

André Karpinski, 32, aus Köln inszeniert Buffets mit „Motto-Catering“ als amüsanter Erlebnis

Der Italien-Stiefel, Justitias Waage oder Vampire zum Aufessen

Von Gisela Siebert

Sie ist längst nicht mehr so hektisch, wie Reinhard Mey sie besungen hat, die Schlacht am kalten Buffet. „Es wird entschieden weniger gegessen und getrunken“, hat André Karpinski beobachtet, der in Köln Mahlzeiten für alle Gelegenheiten liefert und dabei mit einer Spezialsparte besonders erfolgreich Appetit macht: mit „Motto-Catering“. Anlaßbezogen tafelt er Verpflegung auf – das meint das englische Wort Catering. Zur Eröffnung einer Anwaltskanzlei servierte er Justitias Waage, für die Fete in der Kunstgalerie Kanapes à la Miro, für ein Fantasy-Filmfestival den Vampir samt Sarg – alles zum Verzehr bestimmt.

Köln ist ein gutes Pflaster für seine Art von Essen auf Rädern, erzählt der 32-jährige, der einmal ganz andere Pläne hatte. André Karpinski ist in Köln geboren und hat hier Abitur gemacht. Betriebswirtschaft, Marketing und Psychologie wollte er eigentlich studieren, Berufsziel Werbepsychologe.

Schon als Schüler allerdings hatte er beim Jobben in Restaurantküchen Witterung in eine andere Richtung aufgenommen. Als er nicht postwendend einen Studienplatz bekam, schaltete der Abiturient flugs auf eine Kochlehre um. Im Kölner „La Petite“ fand er in Peter Dirling einen Lehrmeister, der ihm über die Herdplatten hinaus Lust aufs Kreative vermittelte. Gemeinsam mit einem Fotostudio hatte der Restaurantchef sich auf „Food-Styling“ spezialisiert – jenes Handwerk, das für die bunten Hochglanzfotos in Kochbüchern und Zeitschriften unverzichtbar ist. Fürs edle Druckprodukt müssen Kochkreationen auf ausgesuchtem Geschirr mit originellem Beiwerk arrangiert werden. Lehrling André durfte bei solchen Aufträgen mitwirken, entwickelte rasch Ehrgeiz auf eigene Inszenierungen.

Da traf es sich gut, daß während einer Anuga der kalifornische Sun-Flower-Verband, der alle Welt für Sonnenblumenkerne erwärmen will, ein Buffet in Auftrag gab. „Die hatten an die üblichen Lachs-Kanapes gedacht“, erinnert sich Karpinski. Er schlug vor, Pfiffigeres zu kreieren.

Mit Sonnenblumen-Pizzen und Biskuihtütchen mit Sonnenblumenkernen überzeugte der Noch-Azubi so sehr, daß am Nebenstand die Tiroler Seeländer ihn gleich für eine Kiwi-Präsentation engagierten. „Und bei der nächsten Anuga, zwei Jahre später, konnte ich dann gleich mit fünf neuen Aufträgen starten“, würdigt Karpinski die Bedeutung der Mund-zu-Mund-Propaganda in seinem Gewerbe.

Bis zum Abschluß der Kochlehre hatte Karpinski für seinen Nebenberufsjob in den Küchen befreundeter Gastronomen gewerkelt. Nach

der bestandenen Prüfung stürzte er sich in die Selbständigkeit und übernahm einen Käseladen Auf dem Berlich, dessen Sortiment er auf Feinkost ausweitete. Noch wichtiger war ihm die angeschlossene Küche, in der er seinen Party-Service etablierte. „Da reichte allerdings bald der Platz nicht aus“, erzählt der Jungunternehmer, der schließlich vor zwei Jahren in Ehrenfeld eine große Küche mit 300 Quadratmeter Lagerhalle für Kühlanlagen kaufte.

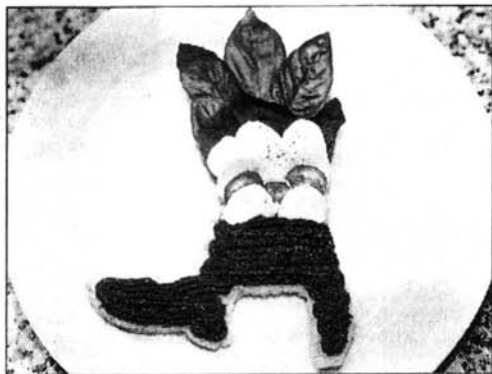
Mit zwölf Angestellten führt er dort seine Firma, deren Namen „Kaiserschote“ auf frische Ideen verweisen soll. Mitengagiert ist seit zwei Jahren Freundin Cymin Rezazadeh. „Sie ist Deutsche mit persischem Vater“, lacht er, wenn er den Namen buchstabiert. „Unser Unternehmen läuft gut“, verkündet Karpinski stolz. Gerade als Film- und Medienstadt sei Köln ein guter Markt für Caterer. „Es gibt viele Produktionen, für die das Essen angeliefert werden muß.“



Erlebnis-Gastronomie bietet André Karpinski mit seinem Unternehmen „Kaiserschote“ an. An Ideen mangelt es dem verhinderten Werbepsychologen nie. Fotos: Gauger



Für Fantasy-Filmfans schuf Karpinski Frischkäse-Alliens (l.), für italienische Rezeptvorschläge den Stiefel in den Landesfarben.



Für die „Lindenstraße“, Shows von Jürgen von der Lippe oder die 100. WDR-Sendung von „Zimmer frei“ lieferte das Ehrenfelder Unternehmen die Stärkung.

Allerdings ist die „Kaiserschote“ keineswegs konkurrenzlos, und professionelle Auftraggeber sind zunehmend knickiger: „Die spielen Lieferanten erbarmungslos gegeneinander aus.“ Gut, wenn man sich

GESICHTER AUS DEM RHEINLAND

also mit Originellem einen Namen gemacht hat. Weil man Phantasievolles von ihm erwartete, durfte Karpinski beispielsweise Fantasy-Filmfans füttern. Da gab's dann die grün-äugigen (Pistazien) Frischkäse-Alliens, den Vampir mit Nori(Seetang)-

Flügeln über dem aus Käse und Brot geschichteten Sarg.

Nach der Premiere von „Toy Story“, des ersten komplett computeranimierten Films im Mediapark, sollte Luxus-Fast-food 500 Besuchern den Wiedereintritt in der virtuellen in die reale Welt erleichtern. Der Caterer wartete mit Kaviar und Lachs auf, „aber wir haben auch eine kulinarische ‚Toys factory‘ nachempfunden und vor den Augen der Gäste Figuren aus dem Film nachgearbeitet.“ Lauch und Cocktailtomaten, dazu der für Food-Skulpturen ergiebige, weil sanft formbare Mozzarella waren die Materialien. Der weiße Käse war auch idealer Bestandteil für einen italienischen Sandwich-Stiefel, den eine Zeitschrift für eine Story über „Schnittchen ohne Grenzen“ geordert hatte. Mit Tatar und Basilikum markierte das bleiche Milchprodukt die Nationalfarben.

„Natürlich kann man nicht immer nur spielen“, beschreibt André Kar-

pinski die Grenzen von Schnickschnack am Buffet, „aber wir wollen grundsätzlich über die übliche kalte Platte hinausgehen und uns dem Ambiente Angemessenes einfallen lassen.“

Auch beim Essen und Trinken gibt's Moden und Trends: „Italienische Buffets sind im Moment eher Ausläufer. Mexikanisches ist noch in, aber immer mehr Leute wollen asiatisch essen.“ Die Globalisierung am Buffet ist unaufhaltsam, eine australische Welle rollt auf uns zu. Känguruh wird wohl nicht der Favorit auf deutschen Buffets werden, auf Straußenfilet setzt Karpinski schon eher. Das hat er längst – durchweg von deutschen Farmen – in seinem Restaurant auf der Karte, das seit Oktober am Kölner Friesenwall etabliert ist und ebenfalls „Kaiserschote“ heißt. Das Lokal soll Visitenkarte für seine Dienstleistung frei Haus sein: „Hier kann jeder testen, ob ihm schmeckt, was wir servieren – offiziell oder inkognito.“