

Arbeitswelt Die Gastronomie im Zeichen erhöhter Volatilität

Spitzenköche lassen nichts anbrennen

Die Kulinarik ist nicht nur eine Sache des Magens, sondern zunehmend auch eine des Marketings. Seit Paul Newman vor Jahrzehnten eine biedere Salatsauce als Eigenkreation ausgab und seine schauspielerische Popularität in klingende Münze umzumünzen verstand, sind die Verkaufs- und Profilierungsmethoden immer ausgeklügelter geworden. Spitzenköche avancierten mittlerweile zu Spitzenreitern im Bereich der systematischen Selbstvermarktung und zu Litfasssäulen ihrer selbst. Zum Self-Marketing gehören beispielsweise eigene Restaurants, TV-Shows, Bücher, Rezepte, Küchenprodukte und -utensilien – sowie natürlich die Aufnahme in den honorigen Zirkel der global vernetzten Kochgesellschaft. Man kennt sich, weiss um die Gastro-Prominenz und wann wo mit einem Stellenwechsel zu rechnen ist.

Auch wenn in den Restaurant- und Hotelküchen nicht das ganz grosse Geld lockt – Insider rechnen bei Hauptköchen immerhin mit einem Spitzensalar bis 200 000 Franken –, dürfte der materielle Anreiz zum Aufstieg in die Champions League aus andern Gründen gegeben sein. Denn bei den wirklichen Promis betragen die Aufträge und Provisionen ausserhalb der Küche ein Mehrfaches. Und immer öfter lassen die Szene-Stars nichts anbrennen und wechseln den Arbeitsplatz, wenn sich etwas Besseres findet. Nicht einmal ein Jahr lang bekochte beispielsweise Antonio Colaianni die Gäste des Zürcher «Clouds», bevor er nun ins «Mesa» wechselt und dort Marcus G. Lindner ablöst. Der wiederum leitet ab kommendem Dezember die Küchenbrigade des neuen Fünf-Sterne-Superior-Hotels «The Alpina Gstaad». War er im «Mesa» für rund 50 Sitzplätze zuständig, sind es am neuen Arbeitsplatz deren 300, aufgeteilt auf drei Restaurants, nicht zu vergessen der Bankettbereich.

Gegenseitiger Imagegewinn

Wie hat man sich gefunden? «Wir waren uns nach dem sechsten Gang eines Businesslunchs handelseinig», erzählt Managing Director Niklaus Leuenberger, der Zürichs höchstdotierten Koch «selbstverständlich» schon vom «Mesa» her kannte. Gemäss Leuenberger gehen Spitzenköche «unter der Hand weg, aber nur, wer wirklich etwas Neues sucht und wechseln will, lässt sich auch abwerben». Zudem reizten viele Gastro-Promis renommierte Spitzenhotels, denn sie könnten von deren Image profitieren und hätten zudem

grössere Budgets zur Realisierung ihrer Höhenflüge zur Verfügung. Umgekehrt profitieren auch Hotels von der Magnetwirkung eines hochdekorierten Executive Chef. Nach welchen Kriterien wird sein Lohn festgelegt? «Der Arbeitgeber fragt sich, wie viel ihm der Neue wert ist, und offeriert dann ein entsprechendes Fixsalär.» Die zu erwartenden Umsätze bestimmen also weitgehend die pekuniäre Abgeltung.

Gibt es trotzdem einen echten Transfermarkt analog zum Spitzensport? Sowohl Leuenberger als auch Jan E. Brucker, General Manager beim Zürcher «Widder-Hotel», zweifeln daran. Brucker, der auch als Präsident der Swiss-Deluxe-Hotels amtiert und damit die Spitzenbetriebe der helvetischen Hotellerie vertritt, glaubt vielmehr an einen bestimmten Marktwert von Fachkräften innerhalb der Branche; Gastro-Promis beziehen entweder erhöhte Gehälter, oder das Aufgeld fliesst in Form einer Vermittlungsgebühr an den beauftragten Personalvermittler. «Alles andere kann sich die Branche schlichtweg nicht leisten», ist Brucker überzeugt. Allerdings existierten auch Ausnahmen, differenziert er und rechnet diese dem Mäzenatentum zu. Es gebe Investoren, welche aus reiner Freude, ja Eitelkeit in ein schönes Hotel oder Restaurant investierten und sich allein aus Prestige Gründen einen Spitzenkoch leisteten. Ob in diesen – zahlenmässig überschaubaren – Ausnahmefällen tatsächlich Transfersummen flössen, lasse sich nur erahnen, doch Brucker kennt keine konkreten Beispiele. «Insofern glaube ich auch nicht an eine Usanz.»

Wie aber beurteilt die Gilde der Köche die derzeitige Situation? Norbert Schmidiger freut sich über die vielen Sterne und Sternchen am Schweizer Gastro-Himmel. Der Geschäftsführer des Schweizer Kochverbandes spürt eine zunehmende Tendenz, dass Spitzenleute abgeworben werden, und immer seien die Medien dabei, wenn wieder ein Top Shot die Stelle wechsle und für Schlagzeilen Sorge. Das sei Gratiswerbung, die ankomme. Denn vom medialen Lichtkegel profitierten nicht nur die jeweiligen Gastro-Stars, sondern auch die übrigen Berufsgruppen, die den fünf nationalen Berufsverbänden des Gastgewerbes, der Hotellerie sowie der Bäcker- und Konditorenbranche angehören.

Diese mediale Präsenz sei insbesondere wichtig im Zusammenhang mit der Nachwuchsrekrutierung. Deshalb kann Schmidiger dem Personenkult a priori nichts Schlechtes abgewinnen.

Gerade da keine Spitzenlöhne lockten und die Arbeitsbedingungen oft recht hart seien, gelte es, die schönen Seiten der involvierten Berufe darzustellen. «Anhand der Erfolgsgeschichten von medial gefeierten Spitzenköchen werden auch die Karrierechancen gezeigt und wird ein gesunder Ehrgeiz geweckt, selber die Erfolgsleiter emporzuklettern.» Neben Talent, Durchhaltewillen und der Bereitschaft zu überdurchschnittlichem Einsatz bildet internationale Erfahrung einen wichtigen Trumpf auf dem Arbeitsmarkt.

Wichtige Auslandsfahrung

Was auch immer der Grund dafür ist: Seit einigen Jahren wollen wieder mehr junge Köche im Anschluss an die in der Schweiz absolvierte Lehre Auslandsfahrung sammeln. Insbesondere die Kettenhotellerie bietet Einsatzmöglichkeiten rund um den Globus. In diesem weltweiten Umfeld ist das duale Berufsbildungsmodell gerade im Bereich der Köche zu einem eigentlichen Exportartikel geworden. «Sie sind international wieder stärker präsent und werden allgemein akzeptiert.» Allerdings müsse die Aus- und Weiterbildung ständig optimiert und an aktuelle Erfordernisse angepasst werden. Nach abgeschlossener Revision und Implementierung des Berufsbildes 2010 denke man auf Verbandsebene bereits an jenes von 2020, um gewappnet zu sein für den beruflichen, fachlichen, technologischen und betriebswirtschaftlichen Transformationsprozess.

Der rapide Wandel prägt auch den Stellenmarkt. Volatilität ist Trumpf und hat als sakrosankt geltende Verhaltensregeln – etwa das «Ausharren» am Arbeitsplatz während mindestens dreier Jahre – ausgehebelt. Doch in Zeiten des emotionslosen «hire and fire» durch die Arbeitgeber muss man auch den Gastro-Stars und -Sternchen das Recht zugestehen, sich nach kurzem Gastspiel die Kochschürze andernorts umzubinden.

Werner Knecht