. Über dem Haupteingang des 5-Sterne-Superior Hotels steht »Friderici Memoriae« geschrieben: »Zum Andenken an Friedrich.« Victoria Kaiserin Friedrich, Königin von Preußen, fand nach dem frühen Tod ihres Mannes, des »99-Tage-Kaisers« Friedrich III., eine neue Heimat im Taunus nahe Frankfurt. So ließ Kaiserin Friedrich, wie sie sich nach dem Tod

ihres Mannes nannte, auf einem weitläufigen Gelände oberhalb des Städtchens Kronberg nach den Plänen des Hofbaudirektors Ernst von Ihne Schloss Friedrichshof erbauen.

Nach vier Jahren Bauzeit wurde das repräsentative Gebäude 1893 fertiggestellt. »Das Schloss verfügte für die damalige Zeit über luxuriöse Neuheiten wie Zentralheizung, Lastenaufzug und elektrisches Licht«, erzählt Dominik Ritz, General Manager des heutigen Schlosshotels. Aus Potsdam holte die Kaiserin den Hofgärtner Hermann Walter und ließ ihn einen Park im

10 FRAGEN AN ...

A close-up portrait of Patricia Aulitzky, a woman with wavy brown hair and blue eyes, looking slightly to the right. She is wearing a dark top. The background is a soft-focus green foliage.

... Patricia Aulitzky

Sie brillierte als Falcos Frau in dem Kino-Biopic »Falco – Verdammt, wir leben noch« und spielte sich mit der Titelrolle in der Hebammen-Serie »Lena Lorenz« in die Herzen eines Millionenpublikums. Die Österreicherin Patricia Aulitzky, Jahrgang '79, wuchs in Tirol und Salzburg auf und hat vor ihrem Durchbruch als Schauspielerin schon so einiges von der Welt gesehen. Neben Theater, Kino und TV ist Musik und Gesang ihre große Leidenschaft. Demnächst kommt das erste Album ihres Elektro-Projekts Oxytronic auf den Markt. Zuletzt war Patricia Aulitzky in der Hauptrolle des Quotenhits »Das Mädchen aus dem Bergsee« zu sehen, den im ZDF mehr als sieben Millionen Zuschauer sahen.

Interview: Sebastian Bütow



Sie leben in Wien und Berlin. Was vermissen Sie jeweils in der anderen Stadt?

In Wien vermisse ich den Landwehrkanal und meine Berliner Freunde. Berlin ist noch vermischer, was die verschiedenen Kulturen betrifft. Das mag ich sehr gern. Das Leben auf der Straße, gerade jetzt im Sommer, ist in Berlin aufregender. Anfangs habe ich in Berlin ein leckeres Wiener Schnitzel vermisst, dann aber ein sehr gutes Gasthaus bei mir in Kreuzberg gefunden! Im »Wirtshaus zum Mitterhofer« bekomme ich ein extrem gutes Wiener Schnitzel.



Was ist für einen Schauspieler der große Unterschied zwischen TV-Kamera und Theater?

Das Publikum macht natürlich einen Unterschied. Da ist eine Energie, wenn Live-Publikum dabei ist. Da springt ein Funke über! Das ist ein ganz tolles elektrisierendes Gefühl. Im Theater wird viel geprobt und chronologisch gearbeitet. Beim Film muss man dagegen meist sofort in seiner Rolle funktionieren. Bei »Das Mädchen aus dem Bergsee« gibt es etwa eine Szene, in der ich meinen Vater bedrohe und zur Rede stelle, eine ganz intensive und emotional aufgeladene Szene, und diese mussten wir gleich am allerersten Drehtag drehen.



Worauf dürfen wir uns demnächst von Ihnen freuen?

Zum Beispiel auf den TV-Movie »Jeanny«. Diese Produktion ist inspiriert von dem Falco-Titel, es geht um verschwundene Mädchen. Auch »Blind ermittelt« wird fortgesetzt. Außerdem arbeite ich gerade an meinem ersten Musikalbum. Das Projekt heißt Oxytronic, es ist elektronische Musik mit deutschen und englischen Texten.



Welcher Film hat Ihnen zuletzt sehr gefallen?

Oft sind es Fragmente, die mich beeindruckten. Bei der Miniserie »Halston« hat mich das Schauspiel von Ewan McGregor sehr beeindruckt, der einen Modedesigner spielt. Ich mag gerne Filme und Serien von und über Frauen, die sich etwas trauen, die Sachen einfach selbst in Hand nehmen. Deshalb freue ich mich sehr auf den Film »Promising Young Woman« von der britischen Schauspielerin Emerald Fennell.



Sie haben sich in einem Interview als »moderne Nomadin« bezeichnet.

Als Schauspielerin reise ich zwar sehr viel, bin tatsächlich aber recht selten in Hotels zu Gast. Ich bin lieber mit dem Dachzelt unterwegs, wir reisen viel mit unserem VW-Bus herum. Wenn ich beruflich in anderen Städten unterwegs bin, versuche ich, bei Freunden oder Verwandten zu wohnen. Corona hat meine Reiselust natürlich ausgebremst, ich lechze danach!



Ist ein Hotelzimmer nicht besser geeignet zum Texte lernen?

Das gelingt mir auch sehr gut in Cafés. Meist arbeiten die Freunde, bei denen ich übernachtete, sodass ich auch bei denen gut arbeiten kann.



Welche Gastro-Locations haben es Ihnen angetan?

In der Nähe der Wiener Oper gibt es das »Guesthouse«, ich liebe es, dort zu frühstücken. Es ist übrigens auch ein sehr, sehr nettes Hotel. Das Gebäck wird dort selbst gebacken, sie machen köstliche Salzstangen und ein sehr gutes Rührei. Da ich ein begeisterter Frühstückler bin, ist es genau der richtige Ort für mich. Ganz lange frühstücken und mich dabei lange unterhalten, das ist mein Schönstes!



Wo frönen Sie sonst noch gerne Ihrer großen Leidenschaft?

Im »Breakfast Club« in der Wiener Schleifmühlgasse. Das ist ein ganz kleines Lokal mit nur drei Tischen, mit etwas Glück stellen sie noch ein Tisch vor die Tür. Der Besitzer legt Jazz-Platten auf und serviert ein köstliches Frühstück. Da gibt's übrigens nur Frühstück, dafür bis drei, vier Uhr, und dann war's das.



Mit welcher berühmten Persönlichkeit würden Sie gerne mal einen Drink an einer Hotelbar nehmen?

Frances McDormand (bekam kürzlich ihren dritten und vierten Oscar für »Nomadland«, d. Red.)! Sie ist eine herausragende Frau und Persönlichkeit, die keinen einzigen schlechten Film gemacht hat. Sie ist so unprätentiös und authentisch, mit der würde ich mich gerne mal unterhalten.



Das Leben ist zu kurz, um ...

... nicht das zu machen, worauf man Lust hat – egal, was wer anderer sagt!

JETZT REDE ICH!

*Der
Knoblauch
im Exklusiv-
Interview*





Ein Star wurde dank ihm weit über 100 Jahre alt. So ziemlich jeder liebt seinen Geschmack – und verflucht am Tag danach seinen Geruch. Der KNOBLAUCH im Exklusiv-Interview.

Sicherlich ist Ihnen der legendäre Schauspieler-Grandseigneur und Sänger Johannes Heesters ein Begriff. Er wurde 108 Jahre alt und antwortete auf Fragen, warum er im hohen Alter noch so vital sein konnte, immer gerne mit: Knoblauch-Schnaps.

Ach ja, eine herrliche Anekdote! »Jopi« trank immer selbstgemachten Schnaps mit ordentlich drin von meiner Weingeist. Dafür hackte er mich fein, füllte eine Glasflasche zu einem Viertel damit, goss dann mit holländischem Genever auf und ließ den Trunk wochenlang auf der Fensterbank ziehen. Jetzt verrate ich Ihnen mal ein Geheimnis. Was glauben Sie, warum Angelina Jolie so verdammt jung aussieht? Richtig: Weil sie täglich Knoblauch-Tee trinkt.

Apropos jung bleiben...

Ich ahne, worauf Sie hinauswollen. Es ist eigentlich ganz einfach: Frisch hält man mich ziemlich lange, wenn ich nicht geschält werde. Eine ungeöffnete Knolle bleibt bis zu sechs Monate frisch, wenn man mich kühl und luftig lagert. Aber einzelne, aus der Knolle herausgelöste Zehen, die halten maximal drei Wochen.

Sie gelten als Jungbrunnen, schützen vor vielen Krankheiten. Wahrheit oder Mythos?

Wenn ich Ihnen jetzt aufzähle, wogegen ich helfe und schütze, wären wir Weihnachten noch nicht fertig! Haarfall, Akne und vieles mehr. Ich helfe vor allem dem Herzen! Mahlzeiten mit viel Knoblauch senken das LDL-Cholesterin und beugen damit auch Thrombosen, Schlaganfällen und Herzinfarkten vor.

Stimmt es eigentlich, dass Sie auch vor Blutsaugern schützen? »Dracula«-Autor Bram Stoker haben Sie ein Image zu verdanken, das sich bis heute in den Köpfen der Menschen verankert hat.

(Lacht.) Und ich dachte, Sie kommen von einem seriösen Magazin! Ob es Vampire gibt, weiß ich nicht. Was ich Ihnen aber sagen kann, ist, dass norwegische Forscher vor Jahren das Verhalten von Blutsaugern untersucht haben, wenn Sie es mit mir zu tun bekommen. ‚Aufgrund des Mangels an Vampiren verwendeten wir stattdessen Blutegel‘, schrieben Hogne Sandvik und Anders Baerheim in ihre Untersuchung von 1994. Haha! Die Tiere mussten sich entscheiden zwischen einer mit mir beschmierten und einer sauberen Hand.

Und, was kam bei dem Experiment heraus?

Zwei Drittel der Blutegel saugten sich lieber an einer Stinkehand fest. Zudem brauchten sie an der Knoblauch-Hand nur knapp 15 Sekunden, um sich festzusaugen, dreimal länger an der sauberen.

Schon die alten Griechen haben Sie vergöttert.

Das kann man wohl sagen! Anstatt eines gewöhnlichen Brautstraußes, traten die Frauen damals vor den Altar mit einem Bund Knoblauch. Ich finde, das sollte man wieder einführen.

Ich hoffe, folgende Frage klingt nicht despektierlich: Haben sie einen wirklich guten Tipp für unsere Leser, was tatsächlich gegen eine Knoblauchfahne hilft?

Nun ja, eine Mundspülung oder Kaugummis helfen, wenn überhaupt, nur ein wenig, weil der in mir enthaltene Stoff Allicin ins Blut gelangt und vor allem über die Haut und die Lunge ausgedünstet wird. Wirklich helfen können nur Chlorophyll-Kapseln aus der Apotheke. Aber wenn Sie selbst kochen, verrate ich Ihnen einen Trick: Braten Sie meine Zehen im heißen Öl an, entfernen Sie diese wieder aus dem Fett. Dann bleibt der Geschmack, ohne die berühmten-berüchtigten Folgen. Aber niemandem weitersagen!

Danke für diesen wertvollen Hinweis! Waren Sie eigentlich schon mal in Chicago?

Nein. Wieso?

Die US-Metropole wurde nach Ihnen benannt. »Chicagaoua« ist das indianische Wort für Wilden Knoblauch.

Das wusste ich nicht, das rührt mich zutiefst. Vielen Dank, dann muss ich dringend mal wieder in die Staaten.

Knoblauch, wir danken Ihnen für das Gespräch. 

Text: Sebastian Bütow