

# HOGGAPAGE

Das Magazin für Hotellerie & Gastronomie



Jobbörse

Nachrichten

Einkaufsführer

Shop

## Jeder nach seinem Geschmack

Wie Gastro-Unternehmer den  
Individualisierungstrend massentauglich machen 16

Feinschmecker-Paradies  
für »Gastarbeiter«

Oslos bunte Gastro-Szene 34

Heiße & kalte Desserts 70

Feuer und Flamme  
für mehr Umsatz

Die Grill- und BBQ-Trends 82

Work-Fashion 90

Porträt: Trofana  
Royal Ischgl

Luxus auf höchstem Level 100

Digitale Lernwelten 94

# INHALT



Oslo – das  
Feinschmecker-Paradies

**34**

## ENTRÉE

Info-Häppchen und Neues ..... 8

HOGAPAGE GASTROPOLIS ..... 12

### Ploners Gastro-Kolumne

Überleben in der Gastronomie .... 13

## TITELSTORY

### Jeder nach seinem Geschmack

Individualisierungstrend:  
der Aufstieg der »Extrawurst« ..... 16

## SPECIAL

### Die INTERNORGA ruft

Was Besucher der internationalen  
Leitmessen für den Außer-Haus-  
Markt 2020 erwartet ..... 22

## AROUND THE WORLD

### Oslo – Feinschmecker-Paradies für »Gastarbeiter«

Ausländische Küchenchefs mischen  
in der Gastro-Szene der norwegischen  
Hauptstadt kräftig mit ..... 34

## BRANCHE INSIDE

### Lernen vom Gamechanger

Immer mehr Hotelketten erobern  
mit ihren Konzepten Gäste  
von Airbnb zurück ..... 40

## FIGHT CLUB

Servicepauschale statt  
Trinkgeld? ..... 46

## MANAGEMENT & MARKETING

### Schöner wohnen

Fitnessraum, Swimmingpool,  
Billardtisch – Mitarbeiterhäuser,  
die Freude bereiten ..... 48

### Das Geheimnis meines Erfolges

Joachim Marusczyk verrät  
im HOGAPAGE-Talk seine  
Erfolgsrezepte ..... 54

## SYSTEMGASTRONOMIE

### Bundesverband der Systemgastronomie

Der BdS und HOGAPAGE bringen  
die Branche zusammen ..... 58

## FOOD & BEVERAGE

### Lebe lieber außergewöhnlich!

Erfrischungsgetränke 2020:  
Trends, Tipps, Produkte ..... 64

### The Big Five – Food-Kolumne von Andrew Fordyce

Futtersuche ..... 69

### Wie süß ist das denn?

Heiße und kalte Desserts, die  
für glückliche Gäste sorgen ..... 70

### BBQ – What’s hot?

Nicht nur für echte Kerle:  
Köstliches vom Rost ..... 76

## TECHNIK & EQUIPMENT

**Feuer und Flamme für mehr Umsatz**  
Grill- und BBQ-Equipment für  
heiße Geschäfte ..... 82

### Nachhaltig »to go«

Bitte zum Mitnehmen –  
so verpackt man zeitgemäß ..... 86



Wie süß ist  
das denn? **70**



Nachhaltig  
»to go« **86**



**90** Trends bei  
Berufskleidung



**94** Lern doch,  
wann Du willst!

### Von Blue Denim bis zum grünen Stoff

Über aktuelle Trends bei  
Berufskleidung ..... 90

## KARRIERE & RATGEBER

**Lern doch, wann Du willst!**  
Schöne neue digitale Lernwelt .... 94

**Alles eine Frage der Strategie**  
Revenue Manager haben einen  
großen Anteil am Umsatzerfolg  
eines Betriebs ..... 98

## STARS & LEGENDS

**Ein Luxushotel als Notlösung**  
Urlaub auf höchstem Niveau  
im Trofana Royal in Ischgl ..... 100

### 10 Fragen an ...

Axel Milberg ..... 106

### Jetzt rede ich!

Die Miesmuschel im  
Exklusiv-Interview ..... 108

## SERVICE

Editorial ..... 3

Bücher – Lesestoff für Profis ..... 56

Bildungskompass ..... 97

News aus den Verbänden ..... 110

HOGAPAGE Marktplatz ..... 114

HOGAPAGE Karrierewelt ..... 116

Vorschau / Impressum ..... 122



# *Jeder nach seinem Geschmack*

Individualisierungstrend: der Aufstieg der »Extrawurst«  
zum ultimativen Star der innovativen Gastro-Szene

Dem Streben der Gäste nach mehr Selbstbestimmung auf dem Teller folgend, ermöglichen viele Gastronomen ihren Kunden das Erlebnis, über die Zusammensetzung der Speisen selbst zu entscheiden – zumindest innerhalb des Rahmens, den das jeweilige Konzept dafür vorsieht. Was früher von der Gesellschaft naserümpfend als »Extrawurst« geschmäht wurde, ist heute für zahlreiche Unternehmen zum Markenzeichen geworden. Aber auch im Individualisierungstrend gelten Regeln, die am Ende dann doch wieder der Mainstream schreibt.

Text: Daniela Müller

Wer nach einem Pionier in Sachen Individualisierung des Speisensangebotes in der Gastronomie gefragt wird, dem fällt wahrscheinlich als Erstes Vapiano ein. Tatsächlich hatte das Franchise-Konzept, das Gründer Mark Korzilius 2002 mit der ersten Filiale in Hamburg an den Start brachte, sofort einen Nerv bei den Gästen getroffen, denn es gewährte ihnen einen relativ hohen Grad an Selbstbestimmung. Gemäß den individuellen Wünschen entstand das Gericht vor den Augen der Besteller. Der Rest ist Geschichte. Bis heute wurden rund 230 Vapianos in 33 Ländern auf fünf Kontinenten eröffnet. Der erste Gastronom, bei dem jedermann ein (zumindest teilweise) maßgefertigtes Gericht ordern konnte, war Korzilius trotzdem nicht...

### Individualisierung darf nicht zur Materialschlacht ausarten

Bereits im Jahr 1984 brachte etwa Rudolf Hochreiter eine brillante Idee aus den USA mit nach Deutschland: »food by phone«. Mit der Eröffnung seines ersten Geschäfts in München-Haidhausen legte er noch im selben Jahr den Grundstein für die Marke Call a Pizza. Mittlerweile hat sich das Konzept mit 107 Standorten zu einem der führenden Unternehmen der Franchise-Systemgastronomie in Deutschland entwickelt. Im Sortiment von Beginn an: Die Pizza Margherita mit Zutaten nach Wahl des Kunden. Mittlerweile heißt sie ganz trendy »Free Style« und trifft damit den Zeitgeist besser denn je.

Thomas Wilde, heute Inhaber und Geschäftsführer der Call a Pizza GmbH,

hat vom ersten Tag an miterlebt, wie die Heimlieferkette sich mit den wachsenden Ansprüchen der Kunden weiterentwickelt hat. Erst als Pizza-Fahrer, dann als Mitarbeiter in der Küche und später als Franchisenehmer. Waren es anfänglich gerade mal sieben Pizza-Rezepte und 13 Zutaten, die angeboten wurden, haben die Besteller heutzutage buchstäblich die Qual der Wahl – aus 45 Zutaten und 42 Pizza-Rezepturen. Dazu kommen Pasta-Gerichte, Snacks, Salate und mehr.

»Die Erwartungen der Kunden sind wahnsinnig gestiegen. Es artet in eine Materialschlacht aus, wenn man alle Wünsche erfüllen möchte«, schmunzelt er. Um trotz aller Individualisierungstendenzen das Geschäft rentabel zu halten, stellt er sein Angebot regelmäßig auf den Prüfstand. »Das ist notwendig, da wir eine entsprechende Nachfrage benötigen, um z.B. sinnvoll einkaufen und die erwartete Frische zu 100 Prozent garantieren zu können«, erklärt er. Eine Extrawurst ist eben in der Gastronomie trotz Individualisierungstrend nur rentabel, wenn genügend Menschen sie nachfragen. So trennte sich Wilde, selbst bekennender Salami-Pizza-Fan, jüngst wenig schweren Herzens von der Pizza mit Mandarinen – die exotische Kreation überzeuhte schlichtweg nicht genügend Pizzafreunde.

### Quantität alleine reicht nicht

Auch ohne Mandarinen – so gut wie jede Ernährungsform kann bei Call a Pizza ausgelebt werden. Alleine bei den Pizzen sieht das folgendermaßen aus: Veganer oder laktosefreier Teig, wahl-

# schon probiert?

entdecken sie köstliche, ofenfrische backwaren.

Entdecken Sie ofenfrische Laugenbackwaren und weitere Köstlichkeiten auf der Internorga und auf [www.resch-frisch.com/gastro](http://www.resch-frisch.com/gastro)



BESUCHEN  
SIE UNS  
HALLE A1  
STAND 108



— SEIT 1924 —

RESCH & FRISCH

AM LIEBSTEN IMMER

f reschundfrisch

reschundfrisch | #reschundfrisch



# Oslo – Feinschmecker-Paradies für »Gastarbeiter«

Ok, ein teurer Spaß ist gutes Essen in Norwegen,  
andere Vorurteile sollte man allerdings revidieren

**Oslo war bis vor Kurzem ein blinder Fleck, wenn es um anspruchsvolle Gastronomie ging. Das hat sich in den letzten Jahren geändert. Es sind vor allem ausländische Küchenchefs, die für spannende kulinarische Momente sorgen. Aber auch bei Bier, Cider und Kaffee hat sich viel getan.**

*Text: Wolf Demar*

**A**m Talent mangelt es norwegischen Köchen offensichtlich nicht. Mit fünf Siegen und weiteren fünf Top-3-Platzierungen bei der inoffiziellen Koch-Weltmeisterschaft Bocuse d'Or ist Norwegen noch vor Frankreich die erfolgreichste Nation der Welt. Gleichzeitig stehen in fast allen Top-Restaurants von Oslo ausländische Köche am Herd. Wie kann das sein?

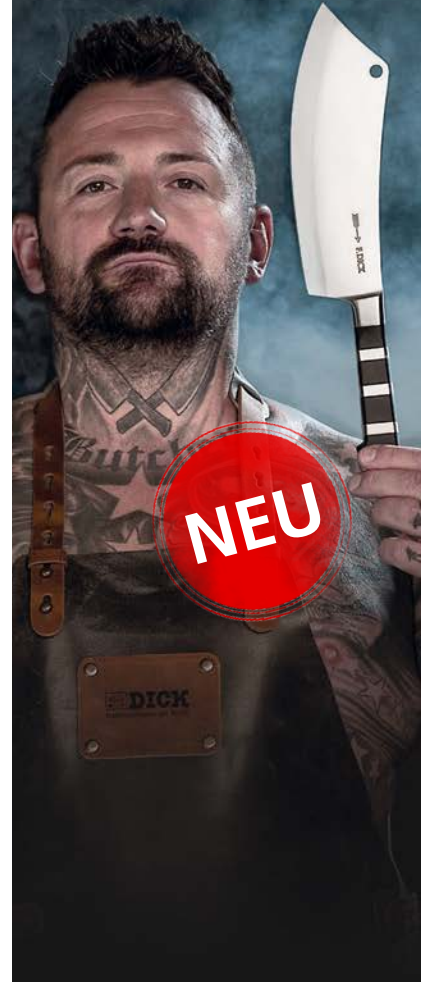
Es wird vielfach vergessen, dass die Revolution der New Nordic Cuisine auch deshalb so nachhaltig wirkte, weil sich die skandinavische Restaurantlandschaft bis zur Jahrtausendwende äußerst armselig zeigte. Es gab zwar ein paar teure Feinschmecker-Tempel, wie etwa den Operakällaren in Stockholm, doch wurde dort mit überwiegend importierten Produkten klassisch französisch gekocht. Die protestantische Arbeitsethik in Skandinavien steht Völlerei und Trinkgenuss doch sehr entgegen. Alkoholmonopole mit den dazugehörigen hohen Steuern machten (und machen) feine Restaurant-Besuche in allen skandinavischen Ländern zu einer kostspieligen Sache.

### Spätstarter Oslo

Dann traten Köche wie René Redzepi (und der zu Unrecht oft vergessene

Noma-Mitbegründer Mads Refslund) auf den Plan und machten Kopenhagen praktisch über Nacht zu einer Feinschmecker-Destination. In deren Kielwasser konnten Chefs wie Rasmus Kofoed (Geranium), Søren Selin (AOC) und Christian Puglisi (Relæ) zu neuen Ufern aufbrechen. Magnus Ek (Oaxen Krog), Mathias Dahlgren (Matbaren) und Björn Frantzén (Frantzén) in Stockholm sowie Magnus Nilsson mit seinem abgeschieden gelegenen Fäviken sorgten für einen frischen Wind in Schweden. Norwegen hat diesen kulinarischen Aufbruch zunächst verschlafen. Erst in den letzten Jahren hat sich in Oslo eine dynamische und vielseitige Restaurantszene entwickelt, die aber zumeist von ausländischen Köchen befeuert wird.

»Für die meisten Norweger ist das Arbeiten in der Gastronomie einfach unattraktiv, weil man in anderen Branchen wesentlich leichter wesentlich mehr Geld verdienen kann. Für die meisten Ausländer lohnt es sich jedoch, hier zu arbeiten, weil das Lohnniveau vergleichsweise hoch ist und man sich wirklich etwas ersparen kann«, meint Matthias Bernwieser, der im lässigen 1-Sterne-Restaurant Galt groß aufkocht. »Bei uns im Maemo sind 39 von 40 Mitarbeitern



**TYPISCH F. DICK!**

Messer – so individuell wie der Mensch



Besuchen Sie uns!  
Halle A4, Stand 117

[www.dick.de](http://www.dick.de)

Messer . Werkzeuge  
Wetzstähle . Schleifmaschinen

# Lernen vom Gamechanger

Foto: iStockphoto





## Die Proteste werden heftiger, die Gesetze schärfer – dennoch ist der Siegeszug von Airbnb kaum aufzuhalten

Viele Hoteliers sehen in Airbnb eine Bedrohung, andere lassen sich inspirieren. Mit Erfolg! Denn eines ist sicher: Die Branche kann sich von der gefürchteten Plattform so einiges abschauen.

*Text: Sebastian Bütow*

**D**as Ketten-Hotel von der Stange hat fertig, es lebe die individuelle Unterkunft – darauf fahren nicht nur die Millennials (um das Jahr 2000 Geborene), Hipster und Individualisten ab, das wissen Trendforscher ganz genau. Zumal die Preise von Unterkünften, die über Airbnb gebucht werden, in Hauptstädten wie Berlin, Madrid, Paris oder Wien deutlich günstiger zu buchen sind, sie liegen bis zu 50 Prozent unter dem Preis vergleichbarer Hotel-Angebote.

Allein das Stöbern nach privaten Räumlichkeiten mit dem gewissen Etwas entwickelte sich zum kurzweiligen

Hobby: Gemütlich mit dem Tablet-PC auf dem Sofa stylische Apartments in New York bestaunen, das kann fesseln wie eine Netflix-Serie. Und wer eine echte Perle gebucht hat, teilt seine Freude über das einzigartige selbstgebaute Himmelbett in Malmö oder die Umarmung mit der unfassbar charmanten Gastgeberin in Liverpool bilderreich bei Instagram. Bei einem Hotelzimmer ist das eher nicht üblich.

### Fünf Millionen Übernachtungsmöglichkeiten

Zwölf Jahre ist es her, als drei pffiffige junge Menschen im Silicon Valley auf die Idee kamen, »Airbedandbreakfast«

# CARAVITA®

## DAS GANZE JAHR SAISON!

Mit den Gastro-Schirmen von CARAVITA

- ▶ Viel Platz für Ihre Gäste mit bis zu 7 m Seitenlänge und 36 m<sup>2</sup> Fläche
- ▶ Langlebig und windstabil dank hochwertiger Materialien
- ▶ Komfortable Extras: Motor, Heizstrahler, LED-Beleuchtung und mehr

Erleben Sie das exklusive CARAVITA Ambiente:  
[www.caravita.de](http://www.caravita.de)



# Schöner *wohnen*



Fitnessraum, Swimmingpool, Billardtisch – manche Mitarbeiterhäuser sind heute schon ähnlich gut ausgestattet wie die dazugehörigen Hotels

Nicht nur die Ansprüche der Gäste sind in den letzten Jahren gestiegen, auch die Zeiten, in denen man Mitarbeiter in Mehrbettzimmern mit Gemeinschaftsdusche und -WC unterbringen konnte, sind vorbei. Schließlich wird der Kampf um die besten Kräfte der Branche nicht nur auf der Gehaltsschiene ausgetragen. HOGAPAGE hat sich auf die Suche nach den innovativsten Personalquartieren begeben.

*Text: Clemens Kriegelstein*



**D**ie Mitarbeitersuche gehört zu den größten Herausforderungen in der Hotellerie, vor allem die in kleinen Gemeinden oder überhaupt »auf der grünen Heide« gelegenen Ferienhotels sind damit konfrontiert. Und gerade für diese ergibt sich daraus ein weiteres Problem: Denn was mache ich mit einem potenziellen Mitarbeiter, dessen Hauptwohnsitz vielleicht Hunderte Kilometer entfernt liegt, was machen Kollegen, die über kein eigenes Auto verfügen, wenn nach der Spätschicht der letzte Postbus, die letzte Eisenbahn des Tages bereits abgefahren ist – so es solche überhaupt in Gehweite gibt.

Als Antwort darauf haben viele Betriebe schon vor Langem begonnen, eigene Mitarbeiterquartiere zu bauen, in denen diese kostengünstig entweder bei Bedarf nächtigen oder generell wohnen können. Das kann im Extremfall so weit gehen wie beim 5-Sterne-S-Hotel Trofana Royal in Ischgl (Tirol), das aktuell in der näheren Umgebung gleich fünf (!) Personelhäuser besitzt mit insgesamt mehr Betten als im eigentlichen Hotel.

Doch so wie mit der Zeit die Ansprüche der Gäste gewachsen sind, haben sich auch die der Mitarbeiter verändert. Da wurde als Mitarbeiterhaus gerne der alte Trakt verwendet, den man zahlenden Gästen nicht mehr zumuten wollte. Auch Doppelzimmer, die sich die Mitarbeiter teilen mussten (teilweise vielleicht noch mit Gemeinschaftsdusche und -WC am Gang), waren nichts Ungewöhnliches. Bedingungen, die heute die meisten Köche, Kellner, Stubenmädchen oder Rezeptionisten wohl abschrecken würden.

### **Dachterrassenpool, Infrarotkabine, Sauna**

Innovative Hoteliere haben daher in den letzten Jahren massiv in die Qualität und Ausstattung ihrer Mitarbeiterquartiere investiert und bieten in diesem Bereich heute bisweilen einen Standard, der jedem gehobenen Mittelklassehotel im Gästebereich gut zu Gesicht stehen würde. Wer etwa von Einzelzimmern und Wohnungen liest, alle mit Balkon oder Terrasse, Flatscreen-TV, Kochgelegenheit und kostenlosem WLAN, dazu noch Dachterrassenpool, Fitnessstudio, Infrarotkabine, Sauna, außerdem Billard- und Tischtennistisch sowie Skiraum oder (kostenpflichtiger) Tiefgarage, der wird in der Regel eher an die Beschreibung eines modernen Apartmenthauses denken als an eine Mitarbeiterunterkunft. Ist es aber! Und zwar residieren in dieser »Team-Lodge« die Mitarbeiter des Stock Resorts in Finkenberg/Tirol – kaum schlechter als die Gäste des dazugehörigen 5-Sterne-Hotels.

»2004 haben wir unser erstes Mitarbeiterhaus gebaut«, erklärt Romana Nill, HR-Verantwortliche im Stock Resort auf HOGAPAGE-Anfrage. Und nach diversen Modernisierungen steht die Team-Lodge heute ebenso da wie beschrieben. Das Angebot wird von den Mitarbeitern auch gerne angenommen, die Auslastung liegt im Schnitt nahezu bei 100 Prozent. »Für uns ist die Team-Lodge sehr wichtig, da die Mitarbeiter natürlich

# BBQ – What's hot?

Nicht nur für echte Kerle: Köstliches vom Rost



In den letzten Jahren lodert die Leidenschaft fürs BBQ nicht mehr nur in den Macho-Stammländern Argentinien und Mittlerer Westen. Was auf den Rost kommt, ist eine Frage der Ehre und des Wissens über die besten Cuts und die neuesten Trends.

Text: Gabriele Gugetzer

Ist Beyond Meat noch ein Modethema? Auf jeden Fall gibt es Hellmann's amerikanische Lieblingsmayonnaise nun auch in einer veganen Version, passend nicht nur für den pflanzenbasierten Kunstburger, sondern auch für Grillgemüse. Die neuesten Ideen zu Letztem folgen gleich. Aber beginnen wir mit Obst. Wer hätte gedacht, dass aus einer Wassermelone ein Schinken werden kann?

### Wassermelone als Grillgut

Obst auf dem Grill funktioniert als Beilage oder als Clou obendrauf. Ananas ist so ein »No-Brainer«, mit seinen natürlichen Weichmachern ideal für Schweinefleisch, Hähnchen und Ente; sie lässt sich auch prima karamellisieren. Pfirsiche, Nektarinen und anderes Steinobst lassen sich ebenfalls sehr gut grillen, halbierte Grapefruits sind überdies ein Hingucker in süß und salzig. Bei Bananen wird es noch einfacher: Die Dinger in der Schale längs halbieren, aufklappen, vorsichtig süßen, mit der Schnittfläche nach unten einige Minuten grillen. In Kanada ein Muss dazu: Ahornsirup und Vanilleeis. (Damit sind Kinderhorden übrigens sofort ruhig gestellt.)

Der letzte Schrei an der nordamerikanischen Ostküste ist eine Wassermelone, die wie ein riesiger Schinken im Ganzen geräuchert wird und in gewürzter Asche gerollt ist, damit sie hinterher auch aussieht wie ein Schinken. Sie schmeckt natürlich nicht wirklich so, dennoch verkaufte sie New Yorks Grillladen Duck's Eatery bis zum letzten Oktober – nun ist saisonal zunächst Schluss – für schmissige \$ 75... New York City halt. Auf den Grill geht es in 2 Schritten: Melone schälen, bei etwa 100°C abgedeckt räuchern, bis sie – je nach Größe – nach etwa zwei Stunden außen trocken ist. Dann einschneiden und mit

**UBENA**

# NYC-licious

Seit über 100 Jahren zählt Pastrami zu den Lieblingen der New-Yorker und ist nun reif für die hiesige Gastro-szene. Mit Rub Pastrami veredeln Sie nicht nur Fleisch, auch Gemüse und sogar Fisch erlangen, indirekt gegrillt, sicher Kultstatus.

[www.ubena.de](http://www.ubena.de)



*Jedes Mahl begeistern*

# *Von Blue Denim bis zum grünen Stoff*

Über aktuelle Trends bei Berufskleidung

An Work-Fashion werden heute nicht wenige Anforderungen gestellt: Einerseits soll sie das Image des Betriebs transportieren, andererseits funktional-bequem sein und Raum für individuelle Vorlieben des Trägers lassen. Auch Nachhaltigkeit und moderne Materialien zählen immer häufiger zu den Auswahlkriterien. Was aktuell angesagt ist? Wir haben die Looks.

*Text: Kristina Presser*



Auf den ersten Blick wirkt die neue Modekollektion vom Amsterdamer Designer-Duo Viktor & Rolf (Bild links) wie ein Vorgeschmack auf die künftigen Sommer-Fashiontrends: ein extravaganter Mix aus Farben, Schnitten und mit Tierbildern bedruckten Stoffen. Modern, jung, rebellisch, aber in sich stimmig. Stylish eben. Allerdings gibt es die Modelle nicht zu kaufen, denn es handelt sich um exklusiv für »Das Stue« in Berlin entworfene Hotel-Uniformen. Mit ihrem avantgardistischen Design sollen sie zum einen die Lifestyle-Hotelmarke »SO/« repräsentieren, zu der »Das Stue« gehört, zum anderen durch ihre hohe

Qualität Wertschätzung gegenüber den Mitarbeitern ausdrücken.

Die Modeschöpfer hatten für ihre Entwürfe freie Hand. Einzige Vorgabe: Die Stücke müssen alltagsstauglich sein. »Das spiegelt sich beispielsweise in länger geschnittenen Blusen für optimale Bewegungsfreiheit oder großen Taschen für die Housekeeping-Uniform wider«, sagt General Manager Alexander Dörr. Herausgekommen ist eine Uniform pro Hotel-Position, die aus mehreren Kleidungsstücken besteht, welche Mitarbeiter beliebig zu diversen Outfits kombinieren können. Eyecatcher ist vor allem das Tier-Design, das,



[JOBELINE.COM](http://JOBELINE.COM)



INSPIRATION  
AUSSTATTUNG  
GASTLICHKEIT



DESIGN  
TEXTILIEN  
AMBIENTE

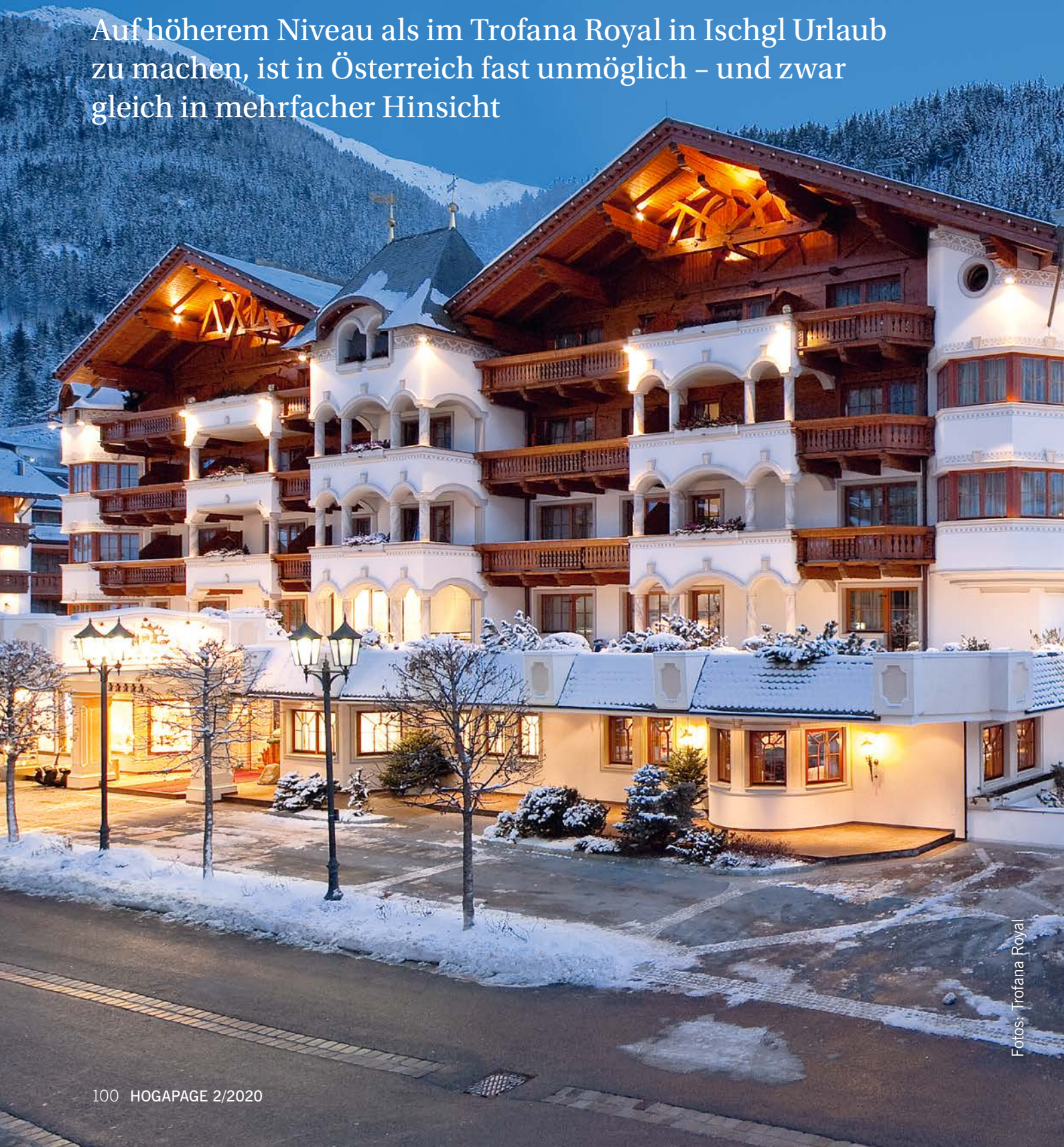


WORK  
FASHION  
FUN

Entdecken Sie unsere Marken.

# Ein Luxushotel als Notlösung

Auf höherem Niveau als im Trofana Royal in Ischgl Urlaub zu machen, ist in Österreich fast unmöglich – und zwar gleich in mehrfacher Hinsicht





**Eigentlich war das Trofana Royal als großes Mittelklassehotel geplant. Doch damalige Bauvorschriften verhinderten den 4-Sterne-Bau mit 200 Betten. Also machten die Eigentümer aus der Not eine Tugend, halbierten die Bettenanzahl, verdoppelten dafür die Zimmergröße und gehören als 5-Sterne-Superior-Haus mit gleich zwei Haubenrestaurants inzwischen zur etablierten Elite von Österreichs Ferienhotellerie.**

*Text: Clemens Kriegelstein*



Herr über das Trofana Royal:  
Alexander von der Thannen.

**I**schgl war Anfang der 1990er-Jahre eine typische Tiroler Winterdestination: Ein schneesicheres Skigebiet (Ischgl selbst liegt auf 1.400 Meter Seehöhe, die Pisten gehen fast bis 3.000 Meter hinauf), viele Privatquartiere und Mittelklassehotels und eine gerade beginnende Après-Ski-Industrie. Für die Familie von der Thannen, die Eltern des heutigen Betreibers, Anreiz, in diesem Reigen mit einem eigenen Betrieb mitzumischen. Geplant war damals ein ortstypisches 200-Betten-Haus der 4-Sterne-Kategorie. Dieses Vorhaben erwies sich allerdings als nicht kompatibel, sowohl mit damaligen Raumplanungsverordnungen als auch mit den Finanzierungsmöglichkeiten. Genehmigt wurden auf der damaligen Liegenschaft schließlich lediglich 100 Betten.

Für die Familie von der Thannen kein Problem, man machte einfach aus der Not eine Tugend, verdoppelte die Größe der Zimmer und peilte die 5-Sterne-Kategorie an. Und weil halbe Sachen einem Tiroler Unternehmer nicht gut zu Gesicht stehen, holte man zur Eröffnung des Trofana Royal 1996 mit Martin Sieberer einen aufstrebenden jungen Küchenchef an Bord, der das hauseigene Restaurant »Paznauerstube« in kürzester Zeit und bis heute zu einem der besten und höchstdekorierten Restaurants Österreichs gemacht hat.

### **Mehr Betten für Mitarbeiter als für Gäste**

»Wir hatten damals allerdings schon etwas Bauchweh«, erzählt der aktuelle Chef Alexander von der Thannen. »5-Sterne-Betriebe gab es damals in der ganzen Region bis hin zum Arlberg kaum. Ob so was in Ischgl überleben kann, war alles andere als sicher, und die damaligen Investitionskosten von rund 200 Mio. Schilling (umgerechnet knapp 15 Mio. Euro, Anm. d. Red.) waren auch nicht ohne.« Die geringe Größe des Trofana Royal erwies sich aber letztlich als Glücksgriff, die 98 Betten waren schon in der ersten Saison annähernd zu 100 Prozent ausgelastet, wodurch einem bis heute stetigen Wachstum an Qualität wie Quantität nichts mehr im Wege stand. 1999 stand die erste Erweiterung an, es kamen rund 60 Betten (deren Genehmigung inzwischen kein Problem mehr war) und eine deutlich vergrößerte Wellness-Abteilung hinzu. Weitere Ausbauten folgten, und bald musste auch der ehemalige Mitarbeitertrakt als Gästebereich adaptiert werden. Ergebnis: Für die Mitarbeiter mussten andere Wohnmöglichkeiten geschaffen werden, und inzwischen gibt es vom Trofana Royal in ganz Ischgl fünf (!) Mitarbeiterhäuser auf Top-Niveau mit insgesamt 250 Betten. »Wir haben also mehr Betten für Mitarbeiter als für Gäste«, lacht von der Thannen.

# JETZT REDE ICH!

*Die  
Miesmuschel  
im Exklusiv-  
Interview*





**Harte Schale, innen weich – und mit allen Wassern gewaschen. Die Muschel zählt zu den ältesten Delikatessen der Menschheit. Im Exklusiv-Interview verrät sie, warum auch ihre Schale auf dem Vormarsch ist.**

**Laut Volksmund haben Sie Saison in den kälteren Monaten, die mit »r« enden, also von September bis Februar. Gilt das heutzutage eigentlich noch?**

Ach, vergessen Sie das! Manche Falschinformationen halten sich hartnäckig, so auch diese. Wenn es der Volksmund sagt, dann scheint diese Regel auch lange her zu sein und in Zeiten zurückzureichen, in denen es mit Hygiene und Kühlmöglichkeiten nicht so einfach war wie heute. Es hat sich aber nichts daran geändert, dass ich leicht verderblich bin. Mich genießt man am besten frisch! Aus diesem Qualitätsanspruch heraus ist mancherorts auch die Tradition geblieben, in den warmen Monaten auf meine Wenigkeit zu verzichten.

**Am schleswig-holsteinischen Wattenmeer etwa haben Sie jährlich vom 15. April bis zum 1. Juli eine Schonzeit, um Ihre Aufzucht zu sichern.**

Yep. In Spanien, Frankreich oder Italien verzichten meine Fans dann nicht auf den Genuss, was ich auch sehr gut nachvollziehen kann! Ein Sommerurlaub ohne mich? Das ist doch unvorstellbar! Das wäre wie Paris ohne den Eiffelturm.

**In den wärmeren Monaten sind Sie aber anfälliger für Belastungen durch Algen.**

Das ist richtig! Blaualgen sind für euch Menschen unsichtbar – und hochgiftig. Da ich meine Nahrung mit meinen Kiemen aus dem Wasser filtere, nehme ich leider auch Schadstoffe auf.

**Der Ernährungswissenschaftler Dr. Dr. Michael Despeghel ist überzeugt, dass Sie krank machen können. Er rät, nur zwei bis dreimal im Jahr von Ihnen zu kosten.**

Tja. Wir Muscheln haben es auch nicht so leicht, werden nicht umsonst als »Kläranlagen der Meere« bezeichnet. Wenn es dem Meer schlecht geht, haben auch wir darunter zu leiden, die anderen Meeresnachbarn natürlich auch. Aber Sie können sicher sein, dass wir dementsprechend streng kontrolliert werden. In Deutschland etwa werden wir zweimal im Jahr auf Schwermetalle wie Blei, Cadmium oder Pestizide und die Giftstoffe von Algen untersucht, bevor wir verzehrt werden dürfen. In den Zuchtgebieten greifen heutzutage Frühwarnsysteme, wenn Vergiftungen drohen.

**Wann ist eine Miesmuschel ideal?**

Wenn wir nach Meer und Algen duften, beide Schalenhälften fest verschlossen sind. Sollten sie leicht geöffnet sein, müssen sie bei leichtem Klopfen sofort zuklappen. Wenn sie das nicht tun, dann sind wir ungenießbar. Und wenn wir uns beim Kochen nicht öffnen, solltet ihr uns wegschmeißen!

**Warum eigentlich »mies«?**

Nicht, weil wir schlecht gelaunt sind oder irgendwelche Mängel haben! Dieser Name hat seinen Ursprung in dem altdeutschen Wort »Mies«, das »Moos« bedeutet. An den Fäden, mit denen wir uns an Pfählen oder am Meeresgrund festhalten, setzen sich immer auch Algen fest, und diese erinnern farblich ein wenig an Moos.

**Mittlerweile sind auch Ihre vermeintlich lästigen Schalen gefragt.**

Darauf bin ich besonders stolz! In der Nähe von La Rochelle, dem französischen Muschelzentrum am Atlantik, werden meine Schalen weiterverarbeitet als Zutat für Peeling-Cremes oder als Kunststoffmaterial für 3-D-Drucker. Wer glaubt, ich sei altmodisch, irrt sich gewaltig!

**Wo gibt's eigentlich die leckersten Miesmuscheln?**

Fans lieben uns besonders, wenn wir aus dem spanischen Galicien stammen. Da sind wir meist größer, kräftig orangefarben und würziger im Geschmack. Meine spanischen Verwandten sind das erste Meeresprodukt, das sich mit einer geschützten Ursprungsbezeichnung der EU schmücken darf.

**Muschel, wir danken Ihnen für das Gespräch.** ■

*Text: Sebastian Bütow*