

SEBASTIAN SPÄTH: „ICH WILL DEN KULINARISCHEN JOURNALISMUS INKLUSIVER GESTALTEN“

5 Fragen nach 100 Tagen

Sebastian Späth ist Chefredakteur bei „Falstaff“. Nach 100 Tagen im Job zieht er bei MEEDIA eine erste Bilanz. Dabei geht es unter anderem um die inhaltliche Weiterentwicklung des Digitalangebots und warum Späth die „Genusswelt“ allen zugänglich machen will.

Bei 5 Fragen nach 100 Tagen fragen wir Persönlichkeiten aus der Branche, wie sie sich im neuen Job eingelebt haben. In dieser Ausgabe: Sebastian Späth, seit April 2023 Chefredakteur von „Falstaff Deutschland“. Zuvor war er rund ein Jahr Redakteur beim „Spiegel“, wo er für den Bereich „Stil“ zuständig war.

Wie sind Ihre Eindrücke vom neuen Verantwortungsbereich?

Meine ersten 100 Tage als Chefredakteur waren geprägt von kulinarischen Großereignissen. Im TV präsentieren sich Köchinnen und Köche oftmals als Entertainer - manche mehr, manche weniger plump -, um sich einer möglichst großen Masse anzubiedern. Ich konnte seit Amtsantritt von vielen ganz andere Facetten kennenlernen. Die meisten sind komplexe, einfühlsame, extrem tiefgründige Charaktere, die auch die kritikwürdige Arbeitskultur in der Gastronomie reflektieren. „Falstaff“ bringt diese Vielschichtigkeit zum Vorschein.

Was konnten Sie in den ersten 100 Tagen bereits erfolgreich umsetzen, was gelang nicht?

Als meine größte Aufgabe betrachte ich aktuell die inhaltliche Weiterentwicklung unseres Digitalangebots. In der Vergangenheit wurden auf Falstaff.com hauptsächlich Gastro-News ausgespielt. Schnelle Meldungen darüber, wo ein neuer Laden öffnet und wo ein anderer schließt, welcher Koch wohin wechselt und welches Finanzamt gerade hinter wem her ist. Die Vormachtstellung, die unsere Redaktion sich in diesem Bereich aufgebaut hat, will ich weiter ausbauen und in puncto Schnelligkeit und Exklusivität zusätzlich steigern.

An welchen Themen arbeiten Sie momentan?

Leider bedarf Geschlechterparität an vielen Stellen noch der Nachhilfe. Erfreulicherweise konnte ich das Team unserer jährlich erscheinenden Bar- und Restaurant-Guides inzwischen mit talentierten Schreiberinnen verstärken, wie zuvor auch unser Team für die Restaurantkritiken im



Print-Magazin. Die „Falstaff“-Community darf sich außerdem auf einen „Falstaff“-Podcast aus Deutschland freuen.

Welche Aufgabe sehen Sie langfristig als Ihre größten Herausforderungen?

Schlank zu bleiben, denn die Zahl meiner Restaurantbesuche hat berufsbedingt erheblich zugenommen. Auf lange Sicht will ich den kulinarischen Journalismus gemeinsam mit meinen Redakteuren Anna Wender und Moritz Hackl inklusiver gestalten, ohne den hohen Qualitätsanspruch aufzugeben, für den „Falstaff“ steht. Denn Genussbericht-erstattung sollte meiner Meinung nach nicht allein Menschen vorbehalten sein, die sich ein Dinner im Drei-Sterne-Restaurant leisten können.

Was war Ihre wichtigste neue Erkenntnis?

Von meinen bisherigen Stationen war ich es gewohnt, dass immer mehr Menschen mir als Journalist mit Skepsis, im Extremfall sogar mit Ablehnung begegnen. Bei „Falstaff“ ist das anders. Bisher traf ich nur Leserinnen und Leser, die ausschließlich Positives mit der Marke verbinden. —