

Die Wurzeln des Barbecues

Wie indigene Völker der Karibik die amerikanische Grillkultur prägten

Wenn wir heute an ein klassisches US-amerikanisches Barbecue denken – an rauchige Rippchen, langsam gegartes Fleisch und geselliges Beisammensein unter freiem Himmel –, kommen uns oft Bilder von texanischen Ranches oder Hinterhöfen im Mittleren Westen in den Sinn. Doch die Ursprünge dieser weltweit beliebten Zubereitungsmethode liegen tausende Kilometer südlich: in der Karibik. Der Weg des Barbecues von den Stränden der Karibik bis auf die Teller der USA ist eine Geschichte von kulturellem Austausch, Überlebensstrategien und kulinarischer Innovation.

Der „Barbacoa“: Mehr als nur eine Methode

Das Wort „Barbecue“ selbst ist ein linguistisches Denkmal, das direkt auf die indigenen Völker der Region zurückgeht, insbesondere auf die Taíno, die Ureinwohner der Großen Antillen (heute Kuba, Hispaniola, Puerto Rico und Jamaika).

Die Taíno nutzten eine spezielle Konstruktion, den „Barbacoa“. Dabei handelte es sich um ein hölzernes Gestell aus grünen Zweigen, das über einem kontrollierten Feuer errichtet wurde. Der Zweck war zweigeteilt:

1. **Haltbarmachung:** Das Fleisch wurde durch den Rauch konserviert und gleichzeitig vor Insekten und Tieren geschützt.
2. **Garmethode:** Durch die Distanz zum Feuer wurde das Fleisch über Stunden hinweg langsam gegart, was es zart machte und den rauchigen Geschmack annahm.



Die Ankunft in den Kolonien

Als die spanischen Konquistadoren im späten 15. und 16. Jahrhundert in die Karibik kamen, beobachteten sie diese Technik. Sie übernahmen das Wort Barbacoa in ihren Sprachgebrauch. Über den Seeweg verbreitete sich der Begriff und die damit verbundene Technik schließlich auf das nordamerikanische Festland.

In den südlichen Bundesstaaten der USA – insbesondere in Florida, Georgia und den Carolinas – traf diese Methode auf lokale Gegebenheiten. Die frühen europäischen Siedler adaptierten das Prinzip des langsamen Garens über offenem Feuer, um das in den Wäldern gejagte Wild (oft Schweine, die durch die Spanier eingeführt worden waren) zuzubereiten.

Die Verschmelzung der Kulturen

Während die technische Basis der „Barbacoa“ erhalten blieb, verwandelte sich das Barbecue in den USA durch den Einfluss verschiedener Kulturen in das, was wir heute kennen.

- **Indigene Techniken:** Das Grundprinzip des indirekten Garens bei niedriger Hitze über Holzfeuer blieb der Kern der Methode.
- **Afrikanische Einflüsse:** Verschleppte Menschen aus Westafrika brachten ihre eigenen Grilltraditionen und ein tiefes Wissen über das Würzen von Fleisch mit ein. Diese Kombination aus indigenem Räuchern und afrikanischer Gewürzkultur bildete das Fundament für die komplexen Marinaden und Saucen des heutigen US-BBQs.

Weiterlesen Seite 2

Die spoga+gafa 2026

Advertorial

Die Garten- und BBQ-Leitmessen im spannenden Umbruch.

Seite 3

Claudia Maurer

Exklusiv-Interview

„Das Geschäft beginnt nicht erst 2027“ – spoga+gafa-Director im Interview.

Seite 4

Klaus Grillt

Exklusiv-Interview

Ohne Rauch, aber mit viel Humor auf der Comedy-Bühne.

Seite 6

- Europäische Anpassung: Die Amerikaner begannen, Saucen auf Basis von Essig, Tomaten oder Senf zu entwickeln, die das rauchige Fleisch perfekt ergänzten.

Ein Erbe, das weiterlebt

Es ist wichtig zu erkennen, dass das Barbecue keine Erfindung ist, die in einem Vakuum entstand. Es ist ein direktes Erbe der **Taíno**. Ihre Innovation, Fleisch nicht einfach nur zu braten, sondern es durch Rauch und Zeit zu transformieren, hat eine ganze kulinarische Identität geprägt.

Wenn Sie also das nächste Mal vor einem Smoker stehen oder den Duft von Hickory-Holz in der Luft wahrnehmen, denken Sie an die **Taíno** in der Karibik. Was als praktische Notwendigkeit begann, um Fleisch in einem feuchten, tropischen Klima haltbar zu machen, ist heute eines der stärksten Symbole der amerikanischen Gastronomie.

Die Geschichte des Barbecues erinnert uns daran, wie tief die Wurzeln unserer modernen Kultur oft in den indigenen Traditionen liegen, die wir heute – vielleicht unbewusst – in unserem Alltag weiterführen.

Die Welt ist dein Grillplatz

Die besten „Grills to go“ für Genießer

Gibt es etwas Schöneres, als den Duft von frisch gegrilltem Fleisch, knackigem Gemüse und rauchigen Aromen inmitten der Natur zu genießen? Egal, ob beim entspannten Picknick am See, beim spontanen Camping-Abenteuer oder als kulinarisches Highlight nach einer langen Fahrradtour – das Grillen ist längst nicht mehr an den heimischen Garten gebunden. Doch der Weg zum perfekten Outdoor-BBQ war lange Zeit geprägt von schweren, unhandlichen Geräten oder instabilen Einweglösungen, die den Genuss eher trüben als fördern.

Zum Glück hat sich die Grill-Technologie für unterwegs in den letzten Jahren rasant weiterentwickelt. Hochwertige Materialien wie massiver Edelstahl, durchdachte Klappmechanismen und echte Grill-Performance – früher nur bei stationären Geräten zu finden – ziehen nun in Rucksäcke und Kofferräume ein. Doch welcher „Grill to go“ hält wirklich, was er verspricht? Brauchen Sie ein mobiles Kraftpaket mit zwei Brennern oder reicht ein minimalistischer Faltgrill für das nächste Abenteuer?

In diesem Artikel stellen wir Ihnen die 10 besten Grillbegleiter vor, die keine Kompromisse bei Geschmack und Handhabung eingehen. Von Profi-Modellen für anspruchsvolle Griller bis hin zu ultrakompakten Lösungen für Minimalisten finden Sie hier das passende Setup für Ihre nächste Tour. Packen Sie die Grillzange ein – es ist Zeit für BBQ, wo immer Sie wollen!

Heutzutage kein Problem mehr.

Einschätzung der Kategorien

• Für den „Profi“ auf Reisen

Wenn es um echte Performance (Temperaturkontrolle, indirektes Grillen) geht, sind der Napoleon TravelQ PRO285 und der Enders Urban II die erste Wahl. Sie bieten fast die Funktionalität eines „großen“ Gasgrills in einem mobilen Format.

• Für Minimalisten & Outdoor-Enthusiasten

Der Skotti Grill bleibt durch seine unschlagbaren Packmaße (flacher als ein Laptop) und die hohe Wertigkeit der Standard für unterwegs. Der Fennek ist die robustere, „unkaputtbare“ Alternative aus Edelstahl.

• Für das Camp-Kitchen Setup

Der Cadac Safari Chef ist kein reiner Grill, sondern eine mobile Outdoor-Küche. Für jemanden, der auch mal eine Pfanne nutzen oder Pizza backen will, ist die Vielseitigkeit ungeschlagen.

Ein kleiner Hinweis aus der aktuellen Szene

Achte bei den Gas-Modellen darauf, ob sie für den direkten Anschluss an den Gasdruckregler deines Wohnmobils (oft 30 mbar) oder für Gaskartuschen (meist 50 mbar) ausgelegt sind. Die meisten Hersteller bieten hier unterschiedliche Versionen an.

	Typ	Highlight
1. Skotti Grill	Gas / Faltbar	Der Pionier unter den Steckgrills; extrem flach verpackbar, massiver Edelstahl.
2. Napoleon TravelQ PRO285	Gas	Echter „BBQ-Grill“ mit zwei Brennern, Gusseisen-Rost und hohem Deckel.
3. Enders Urban II	Gas	Multifunktionales Multitalent (Grillen, Kochen, Backen), 2 Brenner.
4. Weber Go-Anywhere	Kohle	Klassiker; kompakt, rechteckig und ideal für indirektes Grillen durch Deckel.
5. Fennek 2.0 / Klappgrill	Kohle	„Made in Germany“, extrem robust, in Sekunden einsatzbereit, sehr langlebig.
6. Cadac Safari Chef 30	Gas	Vielseitigkeits-König: Griddle, Wok, Rost und Kocher in einem.
7. Nomadiq Gasgrill 3.0	Gas	Klappbar wie ein Koffer, zwei separat regelbare Zonen, sehr modern.
8. Cobb Premier Air Deluxe	Kohle	Sicher (Außenseite wird nicht heiß), sehr effizient mit Briketts.
9. Knister Grill Premium	Kohle	„Längenverstellbar“, einfache Montage am Fahrradlenker möglich.
10. Petromax Atago	Holzkohle / Feuer	Extrem vielseitig (Grill, Ofen, Herd, Feuerschale), absolut unverwundlich.

Zwischen Tradition und Transformation

Die spoga+gafa 2026

Wenn sich Ende Juni die Tore der Koelnmesse zur spoga+gafa 2026 öffnen, steht die Branche an einer spannenden Schwelle. Als führende Fachmesse für Gartenlifestyle und BBQ hat sich das Event weiterentwickelt – und genau hier liegt der Kern, der die diesjährige Messe so bemerkenswert macht.

BBQ als Herzstück: Die Rückkehr zu den Emotionen

Lange Zeit war der BBQ-Bereich auf Messen vor allem eine reine Materialschau: Leistung in Kilowatt, Grillfläche in Quadratzentimetern, Preis in Euro. Doch die spoga+gafa 2026 setzt ein deutliches Zeichen für eine Rückkehr zu den Emotionen. Das Grillen ist kein funktionaler Akt der Nahrungszubereitung mehr; es ist ein Lifestyle. Die Messe trägt diesem Wandel Rechnung, indem sie BBQ stärker als je zuvor mit dem „Outdoor Adventure“-Gedanken verzahnt. Es geht nicht mehr nur um den Grill, sondern um das Erlebnis am Feuer, das Gemeinschaftsgefühl und die Inszenierung. Hersteller wie Blackstone, Enders, Petromax oder Gozney präsentieren ihre Produkte nicht mehr nur in sterilen Reihen, sondern in Nutzungsszenarien, die das „Draußen-sein“ spürbar machen.

Programm, das den Namen verdient

Ein absolutes Highlight ist in diesem Jahr das hochwertige Bühnenprogramm. Die neue Pitmaster Stage ist hierbei weit mehr als ein nettes Beiwerk. Mit bekannten Gesichtern aus der BBQ-Szene – von der Sauerländer BBCrew bis hin zu Profis wie Dirk Ludwig und Klaus Breinig – wird die Bühne zum Wissenshub und zur Unterhaltungszentrale.



© Koelnmesse GmbH

Dass hier nicht nur „Showgrillen“ stattfindet, sondern echte Kompetenz vermittelt wird, zeigt die Ausrichtung der Formate: In den „BBQ Singles“ und „BBQ Doubles“ wird das Handwerk seziert, von der Technik bis zum perfekten Timing. Wer den Handel



© Koelnmesse GmbH

davon überzeugen will, dass BBQ der Umsatzbringer der Zukunft ist, muss zeigen, wie man Sortimente „emotional inszeniert“ – und genau diesen Beweis liefert die diesjährige spoga+gafa ab.

Der Zeitfaktor: Abschied vom Juni, Aufbruch in den September

Natürlich bleibt ein kritischer Blick auf den Termin der Messe nicht aus. Der diesjährige Termin vom 22. bis 24. Juni liegt mitten in der Hochsaison, in der viele Fachbesucherinnen und Fachbesucher eigentlich in ihrem Tagesgeschäft gebunden sind.

Doch die Messeleitung hat auf die Signale aus der Industrie gehört. Der Wechsel ab 2027 in den September (startend mit dem 07.–09.09.2027) ist eine mutige und notwendige Entscheidung. Warum? Weil er die strategische Logik des Fachhandels widerspiegelt. Wenn im September die Grillsaison ausklingt, liegen die echten Marktdaten auf dem Tisch. Hersteller und Händler können dann auf Basis valider Trends planen, anstatt auf die „nächste große Welle“ zu spekulieren.

Die spoga+gafa 2026 ist eine Messe im Übergang. Sie bewahrt ihre Stärken als Ort der Begegnung, während sie sich gleichzeitig für eine datengetriebene und emotionalere Zukunft rüstet. Dass sie das BBQ-Thema konsequent vom „Gartengerät“ zum „Lebensgefühl“ hebt, ist der richtige Weg, um die Relevanz der Messe langfristig zu sichern. Der kommende Wechsel in den September mag für einige eine Umstellung bedeuten, ist aber das wohl stärkste Versprechen der Koelnmesse an die Professionalität und Zukunftsfähigkeit ihrer Aussteller und Besucherinnen und Besucher.



© Koelnmesse GmbH

Von Ralf Mechlinski

Das Geschäft beginnt nicht erst 2027

Claudia Maurer im Exklusiv-Interview über die strategische Neuausrichtung der spoga+gafa

Die Nachricht schlug hohe Wellen in der grünen Branche und der BBQ-Welt: Ab 2027 kehrt die spoga+gafa dauerhaft von ihrem Frühsommer-Termin in den traditionellen September zurück. Doch bevor der große Umbruch ansteht, öffnet die weltweite Leitmesse vom 22. bis 24. Juni 2026 in Köln ihre Tore unter dem zukunftsweisenden Motto „growing forward“. Grill-Post-Herausgeber Ralf Mechlinski sprach exklusiv mit Claudia Maurer, Director der spoga+gafa, über das konkrete Feedback der Aussteller, die Herausforderung, eine Messe im Übergang zu moderieren, und über neue Erlebniskonzepte wie den „Flavour Market“.

Ralf Mechlinski: Frau Maurer, die Verlegung der spoga+gafa in den Juni wurde damals als Reaktion auf veränderte Orderzyklen eingeführt. In den letzten Jahren zeigte sich jedoch zunehmend, dass der Termin mitten in die laufende Hochsaison und die Kern-Betriebszeit von Handel und Industrie fällt. Welches konkrete Feedback der Aussteller – insbesondere aus der BBQ- und Gartenmöbel-Branche – hat letztlich den Ausschlag gegeben, diesen Schritt noch einmal grundlegend zu überdenken?

Claudia Maurer: Wie Sie in der Fragestellung schon erwähnen, wurde auch uns in vielen Gesprächen mit Ausstellern, Verbänden und Handelspartnern deutlich, dass der Juni-Termin zunehmend mit der wichtigsten Verkaufs- und Betriebsphase einiger Branchen kollidiert. Gerade (Fach-) Handelsunternehmen und Besuchende aus den Bereichen BBQ und Outdoor-Living wünschten sich einen Zeitpunkt außerhalb der laufenden Saison. Diese Einschätzung wurde auch von unseren Partnerverbänden wie dem IVG, dem BHB, dem VDG sowie internationalen Netzwerken wie EDRA/GHIN und EFSA geteilt. Der September-Termin trägt den Entwicklungen der Branche Rechnung und stärkt die Relevanz der spoga+gafa als internationale Business- und Networkingplattform.

RM: Die diesjährige Messe findet vom 22. bis 24. Juni noch plangemäß im Frühsommer statt, während die strategische Neuausrichtung für 2027 bereits verkündet ist. Wie schwer ist es, die spoga+gafa 2026 unter dem neuen Konzept „growing forward“ zu moderieren, wenn die gesamte Branche gedanklich schon im Umbruch steckt? Mit welchen Argumenten überzeugen Sie die Aussteller, dass der diesjährige Juni-Termin trotz der bevorstehenden Änderung volle Priorität verdient?

Maurer: Ich sehe hier keinen Widerspruch. Die spoga+gafa 2026 steht ganz im Zeichen von „growing forward“ und zeigt bereits, wie wir die Messe gemeinsam mit der Branche weiterentwickeln. Mit neuen Formaten wie dem Digital Garden, Outdoor Adventure oder dem Garden Sourcing Hub setzen wir wichtige inhaltliche Impulse und schaffen zusätzlichen Mehrwert für Aussteller und Besuchende. Dabei bleibt die spoga+gafa 2026 die weltweit größte Businessplattform für Gartenlifestyle und BBQ. Hier treffen sich die relevanten internationalen



© Koelnmesse GmbH, Hanne Engwald

„Unsere Aussteller wissen, dass das Geschäft nicht erst 2027 beginnt. Die Kontakte, Gespräche und Projekte, die in diesem Jahr entstehen, bilden die Grundlage für zukünftige Erfolge.“

— Claudia Maurer

Marktteilnehmer, hier werden Geschäfte angebahnt und Trends diskutiert. Für unsere Aussteller bietet die Messe damit schon heute die Reichweite und Sichtbarkeit, die sie für ihren Geschäftserfolg benötigen – unabhängig davon, dass wir 2027 einen neuen Termin etablieren. Denn unsere Aussteller wissen, dass das Geschäft nicht erst 2027 beginnt. Die Kontakte, Gespräche und Projekte, die in diesem Jahr entstehen, bilden die Grundlage für zukünftige Erfolge. Deshalb genießt die spoga+gafa 2026 bei unseren Partnern weiterhin höchste Priorität. Die starke Beteiligung internationaler Aussteller bestätigt uns darin.

RM: Ab 2027 kehrt die Messe dauerhaft in die ersten Septemberwochen zurück. Branchenverbände wie der BIAG (Barbecue Industry Association Grill e.V.) loben diesen Schritt, weil nach der Grillsaison verlässlichere Marktdaten und Verkaufszahlen vorliegen. Welche neuen Chancen bietet dieser spätere Termin der Koelnmesse, um die spoga+gafa noch deutlicher als die weltweite Leitmesse für Innovationen und valide Produktvorstellungen zu positionieren?

Maurer: Der September ermöglicht es der Branche, auf Basis einer abgeschlossenen Saison zu agieren. Hersteller und Handel verfügen über belastbare Markt- und Verkaufsdaten und können Innovationen, Sortimente und Strategien deutlich fundierter bewerten. Dadurch wird die spoga+gafa noch stärker zum Ort, an dem die Weichen für die kommende Gartensaison gestellt werden. Gleichzeitig eröffnet der neue Termin die Chance, andere Sortimentsbereiche zurückzugewinnen oder noch stärker voranzutreiben.

RM: Trotz der Termindiskussionen schärfen Sie im Juni 2026 das inhaltliche Profil – unter anderem rücken BBQ und Outdoor Adventure räumlich und konzeptionell enger zusammen, zudem feiert der Flavour Market Premiere. Verstehen Sie diese neuen Erlebniskonzepte bereits als Blaupause für die kommenden September-Messen, um den Charakter der Messe weg von der reinen Orderplattform hin zu einem echten, emotionalen Branchen-Event zu entwickeln?

Maurer: Die neuen Formate sind ein wichtiger Baustein unserer Weiterentwicklung. Die spoga+gafa war nie eine reine Ordermesse, sondern schon immer die internationale Leitmesse der Gartenlifestyle- und BBQ-Branche – ein zentraler Treffpunkt für Geschäftsanbahnung, Networking, Marktbeobachtung und den Austausch über aktuelle Entwicklungen. Diese Rolle werden wir auch künftig konsequent stärken.

Gleichzeitig sehen wir, dass erfolgreiche Fachmessen heute mehr leisten müssen als die reine Präsentation von Produkten. Mit Formaten wie Outdoor Adventure, der Outdoor-BBQ-Area oder dem Flavour Market schaffen wir zusätzliche Erlebnisräume, die Trends sichtbar machen, Orientierung bieten und neue Geschäftspotenziale aufzeigen. Gerade im BBQ-Bereich stärken wir damit die Verbindung von Grillgeräten, Zubehör, Food und Outdoor-Lifestyle und machen Möglichkeiten für Cross-Selling und zusätzliche Wertschöpfung erlebbar.

Gleichzeitig betrachten wir neue Formate immer als Lernprozess, den wir gemeinsam mit der Branche weiterentwickeln. Der Flavour Market ist dafür ein gutes Beispiel: Er liefert uns in diesem Jahr wichtige Impulse und wertvolle Erkenntnisse. Auf dieser Basis werden wir das Konzept gezielt weiterentwickeln und für die spoga+gafa 2028 erneut aufgreifen. Viele der Erfahrungen aus

solchen Pilotformaten fließen direkt in die Weiterentwicklung der Veranstaltung ein und können auch für zukünftige Ausgaben der spoga+gafa eine wichtige Rolle spielen. Dabei geht es nicht darum, den Businesscharakter der Messe zu verändern, sondern ihn gezielt zu ergänzen und zu stärken. Gute Geschäfte entstehen dort, wo Menschen neue Ideen entdecken, Kontakte knüpfen und konkrete Impulse für ihr eigenes Geschäft mitnehmen. Unser Anspruch ist es deshalb, eine Messe zu gestalten, die Business, Networking, Inspiration und Erlebnis miteinander verbindet und damit auch künftig ein verlässlicher Partner für die Branche bleibt.

RM: Mit dem neuen Termin Anfang September (7. bis 9. September 2027) begibt sich die spoga+gafa in direkte zeitliche Nähe zu anderen europäischen Branchenevents. Wie flexibel kann und muss die Koelnmesse reagieren, um Überschneidungen zu vermeiden, und wie sichern Sie ab, dass Köln für internationale Einkäufer im September der unangefochtene Pflichttermin bleibt?

Maurer: Zunächst einmal beobachten wir den internationalen Veranstaltungskalender sehr genau und stehen kontinuierlich im Austausch mit Verbänden, Ausstellern und Marktpartnern. Unser Ziel ist es, einen Termin anzubieten, der für möglichst viele Marktteilnehmer funktioniert.

Entscheidend ist aber nicht allein der Kalender, sondern der Mehrwert einer Veranstaltung. Die spoga+gafa ist die weltweit größte Fachmesse ihrer Branche. Sie vereint internationale Marktführer, innovative Newcomer, Einkäuferinnen und Einkäufer, Handelsunternehmen und Medien aus allen relevanten Märkten an einem Ort. Diese Konzentration an Marktteilnehmern ist einzigartig.

Unser Anspruch ist daher nicht, über den Termin zu konkurrieren, sondern über die Qualität des Angebots. Wenn die Branche ihre wichtigsten Geschäftspartner, Innovationen und Marktpulse an einem Ort findet, bleibt die Messe der zentrale Treffpunkt – unabhängig davon, welche weiteren Veranstaltungen stattfinden. Genau daran arbeiten wir gemeinsam mit unseren Partnern für 2027 und darüber hinaus.

RM: Frau Maurer, vielen Dank für das Gespräch.

Klaus Grillt im Exklusiv-Interview

Rauchfrei, aber brandheiß: Klaus Grillt erobert die Comedy-Bühnen!

Von der Grillzange zum Mikrofon: Warum Deutschlands bekanntester BBQ-Influencer jetzt die Kohlen im Sack lässt und die Comedy-Bühnen erobert.

Er ist einer der ganz Großen der deutschen BBQ-Szene, aber für sein neuestes Projekt lässt er die Kohlen komplett im Sack und die Zange im Schuppen: Klaus Grillt geht auf große Deutschlandtour – und zwar als reiner Stand-up-Comedian! Ganz ohne Rauch, ganz ohne Fleisch, dafür mit 100 % Pointen und dem ganz normalen Wahnsinn aus Deutschlands Gärten und Küchen. Klaus tauscht den Rost gegen das Mikrofon und seziert die Macken der Hobbygriller, die Mythen der Nachbarschaft und seine eigenen Erlebnisse auf den Brettern, die die Comedy-Welt bedeuten. Bei uns im Interview verrät er heute, wie nervös man ohne schützenden Smoker auf der Bühne ist und was uns bei seiner Stand-up-Show erwartet.

„Ohne Grill ist es gewöhnungsbedürftig, aber Unterhaltung pur – verdammt spannend!“

Klaus, man kennt dich seit Jahren mit der Grillzange in der Hand und dem Duft von Röstaromen in der Nase. Jetzt stehst du in Stuttgart, München und Köln auf der Bühne – komplett ohne Grill, nur mit einem Mikrofon. Wie fühlt es sich an, das wichtigste Werkzeug deines Erfolgs bewusst zu Hause zu lassen?

Ja, das fühlt sich schon ein bisschen ulkig an – um ehrlich zu sein, sogar fast ein bisschen dämlich! Wobei ich glaube, dass es bei mir nie nur der Grill an sich war. Es war schon immer eine Mischung aus Grillen und Unterhaltung. Viele Leute schauen meine Videos ja genau deshalb, weil sie sich einfach unterhalten fühlen. Jetzt lasse ich den Grill auf der Stelle hinter mir, habe dafür aber ein Live-Publikum direkt vor mir. Und das finde ich extrem spannend.

„Ich hasse Stillstand. Ich brauche die Weiterentwicklung für mich selbst – ohne Angst vorm Scheitern!“

Du bist bekannt dafür, immer wieder neue Wege zu gehen und dich nicht auf alten Lorbeeren auszuruhen. Warum braucht die deutsche Grillszene genau jetzt dieses neue Format der Infotainment-Show? Welche Grenzen wolltest du damit für dich selbst und die Community sprengen?

Ich weiß gar nicht, ob die Grill-Community das braucht – das kann ich gar nicht beantworten. Aber ich persönlich brauche das für mich selbst, um einfach den nächsten Schritt zu gehen. Ich hasse Stillstand. Wer sich meinen Lebenslauf anschaut, sieht, dass da

nie Ruhe herrscht. Da ist immer Bewegung, eine ständige Weiterentwicklung und das Bedürfnis, mich neu zu erfinden. Das bedeutet natürlich auch, dass man mal scheitern kann. Aber davor habe ich grundsätzlich keine Angst.“



Wenn man immer nur die Sachen macht, die hundertprozentig sicher sind, macht man am Ende gar nichts.“

Wer nichts riskiert, gewinnt nichts – aber eine Live-Show ohne doppelten Boden und ohne das vertraute „Grill-Sicherheitsnetz“ ist verdammt mutig. Woher nimmst du diese Furchtlosigkeit? Gab es einen Moment bei der Entwicklung der Show, an dem du dachtest: „Was mache ich hier eigentlich?“

Nein, den Gedanken hatte ich tatsächlich noch gar nicht. Bei den ersten Test-Auftritten im vertrauten Umfeld habe ich gemerkt: Ich könnte direkt loslegen. Scheitern gehört für mich einfach dazu. Ich habe da so eine ganz eigene Quote: Von drei Projekten, die ich anpacke, scheitern zwei und eins wird ein Riesenerfolg. Das finde ich eine ziemlich gute Bilanz! Deshalb kann ich jedem nur raten: Probiert so viel wie möglich im Leben aus und habt keine Angst vor Rückschlägen. Ich bin ein großer Freund davon, Dinge einfach auf mich zukommen zu lassen.

„Das ist eine direkt-brutale Geschichte: Du stehst da und es gibt kein Cut!“

Als Deutschlands bekanntester Grill-Influencer und YouTuber bist du es gewohnt, Feedback zeitversetzt über Klicks, Views und Kommentare zu bekommen. Wie unterscheidet sich die Dynamik, wenn du den Menschen

plötzlich direkt in die Augen schaut und die Reaktion in Millisekunden durch Lacher oder Applaus im Saal zurückkommt?

Das ist eine ganz direkt-brutale Geschichte! Da ist nichts mit „nach einer Woche mal in die Analytics gucken, wie viele Likes und Klicks es gab“. Du stehst genau in diesem Moment da. Die Verantwortung ist auch viel höher: Im Video raube ich den Leuten vielleicht sieben Minuten ihrer Zeit, aus denen sie jederzeit aussteigen können. Bei der Show verspreche ich ihnen zwei Stunden beste Unterhaltung – und die müssen dann

auch sitzen, damit am Ende keiner enttäuscht nach Hause geht. Die Anspannung ist also definitiv da. Auf der anderen Seite bin ich eben auch eine Rampensau und habe riesige Freude daran, auf der Bühne ein bisschen zu eskalieren. Wenn man selbst Spaß hat, springt der Funke auch aufs Publikum über.

„Viele versuchen, den großen Grillmeister raushängen zu lassen – dabei muss man überhaupt nichts können.“

Deine Rezepte sind legendär, aber dein Humor ist oft das eigentliche Salz in der Suppe. Bei der Show steht der Entertainment-Faktor nun absolut im Rampenlicht. Würdest du sagen, dass die Grillszene manchmal zu verbissen ist und du den Leuten zeigen willst, dass das Leben (und das Grillen) vor allem Spaß machen muss?

Definitiv! An vielen Ecken geht es viel zu verbissen zu. Da wird endlos über Kerntemperaturen diskutiert oder darüber, ob man vor oder nach dem Grillen salzen muss. Viele versuchen, den großen, unfehlbaren Grillmeister raushängen zu lassen – dabei muss man eigentlich überhaupt nichts Besonderes können. Für mich bedeutete Grillen schon immer Spaß und Geselligkeit, und das wird sich auch nie ändern.

Mein persönliches Motto lautet ja: Schlecht gegrillt schmeckt immer noch besser als gut gekocht! Das ist jetzt kulinarisch vielleicht nicht ganz korrekt, aber es steckt viel Wahres drin. Ich war noch nie auf einer Grillparty, bei der am Ende alle geschaut haben, ob der Typ am Rost ein Profi war. Wenn das billigste Fleisch vom Discounter auf einem einfachen Grill landet und es gibt ein kühles Bier dazu, sind das oft die schönsten

„Schlecht gegrillt schmeckt immer noch besser als gut gekocht!“

Abende. Wir machen uns einfach viel zu viele Gedanken um Perfektion.

„Beim Video schnattere ich einfach drauf los – auf der Bühne musst du das Timing hart auswendig lernen.“

Ein YouTube-Video kann man schneiden, wenn ein Spruch mal nicht sitzt oder das Fleisch anbrennt. Auf der Bühne in den großen Städten gibt es kein „Cut!“. Wie hast du dich mental auf diese völlig andere Art der Performance vorbereitet, um die gleiche authentische „Klaus Grillt“-Energie rüberzubringen?

Die Vorbereitung unterscheidet sich komplett von meinen Videos. Wobei ich sagen muss: Bei meinen YouTube-Videos schneide ich auch fast nichts raus, sondern schnattere einfach frei Schnauze drauf los – genau wie jetzt in diesem Interview. Auf der Bühne geht das aber nicht, man kann nicht zwei Stunden lang nur improvisieren. Da muss man manche Dinge wirklich hart auswendig lernen. Ich habe das Programm selbst geschrieben und mir Unterstützung von einem Profi aus der Comedy-Szene geholt, der noch mal am Feinschliff, den Pointen und dem Timing gearbeitet hat. Das muss sitzen, damit der rote Faden da ist und keine Hänger entstehen. Das ist also nicht komplett spontan. Aber es macht unheimlich

Spaß – wie Witze erzählen, das fiel mir noch nie schwer. Die größte Herausforderung ist wirklich, den Rhythmus zu halten: Welches Thema kommt als Nächstes? Wie war der Übergang?

„Ich brauche immer ein bisschen Ekstase. Idealerweise will ich danach direkt mehr.“

Wenn die Tour vorbei ist und der Vorhang fällt: Was muss passieren, damit du nach der letzten Show in Köln Backstage sitzt und sagst: „Das war das beste Experiment meines Lebens“? Und wie viel „Bühnen-Klaus“ wird in Zukunft in deinen YouTube-Videos stecken?

Ich kenne mich ja: Ich brauche immer ein bisschen Ekstase. Wenn alles glattläuft, werde ich nach der Tour wahrscheinlich direkt mehr wollen! Auf die YouTube-Videos wird sich das Ganze aber wohl kaum auswirken, weil das einfach zwei völlig verschiedene Paar Schuhe sind. Auf der Tour erwartet die Leute eine sehr unterhaltsame, phasenweise auch mal bitterböse Grill-Comedy-Stand-up-Mischung – halt genau so, wie ich privat eben auch sein kann. Vielleicht sage ich nach ein paar Abenden auch: „Mensch, jetzt habe ich dreimal hintereinander dasselbe erzählt, jetzt brauche ich erst mal eine Pause.“ Ich kann es jetzt noch nicht genau abschätzen, aber ich glaube, ich halte mir die richtig scharfen Gags exklusiv für die Tour offen.

Quick-Facts: Wer ist „Klaus Grillt“?

Der Mann hinter der Zange

Klaus Glaetzner ist einer der erfolgreichsten und reichweitenstärksten BBQ-Influencer im deutschsprachigen Raum.

Seit 2011 Kult auf YouTube

Auf seinem Kanal „Klaus grillt“ begeistert er mit hunderten Millionen Aufrufen eine riesige, treue Community.

Sein Erfolgsgeheimnis

Bodenständige Rezepte, ehrlicher Humor und null Schickimicki – frei nach dem Motto: „Einfach, schnell und lecker.“

Mehr als nur Videos

Er ist erfolgreicher Unternehmer mit eigenen, extrem populären Grillgewürzen („Rubs“), Saucen und Kochbüchern.

Das neueste Experiment

Der Sprung ins kalte Wasser. Auf seiner großen Deutschlandtour (u. a. in München, Stuttgart und Köln) erobert er die Live-Bühne jetzt als reiner Stand-up-Comedian.

Impressum

Angaben gemäß § 5 DDG / § 18 MStV

Ralf Mechlinski
Rheinstraße 207
50389 Wesseling

Kontakt

Telefon: +49 151 6843 6828
E-Mail: mechlinski@hometown-events.de

Verantwortlich für den Inhalt nach § 18 Abs. 2 MStV

Ralf Mechlinski
Rheinstraße 207
50389 Wesseling

Redaktion

Chefredaktion: Ralf Mechlinski

Register und Steuern

Umsatzsteuer-Identifikationsnummer gemäß § 27 a
Umsatzsteuergesetz:
DE41962978306

Journalistische Sorgfaltspflicht

Wir halten uns an die publizistischen Grundsätze (Pressekodex)
des Deutschen Presserates.

Copyright-Hinweis

Alle Inhalte (Texte, Fotos, Grafiken) sind urheberrechtlich geschützt.
Das Urheberrecht liegt, soweit nicht anders gekennzeichnet, bei
Ralf Mechlinski/Hometown-Events. Bitte fragen Sie uns, falls Sie
Inhalte verwenden möchten.

Bildnachweise / Hinweis zu KI-Inhalten

Bild Seite 1: erstellt mithilfe von Künstlicher Intelligenz
Bilder Seite 3: © Koelnmesse GmbH
Bild Seite 4: © Koelnmesse GmbH, Hanne Engwald
Bild Seite 6: © Klaus Glaetzner

Verbraucherstreitbeilegung / Universalschlichtungsstelle

Die Europäische Kommission stellt eine Plattform zur Online-Streit-
beilegung (OS) bereit: <https://ec.europa.eu/consumers/odr/>.
Wir nehmen nicht an Streitbeilegungsverfahren vor einer
Verbraucherschlichtungsstelle teil und sind dazu auch nicht verpflichtet.