



Ein Gourmet-Menü mit Canalettoblick

Anfang Februar öffnete das Westin Hotel Bellevue in Dresden wieder seine Pforten. Sechs Monate dauerte die Beseitigung der Hochwasserfolgen vom August 2002.

Die Katastrophe wurde aber auch als Chance genutzt, in den Restaurants, dem Bankettsaal sowie auf den Etagen die Qualität zu toppen. Das „Bellevue“ kann sich jetzt zu den schönsten Fünfsterne-Häusern Deutschlands zählen.

Eine Premiere gab es mit der Eröffnung auch für Küchenchef Holger Bartkowiak. Er brachte sieben Jahre Erfahrungen aus dem Berliner Gourmetrestaurant Grand Slam nach Dresden, wo er als Sous-Chef mit Johannes King den ersten Michelin Stern erkochte.

Rotbarbe auf Kräutersalat an Safran-Rouille und Tomaten Cous-cous, geräucherte Entenbrust mit Honig und Koriander an bunten Linsen in Balsamico, Ravioli vom Kalbsbries sowie Wildlachs und Filet vom Neulandkalb gehören zu den Spezialitäten, die er im neuen Gourmetrestaurant „Canaletto“ serviert. Den Namen bekam das Restaurant vom italienischen Maler Bernardo Belotto, genannt Canaletto, der von 1748 bis 1763



Küchenchef Holger Bartkowiak in seiner Gourmet-Küche des Westin Hotel Bellevue in Dresden. Mit dem Restaurant „Canaletto“, das den schönsten Blick auf Dresden bietet, will er sich in den Olymp der Feinschmecker kochen.

Hofmaler in Dresden war. Hier schuf er auch das berühmte Bild der Altstadt-silhouette, das als „Canaletto-Blick“ in die Kunstgeschichte eingegangen ist. Seine Staffelei stand genau an der Stelle, wo heute die Bellevue-Gäste kulinarisch verwöhnt werden.

Neu ist im „Canaletto“ die VIP-Karte, die ihren Inhaber als besonderen Gast ausweist. Rabatt auf Speisen und Getränke gehört zu den Vorteilen.

Suchen Sie ein Restaurant zwischen Sylt und Garmisch-Partenkirchen, zwischen Aachen und Görlitz? Wollen Sie die Speisekarte Ihres Restaurants schon zu

Für die Weinliebhaber dürfte der Weinkeller Grund sein, öfter ins Bellevue zu kommen. Aus bis zu 250 exklusiven Weinen können sie im „Canaletto“ wählen und sie dann optimal im Chambraine des Kellers lagern, um sie beim nächsten Besuch wieder in Anspruch zu nehmen. Bis zu 24 Flaschen können in einem Fach aufbewahrt werden. Das Weingewölbe verfügt außerdem über ein Separée für individuelle Dinner bis zu 20 Personen.

Hause studieren? Möchten Sie gerne an einem Kochkurs teilnehmen? Haben Sie Fragen rund um die Gastronomie?

www.gourmet-classic.de

In eigener Sache notiert

Das Internet-Portal www.gourmet-classic.de hat bereits 40.000 Besucher im Monat, stellt sich aber mit einem neuen Kind vor, der „Gourmet Post“. Jeden Monat neu berichten wir kurz und bündig über die Welt der Feinschmecker, ob sie im Restaurant ein Mehrgang-Menü genießen, beim Lieblingsitaliener die Pizza mögen oder mit dem Einkauf aus der Feinkostabteilung sich als Hobbykoch betätigen.

Mit der Digital-Edition können wir die Leser weltweit erreichen und haben im E-Mail-Vertrieb auch die Möglichkeit, all jene zu erreichen, die unsere „Gourmet-Post“ gerne regelmäßig in ihrem elektronischen Postfach vorfinden möchten.

Feste feiern

420 Unternehmen aus 13 Ländern offerierten auf der Messe CADEAUX, Anfang März in Leipzig, ihre Produkte und Ideen für die stimmungsvollsten Stunden des Jahres. Trendiges, Schmückendes, Originelles war zu sehen.

Wir entdeckten zum Beispiel für Feinschmecker die Weltneuheit „Trinity“ von Berndes (Arnsberg). Eine viereckige Pfanne aus Aluminium-Druckguss, in drei Segmente unterteilt, so dass man gleichzeitig drei Gerichte darin braten kann. Mehr CADEAUX: www.cadeaux-leipzig.de

IMPRESSUM:

Die „Gourmet Post“ ist eine Digital Edition für alle Freunde des guten Essens und Trinkens sowie für Gastronomen und Hoteliers. Die Bezieher dürfen Vervielfältigungen nur von der kompletten Zeitung herstellen. Alle Angaben sind mit journalistischer Sorgfalt geprüft, für die Richtigkeit kann jedoch keine Gewähr übernommen werden.

Herausgeber: Redaktionsbüro SachsenGast, Große Meißner Straße 15, 01097 Dresden (The Westin Hotel Bellevue), Tel.: 0351 - 471 23 62, Fax: 471 23 21, E-Mail: verlag@sachsengast.com

Umschau

15 Punkte vom Gault Millau auf Anhieb, und das in einem Vorstadrestaurant von Düsseldorf, dem „Regalido“. Tobias Hammes, 31 Jahre alt, war unter anderem bei Eckart Witzigmann in der Schule. 90 Prozent seiner Gäste gehören zum Stamm, und sie schätzen wie wir bei einem Test: Auf den Tellern gibt es kein Chi-Chi, sondern nur essbare Sachen. Dass Mutter Hammes gleich nebenan einen Naturkostladen betreibt, kommt der Küche im „Regalido“ zugute.

Das Romantik Hotel „Zum Weber“ im Oberlausitzer Ferienort Kirschau lädt seine Gäste am 28. März zum „Fischzug“ ein. 55 Euro für ein 5-Gang-Fischmenü plus „Schlammbowle“ und einem unterhaltsamen Rahmenprogramm finden wir als gutes Verhältnis von Preis und Leistung. Wir schnupperten nämlich schon vorher in der Weber-Küche und fanden, Petra Schumann und ihr Team machen eine Top-Arbeit, die ein Besuch lohnt. Mehr „Weber“: www.zum-weber.de

Nur 15 km von Venedig entfernt, in der malerischen Windung der Bretina, liegt das Romantik Hotel Villa Margherita in der kleinen Stadt Mira. Wir erlebten dort einen Kochkurs und wollen ihn unbedingt weiter empfehlen: www.romantikhotels.com/Mira

Anzeige

Wohnen, Schlemmen und Entspannen

Wohnen, Schlemmen, Entspannen und Tagen - das Lindner Hotel & Terme Binshof bietet 67 exklusive, individuell ausgestattete Zimmer, eine leichte mediterrane Küche auf gehobenem Niveau, Bade- und Saunagenüsse im weitläufigen Wellfitbereich sowie Tagungs- und Konferenzräume für bis zu 70 Personen.

In unmittelbarer Nähe zur 2000 Jahre alten Dom- und Kaiserstadt Speyer gelegen, verbindet es Tradition mit Moderne: Das Fünf-Sterne-Haus bietet einen stilvollen Mix aus altem Gemäuer und modernen Bauelementen, ausgesuchten Antiquitäten und zweckmäßigem Mobiliar sowie Kunst und liebevollen Details in warmen Farbtönen. Eingebettet in eine Naturschutz-Seenlandschaft, verfügt das Haus über gute Ver-

kehrsverbindungen zum internationalen Flughafen Frankfurt und den Wirtschaftszentren an Rhein, Main und Neckar.

Südländisches Flair bestimmt das Ambiente, sowohl im Restaurant Salierhof mit seinem lichtdurchfluteten Wintergarten, als auch auf der Medici-Terrasse und im Piazzetta-Sommertgarten.

Die ambitionierte Küchencrew offeriert den Gästen eine leichte mediterrane Vitalküche und darüber hinaus monatlich wechselnde saisonale Schmankerln sowie Spezialitäten- und Weinegustations-Abende.

Die Pianobar im Stil amerikanischer Jazzbars rundet das gastronomische Angebot des Hauses ab.



Im Piazzetta-Sommertgarten des Fünfsterne Lindner Hotel & Terme Binshof bei Speyer.

Gourmet Safari durch Leipzig

Dass Leipzig auch kulinarisch ein „Klein Paris“ ist, bewiesen die besten Restaurants der Olympiabewerberstadt für 2012 im Februar mit einer „Gourmet Safari“. Jeweils 20 Gäste konnten an einem Abend in fünf Restaurants fünf kulinarische Genüsse

erleben. Das Gourmet Safari Shuttle der BMW Group Niederlassung Leipzig chauffierte die Gäste dabei von Restaurant zu Restaurant mit exklusiven 7er Limousinen.

Die veranstaltenden Restaurants waren: Allie's American Grille im Marriott

Hotel (Champagner und Krustentiere), Restaurant Medici (Riesling, Pasta und Olivenöle), Apels Garten (regionale Schlemmereien und sächsische Weine), Coffe Baum (Käse und französische Rotweine) und das Hotel Fürstenhof (Dessert, Cognac und Zigarren).





Mercure Grand Hotel Meissen
 Hafenstraße 27-31, 01662 Meissen
 Tel. (0 35 21) 7 22-50, Fax -9 04

www.mercure.de · www.accorhotels.com/mercure_grand_hotel_meissen.htm

VELTINS festigt Position im Premium-Bereich

Mit einem leichten Zuwachs ist es der Marke VELTINS auch 2002 gelungen, ihre Marktposition im hart umkämpften Premium-Segment zu zementieren. Während der Ausstoß um 0,2% auf 2,38 Mio. hl anstieg, erhöhte sich der Umsatz aufgrund der konsequenten Hochpreispolitik um immerhin 5,4% auf 214 Mio. Euro. „Die Konsumflaute in Gastronomie und Handel schlug zwar spürbar durch, konnte aber aufgrund der neuen Biermix-Produkte aufgefangen werden“, sagte Michael Huber, Generalbevollmächtigter der Brauerei C. & A. VELTINS, Meschede-Grevenstein. Er sieht das Unternehmen in einer „gesunden, marktoffensiven“ Verfassung. Huber wörtlich: „Unsere frühzeitige, strategische Weichenstellung hatte Fortune - jetzt marschieren wir voran!“



Biermischgetränke erleben ein dynamisches Wachstumstempo. VELTINS gelang es beispielsweise mit ihren Sorteninnovationen neue Zielgruppen zu erreichen. Sowohl VELTINS „V+Lemon“ als auch VELTINS „V+Cola“ konnten sich eine feste Marktposition im Wettbewerbsumfeld erobern.
Foto: „obs/Brauerei C. & A. VELTINS“

Der nordrhein-westfälische Biermarkt litt im Vergleich zu den übrigen Bundesländern deutlicher unter der abgeschwächten Konjunktur und den fehlenden Wirtschaftsperspektiven. Die Rezession in NRW, die das Bruttoinlandsprodukt um 0,3% schrumpfen lässt, führte im VELTINS-Kernmarkt zu überdurchschnittlicher Konsumzurückhaltung. So reagierte der Verbraucher preissensibler denn je und verzichtete immer öfter auf den gewohnten Markeneinkauf. Sämtliche Premium-Marken verloren im Pils-Segment-Marktanteile - wie nie zuvor erlebten billige No-Name-Produkte einen Mengenschub von 25%. Dennoch setzte die sauerländische Traditionsbrauerei auf eine klar formulierte und für den Pilsverwender sichtbare Premium-Strategie.

Starbucks

Die Starbucks-Manager haben sich in Deutschland ehrgeizige Ziele gesetzt. Allein in Frankfurt am Main soll es bis Ende 2003 10 Filialen geben. Fünf davon sind bereits gebongt. Bereits im vergangenen Jahr öffnete der Flagship-Store in der Fressgass. Dann folgte die Nummer 2 am Kaiserplatz gegenüber vom Frankfurter Hof. Nummer 3 empfängt die Gäste in der „Welle“, dem neuen Geschäfts- und Büroareal hinter der alten Oper. Im Sockel des Eurotheum-Büro- und Longstay-Hauses wird auch schon die Starbucks-Palette ausgeschenkt. Noch im Frühjahr wird im Karstadt-Kaufhaus Zeil das Jointventure zwischen Karstadt und Starbucks Realität.

Mit Wellness im Visier

Früher wurden die Bereiche Schönheit/Wellness und Hotellerie mehr oder weniger streng getrennt. Mittlerweile rückt der Markt immer näher zusammen. Und so ist es nicht verwunderlich, dass die Fachmesse Beauty International 2003 in Düsseldorf vom 28. bis 30. März besonders Interessenten aus der Hotelbranche anspricht. Waren es im Jahr 2001 rund 150 Entscheider aus der Hotellerie, die die Fachmesse für Schönheit und Wellness besuchten, verdoppelte sich deren Zahl im letzten Jahr bereits. Die Gründe für diese positive Entwicklung liegen auf der Hand: Längst hat der weltweite Wellnessboom eingesetzt. Schon Hotels im Drei-Sterne-Bereich

bieten heute vielfach Wohlfühlloasen an. „Das Thema ‚Wellness‘ gehört zu den sieben touristischen Kernkompetenzen. Freizeitforscher Horst Opaschowski spricht von einem regelrechten Wellness-Boom: „Die Zeichen stehen klar auf Wachstum“, so sein Fazit. Auf der Messe in Düsseldorf können sich die Hoteliers nun ausführlich von Fachleuten beraten lassen. Dem Thema „Wellness/Spa“ wird in diesem Jahr sogar eine eigene Sonderschau gewidmet. Insgesamt werden auf der Beauty International 2003 rund 600 Aussteller aus 25 Ländern erwartet, die circa 1.000 Marken, Produkte und Dienstleistungen präsentieren werden.

Von Messen und Marken

Die Badische Weinmesse 2003 findet am 17. und 18. Mai in Offenburg statt. Höhepunkt ist am 17. Mai ein Galaabend mit Otto Fehrenbacher vom Hotel Adler in Lahr-Reichenbach.

Das Weinhaus Wilmouth mit Sitz in Kirkel-Limbach im Saarland hat die aus zwei Weinen bestehende neue burgenländische Rotweininlinie Zantho in ihr Portefeuille aufgenommen. Im ersten „Zantho-Jahrgang“ wurden 150.000 Flaschen gefüllt.

Das Weinhaus Uhle in Schwerin hat einen neuen Sekt namens „Schweriner Edition“ auf den Markt gebracht. Der edle Tropfen wird in den Sorten Brut, Halbtrocken und Trocken angeboten.

Am 22. März wird zum ersten Mal der „Wine Award“ auf Schloss Bensberg verliehen. Den „Oskar“ für Weine gibt es in den Kategorien herausragendes Lebenswerk eines Winzers, Winzer des Jahres, und Newcomer des Jahres.

Das Deutsche Weininstitut hat ein Spargel-Wein-Probierpaket geschnürt. Der Genießer hat dabei die Wahl, ob er einen feinrassigen Silvaner probiert, einen jungen duftigen Rivaner bevorzugt, oder gar dem fruchtig-eleganten Weißburgunder den Vorzug gibt. Das Paket enthält drei mal drei Flaschen dieser Sorten und kostet 30 Euro (inkl. Versandkosten). Bestellung mit Verrechnungsscheck: Deutsches Weininstitut, Kennwort: Spargel-Classic, PF 1660, 55006 Mainz.

Die Ostmann-Gewürze haben eine neue Chili und Knoblauch Mischung auf den Markt gebracht.

