

PRESSEINFORMATION

Karlsruhe, 7. Oktober 2015

Der Guide MICHELIN: vom Ratgeber für Automobilisten zum Gastronomieführer Nummer eins

Zuverlässiger Begleiter für Gourmets und Reisende seit 1900

Der Guide MICHELIN gilt als die Informationsquelle schlechthin für gute Hotel- und Gastronomieadressen in allen Preisklassen und ist weltberühmt für seine Sterne, mit denen er die Spitzenrestaurants auszeichnet. Die renommierte Reihe ist in 25 Ländern auf 4 Kontinenten präsent und beinhaltet aktuell 24 Ausgaben. Dabei begann die mittlerweile 116 Jahre währende Geschichte des Guide MICHELIN ganz anders: als Ratgeber für Automobilisten mit hilfreichen Tipps für unterwegs. Anhand der Geschichte des MICHELIN-Führers lässt sich nachverfolgen, wie sehr sich Autoverkehr, Reise- und Freizeitverhalten, aber auch Gastronomie und Mediennutzung im vergangenen Jahrhundert verändert haben. Der Guide MICHELIN passte sich dem Wandel stets von Neuem an und blieb so immer auf der Höhe der Zeit.

Erste Auflage mit Tipps zum Umgang mit Automobil und Reifen

1900: Pünktlich zur Pariser Weltausstellung kommt im August der **erste Guide MICHELIN** in einer Auflage von 35.000 Exemplaren auf den Markt. Adressaten des in Werkstätten und bei Reifenhändlern kostenlos erhältlichen Reisehandbuchs sind in erster Linie Autofahrer, damals eine verschwindend kleine Minderheit in Frankreich. Auf den Strassen des Landes rollen im Jahr 1900 gerade einmal 3.000 Automobile.

Das Buch mit dem typischen roten Einband enthält unter anderem Ratschläge zum Umgang mit dem Fahrzeug und den Reifen sowie die Namen von Werkstätten, Batterieladestationen und Benzinpumps. Dazu gibt es Hoteladressen, Karten und Stadtpläne. Diese bestechen bereits durch die typische detaillierte Darstellung, welche die Michelin Karten bis heute auszeichnet. Weitere Parallele zur Gegenwart: Bereits damals bedient sich der Guide MICHELIN zur Information der Leser eingängiger Symbole. Die Piktogramme sind seitdem ein Kennzeichen des Guides geworden.

Die Initiatoren André und Edouard Michelin wollen mit dem Band die Mobilität fördern und damit dem Reifenmarkt Impulse geben. In der Frühzeit des Kraftwagens können sich die Fahrer noch auf keinerlei Service-Infrastruktur stützen. Chauffeure sind noch wahre Abenteurer.



Kraftstoff beispielsweise ist nur in kleinen Portionen beim Lebensmittelhändler oder in der Apotheke erhältlich. Zudem sind die Strassen weder beschildert noch asphaltiert und die Fahrzeuge äusserst anfällig, die Panne gehört zum Alltag.

1904: Mit dem Band Belgien erscheint die **erste Auslandsausgabe** des Guide MICHELIN.

1908: Der **Guide MICHELIN Suisse** kommt heraus. Von den modernen Titeln unterscheidet ihn neben dem an den Guide MICHELIN Frankreich angelehnten Konzept auch der grüne Einband. Das typische Rot ist damals exklusiv der Frankreich-Ausgabe vorbehalten. Weiterer Unterschied: Der Guide MICHELIN Suisse ist nicht gratis verfügbar, sondern kostet einen Franken. Der Band erscheint auf Französisch. Eine Ausnahme bildet die zweisprachig gehaltene, detaillierte Anleitung zum Reifenwechsel. Bereits in seiner ersten Ausgabe weist der Guide MICHELIN Schweiz auch auf die lokalen Besonderheiten hin. So gilt im Kanton Graubünden von 1900 bis 1925 ein Automobilverbot. Hinzu kommen Informationen über die Öffnungszeiten der Alpenpässe und die erlaubten Höchstgeschwindigkeiten. Beispielsweise ist man beim Simplonpass angehalten, „nicht schneller als ein galoppierendes Pferd“ zu fahren.

1910: Premiere für den deutschsprachigen **Guide MICHELIN Deutschland und Schweiz**. Michelin vereinigt die Reisetipps für beide Länder in einem Band.

1913: Der Guide MICHELIN umfasst bereits acht Titel.

Vom Ratgeber für Autofahrer zum Hotel- und Gastronomieführer

Der Erste Weltkrieg markiert das Aus für den Guide MICHELIN und seine ausländischen Titel. Bereits 1919 erscheint jedoch die Neuauflage der Frankreich-Ausgabe. In den Folgejahren wandelt sich das Bild des Buchs grundlegend. Hierfür gibt es mehrere Gründe: der fortschreitende Ausbau des Strassen- und Tankstellennetzes, die wachsende Zuverlässigkeit der Fahrzeuge und nicht zuletzt die zunehmende Motorisierung. So stieg der französische Automobilbestand von 3.000 Fahrzeugen im Jahr 1900 auf 95.000 Fahrzeuge im Jahr 1918. Schon 1923 ist die 500.000er-Marke erreicht und 1927 gibt es erstmals über 1 Million Pkw in Frankreich.

1920: Der **Guide MICHELIN wird kostenpflichtig**. Der Preis liegt bei sieben Francs. André und Edouard Michelin entschliessen sich einer Anekdote zufolge zu diesem Schritt, nachdem sie in einer Garage gesehen haben, wie untergelegte Guides MICHELIN eine wacklige Werkbank



stützen. „Der Mensch achtet nur, wofür er auch bezahlen muss“, kommentiert einer der beiden Michelin Brüder der Überlieferung zufolge die Szene.

1923: Michelin überarbeitet den Guide grundlegend: Erstmals erscheint er nun mit detaillierten **Hotel- und Restaurantempfehlungen**. Damit wird er auch für die Gastronomie wichtig.

1926: Der Guide MICHELIN gewinnt noch höheren Stellenwert, weil er erstmals **einen Stern** für eine gute Küche vergibt.

1929: Dem Guide MICHELIN wird erstmals ein **Fragebogen** beigelegt, der die Leser auffordert, ihre Meinung zu den aufgeführten Adressen zu äussern. Die Fragebogen sind bis heute eine wichtige Informationsquelle: Rund 45.000 Anregungen schicken die Leser jährlich per Brief oder E-Mail an den Michelin Reise-Verlag. Jede Zuschrift wird ausgewertet und beantwortet.

1931: Der **zweite und dritte Stern** für eine herausragende Küchenleistung kommen hinzu. Zunächst gilt dieses Mehr-Sterne-System nur für die französische Provinz.

1933: Michelin weitet die Mehr-Sterne-Wertung auf Paris aus und führt die bis 2015 gültigen Definitionen zu den Sternen ein – „eine sehr gute Küche: verdient eine besondere Beachtung“, „eine hervorragende Küche: verdient einen Umweg“ und „eine der besten Küchen: eine Reise wert“.

Ebenfalls in den 1930er-Jahren stellt Michelin seine **ersten anonym arbeitenden Inspektoren** ein. Sie zahlen von Anfang an ihre Rechnungen für Speisen, Getränke und Übernachtungen grundsätzlich selbst, um ihre Unabhängigkeit zu wahren. Für die Gastronomen sind die Michelin Tester dadurch Gäste wie jeder andere.

Schnelles Comeback nach 1945

Mit Beginn des Zweiten Weltkrieges wird der Guide MICHELIN eingestellt. Schon im Frühjahr 1945 ist er allerdings wieder im Handel erhältlich. Angesichts der schwierigen Versorgungslage im Nachkriegsfrankreich sowie vieler geschlossener, zerstörter oder vom Militär beschlagnahmter Hotels und Restaurants jedoch noch nicht in der gewohnten Vollständigkeit und vorwiegend mit Adressen, die eine bodenständige Küche und einfache Unterkünfte anbieten.

1946: Nur ein Jahr nach Kriegsende vergibt Michelin erneut die ersten Sterne. Die Auszeichnungen haben zunächst nur provisorischen Charakter,



was die weisse Farbe des Symbols zum Ausdruck bringt. In der Folgezeit bleibt es bei dieser Optik. Der **typische Michelin Stern** ist damit geboren.

Aufstieg zum Ratgeber von europäischem Format

Die 1950er- und 1960er-Jahre bringen Frankreich und Europa einen Wirtschafts- und Automobil-Boom ungeahnten Ausmasses. Der wachsende Wohlstand der westeuropäischen Bevölkerung erzeugt immer mehr Mobilität. Mit steigenden Löhnen und Vollbeschäftigung rücken zusehends Freizeit, Reisen, Konsum und Genuss in den Blickpunkt. Gleichzeitig strahlt die Gastronomie wieder im alten Glanz. Die rasante Entwicklung beschert dem Guide MICHELIN Rekordauflagen.

Michelin passt seinen Bestseller durch neue Piktogramme ständig an die wachsenden Komfortbedürfnisse seiner Nutzer an. So erfahren die Leser jetzt beispielsweise, ob ein Zimmer über Dusche (1955) oder Fernsehen verfügt (1972) oder ob Kreditkarten akzeptiert werden (1978). Mit dem Aufkommen des Massentourismus expandiert der Guide MICHELIN ausserdem nach 40-jähriger Unterbrechung wieder ins europäische Ausland.

1956: Der **Guide MICHELIN Norditalien** erscheint als erste Ausgabe zu einem europäischen Reiseziel seit dem Ersten Weltkrieg. Ein Jahr später wird der Band auf das ganze Land ausgeweitet.

1964: Nach 50 Jahren Pause kommt wieder der **Guide MICHELIN Deutschland** in den Handel.

1972: Der **Guide MICHELIN Benelux** feiert Premiere.

1973: Die Ausgabe **Spanien und Portugal** kommt auf den Markt.

1974: Der Band **Grossbritannien und Irland** ist erstmals erhältlich.

1982: Der **Guide MICHELIN „Main Cities of Europe“** erscheint. Als Besonderheit empfiehlt er auch Hotels und Restaurants in Städten, die von keinen Länderausgaben abgedeckt werden. Damit wird der Guide MICHELIN endgültig zur Reihe mit europaweiter Dimension.

1994: Nach 80 Jahren Pause feiert der **Guide MICHELIN Schweiz** sein Comeback.



Der Guide MICHELIN expandiert nach Übersee und wird digital

An der Wende zum 21. Jahrhundert untermauert der Guide MICHELIN erneut seine Rolle als Vorreiter unter den Hotel- und Gastronomieführern. Zusätzlich zur gedruckten Fassung sind die Empfehlungen der Michelin Inspektoren als Antwort auf die veränderten Informationsgewohnheiten der Verbraucher jetzt auch im Internet und als App abrufbar. Gleichzeitig führt der Hotel- und Gastronomieführer neue Auszeichnungen ein, die auf den kleineren Geldbeutel zugeschnitten sind. Auch mit neuen Piktogrammen – beispielsweise für Wellness-Einrichtungen, W-LAN und besonders attraktive Weinkarten – reagiert Michelin wieder auf die Bedürfnisse moderner Reisender und stellt damit unter Beweis, dass der Guide weiter auf der Höhe der Zeit ist. Im Zuge der Globalisierung expandiert die Reihe ausserdem nach Übersee und setzt so erneut Trends.

1997: Michelin führt – zunächst in Frankreich – mit dem „**Bib Gourmand**“ eine zusätzliche Empfehlung für eine gute, vorzugsweise regionale Küche mit einem besonders guten Preis-Leistungs-Verhältnis ein.

2000: Erstmals ergänzen **Kurztexte** zum Stil von Küche, Ambiente und Dekor die Piktogramme.

2001: Die **Mobilitäts-Website www.viamichelin.com** mit Karten, Reise-wetter und Routenplaner startet im Netz. Ebenfalls auf der Site zu finden sind die Empfehlungen des Guide MICHELIN.

2005: Im selben Jahr kommt als erster aussereuropäischer Band der traditionsreichen Reihe der **Guide MICHELIN New York City** in den Handel.

2006: Mit dem Guide MICHELIN **San Francisco, Bay Area & Wine Country** erscheint der zweite Band zu einem Ziel in den Vereinigten Staaten von Amerika.

2007: Die **Guides MICHELIN Paris** und **London** kommen in neuer Optik auf den Markt. Wie bei den Bänden „New York City“ sowie „San Francisco, Bay Area & Wine Country“ sind die Kommentare zu den einzelnen Häusern ausführlicher. Beide sind vom Start weg ein grosser Erfolg. Mit dem **Guide MICHELIN Tokyo** expandiert der Hotel- und Gastronomieführer nach Asien.

2008: Mit dem **Guide MICHELIN Hong Kong & Macau** weitet die Reihe ihre Präsenz in Asien aus.



2009: Die Restaurantempfehlungen des Guide MICHELIN sind **erstmalig als Smartphone-App** erhältlich.

2010: Der **Guide MICHELIN Chicago** ergänzt das Programm der US-Städte.

2015: Der **Guide MICHELIN Rio de Janeiro & São Paulo** kommt als erste Ausgabe zu einem südamerikanischen Ziel auf den Markt. Mit dem ebenfalls neuen **Guide MICHELIN Nordic Cities 2015** trägt Michelin der rasanten Entwicklung der skandinavischen Küche Rechnung. Michelin erweitert ausserdem das Angebot seiner Web-Plattform MICHELIN Restaurants um eine neue App für das iPad®. Als weitere Neuheit aktualisiert Michelin die Definitionen für die Sterne: „eine Küche voller Finesse – einen Stopp wert!“, „eine Spitzenküche – einen Umweg wert!“ und „eine einzigartige Küche – eine Reise wert!“.

**Rückfragen bitte an:
Thomas Stockmayer**

Telefon +43 (0)699 1969-5000

Download dieser Pressemeldung und des Bildmaterials unter:
www.michelin-presse.de

Michelin Reifenwerke AG & Co. KGaA, Öffentlichkeitsarbeit,
Michelinstrasse 4, 76185 Karlsruhe, Fax +49 (0)721 530-1555

