

GOURMET-GESCHICHTEN

DIETER BRAATZ, STV. CHEFREDAKTEUR DER ZEITSCHRIFT „DER FEINSCHECKER“



Neuer Chef am Ostseestrand

Mit einem stark veränderten Konzept ist das Travemünder Spitzenrestaurant „Buddenbrooks“ in den Frühling gestartet: Ein neuer Chefkoch wurde angeheuert, eine neue Chefin im Service gefunden und dem Gourmetsalon des „A-Rosa Hotels“ eine neue Ausrichtung gegeben. Den Feriengästen im Haus soll die Schwellenangst vor dem Betreten des historischen Lübeck-Zimmers genommen werden – auch durch eine moderatere Preisgestaltung. Vier Wochen nach dem Systemwechsel haben wir dem „Buddenbrooks“ einen ersten Besuch abgestattet. Die Regie in der Gourmetküche hat Dirk Seiger übernommen, ehemals Souschef des bisherigen Chefkochs Christian Scharrer und zuvor Küchenchef in „Scharffs Schlossweinstube“ in Heidelberg. Seine Lebensgefährtin Ines Effenberger leitet jetzt den Service. Leider ist die Sommelière Jenny Kunaschk, die wir noch von unserem letzten Besuch durch ihre perfekte Weinauswahl in sehr guter Erinnerung haben, nicht mehr hilfreich zur Stelle – sie wurde zur Restaurantleiterin im Zweitrestaurant „Weinwirtschaft“ befördert. Zur neuen Konzeption im „Buddenbrooks“ gehört auch „Seiger's Esszimmer“, in dem gleich nebenan Hotelgäste mit Halbpension ein Drei-Gänge-Menü von Dirk Seiger an einer langen Tafel serviert bekommen, die bei unserem Besuch sehr gut gebucht war. An diesem Abend bietet die Karte „Gebratene Salzwassergarnele mit Pimentosalat“, „Holsteiner Kalbsrücken mit Stangenspargel und kleinem Kartoffelstrudel“ sowie „Mascarponecreme mit Lüneburger Erdbeeren und Limonensorbet“. Auf Wunsch wird die Halbpension aber auch auf ein Menü im Gourmetrestaurant angerechnet.

Dort stehen jeweils zwei Speisenfolgen des Chefkochs zur Auswahl: das „Menü Buddenbrooks“ (fünf Gänge für 99 Euro) und das „Menü Degustation“ (acht Gänge für 129 Euro). Alle Gerichte können auf Wunsch auch à la carte oder als reduzierte Menüfolge bestellt werden. Und es gibt zum Einstieg nicht mehr das große Panorama der Amuse-Gueules wie bei Christian Scharrer, sondern nur noch einige wohlschmeckende Appetithäppchen zum Aperitif. Auch die Kreationen von Dirk Seiger basieren auf der französischen Haute Cuisine, oft mit heimischen Produkten angerichtet und mit regionalen Akzenten. Exzellent zubereitet ist das Tatar vom holsteiner Ochs, passend begleitet von Roter Bete und Meerrettich. Weniger passend finden wir den karamellisierten Ostsee-Aal in dieser Kombination, einfach zu süß. Der Atlantik-Hummer, saftig gegart, gefällt in der Version „Himmel & Erde“ mit Blutwurst, allein die Blutwurst-Pannacotta trifft in ihrer Konsistenz nicht unseren Geschmack. Ein feiner Zwischengang ist der geangelte Steinbutt mit Kalbskopf, leicht mit Zitrone und Liebstöckel aromatisiert. Nicht begeistert sind wir über das sehr weiche Waller-Filet, das in einer Beurre blanc mit Imperial-Kaviar und Sellerie serviert wird. Die korrekt gegarte Brust von der Bresse-Taube wird von Brokkoli begleitet, mit Aromen von Bitterorange und Blue-Mountain-Kaffeejus. Das Highlight unserer Menüs ist ein gepökeltes Schweinebäckchen mit Berglinsen und Estragon, darüber geeiste Gänseleber. Von der empfohlenen Weinbegleitung zu unseren Menüs, die glasweise zu den einzelnen Gängen angeboten wird, sind wir dieses Mal nicht in jedem Fall begeistert. Allein der 2012er Grauburgunder „S“ vom Weingut Emrich-Schönleber an der Nahe (7,50 Euro) gefällt zum Steinbutt wie auch der 2006er Roda I von den Bodegas Roda (Spanien) zur Taube (14 Euro).

Restaurant Buddenbrooks

im Grand Spa Resort A-Rosa Travemünde, Außenallee 10, 23570 Lübeck-Travemünde, Telefon 04502/307 08 35
Küchenzeiten: Di-Sa 18.30–22 Uhr, So und Mo geschlossen
Sitzplätze: 35 Plätze im Restaurant
Service: aufmerksamer, freundlicher Service
Fazit: Das Erbe von Christian Scharrer im „Buddenbrooks“ anzutreten, ist für den Dirk Seiger nicht einfach. Hinzu kommt die Änderung der gastronomischen Konzeption: Es sollen mehr Gäste ins Restaurant gelockt werden. Erste Ansätze sind vielversprechend.

Kerniger Typ

Mandeln machen schlau, Haselkerne leider oft allergisch. Vor allem aber sind Nüsse Energielieferanten und reich an wertvollen Vitaminen. Ein Hamburger mischt sie erfolgreich zu einem Lifestyle-Produkt

Ich muss mich bei den Nüssen entschuldigen. Manchmal, im Auto, wenn sich unvermutet so ein blondingesteuerter SUV vor meine Stoßstange drängelt oder mindestens anderthalb Parkplätze vor der Bank einnimmt, dann denke ich – oder fauche es auch: „Dumme Nuss!“ Seit ich Denis Burghardt besucht habe, sage ich das nicht mehr, denn das haben die Nüsse nicht verdient. Sie schmecken nicht nur gut und sind gesund – sie haben auch einem Mitteldreißiger zu einem sehr erfolgreichen Start-up-Unternehmen verholfen. Das trägt den subtilen Namen „Kern-Energie“. Nüsse, weiß ich nun also, sind alles andere als dumm.

Burghardt kam vor ein paar Jahren auf die Idee, frische, geröstete, gesalzene, mit Schokolade überzogene oder interessante gewürzte Nusskerne zu mischen, auch mal mit getrockneten Früchten oder nach Sorten getrennt in schicke

am Umsatz, aber zunehmend stellen sich Privatkunden im Internet gern eine persönliche Mischung zusammen und bekommen sie nach etwa sechs Tagen frisch geröstet nach Hause geliefert. Nicht jeder hat schließlich das Alsterhaus, ein „Frische Paradies“ oder einen gut sortierten Edeka-Markt, die alle mit „Kern-Energie“ handeln, in der Nähe.

Die Idee dazu kam dem Vertriebsfachmann in Holland. Burghardt, viel unterwegs, kaufte frisch geröstete, unter warme Nüsse, seine Lieblings-Nascherei aus Jugendtagen, auf einem Markt und war gefangen. „So knackig, so frisch, so köstlich hatte ich Nüsse noch nie gegessen.“ Der ausgebildete Kaufmann, der lange im Vertrieb großer Autofirmen gearbeitet und sich zuletzt beim TÜV mit Zertifizierungen von Internet-Firmen beschäftigt hatte, war überzeugt, dass es vielen anderen so ergehen würde wie ihm und sich darauf ein Geschäft aufbauen lassen müsste. Er konnte den Holländer gewinnen, für ihn zu rösten, fing klein an, bis Ende 2010 die Firma gegründet wurde, zusammen mit dem Agrarwissenschaftler und Partner Heiko Dustmann. „Er hat das fachliche Know-how, ich bin der Vertriebsexperte.“

Ein wichtiger Erfolgsaspekt sind die stets neuen Würzungen wie zum Beispiel: „Hopfensalz ist das Neueste für unsere Nüsse. Schmeckt großartig zum Bier.“ Der Hopfen wird über eine Brauerei schon fertig geröstet bezogen. Der Rest wird von Kern-Energie erledigt. Nur drei Wochen wurde getüftelt. „Wir sind einfach schneller als die Industrie, bei der immer alles erst durch die Gremien muss.“

Der Spiegel Nüsse in der kleinen 60-Gramm-Dose vor mir ist inzwischen bedenklich gesunken. Erd-, Hasel-, Para-, Macadamia-Nüsse und schöne Mandeln, gewürzt mit einer zarten Curry-Mischung, finden wie von selbst den Weg in den Mund. Auch die Haselnüsse mit einem glänzenden Dragee-Mantel aus Schokolade in Dunkel und Hell sind am Ende des Gesprächs alle weg ...

Gut, Nüsse sind gesund. Aber was ist mit den Kalorien? Davon gibt es in Nüssen ja reichlich. Vor al-

VON GISELA REINERS

Aludosen zu füllen und vor allem großen Hotels anzubieten, die über ein Konferenz- und Tagungsgeschäft verfügen. Dort wird die Energie der Kerne als Konzentration steigendes „Brain-Food“ ja besonders benötigt. „Ich bin mit einem Musterkoffer losgezogen und habe (Drehtür-)Klinken geputzt.“ Die Mariotts, Althoffs, Kempinskis und Steigenbergers wie auch andere ließen sich überzeugen und offerieren seither die coolen Dosen in ihren Bars als Begleitung zum Drink und stellten sie dem internationalen Trend folgend auch ins Minibar-Sortiment.

Der Energie-Lieferant Burghardt stammt aus Bayern. Seine für Frankreich schwärmenden Eltern haben den Sohn Denis getauft, mit stummem s und Betonung auf der zweiten Silbe. Im anglophilen Hamburg wird er allerdings nur Denis genannt. Seine junge Firma ist im Viertel Ottensen angesiedelt, wie sich das gehört, aber schon am Rand Richtung Innenstadt. Die hat er fest im Blick, denn demnächst wird er dort sein erstes eigenes Ladengeschäft eröffnen, in guter Laufgegend und in einem schönen Gebäude. Genaueres will er aber noch nicht verraten. Dort soll dann aber auch vor Ort geröstet werden und das ganze Sortiment an Kernen angeboten werden, das sich ständig wandelt und erweitert und bislang hauptsächlich übers Internet abgesetzt wird. Zwar sorgen die Lieferungen an die Hotels für den größten Anteil



„40 bis 60 Gramm Nüsse am Tag sind in Ordnung“



Nussknacker: Denis Burghardt ist der Chef von „Kern-Energie“ und eröffnet demnächst in Ottensen ein eigenes Nussgeschäft

lem Hasel-, Peka- und Macadamia-Nüsse bringen es auf mehr als 700 kcal pro 100 Gramm. Denis Burghardt grinst überlegen. „Und? Hat Schokolade keine Kalorien?“ Erwischt. Es komme eben auf die Mengen an, sagt er versöhnlich. 40 bis 60 Gramm pro Tag seien in Ordnung. Was er nicht sagt: Ungesalzen und ungeröstet müssten sie dann sein – und nicht so verführerisch köstlich mit scharfer bengalischer oder pikanter Wasabi-Würze, ohne kandierten Zuckermantel bei den gebrannten Mandeln und ohne Schoko-Überzug und Puderzuckerstaub. Das sind leider die Suchtfaktoren, denen zu erliegen solchen Spaß macht.

Aber Nüsse und Kerne machen auch satt. Ratgeber empfehlen, sie nicht einfach nebenher zu knabbern. Sie enthalten wertvolle Vitamine und Mineralstoffe, haben einen hohen Ballaststoffanteil, sind eiweißreich, wobei das Nusseweiß besonders gut verdaulich ist, viele einfach und mehrfach gesättigte Fettsäuren und wenig Wasser. Sportler essen gern Nüsse. Sieben Walnusskerne täglich können den Blutdruck senken und die Konzentration fördern. Allerdings nehmen auch die Allergien, besonders gegen Hasel- und Walnüsse zu.

Was 2010 im Wohnzimmer und mit zwei Leuten begann, beschäftigt inzwi-

schen 18 Mitarbeiter im Team von Kern-Energie und 20 in der Produktion. Zwar wird immer noch in Holland geröstet, aber seit Juli 2013 zusätzlich in Hamburg. Der Break-even ist geschafft. 2012 stieg der Umsatz um 100 Prozent, aber Luft nach oben ist noch. Für dieses Jahr wird ein Umsatz von 1,6 bis 1,8 Millionen Euro angepeilt, 2018 soll er bei acht Millionen liegen. Da kann Denis Burghardt schon mal nach St. Peter-Ording zum Kitesurfen entweichen. Energie tankt er einfach am Schreibtisch. Mit dem Griff in eine seiner Dosen. Und ich muss mir wohl etwas Neues ausdenken, will ich meinem Ärger Luft machen.

Guidos Kampf gegen „Oma-Zeug“

Designer und Frauenliebling Guido Maria Kretschmer stellt eine Kurven-Kollektion vor

Es gibt nicht viele Männer, die es vermögen, wie auf Knopfdruck wirklich allen anwesenden Frauen ein beseeltes Lächeln aufs Gesicht zu zaubern. Dass Guido Maria Kretschmer so ein Exemplar ist, zeigte sich einmal mehr bei seinem Besuch in Hamburg. In den Winterhuder Briebe Studios präsentierte der Designer am Dienstagmittag seine „Plus-Size-Collection“, die in Zusammenarbeit mit dem Unternehmen Heine entstanden ist. Geduldig ließ er sich mit zahllosen Frauen im Arm fotografieren, charmant lobte er die Schönheit der Anwesenden und plauderte dazu gewohnt unverstellt über Mode-Tipps und – natürlich – sein neuestes Projekt.

„Ich wollte das Thema schon ganz lange angehen, denn in der normalen Kollektion ist es schwer, auch größere Größen zu berücksichtigen – der High-Fashion-Vertrieb ist leider nicht darauf

ausgerichtet“, sagte der aktuelle Zuschauerinnenliebling, der regelmäßig unter anderem in seiner Sendung „Shopping Queen“ modische Lebenshilfe gibt. Mit Kooperationen kennt er sich bestens aus: Neben der Arbeit für seine eigene Marke und dem Engagement für diverse Fernsehformate hat er schon Schuhe und Wäsche kreiert.

Nun sagt er also schlechten Schnitten und aufdringlichen Mustern den Kampf an, damit auch „stärkere Mädchen“ etwas finden können, das „wie normale Mode“ und nicht wie „Oma-Zeug“ aussehe. Nicht weniger als den Inhalt des „perfekten Kleiderschranks“ habe er entwerfen wollen. Dazu muss gesagt sein, dass die Kurven-Kollektion zwar

bis Größe 52 erhältlich ist, allerdings auch schon bei Kleidergröße 40 startet. Und so schickte der gebürtige Westfale in Hamburg seine mehr oder minder



Der Designer und eines seiner Kurven-Outfits

runden Modells in sexy Lederleggings genau über den Catwalk wie im Etuikleid mit elegantem Kurzmantel, ließ fließende Stoffe etwas kaschieren und Ausschnitte oder Raffungen Vorzüge betonen. Am Ende defilierten die Models im „I love-Guido“-Shirt über den Laufsteg – das folgerichtig auch schon ab Kleidergröße 34 zu haben sein wird.

Schon jetzt könnte er sich gut vorstellen, auch für eine zweite Kurven-Kollektion mit dem Versandhaus zusammenzuarbeiten. Einen typischen Kretschmer-Grund gibt es dafür auch: „Meine Mutter liebt den Heine-Katalog!“ Gestylt habe er diese übrigens schon in seiner Kindheit. „Mein Vater wird von meiner Mutter allerdings immer in Jeans gesteckt. Ich stiftete dann manchmal noch ein Ringelshirt dazu. Deshalb sieht mein Vater ein bisschen aus, als würde er auf Kreuzfahrt gehen – jeden Tag.“

Doch der Darling-Designer hat ja ein großes Herz. Und kann über eigene Mode-Fauxpas lachen: „Ich war einmal bei der Schauspielerin Jane Seymour eingeladen, und jemand sagte mir, der Dresscode sei Country.“ Also habe er sich noch schnell einen „karierten und sehr teuren Vivienne-Westwood-Anzug“ gekauft. „Und als ich ankam, trugen alle Männer einen dunklen Smoking.“

Eigentlich müsste der Tag für den Mann, der schon als Kind auf der alten Nähmaschine seiner Großmutter schnaiderte, mittlerweile mehr als 24 Stunden haben. Klagen würde er trotzdem nie. Stattdessen sagt er wieder ganz unaufgesetzt so einen netten Satz: „Wenn ich eine alleinerziehende Mutter mit drei Kindern wäre, dann könnte ich mich beschweren. Da schreibt auch keiner drüber.“ Und da war es dann auch wieder, das kollektive Lächeln. A. Maschewski