

Nr. 9 - September 2026

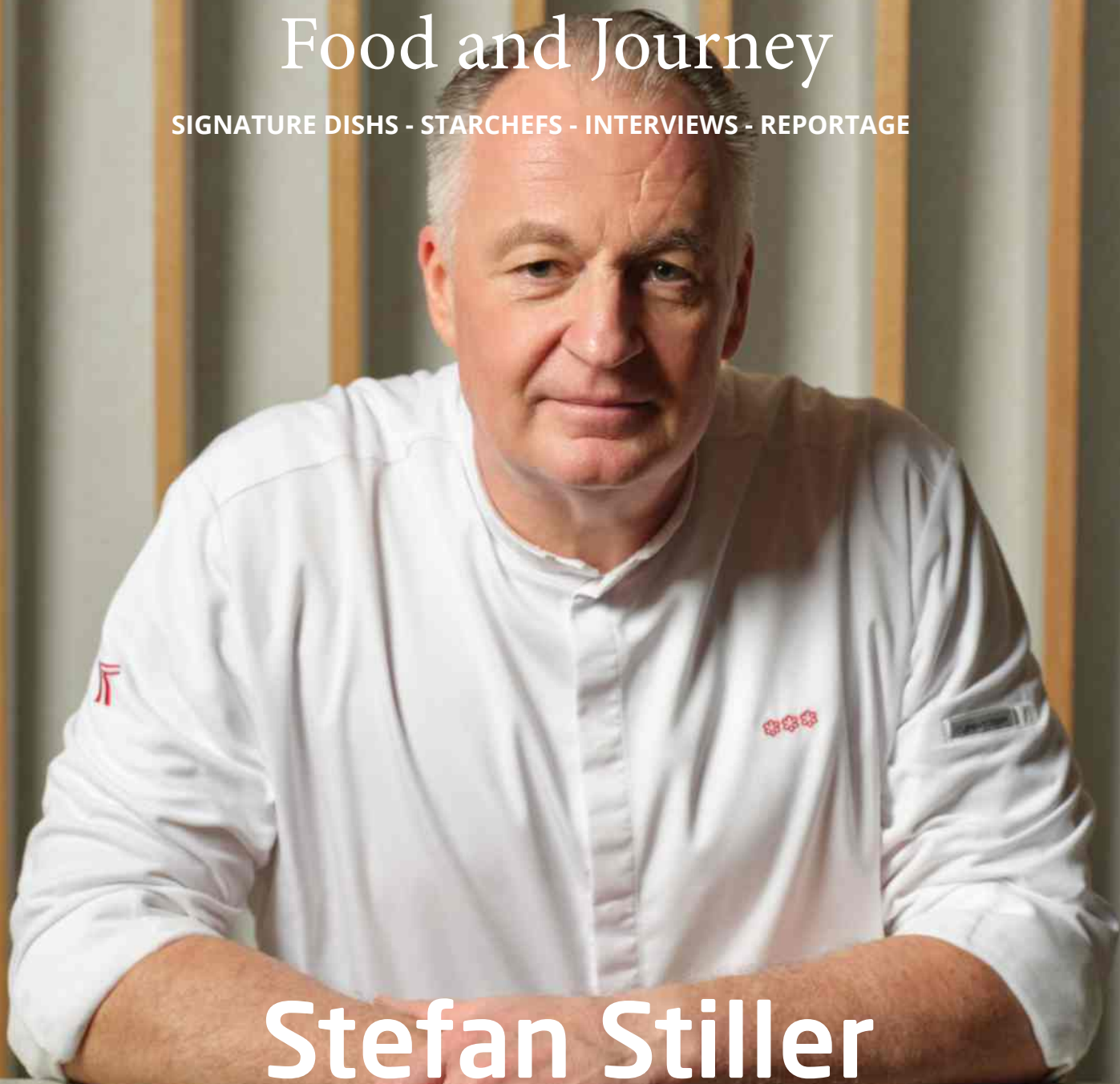
5,90 EURO

ISSN 3054-1778

ChefHeadsTM

Food and Journey

SIGNATURE DISHS - STARCHIEFS - INTERVIEWS - REPORTAGE



Stefan Stiller

Deutsche Spitzenküche erobert China

Travel & Kulinarik

EUROPA's Beste -

20. Jubiläum in Hamburg

Travel & Kulinarik

Silvio Eberlein

Historisches Gasthaus Buschkamp

WWW.CHEFHEADS-MAGAZIN.DE

CONTENTS

Die spannendsten Geschichten aus der Welt der Spitzengastronomie, des Reisens und des Genusses.

AKTUELLES

14 HANOS über den Dächern von Köln
FoodXperience, Produkte, Trends und persönliche Begegnungen im KölnSKY

22 Gemeinsam genießen. Gemeinsam helfen.
ChefHeads & KölnSKY laden erneut zur großen Charity zugunsten der Stiftung KinderHerz.

26 SERCE – Eine polnische Nacht im Waldorf Astoria Berlin
Am 10. Oktober 2026 wird der John-Jacob-Astor-Ballsaal des Waldorf Astoria Berlin erneut zum Treffpunkt von Spitzenküche, Gastfreundschaft und sozialem Engagement.

TRAVEL & PEOPLE

42 Silvio Eberlein – Tradition weiterdenken
Im Historischen Gasthaus Buschkamp verbindet Silvio Eberlein westfälische Wurzeln mit straditioneller Küche.

60 Stefan Stiller - Von der Pfalz nach Shanghai – über zwanzig Jahre, drei Michelin-Sterne und eine Küche, die keine Grenzen mehr kennt. | Exklusives Porträt & Interview.

TITELFOTO: Taian Table



NEUES AUS DER HAUPTSTADT

100 Vom Lernen zum Leiten
Tim Lentl übernimmt im QIU Verantwortung – mit der Schule des FACIL im Rücken und einem klaren eigenen Konzept.

110 With Out | Neue Tee-Wege beim Non-Alc Pairing - Alkoholfreie Getränkebegleitung ist längst mehr als Saft, Schorle oder Mocktail.

WINE & KULINARIK

124 Tee mit Perlage | Sparkling Tea: Prickelnd, komplex, alkoholfrei. Sparkling Tea entwickelt sich zunehmend zu einer eigenständigen Alternative zu Sekt, Crémant und alkoholfreiem Wein.

TRAVEL & KULINARIK

132 EUROPAs Beste im Hamburger Hafen: 23 Michelin-Sterne am Pooldeck. Ein Blick auf Küchenhandwerk, Spitzenprodukte und eine bemerkenswerte Kaderschmiede.

148 Kevin Kugel auf der MS EUROPA - 2.700 Pralinen für einen einzigen Abend.

160 Buch-Tipps | Impressum



WISSEN IST DAS NEUE SALZ.



CHEFHEADS
CLUB DER KÜCHENCHEFS

DAS NETZWERK FÜR KULINARISCHE EXZELLENZ.

ChefHeads vereint die Besten der Branche.
Wissen teilen. Inspiration erleben.
Gemeinsam mehr erreichen.



 CHEFHEADS CLUB DER KÜCHENCHEFS KÜCHENCHEFS Führung. Inspiration. Netzwerk. 	 CHEFHEADS CLUB DER KÜCHENCHEFS SOUS CHEFS Karriere. Weiterbildung. Zukunft gestalten. 	 CHEFHEADS CLUB DER KÜCHENCHEFS PÂTISSIERS Handwerk. Kreativität. Perfektion. 	 CHEFHEADS CLUB DER KÜCHENCHEFS SOMMELIERS Wein verbindet. Wissen begeistert. 	 CHEFHEADS CLUB DER KÜCHENCHEFS HOTELDIREKTOREN Führung. Kooperation. Erfolg durch Netzwerk. 	 CHEFHEADS CLUB DER KÜCHENCHEFS PARTNER Gemeinsam mehr erreichen. Sichtbarkeit. Kontakte. Wirkung.
---	--	---	---	---	---



EXKLUSIVES
NETZWERK



WERTVOLLE
PARTNERSCHAFTEN



WISSEN &
WEITERBILDUNG



EVENTS &
MASTERCLASSES



SICHTBARKEIT &
PRÄSENZ



WACHSTUM &
ERFOLG

WERDEN SIE TEIL DES STARKEN NETZWERKS DER KULINARIK!

Profitieren Sie von Austausch auf Augenhöhe,
exklusiven Events und wertvollen Kontakten
in der gesamten DACH-Region.

*Gemeinsam
MEHR BEWEGEN!*
★ ★ ★



JETZT SCANNEN!
WWW.CHEFHEADS.DE

CHEFHEADS – WISSEN. NETZWERK. ZUKUNFT.

ChefHeads – Club der Küchenchefs | Das Netzwerk für Gastro-Profis mit Leidenschaft.

EDITORIAL

Liebe Leserinnen und Leser,

der September ist ein Monat des Übergangs. Der Sommer klingt langsam aus, doch gerade jetzt beginnt in der Gastronomie wieder jene Zeit, in der Begegnungen, Ideen und neue Impulse besonders spürbar werden. Nach den intensiven Monaten zwischen Reisen, Events und Saisonhöhepunkten richtet sich der Blick nun auf das, was bleibt: auf Persönlichkeit, Haltung, Handwerk und auf die Menschen, die diese Branche mit Leidenschaft prägen. Genau diese Geschichten versammelt unsere aktuelle Ausgabe des ChefHeads Magazins. Im Mittelpunkt steht ein exklusives Porträt von Stefan Stiller - einem deutschen Spitzenkoch, der mit Konsequenz, Mut und kulinarischer Vision seinen ganz eigenen Weg gegangen ist. Von der Pfalz über internationale Stationen bis nach Shanghai erzählt seine Geschichte von Aufbruch, Präzision und der Bereitschaft, gastronomische Grenzen neu zu denken. Ebenso eindrucksvoll ist unsere Begegnung mit Silvio Eberlein, der im Historischen Gasthaus Buschkamp zeigt, wie sich Tradition nicht bewahren, sondern weiterentwickeln lässt. Seine Küche steht für Herkunft, Klarheit und den festen Glauben daran, dass Genuss immer auch mit Identität zu tun hat.

Mit unserer Reportage zu EUROPAs Beste blicken wir außerdem auf ein Jubiläum, das für kulinarische Exzellenz, Gastfreundschaft und große Namen steht. Wenn sich Spitzenköche, Produzenten und Genießer im Hamburger Hafen begegnen, entsteht genau jene besondere Atmosphäre, die unsere Branche so einzigartig macht: inspirierend, verbindend und voller Leidenschaft. Auch abseits der großen Bühne zeigt diese Ausgabe, wie lebendig und vielfältig die Welt der Gastronomie ist - mit aktuellen Eindrücken aus Köln, bewegenden Charity-Momenten, neuen Perspektiven aus Berlin und inspirierenden Themen rund um Kulinarik, Reisen und Genuss. Der September lädt dazu ein, Bilanz zu ziehen und zugleich nach vorn zu schauen. Er erinnert uns daran, dass große Küche nicht nur auf dem Teller stattfindet, sondern immer auch im Austausch, in der Haltung und im gemeinsamen Erleben.

Wir wünschen Euch viel Freude bei der Lektüre.
Guido Fritz



© Schlosshotel Friedrichsruhe

Wenn Geschmack zur Kunst wird Zehn Jahre Boris Rommel in Friedrichsruhe: zwei Michelin-Sterne, eine ganz eigene Handschrift und zehn kulinarische Jubiläumsmomente

Zweiflingen-Friedrichsruhe, 03. September 2026. Ein Teller kann mehr sein als eine Komposition aus Zutaten. Er kann überraschen, Erinnerungen wecken und einen Moment schaffen, der bleibt. Seit zehn Jahren steht Boris Rommel im Wald & Schlosshotel Friedrichsruhe für genau diese Verbindung aus Handwerk, Kreativität und Geschmack. Sein Jubiläumsjahr feiert der Sternekoch mit zehn besonderen kulinarischen Veranstaltungen und einer Reise durch die verschiedenen Facetten seiner Küche.

Im Februar 2016 übernahm Boris Rommel die kulinarische Leitung in Friedrichsruhe. Bereits im ersten Jahr erkochte er für das damalige Gourmetrestaurant Le Cerf seinen ersten Michelin-Stern, 2017 folgte der zweite. Seither steht das Restaurant für eine moderne Interpretation klassisch-französischer Küche, in der hochwertige Produkte aus der Region auf internationale Einflüsse und Rommels persönliche Handschrift treffen.

„Zehn Jahre Friedrichsruhe bedeuten für mich vor allem zehn Jahre Entwicklung. Ich durfte hier meinen eigenen Stil finden, ein großartiges Team aufbauen und immer wieder neue Ideen ausprobieren. Aber bei allem, was sich verändert: Am Ende entscheidet der Geschmack. Wenn ein Gericht unsere Gäste berührt und sie sich noch lange daran erinnern, ist das für mich der schönste Erfolg“, so Boris Rommel.

Zehn Jahre, zehn kulinarische Erlebnisse

Anlässlich seines Jubiläums hat Rommel zehn Veranstaltungen entwickelt, die über das Jahr verteilt sind. Nach dem Auftakt im Februar und weiteren besonderen Dinner-Abenden folgte unter anderem ein 10-Hands Dinner mit vier ehemaligen Kollegen – ein Wiedersehen mit Weggefährten und zugleich ein gemeinsamer Blick auf zehn Jahre kulinarische Entwicklung.

Am 19. September bringt die „Réunion der Masterclass“ weitere ehemalige Weggefährten zurück nach Friedrichsruhe. Am 4. Oktober steht beim Erntedankfest die Produktvielfalt der Region im Mittelpunkt.

Den glamourösen Schlusspunkt setzt am 5. November „Bubbles & Pearls“: Ein Abend mit Show-Acts, Champagner und Kaviar, eingebettet in ein exklusives Sechs-Gang-Menü – ein festlicher Abschluss für zehn Jahre kulinarische Leidenschaft und Spitzenküche in Friedrichsruhe.

Vier Restaurants, eine kulinarische Handschrift

Die kulinarische Welt von Boris Rommel hat in Friedrichsruhe viele Facetten. Sie reicht von der konzentrierten Präzision des Zwei-Sterne-Restaurants Le Cerf, wo Gäste am Chef's Table die Arbeit der Küchenbrigade unmittelbar erleben können, bis zur herzhaften Bodenständigkeit der Waldschänke. Dazwischen liegen die regional verwurzelte Jägerstube und mit dem Restaurant BONSAI eine Reise in die Aromen Asiens. Was sie verbindet, ist weniger ein bestimmter Stil als eine Haltung: der Anspruch, aus besten Produkten und unterschiedlichen kulinarischen Einflüssen immer wieder echte Genussmomente zu schaffen. So wird aus vier Restaurants eine außergewöhnlich vielseitige kulinarische Bühne und aus zehn Jahren Boris Rommel ein Stück gelebte Genussskultur in Friedrichsruhe.

„Boris Rommel hat Friedrichsruhe kulinarisch geprägt wie kaum ein anderer. Was mich dabei besonders beeindruckt, ist nicht allein seine Konstanz auf Zwei-Sterne-Niveau. Es ist die enorme Bandbreite: vom perfekten Gourmetmenü bis zum unkomplizierten Lieblingsgericht, vom regionalen Klassiker bis zur panasiatischen Küche. Diese Vielfalt macht Friedrichsruhe als Genussdestination so besonders“, sagt Steffen Eisermann, General Manager des Wald & Schlosshotel Friedrichsruhe.

Zehn Jahre Boris Rommel stehen damit für weit mehr als zwei Sterne. Sie stehen für die Idee, dass Spitzenküche viele Gesichter haben darf – präzise oder verspielt, elegant oder bodenständig, regional oder weltoffen. Entscheidend ist, dass sie Charakter hat. Und genau das ist vielleicht die eigentliche Kunst des Kochens.

Mehr unter: <https://schlosshotel-friedrichsruhe.de/>

Über das Wald & Schlosshotel Friedrichsruhe

Das Wald & Schlosshotel Friedrichsruhe ist eines der führenden Luxushotels in Süddeutschland und liegt inmitten der malerischen Hohenloher Landschaft in Zweiflingen. Das historische Schlossensemble vereint 61 Zimmer und Suiten mit einer 4.400 m² großen Wellness- und Spa-Landschaft, dem vom Michelin-Guide ausgezeichneten Gourmetrestaurant Le Cerf sowie einem 27-Loch-Golfplatz. Das Hotel ist ein Unternehmen der Würth-Gruppe und steht für persönliche Gastlichkeit, höchste Qualität und unvergessliche Auszeiten – fernab des Alltags, nah an der Natur.

Fine Food Days Cologne 2026

Ein Finale zwischen großer Küche und großen Emotionen



Credits: © Möcklinghoff

Mit einem festlichen Finale in der Kölner Flora gingen am Sonntagabend, 13. September, die Fine Food Days Cologne 2026 zu Ende. Spitzenküche, ausgezeichnete Weine, die Verleihung der Festival-Awards und eine bewegende Erinnerung an den im Mai verstorbenen Festivalinitiator Michael Stern machten den Abschluss zu einem Abend, der weit über ein klassisches Gourmet-Event hinausging. Das ChefHeads-Magazin war als Medienpartner vor Ort.

Zwei Wochen lang stand Köln wieder ganz im Zeichen besonderer kulinarischer Erlebnisse. Mehr als 30 Veranstaltungen hatten die Fine Food Days Cologne vom 30. August bis zum 13. September auf die Beine gestellt. Sterne- und Spitzenköche, Gastronomen und Winzer zeigten dabei, was die Kölner Genusslandschaft auszeichnet: Qualität, Kreativität – und vor allem ein Netzwerk, das gemeinsam etwas bewegen möchte.

Den festlichen Schlusspunkt setzte traditionell das große Finale in der Flora Köln.

Bereits zum Empfang wurden die Gäste mit kleinen kulinarischen Kostproben und prickelnder Begleitung auf den Abend eingestimmt. Im festlich gedeckten Saal folgte anschließend ein Sechs-Gang-Menü, das von Spitzenköchen aus dem Kreis der Fine Food Days Cologne gemeinsam gestaltet und von ausgewählten Weinen begleitet wurde.

Gerade dieses Zusammenspiel ist eine der Stärken des Festivals: Beim Finale geht es nicht darum, dass sich ein einzelner Koch oder ein einzelnes Restaurant präsentiert. Unterschiedliche Handschriften kommen zusammen und werden Teil eines gemeinsamen kulinarischen Erlebnisses.

Bettina Böttinger führt mit Charme und Humor durch den Abend

Durch das Programm führte in diesem Jahr Bettina Böttinger. Die langjährige Botschafterin der Fine Food Days bewies dabei einmal mehr, dass ein festlicher Galaabend durchaus elegant und gleichzeitig ausgesprochen unterhaltsam sein kann.

Charmant, spontan und mit ihrem unverwechselbaren Humor führte sie durch die einzelnen Programmpunkte und schaffte immer wieder den Wechsel zwischen Leichtigkeit und den ernsteren, emotionalen Momenten dieses besonderen Abends. Denn neben dem Menü standen vor allem die Menschen im Mittelpunkt.

Die Fine Food Days Awards - Anerkennung für Leistung und Engagement

Die Verleihung der Fine Food Days Cologne Awards gehört seit Jahren zu den Höhepunkten des Festival-Finales. Mit den Auszeichnungen würdigt der Verein Menschen, die mit ihrer Arbeit die Gastronomie prägen, ebenso wie junge Talente, die am Beginn ihres beruflichen Weges stehen.

Die Verlesung der Preisträger und die Laudationes übernahm Franz Gruber, Vorstand der Fine Food Days Cologne.

Besondere Aufmerksamkeit galt erneut dem gastronomischen Nachwuchs. Drei junge Nachwuchskräfte wurden für ihre herausragenden Leistungen ausgezeichnet. Gerade diese Ehrungen haben für die Branche eine besondere Bedeutung: In Zeiten, in denen Gastronomie und Hotellerie intensiv um qualifizierte Mitarbeiter und Auszubildende werben, setzt das Festival damit bewusst ein Zeichen für Wertschätzung, Ausbildung und berufliche Perspektiven.

Ebenfalls vergeben wurde die Auszeichnung „Event des Jahres“. Sie unterstreicht einen Gedanken, der die Fine Food Days seit ihrer Gründung begleitet: Herausragende Kulinarik lebt nicht allein vom Teller. Atmosphäre, Gastgeber, Architektur und außergewöhnliche Orte können aus einem guten Essen ein Erlebnis machen.

Eine Nacht der Legenden - und eine außergewöhnliche Ehrung

Dass die Fine Food Days immer wieder genau solche außergewöhnlichen Erlebnisse möglich machen, hatte die diesjährige Ausgabe eindrucksvoll bewiesen. Besonders die Veranstaltung „FINE DINING KÖLN – Die Nacht der Legenden“ dürfte in die Geschichte des Festivals eingehen. Was im Vorfeld lediglich als „Secret Location“ angekündigt worden war, entpuppte sich als ein Ort, der kaum spektakulärer hätte sein können: der Kölner Dom.

Kochlegende und Drei-Sterne-Koch Dieter Müller, Sternekoch Marlon Rademacher und die



Credits: © Möcklinghoff

Tartelette von der Gelbflossenmakrele | Amalfi Zitrone | Meerrettich
La Cuisine Rademacher – Marlon Rademacher



Credits: © Möcklinghoff

Marinierte Sylter Meeräsche – Hagebutte | Eingelegerter heimischer Fenchel | Quinoa
KölnSKY – Sönke Höltgen



Credits: © Möcklinghoff

Blumenkohl³ – Beluga Amur by Voyage Caviar | Braune Butter | Zitrusfrüchte
The Dutch – Joshua Tepner



Credits: © Möcklinghoff

Glasiertes Pfaffenschnittchen | Gerösteter Mais | Trüffel
taku – Mirko Gaul



Credits: © Möcklinghoff

Tristan-Languste | Vin Jaune | Pfifferlinge | Boudin Noir
Grandhotel Schloss Bensberg – Marcus Graun



Credits: © Möcklinghoff

Lammour Lamm | Kohlrabi | Graupen | Pomeranze | Datteljus
Kirberg Catering – Thomas Ottke



Credits: © Möcklinghoff

Bettina Böttinger
Moderation



Credits: © Möcklinghoff

Torsten Burmester
Oberbürgermeister Köln



Credits: © Möcklinghoff

Franz Gruber (Vorstand)
Petra Hermann & B. Böttinger



Credits: © Möcklinghoff

Jürgen Blank (Vorstand)
und die Azubi's

Kölner Gastronomielegende Ernst Vleer hatten dort ein exklusives kulinarisches Erlebnis geschaffen. Bereits der Empfang hoch oben auf dem Vierungsturm mit Austern und Champagner machte deutlich, dass dies kein gewöhnlicher Fine-Dining-Abend werden sollte. Anschließend standen prägende Gerichte aus den Karrieren der beteiligten Köche im Mittelpunkt.

Für die Konzeption und Realisierung dieser außergewöhnlichen Veranstaltung wurden Marlon Rademacher und Ernst Vleer beim Finale in der Flora besonders geehrt.

Eine mehr als verdiente Anerkennung für ein Event, das das Motto der Fine Food Days Cologne wohl kaum treffender hätte verkörpern können: außergewöhnliche Menschen, außergewöhnliche Küche – und Orte, an denen man ein solches Dinner normalerweise niemals erwarten würde.

Der Moment, in dem es still wurde

So ausgelassen und genussvoll der Abend bis dahin verlaufen war – der emotionalste Moment des Finales sollte noch folgen. Es ging um einen Menschen, ohne den es die Fine Food Days Cologne in ihrer heutigen Form nicht geben würde:

Michael Stern.

Der langjährige Geschäftsführer des KölnSKY und Initiator der Fine Food Days Cologne war im Mai 2026 verstorben. Für viele Menschen in der Kölner Gastronomie war Michael Stern jedoch weit mehr als ein Veranstalter oder Netzwerker. Er war Ideengeber, Antreiber, Gastgeber und jemand, der Menschen zusammenbringen konnte. Seine Idee war es, die enorme gastronomische Qualität Kölns und der Region nicht als Konkurrenz einzelner Häuser zu verstehen, sondern gemeinsam sichtbar zu machen. Aus dieser Idee entwickelte sich über die Jahre ein Festival, das inzwischen weit über Köln hinaus Beachtung findet.

Beim Finale 2026 wurde Michael Stern deshalb posthum für sein Lebenswerk ausgezeichnet.

Als Franz Gruber die Auszeichnung und die Laudatio verlas und anschließend Nicole Stern gemeinsam mit den beiden Kindern von Michael Stern den Award entgegennahm, veränderte sich die Atmosphäre im Saal. Es war jener Moment des Abends, in dem Kulinarik plötzlich Nebensache wurde. Die Erinnerung an einen Menschen stand im Mittelpunkt. An einen Menschen, dessen Idee an diesem Abend überall zu spüren war – in der Flora, bei den Köchen und Gastromen, bei den vielen Wegbegleitern und Freunden und letztlich in den Fine Food Days selbst.

Die Auszeichnung für sein Lebenswerk war deshalb weit mehr als ein Award. Sie war ein Dankeschön. Und zugleich ein Versprechen.

Sein Festival lebt weiter

Bereits vor Beginn der diesjährigen Fine Food Days hatte der Vorstand deutlich gemacht, dass das Festival im Gedenken an Michael Stern und in seinem Sinne weitergeführt und entwickelt werden soll. Nach diesem Finale dürfte klar sein: Genau das geschieht.

Die Fine Food Days Cologne sind inzwischen mehr als eine Aneinanderreihung hochklassiger Gourmetveranstaltungen. Sie sind zu einem Netzwerk geworden, das Menschen aus Gastronomie, Hotellerie, Weinwirtschaft, Medien und Wirtschaft miteinander verbindet. Und vielleicht liegt genau darin das wichtigste Vermächtnis von Michael Stern.

Er hat Menschen zusammengebracht.

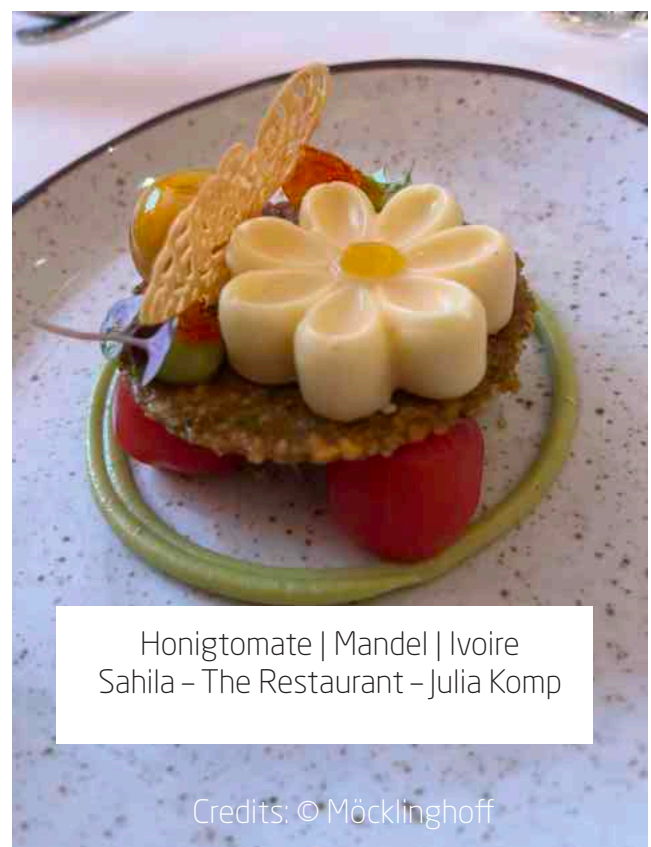
Das war auch an diesem Abend in der Flora zu erleben. Für mich persönlich und für das Chef-Heads-Magazin, das die Fine Food Days Cologne als Medienpartner begleitet, war es deshalb nicht nur ein kulinarisch beeindruckendes Finale. Es war ein Abend, der gezeigt hat, was eine starke gastronomische Gemeinschaft ausmachen kann: gegenseitige Wertschätzung, Nachwuchsförderung, gemeinsame Ideen und die Bereitschaft, nicht nur über das eigene Restaurant hinauszudenken, sondern gemeinsam etwas für die gesamte Branche zu bewegen.

Die Fine Food Days Cologne 2026 sind zu Ende. Die Idee dahinter lebt weiter.

Und Michael Stern bleibt ein Teil davon.



Credits: © Möcklinghoff



Honigtomate | Mandel | Ivoire
Sahila – The Restaurant – Julia Komp

Credits: © Möcklinghoff

HANOS über den Dächern von Köln

FoodXperience, Produkte, Trends und persönliche
Begegnungen im KölnSKY

Wenn ein Gastronomie-Großhändler seine Produkte nicht einfach präsentiert, sondern daraus ein Erlebnis für Köche, Gastronomen und Hoteliers macht, wird aus einer klassischen Hausmesse schnell eine kulinarische Entdeckungsreise. Genau das zeigte HANOS am 31. August 2026 im KölnSKY. Zum Auftakt der Fine Food Days Cologne trafen Produktkompetenz, Genuss und professionelles Networking hoch über den Dächern der Domstadt aufeinander.



Credits: © Guido Fritz



Credits: © Guido Fritz



Credits: © Guido Fritz

Am letzten Augusttag wurde das KölnSKY zu einem besonderen Treffpunkt der Gastronomiebranche. HANOS hatte gemeinsam mit KölnSKY ausgewählte Restaurantbetreiber, Hoteliers und Branchenkollegen zu einer exklusiven Produktpräsentation eingeladen. Das Motto: „Meet HANOS in the SKY“.

Der Rahmen hätte kaum besser gewählt sein können. KölnSKY steht mit seinem Panorama über Köln und den Rhein ohnehin für Veranstaltungen mit besonderer Atmosphäre. An diesem Nachmittag ging es jedoch weniger um große Inszenierung als vielmehr um das, was für Profis in Küche und Gastronomie tatsächlich zählt: Produkte kennenlernen, Qualität beurteilen, neue Ideen entdecken und mit Menschen sprechen, die hinter den Produkten stehen.

Eine Hausmesse, die nicht nach Hausmesse aussah

Bereits die Einladung machte deutlich, dass HANOS bewusst einen anderen Weg gehen wollte. Keine nüchterne Warenpräsentation in einer Messehalle, sondern eine „HANOS FoodXperience in the SKY“. Nach dem Empfang auf dem Rooftop um 12 Uhr begann um 12:30 Uhr die eigentliche Präsentation. Flying Food, persönliche Gespräche sowie neue Impulse für Küche und Unternehmen standen dabei ausdrücklich im Mittelpunkt.

Gerade dieses Format passte hervorragend zu einer Branche, in der Produkte nicht allein über Datenblätter und Preislisten funktionieren. Ein Koch möchte sehen, riechen und schmecken. Er möchte wissen, woher ein Produkt kommt, wie es verarbeitet wurde und welche Möglichkeiten es in der professionellen Küche eröffnet.

Und genau darin lag die Stärke dieses Nachmittags.

HANOS präsentierte sich nicht lediglich als Lieferant, sondern als Partner für die professionelle Gastronomie. Produkte wurden in einen kulinarischen Zusammenhang gestellt, konnten probiert und unmittelbar mit den Fachleuten diskutiert werden. Für Küchenchefs und Gastronomen entsteht dadurch ein wesentlich konkreterer Eindruck davon, welchen Mehrwert ein Produkt tatsächlich für die eigene Küche bieten kann.

Qualität, Inspiration und persönliche Beratung

Die Fine Food Days Cologne beschreiben HANOS durchaus selbstbewusst als eine Art „Schatzkammer der Gastronomie“ – mit außergewöhnlichen Produkten aus aller Welt und einem klaren Anspruch an Qualität. Das ist natürlich eine werbliche Formulierung. Der dahinterstehende Ansatz ist für die Gastronomie aber interessant: Ein moderner Großhandel muss heute mehr leisten als Warenverfügbarkeit und Logistik.

Gerade in der gehobenen Gastronomie suchen Küchenchefs nach Produkten, die eine eigene Geschichte erzählen können. Herkunft, Produzent, Qualität, Verarbeitung und Nachhaltigkeit werden ebenso relevant wie Kalkulation, Verfügbarkeit und Handling im täglichen Küchenbetrieb. Die Veranstaltung im KölnSKY zeigte deshalb auch, wie sich die Rolle des gastronomischen Großhandels verändert.

Vom reinen Beschaffer hin zum Impulsgeber und Sparringspartner für die Küche. Für mich als Koch und langjährigen Branchenvertreter war genau dieser Punkt besonders interessant: Die persönliche Begegnung lässt sich trotz aller Digitalisierung nicht ersetzen. Ein Produkt selbst zu erleben und anschließend unmittelbar mit einem Fachberater oder Produzenten darüber sprechen zu können, schafft eine andere Qualität der Information als ein Blick in einen Online-Shop.

Networking gehört zur modernen Gastronomie

Ebenso wichtig wie die Produkte waren an diesem Nachmittag die Gespräche.

Eine solche Veranstaltung bringt Menschen zusammen, die im gastronomischen Alltag häufig ähnliche Herausforderungen beschäftigen: Produktqualität und Warenverfügbarkeit, steigende Kosten, Personal, Kalkulation, neue Gästewünsche und die Frage, wie sich Qualität unter zunehmend anspruchsvollen wirtschaftlichen Rahmenbedingungen erhalten lässt.

Deshalb sind Formate wie dieses weit mehr als reine Produktshows. Sie werden zu Plattformen für Austausch, neue Kontakte und neue Ideen. Gerade für ein Netzwerk wie den Chef-Heads-Club der Küchenchefs ist dieser persönliche Dialog von großer Bedeutung. Gastronomie lebt schließlich nicht nur von Produkten und Konzepten, sondern vor allem von Menschen.

Von der Skyline auf den Rhein

Auch beim Rahmenprogramm blieb HANOS dem Erlebnisgedanken treu. Gegen 14:30 Uhr endete die FoodXperience im KölnSKY und die Gäste machten sich auf den Weg zum nächsten Programmpunkt. Um 15 Uhr startete eine Panorama-Rheincruise, bevor die Veranstaltung gegen 16 Uhr am Rheinkai endete.

Damit wurde aus einer Produktpräsentation ein kompakter Branchentag: kulinarische Inspiration, Fachgespräche, Networking und anschließend Köln aus einer weiteren Perspektive.

Passender Auftakt zu den Fine Food Days Cologne

Dass HANOS dieses Format ausgerechnet zum Start der Fine Food Days Cologne präsentierte, war durchaus passend.

Das Festival versteht sich als Bühne für besondere gastronomische Erlebnisse und verbindet Menschen, außergewöhnliche Locations und anspruchsvolle Kulinarik. Das Programm 2026 begann am 30. August und reicht bis zum großen Festival-Finale am 13. September.

Am selben Abend bekam die Verbindung zwischen HANOS und KölnSKY noch eine zweite, für Endverbraucher erlebbare Dimension: Das bereits ausverkaufte „HANOS meets KölnSKY“ präsentierte ab 19 Uhr ein exklusives 5-Gang-Menü. Ausgewählte Produkte aus aller Welt sollten dabei in fünf Kreationen kulinarisch interpretiert und mit korrespondierenden Weinen begleitet werden.



Credits: © Guido Fritz



Credits: © Guido Fritz



Credits: © Guido Fritz



Credits: © Guido Fritz



Credits: © Guido Fritz



Credits: © Guido Fritz



Credits: © Guido Fritz



Credits: © Guido Fritz



Credits: © Guido Fritz

Damit spannte der Tag einen interessanten Bogen: Am Nachmittag begegneten Branchenprofis den Produkten und den Menschen dahinter – am Abend standen die Produkte auf dem Teller im Mittelpunkt.

ChefHeads-Fazit

Die HANOS FoodXperience im KölnSKY hat gezeigt, wie eine zeitgemäße Hausmesse für die Gastronomie aussehen kann: weniger klassische Verkaufsveranstaltung, mehr Erlebnis, Austausch und Inspiration. Für Küchenchefs ist es wichtiger denn je, sich intensiv mit Produkten, Herkunft und Qualität auseinanderzusetzen. Gleichzeitig müssen sie wirtschaftlich denken und zuverlässige Partner finden, die verstehen, wie professionelle Küchen arbeiten.

Genau deshalb sind persönliche Begegnungen zwischen Handel, Produzenten, Köchen und Gastronomen so wertvoll. HANOS hat dafür in Köln einen außergewöhnlichen Rahmen gewählt. Produkte probieren, Neuheiten entdecken, miteinander sprechen und anschließend gemeinsam über den Rhein fahren – das ist sicherlich nicht die gewöhnlichste Form einer Hausmesse.

Aber vielleicht gerade deshalb eine, die in Erinnerung bleibt.

HANOS Maastricht

Adress- und Kontaktdaten

Molensingel 99

6229 PC Maastricht

+31 (0) 43 2074800

receptie_maastricht@hanos.nl

Web: <https://www.hanos.nl/de/>





Gemeinsam genießen. Gemeinsam helfen. ChefHeads & KölnSKY laden erneut zur großen Charity zugunsten der Stiftung KinderHerz

Am **18. Oktober 2026** wird der KölnSKY erneut zum Treffpunkt für Spitzenköche, Gastfreundschaft und soziales Engagement. Bereits zum vierten Mal verbindet die große Charity-Veranstaltung kulinarischen Genuss mit einem Ziel, das uns bei ChefHeads seit vielen Jahren besonders am Herzen liegt: Kindern mit angeborenen Herzfehlern und ihren Familien zu helfen. Doch in diesem Jahr wird ein Mensch fehlen, der diesen Abend und unser Engagement über Jahre mitgeprägt hat: unser Freund und Unterstützer Michael Stern.

Es sind Abende wie dieser, die zeigen, was Gastronomie leisten kann, wenn Menschen nicht nur miteinander kochen, sondern gemeinsam für eine Sache eintreten. Am Sonntag, 18. Oktober 2026, öffnet der KölnSKY wieder seine Türen für die große Charity-Küchenparty zugunsten der Stiftung KinderHerz. Rund 180 Gäste werden hoch über den Dächern Kölns erwartet – und dürfen sich auf einen Abend freuen, an dem Spitzenköche, Partner, Sponsoren und zahlreiche engagierte Helfer ihre Zeit, ihr Können und ihre Produkte in den Dienst der guten Sache stellen.

Für ChefHeads ist dieses Engagement längst mehr als ein einzelner Termin im Veranstaltungskalender. Seit vielen Jahren unterstützen wir die Arbeit der Stiftung KinderHerz mit kulinarischen Charity-Veranstaltungen in ganz Deutschland. Was einst mit einer Idee begann, ist zu einer Herzensangelegenheit geworden. Auch 2026 ist es gelungen, eine beeindruckende Mannschaft für Köln zusammenzubringen. Mit dabei sind unter anderem **Dieter Müller, Marlon Rademacher, Herbert Brockel,**

Thomas Gilles, Sönke Höltgen, Joshua Tepner, Hendrik Olfen, Volker Osieka und kulinarische Wegbegleiter. Sie alle verbindet an diesem Abend nicht die Frage nach Sternen, Titeln oder Auszeichnungen, sondern ein gemeinsames Ziel: mit ihrer Arbeit etwas zu bewegen.

Die Gäste dürfen sich auf unterschiedliche kulinarische Stationen, persönliche Begegnungen mit den Köchen und eine ungezwungene Küchenparty-Atmosphäre freuen. Auch der ChefHeads – Club der Küchenchefs wird wieder mit einem eigenen Stand vertreten sein. Spitzenkoch Volker Osieka und sein Team übernehmen hier die kulinarische Verantwortung und setzen damit ein weiteres Zeichen für das Engagement unserer Gemeinschaft. Denn genau darin liegt für uns die besondere Kraft solcher Veranstaltungen: Jeder trägt das bei, was er am besten kann. Die Köche kochen. Partner stellen hochwertige Produkte zur Verfügung. Helfer investieren ihre Freizeit. Unternehmen unterstützen mit Sach- und Dienstleistungen. Und die Gäste genießen einen außergewöhnlichen Abend – in dem Wissen, dass ihr Besuch gleichzeitig einem wichtigen Zweck dient.

Die Charity im KölnSKY hat inzwischen Tradition. Zum vierten Mal dürfen wir hier gemeinsam zugunsten der Stiftung KinderHerz Gastgeber sein. Die bisherigen Veranstaltungen haben gezeigt, wie groß die Bereitschaft innerhalb unserer Branche ist, Verantwortung zu übernehmen. Doch wenn wir am 18. Oktober wieder gemeinsam im KölnSKY stehen, wird etwas anders sein. Michael Stern wird fehlen. Unser Freund, Wegbegleiter und langjähriger Unterstützer ist nicht mehr bei uns. Sein Tod hat eine Lücke hinterlassen, die sich gerade an einem solchen Abend besonders bemerkbar machen wird. Michael hat unsere Charity-Aktivitäten nicht nur unterstützt. Er hat sie mitgetragen, möglich gemacht und ihnen im KölnSKY eine Heimat gegeben. Wo andere vielleicht zuerst nach Aufwand, Kosten oder organisatorischen Schwierigkeiten gefragt hätten, stand für ihn die Sache im Mittelpunkt.

Es ging darum, zu helfen. Diese Haltung hat uns verbunden. Deshalb wird der 18. Oktober für uns nicht einfach eine weitere Charity-Veranstaltung sein. Es wird auch ein Abend der Erinnerung. Wir werden lachen, miteinander kochen, genießen, Gespräche führen und hoffentlich wieder eine beachtliche Spendensumme für die Stiftung KinderHerz erreichen. Aber wir werden dabei einen Menschen vermissen. Und wir werden Michael in Gedanken bei uns haben. Vielleicht ist genau das die schönste Form, einen Freund und Unterstützer zu würdigen: das fortzuführen, was ihm selbst wichtig gewesen ist. Hilfe, die dort ankommt, wo sie gebraucht wird. Die Stiftung KinderHerz engagiert sich für Kinder mit angeborenen Herzfehlern und unterstützt unter anderem innovative Forschungsprojekte, moderne Diagnose- und Behandlungsmöglichkeiten sowie die Weiterentwicklung der Kinderherzmedizin.

Für die betroffenen Kinder und ihre Familien bedeutet medizinischer Fortschritt weit mehr als abstrakte Forschung. Es geht um Lebensqualität, Zukunftsperspektiven – und manchmal schlicht um die Chance auf ein Leben. Für ChefHeads ist die Unterstützung der Stiftung KinderHerz deshalb seit vielen Jahren eine besondere Verpflichtung. Unsere Branche steht für Gastfreundschaft, Genuss und Lebensfreude. Doch gerade deshalb sollten wir nicht vergessen, dass es Familien gibt, für die Gesundheit und ein unbeschwerter Alltag keineswegs selbstverständlich sind. Wenn wir mit dem, was wir als Gastronomen und Köche besonders gut können, einen Beitrag leisten können, dann sollten wir es tun.



Natürlich wird am 18. Oktober hervorragend gekocht. Natürlich dürfen sich die Gäste auf außergewöhnliche Gerichte und Produkte freuen. Und natürlich gehört auch die besondere Atmosphäre des KölnSKY mit seinem Blick über Köln zu diesem Abend. Aber am Ende soll etwas anderes bleiben. Das Bewusstsein, gemeinsam geholfen zu haben.

Die vergangenen Charity-Veranstaltungen haben immer wieder gezeigt, welche Kraft entsteht, wenn Köche, Gastronomen, Hoteliers, Produzenten, Partner und Gäste zusammenkommen und für einige Stunden nicht fragen: „Was habe ich davon?“, sondern: „Was können wir gemeinsam erreichen?“ Genau diese Haltung möchten wir auch 2026 wieder erleben.

Unser Dank gilt deshalb schon heute allen Köchinnen und Köchen, Partnern, Sponsoren, Unterstützern und Helfern, die diesen Abend möglich machen. Und natürlich jedem einzelnen Gast, der mit seiner Teilnahme dazu beiträgt, die wichtige Arbeit der Stiftung KinderHerz zu unterstützen.

Charity-Küchenparty zugunsten der Stiftung KinderHerz

Sonntag, 18. Oktober 2026

KölnSKY · Köln

Von 16.30 Uhr bis 21.00 Uhr

Spitzenküche · Begegnungen · Charity · Gemeinsam helfen

In Erinnerung an Michael Stern

Dieser Abend wird anders sein als die vergangenen Veranstaltungen im KölnSKY.

Einer, der mit uns geplant, unterstützt und an den Erfolg dieser Charity geglaubt hat, wird nicht mehr persönlich dabei sein.

Aber vielleicht wird Michael Stern gerade deshalb an diesem Abend besonders präsent sein – in unseren Erinnerungen, in vielen Gesprächen und in dem gemeinsamen Wunsch, das fortzuführen, was wir zusammen begonnen haben.

Lieber Michael, dieser Abend ist auch für Dich.

Wir werden Dich vermissen. Aber wir werden Dich nicht vergessen.

Sichern Sie Ihre Teilnahme für 159,00 € pro Person.

Ordern Sie Ihr Ticket bequem online über das KölnSKY.

Direktlink: koelnsky.com/charity-kuechenparty

Wenn S Herz

Eine polnische
Wa

SERCE Spitzenküche zur Zensensache wird



Die Nacht für Kinderherzen im Waldorf Astoria Berlin

John-Jacob-Astor-Ballsaal | Credits: Waldorf Astoria Berlin

Am 10. Oktober 2026 wird der **John-Jacob-Astor-Ballsaal** des Waldorf Astoria Berlin erneut zum Treffpunkt von Spitzenküche, Gastfreundschaft und sozialem Engagement. Bereits zum vierten Mal findet in dem Berliner Luxushotel eine Charity-Veranstaltung zugunsten der Stiftung KinderHerz statt. In diesem Jahr führt die kulinarische Reise nach Polen. Unter dem Titel „SERCE – Eine polnische Nacht für Kinderherzen“ bringen vier Köche ihre persönlichen Handschriften und ihre Verbindung zur polnischen Küche zusammen.

SERCE – das bedeutet auf Polnisch Herz.

Ein einziges Wort, das kaum besser ausdrücken könnte, worum es an diesem Abend geht.

Wenn sich am Samstag, 10. Oktober 2026, ab 18 Uhr die Türen des Ballsaals im Waldorf Astoria Berlin öffnen, steht natürlich die Kulinarik im Mittelpunkt. Doch hinter den Tellern, den Produkten und den außergewöhnlichen Geschmackserlebnissen steckt eine größere Idee: Mit Genuss etwas zu bewegen und Kindern mit angeborenen Herzfehlern zu helfen.

Bereits zum vierten Mal findet die Charity im Waldorf Astoria Berlin statt – jedes Mal unter einem anderen kulinarischen Thema, aber immer mit demselben Ziel: Aufmerksamkeit und finanzielle Unterstützung für die wichtige Arbeit der Stiftung KinderHerz zu schaffen.

2026 erhält dieser besondere Abend eine unverkennbar polnische Handschrift.

Polen zwischen Tradition und moderner Spitzenküche

Polnische Küche ist weit mehr als Pierogi, Bigos oder Barszcz.

Sie ist eine traditionsreiche Küche der Regionen und Jahreszeiten – geprägt von Wäldern, Seen und der Ostseeküste, von Pilzen, Kohl und Wurzelgemüse, Roter Bete, Fisch, Wild, kräftigen Brühen und einer ausgeprägten Kultur des Haltbarmachens und Fermentierens.

Genau hier setzt SERCE an.

Traditionelle Geschmacksbilder sollen nicht einfach reproduziert, sondern weitergedacht werden. Produkte und Erinnerungen treffen auf die Techniken und die Ästhetik einer modernen Fine-Dining-Küche.

Dafür kommen an diesem Abend vier Persönlichkeiten zusammen, die auf ganz unterschiedliche Weise eine Verbindung zu Polen besitzen.

Agata Reul

Polnische Gastfreundschaft trifft Düsseldorf

Eine der prägenden Persönlichkeiten des Abends ist Agata Reul aus Düsseldorf. Ihre Geschichte beginnt in Polen. Essen, Familie und Gastfreundschaft gehör-

ten für sie schon früh zusammen. Ihr Großvater war Metzger, ihre Eltern führten einen gastronomischen Betrieb – der gemeinsame Tisch gehörte zum Familienleben.

Ihr beruflicher Weg führte zunächst allerdings in eine andere Richtung. Nach dem Abitur studierte sie in Stettin, bevor sie nach Deutschland kam. In Düsseldorf entschied sie sich schließlich für die Gastronomie und begann mit 27 Jahren eine Kochausbildung.

2012 erfüllte sie sich ihren Traum vom eigenen Restaurant.

Heute gehört das Agata's in Düsseldorf zu den renommierten Gourmetadressen der Stadt. Das Restaurant ist mit einem Michelin-Stern ausgezeichnet und steht für eine kreative, saisonal orientierte Küche mit internationalen Einflüssen.

Agata Reul bringt an diesem Abend jedoch mehr als gastronomische Erfahrung mit nach Berlin. Sie steht für eine Vorstellung von polnischer Gastfreundschaft, bei der der gemeinsame Tisch immer auch ein Ort der Begegnung ist.

Simon Kolar

Zwischen Mannheim und polnischen Wurzeln

Auch Simon Kolar trägt Polen in seiner Familiengeschichte. Seine Mutter Maria stammt aus Breslau. Simon Kolar selbst wuchs in einer Gastronomenfamilie auf und verbrachte einen Teil seines beruflichen und persönlichen Weges in Polen. Dort studierte er unter anderem Hotel-, Tourismus- und Eventmanagement.

Heute führt er gemeinsam mit seiner Mutter den Landhof in Oftersheim bei Mannheim.

Hier treffen zwei Generationen und zwei gastronomische Perspektiven aufeinander: Erfahrung und Tradition auf der einen, moderne und kreative Ideen auf der anderen Seite.

Über die Region hinaus machte sich Simon Kolar zudem als Initiator der Guerilla Chefs einen Namen – eines Netzwerks, das sich unter anderem mit Nachwuchsförderung, dem Berufsbild Koch und neuen Perspektiven für die Gastronomie beschäftigt.

Bei SERCE bekommt seine Verbindung zu Polen eine ganz besondere Bühne.

Piotr Pabisiak

Moderne polnische Küche direkt von der Ostsee

Mit Piotr Pabisiak bekommt SERCE noch eine weitere authentische kulinarische Stimme aus Polen. Pabisiak ist Küchenchef des Restaurants Polonaise im Hilton Świnoujście Resort & Spa an der polnischen Ostseeküste.



Agata Reul



Marcel Förster
Executive Chef | Restaurant Agata's



Piotr Berezowski,
Executive Chef | Waldorf Astoria Berlin



Piotr Pabisiak
Executive Chef | Hilton Świnoujście Resort & Spa



Simon Kolar

Dort beschäftigt er sich intensiv mit der Frage, wie sich die kulinarischen Traditionen seines Landes in eine zeitgemäße gastronomische Sprache übersetzen lassen.

Seine Küche verbindet polnische Inspirationen mit klassischen und modernen Techniken. Dabei spielen hochwertige und möglichst regionale Produkte eine zentrale Rolle – von Fisch aus Meer und Binnengewässern bis zu polnischem Fleisch, Gans, Ente und Wild.

Gerade Wild gehört zu den Spezialgebieten des Küchenchefs. Pabisiak ist auch als Juror bei kulinarischen Wettbewerben rund um das Thema Wild tätig.

2026 erhielt seine Arbeit zusätzliche internationale Aufmerksamkeit: Das Restaurant Polonaise wurde in den MICHELIN Guide Poland 2026 aufgenommen.

Für Piotr Pabisiak steht hinter moderner Spitzenküche nicht allein die Technik. Entscheidend sind für ihn Produktqualität, eine gemeinsame Vision innerhalb des Küchenteams und die Bereitschaft, bekannte Geschmacksbilder immer wieder neu zu interpretieren.

Damit passt seine Philosophie geradezu ideal zu SERCE.

Denn wenn es an diesem Abend darum geht, Polen kulinarisch neu zu entdecken, bringt Piotr Pabisiak die heutige polnische Küche unmittelbar von der Ostseeküste nach Berlin.

Piotr Berezowski

Der Gastgeber am Herd

Der vierte Koch ist gleichzeitig der kulinarische Gastgeber des Abends: Piotr Berezowski, Executive Chef des Waldorf Astoria Berlin. Für ihn bedeutet SERCE eine besondere Herausforderung. Gemeinsam mit seinem Team sorgt er nicht nur dafür, dass aus den Ideen der Gastköche ein harmonischer Galaabend entsteht. Auch seine eigene Verbindung zur polnischen Küche fließt in das Konzept ein.

Damit soll keine Aneinanderreihung einzelner Gerichte entstehen.

Vielmehr erzählen Agata Reul, Simon Kolar, Piotr Pabisiak und Piotr Berezowski gemeinsam eine kulinarische Geschichte. Vier Handschriften. Vier Perspektiven. Eine gemeinsame kulinarische Heimat: Polen.

Kaviar, Wódka - und Champagner zum Auftakt

Auch abseits der einzelnen Gänge soll Polen an diesem Abend kulinarisch erlebbar werden. Dazu gehört polnischer Kaviar – ein Produkt, mit dem sich Polen längst auch international einen Namen gemacht hat.

Und natürlich gehört zu einem Abend, der sich der polnischen Genusskultur widmet, auch ein weiteres Produkt: Wódka. Nicht als folkloristische Zugabe, sondern als Teil einer jahrhundertalten Genusskultur und als hochwertiger Begleiter ausgewählter kulinarischer Momente.

Der Abend selbst beginnt allerdings ganz klassisch und festlich: mit einem Glas Champagner zur Begrüßung. Polen trifft Berlin. Tradition trifft Fine Dining. Champagner trifft Wódka und Kaviar.

Ein Ballsaal für Kinderherzen

Der festliche Rahmen könnte kaum besser passen.

Der Ballsaal des Waldorf Astoria Berlin wird für einen Abend zur Bühne für Spitzenküche und soziales Engagement. Neben dem kulinarischen Programm dürfen sich die Gäste auf Live-Musik sowie eine Charity-Tombola mit besonderen Erlebnissen und exklusiven Hotelaufenthalten freuen.

Doch bei allem Genuss bleibt der eigentliche Mittelpunkt das, was bereits im Namen der Veranstaltung steckt:

SERCE - das Herz.

Ein bedeutender Teil der Erlöse des Abends kommt Forschungs- und Förderprojekten der Stiftung KinderHerz in Berlin und Polen zugute. Damit erhält jeder Gang, jedes Glas und jedes Tombola-Los an diesem Abend eine zweite Bedeutung.

Spitzenküche kann mehr

Genau diese Verbindung ist seit Jahren ein wesentlicher Gedanke hinter dem Charity-Engagement der ChefHeads-Club der Küchenchefs.

Köchinnen und Köche können Menschen nicht nur mit ihrer Küche begeistern. Sie können ihre Bekanntheit, ihr Netzwerk und vor allem ihr Können einsetzen, um Aufmerksamkeit für Menschen zu schaffen, die diese Aufmerksamkeit dringend benötigen.

Viele der beteiligten Spitzenköche stellen dafür ihre Freizeit und ihre Arbeitskraft ehrenamtlich zur Verfügung. Aus einem außergewöhnlichen kulinarischen Abend wird dadurch etwas Größeres. Eine gemeinsame Aktion von Köchen, Gastgebern, Produzenten, Partnern und Gästen.

Und manchmal beginnt Hilfe tatsächlich ganz einfach: mit Menschen, die gemeinsam an einem Tisch sitzen.

Unser besonderer Dank gilt allen Sponsoren und Köchen und natürlich dem Waldorf Astoria Team mit Generalmanager **Christian Schwenke** und seiner Assistentin **Manon Lange-Prollius**.



Credits: Waldorf Astoria Berlin



Credits: Waldorf Astoria Berlin



Credits: Stiftung KinderHerz

SERCE - DIE CHARITY AUF EINEN BLICK

SERCE – Eine polnische Nacht für Kinderherzen
Spitzenköche kochen zugunsten der Stiftung KinderHerz

Samstag, 10. Oktober 2026

Beginn: 18:00 Uhr

Waldorf Astoria Berlin

Hardenbergstraße 28
10623 Berlin

Die Köche

Agata Reul | Agata's · Düsseldorf

Simon Kolar | Landhof · Oftersheim/Mannheim

Piotr Pabisiak | Polonaise · Hilton Świnoujście Resort & Spa · Polen

Piotr Berezowski | Executive Chef · Waldorf Astoria Berlin

Das erwartet die Gäste

Polnische Küche neu interpretiert · Fine Dining · polnischer Kaviar · ausgewählte Weine und Spezialitäten · Wódka · Champagnerempfang · Live-Musik · Charity-Tombola

Für Kinderherzen

Ein bedeutender Teil der Erlöse unterstützt Forschungs- und Förderprojekte der Stiftung KinderHerz in Berlin und Polen.

Ein Abend für Genießer.

Ein Abend für Polen.

Vor allem aber: ein Abend für Kinderherzen.

SERCE - weil Genuss dann besonders wertvoll wird, wenn er etwas bewirken kann.





WINNICE KOJDER

WINNICA
de Lewin

BROWAR
ZA MIASTEM



ANTONIUS
Caviar



WALDORF ASTORIA®
BERLIN

L'Amante

„Kaffeequalität ist ein Kunstwerk“
„Warum L'Amante Kaffee neu denkt – vom Ursprung
in Italien bis zur modernen Full-Service-Lösung“.



Es gibt Unternehmen, die verkaufen Produkte. Und es gibt Unternehmen, die aus einer Haltung heraus entstehen. L'Amante gehört eindeutig zur zweiten Kategorie. Hinter der Marke steht nicht nur der Wunsch, Kaffee anzubieten, sondern die Überzeugung, dass Kaffeequalität ein Erlebnis sein muss - geschmacklich, handwerklich und im täglichen Einsatz beim Kunden.

Die Geschichte von L'Amante beginnt mit einer einfachen, aber marktrelevanten Beobachtung: Viele Menschen waren mit herkömmlichem Kaffee nicht mehr zufrieden. Einige empfanden ihn als zu bitter, andere klagten über mangelnde Bekömmlichkeit, wieder andere suchten schlicht nach einer Qualität, die sich wirklich abhebt. Aus dieser Unzufriedenheit entstand eine Idee: Kaffee neu zu denken - kompromisslos in der Qualität und zugleich praktikabel für den Alltag in Unternehmen, Hotellerie und Gastronomie.



Der Ursprung: aus Unzufriedenheit wird ein Anspruch

L'Amante wurde mit dem Anspruch gegründet, nicht einfach eine weitere Kaffeemarke in den Markt zu bringen. Im Mittelpunkt stand von Beginn an die Frage, wie Kaffee wieder zu dem werden kann, was er sein sollte: aromatisch, ausgewogen, hochwertig und für viele Menschen angenehmer zu genießen. Dieser Ausgangspunkt prägt die Marke bis heute.

Was daraus entstanden ist, ist keine klassische Produktgeschichte, sondern ein unternehmerisches Konzept. L'Amante versteht Kaffee nicht isoliert, sondern als Verbindung von Herkunft, Veredelung, Technik, Service und Markeninszenierung. Gerade darin liegt die Besonderheit des Unternehmens: Es geht nicht nur um Bohnen oder Maschinen, sondern um eine vollständige Kaffeelösung mit eigener Handschrift.

Qualität beginnt auf der Farm

Wer über L'Amante spricht, muss früh in der Lieferkette beginnen. Das Unternehmen arbeitet mit ausgewählten Kaffeefarmen und Partnern in Herkunftsregionen wie Brasilien, Peru und Costa Rica zusammen. Entscheidend ist dabei nicht nur die Provenienz der Bohnen, sondern auch die Qualität der Beziehungen. Persönlicher Austausch, faire Bedingungen und ein klares Bekenntnis zu sorgfältiger Auswahl sind wesentliche Bestandteile des Selbstverständnisses. Auch kleine Farmerfamilien werden bewusst eingebunden.

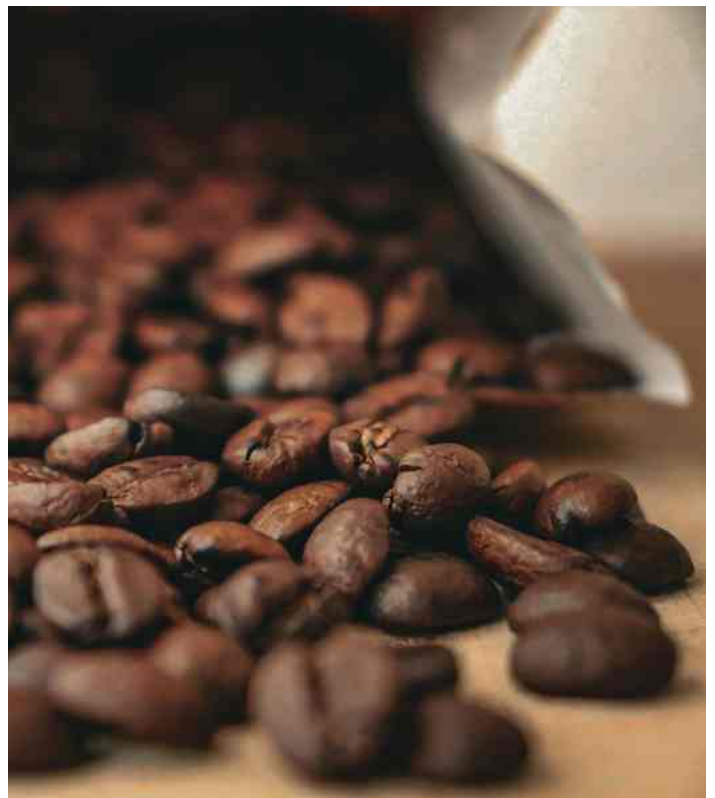
Diese Nähe zum Ursprung passt zur Philosophie der Marke, die Genuss nicht von Verantwortung trennt. Wer Qualität glaubhaft kommunizieren will, muss sie am Anfang der Wertschöpfung mitdenken - nicht erst in der Vermarktung. Genau darin liegt eine der tragenden Säulen des L'Amante-Profiles.

Sorgfalt als Methode: von der Ernte bis zum Cupping

Nach dem Anbau folgt bei L'Amante ein weiterer Teil der Qualitätsgeschichte: die sorgfältige Weiterverarbeitung. Das Unternehmen setzt auf Handlese, um reife Kaffeekirschen gezielt auszuwählen und den Charakter der Bohnen zu bewahren.

Anschliessend werden die Bohnen schonend getrocknet, präzise aussortiert und vor ihrer weiteren Verarbeitung sensorisch geprüft.

Diese Prüfung erfolgt nicht oberflächlich, sondern systematisch. Mit Cupping und der Einbindung von Q-Gradern wird der Rohkaffee nach international anerkannten Kriterien bewertet. Einzelne Sorten werden separat betrachtet und geröstet, bevor sie zu Mischungen zusammengeführt werden. So entsteht kein Zufallsprodukt, sondern eine bewusste Komposition aus Aroma, Körper und Balance.



Italien als Herzstück der Veredelung

Ein zentrales Kapitel im Firmenporträt von L'Amante führt nach Udine in Italien. Dort findet die Röstung statt - langsam, schonend und mit handwerklicher Präzision. Daher rösten wir kleine Chargen (zw. 60 und 240 kg) schonend bei einer maximalen Temperatur von 220 Grad. Jede unserer Kaffeesorten wird laut spezifischer Röstkurve zwischen 18 und 22 Minuten geröstet. Dadurch hat der Kaffee die Möglichkeit, die beste Qualität in Bezug auf den Geschmack und die Aromen zu erreichen. Wir rösten bis zu 75-mal länger als die Industrie.

Die Langzeitröstung ist für L'Amante kein romantisches Detail, sondern ein klares Qualitätsversprechen. Sie soll die Aromabildung fördern und Bitterstoffe sowie Chlorogensäuren reduzieren. Das Ergebnis ist ein Kaffee, der vollmundig, harmonisch und bekömmlich wirken soll. Für ein Unternehmen, das sich über Geschmack und Alltagstauglichkeit definiert, ist diese Art der Röstung ein wesentlicher Teil seiner Identität.

Mehr als Kaffee: vom Produkt zur Lösung

L'Amante bleibt jedoch nicht bei der Bohne stehen. Das Unternehmen hat früh erkannt, dass Kunden in B2B, Hospitality und Gastronomie mehr brauchen als ein gutes Produkt. Gefragt sind Lösungen, die im Alltag funktionieren, technisch verlässlich sind und sich in unterschiedliche Betriebskonzepte einfügen. Deshalb umfasst das Portfolio weit mehr als Kaffee: Vollautomaten, Vending-Systeme, Kapselmaschinen, individuelle Automatenkonzepte und Serviceleistungen gehören fest dazu.

Gerade für Unternehmen und Gastgeber ist das relevant. Denn Kaffee ist in vielen Betrieben längst ein fester Teil des Erlebnisses geworden - für Mitarbeitende, für Gäste, für Kunden. Wer an diesem Punkt Qualität zeigt, sendet ein starkes Signal. L'Amante verbindet diesen Anspruch mit dem Leitgedanken **"Keep it simple"**: hochwertige Ergebnisse, ohne den Betrieb unnötig kompliziert zu machen.

Die Kaffeemaschine als Markenbühne

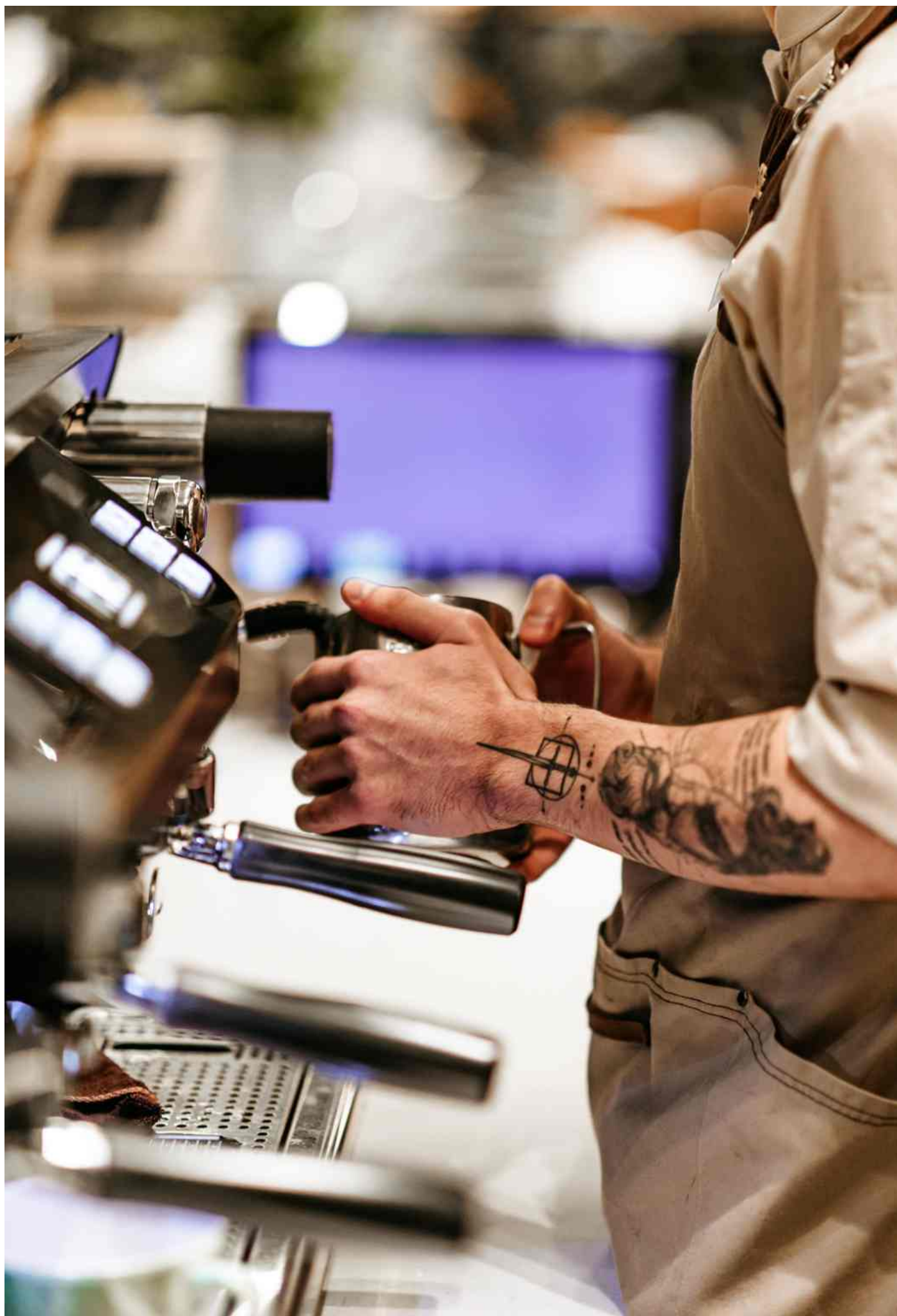
Besonders spannend ist die Art, wie L'Amante Kaffeelösungen mit Kommunikation verknüpft. Die Maschine wird hier nicht nur als funktionales Gerät verstanden, sondern als sichtbarer Kontaktpunkt im Raum.

Unternehmen können Designflächen, Logos, Touchscreens und Landingpages nutzen, um Botschaften, Aktionen oder interne Informationen direkt dort zu platzieren, wo täglich Aufmerksamkeit entsteht.

So bekommt Kaffee eine zweite Ebene: Er schmeckt nicht nur, er kommuniziert auch. In Hotels, Offices oder gastronomischen Konzepten kann daraus ein wirkungsvoller Teil der Markenwahrnehmung werden. Zugleich schafft das Unternehmen mit QR-Codes, Fernwartung und Telemetrie eine technische Infrastruktur, die Service vereinfacht und Ausfallzeiten reduziert. Das verbindet Emotion und Effizienz auf bemerkenswert zeitgemäße Weise.

Nachhaltigkeit als konkrete Praxis

Zum Firmenbild von L'Amante gehört ebenso das Thema Nachhaltigkeit. Auch hier wird nicht nur ein Schlagwort gesetzt, sondern ein Paket konkreter Massnahmen beschrieben: biologisch abbaubare Kapseln, kein Aluminium im Kaffee, recycelbare Verpackungen, faire Bezahlung von Produzenten sowie die Aufbereitung und Wiederverwendung von Maschinen. Nachhaltigkeit erscheint damit nicht als Zusatz, sondern als betriebliche Haltung.



Bemerkenswert ist vor allem die Kreislauflogik im Maschinenbereich. Defekte Geräte werden im Servicefall ersetzt, repariert und wiederverwendet. Das spart Ressourcen und passt zu einer modernen Unternehmensrealität, in der Investitionsgüter länger gedacht und verantwortungsvoller eingesetzt werden. Auch darin zeigt sich die Handschrift von L'Amante: Qualität soll dauerhaft wirken, nicht nur im ersten Eindruck.

Die Vision: eine Kaffeewelt mit System

L'Amante denkt seine Zukunft nicht in einzelnen Sortimenten, sondern in einer vernetzten Kaffeewelt. Das Unternehmen spricht von einer Verbindung aller Bereiche - vom Privatkunden über den Arbeitsplatz bis hin zum Kaffeehaus.

Geplant sind unter anderem App-gestützte Modelle, ein Premiumprogramm, internationale Expansion und ein eigenes Franchise-Kaffeehauskonzept.

Damit zeigt sich ein Unternehmen, das nicht nur über Qualität spricht, sondern über Skalierung mit System. Die formulierte Vision ist ambitioniert: Kaffee soll nicht nur besser schmecken, sondern in unterschiedlichen Lebens- und Nutzungskontexten wiedererkennbar als L'Amante-Erlebnis funktionieren. Für ein Firmenporträt ist genau das die eigentliche Pointe: Hier baut jemand nicht nur an einem Produkt, sondern an einer Marke mit Ökosystem.

Ein Porträt mit klarer Haltung

Am Ende bleibt der Eindruck eines Unternehmens, das Genuss, Handwerk, Technik und Markenführung eng zusammendenkt. L'Amante stellt Kaffee nicht als Nebensache dar, sondern als Qualitätsmoment mit Wirkung nach innen und aussen. Für Betriebe in Gastronomie, Hotellerie und modernen Arbeitswelten ist das ein interessanter Ansatz, weil er Genuss, Effizienz und Positionierung miteinander verbindet.

Vielleicht ist genau das der Grund, warum die Marke nicht über Lautstärke, sondern über Haltung wirkt. L'Amante erzählt keine austauschbare Kaffeegeschichte, sondern die Geschichte eines Unternehmens, das aus einer klaren Überzeugung heraus gewachsen ist: Gute Kaffeequalität ist kein Detail. Sie ist ein Kunstwerk - und gleichzeitig ein Businessfaktor.

Kontakt Daten:

Rainer Pohl & Gabriele Sabine Schweiger

L'Amante Business Strategie

+49 176-87855142 / + 49 173-3982606

+43 664 3961303

info@lamante-business.com

Instagram: https://www.instagram.com/lamante_kaffee_genuss_europa/

Web: www.lamante.com





Silvio

Im Historischen G
Wurzeln mit zeitg
Jetzt wird der Pat
- und möchte sei

Credits: Silvio Eberlein



Eberlein - Tradition weiterdenken

asthaus Buschkamp verbindet Silvio Eberlein westfälische
emäßer Küche und leidenschaftlichem Gastgebertum.
ron und Küchenchef auch Teil der ChefHeads-Community
n Können künftig für Kinder mit angeborenem Herzfehler
einsetzen.

Von Guido Fritz

Es gibt Restaurants, die erzählen ihre Geschichte über das, was auf den Tellern liegt. Und es gibt Orte, an denen die Geschichte schon beginnt, lange bevor der erste Teller den Tisch erreicht. Das Historische Gasthaus Buschkamp in Bielefeld-Senne gehört zweifellos zur zweiten Kategorie.

Fachwerk, altes Mobiliar, Bauerngarten, Backspeicher – wer den Museumshof Senne betritt, taucht ein Stück weit in eine andere Zeit ein. Doch wer hier eine gastronomische Zeitreise erwartet, bei der Tradition mit Stillstand verwechselt wird, dürfte überrascht werden. Denn Patron und Küchenchef Silvio Eberlein versteht es, die kulinarische Geschichte Westfalens zu bewahren und gleichzeitig in die Gegenwart zu führen.

Ein Gasthaus mit Geschichte

Die Wurzeln des Buschkamp reichen weit zurück. Der früheste urkundliche Nachweis des Buschkempers stammt aus dem Jahr 1654. Durch seine Lage am historischen Hellweg wurde der Hof schon früh als Raststation und zum Pferdewechsel beim Passieren des Teutoburger Waldes genutzt. 1869 erhielt F. W. Lohmann schließlich die Erlaubnis zum uneingeschränkten Schankbetrieb. Später wurde das Gasthaus weit über die Senne hinaus bekannt. Reisende, Wanderer und Soldaten machten hier Station – Pickert und Wildbraten gehörten zu den kulinarischen Begleitern dieser Zeit.

Als das denkmalgeschützte Gebäude Anfang der 1980er-Jahre seinem ursprünglichen Standort weichen sollte, sorgten Bürgerproteste dafür, dass ein Stück regionaler Geschichte erhalten blieb. Das Gebäude wurde abgetragen und 1985/86 auf dem Museumshof Senne wieder aufgebaut. Am 18. Januar 1988 öffnete das Historische Gasthaus Buschkamp dort seine Türen. Heute steht das Haus für eine Verbindung, die erstaunlich selbstverständlich wirkt: historische Architektur und zeitgemäße Gastronomie.

Westfalen auf dem Teller

Und genau hier kommt Silvio Eberlein ins Spiel.

Als Patron und Küchenchef prägt er das Historische Gasthaus Buschkamp seit vielen Jahren. Seine Küche verleugnet ihre Herkunft nicht. Im Gegenteil: Westfalen darf bei ihm nach Westfalen schmecken. Pickert, Wurstebrei, westfälischer Knochenschinken oder klassische Schmorgerichte stehen nicht deshalb auf der kulinarischen Landkarte, weil gerade jemand „Regionalität“ zum gastronomischen Trend erklärt hat. Sie gehören zur Geschichte dieser Region. Gleichzeitig bedeutet Tradition für Eberlein nicht, Gerichte unverändert zu konservieren. Moderne Techniken, zeitgemäße Präsentationen und eine bewusste Auswahl der Produkte sorgen dafür, dass aus regionaler Küche keine museale Veranstaltung wird. Das passt zu einem Haus, dessen historische Kulisse allgegenwärtig ist und das trotzdem nicht in der Vergangenheit leben möchte.



Credits: Silvio Eberlein



Credits: Silvio Eberlein



Credits: Silvio Eberlein



Credits: Silvio Eberlein



Credits: Silvio Eberlein

Silvio Eberlein

Regionalität beginnt vor der Küchentür

Besonders glaubwürdig wird diese Philosophie durch den Museumshof selbst. Bauern- und Kräutergärten sind nach historischen Vorbildern angelegt. Kräuter, Gemüse und weitere Produkte aus den eigenen Gärten finden ihren Weg in die Küche.

Auch der historische Backspeicher wird weiterhin genutzt. Brot, Eingemachtes und regionale Spezialitäten gehören ebenso zum kulinarischen Kosmos des Museumshofs. Regionalität wird damit nicht auf eine Herkunftsbezeichnung in der Speisekarte reduziert. Sie wird sichtbar, riechbar und schmeckbar.

Für einen Koch bedeutet das gleichzeitig Verantwortung. Wer sich auf traditionelle Produkte und Geschmacksbilder beruft, muss handwerklich sauber arbeiten. Ein Klassiker verzeiht wenig. Wo keine spektakulären Effekte vom Produkt ablenken, zählen Geschmack, Gargrad, Sauce und handwerkliche Präzision.

Genau darin liegt eine der Stärken von Silvio Eberlein.

Kein kulinarisches Museum

Das Historische Gasthaus Buschkamp wurde bereits 1998 zum „Westfälischen Restaurant des Jahres“ gekürt. Und ein Satz, mit dem Der Feinschmecker einst die Küche des Hauses charakterisierte, beschreibt die Philosophie bis heute treffend:

„Im Museum, aber nicht von gestern.“

Besser lässt sich der Spagat kaum formulieren.

Auch die Gastronomiekritik würdigt das Haus weiterhin. GUSTO führt das Historische Gasthaus Buschkamp mit fünf Pfannen und sieht Eberleins besondere Stärke dort, wo klassisches Küchenhandwerk und traditionelle Geschmacksbilder im Mittelpunkt stehen.

Das ist durchaus bemerkenswert in einer Zeit, in der sich Köche manchmal stärker über Inszenierung als über Geschmack definieren. Eberleins Küche muss nicht laut sein. Sie muss schmecken.

Patron, Küchenchef – und Gastgeber

Doch ein Restaurant besteht nicht allein aus seiner Küche.

Silvio Eberlein ist Patron und Küchenchef – und vor allem Gastgeber. Das ist ein Unterschied, den man spürt. Denn Gastgeber zu sein bedeutet, Verantwortung für das gesamte Erlebnis zu übernehmen:



WESTFÄLISCH
genießen

Hirschrücken mit Haferwurzel

Credits: Silvio Eberlein



Thunfisch | Hibiscus-Meersalz |
Kombu | Mango-Fenchel

Credits: Silvio Eberlein



Credits: Silvio Eberlein

Pflaume, Kardamom-Milchreis, Kischblüten



„Auberge le Concarneau“ 2019 einen Stern im Guide Michelin und 18 Punkte im Gault-Millau, das Historische Gasthaus Buschkamp erreichte 13 Punkte im Gault-Millau

für Küche und Service, Mitarbeiter und Gäste, Produkte und Wirtschaftlichkeit. Gerade inhabergeführte Gastronomie verlangt heute mehr denn je diese Vielseitigkeit.

Steigende Kosten, Fachkräftemangel, veränderte Erwartungen der Gäste und ein gesellschaftlicher Wandel im Umgang mit Gastronomie stellen Betriebe vor enorme Herausforderungen. Gleichzeitig müssen Tradition und Identität eines Hauses erhalten bleiben.

Ein historisches Gasthaus weiterzuführen heißt deshalb nicht, die Vergangenheit zu verwalten.

Es bedeutet, ihm eine Zukunft zu geben.

Bewahren heißt weiterentwickeln

Vielleicht liegt genau darin die spannendste Seite von Silvio Eberlein. Er arbeitet an einem Ort, dessen Geschichte Jahrhunderte zurückreicht, und muss trotzdem jeden Tag Entscheidungen für morgen treffen.

Welche Gerichte bleiben? | Welche verändern sich? | Welche Produkte kommen aus der Region? | Wie gewinnt man junge Mitarbeiter für einen Beruf, der Leidenschaft verlangt?

Und wie schafft man es, dass Gäste auch in Zukunft bereit sind, gutes Handwerk und gute Produkte entsprechend wertzuschätzen?

Tradition ist in diesem Verständnis kein starres Regelwerk.

Sie ist ein Fundament.

Und auf einem guten Fundament darf man durchaus Neues bauen.

Ein neuer ChefHead

Seit Kurzem gehört Silvio Eberlein auch zum ChefHeads-Club der Küchenchefs.

Damit wird aus einer bereits bestehenden Verbindung zur professionellen Gastronomie nun auch eine aktive Mitgliedschaft in unserem Netzwerk. Für Silvio Eberlein bedeutet ChefHeads dabei mehr als fachlichen Austausch. Er möchte sich künftig auch bei Charity-Veranstaltungen zugunsten der Stiftung KinderHerz engagieren und seine Erfahrung und sein Können für einen guten Zweck einsetzen.

Gerade Köche besitzen eine besondere Möglichkeit, Menschen zusammenzubringen. Ein gemeinsames Essen schafft Begegnungen, Emotionen und Aufmerksamkeit – und kann dadurch weit über den eigentlichen Genuss hinaus etwas bewegen.

Wenn daraus Unterstützung für Kinder mit angeborenen Herzfehlern entsteht, bekommt Gastgeben noch einmal eine andere Dimension.

Verantwortung endet nicht an der Küchentür

Vielleicht passt auch dieses Engagement besonders gut zu einem Gastgeber wie Silvio Eberlein. Denn Gastronomie bedeutet letztlich immer, etwas für andere Menschen zu tun.

Man kocht nicht für sich selbst. | Man ist Gastgeber für andere.

Und manchmal lässt sich diese Haltung über das eigene Restaurant hinaus weitertragen.
Silvio Eberlein möchte genau das tun.

Als Patron. | Als Küchenchef. | Als Gastgeber. | Und jetzt auch als ChefHead.

Willkommen im Netzwerk der ChefHeads, Silvio.



Credits: Silvio Eberlein

Interview mit Silvio Eberlein

ChefHeads: Silvio, bevor wir über das historische Gasthaus Buschkamp sprechen: Wie bist du eigentlich zum Kochberuf gekommen? Gab es einen bestimmten Moment, in dem für dich feststand: Das ist mein Weg?

Silvio Eberlein: Der kam tatsächlich erst später. Eigentlich wollte ich ursprünglich Bäcker werden. Aber dann sagte mein Stiefvater irgendwann zu mir: "Kind, so früh aufstehen - willst du das wirklich? Das ist doch gar nicht dein Ding." Und dann war am nächsten Tag für mich klar: Gut, dann werde ich eben Koch. So salopp war das damals tatsächlich. Es gab also nicht diesen einen klassischen Moment in der Kindheit, in dem ich mit meiner Oma oder meiner Mutter am Herd stand und dachte: Genau das will ich machen. Bei uns wurde zwar immer viel gekocht, und meine Oma hatte einen riesigen Garten - aber das war noch nicht der Auslöser. Der kam später. Ich habe mich dann mehr mit dem Beruf beschäftigt und schließlich auch meinen ersten Ferienjob in einer Küche gemacht, einfach um etwas Taschengeld zu verdienen. So hat sich das entwickelt.

ChefHeads: Welche Stationen und welche Menschen haben deinen beruflichen Weg besonders geprägt? Von wem hast du als junger Koch am meisten gelernt?

Silvio Eberlein: Sehr viel gelernt habe ich bei Karl Reindl im Reindls Partenkirchner Hof in Garmisch. Und als ich später von Garmisch nach Bielefeld kam, war natürlich auch Ernst-Heiner Hüser eine wichtige Prägung - damals Sternekoch und für mich eine entscheidende Station.

Durch diese Etappen bin ich auch relativ schnell aufgestiegen und in jungen Jahren bereits Küchenchef geworden. Wirklich weit weg aus der Region hat es mich danach eigentlich nicht mehr gezogen. Ich habe zwar noch ein paar Abstecher nach links und rechts gemacht, aber meist schon in Führungsrollen. Das ging alles ziemlich schnell.

ChefHeads: Heute bist du Patron und Küchenchef des historischen Gasthauses Buschkamp. Wie bist du an diesen außergewöhnlichen Ort gekommen - und was hat dich damals daran gereizt?

Silvio Eberlein: Am Ende war es, wie so oft im Leben, die Liebe. Meine Frau kommt von hier. Wir haben uns in Garmisch kennengelernt, und sie wollte zurück in ihre Heimat. Also habe ich mir überlegt: Wo kann ich hier etwas lernen, wo kann ich mich weiterentwickeln? Damals bin ich im Sternerrestaurant „Auberge“ gelandet - also im zweiten Restaurant auf dem Areal. Beide Restaurants wurden aus einer Küche bespielt. So bin ich zum ersten Mal im Buschkamp angekommen.

In meiner ersten Station war ich sechs Jahre hier, dann bin ich weitergezogen. Später ergab sich eher zufällig die Möglichkeit zur Übernahme. Wir trafen Herrn Hüser wieder - wir kannten uns unter anderem über "Westfälisch genießen". Ich hatte sogar noch eine DVD von ihm, einen Film über einen Zwei-Sterne-Koch aus Frankreich, der den elterlichen Betrieb übernimmt und an einem neuen Standort neu aufbaut. Ein bisschen ähnlich zur Situation damals.

Als wir uns zufällig trafen, sagte Herr Hüser zu mir, dass er in etwa zwei Jahren in den Ruhestand gehen wolle. Mein erster Gedanke war sofort: Das hätten Sie mir auch sagen können. Daraus entwickelte sich dann alles Weitere. Ich habe gesagt, dass ich eigentlich nicht noch zwei Jahre warten möchte - und so haben wir die Gespräche aufgenommen. Am Ende lief der Übergang sehr flüssig: nichts wurde geschlossen, ich bin im laufenden Betrieb eingestiegen und habe dann übernommen. Genau das war im Rückblick ein grosser Vorteil.

ChefHeads: Du arbeitest an einem Ort, dessen Geschichte Jahrhunderte zurückreicht. Spürt man als Küchenchef eine besondere Verantwortung, wenn man jeden Tag an einem so historischen Ort arbeitet?

Silvio Eberlein: Ja, auf jeden Fall - wobei sich diese Verantwortung oft weniger in der Küche selbst zeigt als im Umgang mit dem gesamten Anwesen. Es geht viel um den Erhalt der Gebäude, um die Außenanlagen, um die besondere Atmosphäre des Hofes. Die Häuser standen früher ja nicht einmal an diesem Ort, sie wurden hierher versetzt und mit viel Sorgfalt neu zusammengeführt. Diese Geschichte spüren wir täglich.

Kurz vor Corona haben wir zum Beispiel neue Stühle für das Restaurant bekommen - die ersten neuen seit über 30 Jahren. Das klingt vielleicht nach einem Detail, war für mich aber ein großer Schritt. Wir haben die neuen Stühle in einem Bordeauxrot gestaltet, also in der Farbe unseres neu entwickelten Museumshof-Logos. Dieses „Dachlogo“ für den gesamten Hof gab es vorher nicht. Denn Buschkamp, Buschkampkeller und Backspeicher hatten jeweils eigene Zeichen - mir war wichtig, dem Ganzen eine gemeinsame Klammer zu geben. Mit solchen Entscheidungen geht man an einem Ort wie diesem sehr vorsichtig um. Ich wollte keinen harten Bruch erzeugen. In einem so ehrwürdigen Haus ist ein radikaler Schnitt schwierig, gerade weil hier auch an den Wänden und in den Räumen viel Geschichte hängt. Wir haben deshalb eher behutsam modernisiert, ein bisschen Dekoration reduziert, manches entstaubt, ohne den Charakter zu verlieren. Die neuen Stühle waren dabei fast schon der größte Eingriff - aber auch ein notwendiger. Denn die alten Flechtstühle waren historisch, ja, aber ehrlich gesagt nicht besonders bequem.

ChefHeads: Das Buschkamp steht für westfälische Küche. Gleichzeitig kochst du modern und zeitgemäß. Wie viel Veränderung trägt Tradition - und wo sind für dich die Grenzen?

Silvio Eberlein: Wir haben vorsichtig reduziert und vorsichtig erneuert. Genau das wurde uns sogar einmal von einem ehemaligen Gourmettester ausdrücklich positiv zurückgespiegelt. Er fand gut, dass sich das alles langsam und organisch entwickelt hat. Und genau so sehe ich das auch.

Das Westfälische ist bei uns heute noch da, aber nur noch als ein Teil des Ganzen. Klar backen wir unseren Pickert noch selbst - allerdings gibt es ihn heute nur noch nachmittags. Der Wurstebrei dagegen steht dauerhaft auf der Karte, weil er einfach geliebt wird und bei uns auch eine echte Wertigkeit hat. Da kommt zum Beispiel richtige Schweinebacke hinein - und das ist nun wirklich kein billiges Produkt. Wenn man es überhaupt bekommt.

Solche Gerichte wirken auf den ersten Blick vielleicht schlicht, sind es aber überhaupt nicht. Und genau darum geht es: Tradition nicht folkloristisch zu verwalten, sondern ernst zu nehmen und auf Niveau zu kochen.

ChefHeads: Pickert, westfälischer Schinken, Wurstebrei oder klassische Schmorgerichte haben bei euch ihren festen Platz. Muss man als Koch heute Mut haben, solche vermeintlich einfachen Gerichte auf die Karte zu setzen?

Silvio Eberlein: Nein, eigentlich nicht. Ich glaube sogar, dass genau diese Gerichte eine enorme Kraft haben. Wenn wir zum Beispiel Rinderroulade auf die Karte nehmen, läuft die wie verrückt. Die Gäste wollen so etwas dauerhaft essen, weil es immer weniger Restaurants gibt, die solche Klassiker auf gutem Niveau überhaupt noch anbieten.

Und man darf nicht vergessen: Das sind Gerichte mit echtem Aufwand. Schmorgerichte machen Arbeit, sie brauchen Zeit, sie haben Verlust und sie sind in der Herstellung keineswegs günstig. Zu Hause kocht man so etwas ja auch nicht jede Woche. Mut braucht man aus meiner Sicht eher dann, wenn man solche Gerichte moderner interpretieren oder eleganter anrichten will. Darin liegt oft die eigentliche Herausforderung: den Klassiker zu respektieren und ihm trotzdem eine zeitgemäße Form zu geben.

ChefHeads: Regionalität ist in der Gastronomie inzwischen ein viel verwendeter Begriff. Bei euch wachsen Kräuter und Gemüse teilweise direkt auf dem Museumshof. Was bedeutet echte Regionalität für dich persönlich?

Silvio Eberlein: Bei uns steht das Thema buchstäblich direkt vor der Tür. Wir müssen gar nicht gross darüber reden, weil das, was sich andere heute auf die Fahnen schreiben, bei uns seit Jahrzehnten Teil des Alltags ist. Wir haben zwei eigene Imker auf dem Gelände, rund 100.000 Bienen und unseren eigenen Honig. Es wird nichts gespritzt.

Und bei den Kräutern geht es nicht nur um die Klassiker. Natürlich wachsen Schnittlauch, Rosmarin, Thymian oder Majoran im Garten. Aber eben auch Mädesüß oder Austernkraut - und das schon sehr lange. Teilweise schon, bevor solche Produkte überhaupt in der modernen Küche richtig trendig wurden. Bei uns wächst die ganze Pflanze im Garten - sofern sie nicht gerade von den Schnecken gefressen wird, was in den letzten Jahren durchaus vorgekommen ist.

Aber selbst dann gehen wir nicht mit Chemie dagegen vor. Letztes Jahr habe ich einiges teuer neu gepflanzt und mit Gläsern geschützt, aber wir arbeiten in dem Punkt bewusst konsequent. Auch bei grosser Trockenheit. Ein Gast hat mich neulich gefragt, was wir bei 32 Grad draussen eigentlich machen. Meine Antwort war: Was überlebt, überlebt. Was nicht überlebt, überlebt nicht. Das ist Natur - und genau das ist Teil unserer Identität.

ChefHeads: Wer pflegt den Garten? Machst du das selbst oder habt ihr dafür jemanden?

Silvio Eberlein: Tatsächlich mache ich vieles selbst, weil ja auch jemand entscheiden muss, was dort überhaupt hinein soll.

Meine Frau hilft mit, und wir haben zusätzlich noch Unterstützung durch einen Gärtner auf Aushilfsbasis. Aber einen klassischen Vollzeitgärtner haben wir nicht.

ChefHeads: Wenn du deine Küche mit drei oder vier Begriffen beschreiben solltest - welche wären das?

Silvio Eberlein: Eigentlich ganz einfach: lecker kochen. Das ist für mich der Kern. Dann auf jeden Fall Mut zum Würzen. Das ist enorm wichtig. Und viele Kräuter einsetzen. Lieber auch mal Salz weglassen, aber Geschmack muss da sein.

ChefHeads: Bist du ein Saucen-Fan?

Silvio Eberlein: Ja, absolut.

ChefHeads: Das merkt man heute nicht mehr überall. In vielen modernen Küchen scheint die Sauce fast verloren zu gehen - stattdessen gibt es drei Punkte auf dem Teller oder mal einen Strich. Aber eine richtige Sauce, wie man sie früher kannte, das wird selten.

Silvio Eberlein: Genau das finde ich auch. Wir stellen bei vielen Gerichten sogar noch extra Sauce in der Sauciere auf den Tisch. Bei einer Bouillabaisse zum Beispiel servieren wir den Sud ganz bewusst klassisch und nicht geklärt, also trüb, wie früher in Frankreich. Da werden auch die Fischkarkassen mitverarbeitet, damit genau diese Tiefe und Kraft in die Suppe kommen. Das machen wir ganz bewusst so, weil wir diesen Geschmack wollen. Bei anderen Zubereitungen klärt man so etwas heraus - dort nicht.

Oder nimm Königsberger Klopse: Ein Gericht, das von seiner Sauce lebt. Wenn da nur noch ein Schäumchen oben drauf ist, hat das für mich nichts mehr mit dem eigentlichen Essen zu tun. Das ist vielleicht fotogen, aber nicht ehrlich. Jeder Profi sieht doch, dass man so ein Gericht nicht wirklich essen will.

Wir haben aktuell zum Beispiel Tafelspitz auf der Karte. Den schneiden wir heute anders als früher - nicht mehr in zwei oder drei klassische Scheiben, sondern als sauber gearbeitetes Stueck. Aber dann gehört eben auch eine ordentliche Sauce dazu. Und die Gäste löffeln die weg.

ChefHeads: Du bist nicht nur Küchenchef, sondern auch Patron und Unternehmer. Wie schwierig ist es heute, den kulinarischen Anspruch mit der wirtschaftlichen Realität eines Restaurants in Einklang zu bringen?

Silvio Eberlein: Bei einer Betriebsstruktur wie unserer, mit den vielen Gebäuden und Bereichen, ist das nicht immer einfach. Ich bewundere manchmal Kollegen, die den Mut haben, sehr klein zu denken, komplett auf Sterneniveau zu setzen und die entsprechenden Mitarbeiterzahlen in der Küche zu finanzieren. Bei mir spielt der wirtschaftliche Aspekt dagegen ganz klar eine grosse Rolle.

Wir wollen lecker kochen - das ist unser Anspruch. Aber ich würde nicht zwanghaft noch mehr Personal einstellen, nur um vielleicht einem bestimmten Ideal hinterherzulaufen, wenn es sich am Ende nicht trägt. Man macht das ja nicht als Hobby, sondern man muss davon leben können. Und genau da liegt die Spannung.

Dazu kommt, dass der Markt extrem unberechenbar geworden ist. Gestern zum Beispiel hatten wir mitten in der Woche mehrere Tische, die nur das grosse Gourmet-Menü bestellt haben. Da denkt man sofort: Wahnsinn. Und am nächsten Tag gehen an vergleichbaren Tischen dann gefühlt nur zwei Hauptgänge. Diese Ausschläge sind enorm.

Viele Kollegen beobachten das ebenfalls: Die Menschen reservieren kurzfristiger, entscheiden spontaner, und die früher so verlässlichen Muster greifen nicht mehr. Es gibt keine festen Tage mehr, an denen man sicher sagen kann: Freitag, Samstag, Sonntag ist voll, unter der Woche ist ruhig. Bei uns kann es genauso gut passieren, dass am Mittwoch das Haus voll ist und am Freitag fast nichts los ist - oder eben genau andersherum. Das haben wir in diesem Jahr alles schon erlebt. Für Personalplanung und Warenwirtschaft ist das brutal. Was uns dabei hilft, ist ein digitales Echtzeit-Reservierungssystem. Wir arbeiten mit dem Reservierungstool „resmio“ und steuern inzwischen sehr viel darüber. Das hat uns enorm entlastet - auch am Telefon und personell.

ChefHeads: Die Gastronomie kämpft seit Jahren mit Fachkräftemangel und Nachwuchsproblemen. Was muss sich aus deiner Sicht ändern, damit junge Menschen wieder Lust bekommen, Koch oder Gastgeber zu werden?

Silvio Eberlein: Wir müssen viel früher ansetzen - in der Schule. Genau darin liegt für mich ein entscheidender Punkt. Ich habe gerade erst wieder ein sehr gutes Beispiel erlebt: eine digitale Plattform für Schülerpraktika in NRW. Darüber können sich Schülerinnen und Schüler ganz niedrigschwellig anmelden, ihre Interessen eintragen und sich passende Praktikumsangebote anzeigen lassen. Und wir als Betrieb können festlegen, wann, wie lange und in welchem Rahmen ein Praktikum möglich ist.

Wir sind dort im zweiten Jahr dabei - und es funktioniert bei uns sensationell gut. Wir hatten schon viele Schüler bei uns, deutlich mehr als man vielleicht erwarten würde. Genau deshalb wurden wir dazu inzwischen sogar für ein Pressegespräch angefragt. Für mich ist das ein starkes Beispiel, wie Nachwuchsgewinnung heute funktionieren kann.

Entscheidend ist: Man darf solche Formate nicht nur mit der Frage betrachten, ob daraus sofort ein Azubi für das nächste Jahr entsteht. Vielleicht sitzt da ein Gymnasiast, der noch zwei Jahre Schule vor sich hat. Aber wenn der heute einen guten Eindruck vom Beruf bekommt, kann daraus in drei Jahren sehr wohl etwas werden. Wir müssen aufhören, Nachwuchsmangel erst dann zu diskutieren, wenn es schon akut brennt.

Hinzu kommt, dass diese Form der Ansprache den Lebensrealitäten junger Menschen entspricht. Die Hemmschwelle ist niedrig, es braucht kein klassisches Vorstellungsgespräch und keinen Anruf - und genau da liegt ein Schlüssel. Viele Jugendliche telefonieren heute schlicht nicht mehr gern. Diese Plattform nimmt diese Hürde raus, und genau deshalb funktioniert sie.

Auch in Schulen selbst müssen wir präsenter werden. Wir waren mit unserer Restaurantleiterin bereits vor Ort, haben dort kleine Formate umgesetzt und überlegt, wie wir das Thema Gastronomie spannend vermitteln können - ohne zu kochen oder zu mixen, wenn die Rahmenbedingungen das nicht zulassen. Also haben wir andere kreative Wege gesucht, etwa mit einem Kreuzworträtsel. Wichtig ist doch, dass junge Menschen merken: Dieser Beruf ist lebendig, lecker, vielseitig und alles andere als langweilig.

Das ist für mich ein zukunftsorientierter Ansatz. Und ja: Ich habe in fast jedem Lehrjahr Auszubildende.

ChefHeads: Nach all den Jahren am Herd - was begeistert dich heute noch an diesem Beruf? Gibt es Momente, in denen du dich immer noch wie ein junger Koch über ein perfekt gelungenes Gericht freuen kannst?

Silvio Eberlein: Ja, ganz klar. Diese Freude ist immer noch da. Vielleicht bin ich manchmal sogar noch zu motiviert am Herd. Ich verstehe manchmal gar nicht, warum sich Auszubildende nicht über jedes gelungene Detail genauso freuen wie ich.

ChefHeads: Das heißt: Du stehst tatsächlich noch selbst am Herd?

Silvio Eberlein: Ja, wirklich. Ich stehe nach wie vor selbst am Herd.

ChefHeads: Gibt es ein Gericht, ein Produkt oder einen Geschmack aus deiner Kindheit, der dich bis heute begleitet - und der vielleicht auch etwas über Silvio Eberlein als Koch verrät?

Silvio Eberlein: Ja, da fällt mir sofort etwas ein: Senf-Eier. Das ist so ein Gericht aus meiner Heimat, das ich immer gern gegessen habe. Und genau dieses Thema haben wir gerade erst wieder aufgegriffen.

Wir haben in Bielefeld die Gourmet-Gang - fünf Köche beziehungsweise Restaurants, die sich zusammengeschlossen haben. In diesem Jahr lautet das Thema "Omas Küche 2.0". Ich habe im Vorfeld schon gesagt: Ich habe eigentlich viel zu viele Gerichte aus dieser Richtung im Kopf, die ich gar nicht alle in ein Fünf-Gang-Menü hineinbekomme. Also haben wir kurzerhand noch einen Gang draufgelegt.

Und genau da kam das Senf-Ei ins Spiel. Natürlich mit einem zusätzlichen Push, den meine Oma so nicht gemacht hätte - die hat sicher keinen Kaviar daraufgesetzt. Aber geschmacklich war das großartig. Wir haben dazu eine klassische Sekt-Butter-Sauce gemacht, im Grunde eine sehr reduzierte, feine Sauce nur mit Sekt, Butter und zweierlei Senf. Das Ei selbst habe ich nicht wachweich gekocht wie früher zu Hause, sondern pochiert. So läuft das Eigelb beim Anrichten in die warme Senfsauce - und plötzlich ist aus einer Kindheitserinnerung ein Gericht geworden, das Herkunft und Gegenwart perfekt verbindet. Genau solche Momente mag ich.

ChefHeads: Wie funktioniert die Gourmet-Gang genau?

Silvio Eberlein: Jeden Monat ist ein anderes Restaurant dran. Die Gäste können eine Stempelkarte sammeln, und wer alle fünf Restaurants besucht hat, kann für das kommende Jahr ein Dinner gewinnen. Im Februar machen wir dann immer eine gemeinsame Abschlussveranstaltung an einer externen Location - also bewusst nicht in einem der Restaurants. Dort entsteht für einen Abend ein Pop-up, und jeder von uns kocht einen Gang.

ChefHeads: Und wie vermarktet ihr das?

Silvio Eberlein: Dafür haben wir uns inzwischen eine eigene Agentur genommen. Früher lief das einmal unter einem anderen Namen und mit einer anderen Agentur, aber wir haben uns dort irgendwann nicht mehr wirklich gut aufgehoben gefühlt. Also haben wir gesagt: Dann machen wir etwas Eigenes.

ChefHeads: Silvio, du bist jetzt Mitglied im ChefHeads-Club der Küchenchefs. Was erwartest du von einem Netzwerk wie ChefHeads - und was möchtest du selbst in diese Gemeinschaft einbringen?

Silvio Eberlein: Ich erwarte vor allem Kontakte, Austausch und Erfahrungen - wobei es mir gar nicht nur um Kontakte an sich geht. Davon hat man im Laufe der Jahre ja schon einige. Spannend wird es da, wo man zwischen den Zahlen und zwischen den Zeilen etwas mitnimmt, das einen wirklich weiterbringt.

Manchmal ist es einfach leichter, mit Kollegen aus der Branche über Sorgen, Ängste, Herausforderungen oder neue Ideen zu sprechen. Was planen andere? Was funktioniert? Wo drückt der Schuh? Genau dieser ehrliche Austausch ist für mich wertvoll.

Und ich glaube, dass genau daraus auch die Stärke eines Netzwerks entsteht: nicht als Einbahnstraße, sondern als lebendige Gemeinschaft. Jeder bringt Erfahrungen mit, jeder kann Impulse geben, und am Ende profitieren alle davon. Genau das interessiert mich an ChefHeads.

ChefHeads: Vielen Dank für das inspirierende Gespräch lieber Silvio.

Museumshof Senne

Buschkampstraße 75

33659 Bielefeld

Tel.: 0521 492800

Mail: info@museumshof-senne.de

Web: <https://museumshof-senne.de/>



A close-up portrait of a middle-aged man with grey hair, smiling warmly. He is wearing a white chef's jacket with a small red logo on the sleeve. He is standing outdoors in front of a white building with greenery in the background. The lighting is bright and natural.

„Ich glaube daran, vorwärtszugehen und nicht zurück. Dinge laufend zu verbessern, mehr Schichten in ein Gericht zu bringen, um sie komplexer und interessanter zu machen. Im Grunde genommen: immer weiter vorantreiben, um mehr zu erreichen.“

Stefan Stiller



Stefan Stiller

Von der Pfalz nach Shanghai - über zwanzig Jahre, drei Michelin-Sterne und eine Küche, die keine Grenzen mehr kennt. Stefan Stillers Geschichte ist eine vom Bleiben, vom Aufstehen nach der Pleite und vom ständigen Suchen nach dem nächsten neuen Gericht.

Text: Guido Fritz

Credits: © Taian Table

Shanghai ist eine Stadt der Gegensätze. Tradition trifft auf Zukunft, Straßenküchen auf luxuriöse Fine-Dining-Restaurants, jahrhundertealte Esskultur auf kulinarische Innovation. Mittendrin hat sich ein deutscher Koch einen Namen gemacht, der heute zu den prägenden Persönlichkeiten der internationalen Spitzengastronomie zählt: **Stefan Stiller**.

Was vor über zwei Jahrzehnten als mutiger Schritt nach Asien begann, entwickelte sich zu einer außergewöhnlichen Erfolgsgeschichte. Der gebürtige Niedersachse gehört heute zu den renommiertesten deutschen Spitzenköchen im Ausland und hat die moderne Gastronomie Chinas nachhaltig mitgestaltet. Mit seinen Restaurants verbindet er europäische Handwerkskunst mit asiatischen Aromen, regionalen Produkten und einer Offenheit für neue kulinarische Perspektiven.

Doch Stefan Stiller ist weit mehr als ein erfolgreicher Koch. Er ist Gastgeber, Unternehmer, Mentor und Brückenbauer zwischen zwei kulinarischen Kulturen. Seine Leidenschaft gilt nicht nur dem perfekten Teller, sondern vor allem den Menschen, die am gemeinsamen Tisch zusammenkommen. Für ihn beginnt echte Gastfreundschaft lange bevor das erste Gericht serviert wird – sie entsteht durch Aufmerksamkeit, Herzlichkeit und die Freude daran, Gäste willkommen zu heißen. Diese Philosophie prägt bis heute jedes seiner Restaurants.

Seine gastronomische Laufbahn begann in Deutschland, wo er in renommierten Sternerestaurants arbeitete und sich früh einen Namen machte. Bereits 1999 eröffnete er mit dem Restaurant Grand Cru in Deidesheim sein erstes eigenes Restaurant. Nur acht Monate später wurde es mit einem Michelin-Stern ausgezeichnet – ein früher Beleg für sein außergewöhnliches Talent.

2004 folgte der Schritt nach Shanghai – eine Entscheidung, die sein Leben grundlegend verändern sollte. Während viele europäische Spitzenköche den asiatischen Markt nur beobachteten, entschied sich Stefan Stiller bewusst dafür, Teil dieser dynamischen Entwicklung zu werden. Mit dem Stiller's Restaurant & Cooking School legte er 2008 den Grundstein für seinen Ruf in China. Es folgten weitere erfolgreiche Konzepte wie EAST Eatery, bevor er 2016 mit dem Taian Table seine langjährige Vision eines offenen, interaktiven Fine-Dining-Konzepts verwirklichte.

Das Taian Table ist weit mehr als ein Restaurant. Die Gäste sitzen direkt an der offenen Küche und erleben, wie jedes Gericht unmittelbar vor ihren Augen entsteht. Etwa alle sechs Wochen entwickelt Stefan Stiller gemeinsam mit seinem Team ein vollständig neues Menü – inspiriert von den Jahreszeiten, den besten Produkten Chinas und internationalen Einflüssen. Europäische Kochtechniken treffen dabei auf asiatische Aromen und schaffen eine Küche, die sich keiner klassischen Kategorie zuordnen lässt.

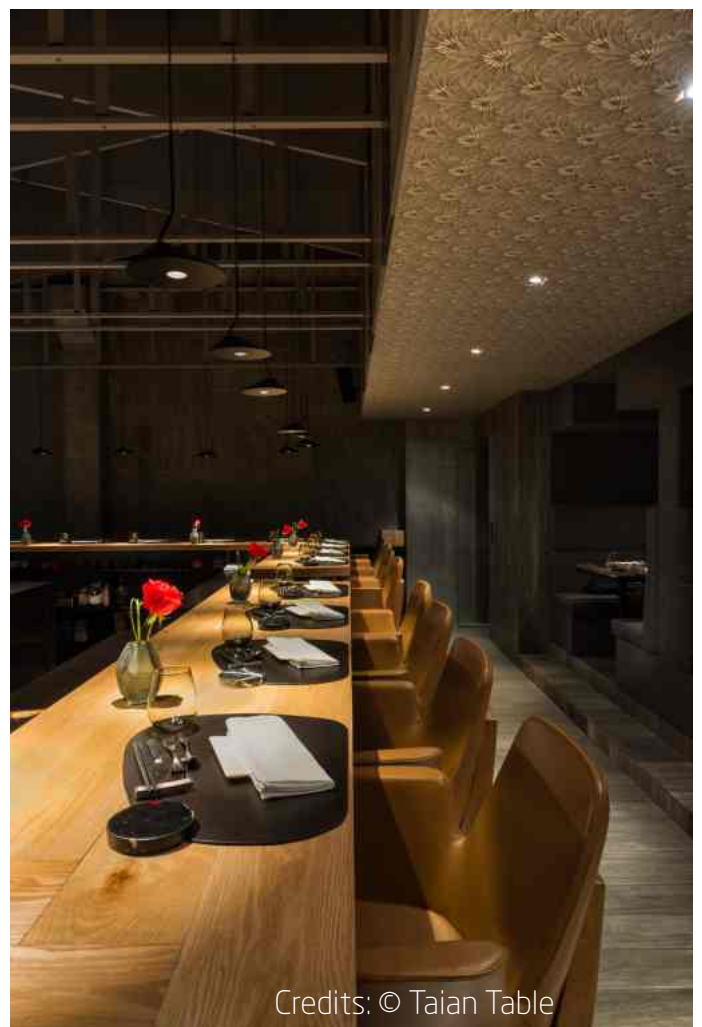
Heute betreibt Stefan Stiller mehrere Spitzenrestaurants in China und gehört zu den wenigen deutschen Köchen, die dort auf höchstem internationalen Niveau erfolgreich sind. Seine Küchenphilosophie verbindet Präzision mit Kreativität, handwerkliche Perfektion mit Neugier und Tradition mit Innovation.



Credits: © Taian Table



Credits: © Taian Table



Credits: © Taian Table





Credits: © Taian Table

Gleichzeitig engagiert er sich intensiv für die Ausbildung junger Talente und gilt als wichtiger Mentor innerhalb der chinesischen Spitzengastronomie.

Auch international genießt Stefan Stiller höchste Anerkennung. Gemeinsam mit seinem Executive Chef **Christiaan Stoop** war er im April 2026 Gastkoch im renommierten Restaurant Ikarus im Red Bull Hangar-7 in Salzburg. Dort präsentierten beide ihre außergewöhnliche Interpretation einer modernen Küche, die europäische Techniken mit asiatischen Aromen verbindet – ein kulinarischer Dialog zwischen zwei Kontinenten, der eindrucksvoll zeigte, weshalb das Taian Table heute zu den bedeutendsten Fine-Dining-Adressen Asiens zählt.

Stefan Stiller ist damit nicht nur einer der erfolgreichsten deutschen Spitzenköche im Ausland. Er steht beispielhaft für eine Generation von Köchen, die Grenzen überwinden – geografisch ebenso wie kulinarisch. Seine Geschichte zeigt, dass Spitzenküche heute international gedacht wird, ohne ihre Wurzeln zu verlieren.

CHEFHEADS INSIGHT

Christiaan Stoop – Der kreative Partner an Stefan Stillers Seite

Seit vielen Jahren bildet der niederländische Spitzenkoch Christiaan Stoop gemeinsam mit Stefan Stiller das kulinarische Herz des Taian Table in Shanghai. Als Executive Chef verantwortet er gemeinsam mit Stiller die kontinuierliche Weiterentwicklung der Küche und setzt mit seinem Team jedes neue Menü auf höchstem Niveau um.

Stoops Handschrift verbindet technische Präzision mit kreativer Leichtigkeit. Seine internationale Erfahrung und sein Gespür für Produkte ergänzen Stefan Stillers Philosophie ideal. Gemeinsam stehen beide für eine moderne Fine-Dining-Küche, die europäische Kochkunst mit asiatischen Einflüssen verbindet.

Spätestens mit ihrem gemeinsamen Gastspiel im Restaurant Ikarus im Hangar-7 in Salzburg im Jahr 2026 wurde deutlich, wie eng ihre kulinarische Zusammenarbeit ist und welchen internationalen Stellenwert das Team des Taian Table heute genießt.

Steckbrief

Name: Christiaan Stoop

Position: Executive Chef – Taian Table, Shanghai

Nationalität: Niederlande

Küchenstil: Moderne europäische Küche mit asiatischen Einflüssen

Seit: langjähriger Executive Chef an der Seite von Stefan Stiller



Christiaan Stoop & Stefan Stiller

Credits: © Taian Table



• Credits: © Taian Table

Das Restaurant Taian Table

Eine Entdeckungsreise

In einer ehemaligen Fabriketage liegt das Taian Table – bewusst reduziert, fast verborgen hinter einer schlichten Fassade.

Im Inneren trifft industrieller Charakter auf warmes, modernes Design. Klare Linien, gedämpftes Licht und hochwertige Materialien sorgen hier für eine intime Atmosphäre.

Mittelpunkt des Raumes bilden zwei große L-förmige Theken mit direktem Blick in die offene Küche, an denen allabendlich 20 Gäste Platz finden. Transparenz ist Teil des Konzepts: Jeder Handgriff wird sichtbar.

Ausgezeichnet!

Stefan Stiller und Christiaan Stoop können auf eine beeindruckende Reihe an Auszeichnungen zurückblicken. Mit dem Taian Table holte Stiller seit der Eröffnung 2016 drei der begehrten Michelin-Sterne vom Kulinarik-Himmel. Zudem wird das Restaurant regelmäßig von internationalen Rankings, wie The World's 50 Best Restaurants, gelistet und ist Mitglied bei Les Grandes Tables du Monde.

Restaurant Taian Table

Garden Office, Building No. 1, 1. Etage
Room 101-102
Lane 161, 465 Zhenning Road
Changning District
200050 Shanghai, China

Phon: +86 173 0160 5350

E-Mail: info@taian-table.cn

Website: sh.taian-table.cn

[Instagram: stefan_stiller_taian_table](https://www.instagram.com/stefan_stiller_taian_table)





TAIAN TABLE PRÄSENTIERT MENÜ NR. 54

Eine sommerliche Genussreise zwischen Europa und Asien

Wenn in Shanghai der Sommer Einzug hält, beginnt im Drei-Sterne-Restaurant Taian Table eine neue kulinarische Saison. Mit Menü Nr. 54 präsentiert Executive Chef Christiaan Stoop gemeinsam mit seinem Team ein Degustationsmenü, das die Leichtigkeit des Sommers mit der Präzision der europäischen Haute Cuisine und den Aromen Asiens verbindet.

Frische Meeresfrüchte, saisonales Gemüse, die ersten Steinpilze sowie fein abgestimmte Fermentationen bilden den roten Faden dieser neuen Menüfolge. Bekannte Signature Dishes wurden weiterentwickelt, neue Kreationen bereichern das Menü und spiegeln die Handschrift eines Restaurants wider, das seit Jahren zu den spannendsten Gourmetadressen Asiens zählt.

Oyster Regal No. 2 **Wakame | Kombuöl | Joghurt**

Der Auftakt des Menüs ist zugleich eine Hommage an die Auster. Die neu interpretierte Oyster Regal No. 2 vereint drei unterschiedliche Ebenen zu einem harmonischen Gesamtbild. Den Anfang bildet eine cremige Custard aus Auster, Dashi, Nori und Kaffirlimette. Darauf folgt ein fein geschnittenes Austern-Tatar mit Celtuce, grünem Apfel und in Grüntee mariniertem Wakame. Tapiokasorgt für zusätzliche Textur, während geräucherter Kaviar die natürliche Umami-Tiefe der Austerdezent verstärkt. Erst am Tisch erhält das Gericht mit einer Naturjoghurt-Vinaigrette und geröstetem Kombuöl seine finale Vollendung – frisch, elegant und außergewöhnlich ausgewogen.

Gereifter Hamachi **Weißer Spargel | Zitronenverbene | Meerrettich**

Der zweite Gang zeigt eindrucksvoll, wie präzise im Taian Table mit Reifung gearbeitet wird. Verarbeitet werden sowohl Rücken als auch Bauch des Hamachi, wodurch unterschiedliche Texturen und Fettstufen miteinander harmonieren. Mariniert in Miso-, Yuzu-, Limetten- und Kombuöl ruht der Fisch auf einer cremigen Shio-Koji-Mandelcreme. Fermentierte Spitzen vom weißen Spargel, knuspriger Spargeltempura, in Sake marinierter Forellenkaviar sowie Mandel-Crumble sorgen für zusätzliche Tiefe. Eine aromatische Vinaigrette aus fermentiertem Spargelwasser, Zitronenverbene und Dillöl verbindet alle Komponenten, bevor frisch geriebener Meerrettich dem Gericht eine feine, belebende Schärfe verleiht.

Jakobsmuschel Tom Kha Gai | Foie-Gras-Gelato

Mit diesem Gang schlägt das Küchenteam eine Brücke nach Thailand.

Die leicht gepökelte Jakobsmuschel wird nur kurz angebraten. Während die Unterseite feine Röstaromen entwickelt, bleibt die Oberseite nahezu roh und bewahrt ihre natürliche Süße. Grüner Apfel, karamellierte Zitronenemulsion sowie knusprige Hühnerhaut und Glasnudel-Crumble sorgen für spannende Kontraste. Foie-Gras-Mousse, Foie-Gras-Gelato und ein feines Ingwerergänzen das Gericht. Die eigentliche Überraschung liefert jedoch die Sauce: Inspiriert von der klassischen Tom Kha Gai wird sie aus Kokosmilch, Limette, Fischsauce und thailändischen Gewürzen zubereitet und mit Korianderöl vollendet. Das Wechselspiel aus heißer Sauce und kaltem Foie-Gras-Eis sorgt für ein außergewöhnliches Temperatur- und Geschmackserlebnis.

Gegrillte Königskrabbe Doubanjiang | Zitrus-Sabayon

Eine Reise nach Chengdu in der chinesischen Provinz Sichuan inspirierte Chef Christiaan Stoop zu diesem Gericht. Besonders die dort allgegenwärtigen Aromen von Chili, Fermentation und Gewürzen hinterließen bleibenden Eindruck. Die Königskrabbe wird zunächst schonend im aromatischen Sud gegart und anschließend über Holzkohle mit Nussbutter gegrillt. Dazu serviert die Küche einen Salat aus geraspelten und eingelegten Karotten sowie Ingwer, abgeschmeckt mit der würzigen Doubanjiang-Paste.

Eine Bisque aus Königskrabbe mit Sichuanpfeffer sorgt für eine feine prickelnde Schärfe, während ein luftiges Zitrus-Sabayon aus Krabbenfond angenehme Frische verleiht. Zum Schluss werden knusprige Crumbles aus Krabben-Soufflé, Erdnüssen und Chili direkt am Tisch über das Gericht gegeben. Serviert wird der Gang in einer eigens für Taian Table entworfenen Schale von RUYI, deren Struktur an den Panzer einer Königskrabbe erinnert.

Agnolotti Steinpilz | Bärlauch

Nach den intensiven Meeresfrüchte-Gängen folgt ein bewusst leichter Zwischengang. Die hausgemachten Agnolotti überraschen mit einer außergewöhnlichen Doppelkammer. Eine Seite ist mit cremiger Burrata-Stracciatella gefüllt, die zweite mit einer intensiven Steinpilzcreme auf Basis von schwarzem Knoblauch. Eingelegter Knollensellerie, Trüffel sowie ein knuspriger Zwiebelchip setzen zusätzliche Akzente. Drei unterschiedliche Saucen – Bärlauchöl, eine säurebetonte Bärlauch-Velouté sowie eine charaktervolle Sauce aus frischer Hefe und brauner Butter – verleihen dem Gericht bemerkenswerte Tiefe.



Oyster regal No. 2
Wakame | Kombu Oil | Yogurt



Credits: © Taian Table



Hamachi
White Asparagus | Verbena |
Horseradish



Credits: © Taian Table



Scallop Tom Gha Kai | Foie Gras Gelato

Credits: © Taian Table



Grilled King Crab Douban Jiang | Citrus Sabayon

Credits: © Taian Table

Konfiert Steinbutt aus Shandong Tomaten-Shorba | Artischocke | Curryblatt

Der nachhaltig gezüchtete Steinbutt aus der chinesischen Provinz Shandong wird lebend angeliefert und anschließend fünf bis sieben Tage trocken gereift. Schonend in mit Curryblättern und Zitrone aromatisiertem Ghee konfiert, bleibt der Fisch außergewöhnlich saftig und entwickelt gleichzeitig eine feste, elegante Textur.

Serviert wird er auf einer Artischockencreme mit Ragout von Artischockenherzen und Steinbuttkragen. Gewürzte Wassermelone, Tomaten-Chutney und Tomatengelee bringen sommerliche Frische auf den Teller. Die Sauce orientiert sich an der nordindischen Tomato Shorba und entsteht aus geklärtem Tomatenwasser, Steinbutt看d und frischem Curryblattöl.

Guangdong-Huhn Carabinero | Vin Jaune

Dieser Hauptgang verbindet französische Kochkunst mit asiatischer Produktqualität. Die Brust eines Guangdong-Huhns wird leicht gepökelt und unter der Haut mit einer Farce aus spanischen Carabinero-Garnelen gefüllt. Durch präzise Gartechnik erreichen sowohl Geflügel als auch Krustentier ihren optimalen Garpunkt.

Ein intensiver Jus aus Hühnerfüßen und Carabinero-Köpfen liefert konzentriertes Umami. Dazu serviert das Küchenteam ein saisonales Frikassee aus Morcheln, Pfifferlingen, Frühlingserbsen und konfiert Hühnerkeule auf einer feinen Pilzcreme. Vin-Jaune-Velouté, Petersilienöl und ein knuspriger Gruyère-Pilz-Chip vollenden den Gang.

Purple Shiso Sorbet Sakura | Weiße Erdbeere

Als Pre-Dessert setzt Taian Table auf Leichtigkeit.

Ein Sorbet aus violetter Shiso trifft auf handgepflückte Sakura-Blüten, weiße Erdbeeren, Sellerie und eingelegte Senfkörner. Shiso-Sauce, Shisoöl sowie ein luftiger Erdbeerschaum ergänzen die Komposition. Zum Abschluss sorgen Sakura-Granité und eine weitere Kugel Shiso-Sorbet für einen frischen, aromatischen Übergang zum Dessert.

Matcha Gâteau Kirsche | Puffreis

Den süßen Abschluss bildet ein Dessert, das von einer Reise der Pâtissière Rachel Chen nach Japan inspiriert wurde. Im Mittelpunkt steht erstmals auf dem chinesischen Festland die neue Matcha-Schokolade von Valrhona, deren charakteristische Bitternoten

mit geröstetem Reis und Kirschen kombiniert werden. Das blattförmige Matcha-Mousse verbirgt Haselnussbiskuit, Miso-Karamell und knusprigen Puffreis. Dunkle Schokolade, Matcha-Crumble, frische Kräuter und geröstetes Reisgelato ergänzen die Komposition.

Separat serviert werden frisches Kirschkompott, Kirschsorbet und ein luftiger Schaum aus geröstetem Reis. Knusprige Reischips setzen den letzten Akzent.

Fazit

Mit Menü Nr. 54 unterstreicht das Taian Table eindrucksvoll seinen internationalen Anspruch. Europäische Kochtechniken, asiatische Aromen und außergewöhnliche Produkte verschmelzen zu einem Menü voller Präzision, Leichtigkeit und kreativer Raffinesse. Jeder Gang erzählt seine eigene Geschichte – inspiriert von Reisen, saisonalen Zutaten und der kompromisslosen Suche nach Perfektion. Ein Menü, das eindrucksvoll zeigt, warum das Taian Table seit Jahren zu den bedeutendsten Gourmetrestaurants Asiens zählt.





Agnolotti
Porcini | Wild Garlic



Credits: © Taian Table



Confit Shandong Turbot Tomato Shorba | Artichoke | Curry Leaf

Credits: © Taian Table



Guangdong Chicken Carabinero | Vin Jaune

Credits: © Taian Table



Purple Shiso Sorbet Sakura | Strawberry

Credits: © Taian Table



Matcha Gâteau Cherry | Puffed Rice

Credits: © Taian Table



Credits: © Taian Table

Interview mit Stefan Stiller

Von der Pfalz nach Shanghai –
ein Kochleben zwischen drei Sternen und Grenzen

„Manchmal steht man an einer Tür und entscheidet: links oder rechts.“

ChefHeads: Stefan, wenn du heute auf deinen Weg von der Pfalz bis nach Shanghai zurückblickst – gab es einen Moment, in dem du wusstest: Jetzt beginnt ein völlig neues Kapitel meines Lebens?

Stefan Stiller: Die Pfalz war meine Heimat und Wirkungsstätte für 6 Jahre. An der Weinstrasse, in Deidesheim hatten wir für einige Jahre eine gute Zeit. Eigentlich komme ich ja aus Niedersachsen.

Aber man hat im Leben Zeiten in denen man die Entscheidung trifft, mal was Neues zu machen. Da steht man vor der Wegkreuzung und fragt sich, nehme ich den linken oder den rechten Weg? Ein wesentlicher Moment war für mich 2004, als ich die Idee hatte, nach China zu gehen, nach Shanghai. Das war ein deutlicher Einschnitt, eine deutliche Veränderung in meinem Leben.

„Asien war mir bis dahin noch relativ fremd.“

ChefHeads: Warum gerade China, wenn ich fragen darf? Das war damals ja nicht geplant für so lange.

Stefan Stiller: Ich hatte ein Jobangebot. Um mal die Uhr zurückzudrehen: Wir hatten damals in Deidesheim das Gasthaus zur Kanne betrieben, mit zwei Partnern. Meine Frau und ich haben das geführt und dort ein kleines, feines Restaurant etabliert. Innerhalb kurzer Zeit bekamen wir schon erste Auszeichnungen. Die Jahre um die Jahrtausendwende – mit Euro-Einführung und all diesen Dingen – waren wirtschaftlich nicht einfach. Es funktionierte okay, aber die Partnerschaft war anstrengend. Nach fünf Jahren haben wir gesagt: Wir müssen uns umorientieren, wir wollen etwas anderes machen.

Meine Frau und ich haben überlegt – unsere Tochter war damals gerade zwei Jahre alt –, vielleicht machen wir etwas im Ausland. Ich habe Fühler ausgestreckt und auf dem Markt geschaut, was es gibt. Da kam über eine Agentur ein Angebot aus Shanghai, als Küchenchef für ein neu entstehendes Restaurant.

Ehrlich gesagt habe ich das im ersten Moment nicht wirklich ernst genommen. Damals war der Shanghai- oder China-Hype noch gar nicht so stark. Ich musste erstmal ein bisschen recherchieren und auf der Karte gucken, wo Shanghai überhaupt liegt. Asien war mir bis dahin noch relativ fremd. Ich habe das eher sportlich genommen. Die Inhaber haben mich zu einem

Interview nach London eingeladen, wo ich auch kochen musste. Ich habe dort für diese Leute vier Gänge gekocht – neben drei anderen Kandidaten. Das haben sie dann in Paris noch einmal gemacht, mit sechs Köchen. Danach haben sie entschieden, dass sie mich einstellen wollen. So bin ich dann in Shanghai gelandet.

„Am Ende sind wir in Shanghai hängengeblieben.“

ChefHeads: Wie viele Köche träumen von einer internationalen Karriere – du hast diesen Schritt tatsächlich gewagt. Was hat dich damals dazu bewegt, Deutschland zu verlassen und in China eine neue Heimat zu finden?

Stefan Stiller: Das habe ich in der vorigen Frage schon zum Teil beantwortet. Die Idee mit dem Vertrag, den ich 2004 für das Club Shanghai unterschrieben habe, war: vielleicht zwei Jahre, vielleicht drei Jahre, bevor unsere Tochter schulpflichtig wird, und dann finden wir einen Weg zurück. Am Ende sind wir dann in China beziehungsweise Shanghai mehr oder weniger hängengeblieben. Ich habe 2007/2008 mein erstes eigenes Restaurant in Shanghai eröffnet. Und dann hat es über die Jahre die verschiedenen Projekte gegeben.

„Die Idee: ein richtig kleines, privates, sehr intimes Restaurantkonzept.“

ChefHeads: Mit dem Taian Table hast du ein Restaurant geschaffen, das weltweit zu den besten Adressen zählt. Was war deine ursprüngliche Vision, und wie sehr hat sie sich im Laufe der Jahre verändert?

Stefan Stiller: Bevor ich das Taian Table aufgemacht habe, habe ich zwei Jahre eher administrativ gearbeitet – viele Beratungen, Hotelgruppen, Küchenplanung, Konzepte, Turn-arounds, konzeptionelle Veränderungen. Das war wenig Kochen, und am Ende war das nicht wirklich mein Job. Es war gut bezahlt, aber es war nicht meins. Mir fehlte die richtige gastronomische Action. Das war zu strategisch.

Dann habe ich 2015/2016 gesagt: Ich muss wieder etwas Eigenes machen. Mit einem befreundeten Unternehmer hier aus Shanghai, der eine relativ kleine Location besaß, habe ich gesprochen. Er fragte mich: „Mensch, hast du da nicht eine Idee, was man damit machen kann?“

Die Lage war gut, aber die Fläche sehr klein. Das Einzige, was ich mir vorstellen konnte, war ein richtig kleines, privates, sehr intimes Restaurantkonzept, eher wie ein Chef's Table – mit offener Küche und nur einem Tisch oder einem offenen Konzept, weil die Fläche so klein war. Daraus ist das Konzept Taian Table entstanden.

In der ersten Location hatten wir im April eröffnet, aber schon nach knapp einem halben Jahr umgezogen, weil es Schwierigkeiten in der Nachbarschaft gab und die Fläche wirklich deutlich zu klein war. Das hatte ich ein bisschen unterschätzt. Ende 2016 sind wir in die Location gezogen, in der wir heute sind.

Der Name Taian Table entstand durch die erste Location: Die Straße, in der sie lag, hieß Taian-Straße. Taian – Taian Table – vom Branding her passte das gut.

„Nach drei Monaten haben wir den ersten Stern bekommen – relativ schnell und unerwartet.“

ChefHeads: Und wie ging es dann weiter?

Stefan Stiller: Am Anfang gab es noch keinen Michelin Shanghai. Der erste Guide für Shanghai erschien 2016, und wir waren gleich im ersten Jahrgang dabei. Nach drei Monaten haben wir den ersten Stern bekommen – relativ schnell und auch relativ unerwartet. Wir hatten nicht darauf hingearbeitet. Wir hatten mit einem kleinen Team angefangen: fünf Mitarbeiter in der Küche, zwei im Service, 20 Plätze. Das war die erste Version des Taian Table.

„Wir beziehen aus ganz China Produkte.“

ChefHeads: Du arbeitest täglich mit Produkten und Aromen aus unterschiedlichen Kulturen. Welche Zutaten oder Techniken aus Asien haben deine Handschrift als Koch nachhaltig verändert?

Stefan Stiller: Wenn man hier in Asien lebt und arbeitet, wird man täglich mit dem konfrontiert, was es hier gibt. Wir versuchen natürlich, wie mittlerweile überall, auch nachhaltig zu arbeiten – also so viel wie möglich lokal zu finden und zu sourcen. Der Vorteil ist, dass China ein sehr großes Land ist und über sehr reichhaltige Ressourcen verfügt. Wir beziehen aus ganz China Produkte. Der Vorteil hier ist, dass wir nicht nur die normalen vier Jahreszeiten haben, sondern auch Mikro-Saisons – eine Saison innerhalb der Saison. Das Klima ist sehr unterschiedlich. Wir beziehen aus dem ganzen Südwesten, aus der Yunnan-Provinz an der Grenze zu Vietnam, viele Produkte – vor allem Gemüse, Obst, Kräuter, Früchte. Aus höheren Lagen in Yunnan und Sichuan bekommen wir sehr viele Pilze: im Moment wunderbare Steinpilze, Pfifferlinge, Morcheln, und wenn die Saison ist, Ende des Jahres auch ganz ordentliche chinesische Trüffel.

Fisch und Meeresfrüchte kommen aus dem Nordosten, aus Dalian, oder südlicher von Shanghai aus der Fujian-Provinz, aus Xiamen. Viele Produkte beziehen wir aus dem Südosten, aus der Guangdong-Provinz nahe Hongkong. Die Logistik ist mittlerweile so gut, dass wir Top-Produkte von der anderen Seite Chinas – wirklich 2.000 bis 3.000 Kilometer entfernt – am nächsten Tag in Shanghai in bester Qualität, mit intakter Kühlkette, geliefert bekommen. Das hat sich in den letzten Jahren sehr positiv verändert. Vor 20 Jahren war das noch ganz anders. Mittlerweile hat sich das Qualitätsniveau extrem verbessert, und es gibt tolle Produkte. Wir beziehen aber nicht nur lokal aus China: japanische, koreanische, taiwanesishe Produkte, Fleisch aus Australien und Neuseeland – Rind aus Australien, Lamm aus Neuseeland, Seafood zum Teil ebenfalls aus Neuseeland. Auch ein bisschen aus Europa, nicht viel, aber das eine oder andere kommt hier an.

Die Produktauswahl ist sehr vielfältig. Es gibt Dinge, die es in Europa nicht gibt – aber andererseits auch viele Dinge hier, die wir beziehen können und die es in Europa nicht gibt.

„Mitarbeiter, die bei uns anfangen, brauchen einen sehr guten Background - und Durchhaltevermögen.“

ChefHeads: Du führst ein internationales Team mit ganz unterschiedlichen kulturellen Hintergründen. Welche Eigenschaften muss ein Küchenchef heute mitbringen, um Menschen zusammenzuführen und zu inspirieren? Du hast ein junges Team und mit Christiaan Stoop ja auch einen Küchenchef.

Stefan Stiller: Genau. Christiaan ist jetzt seit vier Jahren bei mir, der dritte Küchenchef in dieser Position. Er ist ein sehr kreativer, sehr engagierter junger Mann, hat einen sehr guten Background, in tollen Restaurants gearbeitet, und bringt sehr viel Kreativität mit. Aber er hat sich über die Zeit auch Führungsqualitäten angeeignet. Wir haben 25 Mitarbeiter in der Küche, und da muss man mit einer harten Hand, aber auch mit guter Führung dafür sorgen, dass jeden Tag die Leistung abgeliefert wird. Die Erwartungen unserer Gäste sind sehr hoch – da gibt es keine Variablen. Das muss immer das Gleiche sein, immer auf dem gleichen Niveau. Das macht er sehr gut.

Er ist auch von der Organisation extrem gut, was mir sehr wichtig ist: Hygiene, Organisation in allen Bereichen von A bis Z – vom Einkauf über die Warenlieferung und -aufbewahrung, Kühlhäuser, Lager, bis hin dazu, dass alles vernünftig gelabelt ist. Kostenkontrolle, Rezeptur – all diese Dinge sind extrem wichtig, und das funktioniert sehr gut. Mitarbeiter, die bei uns anfangen, müssen natürlich einen sehr guten Background haben. Aber sie brauchen auch Durchhaltevermögen. Das ist eine harte Schule.

ChefHeads: Wie ist bei euch die Mitarbeiter-Mischung in der Küche? Habt ihr halb Asiaten, halb Europäer?

Stefan Stiller: Nein. Außer Christiaan habe ich noch einen Mitarbeiter aus Europa – ein junger Mann aus Südtirol mit italienischem Pass, der Deutsch spricht. Ansonsten ist der Rest lokal. Wir haben einen jungen Mann aus Malaysia, der aber quasi Chinese ist und Chinesisch spricht. Der Rest ist alles lokal. Mit Arbeitsgenehmigungen und allem, was dazugehört, ist es nicht so einfach, Mitarbeiter aus Europa herzubringen – und es ist über die Jahre schwieriger geworden, nicht einfacher. Aber andersrum ist es ja auch in Deutschland fast unmöglich, für nicht-europäische Mitarbeiter eine Arbeitsgenehmigung zu bekommen. Hier ist es möglich, aber nicht einfach. Wir besetzen nur Positionen ab der Führungsebene mit lokalen Mitarbeitern, also ab dem Sous-Chef.

ChefHeads: Habt ihr Schwierigkeiten, Leute zu finden?

Stefan Stiller: Nein, wir haben Berge von Bewerbungen, für alle Positionen. Auch für Praktika haben wir relativ viele Bewerbungen. Das ist aber immer eine leidige Geschichte, weil es für Kurzanstellungen quasi keine Arbeitsbewilligungen gibt.

Wir machen keine unbezahlten Praktika. Wir arbeiten mit einer französischen Kochschule zusammen und haben drei, vier, fünf Praktikanten pro Jahr. Ansonsten halten wir uns mit Praktikanten eher zurück. Wir haben auch keine Personalunterkünfte, die wir stellen können, und das ist oft schwierig. 95 Prozent unserer Mitarbeiter sind fest angestellt, und die meisten schon lange im Team. Wir haben relativ wenig Bewegung.

„Die drei Sterne waren nie ein erklärtes Ziel.“

ChefHeads: Drei Michelin-Sterne sind eine außergewöhnliche Auszeichnung. Welche Verantwortung bringt dieser Erfolg für dich persönlich und für dein Team mit sich?

Stefan Stiller: Die drei Sterne waren nie ein erklärtes Ziel – nicht für mich und nicht für unser Restaurant. Ich hätte auch nie für möglich gehalten, dass wir da hinkommen. Wer unser Taian Table kennt: Wir haben eine offene Küche, einen Tresen mit 20 Plätzen und zwei Tische mit jeweils vier Plätzen, also 28 Plätze im normalen Bereich. Dazu kommt ein separater Private Dining Room für zehn Gäste. Unsere maximale Kapazität ist 38.

Als wir eröffnet haben, gab es noch keinen Michelin Shanghai. Mit unserer Eröffnung wurde der erste Guide publiziert, und wir bekamen gleich den ersten Stern. Den zweiten Stern nach drei Jahren – das war für mich schon das Maximum, das ich für möglich gehalten hatte. Aber meine Mentalität, und so, wie ich das Team führe und motiviere, ist: immer wieder darauf zu pushen, zu gucken, was wir verbessern können. Ich sage immer: Wenn man sich zurücklehnt, geht man einen Schritt zurück. Man muss gucken, was man besser machen kann, wie man die Erfahrung für jeden Gast noch verbessert, an jedem kleinen Detail arbeiten.

Diese Einstellung – die quasi mein Charakter ist – hat als Konsequenz dazu geführt, dass wir immer wieder gesagt haben: Was können wir optimieren, wie können wir besser werden? Am Ende hat der Michelin empfunden: Okay, das ist eine Drei-Sterne-Experience, die die Gäste hier haben können. Was mich natürlich sehr freut. Daraus resultiert aber auch ein gewisser Druck. Gäste kommen mit extrem hohen Erwartungen, und wir haben keinen Raum für Fehler oder für Imperfektion.

„Innovation und Kreativität sind mir wichtiger als Perfektion.“

ChefHeads: Wie gehst du mit diesem Druck in der Menüentwicklung um?

Stefan Stiller: In den ersten Jahren hatten wir als Prämisse, als Motto: Wir machen alle sechs Wochen ein neues Menü. Wir haben die Karte immer relativ schnell gewechselt, alle Gerichte geändert. Sieben, fast acht Jahre lang, alle sechs Wochen. Das war ein wahnsinniger Aufwand. Aber mein Motto war: Innovation und Kreativität sind mir wichtiger als Perfektion. Ich bevorzuge, dass wir kreativ sind, innovativ, neue Gerichte machen, schauen, was für Produkte wir finden – anstatt dass wir an Gerichten so lange tüfteln, bis sie hundertprozentig perfekt sind, aber nie die Karte wechseln. Das ist irgendwann wie in Stein gemeißelt.

Viele Restaurants in der ganzen Welt haben ihre Auswahl von zehn, fünfzehn Gerichten, und die ändern sich nie. Das ist mir zu langweilig.

Mit dem dritten Stern kam dann – natürlich auch mit dem Druck – die Diskussion im Team. Mit Christiaan habe ich zusammengesessen und gesagt: Wir müssen ein kleines Adjustment machen. Wir machen jetzt vier Menüs im Jahr, wobei wir bei den Wechseln mehr oder weniger alles wechseln. Eine Handvoll Signature Dishes bringen wir gelegentlich zurück. Aber im Menüwechsel sind es nur neue Gerichte – viermal im Jahr, mit den Jahreszeiten.

ChefHeads: Wie viele Gänge habt ihr im Menü?

Stefan Stiller: Zehn Gänge. Zehn Gänge plus Amuse-Bouche, plus Petit Fours – alles zusammen 16, 17, 18 unterschiedliche Dinge, die wir servieren. Der Hintergrund war: Das Team braucht ein bisschen mehr Zeit, um die Gerichte zu entwickeln. Christiaan leitet den gesamten R&D-Prozess. Ich schicke ihn durch China und Asien auf Research-Trips: nach Sichuan, regelmäßig nach Guangzhou, nach Malaysia, Japan, Korea. Dann fängt er an, Menüs zu tüfteln. Wir machen Brainstorming, präsentieren Dinge und arbeiten an neuen Gerichten.

Zur Ausgangsfrage: Drei Sterne bedeuten eine hohe Erwartung, die wir erfüllen müssen. Wir müssen sicher sein, dass die Gerichte top sind. Ich will Innovation, ich will Kreativität – aber nicht zu Lasten der Perfektion. Perfektion muss da sein. Mit dem Anspruch, den die Gäste haben, können wir uns nur Perfektion leisten. Jeden Tag muss eine kontinuierliche Leistung da sein, mit Top-Qualität.

„Mit dem dritten Stern kommen Gäste, die mit einer extrem hohen Erwartung anreisen.“

ChefHeads: Eine Frage zu den Menüs: Wie teuer ist bei euch das Menü? Umgerechnet in Euro, damit man sich das vorstellen kann.

Stefan Stiller: Sekunde, dann muss ich kurz den Währungsrechner sehen. Die zehn Gänge kosten bei uns 2.888 RMB – das sind mit dem aktuellen Tageskurs 373 Euro. Das ist der Ausgangspreis. Wir haben dazu eine kleine Auswahl an A-la-carte-Gerichten, die es am Anfang noch nicht gab. Über die Jahre – mit Allergien, Unverträglichkeiten, Dingen, die manche Gäste nicht essen können oder wollen: „Ich mag kein Lamm, ich kann kein Schwein, ich mag dieses oder jenes nicht.“ – mussten wir immer eine kleine Auswahl bereithalten, um auszutauschen. Drei, vier, fünf Gerichte in der Karte, die dazugewählt werden können. Wer möchte, kann das Menü ausweiten: „Zehn Gänge reichen mir nicht, ich hätte gern noch zwei dazu.“ Oder jemand sagt: „Dieses Gericht tausche ich aus.“ So haben wir ein bisschen mehr Flexibilität.

Wir bieten Gästen auch an, etwas dazu zu wählen, wenn jemand größeren Appetit hat. Im Moment haben wir auf der A-la-carte-Seite ein australisches Wagyu – das kann man dazu bestellen.

„Da muss ich manchmal schmunzeln, wenn das als etwas Besonderes gehypt wird.“

ChefHeads: Die Spitzengastronomie verändert sich weltweit. Welche Entwicklungen beobachtest du derzeit besonders aufmerksam? Welche Trends werden deiner Meinung nach überschätzt?

Stefan Stiller: Schon viele Jahre beobachtet man in Europa, dass viele Einflüsse aus Japan in die Küche landen. Heute macht jeder mit Dashi und vielen Dingen rum. Das ist für uns hier schon seit Jahren gang und gäbe, dass wir mit den Einflüssen der asiatischen Nachbarländer arbeiten. Da muss ich manchmal schmunzeln, wenn das als etwas Besonderes gehypt wird. Bei uns ist das eher Normales. Wir stellen es gar nicht so in den Vordergrund. Es gab in den letzten Jahren immer wieder den großen Trend, mit Holzkohle, offenem Feuer und Grill zu kochen – also eine offene Flamme, einen Holzkohlegrill in der Küche. Ich kenne keine chinesische Küche, in der nicht mit offenem Feuer gekocht wird. Wir kochen zwar nicht chinesisch – von den Wurzeln unserer Küche sind wir sehr europäisch, mit Einflüssen, aber die Ausrichtung ist schon europäisch. Wir sagen aber: Wir haben eine „borderless cuisine“, wirklich eine globale Küche.

Christiaan hat zwei Jahre in Indien gearbeitet und bringt bei manchen Gerichten einen indischen Touch mit ein. Er kennt sich da sehr gut aus, hat tolle, moderne, innovative Ideen und ganz interessante Würzungen aus der indischen Küche. Wir haben Einflüsse aus Korea – wir sind relativ häufig dort, meine Frau ist Koreanerin, wir haben einen sehr intensiven Bezug zu Korea. Das wird im Westen auch gehypt: Die koreanische Küche ist gerade in den USA sehr trendy. Auch Vietnam scheint in Europa im Kommen zu sein. Ich kann das nur begrenzt nachvollziehen. Ich war vor ein paar Wochen in Hanoi. Ich mag die vietnamesische Küche sehr gerne. Es ist eine spannende Küche mit interessanten Würzungen. Ich kenne einige junge, kreative vietnamesische Köche und habe in einigen Restaurants in Saigon und Hanoi gegessen. Es ist ganz spannend.

„Nachhaltigkeit kann man nur leben, das kann man nicht vorbeten.“

ChefHeads: Nachhaltigkeit ist längst mehr als ein Schlagwort. Was bedeutet verantwortungsvolles Kochen für dich persönlich – gerade in einer internationalen Metropole wie Shanghai?

Stefan Stiller: Nachhaltigkeit ist eine Verantwortung, die alle haben. Es fängt bei der Erziehung an. Es geht darum, junge Menschen dahin zu bringen, das zu verstehen. Wir haben vieles umgesetzt – angefangen bei weniger Plastikmüll, mit nachhaltigen Produkten zu arbeiten. Viele Vakuumbutel haben wir durch Vakuumcontainer ersetzt, in denen man Luft rausziehen kann. Das funktioniert nicht bei allem, aber bei vielen Dingen. Viel Mehrweg statt Einweg. Und beim Sourcing: schauen, welche Lieferanten wirklich die richtigen Produkte haben. Nachhaltigkeit muss eine Sache sein, die im täglichen Leben gelebt wird. Sie muss

zu einer Routine werden. Da spielt Training eine ganz wichtige Rolle. Education ist extrem wichtig – man muss es den Mitarbeitern nahebringen, und es muss gelebt werden. Nachhaltigkeit kann man nur leben, das kann man nicht vorgeben, das kann man nicht erzwingen. Das muss freiwillig kommen, das müssen Routinen sein. Wir haben das bei uns in die Abläufe, in ganz vielen Bereichen, integriert. Es ist ein Teil der Verantwortung, die jeder hat.

„Gerade als junger Mensch ist es extrem wichtig, andere Kulturen kennenzulernen.“

ChefHeads: Wenn junge Köchinnen und Köche heute von einer internationalen Karriere träumen – welchen Rat würdest du ihnen aus deiner eigenen Erfahrung mit auf den Weg geben?

Stefan Stiller: Es ist ganz wichtig, über den eigenen Tellerrand hinauszugucken. Und wichtig, auch mal ein Risiko einzugehen. Den Sprung ins kalte Wasser wagen. Aus der Komfortzone rauskommen. Viele haben Angst davor, zu sagen: „Wenn ich jetzt aus Deutschland weggehe, wie kann ich da kommunizieren, wie wohnt man da, wie lebt man da, ist das sicher?“

Gerade als junger Mensch ist es sehr wichtig, solche Erfahrungen zu machen. Im Ausland – ob im europäischen oder außereuropäischen, ob in Asien oder wo auch immer auf der Welt. Andere Kulturen kennenzulernen bildet, öffnet den Horizont, hilft sehr stark, andere Kulturen zu verstehen. Besonders in der heutigen Zeit, wo viel über Fremdenfeindlichkeit und Ausgrenzung gesprochen wird, hilft sowas wirklich: den Horizont erweitern, Menschen und Kulturen kennenlernen, ein Verständnis dafür entwickeln. Und eine Toleranz, die extrem wichtig ist – Toleranz gegenüber anderen Kulturen, gegenüber anderen Lebensumfeldern. Wenn man sieht, wie Menschen in anderen Ländern leben, kann man oft reflektieren und sagen: Mensch, uns geht es ja gar nicht so schlecht. Wir jammern zwar immer, aber uns geht es doch gar nicht so schlecht. Wenn man sieht, wie Menschen in Ländern wie Vietnam oder Thailand leben – die sind glücklich, haben aber ein völlig anderes Lebensumfeld. Das ist wichtig zu sehen. Und zwar nicht nur auf einer Reise, nicht irgendwo am Strand liegen und durch Tempel geführt werden, sondern sich wirklich eintauchen in die Kulturen. Und das kann man am besten, wenn man in Ländern lebt und arbeitet. Das erweitert den Horizont, erweitert die Bildung, man kriegt einen ganz anderen Eindruck von der Welt.

„Gastronomie muss man leben.“

ChefHeads: Die Arbeit in der Spitzengastronomie verlangt täglich Höchstleistung. Wie schaffst du es, über viele Jahre Kreativität, Motivation und Begeisterung auf diesem Niveau zu bewahren?

Stefan Stiller: Am Ende des Tages muss man diesen Beruf leben. Wenn man sich den Beruf nur aussucht, um den Lebensunterhalt zu verdienen, ist man im falschen Beruf.

Das kann man in vielen anderen Berufen einfacher machen – mit weniger Zeitengagement und einfacheren Resultaten. Gastronomie muss man leben.

Ich sehe mich persönlich immer als Gastgeber. Ich bin natürlich Koch, das habe ich vor vielen Jahren gelernt, das Kochen liegt mir im Herzen. Aber ich sehe mich in meiner Position eigentlich als Gastgeber. Ich möchte den Gästen, die zu uns ins Restaurant kommen, eine gute Zeit bescheren. Das geht von der Begrüßung bis zur Verabschiedung. Es umfasst das ganze Erlebnis: die Temperatur im Restaurant, die Musik, den Service. Das ist ein ganzheitliches Erlebnis. Das Essen spielt natürlich eine ganz wichtige Rolle – wenn das Essen nichts ist, kann man nichts machen. Aber es braucht auch tolle Getränke, eine schöne Weinkarte, einen Top-Service.

Ich möchte Gästen ein Erlebnis bieten, sodass sie zur Tür rausgehen und sagen: Boah, das war super. Wann kann ich wiederkommen? Wann kann ich das nächste Mal reservieren? Das ist das Erlebnis, das ich geben möchte. Und so etwas muss man leben. Das ist schwer zu lernen. Diese Erfahrung muss man haben, und es muss einem am Herzen liegen.

Natürlich ist es ein Business. Ich muss am Ende eine positive P&L haben. Ich muss meine Rechnungen bezahlen – wir haben hier keinen Sponsor oder Gönner. Ich führe ein Unternehmen, das ein positives Ergebnis erwirtschaften muss. Ich habe hier in Shanghai insgesamt 45 Mitarbeiter, eine große Verantwortung. Wenn das Restaurant auf ist und ich in Shanghai bin, bin ich abends in der Küche, am Pass, spreche mit Gästen, bin mit in der Küche. Aber 80 Prozent meiner Zeit ist administrativ: Ich führe Restaurants, kümmere mich um Events, Partnerschaften, Aktivitäten. Das sind Dinge, die man leben muss. Gastgeber sein ist für mich eine große Erfüllung. Das macht mir Spaß.

„Das besondere Gericht ist das nächste neue Gericht.“

ChefHeads: Gibt es ein Gericht in deiner Karriere, das deine persönliche Entwicklung besonders gut widerspiegelt? Und warum bedeutet es dir so viel?

Stefan Stiller: Das besondere Gericht ist das nächste neue Gericht. Das Neue, was entsteht. Wir haben allerdings ein Gericht, das wir seit der zweiten Karte im Taian Table machen: ein Gericht mit Seeigel – Uni –, eine Scheibe geröstetes Sauerteigbrot und Seeigel. Das ist ein sehr schlichtes Gericht, sehr fokussiert auf Sensorik und Geschmack. Unscheinbar, kein spektakuläres Plating, keine spektakuläre Präsentation, aber voll mit Aromen und Flavor. Für mich kommt es manchmal darauf an, dass simple Dinge kommen. Das ist oft die größere Herausforderung. Es muss gar nicht so kompliziert sein. Manchmal kann man Dinge auf sehr wenig reduzieren und trotzdem ein tolles Erlebnis geben.

„Man muss sich wie ein Gast benehmen.“

ChefHeads: Du lebst und arbeitest seit vielen Jahren in China. Wie hat dich die Zeit nicht nur als Koch, sondern auch als Mensch verändert?

Stefan Stiller: Es ist eine ganz andere Kultur hier. Man muss die Kultur verstehen. Das gehört zur Auslandserfahrung dazu: Man muss weltoffen sein, tolerant sein. Ich lebe seit 22 Jahren in Shanghai. Ich bin Gast im Land, und man muss sich wie ein Gast benehmen. Toleranz spielt eine ganz wichtige Rolle. Man muss mit offenen Augen ins Leben gehen und immer wieder lernen. Man hat nie ausgelernt. Erstmal muss man versuchen, die Kultur und die Traditionen zu verstehen – und dann muss man sie tolerieren.

Die Zeit in China hat mich sehr viel weltoffener gemacht, in vielen Bereichen. Kulturen zu verstehen, auch die Unterschiede zu verstehen – gerade hier in Asien: warum Japaner anders sind als Koreaner, warum Chinesen innerhalb Chinas so unterschiedlich sind in der Art, wie sie leben, arbeiten, denken, essen. Südasien, die unterschiedlichen Bereiche – das ist alles extrem spannend. Das hat mich deutlich geprägt.

„Ich bin auf die Schnauze gefallen. Ich habe eine richtige Pleite hingelegt.“

ChefHeads: Wenn du heute noch einmal ganz am Anfang deiner Laufbahn stehen würdest – würdest du denselben Weg erneut wählen, oder gibt es Entscheidungen, die du heute anders treffen würdest?

Stefan Stiller: Ich war sehr früh selbstständig, schon mit Anfang 20 mein erstes eigenes Restaurant. Das war zu früh. Deutlich zu früh. Ich würde heute noch ein paar Jahre dranhängen, noch mehr Erfahrung in anderen Restaurants sammeln und mit anderen Köchen arbeiten.

Ich habe viele Fehler gemacht. Das hat mich extrem viel Geld gekostet. Ich bin auf die Schnauze gefallen. Ich habe eine richtige Pleite hingelegt, eine Insolvenz. Das sind Dinge, die wehtun, die auch für das Ego schwierig sind, wenn man mal so richtig einen auf den Deckel kriegte. Da würde ich die Uhr gerne zurückdrehen und sagen: Das hätte ich mir sparen können. Vielleicht hätte ich mir das gespart, wenn ich mehr Erfahrung gehabt hätte.

Aber man kann immer die positiven und die negativen Seiten sehen. Ich bin in meinem Leben einige Male auf die Schnauze gefallen. Ich war einige Male an Punkten, wo ich gesagt habe: Okay, wie geht es jetzt weiter? Wichtig ist immer: aufstehen, Kopf hoch, weiter geht's. Nicht ins Kämmerlein gehen und jammern. Das sind alles Erfahrungen, die man sammelt. Ich habe sehr viele davon gesammelt – viele schmerzhaft, aber auch viele positive. Am Ende muss man immer weiter. Man darf nicht aufgeben. Man braucht die Energie dafür. Leider haben manche Leute die nicht. Ich sage immer: Man darf nicht zu schnell aufgeben. Man darf nicht den Kopf in den Sand stecken und sagen: Die Welt ist schlecht.

Optimismus ist ein ganz wichtiges Thema. Dass man optimistisch ist und sagt: Okay, es geht weiter. Heute werden Leute schnell depressiv und sagen: Die Welt ist schlecht, alles ist so schrecklich. Einfach ist nichts. Mir wurde nichts geschenkt in meinem Leben. Ich habe alles hart erarbeitet. Das tue ich heute noch, jeden Tag.

„Wir investieren noch mal 300.000 bis 350.000 Euro.“

ChefHeads: Und wie geht es weiter? Gibt es schon Pläne für die kommenden Jahre?

Stefan Stiller: Ich habe nicht vor, in den Ruhestand zu gehen. Wir machen Ende September eine größere Renovierung. Ich mache die ganze Küche neu – eine Top-Küche aus Italien. Wir investieren noch einmal 300.000 bis 350.000 Euro hier ins Restaurant. Ich habe gerade den Mietvertrag für weitere fünf Jahre unterschrieben. Es geht weiter. Wir werden weiterhin pushen. Shanghai wird auch die nächsten Jahre meine Heimat sein. Darüber hinaus schauen wir mal. Die nächsten fünf Jahre bin ich mit Sicherheit noch hier.

ChefHeads: Das ist ein Zeichen, dass ihr euch wohl fühlt – auch deine Frau und die Familie?

Stefan Stiller: Ja, deutlich. Unsere Tochter lebt seit einigen Jahren in Europa, in London. Aber wir fühlen uns hier sehr wohl. Shanghai ist eine spektakuläre Stadt, die sich toll entwickelt hat. China ist ein extrem sicheres Land, die Lebensqualität ist sehr hoch. Wir sind hier sehr gut angebunden, gerade innerhalb Asiens. Europa – klar, man sitzt zehn, zwölf Stunden im Flugzeug. Aber wir sind jedes Jahr drei-, viermal in Europa.

„Perfektion ist wichtig – aber man muss menschlich bleiben.“

ChefHeads: Die Spitzengastronomie lebt vom ständigen Streben nach Perfektion. Gibt es heute etwas, was dem für dich mehr Bedeutung beimisst als die Perfektion?

Stefan Stiller: Menschlichkeit spielt eine wichtige Rolle. Perfektion ist das eine. Aber man muss menschlich sein. Für mich spielt Menschlichkeit eine extrem große Rolle. Das spiegelt sich auch in der Führung meiner Mitarbeiter wider. Ich habe hier in China Mitarbeiter, die über verschiedene Projekte schon fast 20 Jahre für mich arbeiten. Da ist es wichtig, dass man eine gute Führung hat, dass man menschlich ist und das Gespür für die Menschen hat. Ohne die Menschen könnten wir den Job, den wir machen, nicht machen. Ohne mein Team gäbe es das Restaurant nicht.

Perfektion ist wichtig. Auf dem Niveau, auf dem wir arbeiten – drei Sterne –, können wir uns nur Perfektion leisten. Aber ganz wichtig ist, dass man dabei menschlich bleibt. Individuelle Personen spielen für mich eine große Rolle. Ich kümmere mich um jeden Mitarbeiter persönlich. Ich habe immer ein offenes Ohr, für jeden. Alle Mitarbeiter haben meine Telefonnummer. Wir haben hier WeChat, kein WhatsApp – aber sie haben alle mein WeChat. Jeder kann mich jederzeit kontaktieren.

„Es ist eine ganz andere Welt.“

ChefHeads: Die asiatische Spitzengastronomie entwickelt sich mit beeindruckender Dynamik weiter. Wo siehst du die größten Unterschiede zwischen der europäischen und der asiatischen Fine-Dining-Kultur?

Stefan Stiller: Es ist eine andere Welt. Eine ganz andere Welt. Mittlerweile ist es dadurch, dass viele regelmäßig nach Asien reisen, viel präsenter geworden. Auch durch die Ausweitungen des Michelin-Guides im ganzen asiatischen Raum gibt es mehr Medienpräsenz. Durch soziale Medien und Instagram ist mehr Präsenz da. Man sieht einfach mehr, was in der Welt passiert. Darüber wird mehr gesprochen, mehr geteilt.

Die Küchen der einzelnen Länder sind zum Teil sehr traditionell. Bei den Japanern zum Beispiel gibt es weniger Innovation, aber tolle Produkte – da werden Rezepturen und Gerichte über Generationen weitergereicht. Ähnlich in der koreanischen Küche: sehr traditionell. Wo bei es da auch innovative Köche gibt, die Dinge neu interpretieren. In der chinesischen Küche gab es in den ersten Jahren, in denen ich hier war, relativ wenig Bewegung. In den letzten Jahren haben sich junge Köche gefunden, die traditionelle Gerichte neu interpretieren, nach außergewöhnlichen Produktqualitäten suchen und innovativer sind. Dadurch ist die asiatische Küche im Gesamten mehr in den Spotlight gerückt.

Ich finde das eine sehr positive Entwicklung und es ist sehr spannend. Ich rate jedem, mal nach China zu kommen, Korea zu besuchen, Japan steht sowieso auf dem Reiseplan. Es gibt viele spannende Länder hier.

ChefHeads: Gut, Stefan, dann sind wir durch. Wir haben sogar noch länger gemacht als sonst.

Stefan Stiller: War mir ein Vergnügen.

Restaurant Taian Table

Garden Office, Building No. 1, 1. Etage
Room 101-102
Lane 161, 465 Zhenning Road
Changning District
200050 Shanghai, China

Phon: +86 173 0160 5350

E-Mail: info@taian-table.cn

Website: sh.taian-table.cn

Instagram: [stefan_stiller_taian_table](https://www.instagram.com/stefan_stiller_taian_table)





EXZELLENZ KENNT KEINE GRENZEN.

Von Birkenfeld bis Shanghai.



**ACCENT. FÜR MOMENTE,
DIE IN ERINNERUNG BLEIBEN.**

Im Einsatz bei Drei-Sterne-Koch
Stefan Stiller, Taian Table Shanghai.

HEPP.DE



Vom Lernen zum Leiten

Tim Lentl übernimmt im QIU Verantwortung – mit der Schule des FACIL im Rücken und einem klaren eigenen Konzept.

Text: Anke Sademann

Fotos: Anke Sademann / Steffen Sinziger

25 Jahre FACIL, zwei Sterne und eine Küche, die Berlins Fine-Dining-Landschaft seit einem Vierteljahrhundert mitprägt. Während das Restaurant im The Mandala Berlin gerade sein Jubiläum feiert, wächst im selben Haus längst die nächste Generation heran. Einer von ihnen ist Tim Lentl. Gerade einmal 28 Jahre alt, hat der gebürtige Esslinger nach zweieinhalb Jahren im FACIL die Leitung des QIU übernommen. Ein paar Etagen und kulinarische Welten liegen zwischen beiden Restaurants – und für Lentl liegt genau darin die Chance, sich freizuschwimmen.

Dabei hätte seine Laufbahn auch ganz anders verlaufen können. Nach dem Abitur jobbte Lentl zunächst bei Mercedes am Band, bewarb sich „querbeet“ für Studiengänge und landete schließlich bei Kultur- und Medienbildung in Ludwigsburg. Film, Fotografie, Grafik und Kunst – Kreativität gehörte schon damals dazu, nur noch nicht auf dem Teller. Während der Pandemie zog er mit seiner Freundin nach Berlin, beendete das Studium online und fasste einen Entschluss: Er wollte Koch werden.

Seine Ausbildung begann 2021 im Borchardt. Eine Berliner Institution, aber auch eine Schule des Tempos. 600 bis 700 Gäste an einem gut laufenden Freitagabend, erinnert sich Lentl, dazu Mengen, die mit heutiger Pinzettenarbeit wenig gemein haben. „Da hieß es einfach: schneller, schneller, schneller.“ Was er dort lernte, nennt er bis heute das „Ackern“ – Organisation, Geschwindigkeit, Durchhaltevermögen.

Vom Lineal zur eigenen Linie

Sein Ziel stand früh fest: Sterneküche. Direkt nach dem Abschluss meldete er sich bei Michael Kempf im FACIL. Beim Probearbeiten traf die Borchardt-Schule auf Zwei-Sterne-Präzision. Lentl sollte Brunoise schneiden – perfekte, gleichmäßige Gemüsewürfel. Weil ihm diese Genauigkeit noch fehlte, behalf er sich heimlich mit einem Lineal. Die Würfel saßen. Der Job schließlich auch.

Das QIU war bereits damals im Gespräch. Lentl entschied sich dagegen. Frisch aus der Ausbildung wollte er nicht schon alleinverantwortlich arbeiten, sondern erst sehen, lernen, aufsaugen. Im FACIL bekam er diese Zeit. Als Entremetier lernte er jene Präzision, die er heute mitgenommen hat – irgendwann aber auch die Grenzen einer fest eingespielten Brigade. Die Positionen waren besetzt, Lentl wollte weiter. Diesmal war er bereit für das QIU.

Eigene Bühne im selben Haus

Seit dem Frühjahr trägt die Küche dort seine Handschrift. Die selbst auferlegte Grenze ist radikal und zugleich spielerisch: Die Produkte stammen aus Deutschland, das kulinarische Denken darf um die Welt reisen. Lentl will ausdrücklich keine Sammlung modernisierter deutscher Klassiker auf die Teller bringen. Französische Saucentechnik, anatolische Inspiration oder andere internationale Einflüsse sind willkommen – nur das Ausgangsprodukt soll zwischen Küste, Wiesen, Feldern und Wäldern hierzulande zu finden sein.



© Steffen Sinziger



Credits: Anke Sademann



Facil-Team |
Michael Kempf (3 v.L.) | Joachim Gerner (6. v.L.)

© Facil



© Steffen Sinziger



Tim Lentl & Sous-Chef Mats Epple

© Anke Sademann



© Anke Sademann

So wird aus Büsumer Krabben seine Hommage an das Krabbenbrötchen, aus der Forelle von der Lüneburger Heide ein Dry-aged-Fischgang mit Mangold; selbst unscheinbare Zutaten wie Vogelmiere, Sauerampfer oder Pimpinelle bekommen ihren Auftritt.

Die Blüten auf dem Krabbenbrötchen brachte Lentl zeitweise sogar vom eigenen Balkon mit.

„Am liebsten bin ich einfach Koch.“

Dabei interessiert ihn das Handwerk mehr als das Künstleretikett. Künstler oder Handwerker? Lentl überlegt nicht lange: „Wenn ich mich entscheiden müsste: Handwerker. Am liebsten bin ich einfach Koch.“ Auch deshalb passt das QIU als Gegenpol zum großen Schwesterrestaurant. Während das FACIL aus dem internationalen Spitzenproduktkosmos schöpfen kann, setzt Lentl sich bewusst Grenzen. Gute Produzenten zu finden, sei dabei weniger das Problem als ausreichende Mengen zu bekommen. Ein kleiner Wagyu-Züchter könne nicht beliebig nachliefern, eine Zwiebelsorte verschwinde mitten in einer Saison. Die Konzentration auf deutsche Produkte wird so nicht zur hübschen Überschrift, sondern zur täglichen Küchenlogistik. Die Produzenten für sein Konzept hat Lentl selbst recherchiert.

Genauso bewusst baut er sein Team auf. Seinen Sous-Chef Mats Epple kennt er noch aus Borchardt-Zeiten und holte ihn gezielt ins QIU. Auszubildende sollen nicht nur nachkochen, sondern eigene Komponenten entwickeln, ausprobieren und auch einmal scheitern dürfen – innerhalb einer Küche, in der trotzdem Disziplin und klare Zuständigkeiten gelten. „Wir sind einfach ein Team. Das ist ganz wichtig“, sagt Lentl.

Michael Kempf bleibt dabei ein wichtiger Bezugspunkt. Lentl nennt ihn seinen Mentor – nicht als Instanz, die erst am Ende eine fertige Karte abnickt, sondern als Begleiter im Entwicklungsprozess. Saucen, Fleisch, Organisation, Belastbarkeit: Es gibt noch genug, das der junge Küchenchef lernen will. Eigenständigkeit bedeutet für ihn offenbar nicht, alle Verbindungen zu kappen.

„Man muss das Rad nicht immer neu erfinden, sondern vielleicht einfach nur mal krassere Felgen draufmachen.“

Nach den ersten Monaten im QIU wäre nun die naheliegende Frage, was Lentl an seiner ersten Karte rückblickend anders machen würde. Seine Antwort überrascht durch ihre Klarheit: „Tatsächlich gar nichts.“ Er und sein Team seien noch immer äußerst zufrieden mit der Karte – und selbst ein wenig erstaunt darüber, „wie wir das in der kurzen Zeit überhaupt hinbekommen haben“. Stillstand bedeutet das nicht. Mit der Herbst- und Winterkarte verschiebt sich vielmehr die Tonlage. Die Qualität der einzelnen Komponenten soll mindestens auf demselben Niveau bleiben, Kompromisse will das Team nicht machen. Saisonaler soll es werden: mehr Temperatur, weniger Säure, dafür mehr Nuss- und Buttrigkeit.

Nicht die Grundidee wird ausgetauscht, sondern ihr Ausdruck verändert sich mit der Jahreszeit. Auch Lentls kulinarische Devise bleibt bestehen: teils vergessene, teils vertraute Produkte und Gerichtsideen hervorzuholen und ihnen neuen Glanz zu verleihen.



Credits: Anke Sademann



Credits: Anke Sademann



Credits: Anke Sademann



Credits: Anke Sademann



Credits: Anke Sademann

Der Gast soll etwas wiedererkennen – und es trotzdem so noch nicht gesehen oder geschmeckt haben. Lentl selbst fasst diese Haltung deutlich weniger feierlich zusammen: „Man muss das Rad nicht immer neu erfinden, sondern vielleicht einfach nur mal krassere Felgen draufmachen.“

Vielleicht ist die Felgenmetapher nach den ersten Monaten als Küchenchef die treffendste Beschreibung seiner Entwicklung. Nicht alles neu machen, nur um Veränderung zu demonstrieren. Sondern erkennen, was funktioniert – und selbstbewusst daran weiterarbeiten.

QIU - Bar & Restaurant mit Terrasse | The Mandala Berlin

Potsdamer Straße 3, 10785 Berlin

Öffnungszeiten: täglich 12–24 Uhr.

Küche: Mo–Do & So 12–15 Uhr und 18–22:30 Uhr, Fr & Sa 12–15 Uhr und 18–23 Uhr.

<https://qiu.de/de/>



© Steffen Sinziger

With Out Neue Tee-Wege beim Non-Alc Pairing

Interview: Anke Sademann
Foto: Anke Sademann und Privatarhiv



Lysbeth Thirza Vink ist zertifizierte Teesommelière und Dozentin an der Hotelschool The Hague. Sie studierte an der Glion Hotel Management School in der Schweiz sowie am Culinary Institute of America und war vor ihrer Lehrtätigkeit selbst Gastronomieunternehmerin. Heute verbindet sie Hospitality, Food & Beverage, Teekultur und Forschung. Zu ihren Schwerpunkten gehören Tea & Food Pairing, niederländische Teegeschichte sowie die kulturelle und wirtschaftliche Entwicklung von Tee. Seit 2024 ist sie zudem Vizepräsidentin des European Tea Culture Institute.

© Anke Sademann

Alkoholfreie Getränkebegleitung ist längst mehr als Saft, Schorle oder Mocktail. Gerade Tee zeigt, wie viel sensorische Tiefe Non-Alc entwickeln kann – von Adstringenz, Bitterkeit und Umami bis zu Rauch, Textur und Fermentation.

Im Rahmen der European Tea Culture Conference 2026 sprach ChefHeads-Autorin Anke Sademann mit der niederländischen Teesommelière Lysbeth Thirza Vink und dem schwedischen Sommelier und Wissenschaftler Henrik Scander über Tea Pairing, Service, Wahrnehmung und neue Hybrid-Konzepte. Wie sich diese Ansätze in der gastronomischen Praxis übersetzen lassen, zeigt Martin Wolf – der neue Barchef vom Berliner Bonvivant Cocktailbistro im veganen Restaurant als dritte Stimme im Bunde.

Drei Perspektiven, ein gemeinsamer Gedanke: Non-Alc steht nicht für Verzicht, sondern für neue gastronomische Möglichkeiten.

Tea Pairing: More than an Alcohol-Free Alternative

Ein Gespräch mit Lysbeth Thirza Vink

Teesommelière und Lecturer Operations Management & Practical Placement Tutor der Hotelschool The Hague Lysbeth Vink

Wie viel Wein steckt eigentlich im Denken über Tee – und wo beginnt dessen ganz eigene sensorische Sprache? Lysbeth Thirza Vink spricht über Adstringenz, Umami und Textur, über überraschende Pairings mit Fisch, Käse, Wild oder Schokolade und darüber, wie Tee vom Heißgetränk zum ernsthaften Speisenbegleiter werden kann. Entscheidend sind für sie präzise Zubereitung, Balance und ein gutes Gespür für den Gast – denn gutes Non-Alc-Pairing braucht Klarheit statt Überladung.

ChefHeads: Frau Vink, warum wird Tee als Pairing-Partner im Restaurant noch immer unterschätzt?

Lysbeth Thirza Vink: Viele Menschen trauen Tee nicht dieselbe Dimension zu wie Wein. Dabei besitzt Tee ein enormes sensorisches Spektrum. Er kann floral, rauchig, erdig oder umami-betont sein, Bitterkeit und Adstringenz mitbringen und je nach Sorte sehr unterschiedliche Texturen erzeugen. Das Problem ist häufig weniger der Tee selbst als das fehlende Wissen darüber, wie man ihn einsetzt und dem Gast vermittelt.

ChefHeads: Was macht ein gutes alkoholfreies Pairing aus – und wo liegt die Gefahr der Überladung?

Lysbeth Thirza Vink: Es sollte nicht einfach ein Saft-Pairing sein. Gerade bei einem Mehrgangmenü können zu viel Frucht, Fruktose, Kräuter, Essenzen und Tinkturen irgendwann ermüden. Auch zu viel Storytelling kann den Gast überfordern. Wein kann trotz seiner Komplexität eine gewisse Ruhe ins Menü bringen. Bei alkoholfreien Begleitungen muss man deshalb besonders auf Balance achten. Es geht nicht darum, möglichst viele spannende Komponenten ins Glas zu bekommen, sondern zu verstehen, was das Gericht gerade braucht.

ChefHeads: Welche Rolle spielt dabei der Gast?

Lysbeth Thirza Vink: Eine sehr große. Mein Hintergrund liegt in der internationalen Hotellerie, und dort lernt man zunächst zuzuhören. Wer sitzt vor mir? Möchte der Gast geführt werden oder selbst entscheiden? Möchte er überrascht werden? Was mag er überhaupt nicht? Ein Sommelier sollte nicht einfach zeigen wollen, wie viel er weiß. Die Begleitung muss zum Gast ebenso passen wie zum Gericht.

ChefHeads: Welche Eigenschaften von Tee sind für Food Pairing besonders interessant?

Lysbeth Thirza Vink: Vor allem Adstringenz, Bitterkeit, Umami, Rauchigkeit und Fermentation. Tee besitzt nicht nur Aroma, sondern auch Struktur. Gerade Adstringenz – dieses trockene, leicht zusammenziehende Gefühl im Mund – kann beispielsweise cremige oder fettreiche Speisen ausbalancieren und den Gaumen wieder öffnen.

ChefHeads: Können Sie einige konkrete Kombinationen nennen?

Lysbeth Thirza Vink: Zu dunkler Schokolade funktioniert ein kräftiger, rauchiger Schwarztee sehr schön. Bei sehr säurebetonten Gerichten kann ein japanischer Grüntee spannend sein, weil seine Adstringenz und leichte Bitterkeit mit der Säure spielen. Zu Wild, dunklen Aromen oder kräftigem Umami eignet sich Pu-Erh sehr gut. Zu Fisch wiederum kann ein leichter chinesischer Grüntee mit einer feinen maritimen oder algigen Note passen.

ChefHeads: Und was würden Sie zu Käse servieren?

Lysbeth Thirza Vink: Oolong ist dafür sehr vielseitig. Zu Camembert, gereiftem Gouda, Ziegenkäse oder kräftigerem Bergkäse kann ein stärker oxidiertes Oolong sehr gut funktionieren. Ein heller Oolong ist eher floral und weich, ein stärker oxidiertes bekommt mehr Tiefe und nähert sich geschmacklich dem Schwarztee. Auch Hōjicha, der geröstete japanische Tee, kann mit seinen nussigen und röstigen Noten ein sehr zugänglicher Partner für Käse sein.

ChefHeads: Pu-Erh taucht bei Ihnen immer wieder auf. Was macht ihn besonders?

Lysbeth Thirza Vink: Pu-Erh stammt aus Yunnan in China und kann über viele Jahre reifen. Sensorisch kann er für europäische Gaumen zunächst ungewöhnlich sein: erdig, feucht, ledrig, manchmal fast animalisch. Gerade diese Tiefe macht ihn zu einem spannenden Partner für Wild, dunkle Saucen oder ausgeprägte Umami-Aromen.

ChefHeads: Kann Tee auch eine cremige Textur erzeugen?

Lysbeth Thirza Vink: Ja. Ein schönes Beispiel ist Milky Oolong aus Taiwan. Er enthält keine Milch, kann aber sehr weich, cremig und samtig wirken. Gerade mit Eis oder einem cremigen Dessert kann das eine sehr schöne Verbindung ergeben.

ChefHeads: Muss Tea Pairing immer bedeuten, eine Tasse Tee zum Essen zu servieren?

Lysbeth Thirza Vink: Überhaupt nicht. Tee kann kalt serviert, mit Kohlensäure kombiniert oder als Grundlage komplexerer Drinks eingesetzt werden. Ein kräftiger Tee mit Sparkling Water im Champagnerglas kann sehr elegant wirken. Auch Cocktails lassen sich mit Earl Grey oder Lapsang Souchong aromatisieren. Und Tee kann sogar Bestandteil eines Gerichts sein – etwa Lapsang Souchong mit Schokolade oder Pu-Erh in einem Risotto.

ChefHeads: Warum servieren Sie Tee bei Verkostungen manchmal im Weinglas?

Lysbeth Thirza Vink: Weil sich dadurch die Wahrnehmung verändert. Man sieht die Farbe, kann besser riechen und Temperatur und Textur bewusster wahrnehmen. Allein die Präsentation sorgt dafür, dass Menschen Tee anders betrachten – nicht mehr nur als Getränk aus dem Teebeutel, sondern als Produkt mit eigener sensorischer Tiefe.

ChefHeads: Sollte Tee künftig den Wein im Menü ersetzen?

Lysbeth Thirza Vink: Darum geht es gar nicht. Viel interessanter finde ich hybride Pairings. Ein Gang kann mit Wein begleitet werden, der nächste mit Tee, danach vielleicht ein Tea Cocktail oder ein alkoholfreies Sparkling-Getränk. Entscheidend ist: Was passt in diesem Moment am besten zu diesem Gericht? So verliert das alkoholfreie Getränk seinen Charakter als Ersatzlösung und wird zu einem gleichwertigen Teil der Menüdramaturgie.

ChefHeads: Ist der Wunsch nach weniger Alkohol nur ein vorübergehender Trend?

Lysbeth Thirza Vink: Nein. Das Genussverhalten verändert sich. Viele Gäste achten stärker auf Gesundheit, Nachhaltigkeit und bewussteren Konsum, wollen dabei aber keineswegs auf Genuss verzichten. Genau deshalb entstehen für Tee und andere anspruchsvolle alkoholfreie Begleitungen neue Möglichkeiten.

ChefHeads: Vielen Dank, Frau Vink, für dieses interessante Gespräch.

Kontakt:

Lysbeth Thirza Vink

Telefon: +31 88 028 18 00

Mobil: +31 6 29 24 9599

Campus The Hague / Amsterdam

Website: www.hotelschool.nl

Tee am Tisch:

Von der Alternative zum gleichwertigen Begleiter

Ein Gespräch mit Sommelier und Senior Lecturer

Henrik Scander

Interview: Anke Sademann

Foto: Anke Sademann

Henrik Scander, PhD, ist Sommelier und Senior Lecturer an der School of Hospitality, Culinary Arts & Meal Science der Örebro University in Grythyttan, Schweden. In seiner Forschung untersucht er, wie Tee beim Food Pairing einen ähnlichen kulturellen Wert und Status wie alkoholische Getränke entwickeln kann – und welche Rolle dabei Service, Kontext, Inszenierung und gesellschaftlich geprägte Geschmacksvorstellungen spielen.

© Anke Sademann

Wie wird aus Tee im Restaurant mehr als nur die alkoholfreie Alternative zum Wein? Henrik Scander spricht über Tea Pairing als gastronomische Performance, über Temperatur und Zubereitung als sensorische Werkzeuge, die Bedeutung von Service und Sprache – und über Hybrid-Pairings, in denen Wein und Tee gleichberechtigt Teil eines Menüs werden.

ChefHeads: Herr Scander, warum wird Tee im Restaurant noch immer so häufig als „Alternative“ und nicht als ernstzunehmende gastronomische Begleitung betrachtet?

Henrik Scander: Wein hat am Tisch eine tief verankerte kulturelle Stellung. Er wird selbstverständlich präsentiert, erklärt, im passenden Glas serviert und mit dem Gericht in Verbindung gebracht. Alkoholfreie Getränke werden dagegen häufig als „Alternative“ eingeführt – und allein diese Bezeichnung rückt sie schon in eine sekundäre Position.

Tee kann diese Rolle verlassen, wenn wir ihn als eigenständigen gastronomischen Akteur behandeln – als Getränk, das mit derselben Aufmerksamkeit ausgewählt, zubereitet und serviert wird.

ChefHeads: Funktioniert Tea Pairing nach denselben Prinzipien wie Wine Pairing?

Henrik Scander: Nicht ganz. Wein bringt Süße, Säure, Frucht, Tannine und Alkoholstruktur mit. Tee funktioniert anders. Er enthält keinen Alkohol und keinen Zucker und besitzt normalerweise deutlich weniger Säure. Deshalb beginnen wir beim Tee stärker mit Textur, Mundgefühl, Adstringenz, Temperatur und Aromatik. Darauf aufbauend können wir Verbindungen über florale, grasige, rauchige, nussige, erdige oder maritime Noten schaffen. Tee muss Wein nicht imitieren – er besitzt seine eigene Logik.

ChefHeads: Was macht Tee als Pairing-Instrument besonders flexibel?

Henrik Scander: Die Zubereitung ist selbst Teil des Pairings. Über Temperatur, Ziehzeit und Konzentration können wir den sensorischen Ausdruck desselben Tees deutlich verändern. Ein japanischer Grüntee kann bei niedrigerer Temperatur sehr viel weicher und weniger adstringierend wirken. Cold Brew erzeugt wiederum ein sehr klares, weiches Profil. Beim Shock Brew wird heiß aufgebrühter Tee direkt über Eis heruntergekühlt.

ChefHeads: Beginnt das Pairing also schon, bevor der Tee überhaupt am Tisch steht?

Henrik Scander: Absolut. Zunächst muss man fragen: Was möchte der Küchenchef mit dem Gericht ausdrücken? Welche Komponente soll hervorgehoben werden? Soll das Getränk das Gericht spiegeln, einen Kontrast setzen oder den Gaumen reinigen? Beim Tee kommen Temperatur, Extraktion und Servierform als zusätzliche Variablen hinzu.

ChefHeads: In Ihrer Forschung spielt auch der Service eine große Rolle. Warum?

Henrik Scander: Weil Geschmack niemals isoliert wahrgenommen wird. Haltung, Gestik, Sprache, Timing und Präsentation beeinflussen unsere Wahrnehmung.

Der Gastgeber, Sommelier oder Teespezialist wird damit zu einem kulturellen Vermittler. Durch Erklärung, Ritual und sensorische Führung entsteht Bedeutung direkt am Tisch.

ChefHeads: Kann die Präsentation tatsächlich beeinflussen, welchen Wert Gäste einem Tee beimessen?

Henrik Scander: Ja. Denken Sie daran, was beim Wein geschieht: das Glas, die Flasche, die Erklärung, das Ritual des Einschenkens. All das erzeugt Erwartungen und vermittelt Wertigkeit. Tee verdient dieselbe Aufmerksamkeit. Gäste bezahlen schließlich nicht nur für die Flüssigkeit selbst, sondern für Qualität, Service, Atmosphäre, Wissen und das gesamte Erlebnis.

ChefHeads: Sie haben diesen Ansatz auch in einem schwedischen Restaurantprojekt getestet. Was ist dort passiert?

Henrik Scander: In dem Projekt wurde Tee ähnlich ernst genommen wie Wein. Ein zwölf Jahre gereifter Pu-Erh wurde etwa über erdige Noten wie Waldboden und Herbstlaub beschrieben. Gleichzeitig wurde die Extraktion angepasst, um mehr Struktur und Adstringenz für reichhaltigere Gerichte zu erzeugen.

Für ein vegetarisches Gericht entwickelten wir außerdem einen Cold Brew aus Grüntee. Besonders interessant war, dass selbst Gäste, die zunächst die Weinbegleitung gewählt hatten, neugierig auf den Tee wurden und sich aktiv mit dem Pairing auseinandersetzten.

ChefHeads: Liegt die Zukunft also in komplett alkoholfreien Pairings?

Henrik Scander: Nicht unbedingt. Hybrid-Pairings könnten eine der interessantesten Entwicklungen sein. Ein Menü kann Wein, Tee und andere alkoholfreie Getränke miteinander kombinieren. Dadurch lässt sich der Alkoholkonsum reduzieren, ohne auf ein kuratiertes Getränkeerlebnis zu verzichten. Auch wirtschaftlich kann das für Restaurants interessant sein, weil ein gemischtes Pairing zu einem hochwertigen Angebot wird und nicht zu einem günstigen Ersatzprodukt.

ChefHeads: Geht es letztlich darum, Tee dem Wein ähnlicher zu machen?

Henrik Scander: Nein. Es geht nicht um Nachahmung. Tee sollte seine eigene gastronomische Identität entwickeln dürfen. Entscheidend ist, ihm dieselbe Ernsthaftigkeit entgegenzubringen: das Produkt zu verstehen, es präzise zu kombinieren, gut zu servieren und zu erklären, warum es zu diesem Gericht gehört. Dann wird Tee zu einem selbstverständlichen Bestandteil der Mahlzeit.

ChefHeads: Vielen Dank, Herr Scander, für dieses interessante Gespräch.

Kontakt:

Henrik Scander, PhD

Senior Lecturer, Örebro University
School of Hospitality, Culinary Arts & Meal Science
Campus Grythyttan
Schweden

Telefon: +46 19 302008

E-Mail: henrik.scander@oru.se

Web: www.oru.se

Mehr über die European Tea Culture Conference 2026 und die Entwicklung der europäischen Teekultur lesen Sie in Anke Sademanns Reportage aus der Juni-Ausgabe des Chef-Heads Magazins: <https://www.yumpu.com/de/document/read/71208713/chefheads-club-magazin06-26-juni-2026/19>



© Privat | Lysbeth Thirza Vink

Non Alc-Drink trifft Gericht

„Pairing bedeutet eben nicht immer, alles zu spiegeln. Manchmal muss man einem Gericht auch etwas entgegensetzen.“

Interview: Anke Sademann
Fotos: Anke Sademann /
Sarah Schlopsnies (Chef Berger)

Martin Wolf kam ohne klassische Bartender-Ausbildung in die Gastronomie. Der studierte Historiker eignete sich sein sensorisches und mixologisches Wissen über Learning by Doing, Selbststudium, Tastings und Fachmessen an. Nach Stationen unter anderem im Fredericks und im Loft 14 entwickelt er heute im Berliner Bonvivant Cocktailbistro – als Teil des Veganen Restaurant mit Michelin-Stern gemeinsam mit Küche unter Chef Nikodemus Berger und dem Bar-Team die Getränkebegleitungen zum vegetarischen Menü.

Wie entsteht Non-Alc Pairing dort, wo Küche und Bar von Anfang an gemeinsam denken? Martin Wolf spricht über gleichwertige alkoholfreie Begleitungen, Hybrid-Pairings, Umami und Textur – und darüber, wie Tee, Verjus, Algen, Kräuter oder Fermente Teil eines Gerichts werden können.

ChefHeads: Im Restaurant Bonvivant stehen alkoholische und alkoholfreie Begleitungen konzeptionell und preislich auf derselben Ebene. Warum?

Martin Wolf: Weil wir nicht sagen wollen: Wir entwickeln ein alkoholisches Pairing und daneben gibt es eben auch noch etwas Alkoholfreies. Beide Begleitungen sollen das Menüerlebnis erweitern und haben für uns dieselbe Wertigkeit. Auch der Aufwand ist vergleichbar – wir arbeiten mit eigenen Auszügen, Sirupen, Cordials, Infusionen und vielen weiteren Komponenten.

ChefHeads: Muss sich der Gast für den gesamten Abend auf eine Variante – mit oder ohne – festlegen?

Martin Wolf: Nein. Wir bieten durchaus ein 50:50 an. Ein Gang kann alkoholfrei begleitet werden, beim nächsten wählt der Gast die alkoholische Variante. Wir geben Empfehlungen, aber viele Gäste wechseln heute viel selbstverständlicher zwischen beiden Optionen. Auch unsere Cocktaillkarte ist maßgeblich so aufgebaut: Ausgangspunkt kann ein alkoholfreier Drink sein, der auf Wunsch um Alkohol ergänzt wird. Die spannende Frage lautet dann: Was verändert sich – und brauche ich den Alkohol überhaupt?

ChefHeads: Damit sind Sie ziemlich nah an einem Hybrid-Pairing?

Martin Wolf: Genau. Für mich geht es darum, nicht länger in zwei getrennten Welten zu denken. Alkoholfrei muss nicht die Ersatzspur sein. Entscheidend ist, welches Getränk in diesem Moment am besten zum Gericht passt.

ChefHeads: Wie entsteht eine Begleitung zu einem neuen Gericht?

Martin Wolf: Sehr eng mit der Küche. Der Austausch mit Küchenchef Nikodemus Berger ist ein ständiges Hin und Her. Er arbeitet an einem Gericht, ich daneben an einer Begleitung, wir probieren gegenseitig und verändern sofort. Manchmal ist eigentlich alles fertig und eine neue Zutat verändert den Gang – dann muss auch das Getränk wieder reagieren. Das ist eine riesige Spielwiese.

ChefHeads: Funktioniert Cocktail-Pairing dadurch unmittelbarer als eine klassische Weinbegleitung?

Martin Wolf: Teilweise schon. Bei einem Cocktail können wir mit Komponenten wie Algen, Dashi oder Kräutern arbeiten, die direkt im Gericht vorkommen. Diese Verbindung schmeckt ein Gast häufig unmittelbar. Das heißt nicht, dass Wein weniger komplex wäre – unser Pairing funktioniert einfach auf einer anderen Ebene und manchmal mit etwas weniger Kopf.

ChefHeads: Können Sie das an einem konkreten Gang zeigen?

Martin Wolf: Beim Rettichgang arbeitet die Küche unter anderem mit Wacholder, Algen, Gurke und maritimen Aromen. In der alkoholfreien Begleitung greifen wir das mit alkoholfreiem Gin, Holunderblüte, Alge, frischem Koriander, Verjus und Soda auf. Die Alge bringt dabei nicht nur ein aquatisches Aroma, sondern auch Salzigkeit und Umami. So entstehen auf dem Teller und im Glas ähnliche Geschmacksräume.

ChefHeads: Alkohol gibt Wein und Cocktails Körper und trägt Aromen. Wie erzeugen Sie diese Tiefe ohne ihn?

Martin Wolf: Man muss sich zunächst von der Idee einer Eins-zu-eins-Kopie lösen. Mich interessieren deshalb auch Wine Proxies oder Getränke, die über Tee, Fermentation, Kombucha, Kefir, Obst oder Kräuter ihre eigene Komplexität entwickeln. Entalkoholisierter Wein kann trotzdem eine Komponente sein. Entscheidend ist für mich: Es muss ein toller Drink sein, so wie er ist. Punkt.

ChefHeads: Welche Werkzeuge ersetzen dabei die Struktur des Alkohols?

Martin Wolf: Säure, Süße, Salzigkeit, Bitterkeit und Umami, aber auch Textur, Rauch und Röstaromen. Beim Selleriegang greifen wir beispielsweise die kräftigen Röstnoten mit einem alkoholfreien Mezcal auf, setzen ihnen aber gleichzeitig Blüten, Kräuter und einen Tea Secco entgegen. Pairing bedeutet eben nicht immer Spiegelung. Manchmal braucht ein Gericht einen Kontrapunkt.

ChefHeads: Gibt es auch einen Gang, bei dem die alkoholfreie Begleitung so selbstverständlich funktioniert, dass Sie gar keine alkoholische Alternative anbieten?

Martin Wolf: Ja, bei unseren Buchteln. Das ist eine kleine Pause im Menü, bevor die warmen Gänge weitergehen. Dazu servieren wir allen Gästen dieselbe alkoholfreie Begleitung aus geröstetem Buchweizentee, alkoholfreiem Rum, Orgeat und Shio Koji. Der Buchweizen bringt Röstaromen und Nussigkeit, Orgeat und Rum Süße und Körper, das Reisferment Salz und Umami. Das greift die herzhaften Buchteln und ihre Dips sehr schön auf. Für diesen Moment ist die alkoholfreie Begleitung einfach die passendste Lösung – deshalb gibt es gar keinen Grund, daneben noch zwingend eine alkoholische Variante zu stellen.

ChefHeads: Sie denken also nicht nur in einzelnen Paarungen, sondern in einer Dramaturgie über das ganze Menü?

Martin Wolf: Unbedingt. Der erste Drink darf frisch und leicht sein, später können wir tiefer und würziger werden. Beim Rotkohl-Hauptgang arbeiten wir beispielsweise mit Sauerkirsche, Gewürzen, alkoholfreiem rotem Wermut und Lapsang Souchong. Danach hellen wir beim Predessert mit Safran, Verjus, Wermut und Ginger Ale wieder auf. Säure, Bitterkeit und Kohlensäure öffnen den Gaumen für den nächsten Gang.

ChefHeads: Tee begegnet einem bei Ihnen erstaunlich häufig, aber selten einfach als Tasse Tee.

Martin Wolf: Genau das macht ihn so spannend. Tee bietet von weißem und grünem Tee über Oolong bis Schwarztee und Pu-Erh sehr unterschiedliche Geschmäcker und Texturen. Dazu kommen die Zubereitungsmöglichkeiten: heiß, als Cold Brew, in anderen Flüssigkeiten infundiert, karbonisiert oder als Basis für Kombucha und Sparkling Tea. Bei einer Dessertbegleitung lassen wir beispielsweise Assam direkt in Pfirsichsaft kalt ziehen. So entstehen Würze und leichte Tanninstruktur, ohne dass der Tee dominant wird.

ChefHeads: Braucht gutes Non-Alc heute möglichst viel Technik?

Martin Wolf: Überhaupt nicht. Wir arbeiten viel mit Infusionen, Cordials, Sirupen und kalten Extraktionen. Fermentation spielt ebenfalls eine Rolle, aber ein moderner alkoholfreier Drink muss nicht maximal kompliziert sein. Häufig ist die spannendere Frage: Was haben wir gerade? Was bleibt in der Küche übrig? Welche Kräuter, Abschnitte oder saisonalen Produkte können wir weiterverwenden?

ChefHeads: Wie wichtig ist dabei die Reaktion des Gastes?

Martin Wolf: Sehr wichtig. Essen und Trinken sind emotional aufgeladen. Geschmack hängt an Erinnerungen und Erfahrungen. Wenn ein Pairing neu startet, holen wir deshalb viel Feedback ein. Man kann sich wochenlang in eine Idee hineindenken und irgendwann über zu viele Ecken denken. Wenn sie beim Gast nicht funktioniert, müssen wir zurückgehen und neu überlegen. Geschmack ist Emotion.

ChefHeads: Ist Non-Alc für Sie noch ein Trend oder schon etabliert?

Martin Wolf: Ich hoffe nicht – und glaube auch nicht daran, dass es nur ein Trend ist. Dafür sind die Möglichkeiten inzwischen viel zu groß. Gerade Tee wird noch eine wichtige Rolle spielen, weil sein Spektrum von floraler Leichtigkeit über Bitterkeit und Adstringenz bis zu tiefem Umami reicht. Das Spannende an Non-Alc ist aber gerade, dass wir noch gar nicht wissen, wohin sich diese Welt entwickeln wird.

Kontakt:

Restaurant Bonvivant

Goltzstraße 32
10781 Berlin

Tel.: 0176 6172 2602
Mail: info@bonvivant.berlin
Web: <https://bonvivant.berlin/>



© Anke Sademann



© Anke Sademann



© Anke Sademann



Tee mit Sparkling Tea: Prickeln

Text: Anke

Fotos: ©MichaelaLorber/Tea Roy



Perlage nd, komplex, alkoholfrei

e Sademann
al, ©Althaus Tee, ©Anke Sademann



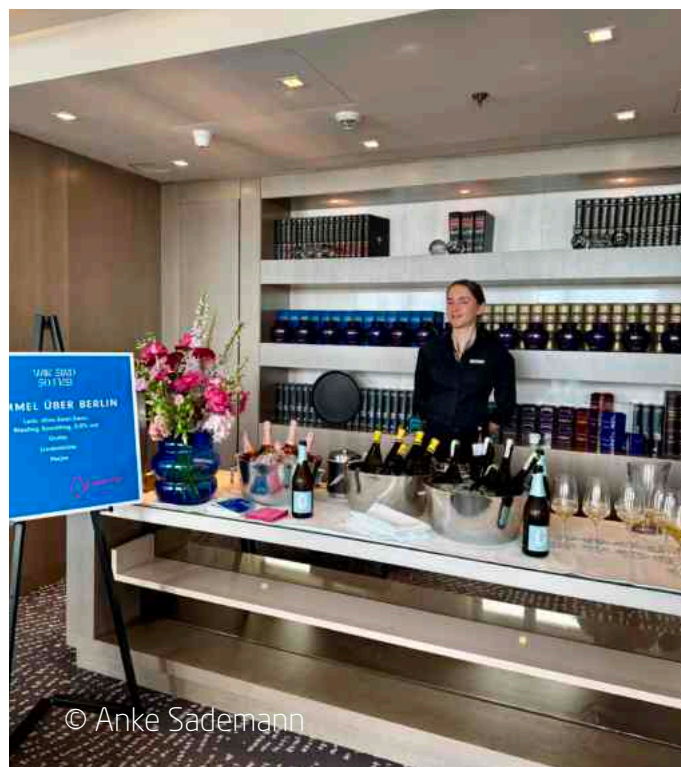
© Althaus Tee



©MichaelaLorber/Tea Royal



© Althaus Tee



© Anke Sademann

Sparkling Tea entwickelt sich zunehmend zu einer eigenständigen Alternative zu Sekt, Crémant und alkoholfreiem Wein. Einen Überblick über die wachsende Vielfalt im Glas verschaffte sich ChefHeads-Autorin Anke Sademann bei der „0% Super Sober Experience“ von Reidemeister & Ulrichs im Berliner Waldorf Astoria. Auf Einladung der Agentur Gourmet Connection wurden dort verschiedene alkoholfreie Konzepte verkostet – begleitet von Berliner Spezialitäten.

Optisch erinnert Sparkling Tea an Schaumwein: gut gekühlt, im Wein- oder Champagnerglas serviert und mit feiner Perlage. Eine verbindliche Rezeptur für die noch junge Getränke-kategorie gibt es allerdings nicht. Je nach Hersteller werden Tee, Kräuter, Blüten, Früchte und Gewürze kalt oder warm extrahiert, mit Traubenbestandteilen oder entalkoholisiertem Wein kombiniert und anschließend mit Kohlensäure versetzt. Entscheidend ist weniger das Prickeln selbst als die Balance aus Säure, Gerbstoffen, Bitterkeit, Aromatik und möglichst zurückhaltender Süße.

Ein guter Sparkling Tea sollte nicht wie aufgesprudelte Limonade wirken, sondern genügend Struktur für Aperitif und Speisenbegleitung mitbringen. Wie unterschiedlich Sparkling Tea funktionieren kann, zeigen zwei aktuelle Beispiele.

La Maison Tea Royal: Weinwissen ohne Weinbasis

Hinter La Maison Tea Royal stehen mit Johannes Firmenich sowie Stefan und Bernhard Schauer drei Winzer aus der Südsteiermark. Ihre Sparkling Teas entstehen im Cold-Brew-Verfahren, bei dem Tees, Kräuter und weitere Zutaten schonend extrahiert werden. Traubenkerne und -schalen aus den eigenen Weingärten liefern zusätzlich Tannine und Struktur. Weinwissen fließt hier also in die Herstellung ein, ohne dass Wein selbst die Basis bildet.

Beim roséfarbenen Blooming Rosé No. 7 gibt Ceylon-Schwarztee den Ton an, ergänzt von Hibiskus, Lavendel, Lindenblüten sowie Traubenkernen und -schalen. Der Hibiskus sorgt nicht nur für fruchtig-zitrische Akzente, sondern auch für den zarten Lachston. Der goldgelbe Herbal Garden No. 9 setzt dagegen auf grünen Tee und griechischen Bergtee: grasige Frische trifft auf Kräuter, Zitrus und leichte Minznoten. Die Nummern verweisen auf die Entwicklungsarbeit hinter den Rezepturen: Sieben beziehungsweise neun Anläufe waren nötig, bis die jeweiligen Varianten standen. Beide kommen mit 0,0 Prozent Alkohol ins Glas.

ALTHAUS: Tee trifft entalkoholisierten Wein

Einen deutlich anderen Ansatz verfolgt ALTHAUS Sparkling Tea. Hier bilden Tee und entalkoholierter Wein gemeinsam die Grundlage.

Beim Sparkling Blanc besteht gut die Hälfte aus einer entalkoholisierten Weißwein-Cuvée mit Müller-Thurgau, Kerner, Silvaner und einer weiteren Bukettsorte; hinzu kommt ein Teeaufguss aus Tie Guan Yin Oolong und grünem Jasmin tee. Die florale Teearomatik erhält dadurch eine weinige Säure- und Grundstruktur, Kohlensäure sorgt für die Perlage.



Beim Sparkling Rosé trifft eine entalkoholisierte Rosé-Cuvée aus Müller-Thurgau, Kerner, Silvaner und Regent auf Rooibos, Rosenknospen, Zitronenverbene sowie roten Früchtetee mit unter anderem Hibiskus, Hagebutte, Apfel und Beeren. Rooibos macht die Variante von Natur aus koffeinfrei und verleiht ihr einen weicheren, runderen Grundcharakter. Auch hier besteht gut die Hälfte des Getränks aus entalkoholisiertem Wein.

Damit stehen die beiden ALTHAUS-Varianten sensorisch näher am Wein als Tea Royal, während der Tee weiterhin ihr eigenständiges Aromaprofil prägt.

Reidemeister & Ulrichs: Non-Alc im klassischen Weinvertrieb

Dass alkoholfreie Getränke inzwischen auch im klassischen Weinvertrieb deutlich ernster genommen werden, zeigte Reidemeister & Ulrichs auf einem Verkostungsereignis in Berlin (Waldorf Astoria Berlin). Das traditionsreiche Bremer Handelshaus, seit 1831 im Weinhandel tätig und heute auf Gastronomie, Hotellerie und Fachhandel spezialisiert, führt mittlerweile ein umfangreiches alkoholfreies Sortiment.

Seit April 2026 sind zudem die Portfolios von Reidemeister & Ulrichs und dem ebenfalls zur Unternehmensgruppe gehörenden Handelshaus Eggerssohn stärker verzahnt: Kunden von R&U können auch auf dessen Sortiment zugreifen, Bestellung und Lieferung werden gebündelt. Über Eggerssohn gelangen damit auch die beiden Tea-Royal-Varianten in diesen klassischen gastronomischen Vertriebsweg.

Spannend ist dabei vor allem die Bandbreite dessen, was heute unter alkoholfrei angeboten wird. Im aktuellen R&U-Sortiment stehen beispielsweise auch der Eins-Zwei-Zero Riesling und der Sparkling Riesling von Leitz neben dem Bubbles without troubles Traubensecco vom Winzerhof Stahl oder alkoholfreien Cuvées von A. Diehl. Neu hinzugekommen ist auch der Leitz CHRD Chardonnay Réserve, ein entalkoholisierter Chardonnay mit weniger als 0,5 Volumenprozent Alkohol.

Das 2026er Sortiment zeigt damit, wie stark sich die Kategorie inzwischen ausdifferenziert hat: vom entalkoholisierten klassischen Rebsortenwein über Traubensecco bis zum Sparkling Tea.

Vom Aperitif zum Pairing-Partner

Gerade für die Gastronomie ist diese neue Zwischenwelt interessant. Sparkling Tea besetzt so langsam einen wichtigen Platz, an dem lange erstaunlich wenig passiert ist: zwischen Wasser und Softdrink auf der einen sowie Wein, Sekt und Champagner auf der anderen Seite. Tee bringt dafür sensorisch einiges mit. Gerbstoffe schaffen Struktur, Kräuter und Blüten liefern komplexe Aromen, Bitterkeit und Säure können als Gegenspieler zu Speisen wirken. Damit eignet sich Sparkling Tea nicht nur als Aperitif, sondern auch zur Begleitung einzelner Gänge oder als Bestandteil eines komplett alkoholfreien Pairings.

Eigene Sprache statt Ersatzlösung

Genau darin liegt die Stärke der neuen Kategorie: Sparkling Tea muss weder Chardonnay noch Riesling oder Champagner kopieren. Im besten Fall entwickelt er aus Tee, Kräutern, Traube, Säure und Perlage eine eigene sensorische Sprache – und wird damit nicht zur alkoholfreien Ersatzlösung, sondern zu einer eigenständigen gastronomischen Option.

Links:

www.althaustea.de

<https://maison-tea-royal.com/>

Vertrieb Deutschland Reidemeister & Ulrichs:

<https://www.ruu.de/produkte/alkoholfrei/>

<https://www.eggerssohn.com>

Conclusio: Drei Zugänge, eine neue Getränkekultur

Was sich durch die drei Gespräche zieht, sind unterschiedliche Wege zum selben Ziel:

Lysbeth Thirza Vink nähert sich Non-Alc über Sensorik und Hospitality, **Henrik Scander** über Kultur, Service und gastronomische Wertigkeit, **Martin Wolf** über die konkrete Praxis zwischen Küche, Bar und Menü. Gemeinsam zeigen sie, dass anspruchsvolle alkoholfreie Begleitung weder Wein imitieren noch Verzicht inszenieren muss. Sie kann eine eigene sensorische Sprache entwickeln – und damit ganz selbstverständlich Teil moderner Gastronomie werden.

Redaktionsbüro Anke Sademann

Belziger Strasse 66

10823 Berlin

Deutschland

Kontaktmöglichkeiten

E-Mail-Adresse: anke.sademann@gmail.com

Web: <https://www.ankesademann.com/>

Telefon: +49 177 3267552

Social Media und andere Onlinepräsenzen

Dieses Impressum gilt auch für die folgenden Social-Media-Präsenzen und Onlineprofile:

<https://www.instagram.com/anke.slowbird/>

<https://www.facebook.com/anke.sademann>





© Anke Sademann

EURO

Zehn Spitz
An Bord der
"Beste" se



OPAs Beste im Hamburger Hafen: 23 Michelin-Sterne am Pooldeck

zenköche mit 23 Michelin-Sternen, elf Winzer und zehn Genussexperten: MS EUROPA im Hamburger Hafen feierte das Gourmet-Festival „EUROPAs 20-jähriges Jubiläum. Ein Blick auf Küchenhandwerk, Spitzenprodukte und eine bemerkenswerte Kaderschmiede.

Text: Tanja Neumann



© Hapag-Lloyd Cruises | Wyrwa

Nach dem Nachmittagsregen bricht die Abendsonne durch, taucht die Hafenkräne gegenüber in warmes Licht und legt Reflexe auf das Pooldeck der MS EUROPA. Rund um den Lido Pool stehen die Stände bereit. Ben Schütz, mit 26 Jahren Küchenchef des Flaggschiffs, glasiert die geschmorten Short Ribs ein letztes Mal. Neben ihm arrangiert Bernard Antony aus dem Elsass Käselaibe auf einem Holzbrett. Gleich treffen die Gäste ein.

Was 2004 im mecklenburgischen Heiligendamm mit neun Sternen und einer Handvoll Stehtischen begann, war damals ein Experiment. Im Haus zweifelte man, ob anspruchsvolle Gäste an offenen Stationen überhaupt anstehen würden. Zwei Jahrzehnte später steht in der Bilanz: sieben Austragungsorte von Bordeaux bis Stockholm, mehr als 150 Gastköche, über 100 Winzer, zusammengerechnet 315 Michelin-Sterne.

Zum Jubiläum legte die Reederei nach. Zehn Küchen, 23 Michelin-Sterne. Kein geladener Koch hielt weniger als zwei, drei Stationen führten die Höchstwertung.

Vom mutigen Experiment zum Rekord der 23 Sterne

Ein Rückblick nach Heiligendamm im Jahr 2004: Damals standen neun Michelin-Sterne, ein paar Dutzend Stehtische und die Frage im Raum, ob Gäste, die klassische Sternegastronomie gewohnt sind, an Ständen anstehen und im Stehen essen wollen. Neun Sterne galten damals als kaum zu übertreffen.

Seither hat das Event sieben Orte erlebt, darunter Stockholm, Bordeaux, Mallorca, Amsterdam und Antwerpen. Über 150 Gastköche und mehr als 100 Spitzenwinzer - einer von ihnen reiste eigens aus Argentinien an - waren bei Hapag-Lloyd Cruises zu Gast. In der Summe leuchteten 315 Michelin-Sterne über den zwanzig Veranstaltungen.

An diesem Augustabend sind es 23 Sterne auf einen Schlag: Drei Drei-Sterne-Köche und sieben Zwei-Sterne-Köche kochen nebeneinander an den Stationen. „Heute Abend werden wir Geschichte schreiben“, eröffnete Isolde Susset, Managing Director von Hapag-Lloyd Cruises, die bereits 2004 in Heiligendamm dabei war, die Jubiläumsausgabe.

Auf der Genussmeile rund um den Pool

Der Auftakt beginnt mit Champagner, weiß oder rosé, alternativ mit alkoholfreiem Apfel-Seco, begleitet von Häppchen der Servicecrew in dunkelblauen Westen. Nach einem Eröffnungskonzert von Leslie Clio führt Angelina Kirsch durch das Programm und stellt dem Publikum nacheinander Köche, Winzer und Genussexperten vor.

Die Genussmeile zieht sich Stand an Stand um das gesamte Pooldeck. Jeder Gast wählt seine Gänge frei und in beliebiger Reihenfolge. Während sich vor manchen Stationen Schlangen bilden, beginnen erfahrene Besucher direkt beim Dessert, wo zu Beginn noch kein Andrang herrscht. Dazwischen bieten sich Ausblicke auf das Hafenbecken und die Elbphilharmonie oder ein Tanz auf dem Deck.





© Hapag-Lloyd Cruises | Wyrwa



© Hapag-Lloyd Cruises | Wyrwa



© Hapag-Lloyd Cruises | Wyrwa

Die Kreationen der 10 Sterneköche

Gastgeber Ben Schütz, der das Event zum zweiten Mal an Bord ausrichtet, serviert geschmortes US Short Rib vom Rind mit Gochujang, Karotte, Shiitake, Jasminreis und Koriander. Die fermentierte koreanische Chilipaste verleiht dem Fleisch eine scharfe, süßlich unterlegte dunkle Glasur - handwerklich so konzipiert, dass sich das Gericht unkompliziert im Stehen mit einer Hand essen lässt.

Tanja Grandits vom Restaurant Stucki in Basel (zwei Sterne, 19 GaultMillau-Punkte) reiste als einzige Frau in der Kochriege an. Sie präsentiert eine ganz in Weiß gehaltene Kombination aus Jakobsmuschel, Blumenkohl und Mandel-Hollandaise.

Marco Müller aus dem Berliner Rutz (drei Sterne) setzt auf ein kaltes Gericht: Kingfisch mit Garum-Tomate und Gartenkräuter-Eis. Dabei greift er auf die antike fermentierte Würzflüssigkeit Garum zurück und kombiniert Salzigkeit und Kälte als Kontrast zur Sommerhitze.

Marcel Skibba vom Schloss Schauenstein im schweizerischen Fürstentum (drei Sterne) steht erstmals an Bord und präsentiert stundenlang geschmorte Kalbsbrust mit Kohlrabi, Peperoni und Gartenkräutern, die so zart gegart ist, dass eine Gabel genügt.

Martin Stopp vom ATAMA in St. Ingbert (zwei Sterne), der zuvor noch nie ein Kreuzfahrtschiff betreten hatte, reicht auf dem Löffel Kalbsbries und Tatar mit alter Karotte, Kaffirlimette und Miso-Hollandaise - eine Symbiose aus japanischer Technik und klassischer französischer Sauce.

Auch an den weiteren Stationen greifen facettenreiche Aromenwelten ineinander: Dieter Koschina von der Vila Joya an der Algarve setzt auf Champagner-Suppe, Austern-Toast und Kaviar, während Dirk Luther aus der Glücksburger Meierei Gelbschwanzmakrele mit Passe-pierre, Combava-Vinaigrette und Avocado kombiniert. Thorsten Bender (SEIN) bringt confierten isländischen Saibling mit Spitzkohlsalat, Estragon und einer Sauerkraut-Beurre-blanc auf die Teller.

Thomas Dorfer vom österreichischen Landhaus Bacher mariniert Sommergemüse und rundet es mit Kaviar, Paradeisern, Basilikum, Ricotta und Bronte-Pistazien ab. Aus den Niederlanden reiste Jurgen van der Zalm (Vinkeles, Amsterdam) an, der grünen Spargel und Gartenerbsen mit geräucherter Stracciatella, Forellenkaviar und Feigenblättern verfeinert.

Direkt am Lido Pool kocht Kevin Fehling (The Table, Hamburg), der seit 14 Jahren in Folge mit drei Michelin-Sternen ausgezeichnet wird. Er serviert Lachs von den Färöer-Inseln. An Bord der EUROPA führt Fehling zudem das Restaurant The Globe, in dem er an rund 20 Tagen im Jahr selbst kocht. Mit seiner achten Teilnahme ist er öfter bei EUROPAs Beste vertreten gewesen als jeder andere Koch.

Ein Merkmal der Veranstaltung liegt auch in der Nähe zum Handwerk: Die Küchenchefs reisen mit eigenen Teams an, kochen selbst am Stand und beantworten Fragen zu Zubereitung und Küchentrends unmittelbar im Gespräch.

Schiefersteillagen und edle Tropfen: Terroir im Glas

Günther Jauch schenkt an diesem Abend die Weine seines Weinguts von Othegraven aus Kanzen an der Saar persönlich ein. Der Moderator und Winzer erläutert den Einfluss der Schiefer-Steillagen auf die Säurestruktur und gibt Einblicke in die Historie des Guts aus dem 18. Jahrhundert, das er von einer Großtante übernommen hat. Im Vorjahr zeichnete das Magazin Falstaff ihn als Winzer des Jahres aus.

Markus Schneider aus dem pfälzischen Ellerstadt schenkt vier Weine aus, darunter einen Blanc de Blancs sowie seine charakteristischen, kräftigen und dichten Weine mit spürbarem Barriqueausbau.

Das weitere Weinangebot gestalten Robert Bodenstein (Steillagen der Wachau), Helena Lager (Weißweine aus Südtirol) und Martin Waßmer (Markgräflerland). Aus Frankreich präsentieren Justine Bouchut (Domaine de Chevalier, Bordeaux), Karine Barbier (Château Lascombes, Bordeaux) und Helmut Aichinger (Rosés von Château d'Esclans, Provence) ihre Weine. Eva Sonnenberg vertritt den Karthäuserhof an der Ruwer, Pierre Enjalbert die italienische Tenuta del Nicchio, und Javier Terrés schenkt Champagner aus dem Haus Moët Hennessy aus.

Handwerk und Manufakturen: Zehn Genussexperten an Bord

Zwischen den Stationen der Spitzenköche entfaltet sich das Handwerk der Manufakturen. Maître Affineur Bernard Antony aus Vieux-Ferrette im Elsass präsentiert Laibe, die seine Passion für vollendete Reifegrade spiegeln: Rund 100 Sorten pflegt er über Monate hinweg durch kontinuierliches Waschen und Wenden, bevor sie ihren Weg in Europas Spitzenküchen finden.

Wenige Schritte weiter liegt der Duft von warmem Hartkäse und frischem Trüffel in der Luft: Ralf Bos aus Meerbusch schwenkt heiße Spaghetti direkt im ausgehöhlten Parmesanlaib, so dass der schmelzende Käse die Pasta umhüllt, und hobelt großzügig frischen australischen Wintertrüffel darüber - ein saisonaler Vorgriff, da die Knolle auf der Südhalbkugel im August Hochsaison hat, während in Europa erst im Spätherbst geerntet wird.

Dazu gesellen sich Spezialitäten vom Wasser und vom Feuer: Markus Rüscher vom Altonaer Kaviar Import Haus serviert sein klassisches goldenes Ei, während Ludwig Maurer (STOI) am Grill saftiges Picanha aufschneidet. Im Glas begleiten sortenreine Fruchtsäfte und alkoholfreie Schaumweine von Peter van Nahmen sowie frisch gebrühter Hamburger Espresso von Becking Kaffee das Geschehen. Sebastian Hess setzt an der Bar-Station die Drink-Kultur der Münchner Ory Bar (Mandarin Oriental) in Szene.

Auch die Patisserie zeigt Profil: Jörg Fischer bringt Eisspezialitäten von Giovanni L. aus Kiel an Deck, und Marco D'Andrea kombiniert Kokosschaum mit exotischen Früchten, Kokos-Crumble und erfrischendem Piña-Colada-Sorbet. Den handwerklichen Schlusspunkt setzt Kevin Kugel aus Sindelfingen mit 2.700 Pralinen. Der Chocolatier arbeitet nach dem Bean-to-Bar-Prinzip mit direkt importiertem Kakao aus Ecuador, Peru und Mexiko - von Whisky-Zimt-Trüffeln und









© Hapag-Lloyd Cruises | Wyrwa



© Hapag-Lloyd Cruises | Wyrwa



© Hapag-Lloyd Cruises | Wyrwa



© Hapag-Lloyd Cruises | Wyrwa



© Hapag-Lloyd Cruises | Wyrwa



© Hapag-Lloyd Cruises | Wyrwa



© Hapag-Lloyd Cruises | Wyrwa

WINZERINNEN UND WINZER

Günther Jauch, Weingut von Othegraven, Kanzem an der Saar (Deutschland)

Markus Schneider, Weingut Markus Schneider, Ellerstadt (Deutschland)

Eva Sonnenberg, Weingut Karthäuserhof, Ruwer (Deutschland)

Martin Waßmer, Weingut Martin Waßmer, Markgräflerland (Deutschland)

Robert Bodenstein, Weingut Prager, Wachau (Österreich)

Helena Lageder, Weingut Alois Lageder, Südtirol (Italien)

Pierre Enjalbert, Weingut Tenuta del Nicchio (Italien)

Justine Bouchut, Domaine de Chevalier, Bordeaux (Frankreich)

Karine Barbier, Château Lascombes, Bordeaux (Frankreich)



© Hapag-Lloyd Cruises | Wyrwa



© Hapag-Lloyd Cruises | Wyrwa



© Hapag-Lloyd Cruises | Wyrwa



© Hapag-Lloyd Cruises | Wyrwa

Nuss-Mandel-Crunch über dunkle Schokolade mit Calamansi und Yuzu bis hin zu Pralinen aus reinem peruanischem Kakao.

Talentschmiede auf See: Wo Spitzenkarrieren ihren Anfang nahmen

Dass Spitzenkulinarik an Bord keine Momentaufnahme eines einzelnen Abends ist, sondern tief in der DNA des Schiffes wurzelt, zeigt ein Blick auf die Biografien am Herd. Kevin Fehling, der an diesem Abend am Pool steht, heuerte hier einst als einfacher Smutje an. Zwei Jahre fuhr er als Küchenhilfe zur See, bevor er die gastronomische Weltbühne eroberte. Heute kehrt der Drei-Sterne-Koch mit seinem bordeigenen Restaurant The Globe regelmäßig an seine alte Wirkungsstätte zurück.

Diese Kultur der Kaderschmiede zog sich wie ein roter Faden durch den Abend. Isolde Susset zeichnete in ihren Worten nach, wie eng die Entwicklung der deutschsprachigen Spitzengastronomie mit den Bordküchen verknüpft ist: Dennis Elies begleitete Fehling als Souschef auf See wie an Land, ehe er zwei Sterne für den Tannenhof in Österreich erkochte. Maurizio Osterstand als Commis de Cuisine an Bord am Posten und führt heute sein Hamburger Restaurant mit einem roten und einem grünen Michelin-Stern. Tristan Brandt holte sich im Bordrestaurant von Altmeister Dieter Müller das Rüstzeug für seinen späteren Aufstieg zu Deutschlands jüngstem Zwei-Sterne-Koch. Gleichzeitig prägen ehemalige Bordköche die Ausrichtung ganzer Konzepte: Jan Hoffmann verankerte die vegetarischen und veganen Menülinien der Flotte, während Timon Lohrengel - einst selbst als Schiffskoch an Bord - heute das gesamte kulinarische Angebot steuert. In diese Riege reiht sich auch Gastgeber Ben Schütz nahtlos ein. Ausgebildet als Jahrgangsbester bei Philipp Stein - dem einst jüngsten Sternekoch Deutschlands, der ebenfalls auf der EUROPA und der EUROPA 2 kochte - führt Schütz seit 2023 als Küchenchef das kulinarische Zepter auf See und schlägt die Brücke zur nächsten Generation.

Branchentreff und Ausklang am Heck

Zu später Stunde verlagert sich das Geschehen: An der Reling und in der Sansibar am Heck treffen sich die Brigaden, Gastköche, Winzer und Experten zum kollegialen Austausch. Genau hierin liegt der zweite wesentliche Wert dieses Abends.

Im gastronomischen Alltag arbeiten Spitzenköche und Produzenten oft hunderte Kilometer voneinander entfernt und begegnen sich über Jahre hinweg selten am selben Ort. An Bord der MS EUROPA stehen sie Seite an Seite, tauschen sich ungezwungen über Rezepturen, Techniken und Trends der gehobenen Gastronomie aus und lassen den Service gemeinsam Revue passieren. Doch es bleibt nicht bei Fachgesprächen: Nach getaner Arbeit an den Stationen wird der gelungene Abend gemeinsam gefeiert und die außergewöhnliche Kollegialität bei einem Glas genossen.

Während draußen die Hafenkräne im Dunkeln liegen und die Live-Band spielt, klingt das Event langsam aus. Neun Sterne hatte man 2004 für unübertrefflich gehalten. Nach diesem Abend sind es 23 und die 21. Ausgabe ist bereits buchbar - wieder im Hamburger Hafen als Kurzreise oder mit einem Flanirticket für den Abend. Man darf gespannt sein, was sie sich dafür einfallen lassen werden.

GASTKÖCHE UND IHRE GERICHTE

Ben Schütz, Küchenchef MS EUROPA

Geschmortes US Short Rib vom Rind, Gochujang, Karotte, Shiitake, Jasminreis, Koriander

Kevin Fehling, THE GLOBE (an Bord) und THE TABLE (Hamburg), 3 Michelin-Sterne
Lachs von den Färöer-Inseln

Marco Müller, Rutz, Berlin, 3 Michelin-Sterne
Kingfisch und Garum-Tomate, Gartenkräuter-Eis

Marcel Skibba, Schloss Schauenstein, Fürstenau (Schweiz), 3 Michelin-Sterne
Kalbsbrust, Kohlrabi, Peperoni, Gartenkräuter

Thorsten Bender, SEIN, Karlsruhe, 2 Michelin-Sterne
Confierter isländischer Saibling, Spitzkohlsalat, Estragon, Sauerkraut-Beurre-blanc

Dirk Luther, Meierei, Glücksburg, 2 Michelin-Sterne
Scheiben von der Gelbschwanzmakrele, Passe pierre, Combava-Vinaigrette, Avocado

Martin Stopp, ATAMA by Martin Stopp, St. Ingbert, 2 Michelin-Sterne
Kalbsbries und Tatar, alte Karotte, Kaffirlimette, Miso-Hollandaise

Jurgen van der Zalm, Vinkeles, Amsterdam (Niederlande), 2 Michelin-Sterne
Grüner Spargel, Gartenerbsen, geräucherte Stracciatella, Forellenkaviar, Feigenblätter

Thomas Dorfer, Landhaus Bacher (Österreich), 2 Michelin-Sterne
Mariniertes Sommergemüse und Kaviar, Paradeiser-Basilikum-Marinade, Ricotta, Pistazien aus Bronte

Dieter Koschina, Vila Joya (Portugal), 2 Michelin-Sterne
Champagner-Suppe, Austern-Toast, Kaviar

Tanja Grandits, Stucki, Basel (Schweiz), 2 Michelin-Sterne
Jakobsmuschel, Blumenkohl, Mandel-Hollandaise

HAPAG-LLOYD CRUISES UND DIE MS EUROPA

Hapag-Lloyd Cruises gilt im deutschsprachigen Raum als führende Kreuzfahrtmarke im Luxus- und Expeditionsbereich. Zur Flotte gehören die Luxusschiffe EUROPA und EUROPA 2 sowie die Expeditionsklasse mit HANSEATIC nature, HANSEATIC inspiration und HANSEATIC spirit. Alle fünf Schiffe wurden von Insight Guides Cruising & Cruise Ships 2025 mit fünf Sternen bewertet.

Seit 2020 gehört die Marke zur TUI Cruises GmbH, einem Gemeinschaftsunternehmen der TUI AG und der Royal Caribbean Cruises Ltd. Das Unternehmen beschäftigt rund 750 Mitarbeitende in Hamburg und Berlin.

Die MS EUROPA bietet gut 320 Gästen Platz, um die sich knapp 300 Mitarbeitende kümmern. An Bord befindet sich mit dem The Globe ein Restaurant von Drei-Sterne-Koch Kevin Fehling. Küchenchef des Schiffes ist Ben Schütz. EUROPAs Beste findet auf Deck 8 rund um den Lido Pool statt.

Das Festival startete 2004 in Heiligendamm und wurde seither an sieben Orten ausgetragen, darunter Stockholm, Bordeaux, Mallorca, Amsterdam und Antwerpen. Seit einigen Jahren ist Hamburg fester Austragungsort. Web: www.hl-cruises.de

GENUSSEXPERTINNEN UND GENUSSEXPERTEN

Bernard Antony, Antony Eleveur de Fromages, Vieux-Ferrette (Frankreich) Käsespezialitäten

Ralf Bos, BOS FOOD, Meerbusch (Deutschland) Spaghetti aus dem Parmesanlaib, Trüffelrahmsauce, australischer Wintertrüffel

Markus Rüscher, Altonaer Kaviar Import Haus, Hamburg (Deutschland) Das goldene Ei „Reloaded“

Ludwig Maurer, STOI, Rattenberg (Deutschland) Picanha al Asado

Dr. Peter van Nahmen, Obstkellerei van Nahmen, Hamminkeln (Deutschland) Alkoholfreie Schaumweine und Säfte

Dr. Heyko Wychodil und Sönke Plautz, Becking Kaffee, Hamburg (Deutschland) Kaffeespezialitäten

Jörg Fischer, Giovanni L., Kiel (Deutschland) Eisspezialitäten

Marco D'Andrea, Hamburg (Deutschland) Kokosschaum mit exotischen Früchten, Kokos-Crumble, Piña-Colada-Sorbet

Kevin Kugel, Sindelfingen (Deutschland) Schokoladenkreationen

Sebastian Hess, Ory Bar im Mandarin Oriental, München (Deutschland) Barspezialitäten

Ebenfalls an Bord: **Tobias Ernst**, Robbe & Berking, mit Kofferranhängern aus der Silbermanufaktur.

RAHMENPROGRAMM

Moderation: **Angelina Kirsch**

Musik: **Leslie Clio**, Liveband Heavens Club, DJ Pete

**VIELWEIB ON TOUR**

Reiseblog Vielweib on Tour -

Tanja Neumann

www.genussreise-magazin.de





K
auf der MS
für

Da

Kevin Kugel

EUROPA: 2.700 Pralinen in einem einzigen Abend

Das Interview für ChefHeads führte: Tanja Neumann

© Hapag-Lloyd Cruises | Wyrwa

Industriell gefertigte Pralinen halten ein Jahr und länger. Kevin Kugel, 2013 Deutscher Chocolatier Meister, gibt seinen Kreationen vier bis acht Wochen. Danach ist Schluss. Auf dem Gourmetfestival EUROPAs Beste servierte der Schwabe 2.700 handgemachte Stücke an einem einzigen Abend. Ein Gespräch über 40 Stunden in der Conche, eine Fahrt nach Turin mit 400 Kilogramm Kakaobohnen im Bus und das Warten auf einen eigenen Kakaowald in Peru.

ChefHeads: Kevin, im Supermarktregal hält eine Schachtel Pralinen problemlos bis zum nächsten Weihnachtsfest. Bei dir verfällt die Ware nach wenigen Wochen. Warum machst du deinen Kunden das Leben so schwer?

Kevin Kugel: Weil Frische auch Feuchtigkeit bedeutet. Wir arbeiten mit frischer Milch, frischer Sahne, Kräutern, Früchten. Das bringt Wasser ins Produkt – und Wasser begrenzt die Lebensdauer. Entweder trocknet die Praline aus, oder sie verliert an Aroma. Wenn ein Produkt zwölf Monate im Regal überleben soll, muss die Industrie tricksen: Fett, Sahnepulver, Glycerin, Aromakonzentrate, Konservierer, Zucker, hochprozentiger Alkohol. Haltbar ist das, absolut. Aber geschmacklich tot. Wir wollen das genaue Gegenteil: echte Frucht, spürbare Säure, maximaler Schmelz, minimale Süße. Das hält eben nur vier bis acht Wochen. Qualität hat ein Ablaufdatum.

ChefHeads: Du hast nach deinem Meistertitel 2013 getan, was fast alle tun: fertige Kulture von Großherstellern eingekauft. Wann kam der Moment, an dem dir das nicht mehr gereicht hat?

Kevin Kugel: Nach einer Reise nach Ecuador. Das dortige Ministerium hatte mich eingeladen, an der Universität Schaustück- und Airbrush-Techniken zu unterrichten. Zehn Tage lang durfte ich danach durch die Kakaowälder ziehen und habe viele Kakaobauern kennengelernt. Da war mir klar: Ich will wissen, woher die Bohne stammt, wie der Bauer heißt und wie wir aus genau dieser Ernte den Geschmack herausholen.

ChefHeads: Vom Wunsch zur eigenen Schokolade ist es technisch ein weiter Weg. Eine handwerkliche Manufaktur hat selten den Maschinenpark eines Industriekonzerns.

Kevin Kugel: Ich hatte gar nichts. Um Rohkakao zu verarbeiten, benötigt man mindestens fünf Spezialmaschinen für die Schritte Röstung, Brechen, Mahlen, Walzen und Conchieren. Ein Vermögen. Auf einer Kölner Messe lief mir dann ein italienischer Maschinenbauer aus der Region Turin über den Weg. Der hatte ein kleines Versuchslabor. Ich habe ihn gefragt: Kann ich mich bei dir einmieten? Er sagte ja. Also packte ich meinen Transporter mit 400 Kilo ecuadorianischen Kakaobohnen, Zucker und Milchpulver voll und fuhr über die Alpen.

ChefHeads: Klingt nach einer romantischen Nacht-und-Nebel-Aktion.

Kevin Kugel: Romantisch war vor allem das Abendessen mit Pasta und Wein bei den Italienern. Betriebswirtschaftlich war es der blanke Wahnsinn: Hinfahren, tagelang produzieren, Blöcke gießen, einladen, zurück nach Nufringen karren. Finanziell ein klares Minusgeschäft. Aber handwerklich war es mein Durchbruch. Ich habe dort verstanden, wie Rohschokolade funktioniert.

ChefHeads: Was braucht es deiner Erfahrung nach für gute Schokolade?

Kevin Kugel: Kakaobohnen, Zucker, Milchpulver. Fertig, mehr Zutaten brauchen wir nicht. Entscheidend ist die Zeit. Bei uns rührt die Conche bis zu 40 Stunden. Erst dann kommt die Schokolade heraus, und man hat zum ersten Mal das richtige Aroma. Auf der Plantage probierst du die Frucht und kannst den Geschmack nur vermuten. Was am Ende wirklich entsteht, weißt du erst am Kessel. Das ist das Schönste an meiner Arbeit: wenn die fertige Schokolade aus der Conche läuft..

ChefHeads: Was unterscheidet deine Rezeptur von der Fließbandware?

Kevin Kugel: Die Zutatenliste. Kakaobohnen, Zucker, Milchpulver. Fertig, mehr Zutaten brauchen wir nicht für gute Schokolade. Wir verwenden ausschließlich Edelkakao, biologisch im Mischwald angebaut. Nur so bekommt er überhaupt sein außergewöhnliches Aroma. Die Großindustrie arbeitet ganz anders. Da kommen Lecithin, Geschmacksverstärker, künstliche Aromen und Süßmolkepulver hinein. Dazu riesige Mengen Zucker und billige Fremdfette wie Palm-, Kokos- oder Buttereinfett. Obendrein werden Dutzende Kakaopartien wild zusammengemischt, um Schwankungen wegzubügeln. Am Ende entsteht ein uniformer Einheitsbrei. Bei uns hängt der Geschmack allein an der Bohne: Je nach Herkunft und Sorte schmeckt der Edelkakao mal erdig, mal nussig. Ähnlich wie bei Äpfeln, wo jede Sorte ein völlig anderes Verhältnis von Süße und Säure mitbringt. Genau diesen unverfälschten Ursprung wollen wir spürbar machen, statt ihn mit Zusatzstoffen zuzuschütten.

ChefHeads: Auf dem Hapag-Lloyd-Flaggschiff MS EUROPA hast du im August 2.700 Pralinen ausgegeben - an einem einzigen Abend, mitten im Sommer auf dem Pooldeck. Ein logistisches Himmelfahrtskommando?

Kevin Kugel: Schokolade ist in den Sommermonaten kritisch, das war mir von Anfang an klar. Ich hatte kurz Bedenken und habe das vorher mit den Organisatoren besprochen. Für solche Fälle nehmen wir immer Eispads mit, die kommen unter die Auslagen, damit die Pralinen gekühlt bleiben. Gebraucht haben wir sie nicht. Wir hatten optimale Temperaturen und keine direkte Sonneneinstrahlung. Der Schlüssel lag in der Taktung: Die Hüllen gießen wir bis zu acht Wochen vorher, da passiert gar nichts. Die Füllungen entstehen exakt zwei Wochen vor dem Event. Daran stand das Team zu fünft.

ChefHeads: Hunderte Gäste bei EUROPAs Beste, nach dreißig Minuten lief der Betrieb bis dreiundzwanzig Uhr ohne Verschnaufspause. Wie bewältigt man so ein Pensum zu zweit am Stand?

Kevin Kugel: Indem jeder Handgriff sitzt und niemand überlegen muss. Ich war mit meinem Produktionsleiter Sebastian Bator an Bord. Wir hatten alles vorbereitet: vorsortierte Trays und kleine Sortimente für Gäste, die sich überraschen lassen wollten. Einer gibt aus und spricht mit den Gästen, der andere füllt direkt nach. Die ersten 30 Minuten waren ruhig, danach ging es ohne Unterbrechung durch. Mir ist das recht: Wenn man stundenlang voll gefordert ist und schauen muss, wie man hinterherkommt, spürt man genau, wie sehr die Gäste das Handwerk schätzen.



© Hapag-Lloyd Cruises | Wyrwa



© Hapag-Lloyd Cruises | Wyrwa



© Hapag-Lloyd Cruises | Wyrwa

ChefHeads: Pralinen gehören traditionell an das Ende eines Menüs. An Bord der EUROPA setzte die Nachfrage sofort ein.

Kevin Kugel: Das entsprach genau dem Konzept der Veranstalter. Bei vergleichbaren Anlässen steigen wir meistens zeitversetzt ein und nutzen die ruhige Anfangsphase, da Schokolade üblicherweise erst nach den herzhaften Tellern verlangt wird. Auf dem Schiff sollte das Angebot jedoch lückenlos vom Start weg bereitstehen. Das verlangte von uns sofortigen Volleinsatz ab der ersten Minute, ohne die sonst übliche Zeit zum Einspielen.

ChefHeads: Die Weltmarktpreise für Kakao sind in den vergangenen zwei Jahren explodiert. Wie stark trifft eine Manufaktur dieser Schock?

Kevin Kugel: Uns hat es weniger getroffen als die Großindustrie. Und das aus einem einfachen Grund: Wir kaufen nicht an der Börse. Wir arbeiten seit Jahren mit Original Beans zusammen, beziehen direkt von Kakaobauern und zahlen garantiert mindestens das 1,7-Fache des Fairtrade-Preises. Uns ist wichtig, dass die Erzeuger fair bezahlt werden und dass der Kakao in Mischwäldern wächst, nachhaltig und ohne Spritzmittel. Als die Kakaopreiskrise kam, stiegen die Preise auch bei uns, weil die Industrie aus Afrika heraus plötzlich verstärkt in Süd- und Mittelamerika einkaufte. Vielen Bauern wurde dort gesagt: Wir nehmen eure Ware ab, aber es muss nicht nachhaltig sein, ihr könnt spritzen. Trotzdem sind unsere Partner fast alle stabil geblieben und haben uns weiter beliefert. Preisanpassungen gab es bei uns über die letzten Jahre zwar auch, aber das lag keineswegs allein am Kakao, sondern ebenso an den Energiepreisen und anderen Rohstoffen.

ChefHeads: Deine Pralinen leben von der Frische weniger Wochen. Dein nächstes Vorhaben ist auf ein halbes Jahrzehnt angelegt. Was hast du vor?

Kevin Kugel: Kakao ist unser wichtigster Rohstoff. Bislang kaufen wir von ausgewählten Bauern. Unser nächster Traum ist ein eigenes oder auch bewusst nur gepachtetes Stück Land, das die Bauern für uns bewirtschaften - denn wir möchten den Erzeugern dort keinesfalls ihr Land wegnehmen. So können wir noch individueller arbeiten, bis hin zur Frage, wie die Pflanzen geschnitten oder wie lange sie fermentiert werden. Gemeinsam mit Original Beans wollen wir dieses Vorhaben in Peru umsetzen. Dort sollen alte Flächen genutzt werden, um einen Kakaowald als Mischplantage anzulegen. Mein Produktionsleiter und ich wollen diesen Wald selbst mit anlegen. Agrarwissenschaftler beraten uns dabei, welche Pflanzen am besten harmonieren und welcher Pflanzabstand sinnvoll ist. Gepflanzt wird eine extrem fruchtbare, intensive Kakaosorte. Bis die ersten Früchte wachsen, vergehen drei Jahre. Rechnet man ein bis zwei Jahre Vorlaufzeit dazu, dauert es insgesamt rund fünf Jahre, bis daraus die erste eigene Schokolade wird. Das lehrt Demut, denn im Handwerk denken wir oft in Tagen oder Wochen. Ein Kakaobaum verlangt einen ganz anderen Atem.

ChefHeads: Bleibt bei 2.700 ausgegebenen Pralinen auf EUROPAs Beste eigentlich Zeit, selbst die Sterneküche zu probieren?

Kevin Kugel: Praktisch gar nicht. Auf dem Deck kochten Spitzenköche mit insgesamt mehr als zwanzig Sternen, und natürlich hätte mich die Arbeit der Kollegen brennend interessiert, WISSEN IST DAS NEUE SALZ.



© Hapag-Lloyd Cruises | Wyrwa

was die Kollegen an ihren Stationen gezaubert haben. Aber wir waren an unserem Stand von der ersten bis zur letzten Minute komplett gebunden. Gelegentlich reichte uns jemand eine Portion herüber, aber unter vollem Einsatz greift man nicht zur Gabel. Die Teller kühlten unberührt ab. Als wir gegen Mitternacht abbauten, gab es für uns allerdings noch eine fantastische Portion Trüffelnudeln.

Der wichtigste Moment des Abends kam für mich erst danach bei Bernard Antony. Dass der Mann mit über achtzig Jahren seine Rohmilchkäse selbst anrichtet, imponiert mir sehr. Meine Frau überraschte mich zu meinem vierzigsten Geburtstag einmal mit einer Kiste aus seiner Fromagerie im Elsass, seither bin ich begeisterter Kunde. Nach Stunden zwischen Pralinenfüllungen um Mitternacht mit Antony über Reifeprozesse zu sprechen und seinen Comté zu verkosten, war für mich unübertrefflich.

STECKBRIEF: KEVIN KUGEL CHOCOLATIER

- Standort: Sindelfingen. Produktion, Café, Schulungszentrum und Verkauf auf einer Fläche. Die Manufaktur ist durch Panoramafenster vollständig einsehbar.
- Team: Rund 35 feste Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, aufgestockt durch Saisonkräfte zu Ostern und Weihnachten.
- Philosophie: „Bean-to-Bar“ (von der Bohne zur Tafel). Eigene Röstung, Verzicht auf künstliche Aromen, Konservierungsstoffe und Palmöl. Verarbeitet werden Edelkakaos u. a. aus Ecuador, Peru, Mexiko und der Dominikanischen Republik.
- Produktionsmenge: 1.000 bis 2.000 Pralinen wöchentlich in den Sommermonaten; bis zu 10.000 Stück pro Woche im Weihnachtsgeschäft.
- Workshops: Sensorik-Tastings, Pralinen- und Pâtisserie-Kurse für Endverbraucher und Firmenkunden.

Web: www.kevinkugel.de

AN BORD SERVIERT: DIE AUSWAHL ZU EUROPAs Beste 2026

- Rotes Herz (Pure Vanille): Weiße Schokoladenganache mit echter Bourbon-Vanille im roten Herzdekor.
- Nuss-Mandel-Crunch: Karamellisierte Haselnuss und Mandel, Krokantsplitter, Vollmilch-Kuvertüre.
- Signature Frucht: Dunkle Grand-Cru-Schokolade, Ganache von Calamansi und japanischer Yuzu.
 - Pikante Note: Single-Malt-Whisky mit aromatischer Zimtblüte.
 - Exotik pur: Passionsfrucht ist in einer weißen Hülle und mit getrocknetem Fruchtpulver ummantelt
 - Purismus 100 %: Ungezuckerte Edelkakao-Praline (Criollo-Blend, Peru), sahnig-fruchtiger Schmelz ohne Bitterkeit.
 - Tasting-Flight: Ursprungsschokoladen in Reinform (70 %, 75 % und 100 % Kakaogehalt)



CHEFHEADS
CLUB DER KÜCHENCHEFS

DAS NETZWERK FÜR KULINARISCHE EXZELLENZ.

ChefHeads vereint die Besten der Branche.
Wissen teilen. Inspiration erleben.
Gemeinsam mehr erreichen.



 CHEFHEADS CLUB DER KÜCHENCHEFS KÜCHENCHEFS Führung. Inspiration. Netzwerk. 	 CHEFHEADS CLUB DER KÜCHENCHEFS SOUS CHEFS Karriere. Weiterbildung. Zukunft gestalten. 	 CHEFHEADS CLUB DER KÜCHENCHEFS PATISSIERS Handwerk. Kreativität. Perfektion. 	 CHEFHEADS CLUB DER KÜCHENCHEFS SOMMELIERS Wein verbindet. Wissen begeistert. 	 CHEFHEADS CLUB DER KÜCHENCHEFS HOTELDIREKTOREN Führung. Kooperation. Erfolg durch Netzwerk. 	 CHEFHEADS CLUB DER KÜCHENCHEFS PARTNER Gemeinsam mehr erreichen. Sichtbarkeit. Kontakte. Wirkung.
---	--	---	---	---	---



EXKLUSIVES
NETZWERK



WERTVOLLE
PARTNERSCHAFTEN



WISSEN &
WEITERBILDUNG



EVENTS &
MASTERCLASSES



SICHTBARKEIT &
PRÄSENZ



WACHSTUM &
ERFOLG

WERDEN SIE TEIL DES STARKEN NETZWERKS DER KULINARIK!

Profitieren Sie von Austausch auf Augenhöhe,
exklusiven Events und wertvollen Kontakten
in der gesamten DACH-Region.

*Gemeinsam
MEHR BEWEGEN!*
★ ★ ★



JETZT SCANNEN!
WWW.CHEFHEADS.DE

CHEFHEADS – WISSEN. NETZWERK. ZUKUNFT.

ChefHeads – Club der Küchenchefs | Das Netzwerk für Gastro-Profis mit Leidenschaft.

CHEFHEADS HOSPITALITY



Ihr Rückzugsort im Sauerland

NEWS & HIGHLIGHTS



SOMMER AUF DEN SEETERRASSEN

Leichte Küche, erfrischende Getränke und traumhafte Aussichten. Genießen Sie entspannte Stunden direkt an unseren Teichen.



KULINARIK AUF HÖCHSTEM NIVEAU

Regionale Produkte, kreative Ideen und handwerkliche Perfektion – ausgezeichnet mit einem Michelin-Stern.

MICHELIN 2025



NEUE ZIMMER & SUITEN

Eleganz und Gemütlichkeit in perfekter Harmonie – zum Wohlfühlen und Ankommen.



WELLNESS & SPA AUF 4.000 M²

Unsere großzügige Wellnesswelt mit Infinity-Pool, Saunen und Anwendungen für Ihre Auszeit vom Alltag.

DEIMANN

ROMANTIK- & WELLNESSHOTEL

★★★★★

SCHMALLENBERG | SAUERLAND

Familie. Gastfreundschaft. Genuss. Seit 1911.

Seit über 110 Jahren steht das 5 Sterne Romantik- & Wellnesshotel Deimann für herzliche Gastlichkeit, ausgezeichnete Kulinarik und eine einzigartige Lage im Sauerland. Auf 700.000 m² Natur genießen Sie echte Auszeit, Entspannung und unvergessliche Momente.

*Ihre Familie Deimann
und das gesamte Team*

HOTEL FACTS

- 114 Zimmer & Suiten
- 2 Restaurants: Hofstube Deimann (Michelin-Stern) & Deimann's
- 4.000 m² Wellness & Spa
- Infinity-Pool & Naturbadeteich
- 700.000 m² Hotelpark & Wälder
- Golfplatz in unmittelbarer Nähe
- Mitglied bei Romantik® Hotels

EVENTS & GENUSS-HIGHLIGHTS 2026



15. JUNI 2026

SOMMERABEND AM TEICH

Genussvolle Sommerküche und edle Weine in besonderer Atmosphäre.



24. JULI 2026

WEIN & GENUSS DEIMANN

Ein Abend für Weinliebhaber mit erlesenen Tropfen und feinen Kreationen.



18. SEPTEMBER 2026

WILD & WALD GENUSSSTAGE

Regional, nachhaltig und voller Geschmack – so schmeckt der Herbst.



12. DEZEMBER 2026

ADVENTS-GALA

Festliches 6-Gang-Menü in stimmungsvoller Weihnachtsatmosphäre.

KÜCHENCHEF EMPFIEHLT

„Unsere Küche ist ehrlich, regional und voller Leidenschaft. Im Sommer arbeiten wir besonders gerne mit frischen Kräutern, Beeren und Gemüse aus der Region.“

Felix Weber
Küchenchef



WERDEN SIE TEIL UNSERES TEAMS!

Wir suchen (m/w/d):

- Souschef
- Pâtissier
- Chef de Partie
- Frühstückskoch
- Koch / Jungkoch
- Service- & Bankettmitarbeiter

Alle offenen Stellen und Infos finden Sie hier:
www.deimann.de/karriere



INSIDER-TIPP



Unser Lieblingsplatz:

Sonnenuntergang auf den Seeterrassen mit einem Glas Wein aus unserem Weinkeller.

DEIMANN
ROMANTIK- & WELLNESSHOTEL
★★★★★

S Hotel Deimann GmbH & Co. KG
Altenohler Str. 5 · 57392 Schmallenberg
Tel. +49 (0)2975 81-0 · info@deimann.de
www.deimann.de



ROMANTIK®
HOTELS & RESTAURANTS
INTERNATIONAL

FOLGEN SIE UNS



Matjes around the world: Vom Fisch-Imbiss in die Haute Cuisine: Wie der Matjes das Fine Dining erobert

Im Land & Golf Hotel in Stromberg beweist Küchendirektor Michael Stortz, dass der Hering auch auf Spitzenniveau glänzen kann. Eine Spurensuche zwischen Cucamelons, Champagneressig und Seidenmatjes.

Wer im Land & Golf Hotel in Stromberg zu Gast ist, spürt sofort die exklusive Atmosphäre: Edles Interieur, Luxus-SPA und Gastronomie auf Gourmet-Niveau. Hier erwartet man auf den Tellern üblicherweise Trüffel, Kaviar oder Wagyu-Rind. Doch Küchendirektor Michael Stortz und sein 30-köpfiges Team rücken derzeit eine ganz andere Zutat ins Rampenlicht: den Matjes.

Dass Hering und Haute Cuisine kein Widerspruch sein müssen, beweist Stortz aktuell mit drei neuen Kreationen, die internationale Einflüsse mit nordischer Tradition verbinden. Als Inspiration dafür diente die Branchen-Kampagne „Matjes around the world“ des Marnier Fischfeinkost-Herstellers Friesenkrone, dessen Premium-Produkte im Land & Golf Hotel Stromberg zum Einsatz kommen.

Kreatives Handwerk trifft auf nordisches Gold

Für Spitzenköche ist der Matjes längst mehr als nur der rustikale Begleiter zu Bratkartoffeln und Hausfrauensoße. „Ein tolles Produkt verdient unsere volle Aufmerksamkeit und die perfekte Kombination mit unseren erstklassigen regionalen Zutaten“, erklärt Stortz seine Küchenphilosophie. Auf dem Teller übersetzt der prämierte Ausbilder – Stortz gewann 2025 die Chefs Trophy für hervorragende Ausbildungen im Kochberuf – diesen Anspruch in filigrane Präzisionsarbeit.

So serviert die Küche ein mexikanisch inspiriertes Matjestörtchen auf Toast. Ein fruchtiges Apfelkompott erhält dabei durch Cucamelons-Gurken und milden Champagneressig eine überraschende Säurestruktur. Wer französisches Handwerk schätzt, findet auf der Karte eine Mille Feuilles: Hier trifft zarter Seidenmatjes auf knackige Apfelperlen und feinen Heringskaviar. Den Brückenschlag nach Italien schafft Stortz schließlich mit einer Sauerteig-Bruschetta, die er mit Matjesfilet, Crème fraîche, süß-säuerlichen Preiselbeeren, Apfelstreifen und Schnittlauch auf nordische Art interpretiert.

Der Hering schwimmt sich frei

Für die Gastronomie-Branche zeigt dieses Menü eindrucksvoll: Traditionelle Lebensmittel bieten ein enormes Potenzial, wenn die Produktqualität stimmt und das Handwerk kreativ eingesetzt wird. Friesenkrone, ein 1904 gegründetes Familienunternehmen, möchte mit der Aktion „Matjes around the world“ genau dieses Umdenken in den Küchen anstoßen. Während der Saison von Mai bis August 2026 beteiligten sich bundesweit zahlreiche Betriebe an der Kampagne, bei der monatlich Rezeptideen aus Ländern wie der Türkei, Mexiko oder Südkorea im Fokus standen.

Der Hering, so wird im Land & Golf Hotel Stromberg sehr deutlich, schwimmt sich endgültig

tig von seinem traditionellen Image frei. Für ambitionierte Köche eröffnet das neue kreative Spielräume – und für die Gäste eine Sinnesfreude auf mehreren Ebenen, die vertraute Aromen in einem völlig neuen, mondänen Gewand präsentiert. 2027 soll die kulinarische Reise „Matjes around the world“ von Friesenkrone weitergehen – man darf gespannt sein, auf welche Sterne-Teller es der Matjes als Nächstes schafft.

Christian Strasoldo, Geschäftsführer von Friesenkrone:

„Ein Küchenchef wie Michael Stortz ist das perfekte Beispiel für die Idee hinter ‚Matjes around the world‘. Wir wollen mit der Aktion zeigen, dass Matjes kulinarisch mehr drauf hat, als man denkt. Und die Gourmet-Gerichte im Land & Golf Hotel Stromberg sind dafür der beste Beweis. Wir freuen uns über all die kreativen Ideen, die im Rahmen der diesjährigen Aktion entstanden sind und bedanken uns herzlich bei allen gastronomischen Betrieben und Köchen für ihre engagierte Teilnahme.“

Michael Stortz, Küchendirektor vom Land & Golf Hotel Stromberg:

„Matjes ist ein spannendes Produkt für verschiedenste Küchen. Er lässt große kreative Spielräume und ist gleichzeitig einfach zu verarbeiten. So sind in unserer Küche drei delikate Gourmet-Gerichte entstanden, die unseren Gästen ein besonderes Geschmackserlebnis bieten und uns in der Küche viel Freude bei der Zubereitung machen. Deshalb haben wir uns gerne an der Aktion ‚Matjes around the world‘ beteiligt und sind gespannt auf die Inspirationen im nächsten Jahr.“

Weitere Informationen zu Friesenkrone auf Facebook, Instagram, LinkedIn und www.friesenkrone.com.



© Friesenkrone



© Friesenkrone

BÜCHER-TIPP EMPFEHLUNGEN



CHEFHEADS BEWERTUNG – SO FUNKTIONIERT'S



1 KOCH = **LESENSWERTE NEUERSCHEINUNG**
Interessant und informativ – ein Buch, das man gelesen haben sollte.



2 KÖCHE = **LOHNENDE NEUERSCHEINUNG**
Mehrwert garantiert – ein Buch, das sich lohnt und neue Impulse setzt.



3 KÖCHE = **SCHÖNES BUCH MIT ANREGUNGEN**
Inspirierend und abwechslungsreich – viele Ideen für die eigene Küche.



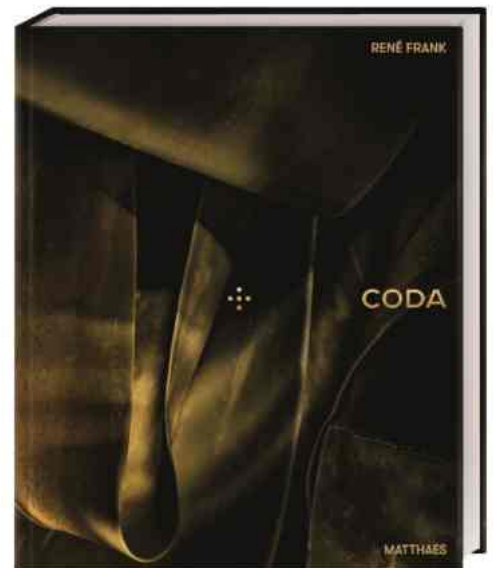
4 KÖCHE = **TOLLES BUCH MIT WERTVOLLEN TIPPS**
Praxisnah und empfehlenswert – mit wertvollen Tipps und Know-how.



5 KÖCHE = **EIN MUSS IN JEDER KÜCHE**
Herausragend und unverzichtbar – ein Standardwerk für jeden Profi und Genießer.

Die kulinarische Kunst von „The World's Best Pastry Chef“ René Frank

- Sterneküche von morgen: ein faszinierender Blick hinter die Kulissen des CODA, dem einzigen 2-Sterne-Dessertrestaurant der Welt
- CODA Dessert Dining: Signature-Rezepte und Fine-Dining Menüs – geheimnisvoll in Szene gesetzt von Starfotograf Joerg Lehmann
- Klassisches Handwerk – innovativ interpretiert: René Franks Patisserie-Buch feiert die Dekonstruktion der klassischen Kulinarik
- Ein Meisterwerk in Design und Ausstattung



Progressive Desserts in höchster Meisterschaft

Das lang erwartete Sterneküche-Kochbuch von René Frank: Endlich präsentiert der viermalige „Pâtissier des Jahres“ und „The World's Best Pastry Chef 2022“ die kulinarische Handschrift seines Berliner Restaurants CODA in Buchform. Franks Kreationen sind viel mehr als Gourmet-Dessert-Rezepte. Hier wird Patisserie komplett neu gedacht – mit Fine-Dining-Menüs ausschließlich aus Desserts. Die ausführlichen Rezept-Texte offenbaren das Geheimnis der extravaganten Aromen und Texturen: Weder Zucker noch Sahne und Butter sind Hauptzutaten, sondern hochwertige natursüße Produkte, meisterlich verarbeitet und kombiniert

Matthaes (Hrsg.), René Frank

CODA. Progressive Desserts

Die Sterneküche von René Frank. Signature-Desserts aus dem CODA Berlin, kreiert von „The World's best Pastry Chef“

ISBN 978-3-98541-072-9

Erscheint am 27.11.2026

288 Seiten, 247 x 297 mm, fester Einband (mit Lesebändchen)

Mit farbigen Fotos

MATTHAES Verlag

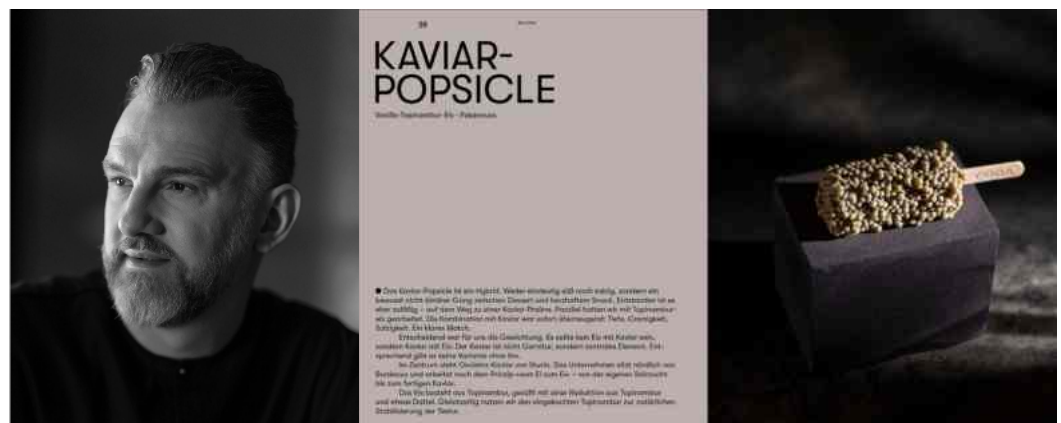
Tipp:

zu einzigartigen Koch- und Patisserie-Kunstwerken – fast zu schön zum Essen. Mit jedem einzelnen Dessert zeigt René Frank, dass moderne Patisserie weit über den letzten Gang hinausgeht.

Patisserie neu gedacht: Spitzen-Pâtissier und 2-Sterne-Koch René Frank präsentiert die Signature-Rezepte aus dem CODA Berlin.

REZEPTE
René Frank, Koch

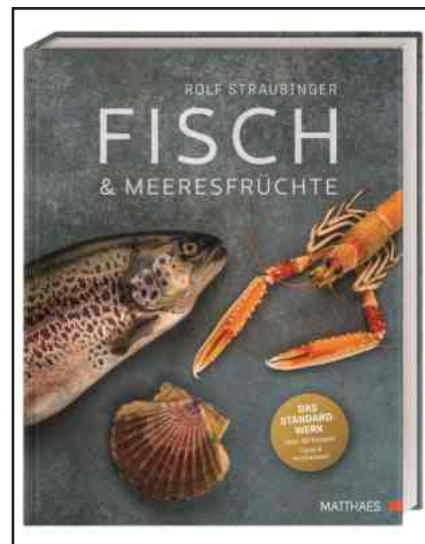
René Frank ist ein Mann, der die Kunst der Patisserie mit einer Leidenschaft und einem Ehrgeiz verbindet, die in der Welt der Süßwaren einzigartig sind. Er ist der Chefkoch des Restaurants CODA in Berlin, das für seine innovative und oft dekonstruierten Desserts bekannt ist. In diesem Buch teilt er seine Signature-Rezepte und Menüs aus dem Fine-Dining-Bereich mit, die nicht nur Geschmack, sondern auch Textur und Präsentation betonen. Die Rezepte sind detailliert und offenbaren die Geheimnisse seiner außergewöhnlichen Kreationen, die oft ohne Zucker, Sahne oder Butter auskommen. Das Buch ist ein Meisterwerk in Design und Ausstattung, das die kulinarische Kunst von René Frank in ihrer ganzen Vielfalt zeigt.



Raffinierte Fischrezepte für Gourmets

- Das Fisch- und Meeresfrüchte-Kochbuch von Rolf Straubinger, Gewinner des Bocuse d'Or „Bester Fischkoch der Welt“
- Über 70 Rezepte: von kalten Aufstrichen über Fischsuppen und Bowls bis hin zu Fisch vom Grill
- Mit kreativen Twists: Fisch-Tajine mit Süßkartoffeln und Salzzitronen, Büsumer Krabben mit Orange und Quinoa, Bachforelle im Kräuterflädle
- Professionell zubereitet: Filetieren, Fond ansetzen, Sushi zubereiten – Küchen-Basics Step-by-Step

Rolf Straubingers Standardwerk der modernen Fischküche. Seine große Liebe gilt dem Fisch: Rolf Straubinger, 1997 beim legendären Wettbewerb Bocuse d'Or als „bester Fischkoch der Welt“ ausgezeichnet, legt ein Fischkochbuch vor, das Maßstäbe setzt. Das beeindruckende Spektrum exzellenter Rezepte reicht von raffinierten Kreationen mit kaltem Fisch und Meeresfrüchten bis zu Gerichten aus dem Ofen und vom Grill, von Suppen, Pasta und Paella bis zur gehobenen Küche. Ob traditionell oder modern: Immer ist es Straubingers spezieller Twist, der begeistert. Eine umfangreiche Warenkunde mit Fokus auf Qualität und Nachhaltigkeit sowie präzise Schritt-für-Schritt-Anleitungen für Küchen- und Gartechiken machen dieses Buch zu einem Standardwerk, das Kreativität, Wissen und Handwerk auf höchstem Niveau vereint.



Matthäes (Hrsg.), Rolf Straubinger

Fisch & Meeresfrüchte

Das Standardwerk. Über 80 Rezepte, Tipps & Profiwissen. Von Rolf Straubinger, Träger des Bocuse d'Or als „Bester Fischkoch der Welt“

ISBN 978-3-98541-086-6

Erscheint am 28.09.2026

240 Seiten, 222 x 282 mm, fester Einband (mit Lesebändchen)
Mit farbigen Fotos
MATTHAES Verlag

Tipp:

Das Standardwerk der modernen Fischküche: über 80 exzellente Rezepte, Grundlagen und Profiwissen von Sternekoch Rolf Straubinger.

MEINE GESCHICHTE MIT FISCH

I n diesem Buch erzählt Rolf Straubinger seine Geschichte mit dem Fisch. Er ist ein Mann, der den Fisch liebt und ihn in seiner Küche zu einem zentralen Element macht. Er erzählt von seinen ersten Erfahrungen mit dem Fisch und wie er sich dazu entschieden hat, sich darauf zu spezialisieren. Er erzählt auch von seinen Reisen in verschiedene Länder, um neue Fischrezepte zu entdecken. Das Buch ist eine Mischung aus Rezepten und Geschichten, die den Leser in die Welt des Fischkochens einführt.

Das Buch ist eine Mischung aus Rezepten und Geschichten, die den Leser in die Welt des Fischkochens einführt. Es enthält über 80 Rezepte, die von einfachen Gerichten bis hin zu komplexen Kreationen reichen. Die Geschichten sind kurz und prägnant und geben einen Einblick in das Leben des Kochs. Das Buch ist ein Muss für jeden, der sich für die Fischküche interessiert.

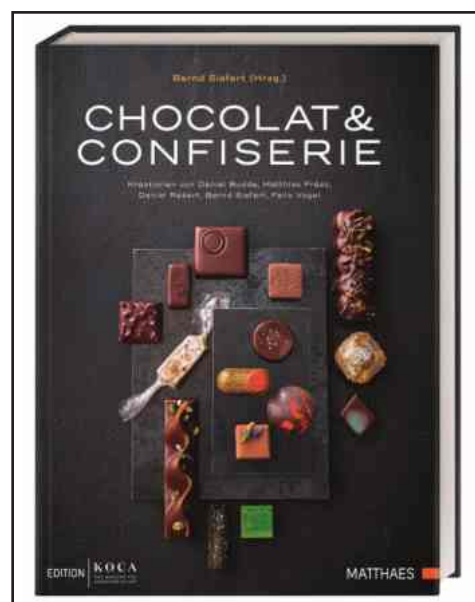


RAMEN MIT SÜSSWASSERFISCH UND GARNELEN

Das Rezept ist eine Mischung aus traditionellen japanischen Ramen und modernen Zutaten. Es verwendet Süßwasserfisch und Garnelen, die in einer leicht süßlichen Brühe gekocht werden. Die Garnitur besteht aus frisch gehackten grünen Zwiebeln und einer Zitrone, die die Brühe auflockert. Das Rezept ist einfach zu machen und eignet sich für eine schnelle Mahlzeit.

Die Leidenschaft für Schokolade hautnah erleben Fünf außergewöhnliche Konditoren – **Daniel Budde, Matthias Frész, Daniel Rebert, Bernd Siefert** und **Felix Vogel** – haben sich zusammengetan, um das wegweisende Buch "Chocolat & Confiserie" zu schaffen, um Ihnen einen Einblick in die hohe Kunst der Chokolaterie zu geben. Pralinen, Riegel, Spezialitäten und mehr, dieses Spektrum an kreativen und teilweise noch nie gesehenen Schokoladenspezialitäten der modernen Konditorei und Patisserie finden Sie hier. Das Buch umfasst über 70 Rezepte, von der Aprikosen-Olivenöl-Praline über den Engadiner-Riegel bis hin zur Spezialität Tartelette Chocolat oder Twister Popcorn.

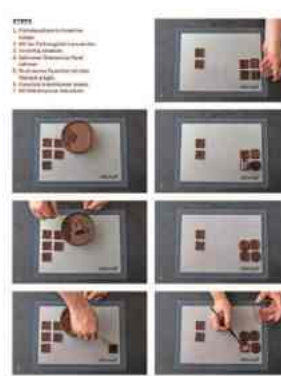
Kunstwerke aus Schokolade herstellen. Moderne Konditorei ist ohne Schokolade undenkbar. Sie ist Genussmittel, Grundprodukt und Luxusgut – insbesondere wenn sie von kreativen Konditor*innen weiterverarbeitet wurde. Ein exzellentes Grundprodukt wird so, kombiniert mit Gewürzen oder anderen Ingredienzien, zur Praline, zum Riegel oder zum Törtchen. Bei vielen Rezepten im Buch wird die Herstellung in einer Schritt-für-Schritt-Bilderreihe genauestens erklärt. Darüber hinaus enthält das Buch Signature-Kreationen der Autoren Daniel Budde, Daniel Rebert, Matthias Frész, Felix Vogel und Bernd Siefert und eine fachkundige Einleitung zum Thema Kakao.



Matthaes (Hrsg.), Bernd Siefert
Chocolat & Confiserie
 Kreationen von Daniel Budde, Matthias Frész, Daniel Rebert, Bernd Siefert, Felix Vogel
 ISBN 978-3-98541-025-5
 240 Seiten
 224 x 282 mm,
 fester Einband
 MATTHAES Verlag

Tipp: 🍫🍫🍫🍫🍫

Die Welt der Schokolade in ihrer höchsten Form. Zaubern Sie beeindruckende Pralinen, Riegel und andere Spezialitäten aus Schokolade.





Das ChefHeads-Magazin ist das monatlich erscheinende Online-Magazin für Führungskräfte, Küchenchefs, Gastronomen und Entscheider der Hospitality-Branche. Als offizielles Magazin des ChefHeads-Club der Küchenchefs – dem Netzwerk der Küchenchefs – bietet es fundierte Einblicke in die zeitgenössische Gastronomie, Hotellerie und Food-Szene. Jede Ausgabe vereint exklusive Interviews, inspirierende Porträts, fundierte Branchenanalysen sowie Best-Practice-Beispiele und Trendthemen. Im Fokus stehen aktuelle Entwicklungen aus Küche und Management ebenso wie Themen rund um Digitalisierung, Nachhaltigkeit, Arbeitswelt und Food-Innovation.

Das ChefHeads-Magazin versteht sich dabei als kuratierte Wissens- und Inspirationsplattform für alle, die gastronomische Qualität mit unternehmerischer Verantwortung verbinden. Mit hochwertigen Inhalten, praxisnaher Relevanz und einem klaren Fokus auf Führung, Qualität und Zukunftsfähigkeit schafft das ChefHeads-Magazin einen nachhaltigen Mehrwert. Es verbindet kulinarische Kompetenz mit modernem Leadership und bietet Orientierung in einem sich wandelnden Marktumfeld. Das Magazin erscheint ausschließlich digital, ist jederzeit auf www.chefheads-magazin.de abonnierbar – und richtet sich an Menschen, die die Branche aktiv mitgestalten wollen: informiert, vernetzt und zukunftsorientiert.

Impressum

ChefHeads-Club der Küchenchefs™

Rosenweg 43 – 51519 Odenthal

T: +49 (0) 2174 892 7227

M: info@chefheadsmagazin.de

W: www.chefheadsmagazin.de

Redaktion: Guido Fritz

Lektorat: Christine-Anja Möcklinghoff

Design: Guido Fritz

Fotografie: Anke Sademann • Friesenkrone • Tanja Neumann • Waldorf Astoria Berlin •

• Silvio Eberlein • Taian Table • Steffen Sinzinger • Facil • Guido Fritz • Bragard • Lysbeth Thirza Vink

• Stiftung KinderHerz • Sarah Schlopsnies • Althaus Tee • Hapag-Lloyd Cruises | Wyrwa

• C.- A. Möcklinghoff

An dieser Ausgabe haben mitgewirkt:

Anke Sademann • Tanja Neumann • Guido Fritz

Copyright: Das Urheberrecht an den Inhalten,

Bildern und Designs der Zeitschrift liegt bei ChefHeads-Club der Küchenchefs™

[Mediadaten >>>](#)

[Datenschutz >>>](#)

Themen & Termine 2026

Neben den ständigen Themenbereichen bieten wir Ihnen 2026 wieder eine große Auswahl an Themen und Berichten:

ChefHeads ist das Magazin für Exzellenz, Inspiration und Haltung.

Jeden Monat präsentieren wir herausragende Arbeiten aus Kulinarik, Gastronomie, Hotellerie, Fooddesign, Corporate Design, Gemeinschaftsverpflegung, Catering und Küchentechnik – kuratiert, hochwertig inszeniert und mit journalistischem Anspruch umgesetzt. Jede Ausgabe widmet sich zudem einem klar definierten Fokusthema, das auf bis zu 150 Seiten fundiertes Wissen mit visueller Inspiration verbindet. Im Mittelpunkt stehen Persönlichkeiten, Projekte und Produkte mit Substanz. Im kulinarischen Teil zeigen wir Küchenchefs und ihre Arbeit aus neuen, oft überraschenden Perspektiven. Kulinarische Projekte erhalten im Rezeptteil eine Bühne, getragen von anspruchsvoller Fotografie und präziser Redaktion. Der Bereich Produktion & Einkauf stellt bemerkenswerte Produzenten und Anbieter vor und vermittelt tiefe Einblicke in Herkunft, Erzeugung, Veredelung und Produktionsprozesse. In der Rubrik Design & Lifestyle greifen wir neue Gestaltungsansätze, experimentelle Formate und zeitgemäße Denkweisen auf.

Eine Anzeige im ChefHeads-Magazin bedeutet Sichtbarkeit im richtigen Umfeld.

Sie erreichen eine anspruchsvolle, fachlich versierte Zielgruppe aus Entscheidern, Kreativen und Meinungsbildnern – in einem Umfeld, das Qualität, Relevanz und Glaubwürdigkeit transportiert. Wer im ChefHeads-Magazin wirbt, positioniert sich nicht laut, sondern nachhaltig.

Kontaktaufnahme: werbung@chefheadsmagazin.de

Januar

ChefHeads-Magazin #01/26
ET: 15. Januar 2026
AS: 10. Januar 2026
RS: 10. Januar 2026

Februar

ChefHeads-Magazin #02/26
ET: 15. Februar 2026
AS: 10. Februar 2026
RS: 10. Februar 2026

März

ChefHeads-Magazin #03/26
ET: 15. März 2026
AS: 10. März 2026
RS: 10. März 2026

April

ChefHeads-Magazin #04/26
ET: 15. April 2026
AS: 10. April 2026
RS: 10. April 2026

Mai

ChefHeads-Magazin #05/26
ET: 15. Mai 2026
AS: 10. Mai 2026
RS: 10. Mai 2026

Juni

ChefHeads-Magazin #06/26
ET: 15. Juni 2026
AS: 10. Juni 2026
RS: 10. Juni 2026

Juli

ChefHeads-Magazin #07/26
ET: 15. Juli 2026
AS: 10. Juli 2026
RS: 10. Juli 2026

August

ChefHeads-Magazin #08/26
ET: 15. August 2026
AS: 10. August 2026
RS: 10. August 2026

September

ChefHeads-Magazin #09/26
ET: 15. September 2026
AS: 10. September 2026
RS: 10. September 2026

Oktober

ChefHeads-Magazin #10/26
ET: 15. Oktober 2026
AS: 10. Oktober 2026
RS: 10. Oktober 2026

November

ChefHeads-Magazin #11/26
ET: 15. November 2026
AS: 10. November 2026
RS: 10. November 2026

Dezember

ChefHeads-Magazin #12/26
SONDERAUSGABE
ET: 15. Dezember 2026
AS: 10. Dezember 2026
RS: 10. Dezember 2026



ChefHeads-Magazin
Food & Journey



Stiftung
KinderHerz



Bennett – die Reanimation holt sein kleines Herz zurück ins Leben

Liebe Freundinnen und Freunde der Stiftung KinderHerz,

eigentlich glauben Sie nicht an Wunder? Dann möchte ich Ihnen gerne Bennett vorstellen – einen fröhlichen Jungen, der die Natur liebt, gerne auf Bäume klettert und wie jeder fast Achtjährige auch mal mit einer Schürfwunde am Knie nach Hause kommt. Denn dass dieser kleine Mann heute so gesund und munter ist, das grenzt wirklich an ein Wunder!

Bennett wird mit der Fallot-Tetralogie geboren, einem schweren Herzfehler, der durch vier anatomische Fehlbildungen des Herzens gekennzeichnet ist. Er ist gerade einmal ein halbes Jahr alt, als die Ärzte im Kinderherzzentrum Leipzig in einer aufwendigen Operation am offenen Herzen die Anomalien beheben. Doch kurz nach der OP versagt sein Herz-Kreislauf-System und Bennett muss umgehend reanimiert werden: 90 Minuten lang kämpfen die Ärzte mit aller Kraft, um sein kleines Herz wieder zum Schlagen zu bringen. Und sie schaffen es: Sechs Monate nach seiner Geburt schenken sie ihm zum zweiten Mal das Leben.

Heute erinnert nur noch die große Narbe, die Bennett auf seiner Brust trägt, an die dramatischen Ereignisse, die dieser tapfere kleine Mann überstanden hat – lesen Sie die ganze Geschichte von Bennett auf unserer Website.

Es sind genau diese Wunder der modernen Herzmedizin, die uns jeden Tag antreiben. Und darum fördern wir wegweisende Projekte wie die Studie am Herzzentrum Leipzig zur Erforschung der Gründe und Auswirkungen von Reanimationen bei Neugeborenen und Kindern mit angeborenen Herzfehlern.

Auch Sie können helfen, die Überlebens- und Entwicklungschancen unserer Herzkinder zu optimieren – mit Ihrer Spende und Ihrer Unterstützung können wir gemeinsam Wunder wahr werden lassen.

Sylvia Paul

Vorstand Stiftung KinderHerz

89 Euro

Übrigens: Mit 89 Euro können Sie eine wertvolle Forschungsstunde finanzieren



stiftung-kinderherz.de/spenden

SPENDENKONTO Deutsche Bank AG
IBAN: DE41 1007 0024 0053 1616 00



Reanimation von Neugeborenen und Kindern mit angeborenen Herzfehlern

Als hätten es Kinder mit einem angeborenen Herzfehler nicht schon schwer genug, müssen sie oft auch noch Situationen mit akutem Herz-Kreislauf-Versagen ertragen und wiederbelebt werden.

Überleben dank Reanimation

Ein Baby kommt mit einem Herzfehler auf die Welt und muss sofort wiederbelebt werden. Solche Reanimationsereignisse sind oft lebensrettend, aber auch belastend. Wie viele Kinder in Deutschland betroffen sind, ist nicht belegbar. Fakt ist aber, dass Kinder mit einem angeborenen Herzfehler, im Vergleich zu gesunden Kindern, etwa drei Mal häufiger von Reanimationsereignissen betroffen sind. Geschichten wie die von Bennett machen schlagartig klar, wie traumatisch diese Situationen für die ganze Familie sind.



Projektorte: Herzzentrum Leipzig,
Charité - Universitätsmedizin Berlin



Zeitplan: Zwei Jahre



Projektleitung: Dr. Franziska Markel, Dr. Peter Kramer



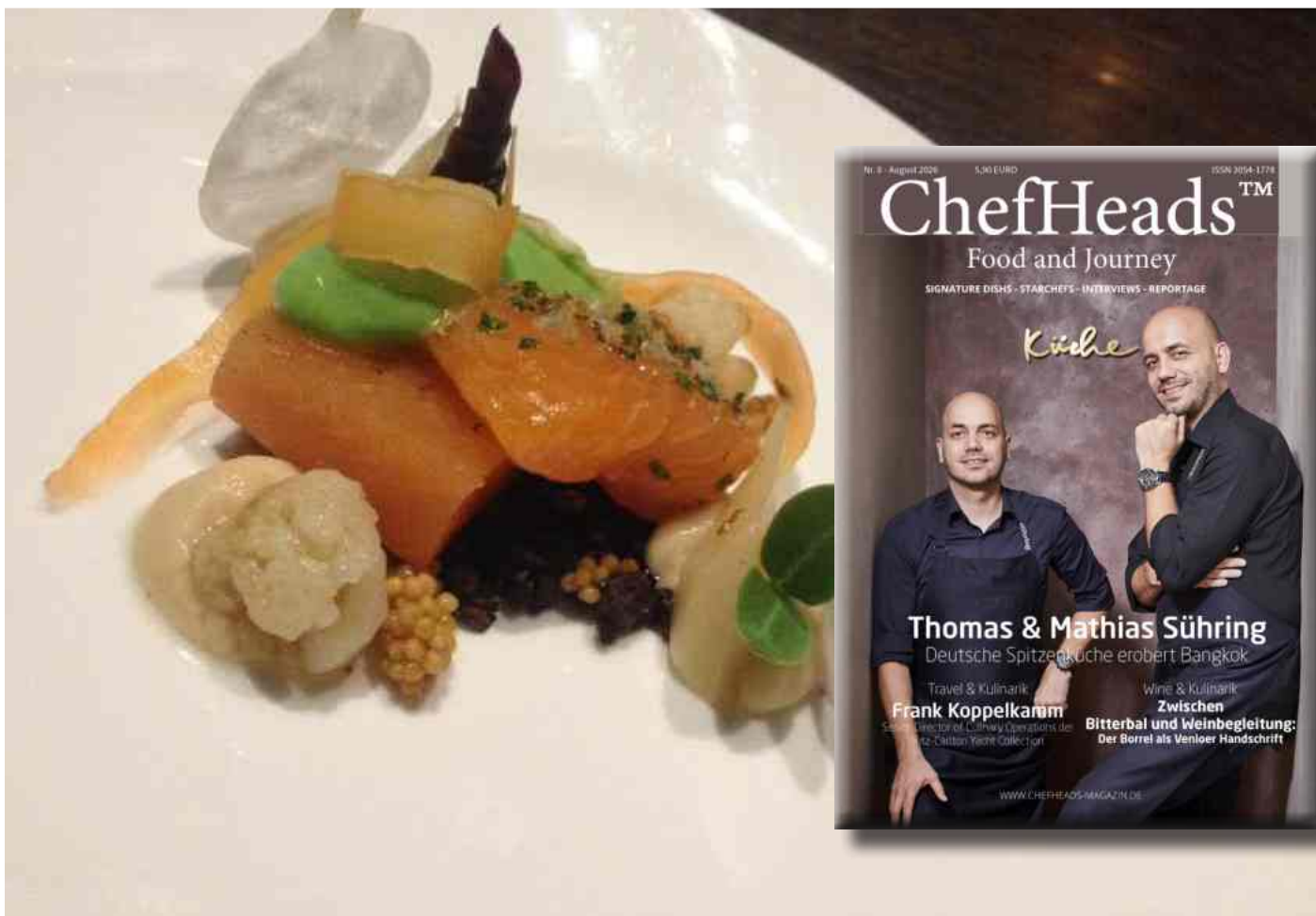
Fördervolumen: 50.000 Euro



Weil Geschmack verbindet

Das ChefHeads-Magazin als ePaper

(12 Online-Ausgaben pro Jahr für ChefHeads-Mitglieder im Jahresbeitrag enthalten)



Jetzt direkt Jahres-Abonnoment bestellen

Wissen ist das neue Salz – hol dir deine Prise!

Du willst frische Impulse, spannende Insights aus der Gastro-Welt und echtes Chef-Mindset direkt auf dein Smartphone?
Dann wird's Zeit, dir das ChefHeads-Magazin zu sichern!

Scanne jetzt den QR-Code und bleib immer am Puls der Branche – mit exklusiven Interviews, Trends und Stories, die Köpfe bewegen.



ChefHeads-Magazin: QR-Code scannen – Hirn füttern!

ChefHeads-Club der Küchenchefs

Rosenweg 43 • 51519 Odenthal

Mail: info@chefheadsmagazin.de • Tel.: +49 (0)2174 8927227

Web: <https://chefheads-magazin.de/>



ChefHeads-Magazin
Food & Journey