

Unter den Reiseveranstaltern gibt es nicht nur die bekannten Player wie TUI & Co., sondern auch etliche kleinere Unternehmen, die in Nischen tätig sind. Die Genusswelten S.L. von Holger Lüttgen (52) mit Büros in Palma und Köln ist so ein Veranstalter. Lüttgen will „Lebensfreude und Genuss erlebbar machen“ und konzipiert individuelle Reisen für Firmen und Privatleute – unter anderem nach Mallorca. Ein Schwerpunkt auf diesen Reisen ist die Gastronomie.

Mallorca Magazin: Auf Ihrer Visitenkarte steht Genuss-Manager. Warum brauchen wir den? Finden die Mallorca-Besucher nicht allein ins Restaurant?

Holger Lüttgen: Die finden schon ins Restaurant. Die Frage ist nur: in welches? Ich will Lebensfreude und Genuss vermitteln. Dazu

„

„Eine Fahrt mit dem Roten Blitz ist Entschleunigung pur“

gehört auch, den Gästen ein gutes Restaurant zu zeigen.

MM: Was gehört noch zu einem genussvollen Urlaub?

Lüttgen: Das kommt ganz auf die persönlichen Vorlieben an. Ich kann am Pool liegen und ein gutes Buch lesen. Der andere will den ganzen Tag Golf spielen oder auf dem Wasser sein. Oben drauf kommt dann aber immer noch gutes Essen und guter Wein.

MM: Was geht auf Mallorca besonders gut?

Lüttgen: Was immer geht, ist eine Tapas-Tour oder der Besuch eines Tapas-Restaurants. Gut nachgefragt sind auch kulinarische Inselrundreisen, Bodega-Besichtigungen und individuelle Stadtführungen. Nicht vergessen sollte man Klassiker wie die Fahrt mit dem Roten Blitz – das ist Entschleunigung pur.

MM: Welches sind denn die Gastro-Highlights auf Mallorca?

Lüttgen: Wer sich für Kulinarik interessiert, wird den einen oder anderen Sternekoch besuchen, erst recht im Urlaub, wo das



„Tapas geht immer“

Der „Genuss-Manager“ Holger Lüttgen über das kulinarische Angebot Mallorcas, die Bedeutung der Sterne und brummliges Personal am Airport



„Ich will Lebensfreude und Genuss vermitteln“: Holger Lüttgen.

Geld etwas lockerer sitzt.

MM: Michelin hat noch nicht ausgedient?

Lüttgen: Nein. Der Stern ist nach wie vor öffentlichkeitswirksam. Für mich persönlich hat er aber nur bedingt Bedeutung. Mich freut allerdings, dass mit dem „Simply Fosh“ zuletzt ein Restaurant ausgezeichnet wurde, das auf Schischi verzichtet. Eine gute Entwicklung. In dieser Kategorie kenne ich auf Mallorca noch einige weitere Sterne-Kandidaten...

MM: Was fehlt auf Mallorca?

Lüttgen: Eine nachhaltige Politik, die über die Wahlperiode hinausgeht.

MM: Was hat das mit Ihrem Geschäft zu tun?

Lüttgen: Das hat etwas mit Tourismus zu tun. Hier fehlt ein Alleinstellungsmerkmal. Aber durch die

ständigen Wechsel kann es keinen roten Faden in der Tourismuspolitik geben. Beispiel Umwelt: Warum ist Mallorca nicht längst führend in der Elektromobilität?

MM: Die Frage nach den Manos zielt eigentlich auf das Kulinarische.

Lüttgen: Bis auf Trüffel suchen und Champagner herstellen kann ich hier alles erleben. Gin, Salz, Orangen, Öl ... Mallorca hat genuss technisch alles, was man braucht. Dazu Naturgenuss ohne Ende.

MM: Sie kennen die Gastro-Branche der Insel genau. Wie schätzen Sie das Preis-Leistungsverhältnis ein?

Lüttgen: Als insgesamt stimmig, auch im internationalen Vergleich.

MM: Und wie steht es mit Freundlichkeit und Service?

Tapas-Touren und individuelle Stadtrundgänge kommen bei der Klientel von Lüttgen gut an.

Lüttgen: Auch in Ordnung, obwohl es hin und wieder einen Aussetzer geben mag. Was mich etwas stört, ist das zuweilen „brummlige“ Personal am Flughafen. Man sollte nicht vergessen: Dieser Eindruck ist der letzte, den der Gast mitnimmt.

MM: Mallorcas Weine haben, vor allem im Vergleich zu Tropfen vom Festland, den Ruf, teuer zu sein. Berechtigterweise?

Lüttgen: Festlandsweine sind in der Tat preiswerter. Die Frage ist doch: Was bekomme ich? Auf Mallorca ein inseltypisches Produkt aus überwiegend kleinen

„

„Mallorca hat genuss technisch alles, was man braucht“

Bodegas, die viel Handarbeit einsetzen. Wer Spaß am Wein und am Probieren hat, gibt dafür etwas mehr aus. Es ist aber auch kein Muss – ich habe nichts gegen Weine vom Festland.

MM: Ihre persönlichen Vorlieben: zuerst ein Restaurant.

Lüttgen: Eines mit viel Atmosphäre, Terrasse, Meerblick, frischem Essen, gutem Wein und einem sehr persönlichen Touch, etwa das Agapanto in Port de Sóller oder das Mirador de Cabrera bei Cala Pi.

MM: Ein Produkt.

Lüttgen: Vielleicht ein Fleur de Sal – aus Mallorca! –, in unterschiedlichen Geschmackskomponenten.

MM: Und noch einen Wein.

Lüttgen: Oh, da gibt's viele. Da ich mich an Marketing-Produkten erfreue, sage ich einfach mal: die deutsch-mallorquinische Cuvée von Armero Adrover und Christoph Hamel. Oder die Produkte des „weinverrückten Rebendoktors“ Miquel Gelabert. Oder...

Die Fragen stellte Bernd Jögalla