

Schwarz'sche Geschäfte

Manfred Schwarz betreibt nicht nur ein Gourmet-Restaurant in Heidelberg. Die Marke „Schwarz“ steht auch für Edelmüchen, Consulting und Catering. Ein Besuch bei einem vielbeschäftigten Mann

Es ist Mittwoch, kurz nach drei. Gerade haben die letzten Mittagstischgäste Mäntel und Schirme von der Garderobe genommen und sind, ihre Aktentaschen in der Hand, in den Fahrstuhl im zwölften Stock der Print Media Academy gestiegen.

„Um 19 Uhr erwarten wir eine Gesellschaft mit 95 Gästen“, sagt Manfred Schwarz beim Rundgang durch sein Restaurant. Schnell und konzentriert rücken die Mitarbeiter nun die Stühle und Tische in Bankettform und legen frische Tischdecken auf. Auch in der Küche wird schon wieder eifrig gewerkelt. Am Herd brät einer der Köche Jakobsmuscheln an, ein Kollege steht an einem Metalltisch und schneidet Rinderfilet in feine Streifen. An der weiß gekachelten Wand hängt ein laminiertes Ausdruck, auf dem steht: „Köche machen Frauen glücklich.“

Er kochte für Gorbatschow und die Queen

Und nicht nur die. Zumindest, wenn man den Fotos Glauben schenken darf, die in den WC-Räumen des Sterne-Restaurants hängen: Da legt Michael Gorbatschow einen Arm um Schwarz, Mario Adorf klatscht dem Koch auf dem Rücken, Michael Schumacher lächelt breit, Ferdinand Piëch eher gedankenverloren. Sie und viele mehr hat Manfred Schwarz in seiner langen Karriere schon bekocht. Bundesweit bekannt gemacht hat ihn seine Zeit im „Deidesheimer Hof“. Für den damaligen Kanzler Helmut Kohl hat er viele Staatsgäste bekocht – und damit die Leibspeise des Regierungschefs bekannt gemacht: Pfälzer Saumagen.

Sein schönstes Kocherlebnis in der Welt der Mächtigen kreist dennoch nicht um diese pfälzische Spezialität. Queen Elizabeth durfte aus



Manfred Schwarz in seinem Heidelberger Restaurant. Zum Kochen kam er durch seinen Vater, einen Mediziner, der ihm geraten hat: „Gute Ärzte gibt es viele, aber nicht viele gute Köche.“ Heute zählt der in Waiblingen geborene Koch zu den zehn besten Küchenchefs in Deutschland. Bild: Schwarz

den Töpfen des Spitzenkochs pochiertes Rinderfilet in Steinpilzsud kosten. „Ich durfte als einziger die Speise auf dem Teller anrichten, normalerweise bekommt die Königin angereicht“, erzählt Schwarz von jenem Kocherlebnis, das nicht nur wegen der Gäste ungewöhnlich war. Das Mittagessen fand auf einer Zugfahrt von Dresden nach Leipzig statt. „Die Küche im ICE war eine riesige Herausforderung“, stöhnt Schwarz. Die Entlohnung dagegen war königlich. „Nach dem Essen kam Elizabeth auf mich zu und hat gesagt, wie gut es ihr geschmeckt habe“, erzählt er.

„Schnitzelkoch wollte ich nie werden“

Auch sonst kann sich Schwarz nicht über fehlende Anerkennung beschweren. Der gebürtige Schwabe zählt zu den zehn besten Küchenchefs Deutschlands. Neben dem Michelin-Stern trägt er viele weitere Auszeichnungen, unter anderem 17 Gault-Millau-Kochmützen, den „Prix Culinaires des Regions Européennes“ und die Goldmedaille der „Olympiade der Köche“. Damit hat der Koch das erreicht, was er sich schon als Vierzehnjähriger vorgenommen hatte. Damals überraschte er seine Eltern mit einem Viergängen-Menü. „Schnitzelkoch wollte ich nie werden, sondern ganz oben mitspielen“, sagt Schwarz. Mit dem im November 2003 im Obergeschoss der Print Media Academy eröffneten Restaurant in Heidelberg ist ihm das auch räumlich gelungen. „Schauen Sie sich um“, ruft Manfred Schwarz und zeigt auf die Fenster, die vom dunklen Holzboden bis zur hellen Decke reichen. Die Gäste haben so je nach Sitzplatz das Schloss und die Altstadt, Mannheim, den Odenwald, die Pfalz oder die Bergstraße im Blick. Manchmal

reicht die Sicht auch bis Frankfurt und Karlsruhe. „Es gibt in der ganzen Region kein schöneres Restaurant.“

„Das ist kein Job für Weicheier“

Die moderne Einrichtung, die eher an eine Lounge als an ein Restaurant denken lässt, war auch einer der Gründe, weshalb sich Alexandra Gut in Heidelberg beworben hat. Seit Mitte 2008 ist sie stellvertretende Restaurantleiterin bei Schwarz. „In der Sternegastronomie ist das Ambiente ansonsten sehr steif“, sagt die junge Frau aus dem Schwarzwald, die auch schon in Berlin, dem Tessin und in Neuseeland gearbeitet hat. Nach ihrem Chef gefragt, antwortet sie: „Er weiß, was er will, und das muss dann umgesetzt werden.“ Wenn alles so laufe, wie er wolle, sei er der „liebste Mensch der Welt“. „Wenn nicht, kann er aber auch anders“, sagt Alexandra Gut und lacht. Das glaubt man seiner Angestellten aufs Wort. Schwarz, von stattlicher Größe und braun gebrannt, vermittelt den Eindruck eines tatkräftigen Menschen. Seinen Gesprächspartner lässt er kaum aus dem Blick, die Hände spielen dabei unentwegt mit dem Deckel einer Perrier-Wasserflasche.

Die Charakterisierung seiner Mitarbeiterin würde Manfred Schwarz vermutlich teilen. Er selbst bezeichnet sich mit den Adjektiven gerecht, aber auch fordernd. Doch das sei anders auch gar nicht möglich: „Wir sind kein Betrieb, in dem sich jemand verstecken kann“, sagt Schwarz, der insgesamt 25 Mitarbeiter beschäftigt. Der Ton sei wie in der Gastronomie üblich – auch schon mal rauer. „Das ist kein Job für Weicheier“, sagt Schwarz. Das Restaurant ist mittlerweile nicht die einzige Unternehmung des 53-Jährigen. So berät er andere Gastronomen, betreibt einen Cateringservice und hat mit einem Designer eine Serie „schwarz Die Küche“ ins Leben gerufen. „Das ist was für Leute, die nichts von der Stange kaufen“, sagt er über eines seiner jüngeren Pflänzchen. Doch nicht immer geht die Saat auf. Das Projekt, eine eigene Zigarrenmarke an den Markt zu bringen, hat Schwarz wieder eingestellt. Der Unternehmer betont, dass der

Kern seiner Aktivitäten aber immer das Kochen bleibe. „Daraus entwickelt sich alles andere.“ Die Frage, ob dieser Kern nicht die renditeschwächste Aktivität sei, mag er nicht mit einem einfachen Ja oder Nein beantworten: „Das Problem ist, dass das eine ohne das andere nicht funktioniert.“ Es sei jedoch kein Geheimnis, dass die Margen in der Spitzengastronomie nicht hoch seien. „Die Zutaten sind teuer und wir brauchen viel Personal“, erklärt Schwarz. Über die vom Deutschen Hotel- und Gaststättenverband für die Branche ermittelte Durchschnittsrendite von zehn Prozent mag er nur lachen. „Bei McDonalds vielleicht!“ Für die Liga, in der er spiele, gelte eine Umsatzrendite von fünf bis sechs Prozent als guter Wert. Das sei auch der eigentliche Grund für die vielen Aktivitäten rund um die Marke Schwarz. „Nur ein breit aufgestellter Gastronom kann überleben“, lautet sein Credo.

Seine Frau lernte er beim Kochkurs kennen

Die Wirtschaftskrise habe die Luft in der Spitzengastronomie zudem noch dünner gemacht. „Bei uns kommt niemand ‚von oben‘ runter, der sparen will“, sagt er. Die Umsatzrückgänge in den Gourmet-Restaurants schätzt er daher auf zehn bis fünfzehn Prozent. Neue Chancen täten sich in dieser Situation aber im Consulting auf: „Es gibt Leute, die jetzt preiswert Objekte kaufen und geschickt investieren“, sagt er. Diese hätten aber oftmals nur geringe Branchenkenntnisse und griffen dann auf Berater wie ihn zurück. So wird er auch in der schwersten Finanz- und Wirtschaftskrise genug zu tun haben. Zu seinen Hobbys Golfen und Motorradfahren kommt er bei einem Arbeitstag, der in der Regel von 9 Uhr morgens bis Mitternacht dauert, nur selten. Zu Hause sind seine Kochkünste übrigens nicht gefragt. „Da kocht immer meine Frau“, sagt er. Der Hausherr sei dagegen für die Getränke zuständig. Mit dieser Rollenverteilung kann der Unternehmer gut leben: „Meine Frau kocht sehr gut.“ Verwunderlich ist das nicht. Sie hat bei Manfred Schwarz einmal einen Kochkurs besucht, ihn so kennengelernt – und dann geheiratet. Köche machen eben manchmal glücklich.

Matthias Schmitt



Sie ist dem Krebs auf der Spur.

Therapie mit Antikörpern – nur eine von vielen guten Ideen, um Krebs gezielt und wirksam zu behandeln.

Unsere Innovationen helfen Millionen Menschen, indem sie Leid lindern und Lebensqualität verbessern. Wir geben Hoffnung.

www.roche.de



Innovation für die Gesundheit