

## Weg vom Gyros-Image

VON INGO LANG, 05.07.06, 07:12h

**Lohmar** - Freudentaumel nach dem Sieg. Die griechische Fußballnationalmannschaft hat den Pokal und ihren gefeierten Trainer Otto Rehagel in der Mitte und jubelt. „Ein Beispiel einer erfolgreichen Zusammenarbeit“ titelt der Deutsche Hotel- und Gaststättenverband (DEHOGA) zu diesem Foto, mit dem sein nordrhein-westfälischer Landesverband für die Vertiefung der deutsch-griechischen Gastro-Freundschaft wirbt. Konkreter: Der DEHOGA und die Deutsch-Hellenische Wirtschaftsvereinigung (DHW) wollen zwecks Qualitätsoffensive kooperieren. Das Abkommen dazu unterzeichneten DEHOGA-Landesvorsitzender Helmut Otto und DHW-Vorsitzender Jorgo Chatzimarkakis. Letzterer ist außerdem Europaabgeordneter und FDP-Generalsekretär im Saarland.

Dass hinter der Initiative Geschäftsinteressen stehen, mag niemand verhehlen. Immerhin: In NRW gibt es 44 000 Konzessionsbetriebe, davon 38 000 Gaststätten, 4500 Hotels und 1500 Kantinen und Caterer. Die Hälfte von ihnen betreiben laut Verband ausländische Gastronomen. Größte Gruppe der selbständigen Ausländer seien die Griechen. Was die Verbindung der Gastronomen mit der seit 1993 existierenden DHW nahe legte.

Griechische Küche soll sich nicht länger nur in der Zubereitung von Gyros, Tsatsiki und Moussaka niederschlagen, sondern demonstrieren, was hellenische Köche sonst noch draufhaben können. Zum Beispiel die „Kreta-Diät“, wirbt Chatzimarkakis für die offensichtlich gesunde Kost dieser Insel. Dank fleischarmer, ballaststoffreicher Ernährung, deren Bestandteil gutes Olivenöl sei, würden die Menschen dort sehr alt.

Der Begriff „Diät“ sei etwas irreführend, räumt er ein. Denn es gehe um die kretische Ernährung, nicht um Tipps zum Abnehmen. Aber Starköche und Kardiologen, die Bücher über die heilsame Wirkung der kretischen Küche verfassten, hätten werbewirksam „Diät“ getitelt. Abseits davon wollen DEHOGA und DHW ein „Qualitätssiegel“ etwa für „griechisch-mediterrane Küche“ einführen, wollen die griechischen Erzeuger und Bauern besser als bisher in Szene setzen. Dafür soll Personal geschult, die Handelsbeziehungen vertieft und der Speisekanon aufgewertet werden.

Bis es erste griechische Sterne-Lokale gebe, würden sicher noch drei Jahre vergehen, meint Chatzimarkakis und korrigiert sich: „Eher noch fünf“.

<http://www.ksta.de/jks/artikel.jsp?id=1149702711303>

**FENSTER SCHLIESSEN**