

GASTGEWERBE

MAGAZIN

DAS WIRTSCHAFTSMAGAZIN FÜR GASTRONOMIE UND HOTELLERIE



WAHL 2017

Die Parteien
im Gastrocheck

TK-PRODUKTE

Flexibel, frisch
und hochwertig



DER PROFITESTER

Arla & erlenbacher

IHRE STIMME ZÄHLT!

Liebe Mitglieder,

am 24. September 2017 haben Sie die Wahl. Sie entscheiden mit, wer künftig in Deutschland Regierungsverantwortung trägt und damit die politischen Rahmenbedingungen auch für unsere Branche bestimmt.

Das Gastgewerbe ist eine Wachstumsbranche. Der achte Übernachtungsrekord in Folge ist möglich. Der Jobmotor läuft. Unsere Betriebe stehen für Gastfreundschaft, Genuss sowie Kommunikation und sind für das Funktionieren der Gesellschaft unerlässlich. Doch die aktuellen Herausforderungen sind groß. Dafür müssen wichtige Weichen gestellt werden.

Im Vorfeld der Bundestagswahl wollten wir mit dem DEHOGA-Wahlcheck deshalb wissen, wer an der Seite der Hoteliers und Gastronomen steht. Wir haben die in der Bundesregierung und in den Landesregierungen vertretenen Parteien und deren Kandidaten in den Wahlkreisen mit den Themen der Branche wie Flexibilisierung des Arbeitszeitgesetzes, steuerliche Gleichbehandlung aller Speisen und unserem Nein zur Hygieneampel konfrontiert. Die Antworten der Parteien sowie der von (Stand heute) 661 Kandidaten liegen nun vor. Auf www.dehoga.de haben wir für Sie die Parteiantworten in einer übersichtlichen Synopse in einer Lang- und einer Kurzversion zusammengefasst. Auch die Positionen der Kandidaten zu den drängendsten Branchenangelegenheiten finden Sie auf unserer Homepage – ungekürzt, im Wortlaut. Im Ergebnis erreichen wir die höchsten Übereinstimmungswerte mit der FDP, dicht gefolgt von der CDU/CSU. Mit größerem Abstand dahinter liegen SPD, Grüne und LINKE. Erfreulich: CDU/CSU und FDP haben sich klar für die Beibehaltung des ermäßigten Steuersatzes für Beherbergungsleistungen ausgesprochen. Flexibilisierungsbedarf in Sachen Arbeitszeitgesetz sehen fast alle Parteien, wenngleich



lediglich die FDP klar eine Wochenarbeitszeit nach EU-Recht befürwortet. CDU/CSU haben den Handlungsbedarf erkannt, setzen jedoch auf die Tarifpartner, wobei die CSU explizit praxisgerechte Lösungen gerade auch für die Gastronomie anstrebt. In jedem Fall lohnt sich die Lektüre der Parteiantworten im Detail, insbesondere zu unserem Kernanliegen „Gleiche Steuern für Essen“.

Die Unterschiedlichkeit der beschriebenen Konzepte, Lösungsansätze und Haltungen macht deutlich: Es geht um viel. Nutzen Sie deshalb das Angebot Ihres DEHOGA, sich umfassend zu informieren. Es kann und darf Ihnen nicht gleichgültig sein, wer nach der Wahl am Steuer sitzt und den Kurs für unsere Branche vorgibt. Gehen Sie zur Wahl und tragen Sie mit Ihrer Stimme dazu bei, dass Politiker im Land das Sagen bekommen, welche für die Belange des Mittelstandes kämpfen, sich für den Tourismusstandort Deutschland einsetzen und die große wirtschaftliche und gesellschaftliche Bedeutung der Gastronomie und Hotellerie anerkennen und entsprechend handeln.

Gemeinsam sind wir stark. Zusammen können wir etwas bewegen. Es geht um nichts Geringeres als um die Zukunft unserer Branche. In diesem Sinne: Geben Sie der Stimme des Gastgewerbes Gewicht. Ich zähle auf Sie!

Ihr Guido Zöllick

JAHRESABO 40,00 €

inkl. MwSt. und Versand



Die Abo-Rechnung für 10 Ausgaben
GASTGEWERBE ... MAGAZIN erhalten
Sie nach Bestelleingang der ersten Ausgabe.

Das **GASTGEWERBE ... MAGAZIN** liefern wir ab Bestelleingang á 10 Ausgaben an die von Ihnen gewünschte Adresse. Für diese Leistung zahlen Sie nur einen Jahrespreis in Höhe von 40,00€.

Nach Ablauf des Jahres endet das Abo. Auf Anfrage besteht allerdings die Möglichkeit das Abo zu verlängern oder aber die DEHOGA-Mitgliedschaft zu beantragen mit der Sie das Abo des Gastgewerbe-Magazins geschenkt bekommen.

Anrede Herr Frau Versandadresse

Vorname

Nachname

(optional) Firma

Straße, Nr.

PLZ Ort

Telefon

E-Mail

Ich möchte per E-Mail mit aktuellen Informationen versorgt werden. Bankverbindung

Kontoinhaber

Bank

IBAN

BIC Bankeinzug

Ich ermächtige die Inprima-Gruppe, meine personenbezogenen Daten elektronisch zu speichern. Die Inprima-Gruppe versichert, diese Daten mit höchster Vertraulichkeit zu behandeln und nur für interne Zwecke zu verwenden. Eine Abgabe an Dritte wird ausgeschlossen.

INHALT



Mit Tiefkühlkost zu hochwertigen Speisen S. 32
Foto: © Givaga - iStockphoto.com



9



14



34



36



MELDUNG & MEINUNG 4

POLITIK & VERBÄNDE 9

- > Wahl 2017: Die Parteien im großen Gastro-Check 9
- > Synopse der Parteiantworten 10
- > Acht konkrete Fragen - und die Antworten der Kandidaten 12

MESSEN 14

- > Innovationen sind angesagt 14
- > Ausgezeichnete Produkte 16
- > „Deutschland hat so tolle Innovationen“ 17
- > Anuga 2017: größte und wichtigste Foodmesse der Welt 23
- > Messefakten 24
- > Marktplatz Gastronomie: DEHOGA goes Anuga 25
- > Die Anuga ist ein Muss 26

UNTERNEHMER & ENTSCHEIDER 22

- > Energie: Beratung muss qualifiziert und unabhängig sein 22

DIGITAL 19

- > Roundtable 19
- > Personal digital besser planen 20

GETRÄNKE 27

- > Bier - Ein Kultgetränk belebt die Gastronomie-Szene neu 28
- > Bier als Begleiter 29
- > Produkte: Bier mit Herkunft 30

FOOD 31

- > Mit Tiefkühlkost zu hochwertigen Speisen 32
- > Gourmet-Gerichte - tiefgekühlt von süß bis herzhaft 33
- > Aromenvielfalt für die heimische Küche 34
- > Produkte: feine Saucen und Gewürze 35

DerProfitester



- > Profis haben getestet:
Arla Skyr & erlenbacher Genuss hoch 3 Schnitten 36

TECHNIK 37

- > Die Profi-Küche 38
- > Küchengeräte: wenig Platz, viel Technik 40
- > Küchenmonitoring für smarte Arbeitsabläufe 42
- > Elegante Profi-Messer 43

AMBIENTE 44

- > Für den Herbst gekleidet 45
- > Funktionskleidung - modisch und praktisch 46
- > Richtig gekleidet, gesund durch den Arbeitstag 47
- > Ein Koch und seine Kleidung 48
- > Servicekreislauf Mietkleidung 49
- > Vorschau, Impressum 50

AUFGETISCHT

Wenn Unternehmen aktuell sauer sind, kann ich das gut verstehen. Allerorten – und gerade jetzt im Wahlkampf – wird vom Bürokratieabbau gesprochen, ist die Rede davon, dass wir weniger Gesetze und Verordnungen, weniger Dokumentationen und Überprüfungsvorschriften brauchen. Eine gute Idee, denn genau das ist es doch, was in vielen Bereichen die Wirtschaft hemmt, was Kräfte bindet und Zeit raubt –



Andreas Türk

Energie, die für andere Dinge, insbesondere das Wohl der Gäste, mit Sicherheit besser eingesetzt wäre. Und genau in diese Zeit fallen einige Meldungen, die wieder einmal zeigen, dass zwischen dem (politischen) Anspruch und der (verwaltungstechnischen) Realität drastische Unterschiede klaffen: Am 1. August ist die neue Gewerbeabfallverordnung in Kraft getreten. Nicht nur, dass jetzt auch Holz und Textilien getrennt entsorgt werden müssen, nein, es muss auch die Müllentsorgung und deren Rechtmäßigkeit dokumentiert werden.

Oder die Acrylamidverordnung: Das neue EU-Regelwerk sieht zusätzliche Dokumentations-, Probe- und Analysepflichten für das Gastgewerbe vor, wenn Kartoffel- oder Getreideerzeugnisse stark erhitzt werden, also zum Beispiel bei der Produktion von Pommes frites. Jetzt muss auch noch die Temperatur des Fettes in der Fritteuse dokumentiert und aufgezeichnet werden!

Wer an dieser Stelle schon genug hat, sollte aufhören zu lesen, bevor er dieses wundervolle Magazin zerreißt. Aber ein Aufreger kommt noch: Selbst hergestellter Obatzder, eine frische und vor allem in Bayern beliebte Käsespezialität, darf jetzt nur noch so heißen, wenn die Herstellung zertifiziert ist – übrigens verbunden mit einer Dokumentation der eingesetzten und abgegebenen Mengen. Wenn man dann auch noch hört, dass ein Prüfer allen Ernstes geraten hat, statt des selbst hergestellten und bei den Gästen vielleicht deshalb besonders beliebten Obatzders doch lieber auf die (natürlich zertifizierte) Fertigware aus der Industrie zurückzugreifen, weiß, wie ernst es vielen mit der individuellen handwerklichen Gastronomie ist – und wie sehr alles auf eine gleichgeschaltete Industrieproduktion hinausläuft.

Es ist Zeit, dass die Politik endlich ihre Versprechungen umsetzt. Vielleicht ist es im einen oder anderen Fall auch mal an der Zeit, dass die Politik ein Machtwort in Richtung Verwaltung spricht. Oder an der Zeit, dass die Wähler an der Urne zeigen, was sie wollen.

Liebe Politiker, wir wollen nach der Wahl nur noch Meldungen über den Wegfall von Verordnungen und Vorschriften veröffentlichen. Dann macht den Unternehmern im Gastgewerbe das Lesen unseres Magazins und die Arbeit für ihre Gäste nämlich noch viel mehr Spaß! An alle Unternehmer: Lasst euch nicht unterkriegen!

> Andreas Türk, Chefredakteur

OBATZDA NUR NOCH MIT EU-ZERTIFIKAT



Wieder ein Fall aus der Rubrik „Gut gemeint, aber über das Ziel hinausgeschossen“: Die Schutzgemeinschaft Obatzda des Verbandes der bayerischen Milchwirtschaft wollte die Herstellung der bayerischen Käsespezialität „Obatzda/Obatzder“ schützen und hat bei der EU einen Schutz als geschützte geografische Marke nicht nur beantragt, sondern auch bekommen.

Das allerdings hat Konsequenzen, denn künftig darf ein Produkt unter der Bezeichnung „Obatzda/Obatzder“ nur noch angeboten werden, wenn die definierten Anforderungen der Produktspezifikation eingehalten werden, die Herstellung in Bayern erfolgt und ein entsprechendes Zertifikat vorliegt. Und das gilt auch, wenn Gastronomen die leckere Mischung aus Camembert, Zwiebeln und Paprika selbst herstellen.

Für Gastronomen gibt es drei Möglichkeiten:

1. Einen Obatzda/Obatzder fertig zukaufen und dabei auf die Zertifizierung des Herstellers achten
2. Einen aufwendigen Zertifizierungsprozess durchlaufen, der mit Kosten und Dokumentationen verbunden ist, um weiterhin Obatzda/Obatzder selbst herstellen zu können
3. Dem Produkt einen anderen Namen geben („Biergartenkäse“ oder „Gerupfter“), wobei auch die Bezeichnung „Art Obatzda/Obatzder“ nicht zulässig ist

Es wird darauf hingewiesen, dass die amtliche Lebensmittelüberwachung im Rahmen von Stichprobenkontrollen den Missbrauch von geschützten Lebensmittelangaben überwacht und ein Verstoß mit einem Bußgeld geahndet werden kann.

Der DEHOGA Bayern will das Gespräch mit den Behörden suchen, um eine Lösung zu finden, damit Gastronomen auch weiterhin die Käsespezialität aus eigener Herstellung unter dem wohlbekanntesten Namen anbieten dürfen.



EU BESCHLIESST ACRYLAMIDVERORDNUNG

Trotz massiver Bedenken hat die EU-Kommission im Eilverfahren die von vielen Seiten kritisierte Acrylamidverordnung auf den Weg gebracht. Betroffen davon sind fast alle gastgewerblichen Betriebe.

Das Regelwerk sieht neue Dokumentations-, Probe- und Analysepflichten für die Branche sowie eine Bräunungsfarbskala in den Küchen vor. Der DEHOGA hatte sich im Vorfeld massiv gegen eine solche Verordnung ausgesprochen, denn sie bedeute für die Branche erneut ein bürokratisches Monster. Außerdem sei die Datenlage zu diesem Thema aus Sicht des DEHOGA völlig unzureichend, um auf dieser Basis ein Gesetz zur Acrylamidreduktion zu ver-

abschieden und voreilig ganze Branchen mit ausufernden Pflichten zu belasten. Laut der Europäischen Behörde für Lebensmittelsicherheit sind die Ergebnisse zu den gesundheitlichen Auswirkungen von Acrylamid, das bei starker Erhitzung von stärkehaltigen Lebensmitteln wie Kartoffel- oder Getreideerzeugnissen entsteht, uneinheitlich. Die genaue Wirkung von Acrylamid auf den menschlichen Organismus konnte bislang nicht geklärt werden.

Neben den grundsätzlichen Bedenken gegen den Verordnungsentwurf ist dieser ungenau formuliert und verstößt gegen den Bestimmtheitsgrundsatz, da nicht klar ist, welche Unternehmen von welchen

Maßnahmen betroffen sein werden. „Die Verordnung ist unverhältnismäßig, überflüssig und bürokratisch. Statt Betriebe mit Auflagen zu überziehen, sollte die Öffentlichkeit aufgeklärt werden. Die Verordnung könnte nach dem – geplanten, aber glücklicherweise abgewendeten – Olivenölkännchen-Verbot zum neuen Sinnbild einer überzogenen EU-Regelungswut werden“, so der DEHOGA. „Die irrwitzige Forderung nach einer ‚Pommes-Ampel‘ ist sicher nicht geeignet, der um sich greifenden EU-Skepsis entgegenzuwirken“, kommentierte DEHOGA-Präsident Guido Zöllick die geplanten Regelungen.

Die Verordnung könnte im Frühjahr 2018 in Kraft treten.

BRANDSCHUTZ 2.0



Illustration: Ulrich Gineiger



BEWEGUNG BEI DEN STORNOREGELN



17 % der Geschäftsreisen werden storniert.

Allerdings werden nur 5 % bis 48 Stunden vor Anreise gecancelt.



Wenn künftig Stornierungen innerhalb des 48-Stunden-Zeitfensters mit einer Gebühr berechnet werden, entstehen Großkunden Zusatzkosten in Millionenhöhe.



Kurzfristige Stornierungen sind für jeden Hotelier ein Ärgernis. Die großen Hotelketten gehen jetzt mit einer Lösung an den Markt: Nach Marriott hat auch Hilton auf den Trend zu immer kurzfristigeren Stornierungen reagiert. Seit Ende Juli gilt: Wer nicht 48 Stunden vor Anreise storniert, muss den vollen Preis zahlen. In einigen ausgesuchten und besonders beliebten Städten liegt die Stornofrist sogar bei 72 Stunden. Ein Hilton-Sprecher begründete die Maßnahmen angesichts stetig steigender Stornoraten gegenüber dem Reiseportal Travelskills damit, dass durch die verlängerten Stornofristen mehr Zimmer für anreisende Gäste zur Verfügung stehen würden. Auch die Intercontinental-Gruppe, zu denen etwa Holiday Inn gehört, führt eine solche Regelung ein: Seit 28. Juli zunächst in Europa, in den USA seit 4. August, im Rest der Welt ab Ende September sind Stornierungen nur noch 24 Stunden vor Anreise kostenfrei.

In diesem Zusammenhang hat das Buchungsportal HRS analysiert, dass gerade für Geschäftsreisende Flexibilität eines der wichtigsten Kriterien bei einer Buchung ist. Aus dem Buchungsverhalten der HRS-Kunden gehe hervor, dass rund jede sechste Buchung (17 Prozent) von Geschäftsreisenden wieder storniert werde. Kurzfristige

Stornierungen sind dabei eher selten: Nur fünf Prozent der Buchungen werden bis 48 Stunden vor Anreise storniert. „Die Kosten für diese Stornierungen könnten sich für Unternehmen dagegen aufgrund der verschärften Regelungen einiger Kettenhotels massiv erhöhen“, heißt es bei HRS. Wenn künftig Stornierungen innerhalb des 48-Stunden-Zeitfensters mit einer Gebühr von einer Übernachtungsrate berechnet werden, entstehen den betrachteten Unternehmen Mehrkosten in Höhe von knapp zwei Prozent des gesamten Buchungsvolumens in den entsprechenden Hotels.

Auch in einer Umfrage von HRS unter 100 Travel Managern aus Konzernen gab die Mehrheit der Befragten an, dass sie steigende Kosten durch die neuen Stornierungsbedingungen erwarte. 60 Prozent der Umfrageteilnehmer sehen durch die neuen Stornierungsbedingungen das Erreichen ihrer Ziele im Travel Management gefährdet. Als Folge kündigte bereits ein Drittel der Unternehmen an, entsprechende Sonderkonditionen aushandeln zu wollen. Bei der Wahl zwischen zwei Hotels mit der gleichen Anzahl an Sternen, gleichem Service und vergleichbarem Standort würden 82 Prozent der Travel Manager das Haus mit den flexibleren Konditionen stark bevorzugen.

EMPFEHLUNG FÜR AGBs

Der Hotelverband Deutschland stellt seinen Mitgliedern allgemeine Geschäftsbedingungen zur Verfügung und gibt darin Empfehlungen für das Thema Stornierungen. Denn: Der Gast hat weder ein Recht noch besteht eine Verkehrssitte auf ‚sanktionslose‘ Stornierung seines gebuchten Hotelzimmers.

Hier die Tipps:

- 1 Ein Rücktritt des Kunden von dem mit dem Hotel geschlossenen Vertrag ist nur möglich, wenn ein Rücktrittsrecht im Vertrag ausdrücklich vereinbart wurde, ein sonstiges gesetzliches Rücktrittsrecht besteht oder wenn das Hotel der Vertragsaufhebung ausdrücklich zustimmt. Die Vereinbarung eines Rücktrittsrechtes sowie die etwaige Zustimmung zu einer Vertragsaufhebung sollen jeweils in Textform erfolgen.
- 2 Sofern zwischen dem Hotel und dem Kunden ein Termin zum kostenfreien Rücktritt vom Vertrag vereinbart wurde, kann der Kunde bis dahin vom Vertrag zurücktreten, ohne Zahlungs- oder Schadensersatzansprüche des Hotels auszulösen. Das Rücktrittsrecht des Kunden erlischt, wenn er nicht bis zum vereinbarten Termin sein Recht zum Rücktritt gegenüber dem Hotel ausübt.
- 3 Ist ein Rücktrittsrecht nicht vereinbart oder bereits erloschen, besteht auch kein gesetzliches Rücktritts- oder Kündigungsrecht und stimmt das Hotel einer Vertragsaufhebung nicht zu, behält das Hotel den Anspruch auf die vereinbarte Vergütung trotz Nichtinanspruchnahme der Leistung. Das Hotel hat die Einnahmen aus anderweitiger Vermietung der Zimmer sowie die ersparten Aufwendungen anzurechnen. Werden die Zimmer nicht anderweitig vermietet, so kann das Hotel den Abzug für ersparte Aufwendungen pauschalieren. Der Kunde ist in diesem Fall verpflichtet, 90 Prozent des vertraglich vereinbarten Preises für Übernachtung mit oder ohne Frühstück sowie für Pauschalarrangements mit Fremdleistungen, 70 Prozent für Halbpensions- und 60 Prozent für Vollpensionsarrangements zu zahlen. Dem Kunden steht der Nachweis frei, dass der vorgenannte Anspruch nicht oder nicht in der geforderten Höhe entstanden ist.

NEUE GEWERBEABFALLVERORDNUNG SEIT 1. AUGUST 2017



Seit 1. August gilt die Novelle der Verordnung über die Bewirtschaftung von gewerblichen Siedlungsabfällen und von Bau- und Abbruchabfällen (Gewerbeabfallverordnung – GewAbfV). Die Verordnung betrifft alle Erzeuger von gewerblichen Abfällen, somit also auch alle gastgewerblichen Betriebe.

Die Verordnung sieht neue Dokumentationspflichten vor. Diese können jedoch größtenteils durch Aufbewahrung von ohnehin verfügbaren Dokumenten und Praxisbelegen (etwa geeigneten Rechnungsbelegen oder eines Entsorgungsvertrages) erfüllt werden. Diese Dokumente müssen dauerhaft aufbewahrt werden, um sie auf Verlangen der Behörde vorzeigen zu können.

Grundsätzlich gilt, dass folgende Abfälle getrennt erfasst werden müssen:

- ✓ Papier, Pappe und Karton mit Ausnahme von Hygienepapier
- ✓ Glas
- ✓ Kunststoffe
- ✓ Bioabfälle
- ✓ Metalle
- ✓ Textilien (neu!)
- ✓ Holz (neu!)

Unter Berücksichtigung gewisser Ausnahmekriterien darf auch eine gemischte Sammlung erfolgen, wenn eine getrennte Sammlung technisch nicht möglich (Platz nicht vorhanden) oder wirtschaftlich nicht zumutbar (zu geringe Mengen) ist.

Dokumentationspflichten

Sowohl die ordnungsgemäße Trennung als auch das eventuelle Vorliegen der Aus-

nahmekriterien bei gemischter Sammlung und außerdem die Zuführung der getrennt gesammelten Abfälle zur Vorbereitung zur Wiederverwendung / zum Recycling müssen vom Abfallerzeuger dokumentiert werden. Die Dokumentation ist nur auf Verlangen der zuständigen Behörde vorzulegen.

Ausnahmeregelung für gemischt genutzte Grundstücke

Auf Grundstücken, auf denen sowohl Abfälle aus privaten Haushalten als auch gewerbliche Abfälle anfallen, dürfen die gewerblichen Abfälle gemeinsam mit den auf dem Grundstück anfallenden privaten Abfällen in den für die privaten Abfälle vorgesehenen Abfallbehältnissen entsorgt werden. Voraussetzung ist, dass die gewerblichen Abfälle eine „geringe Menge“ darstellen. Dies ist der Fall, wenn die Gesamtmenge der angefallenen gewerblichen Abfälle nicht wesentlich über die bei Privathaushalten üblicherweise anfallende Gesamtmenge an Abfällen hinausgeht.

Welche Sanktionen drohen bei Nichtbeachtung der neuen Vorgaben?

- ✓ Bußgeld bis zu 10.000 Euro, wenn der Gewerbetreibende keine Dokumentation vorweisen kann
- ✓ Bußgeld bis zu 100.000 Euro, wenn der Gewerbetreibende nachweislich nicht oder unzureichend seine Abfälle trennt

Quelle: Merkblatt zur Novelle der Gewerbeabfallverordnung des DEHOGA Bayern



www.anuga.de

TASTE THE FUTURE
KÖLN, 07.–11.10.2017

DIE EINE MESSE FÜR DIE GESAMTE Culinary Concepts BRANCHE.



Erleben Sie frische Ideen, neue Verkaufsstrategien und lukrative Märkte – bei der Nummer 1 unter den Food & Beverage-Messen. Tickets sichern unter www.anuga.de/tickets

Koelnmesse GmbH
Messeplatz 1 · 50679 Köln
Deutschland

Telefon +49 1806 002 200*
Telefax +49 221 821-991010
anuga@visitor.koelnmesse.de

* (0,20 EUR / Anruf aus dem dt. Festnetz;
max. 0,60 EUR / Anruf aus dem Mobilfunknetz)



AUSHANGPFLICHTIGE ARBEITSGESETZE 2017/2018 AB SOFORT IM DEHOGA SHOP BESTELLBAR

Der DEHOGA bietet in seinem Shop die aktuelle Ausgabe der „Aushangpflichtigen Arbeitsgesetze 2017/2018“ an. Diese aktualisierte Version beinhaltet unter anderem alle aktuellen und ab 2018 gültigen Änderungen des Mutterschutzrechts.

Bestimmte Arbeitnehmerschutzgesetze sind aushangpflichtig und müssen jedem Arbeitnehmer leicht lesbar und zu jeder Zeit zugänglich gemacht werden. Dafür hat der DEHOGA Bundesverband diese

komfortable und praktische Textsammlung aller in der Branche aushangpflichtigen Arbeitsgesetze (inklusive der Gesetze über die Ladenschluss- und -öffnungszeiten der Länder, in denen diese aushangpflichtig sind, sowie des Mindestlohngesetzes und der Mindestlohndokumentationspflichtenverordnung) in einem Band veröffentlicht, sodass Unternehmer sich diese nicht einzeln zusammenstellen müssen. Mit der praktischen Lochung und einer reißfesten Kordel ist die Sammlung ein

bequemes Hilfsmittel, das sich zum sofortigen Aushang am Schwarzen Brett eignet.

DEHOGA-Mitglieder erhalten die Aushangpflichtigen Arbeitsgesetze 2017/2018 zum Vorzugspreis von 9,90 Euro, Nicht-Mitglieder zahlen 14,90 Euro.



AUCH ITALIEN VERBIETET PREISPARITÄTSKLAUSELN

Nach Frankreich, Österreich und Deutschland untersagt nun auch Italien Online-Buchungsportalen die Anwendung sogenannter Meistbegünstigungsklauseln gegenüber Hotelpartnern. „Das ist ein wichtiger Meilenstein zur Wiederherstellung fairer Wettbewerbsbedingungen sowohl aus Sicht der Verbraucher als auch der Hotellerie in Italien und ganz Europa“, begrüßt Markus Luthe, IHA-Hauptgeschäftsführer und Vorsitzender der Distribution Task Force des europäischen Dachverbandes HOTREC, die Entscheidung des italienischen Gesetzgebers.

ZWEITE RUNDE IM VEGGIE-NAMENSSTREIT

„Schnitzel“, „Bratwurst“ und „Frikadelle“: Diese und ähnliche Begriffe können weiterhin für vegetarisch-vegane Fleischalternativen verwendet werden. Der zuständige Fachausschuss der Deutschen Lebensmittelbuch-Kommission (DLMBK) hat die Verbändeanhörung zum Entwurf eines übergeordneten Leitsatzes zur Benennung von vegetarischen und veganen Lebensmitteln gestartet. Damit setzte sich der Fachausschuss gegen Landwirtschaftsminister Christian Schmidt durch, der sich – ähnlich wie schon bei Milchprodukten – für ein generelles Verbot von Fleischbezeichnungen ausgesprochen hatte. Allerdings: Andere Begriffe, die beispielsweise Fleischteilstücke beschreiben (z. B. „Filet“ oder „Schinken“), oder Anlehnungen an Tierarten (z. B. „Hühnchen“ oder „Rind“) sind nicht vorgesehen; einige Produkte wie beispielsweise „Salami“ sollen nur über sprachliche Umwege wie „vegane Tofu-Wurst nach Salami-Art“ zulässig sein. Verbraucherverbände wie der Vegetarierbund Deutschland e. V. begrüßen diesen Vorstoß, auch wenn es in der Praxis mit den bisher verwendeten Begriffen keine Probleme gegeben habe. Bevor der Leitsatz endgültig Eingang in das Lebensmittelbuch findet, wird er in einem Abstimmungsprozess Verbänden zur Diskussion gestellt.

FLYER UND BIERDECKEL: „GLEICHE STEUERN FÜR ESSEN“

GLEICHE STEUERN FÜR ESSEN
Einfacher. Gerechter. Besser.

Fair schmeckt's besser!

DEHOGA

Hätten Sie es gewusst?

Unsere Fragen zum Steuermenü!

CURRYWURST

Sie haben Appetit auf eine Currywurst am Imbissstand. Aber wie essen Sie sie? Im Sitzen auf einer Parkbank? Auf dem Stuhl im/am Imbiss? Oder lieber doch zuhause? Egal, meinen Sie? Aber nicht für das Finanzamt! Welcher Steuersatz kommt wohl zur Anwendung?

Currywurst im Sitzen im/am Imbiss	7%	19%
Currywurst im Sitzen auf der Parkbank	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Currywurst zum Mitnehmen	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Currywurst im Stehimbiss	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

LIEFERDIENSTE

Aktuell sind die Essenslieferdienste auch in Deutschland auf dem Vormarsch. Ist es nachvollziehbar, dass das, was in Papp-, Papier oder Plastik verpackt nach Hause geliefert wird, mit 7 Prozent besteuert wird, aber das, was in Restaurants auf Porzellantellern serviert wird, mit 19 Prozent?

Im Restaurant auf Porzellanteller	7%	19%
Nach Hause geliefert in Papp-/Plastik	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

PARTYSERVICE

Wer ist steuerlich besser gestellt: Der Partyservice, welcher Porzellangeschirr zur Verfügung stellt, oder der Konkurrent, der Einweggeschirr verwendet? Was ist ökologisch richtig?

Catering mit Porzellangeschirr	7%	19%
Catering mit Einweggeschirr	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

KINDERVERPFLEGUNG

Kinder sind unsere Zukunft. Aber hat auch der Gesetzgeber bei der Festlegung der Mehrwertsteuersätze das Wohl unseres Nachwuchses im Auge? Das sind die Fakten!

Schulverpflegung	7%	19%
Studentenverpflegung	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

„Gleiche Steuern für Essen“ ist eines der wichtigsten Branchenanliegen, mit denen der DEHOGA auf politischer Ebene unterwegs ist. Damit alle gastgewerblichen Unternehmer ihre Gäste auf unkompliziertem und direktem Weg auf das aktuell unlogische Steuersystem aufmerksam machen können, gibt es jetzt die DEHOGA-Bierdeckel mit einem kleinen „Hätten-Sie-es-gewusst-Quiz“ rund um die unterschiedlichen Mehrwertsteuersätze. Diese Bierdeckel können ab sofort beim jeweiligen Landesverband bestellt werden. Ergänzend zum Einsatz der Bierdeckel macht es natürlich Sinn, auch die Flyer „Gleiche Steuern für Essen“ auszulegen, in denen zahlreiche weitere Fakten und Informationen dazu enthalten sind, wie der Status quo aussieht und warum sich endlich etwas ändern muss. Auch diese sind über die Landesverbände erhältlich.



WAHL 2017: DIE PARTEIEN IM GROSSEN GASTRO-CHECK

Die Themen der Branche sind vielfältig, die Politik ist zum Handeln aufgefordert. Doch welche Partei steht an der Seite des Gastgewerbes, wenn es beispielsweise um die Flexibilisierung des Arbeitszeitgesetzes, um steuerliche Gleichbehandlung aller Speisen und oder die Nicht-Einführung einer Hygieneampel geht? Der DEHOGA hat im Vorfeld der Bundestagswahl am 24. September nachgefragt. Auf den folgenden Seiten finden Sie die wichtigsten Ergebnisse.



Foto: © Zitatograf - iStockphoto.com

Insgesamt 20 Forderungen hat der DEHOGA den Parteien in den Bereichen Arbeitsrecht, Verbraucherschutz, Digitalisierung, Steuern, Bürokratieabbau, Energiepolitik, Urheberrecht und Tourismuspolitik präsentiert. Denn in diesen Bereichen drückt der Schuh, sind Lösungen gefragt, die den Unternehmen die Arbeit erleichtern sowie langfristigen und nachhaltigen Erfolg ermöglichen. Und der DEHOGA hat um Antworten gebeten, damit jeder Wähler aus der Branche weiß, welche Partei und welcher Kandidat sich für die Belange von Hotellerie und Gastronomie einsetzen will.

Gefragt wurden zum einen die Parteien. Die Ergebnisse finden Sie in der Synopse auf den folgenden Seiten. Darüber hinaus hatte jeder Kandidat die Möglichkeit, die einzelnen Fragen des DEHOGA individuell zu beantworten, denn nicht immer stimmen deren Meinungen mit den Wahlprogrammen der Parteien überein. Die individuellen Antworten der Kandidatinnen und Kandidaten – insgesamt haben fast 700 geantwor-

tet – sind auf der Homepage des DEHOGA (www.dehoga.de Wahl 2017) zu finden. Einige Stimmungsbilder sind auf den folgenden Seiten ebenfalls dargestellt.

Steuern und Arbeitszeit

„Erfreulich ist, dass sich CDU/CSU und FDP für die Beibehaltung des ermäßigten Steuersatzes für Beherbergungsleistungen ausgesprochen haben,“ kommentieren DEHOGA Präsident Guido Zöllick und Hauptgeschäftsführerin Ingrid Hartges die Befragungsergebnisse. Auch wenn fast alle Parteien Flexibilisierungsbedarf in Sachen Arbeitszeitgesetz sehen, spricht sich lediglich die FDP klar für eine Wochenarbeitszeit nach EU-Recht aus. CDU/CSU sehen diesbezüglich auch Handlungsbedarf, verweisen jedoch auf die Tarifpartner, wobei die CSU explizit praxisgerechte Lösungen gerade für die Gastronomie will.

Etwas komplizierter ist es beim Thema „Gleiche Steuern für Essen“. „Wir empfehlen hier die Lektüre der Parteiantworten“,

so die beiden, denn nicht immer bedeutet ein Ja auf diese Antwort auch automatisch einen reduzierten Mehrwertsteuersatz auf Speisen. Sowohl zum Thema Arbeitszeit als auch zum Thema Umsatzsteuer wird eine Lektüre der Parteiantworten empfohlen, denn nicht immer bedeutet ein Ja eine Lösung im Sinne der Branche.

Informationsangebot nutzen

„Nutzen Sie das Angebot Ihres DEHOGA und informieren Sie sich, wer sich wie positioniert hat. Es kann uns allen nicht gleichgültig sein, wer nach der Wahl am Steuer sitzt und den Kurs auch für unsere Branche vorgibt“, sagt Guido Zöllick. Jeder könne mit seiner Stimme dazu beitragen, dass Politiker im Land das Sagen bekommen, die für die Belange des Mittelstandes kämpfen, die sich für den Tourismusstandort Deutschland einsetzen und insbesondere für seine Leistungsträger – die Hoteliers und Gastronomen – ein offenes Ohr haben.

> Andreas Türk

ARBEITSZEITGESETZ UND MINDESTLOHN

1. Glauben auch Sie, dass die tägliche Arbeitszeit heute zu starr ist und das Gastgewerbe eine bessere Lösung benötigt?

<p>Ja.</p> <p>Begründung CDU: Da Arbeit zukünftig flexibler und mobiler wird, wollen wir das Arbeitsrecht modernisieren. Wir wollen den Wünschen der Beschäftigten nach mehr Arbeitszeitsouveränität und den Flexibilitätsanforderungen der Arbeitgeber Rechnung tragen, ohne den Gesundheitsschutz zu gefährden. Dazu werden wir den Tarifpartnern zusätzliche Spielräume zur Flexibilisierung, wie sie die europäische Arbeitszeitrichtlinie eröffnet, im Rahmen von Tarifverträgen ermöglichen. Die Gesamt-Wochenarbeitszeit erhöht sich dadurch nicht.</p> <p>Begründung CSU: Da Arbeit zukünftig flexibler und mobiler wird, wollen wir das Arbeitsrecht modernisieren. Wir wollen den Wünschen der Beschäftigten nach mehr Arbeitszeitsouveränität und den Flexibilitätsanforderungen der Arbeitgeber Rechnung tragen, ohne den Gesundheitsschutz zu gefährden. Dafür ebnen wir den Weg für einen flexiblen Arbeitsort, flexible Arbeitszeiten und flexible Arbeitsstrukturen. Diese Aufgabe müssen die Tarifpartner verstärkt aufgreifen. Insgesamt wollen wir eine neue Kultur der Partnerschaft für die Arbeitszeitregelungen zwischen Beschäftigten und Betrieb mit praxisgerechten Lösungen für alle, gerade für Dienstleistungen, Gastronomie und kleinere Betriebe.</p>	<p>Grundsätzlich ja.</p> <p>Beschäftigte sollen mehr Wahlmöglichkeiten bei ihrer Arbeitszeit und für ihren Arbeitsort erhalten, sofern betriebliche Belange dem nicht entgegenstehen. Wir wollen daher, in enger Abstimmung mit Gewerkschaften und Unternehmen, ein Wahlarbeitszeitgesetz auf den Weg bringen, in dem Rechtsansprüche der Beschäftigten, finanzielle Unterstützung in bestimmten Lebensphasen und Anreize für die Aushandlung betrieblicher Wahlarbeitskonzepte miteinander verzahnt sind. Gleichzeitig werden wir das arbeitnehmerfeindliche und die immer weiter ausufernde Verbreitung von „Arbeiten auf Abruf“ eindämmen.</p>	<p>Nein.</p> <p>Arbeitgeber haben bereits heute ausreichend Möglichkeiten zur Flexibilisierung der Arbeitszeit. Vielmehr ist es aus Sicht der Fraktion DIE LINKE notwendig, einer Entgrenzung von Arbeit entgegenzuwirken, indem die gesetzliche Wochenhöchstarbeitszeit auf 40 Stunden reduziert wird. Gleichzeitig ist mehr Zeitsouveränität für Beschäftigte erforderlich.</p>	<p>Ja.</p> <p>Wir fordern eine größere Zeitsouveränität für die Beschäftigten. Sie sollen mehr Mitsprache über den Umfang und die Lage ihrer Arbeitszeit bekommen. Wenn Arbeit gut ins Leben passt, dann erhöht das die Motivation und hilft gegen den Fachkräftemangel. Das Arbeitszeitgesetz ermöglicht aus grüner Sicht grundsätzlich eine ausgewogene Balance zwischen den Flexibilitätsanforderungen der Unternehmen und dem notwendigen Arbeits- und Gesundheitsschutz der Beschäftigten. Es sieht ausreichend Möglichkeiten für branchenspezifische Anpassungen vor.</p>	<p>Ja.</p>
--	---	---	---	------------

2. Findet das Konzept einer Wochenarbeitszeit nach EU-Recht Ihre Unterstützung?

<p>Ja.</p> <p>Siehe Antwort zu Frage 1.</p>	<p>Nein.</p> <p>Wir wollen Langzeitkonten für Beschäftigte und Betriebe attraktiver machen. Wenn viel Arbeit anfällt, muss es möglich sein, zusätzlich geleistete Arbeitszeiten anzusparen. In ruhigeren Phasen oder wenn mehr Zeit für die Familie gebraucht wird, kann dann weniger gearbeitet werden. Wir wollen daher prüfen, ob und wie Langzeitkonten betriebsübergreifend organisiert werden können.</p>	<p>Nein.</p> <p>Die LINKE hält an einer täglichen Höchstarbeitszeit fest, wie sie bereits derzeit im ArbZG geregelt ist.</p>	<p>Ja.</p> <p>Eine maximale Wochenarbeitszeit ist aus Gründen des Arbeitsschutzes natürlich notwendig. Die Abschaffung der täglichen Arbeitszeithöchstgrenze lehnen wir ab, da eine anhaltende Entgrenzung der Arbeitszeit nachweislich gesundheitliche und soziale Risiken für die Beschäftigten zur Folge hat.</p>	<p>Ja.</p>
---	---	--	--	------------

3. Werden Sie sich für eine Abschaffung oder zumindest Reduzierung der bürokratischen Dokumentationspflicht für das Gastgewerbe beim Mindestlohn einsetzen?

<p>Ja.</p> <p>Die Einführung des gesetzlichen Mindestlohns in Deutschland hat sich grundsätzlich bewährt. Jeder soll von seiner Arbeit leben können. Deshalb halten wir daran fest. In der Praxis hat sich allerdings gezeigt, dass viele Regelungen zu bürokratisch und wenig alltagstauglich sind. Dies trifft insbesondere unsere Landwirtschaft und die Gastronomie sowie weitere Betriebe. Unser erklärtes Ziel ist daher der Abbau unnötiger Bürokratie gleich zu Beginn der neuen Wahlperiode.</p>	<p>Nein.</p>	<p>Nein.</p> <p>Solange Arbeitgeber nicht freiwillig und jederzeit das Arbeitszeitgesetz einhalten, setzt sich die LINKE dafür ein, dass die Arbeitszeit komplett zu dokumentieren ist, um Kontrollen zu gewährleisten.</p>	<p>Nein.</p> <p>Eine Kontrolle des Mindestlohnes ist nicht möglich ohne die Dokumentation der Arbeitszeit. Um unfairen Wettbewerb zu vermeiden, sollte die konsequente Durchsetzung des Mindestlohnes auch im Interesse des Gastgewerbes sein. Zudem stellt die Aufzeichnung von täglich drei Zahlen (Anfangs- und Endzeit sowie Gesamtstundenumfang) durch die einzelnen Beschäftigten aus grüner Sicht auch keine unverhältnismäßige Belastung dar.</p>	<p>Ja.</p>
---	--------------	---	---	------------

STEUERN

4. Werden Sie den reduzierten Mehrwertsteuersatz, wie er in 25 EU-Staaten gilt, für die heimische Hotellerie beibehalten?

<p>CDU und CSU planen keine Änderung bei der Mehrwertsteuer für Hotels.</p>	<p>Nein.</p>	<p>Die Mehrwertsteuer ist keine geeignete Maßnahme, um zielgenau soziale und wirtschaftliche Probleme zu lösen. Menschen mit niedrigem Einkommen müssen prozentual mehr Mehrwertsteuer zahlen. DIE LINKE will die sogenannte Mövenpicksteuer abschaffen. Durch diese Steuersenkung sind weder die Hotelpreise gesunken noch haben die Hotelbeschäftigten in der Regel mehr Geld bekommen. Verteilungsgerechtigkeit lässt sich nur dadurch erreichen, dass die Schwachen entlastet werden und die Starken mehr zahlen. Deswegen wollen wir die Mehrwertsteuer auf Produkte für Kinder, Medikamente und arbeitsintensive Handwerkerleistungen senken.</p>	<p>Nein. Wir setzen uns für eine grundlegende Reform der Mehrwertsteuer ein. Der verminderte Mehrwertsteuersatz soll sich ausschließlich auf soziale und ökologische Ziele konzentrieren, Branchensubventionen oder die Besteuerung von Wasser mit 19 Prozent, von Säften aber mit 7 Prozent, wollen wir durch ein transparentes Umsatzsteuersystem ablösen.</p>	<p>Ja.</p>
---	--------------	---	--	------------

5. Finden Sie die derzeitige Besteuerung von Speisen nachvollziehbar und gerecht?

<p>Grundsätzlich werden Speisen, die für den Verzehr vor Ort vorgesehen sind, mit 19 Prozent Mehrwertsteuer belegt. Für Speisen, die außer Haus verzehrt werden, sind 7 Prozent Mehrwertsteuer fällig. Letzteres trifft vor allem auf Lieferservices und Imbissstände zu. Ob eine Wettbewerbsbenachteiligung zwischen den Anbietern vorliegt, hängt z. B. von der Ähnlichkeit der Produkte ab und kann nur von Fall zu Fall beurteilt werden. Um Abgrenzungsschwierigkeiten zu verhindern, hat das Bundesministerium der Finanzen mit Schreiben vom 20. März 2013 klargestellt, welche Leistungen mit 7 und welche mit 19 Prozent Mehrwertsteuer belegt werden. Eine Änderung der geltenden Rechtslage planen wir nicht.</p>	<p>Ja. Die unterschiedliche Besteuerung von Lebensmitteln und von Restaurantleistungen erfolgt aufgrund der Differenzierung zwischen Warenlieferungen und Dienstleistungen im europäischen Mehrwertsteuerrecht. Für die Gastronomie hat die Rechtsprechung in den letzten Jahren Abgrenzungskriterien entwickelt, die die Rechtsanwendung für die Unternehmen und die Finanzverwaltung erleichtern.</p>	<p>Nachstehende Fragen machen deutlich, dass es dringenden Handlungsbedarf gibt: Ist es für Sie nachvollziehbar, dass die industriell gefertigte Spargelcremesuppe aus der Tüte mit 7 Prozent besteuert wird, während die frisch zubereitete Spargelcremesuppe im Restaurant serviert mit 19 Prozent belegt ist? Finden Sie es als Anhänger gepflegter Esskultur richtig, dass das Stück Pizza auf die Hand mit 7 Prozent besteuert wird, die Pizza beim Italiener mit 19 Prozent? Ist es vernünftig, den abgepackten Salat aus dem Supermarkt mit Fertigdressing mit 7 Prozent zu besteuern und den im Restaurant frisch angerichteten Salat mit 19 Prozent? ...</p>	<p>Nein. Die Differenzierung von verschiedenen Produkten bzw. Dienstleistungen im Bereich der Mehrwertsteuersätze ist für die BürgerInnen kaum nachvollziehbar. Die bestehenden unzähligen Ausnahmen im System haben die vermeintlich einfache Umsatzsteuer unübersichtlich und betrugsanfällig gemacht. Wir wollen durch weniger Ausnahmen in der Umsatzsteuer mehr Steuergerechtigkeit herstellen. Steuergerechtigkeit in der Mehrwertsteuer erfordert auch eine Systematik, die nachvollziehbare Regeln und klare Abgrenzungen für Produkte und Dienstleistungen des ermäßigten Steuersatzes enthält.</p>	<p>Nein.</p>
--	---	---	--	--------------

6. Können Sie die Wettbewerbsbenachteiligung der Restaurants und Wirtshäuser nachvollziehen?

<p>k.A. Siehe Antwort zu Frage 5.</p>	<p>Nein. Die Unterscheidung zwischen Warenlieferungen und Dienstleistungen ist nicht auf die Gastronomie beschränkt, sondern gilt auch in anderen Branchen. Bei der Differenzierung handelt es sich somit um keine Wettbewerbsbenachteiligung für Restaurants und Wirtshäuser.</p>	<p>Siehe Antwort zu Frage 5.</p>	<p>Ja. Es ist nicht nachvollziehbar, dass Fast-Food-Ketten bei jedem auf der Straße verkauften Burger 12 Prozent extra Gewinn einstecken, weil hier der ermäßigte Mehrwertsteuersatz greift. Wenn man hier die pauschale Ermäßigung für das mitgenommene Essen streichen würde, könnte man von den Mehreinnahmen zum Beispiel ein kostenloses Schulessen für Kinder aus finanzarmen Familien ermöglichen oder den Ausbau von Strukturen für eine gute Kindergarten- und Schulumahrung finanzieren.</p>	<p>Ja.</p>
---	--	----------------------------------	--	------------

7. Setzen Sie sich für steuerliche Gleichbehandlung aller Speisen ein?

<p>k.A. Siehe Antwort zu Frage 5.</p>	<p>Nein. Siehe Antwort zu Frage 5.</p>	<p>Die derzeitige Ungleichbehandlung ist nicht gerecht. Wir wollen für die Verpflegung und damit verbundene Dienstleistungen in Schulen und Kindertagesstätten durch kommerzielle Anbieter den Mehrwertsteuersatz von 19 auf sieben Prozent reduzieren. Verpflegungsangebote durch kommunale Einrichtungen oder Vereine sollen generell von der Umsatzsteuer befreit werden.</p>	<p>Ja. Wir setzen uns für eine grundlegende Reform der Umsatzsteuer ein. Der verminderte Mehrwertsteuersatz soll ausschließlich auf soziale und ökologische Ziele konzentrieren, Branchensubventionen oder die Besteuerung von Wasser mit 19 Prozent, von Säften aber mit 7 Prozent, wollen wir durch ein transparentes Umsatzsteuersystem ablösen.</p>	<p>Ja. Wir wollen eine systematische und aufkommensneutrale Reform der Umsatzsteuer, deren Ziel eine deutliche Vereinfachung ist.</p>
---	--	--	---	---

HYGIENEAMPELN

8. Sprechen Sie sich gegen Internetpranger, Hygieneampeln und Co. aus?

<p>Ja. Informationen über die Ergebnisse von amtlichen Lebensmittelüberwachungen in Restaurants und Lebensmittelbetrieben durch Hygieneampeln oder Smileys lehnen wir ab. Sie bieten keine ausreichende und aktuelle Information über die Art der Beanstandungen und ihre Behebung.</p>	<p>Nein. Wir wollen Verbraucherinnen und Verbraucher mit leicht verständlichen Symbolen wie dem Smiley oder der Hygieneampel informieren.</p>	<p>Die Einführung des Hygiene-Smileys ist sehr wichtig und für alle Beteiligten von großem Vorteil. Behörden sollen dabei die Öffentlichkeit aktiv und klar erkennbar über die Ergebnisse der Lebensmittelkontrollen bei den Betrieben informieren, denn Lebensmittelsicherheit ist keine Geheimsache. Mit dem Hygiene-Smiley wird auf den ersten Blick erkennbar, wie es um Sauberkeit und Qualität bestellt ist. Das ist gelebter Verbraucherschutz und stärkt den vielen Betrieben den Rücken, die in gute Hygiene und qualifiziertes Personal investieren. Der Smiley führt zu einem Qualitätswettbewerb und entblößt die schwarzen Schafe der Branche. Im Ergebnis halbiert sich der Kontrollaufwand und die Lebensmittelhygiene in den Betrieben verbessert sich deutlich. Der Hygiene-Smiley verbessert also die Lebensmittelsicherheit, entlastet die Kontrollbehörden und stärkt das Vertrauen der Verbraucherinnen und Verbraucher. DIE LINKE macht sich deshalb für eine rechtssichere Einführung des Hygiene-Smileys stark, für mehr Lebensmittelsicherheit, besseren Verbraucherschutz und weniger Bürokratie.</p>	<p>Nein. Wir halten die Einführung eines Hygienebarometers bzw. -smileys für eine sinnvolle und effektive Maßnahme, um einen Rückgang der seit Jahren gleichbleibend hohen Anzahl der Hygienebeanstandungen zu erreichen. Das ist kein Pranger. Im Gegenteil: Die Transparenz über Kontrollergebnisse schafft Klarheit für Verbraucher und Druck auf die schwarzen Schafe. Das kommt der großen Mehrheit vorschriftsmäßig wirtschaftender Betriebe zugute, zugleich wird das Vertrauen der Verbraucher in die Lebensmittelbranche verbessert. Für die Unternehmen soll die Beantragung einer zeitnahen Nachkontrolle möglich sein.</p>	<p>Ja.</p>
---	---	---	--	------------

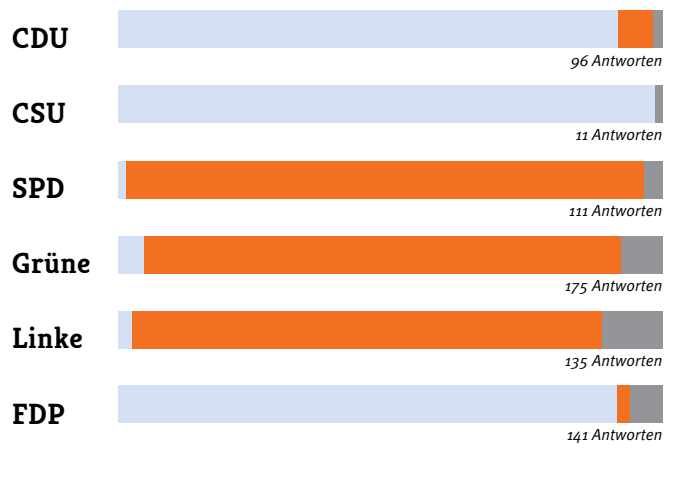
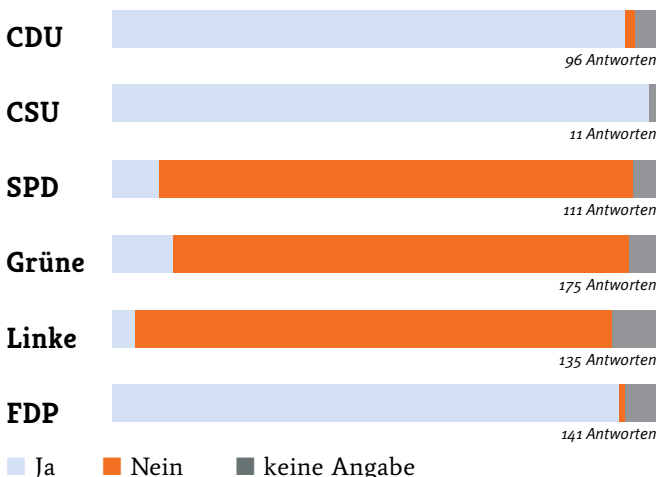
ACHT KONKRETE FRAGEN - UND DIE ANTWORTEN DER KANDIDATEN

Fast 700 Kandidatinnen und Kandidaten der Parteien haben sich zu den Forderungen und Fragen des DEHOGA im Detail geäußert. Dabei zeigt sich, dass nicht alle mit den Wahlprogrammen der Parteien übereinstimmen. Allerdings sind deutliche Tendenzen zu

erkennen. Die folgenden Grafiken zeigen einen Ausschnitt aus dem umfangreichen Fragenkatalog. Auf der Homepage des DEHOGA können die Antworten der einzelnen Kandidaten ausführlich nachgelesen werden. Ebenso kann nach Bundesländern sortiert werden.

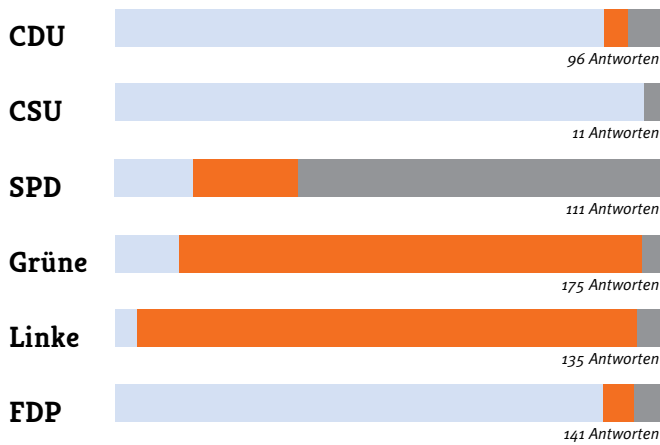
Werden Sie den reduzierten Mehrwertsteuersatz, wie er in 25 EU-Staaten gilt, für die heimische Hotellerie beibehalten?

Schließen Sie Steuererhöhungen jedweder Art aus?

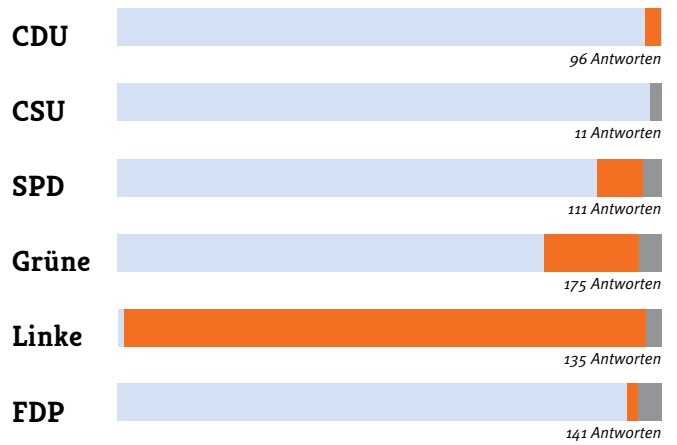




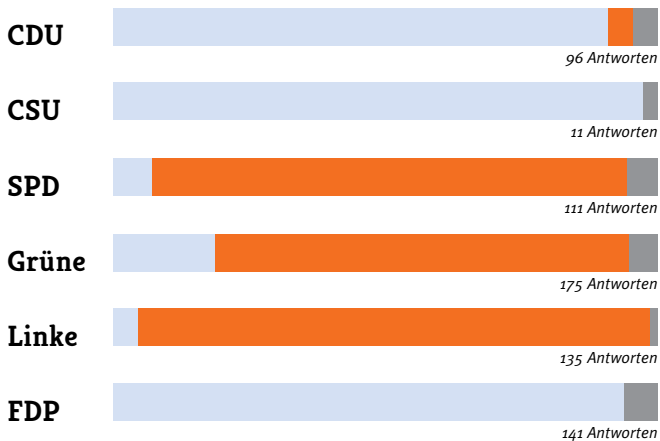
Machen Sie sich stark für die Beibehaltung der aktuellen Minijob-Regelung?



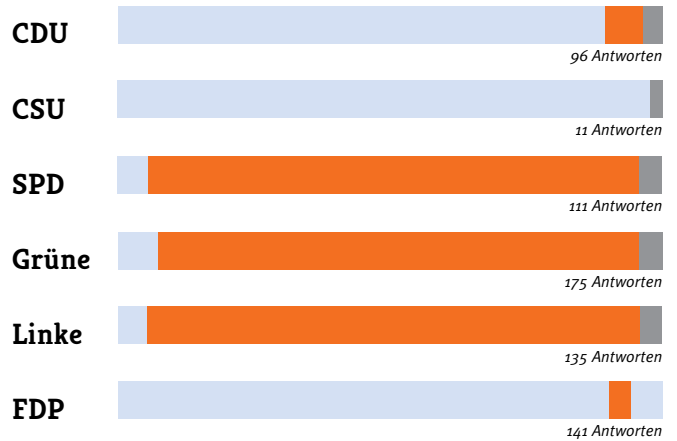
Werden Sie sich dafür einsetzen, dass sich die Politik bei der Festsetzung der Höhe des Mindestlohns heraushält?



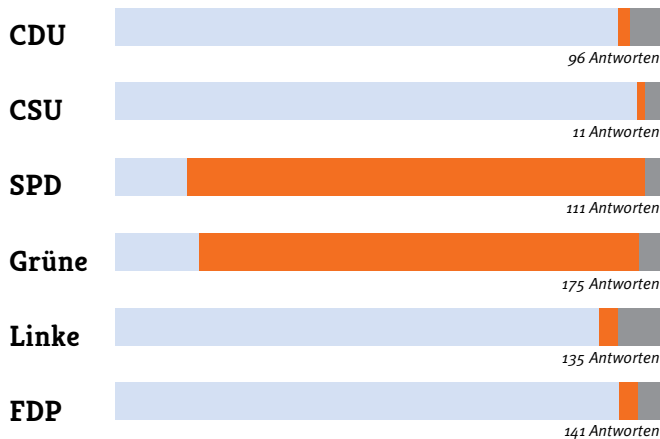
Werden Sie sich für eine Abschaffung oder zumindest Reduzierung der bürokratischen Dokumentationspflicht für das Gastgewerbe beim Mindestlohn einsetzen?



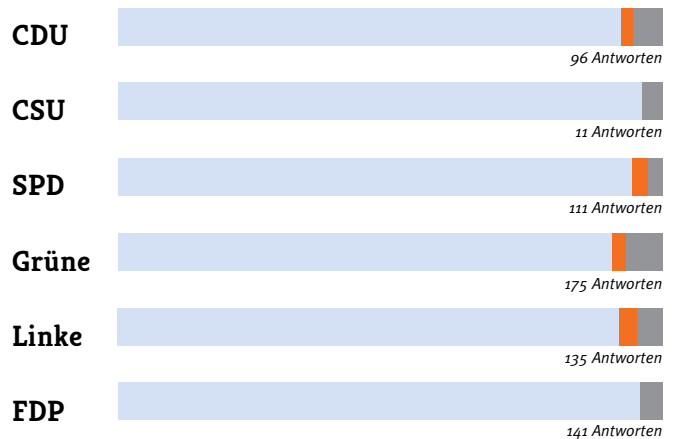
Sprechen Sie sich gegen Internetpranger, Hygieneampeln und Co. aus?



Lehnen Sie Pflichtgebühren für die nichtanlassbezogenen Lebensmittelkontrollen ab?



Setzen Sie sich für konsequenten Bürokratieabbau ein?



■ Ja ■ Nein ■ keine Angabe



INNOVATIONEN SIND ANGESAGT



Das Food Innovation Camp 2017, eine gemeinsame Veranstaltung von Hamburg Startups, Gastgewerbe Magazin und DerProfitester, brachte innovative Aussteller und interessierte Hoteliers und Gastronomen zusammen.

Erfolg bei der Premiere – das Food Innovation Camp in der Hamburger Handelskammer war eine gelungene Veranstaltung: 78 Aussteller präsentierten in den altherwürdigen Räumen ihre innovativen und kreativen Produkte aus den Bereichen Food, Getränke und Technologie. Über 1200 Besucher kamen zu diesem Branchenevent, das einmal mehr gezeigt hat, wie viele junge, innovative Unternehmer und welch tolle kreative Produkte es gibt.

Das Food Innovation Camp war eine gute Mischung aus Ausstellung, Kongress, Workshops und Networking. An allen Ecken und Enden wurde geredet, wurden Karten, Informationen und Produktmuster ausgetauscht. Und die Palette reichte von gefrorenem Smoothie mit frischen Früchten aus Brasilien über Rohkost-vegane Pralinen oder Knoblauch-Öl in kleinen Tütchen bis hin zu Chips aus Früchten und digitalen Lösungen für Personalmanagement, Kasse oder Warenwirtschaft. Neben der Präsentation der Produkte stand ganz klar das Networking im Mittelpunkt. Bei Speeddatings konnten Newcomer mit erfahrenen Branchenkennern zusammen-

kommen, Konzepte diskutieren oder einfach nur Ideen austauschen.

Einige Produkte standen beim Food Innovation Camp ganz besonders im Vordergrund, denn sie wurden mit dem Profitester-Award ausgezeichnet. Dieser erstmals vergebene Branchenpreis basiert auf dem Testergebnis von Profis, die die Produkte im betrieblichen Alltag umfassend getestet haben. Awards gingen an Granini für den Buffet-Saftspender little BIC, an Friesenkrone für die Friesisch Tapas, an Gastromatic für eine branchenrelevante Personalsoftware, an Erlenbacher für die „Genuss hoch drei“-Kuchen sowie an Frischli für den leckeren Panna Cotta Dessertgenuss.

Begeistert von der Innovationskraft zeigte sich auch Ralf Dümmel, Unternehmer und bekannt als Mentor und Investor aus der Vox-Sendung „Höhle der Löwen“. Er unterstrich die Bedeutung von Innovationen, denn die Menschen wollten immer wieder Neues erleben, wollten mit Innovationen begeistert werden. Deshalb auch sein Aufruf an das Gastgewerbe, die neuen Ideen in ihre Konzepte zu integrieren (siehe Interview Seite 17).

> Andreas Türk



Fotos: privat

TALKRUNDE MIT EXPERTEN UND PRAKTIKERN

„Verschläft die Gastronomie die Digitalisierung?“ Diese provokative Frage stand im Mittelpunkt einer Talkrunde, die Andreas Türk, Chefredakteur des Gastgewerbe Magazins, im Rahmen des Kongresses beim Food Innovation Camp moderierte. Thomas Meuche, Wirtschaftsprofessor an der Hochschule Hof und Spezialist für Strategie und Digitalisierung, machte deutlich, dass andere Branchen im Hinblick auf die Digitalisierung schon deutlich weiter sind, dass aber der Bedarf in der Gastronomie, durch digitale Lösungen die Effizienz zu steigern, mindestens genauso groß ist. Meuche forderte die Gastronomen auf, noch stärker digitale Prozesse in den betrieblichen Alltag zu integrieren, dabei aber auf eine enge Verknüpfung dieser Lösungen zu achten. „20 verschiedene Tools mit 20 verschiedenen Passwörtern, individuellen Strukturen und unterschiedlichem Output machen die Arbeit eher komplizierter“, so seine Meinung.

Wie die Digitalisierung in der Praxis aussieht, schilderten die beiden Gastronomen Daniel MacGowan und Eibe Schütte. Sowohl bei Otto's Burger, inzwischen mit vier Betrieben in Hamburg erfolgreich, als auch bei Eis&innig, einer individuellen und innovativen Eisbar, haben die beiden Betreiber versucht, möglichst viele Prozesse zu digitalisieren. Allerdings, so die Meinung der beiden Praktiker, müsse man immer auch Aufwand und Kosten im Blick haben. Eibe Schütte nannte beispielsweise die Gebühren für bargeldlose Zahlungen als einen Hinderungsgrund für ihn, mit Kartenzahlungen die Prozesse zu vereinfachen – bei einem Preis von einem Euro für die Kugel Eis sicherlich verständlich. Grenzen, so Daniel MacGowan, habe die Digitalisierung auch immer dann, wenn es für den Gast zu unpersönlich werde.

Fazit der Runde: In bestimmten Bereichen macht Digitalisierung Sinn, wenn sie vernetzt ist und Kosten und Aufwand in einem guten Verhältnis zum Effekt stehen. Allerdings müsste die Branche vonseiten der Lieferanten und anderer Partner stärker unterstützt werden.



AUSGEZEICHNETE PRODUKTE

Was ragt aus den Innovationen besonders heraus? Was hat das Zeug, im Markt erfolgreich zu sein und Trends zu setzen? Was hilft Unternehmern wirklich? Diese Fragen stellte sich eine von Hamburg Startups zusammengestellte 20-köpfige Jury, die darüber entschied, wer am Ende des Food Innovation Camp mit einem Preis ausgezeichnet wurde.

Der Preis für die beste Innovation ging an Flowtify, eine Tabletlösung für papierlose HACCP-Dokumentation. Als bester Newcomer wurde Smuus ausgezeichnet. Dabei handelt es sich um einen Brotaufstrich, ähnlich wie Marmelade, nur mit Obst und Gemüse, der aktuell in sechs Sorten erhältlich ist. Smuus ist aber nicht nur Brotaufstrich, sondern außerdem Basis für Drinks und Saucen, Zutat für Müslis und Joghurts

und noch so einiges mehr. Den Preis für das beste Produkt sicherte sich Lycka. Das Hamburger Startup verkauft Frozen Yoghurt, veganes Eis und Mini Power-Riegel. Die Qualität der Produkte, das schöne Verpackungsdesign und das soziale Engagement (ein Teil der Einnahmen verhilft Schulkindern in Afrika zu einem Mittagessen) wurden reichlich belohnt.

Und schließlich gab es noch den Sonderpreis „Gastropraxis digital“, der vom Gastgewerbe Magazin in Zusammenarbeit mit der Telekom zur Verfügung gestellt wurde. Ausgezeichnet wurde hier das Dienstplanungstool von gastromatic, das individuell angepasst werden kann und Unternehmer bei der komplexen Dienstplangestaltung unterstützt. Bei der Übergabe des Preises betonte Gastgewerbe-Magazin-Chefredak-

teur Andreas Türk, dass präzise Dienstplangestaltung ein wichtiger Baustein im Bereich der Sicherung von Fachkräften sein muss. > **atk**



„DEUTSCHLAND HAT SO TOLLE INNOVATIONEN“

Er ist bekannt aus der Vox-Sendung „Die Höhle der Löwen“ und sorgt dafür, dass innovative Produkte im Handel landen. Auf dem Food Innovation Camp in Hamburg informierte sich Ralf Dümmel, Inhaber von DS Produkte, über Innovationen, gab Start-ups Ratschläge und motiviert im Exklusiv-Interview Unternehmer aus dem Gastgewerbe, innovativer zu sein.

Herr Dümmel, wie wichtig sind Innovationen?

Ralf Dümmel: Ich bin mir sicher, dass Innovationen sehr wichtig sind – und das nicht nur im Food-Bereich, sondern in allen Bereichen. Wenn man sich vom Wettbewerb unterscheiden will – und das gilt für den Handel genauso wie für Start-ups, Lieferanten und die Gastronomie – dann ist es wichtig, dass man unterschiedliche Produkte hat und neue Ideen auf den Markt bringt. Ich kann aus dem Schwerpunkt meiner Aktivitäten nur sagen: Der Handel schreit geradezu nach Innovationen.

Handel ist das eine, Gastronomie das andere: Wie wichtig sind aus Ihrer Sicht Innovationen für die Gastronomie?

Ich glaube, dass man das gar nicht so differenzieren muss: Handel oder Gastronomie. Die Zukunft liegt in den Innovationen, weil man anders sein muss als andere. Wenn ich ein Restaurant habe und daneben ist ein anderes Restaurant, dann muss ich mich differenzieren. Das gilt auch für Hotels. Ich glaube, dass Innovation zukünftig für den Erfolg entscheidend ist.

Früher war die Gastronomie der Innovationstreiber, hat neue Produkte schnell auf die Karte gesetzt. Jetzt hat der Handel diese Rolle übernommen. Woran liegt das?

Die ganze Start-up-Szene ist in Bewegung, und der Handel hat sehr schnell gelernt, dass es wichtig ist, schnell mit der Ware draußen zu sein. In der Gastronomie sind einige wenige ähnlich innovativ, aber – in der Tat – die Masse hinkt etwas hinterher und hat Nachholbedarf.

Also: Ein Aufruf an die Gastronomie, innovativer zu sein?

Ich rufe alle auf, innovativ zu sein. Deutschland ist so innovativ, wir haben so viele tolle Gründer – und deshalb glaube ich, dass alle daran mitarbeiten müssen, diese Produkte den Menschen zugänglich zu machen. Es macht doch Spaß, etwas Neues zu machen und am Ende dann damit erfolgreich zu sein. Insofern rufe ich auch die Gastronomie dazu auf, sich über Innovationen zu informieren und diese in ihr Angebot aufzunehmen.

> Das Interview führte Andreas Türk



NACHHALTIGKEIT NICHT NUR VERSTEHEN, SONDERN LEBEN

Es ist kein Geheimnis, dass Nachhaltigkeit das Thema der Stunde und der Zukunft ist. Jeder Mitarbeiter aus Gastronomie und Hotellerie wird im täglichen Umgang mit Lebensmitteln, Verpackungen und Neuananschaffungen gezwungen, sich mit ökologisch wertvollen Produkten auseinanderzusetzen. Und das ist gut so.

Wir unterstützen Sie bei Ihren Bemühungen um nachhaltigeres Leben und Arbeiten und stellen unsere Dezember-Ausgabe komplett unter das Motto „Nachhaltigkeit“. Wir haben uns auf die Suche gemacht und stellen Ihnen aus den Bereichen rund um Wasser, Food, Getränke, Technik und natürlich Ambiente zahlreiche umweltbewusste Produkte vor, die nicht nur durch den ökologischen Hintergrund, sondern auch durch Geschmack und Optik überzeugen.

Außerdem zeigen wir Beispiele aus der betrieblichen Praxis, wie Ökologie und Ökonomie in Einklang gebracht werden können. Wir werden das Thema Umweltverschmutzung und besonders die Vermeidung von Plastikabfällen hinterfragen und mit Lösungsansätzen und Tipps motivieren. Ein besonderer Schwerpunkt wird hierbei auf dem Schutz der Ressource Wasser liegen – erschreckenderweise besteht hier besonderer Aufklärungsbedarf. Zusammen mit dem WaterRanger e.V. versuchen wir, Aufmerksamkeit auf die Probleme durch Wasserverschmutzung, insbesondere durch Mikroplastik, zu lenken und Handlungsziele und Lösungsansätze aufzuzeigen.

Wir freuen uns auf eine spannende Ausgabe und hoffen, Ihnen im hektischen Dezember eine kleine Auszeit bieten zu können.
> **Miriam Grothe**



mitmachen **Wir freuen uns auf Ihre Empfehlungen**

Regionale Waren, recycelbare Mitnehm-Verpackungen oder Mitarbeiterschulung zum Thema Abfallvermeidung: Viele tragen bereits dazu bei, im Rahmen ihrer Möglichkeiten nachhaltig zu wirtschaften. Wir wollen wissen, was Ihr Unternehmen auszeichnet. Ganz gleich ob Produkte, Dienstleistungen für den Gast, Trinkwasserautomaten oder Rezepturen mit nachhaltigem Anspruch – wir freuen uns auf Ihre Inspiration per E-Mail an m.grothe@inproma.de



DIGITALE LÖSUNGEN SIND EIN MUSS FÜR DEN KÜNFTIGEN ERFOLG

Wo steht das Gastgewerbe in Sachen Digitalisierung? Wo geht die Reise hin? Wie und mit welchen Lösungen kann es gelingen, dass sich die Branche durch den Einsatz digitaler Lösungen fit macht für die Zukunft? Diese und viele andere Fragen diskutierten die Teilnehmer beim Round Table „Digitalisierung“, zu dem Gastgewerbe-Magazin nach München eingeladen hatte.



Foto: Petra Fiedler

Wenn es um die Digitalisierung geht, ist das Gastgewerbe noch nicht so weit wie andere Branchen. Diese Erkenntnis stand ganz am Anfang der Diskussion, die unter der Leitung von Gastgewerbe-Magazin-Chefredakteur Andreas Türk stand. Es gebe Aufholbedarf, denn nur mit digitalen Lösungen könne sich die Branche so aufstellen, dass sie vor dem Hintergrund steigender gesetzlicher Anforderungen, allgemeinem Kostendruck und intensiverem Fachkräftemangel in Zukunft erfolgreich wirtschaften kann. Allerdings: Genauso groß wie die Vielfalt der Betriebe und Konzepte in Hotellerie und Gastronomie sind auch die Lösungen, die angeboten werden. Da fällt sicherlich im Einzelfall die Entscheidung schwer. Doch alle Digitalisierungs-Experten des Round Tables waren sich einig: Die Branche braucht mehr Aufgeschlossenheit für digitale Lösungen. Unternehmer dürften nicht vor der Größe der Herausforderung zurückschrecken, sondern müssten sich Stück für Stück in die Digitalisierung ihres Betriebes hineinarbeiten. Die meisten Produkte – und das wurde bei der Präsentation der einzelnen Teilnehmer deutlich – sind modular aufgebaut, bieten einen leichten Einstieg, können individuell an den Betrieb



GASTGEWERBE
TREND & TEST.
ROUNDTABLE
DIGITALISIERUNG #1

angepasst und beliebig erweitert werden. Der Einstieg in die Digitalisierung ist dringend notwendig. Einerseits werden die Gäste immer digitaler, verlangen nach kostenfreiem und einfach zugänglichem WLAN in allen Bereichen, komfortablen Buchungs- und Reservierungsmöglichkeiten oder schneller Kommunikation. Andererseits ergeben sich aber auch vielfältige Chancen für den Unternehmer: Geringere Kosten durch mehr Effizienz, weniger Fehlerquellen, mehr Transparenz, einfachere Dokumentationen, mehr Kundenorientierung und Markttransparenz – und in der Konsequenz durch vereinfachte und optimierte Prozesse auch ein Beitrag zur Bewältigung des Fachkräftemangels. Der klare Aufruf des Round Table: Das Gastgewerbe braucht mehr Aufgeschlossenheit für digitale Lö-

sungen, mehr Mut, Neues zu wagen und die Herausforderungen durch Veränderungen anzunehmen.

Allerdings – und darin waren sich die Teilnehmer des Round Table am Ende einig – geht es im Gastgewerbe immer noch um den Gast, um Menschen mit individuellen Wünschen und Bedürfnissen. Dies dürfe man nicht aus den Augen verlieren, und digitale Lösungen dort einsetzen, wo sie Sinn machen und dem Unternehmer die Arbeit so erleichtern – damit er am Ende mehr Zeit für seine Gäste hat. **> atk**

Einen ausführlichen Bericht über den Round Table finden sie in unserem IT-Sonderheft in der nächsten Ausgabe.

Die Teilnehmer beim Round Table:

- Kassensysteme Ebner
- Goingsoft
- Telekom
- Planday
- Oracle Deutschland
- ppm prime procurement management
- DerProfitester

Und aus der Praxis:

- Andreas Ufertinger, Brauereigasthof St. Afra in Friedberg
- Florian Weiss, Die Privathoteliers

PERSONAL DIGITAL BESSER PLANEN

Gute Personalplanung wirkt sich auf die Zufriedenheit der Mitarbeiter aus. Dieser Meinung sind Florian Klima und Patrick Pötzsch, die beiden Geschäftsführer von Gastromatic. Im Interview erläutern sie, warum und wie eine digitale Lösung wie Gastromatic ein hilfreiches Tool bei der Personalplanung ist.



Fotos: Gastromatic

Wie wichtig ist aus Ihrer Sicht vor dem Hintergrund des Fachkräftemangels eine gute Personalplanung?

Florian Klima: Gerade weil es im Gastgewerbe immer schwerer wird, Personal zu finden, ist es wichtiger denn je, die Mitarbeiter, die man hat, zu halten. Um das zu erreichen, sollten alle Mitarbeiter zufrieden sein und sich fair behandelt fühlen. Aus unserer Sicht kann eine gute Personalplanung hierzu entscheidend beitragen. Die Zufriedenheit wird im Kontext der optimalen Personalplanung vor allem dadurch gewährleistet, dass Schichtwünsche berücksichtigt, Ruhezeiten eingehalten und Überstunden vermieden werden. Mehr Transparenz bei der Berechnung von Arbeitszeiten, Löhnen, Zuschlägen etc. führt dazu, dass Mitarbeiter nachvollziehen können, wie ihr Gehalt zustande kommt, und sorgt deshalb für eine höhere Wertschätzung.

Wie wichtig ist eine digitale Lösung für eine gute Personalplanung?

Patrick Pötzsch: Ab einem Mitarbeiterstamm von über zehn Personen ist es ohne digitale Unterstützung nach unserer Erfahrung kaum machbar, eine optimale Personalplanung umzusetzen. Gerade die zahl-

reichen Kommunikationsschleifen zwischen Planer und Mitarbeiter sind ohne digitale Unterstützung enorm aufwendig. Es gibt immer wieder Verfügbarkeiten, Wünsche und spontane Absagen, die zu berücksichtigen sind. Wenn man dann noch darauf achten will, dass gesetzliche Bestimmungen eingehalten, nicht zu viele Überstunden produziert und die Wochenendschichten fair verteilt werden, ist man mit einem händischen Prozess schnell überfordert. Digitale Lösungen machen das Herumtelefonieren unnötig, geben einen sehr guten Überblick und warnen, wenn Vorgaben nicht eingehalten werden. Zudem haben die Mitarbeiter jederzeit Einblick auf den aktuell gültigen Dienstplan, ganz einfach via Smartphone-App.

An welcher Stelle können digitale Lösungen besonders gut helfen und haben Vorteile gegenüber einer Papierlösung?

Florian Klima: Wie oben bereits erwähnt sorgen digitale Lösungen für Transparenz und schaffen zudem mehr Flexibilität. Cloudlösungen wie gastromatic bieten die Möglichkeit, jedem Mitarbeiter entsprechend seiner Funktion und Kompetenz Zugang zum System zu verschaffen, um ihn mit Aufgaben in seinem Zuständig-

keitsbereich zu betrauen. Transparenz entsteht in Systemen wie gastromatic durch eine umfassende Rechte- und Rollenverwaltung. Diese Features helfen dabei, Verantwortung an den richtigen Stellen zu übertragen und auf der anderen Seite auch die Arbeit der einzelnen Bereiche zu überwachen und kontrollieren oder die Mitarbeiter einfach nur up to date zu halten, was Schichtzeiten und persönliches Arbeitszeitkonto angeht. Durch diese Möglichkeiten werden Kommunikationsschleifen verkürzt.

Das Arbeitszeitgesetz bedeutet für die Unternehmer einen erheblichen bürokratischen Dokumentationsaufwand. Wie kann eine Lösung wie Gastromatic da helfen?

Patrick Pötzsch: Gastromatic ist gerade in Bezug auf die Erfüllung der Dokumentationspflichten eine enorme Arbeitserleichterung. Über eine Tablet- oder Smartphone-App erfassen alle Mitarbeiter ihre eigenen Arbeitszeiten ganz eigenständig. Ob der Mitarbeiter sich tatsächlich persönlich einstempelt oder sich überhaupt im Betrieb befindet, kann ganz einfach via Fotoverifizierung oder GPS-Standort kontrolliert werden. Nach der Erfassung der Arbeitszeiten prüft das System einerseits nach Plausibilität, kontrolliert andererseits aber auch alle Zeiten im Hinblick auf die gesetzlichen Rahmenbedingungen und zeigt schließlich mögliche Konflikte auf.

— Anzeige —



Kassen mieten: ab € 49,- zuzügl. MwSt.
dann stimmt die Kasse auch noch 2017 und 2020
www.kassen-huth.de Tel.: 0221 - 510 22 31

**Wie groß ist der Aufwand der Umstellung auf eine digitale Lösung?**

Patrick Pörtzsch: Eine Systemumstellung ist natürlich immer mit etwas Aufwand verbunden. Grundsätzlich ist der Aufwand, auf eine digitale Lösung umzustellen, für Betriebe, die vorher noch komplett analog gearbeitet haben, um einiges größer als für Betriebe, die sich vorher auch schon digitaler Helferlein bedient haben. Der größte und zeitaufwendigste Faktor ist am Anfang die Konfiguration und die Datenpflege des neuen Systems. Ist ein System einmal eingerichtet und gut geschult, klappt es nach unserer Erfahrung schnell problemlos und bringt schon nach kurzer Zeit den gewünschten Mehrwert.

Florian Klima: Im Laufe der Zeit konnten wir durch unsere Erfahrung unseren Onboardingprozess so weit optimieren, dass unsere Kunden durch gute Prozesse und kluge Features im Handumdrehen alle Daten einspielen und loslegen können.

Jeder Betrieb ist anders, jeder Mitarbeiter anders: Wie genau kann Gastromatic an

die individuellen Anforderungen des jeweiligen Betriebes angepasst werden?

Florian Klima: Wir haben sehr früh erkannt, dass das Gastgewerbe eine vielseitige und komplexe Branche ist, in der nahezu kein Betrieb, Konzept oder System dem anderen gleicht. Dennoch haben wir den Anspruch an uns als „Branchenspezialist“, dass jeder gastgewerbliche Betrieb seine Strukturen und Prozesse mit gastromatic abbilden, sie aber auch optimieren und verbessern kann. Ich denke, wir können mit Stolz behaupten, dass uns das durch die vielseitige Struktur und tief greifende Einstellungsmöglichkeiten gelungen ist. Gastromatic ist das einzige Produkt auf dem Markt, das sich bereits in der Basisversion in großen Teilen „customizen“ lässt. Der modulare Aufbau der Software und die zusätzlich verfügbaren „Profifeatures“ lassen die Software so komplex wie erforderlich werden. Die intuitive Bedienbarkeit ist in jedem Modul und in jeder Komplexitätsstufe durch die klare Linie und den logischen Aufbau gewährleistet.

> Die Fragen stellte Andreas Türk

DER EINSATZ VON GASTROMATIC BEDEUTET:

- 1 Kinderleichte und mindestlohnkonforme Zeiterfassung ohne teure Hardware
- 2 Warnsystem bei Nichteinhaltung gesetzlicher Rahmenbedingungen
- 3 Erfüllung der Dokumentationspflichten auf Knopfdruck
- 4 Digitale Dienstpläne ohne endlose Kommunikationsschleifen
- 5 Integration der Mitarbeiter via Smartphone-App
- 6 Automatisierte und unkomplizierte Lohnabrechnung
- 7 Übersicht und Auswertung aller Abwesenheitstage, Guttage und Überstunden
- 8 Auswertungsmöglichkeiten hinsichtlich Produktivität und Personaleinsatzquote
- 9 Zielwerte im Blick behalten und leichter erreichen
- 10 Zeit, Geld und Nerven sparen!

Entdecken Sie wie
gastromatic Ihnen
täglich helfen kann Ihre
Personalorganisation
zu verbessern.



gastromatic

www.gastromatic.de

BERATUNG MUSS QUALIFIZIERT UND UNABHÄNGIG SEIN

In den Energiekosten schlummert noch immer großes Potenzial für die Betriebe. Jakob Kronberger ist Spezialist bei der imet, einer auf Hotellerie und Gastronomie spezialisierten Energieberatung in München. Im Interview erläutert er, worauf es ankommt.

Gastgewerbe Magazin: Aus Ihrer täglichen Beratungspraxis – Wo sind die häufigsten Ansatzpunkte für Maßnahmen zur Energieeinsparung in Hotellerie und Gastronomie?

Jakob Kronberger: Die Ansatzpunkte sind so vielfältig wie die Betriebe. Im Rahmen unserer Analysen schaffen wir zunächst Transparenz und fragen uns: Wo bzw. wofür wird die Energie verbraucht? Dann wird untersucht, mit welchen Maßnahmen man den Verbrauch reduzieren kann. In den Betrieben gibt es da viele Stiefkinder in den Bereichen Heizung, Lüftung, Kälte, Regelungsanlagen etc. Da kann man durch organisatorische Umstellungen und beim Nutzungsverhalten bereits viel Energie einsparen. Lösungen, die höhere Investitionen erfordern, hängen von der Amortisationszeit ab und natürlich auch davon, ob es ein Eigen- oder Pachtbetrieb ist. Neben der Energieeinsparung sollte auch die Beschaffung der Energie ins Auge gefasst werden – und da kann man jede Menge sparen.

Wie wichtig sind energetische Maßnahmen aus Ihrer Sicht?

Sicherlich gibt es einige wenige Betriebe, die nicht auf ein paar Tausender mehr oder weniger angewiesen sind. Für die meisten jedoch ist eine wirtschaftliche Betriebsführung Voraussetzung für eine erfolgreiche Zukunft.

Ist das eine Frage der Ökologie oder der Ökonomie?

Fast 100 Prozent der ökonomischen Maßnahmen haben eine positive Auswirkung auf die Umwelt. Also: Wenn ich Strom-, Heizungs- und Wasserverbrauch reduziere, sinken die Kosten und gleichzeitig werden die Ressourcen geschont.

Was macht mehr Sinn: eine große Maßnahme oder viele kleine?

Wir ermitteln für den Kunden den Nutzen und den Aufwand für die vorgeschlagenen Maßnahmen. Der Kunde kann dann selbst entscheiden, ob er auf kurze Amortisationszeiten, geringen Kapitalbedarf oder eine grundlegende Weichenstellung abstellt. Erfahrungsgemäß wird mit den kleinen, einfach umzusetzenden Maßnahmen mit schnellem Erfolg begonnen.

Ob kleine oder große Maßnahme: Sinnvoll ist die kontinuierliche Umsetzung des Maßnahmenkataloges. Nur so macht die

Beratung Sinn, und der Kunde ist nach ein paar Jahren zufrieden. Die Aussage „Die Beratung war ja ganz interessant, aber gebracht hat uns das nichts“ ist für beide Seiten sinnlos. Deshalb unterstützen wir auch bei der Umsetzung.

Viele Maßnahmen werden gefördert. Wie wichtig bzw. entscheidend ist diese Förderung?

Die Zahl der Förderprogramme ist hoch. Die BAFA fördert die Energieberatung Mittelstand mit Zuschüssen bis zu 80 Prozent. Dies ermöglicht dem Betrieb eine grundlegende Untersuchung mit niedriger finanzieller Hemmschwelle. Diese Beratung ist sehr umfangreich und vergleichbar mit dem für große Betriebe zwingend erforderlichen Energieaudit.

Es gibt diverse Kreditprogramme, die die Umsetzung von Maßnahmen fördern. Außerdem gibt es verschiedene Zuschuss-Förderungen, z. B. 30 Prozent Zuschuss für neue Heizungspumpen, qualifizierte Einstellung von Heizungsanlagen oder Zuschüsse für den Einsatz erneuerbarer Energien. Da es bei Förderprogrammen immer „viel zu lesen und zu bestätigen“ gibt, werden Förderungen oft nur mitgenommen, wenn der ausführende Betrieb bereits Erfahrung mit dem Förderprogramm hat. Aber auch hier unterstützen wir gerne.

Wie wichtig ist eine qualifizierte und unabhängige Beratung?

Diese Frage sollte sich jeder selbst beantworten können. Eine qualifizierte unabhängige Beratung ist natürlich entscheidend. Wer den Verkäufer zum Berater macht, macht – wie es schon das alte Sprichwort sagt – oft den Bock zum Gärtner.

**> Das Interview führte Andreas Türk
www.imet-gmbh.de**





ANUGA 2017

GRÖSSTE UND WICHTIGSTE FOODMESSE DER WELT

Vom 7. bis 11. Oktober dreht sich in Köln alles um Nahrungsmittel. Auf dem komplett ausgebuchten Messegelände präsentieren rund 7200 Aussteller aus 100 Ländern alles, was im Angebot ist und was die Menschen in Zukunft kulinarisch begeistern wird. Mittendrin ist mit dem Marktplatz Gastronomie auch der DEHOGA.



Foto: ANUGA/Kölnmesse

Das Angebot ist riesig – und in diesem Jahr sogar noch etwas größer als vor zwei Jahren. Aber die Koelnmesse hat für die Anuga ein klares Konzept: „10 Fachmessen unter einem Dach“ heißt das Motto und die Aufteilung ermöglicht für die rund 160 000 Fachbesucher aus über 190 Ländern, die erwartet werden, eine klare Zuordnung und einfache Orientierung in der Fülle des Angebots.

Einer der neuen Bereiche ist die „Anuga Hot Beverages“, bei der Kaffee, Tee & Co. erstmals einen eigenständigen Auftritt erhalten. Damit trägt die Koelnmesse der wachsenden Bedeutung dieses Segments Rechnung.

Auch das Thema „Kulinarik“ wird auf der Anuga neu definiert. Dafür bündelt die Fachmesse „Anuga Culinary Concepts“

Kochkunst, Technik, Ausstattung und gastronomische Konzepte. Hier finden auch wie in den Vorjahren die Finalentscheidungen der beiden etablierten Profi-Wettbewerbe „Koch des Jahres“ und „Pâtissier des Jahres“ statt. Kunden aus dem Außer-Haus-Markt haben hier zahlreiche Anlaufstellen, die Information, Entertainment und Kontakt zu den Stars der Kochszene bieten.

Ein durchaus interessanter Schwerpunkt ist das diesjährige Partnerland der Anuga Indien. Mit seiner vielschichtigen Ernährungswirtschaft ist Indien eine ideale Besetzung für die Rolle des Partnerlandes. Aber auch mit seiner international berühmten und global verbreiteten Küche bietet Indien viele Möglichkeiten, Handel und Gastronomie von seiner Vielfalt und Leistungsfähigkeit zu überzeugen.

> **Andreas Türk**

INNOVATIVE AUSSTELLER- SUCHE

Die Koelnmesse bietet ein innovatives Tool an: Alle Anuga-Besucher können sich auf einer Merkliste ihre individuelle Aussteller- und Veranstaltungsliste erstellen. Dies ermöglicht eine bessere und effizientere Besuchsplanung. Der Clou dabei: Es kann auch ein individueller Terminkalender oder Wegplan, der sogar die Laufzeiten zwischen den einzelnen Terminen berücksichtigt, erstellt werden.



gastgewerbe-magazin.de > **Magazin Code 270**

MESSEFAKTEN

Samstag, 7.10. bis Mittwoch, 11.10.2017

Täglich von 10 bis 18 Uhr

Messegelände Köln

Zutritt nur für Fachbesucher

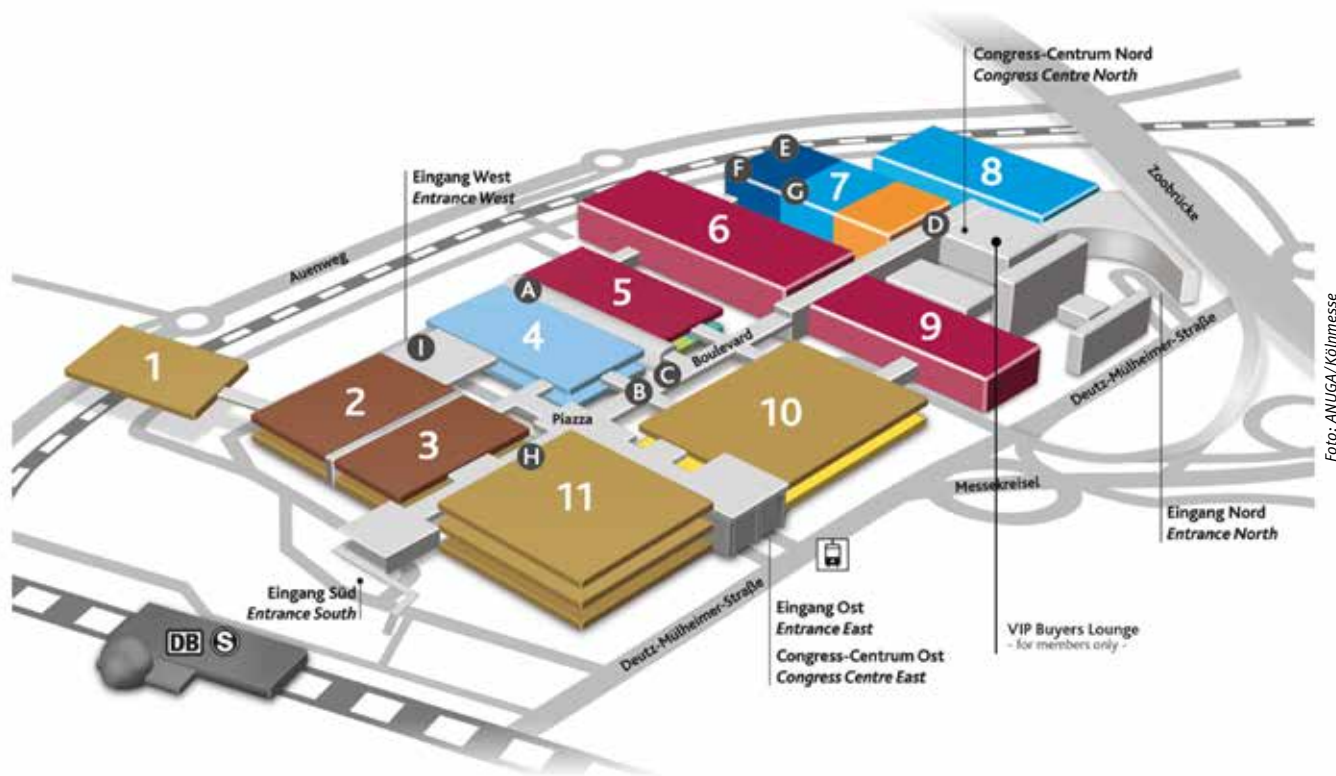


Foto: ANUGA/Kölnmesse

WICHTIG

Für alle DEHOGA-Mitglieder aus allen Landesverbänden gibt es einen DEHOGA-Rabatt, mit dem Mitglieder bis zu 75 Prozent der oben genannten Eintrittspreise sparen können. Die Tageskarte kostet dann beispielsweise nur 15 Euro! Rabattcodes gibt es unter www.dehoga-nrw.de/anuga

PREISE

	Vorverkauf	Kassenverkauf
Tageskarte	34,00 Euro	59,00 Euro
DEHOGA-Mitglied	15,00 Euro	
2-Tages-Karte	53,00 Euro	69,00 Euro
3-Tages-Karte	63,00 Euro	79,00 Euro
4-Tages-Karte	72,00 Euro	89,00 Euro
Dauerkarte	78,00 Euro	97,00 Euro

Die Eintrittskarten gelten auch als Ticket für den öffentlichen Personen-Nahverkehr.

— Anzeige —

CASIO®

Gastronomie-Kassen

kassen-gobd.de/haendlersuche

Kassensysteme seit 1976

ÜBERBLICK ÜBER DIE FACHMESSEN

Anuga Fine Food

1, 2.1, 3.1, 10.2, 11

Anuga Frozen Food

4.1, 4.2

Anuga Meat

5.2, 6, 9

Anuga Chilled & Fresh Food

5.1

Anuga Dairy

10.1

Anuga Bread & Bakery

2.2, 3.2

Anuga Drinks

7, 8

Anuga Organic

5.1

Anuga Hot Beverages

7

Anuga Culinary Concepts

7

Die Fachmesse für Feinkost, Gourmet und Grundnahrungsmittel

Die Fachmesse für Tiefkühlkost

Die Fachmesse für Fleisch, Wurst, Wild und Geflügel

Die Fachmesse für Frische Convenience, Frische Feinkost, Fisch, Obst & Gemüse

Die Fachmesse für Milch und Milchprodukte

Brot und Backwaren in Kombination mit Marmeladen, Honig, Nussnougatcremes, Erdnussbutter und anderen Brotaufstrichen

Getränke für den Handel und die Gastronomie

Bio-Angebot aus dem In- und Ausland

Kaffee, Tee und Kakao

Außer-Haus-Markt

MARKTPLATZ GASTRONOMIE: DEHOGA GOES ANUGA



Foto: ANUGA/Köln-Messe

Vom 7. bis 11. Oktober 2017 schlägt das Herz des Gastgewerbes in Köln. „Die Anuga ist der Pflicht- und Lusttermin für alle Profi-Gastgeber, um sich hier über neue Foodtrends, innovative Servicelösungen und erfolgreiche Marktstrategien zu informieren“, so DEHOGA-Präsident Guido Zöllick. Mittendrin ist der Marktplatz Gastronomie, der 600 Quadratmeter große Gemeinschaftsstand des DEHOGA Bundesverbandes, des DEHOGA NRW und der Koelnmesse, als fester Bestandteil der Anuga Culinary Concepts in Halle 7.

„Wir freuen uns darauf, auf unserem Marktplatz Gastronomie mit Kennern und Freunden der Branche, mit unseren Mitgliedern und Interessierten ins Gespräch zu kommen, ihnen Ideen und Anregungen in herausfordernden Zeiten zu geben und gute Gastgeber zu sein“, sagt Zöllick. Der Stand im modernen und anspruchsvollen Gastro-Design hat noch mehr Sitzplätze an langen Tischen und einladende Lounge-Ecken für gemeinschaftlichen Genuss und Austausch.

SmartCafé

Nach dem Motto „Zum Kaffee was Digitales“ widmen sich zum zweiten Mal Partner des DEHOGA im SmartCafé digitalen Produkt- und Servicelösungen für die Branche. „Wir zeigen innovative und spannende Ansätze, wie E-Lösungen den Unternehmern das Leben erleichtern“, erläutert Bernd Niemeier, Präsident des DEHOGA NRW.

Kulinarische Ideen

Für das kulinarische Konzept und dessen Umsetzung zeichnet erneut die NRW-Genussbotschafterin und Sommelière Claudia Stern aus Köln verantwortlich. „Stullen mit Stern“ stehen ab Mittag genauso auf der Speisekarte wie Wildgerichte von Reh und Hirsch. Auch in diesem Jahr werden die NRW-Wildwochen im Rahmenprogramm auf dem Marktplatz eröffnet.

Informationen

Apropos Programm: Neben dem Anspruch der Marktplatz-Macher, wieder der kommunikative Treffpunkt für die Branche auf der weltgrößten Messe für Nahrungsmittel zu sein, bietet der DEHOGA ein interessantes Programm für seine Besucher. In den DEHOGA-Experten-Runden stehen den Unternehmern zu allen Fragen rund um das Gastgewerbe und zu den Angeboten des Verbandes täglich die Fachleute des DEHOGA Rede und Antwort. Degustationen der vor Ort vertretenen Manufakturen und die „Blaue Stunde“ des Gin am Nachmittag runden das Angebot ab.

FORUM SYSTEMGASTRONOMIE

Ein besonderes Highlight und fest verankert im Messekalendar ist das Forum Systemgastronomie des DEHOGA Bundesverbandes, das am Dienstag, 10. Oktober 2017, stattfindet. Zum Herbstevent der Systemgastronomie werden bis zu 800 Unternehmenslenker und Entscheider aus Gastronomie, Catering, Hotellerie und gastgewerblicher Zulieferindustrie erwartet. Die Teilnehmer dürfen sich auf ein Powerprogramm mit ausgewählten Referenten und impulsgebenden Vorträgen freuen. Auf der Bühne stehen leidenschaftliche Gastro-Profis wie Thomas Mack, Geschäftsführender Gesellschafter des Europa-Park, sowie die Gründer und Geschäftsführenden Gesellschafter von What's Beef Selim Varol und Mustafa Aslandag, die ihre Unternehmenskonzepte, Profilierungsansätze und Erfolgsfaktoren vorstellen. Die aktuelle Marktlage und neueste Branchenzahlen erklärt Jochen Pinsker, Senior Vice President Foodservice Europe von der npdgroup deutschland. Stern-Kolumnist Hans-Ulrich Jörges verspricht eine gewohnt scharfsinnige und pointierte Analyse der politischen Lage nach der Bundestagswahl. DEHOGA-Präsident Guido Zöllick formuliert die Erwartungen der Gastronomen und Hoteliers an die Wahl-Gewinner. Emotionaler Höhepunkt des Branchentreffs der Profi-Gastronomen wird wieder die Auszeichnung der besten Nachwuchssystemer beim 16. Nationalen Azubi-Award Systemgastronomie vor den Großen der Branche sein. > **atk**

— Anzeige —

FOODWORKS
YOUR BURGER SPECIALIST.

Er ist der absolute Bestseller im OSI-Sortiment und der Star auf jedem Grill-Buffer: **Unser Angusburger** lässt Gourmetherzen höher schlagen.

- Hergestellt aus 100% zertifiziertem Angus-Rindfleisch
- Lieferbar in 150g, 180g, 198g und im XL-Format à 285g
- Roh & tiefgefroren



Wir freuen uns auf Sie!
07.-11. Oktober 2017
Halle 6, Stand B31/39



Beef, Chicken and More

www.osi.de

DIE ANUGA IST EIN MUSS

„Nirgendwo sonst findet man ein größeres und professionelleres Angebot an Nahrungsmitteln und Getränken“, meint Dietmar Eiden, Geschäftsbereichsleiter Messemanagement Koelnmesse GmbH.

Welche Schwerpunkte setzt die Anuga in diesem Jahr? Was ist neu?

Insgesamt ist die Anuga wieder überaus breit und international aufgestellt. Alle Fachmessen sind hervorragend besetzt. Von den über 7200 Unternehmen, die auf der Anuga ausstellen, haben über 4000 angegeben, dass sie den Außer-Haus-Markt beliefern können und wollen. Damit ist die Anuga die weltweit größte Plattform gerade auch für die gastronomischen Branchen.

Zwei neu definierte Fachmessen werden auf der kommenden Anuga allerdings für neue Impulse sorgen. Mit dem neuen Schwerpunkt „Anuga Hot Beverages“ haben wir dem Thema „Heißgetränke“ in diesem Jahr erstmals einen eigenen Auftritt gegeben. Kaffee, Tee, Kakao und anderes werden nun unter einem gemeinsamen Dach präsentiert und können hier ihre ganze Vielfalt und ihre Bedeutung entfalten. Gerade auch in der Gastronomie hat ja der Kaffeeboom neue Konzepte und Produkte ausgelöst – und die Entwicklung ist sicher noch nicht am Ende.

Außerdem bündeln wir das Thema „Kulinarik“ neu in der Fachmesse „Anuga Culinary Concepts“ mit Kochkunst, Technik, Ausstattung und gastronomischen Konzepten – für Gastronomen die ideale Möglichkeit, sich zu aktuellen Konzepten und Trends der Branche beraten zu lassen und sich das ein oder andere für den eigenen Betrieb abzuschauen. Hier finden auch wie in den Vorjahren die Finalentscheidungen der beiden etablierten Profi-Wettbewerbe „Koch des Jahres“ und „Pâtissier des Jahres“ statt. Dafür haben wir wieder die „Anuga Culinary Stage“ gebaut.

» ZUM ANDEREN BIETET DIE ANUGA GRENZENLOSE INSPIRATION! «

Warum sollten Gastronomen unbedingt zur Anuga kommen?

Gastronomen haben auf der Anuga den direkten Zugang zu einem hochkarätigen und internationalen Angebot an Lieferanten. Nirgendwo sonst finden sie ein größeres und professionelleres Angebot an Nahrungsmitteln und Getränken.

Denn auf der Anuga ist die Foodbranche unmittelbar erlebbar. Aussteller aus der ganzen Welt präsentieren ihre Produkte und damit auch Trends, Ideen und neue Konzepte. Ob es nun um aktuelle Mainstream-Themen wie vegane Ernährung oder die „Free from“-Bewegung geht: Die Anuga ermöglicht den Blick über den Tellerrand und zeigt viele neue Wege auf, wie Gastronomen auch in Zukunft gute und erfolgreiche Gastgeber sein können.

Was wird im Rahmenprogramm für das Gastgewerbe geboten?

Die beiden Finale „Koch des Jahres“ und „Pâtissier des Jahres“ habe ich bereits erwähnt. Sie finden auf der „Anuga Culinary Stage“ statt. Hier gibt es an allen Tagen ein informatives Programm für Gastronomen und Köche. So zeigen Profi-Koch Andreas Scholz, Küchendirektor des Hotels Esperanto in Fulda, und die Experten vom Deutschen Tiefkühlinstitut am Messe-

Dienstag tausendundeine Möglichkeit des kreativen Einsatzes von Tiefkühlprodukten in der Außer-Haus-Verpflegung.

Auf großes Interesse werden sicherlich auch wieder die Veranstaltung des „Anuga Foodservice Power Breakfast“ stoßen. An den ersten drei Messetagen vermittelt jeweils ein einstündiger Vortrag unterschiedliche Einblicke in den Foodservice-Markt, moderiert von Prof. Dr. Christopher Muller (Boston University). Das alles findet im attraktiven Ambiente des DEHOGA Marktplatz Gastronomie statt, jeweils ab 11:00 Uhr. Auch das „Anuga Wine Special“ mit Seminaren und Verkostungen findet wieder statt. All das finden interessierte Gastronomen in Halle 7, in unmittelbarer Nähe übrigens zu den „Anuga Hot Beverages“.

Welche Rolle spielen für Sie der Marktplatz Gastronomie und die Zusammenarbeit mit dem DEHOGA?

Der DEHOGA Bundesverband ist einer der drei Verbände, mit denen die Koelnmesse die Anuga schon seit vielen Jahren gemeinsam vertrauensvoll und erfolgreich durchführt. Der Austausch zu Fachthemen mit den Experten vom DEHOGA ist für uns enorm wichtig. Denn die deutsche Gastronomie mit ihrer vielschichtigen Angebotsstruktur – vom großen Caterer oder Systemgastronomen über die Gemeinschaftsverpfleger in Krankenhäusern und an Schulen bis zum Feinschmeckerrestaurant – ist für Anuga-Aussteller eine zentrale Zielgruppe. Wir wollen sie mit unserem Angebot und mit dem Rahmenprogramm erreichen. Der DEHOGA Marktplatz Gastronomie spielt hier eine wichtige Rolle als Anlaufstelle und Networking-Plattform auf der Anuga. Das Engagement des DEHOGA Nordrhein-Westfalen darf an dieser Stelle natürlich nicht vergessen werden. Auch das Forum Systemgastronomie am Messedienstag ist sehr wichtig. Es vermittelt der Branche neue Ansätze und Ideen für ihr Business, und das auf der größten Foodmesse der Welt.

> Die Fragen stellte Andreas Türk





Foto: Solid Wine



WEIN-ZAPFANLAGE

Weine besser kalkulieren, kein Altglas entsorgen und weniger geöffnete Weinflaschen wegschütten. Unter diesen Aspekten bietet Solid Wine der Gastronomie ein alternatives Weinzapfsystem. Der offene Weinausschank funktioniert mit 3- bis 5-Liter-Bag-In-Boxen, die über Zapfanlagen abgefüllt werden. Die Zapfanlagen im modernen Fässer-Design sind mit einem speziellen Kühlsystem ausgestattet. Der besondere Vorteil: der Wein bleibt nach dem Anbruch noch wochenlang frisch. Dadurch lässt sich der Weinbedarf besser kalkulieren und der Restbestand minimieren.

www.solid-wine.de



Foto: Polpinha Naturprodukte GmbH

EXOTISCHE FRUCHTPÜREES

Ob Smoothies und Cocktails, Eis und Dessert oder auch Saucen zum Kochen und Backen – die tropischen Fruchtpürees aus 100 Prozent Frucht von Polpinha sind vielseitig einsetzbar. Reif geerntet werden die Früchte aus Brasilien schockgefrostet und sind lange haltbar. Das Fruchtpüree kann beispielsweise aufgetaut als Joghurt serviert oder tiefgekühlt mit weiteren Zutaten in den Mixer für einen fruchtigen Smoothie gegeben werden. Vitaminreiche Sorten wie Maracuja, Acerola oder Mango stehen in verschiedenen Gebindegrößen bis zu 10 Kilogramm zur Auswahl.

www.polpinha.de

KAKAO-GETRÄNK FÜR VENDING-AUTOMATEN

Gelbe Verpackung, blauer Schriftzug und ein brauner Hase – die Marke Nesquik ist bekannt und nun auch für die Profi-Anwendung erhältlich. Denn Nestlé Professional erweitert sein Kakaogetränkesortiment um ein neues Heißgetränk für Vending-Automaten: Nestlé Nesquik Lacté, Getränkepulver mit fettarmem Kakao und Magermilchpulver. Da das Magermilchpulver in der Rezeptur bereits enthalten ist, wird die Handhabung besonders einfach und schnell, denn das Kakaogetränkepulver muss nicht mehr zusätzlich mit Milch vermischt werden.

www.nestleprofessional.de



Foto: Nestlé Professional

ERFRISCHUNG MIT GURKENSAFT

Alternative, natürliche Getränke bereichern das Angebot und wecken die Neugier der Gäste. Gesund wird es mit guwa. Das Bio-Getränk ist vegan und frei von Gluten und Lactose. Das leicht sprudelige Getränk besteht aus Gurkensaft und einer Minznote, fein abgestimmt mit

Zitronen- und Agavendicksaft. Nicht zu süß und leicht im Geschmack, bietet sich mit guwa eine interessante Alternative zu gesüßten Erfrischungslimonaden.

www.guwa.bio



Foto: guwa / PIJK



Foto: Schweppes

HERB-SÜSSE ERFRISCHUNGSLIMONADEN

Die Erfrischungsgetränke aus dem Hause Schweppes gehören zu den Klassikern auf der Getränkearte. Für noch mehr Frucht wurde die Linie Schweppes Fruity um eine Sorte erweitert: „Fruity Lemon und Mint“ ergänzt das Sortiment um eine herb-süße Geschmacksrichtung.

Auch die beiden Sorten „Fruity Grapefruit und Acerola“ und „Fruity Citrus und Orange“ sorgen durch die neuen Fruchtcompositionen für einen noch intensiveren Geschmack. Erhältlich sind die Limonaden im 1-Liter-Gebinde.

www.schweppes.de

BIER - EIN KULTGETRÄNK BELEBT DIE GASTRONOMIE- SZENE NEU

Bier ist Handwerkskunst und Tradition. Mit wachsender Sortenvielfalt und charakterstarker Regionalität sorgt das Trendgetränk für neue Umsatzmöglichkeiten.

Craft Beer mit Charakter

Die Craft-Bier-Bewegung hat mittlerweile auch in der deutschen Gastronomie Einzug gehalten und zeigt, dass sich alte Traditionen mit Erfolg modern interpretieren lassen. Eine feste Definition für das Craft Beer gibt es nicht, jedoch sind die Merkmale klar: Gefragt sind solche Biere, die sich in Geschmack und auch im Design von der Masse absetzen und durch ungewöhnliche Braustile und besondere Zutaten Individualität und Charakterstärke vermitteln, oft hergestellt in kleinen Brauereien mit Liebe zum Handwerk. Dass die kreativen Biersorten im Trend liegen, ist ein gutes Zeichen für Bar und Restaurant, denn es zeigt sich, dass die Gäste experimentierfreudig sind und sich gerne von einer individuellen Bierauswahl überraschen lassen.

Bier, regional und bundesweit

Regionalität liegt im Trend und ist für Gastronomen eine gute Chance, um mit kreativen Bieren, die nicht jederorts zu kaufen sind, neue Stammgäste zu gewinnen. Aber auch bekannte Marken großer Bierbrauereien wecken das Vertrauen der Gäste. König Pilsener ist beispielsweise eine der ersten deutschen Premiemarken gewesen. Die altbewährte Markenqualität des Bieres tritt aktuell mit einem modernisierten Design auf: Das Logo enthält neben der Krone, dem bekannten Qualitätssymbol von König Pilsener, auch den Anker, der den Duisburger Binnenhafen und die Bodenständigkeit des Ruhrgebiets symbolisiert. Während manche Gäste gerne neue Genüsse der Bierszene entdecken möchten, verlassen sich andere letztlich doch auf altbewährte und bundesweit bekannte Biersorten. Daher sollte auf der Bierkarte beides zu finden sein.

Biere richtig präsentieren

Letztlich gilt es, das Angebot an ausgewählten Bieren an die Gäste zu kommunizieren. Authentische Geschichten regen die Gäste zum Ausprobieren an. Entsprechend kann es sich lohnen, auf die Herkunft und Individualität spezieller Biere aufmerksam zu machen und den Gästen eine Empfehlung, beispielsweise in Kombination mit der bestellten Speise, zu geben.

Auch bieten sich originelle Präsentationsmöglichkeiten für das Trendgetränk an. Passend zur Herbst- und Wiesn-Zeit wird es zum Beispiel mit Vega rustikal: Mit der Miniatur-Bierbank kommt der Biergarten-Flair aufs Buffet oder direkt auf den Tisch. Als „zweite Etage“ sorgt sie für zusätzlichen Platz. Gefertigt ist die Bierbank Pilsato aus Holz und in Kastanie oder Nussbaum gebeizt, die stabilen Stahlfüße lassen sich platzsparend einklappen. Für den Biergenuss im Vintage-Look sorgen die kultigen Henkelgläser der Serie Siny. > rp

www.vega-direct.com

www.koenig.de



BIER ALS BEGLEITER

Eine Bierauswahl, die über eine Sorte Pils und Altbier hinausgeht, ist nicht nur an der Bar empfehlenswert. Biere von klassisch bis ausgefallen liegen im Trend und können noch dazu am Gästetisch mit passenden Speisen kombiniert werden.

BIERGESCHMACK

SPEISEN

Trocken (Pils, leichtes Lager)	Getreidiges (wie z.B. Risotto), aber auch Fisch & Meeresfrüchte
Malzig & Süß (Helles, Blond etc.)	Helles Fleisch (Hähnchen etc.), Hülsenfrüchte
Hopfig & Bitter (Pale Ale, IPA)	Scharf gebratene Fleischgerichte, scharfe Speisen (Currys etc.)
Fruchtig & Würzig (Hefeweizen, Saison o. Ä.)	Schalentiere und Gemüse
Süß & Röstig (diverse Stouts, Doppelbock o. Ä.)	Desserts, Schmorgerichte oder herzhafte Braten
Herb & Röstig (Dry Stout, Porter etc.)	Süßliches Gemüse wie Karotten, Rote Bete oder Pilze, Zwiebeln aus dem Ofen
Sauer (Berliner Weisse, Lambic etc.)	Können zu Süßspeisen passen, denen fruchtige Säure fehlt; auch zu Fisch

www.hopfenhelden.de

TIPP: HAUSEIGENES BIER

Bier, ob alkoholisch oder alkoholfrei, gehört zu den beliebtesten Getränken bei den Gästen und gehört in jedem gastronomischen Betrieb einfach dazu. Damit bietet das Getränk die Möglichkeit, die Identität des eigenen Betriebes zu stärken: Hauseigene Biere mit einem eigenen Etikettendesign können für Wiedererkennung und steigende Umsätze sorgen. So beinhaltet zum Beispiel das Sausalitos Restaurantkonzept ein hauseigenes Bier, das Tequila Beer. Mit einer individuellen Geschmacksrichtung und einem auf das Konzept abgestimmten Design stärkt das Biermischgetränk die eigene Marke.

www.sausalitos-holding.de



Foto: Sausalitos Holding GmbH

PRODUKTE

BIER MIT HERKUNFT

Jedes Bier hat irgendwo seine Wurzeln. Und die machen es charakterstark. Regionalität ist bei den Gästen gefragt und verleiht jeder Sorte ein Stück Individualität. Eine gute Verkaufsstrategie ist es also, auf die Brauereien und ihre Region zu verweisen.



Foto: Brauerei Gebr. Maisei KG

BIER ... AUS BAYREUTH

Ein echtes Weißbier muss aus Bayern kommen. Das weiß die Familienbrauerei Gebr. Maisei und ist besonders stolz auf seine bayerische Weißbierspezialität Maisei's Weisse. Seine rötlich leuchtende Bernsteinfarbe und der fruchtig-frische Geschmack machen das Bier unverkennbar. Der frische Geruch nach feiner Hefe und angenehmen Fruchtnoten verbindet sich beim Antrunk mit der milden Würze aus Malz-, Frucht- und Nelkenaroma mit einer Nuance Muskatnuss. Im Nachgang entfaltet sich dann das für Maisei's Weisse typische, leicht fruchtige, würzige Weißbier-Aroma. Dass es sich bei Maisei's Weisse um echte bayerische Biertradition mit Qualität handelt, beweist die jüngste Auszeichnung. Von den Experten des „Meiningers CRAFT – Magazin für Bierkultur“ wurde die Sorte in einer Blindverkostung zum besten Weißbier gekürt. Den Testsieger gibt es für die Gastronomie sowohl in der Flasche als auch vom Fass.
www.maisei.com

BIER AUS ... HAMBURG

Ein Craft Beer aus der Hafenstadt mit Gold-Auszeichnung: Das Ratsherrn Pilsener gewann beim diesjährigen Meininger International Craft Beer Award als einziges deutsches Pilsener die Goldmedaille. Das Bier selbst präsentiert sich als ehrlich hanseatisch und kombiniert die vier Hopfensorten Herkules, Tradition, Select und Saphir. Blumig und herb im Geschmack, mit 4,9 % Vol.

www.ratsherrn.de



Foto: Ratsherrn Brauerei GmbH

BIER AUS ... DÜSSELDORF

Für sein Altbier ist die Stadt bekannt. Nun gesellt sich ein Pils dazu. Das Füchschen ist die erste Brauerei in Düsseldorf, die neben obergärigem Altbier auch untergäriges Pils herstellt. Und das Füchschen Pils unterscheidet sich optisch und geschmacklich von anderen Pilsener Bieren. Es hat einen leicht herben Geschmack, der das blumige Hopfenaroma zur Geltung bringt. Die Farbe des Bieres ist aufgrund verschiedener Spezialmalze tiefgolden. Auch die Stammwürze und der Alkoholgehalt mit 5,2 % Vol. liegen im Vergleich etwas höher. Die Kombination aus Aroma, Farbe, Bittere und Stammwürze verleiht dem Füchschen Pils seine Intensität und einen speziellen Charakter.

www.fuechschen.de



Foto: Brauerei im Füchschen



MÜSLI-HERZEN ZUM SNACKEN



Gastfreundschaft zeichnet sich schon durch kleine Gesten aus. Um die Gäste mit kleinen Snacks zu überraschen, eignen sich die Müsli-Herzen mit fruchtigen Cranberry-Stückchen von Hellma. Die herzförmig gepressten, süßen Haferflocken sind in handlichen 30-Gramm-Bechern abgefüllt und können sowohl im Frühstücksbereich als auch für unterwegs angeboten werden. www.hellma.de



Foto: Hellma

INNOVATIVER ALLROUND-BINDER

Abhängig von den Speisen wird in der Profi-Küche zwischen verschiedenen Bindern, von Speisestärke bis Roux, gewählt. Mit dem neuen Multitalent von Nestlé Professional sollen Köche mit nur einem Produkt perfekt gerüstet sein. Es bindet sowohl Suppen, Saucen und Dressings als auch Desserts oder Biskuit innerhalb weniger Sekunden. Der vegane Profi Binder ist frei von kennzeichnungspflichtigen Allergenen, deklarationspflichtigen Zusatzstoffen und Palmfett. Sofort löslich, ohne vorher mit Wasser angerührt zu werden, und für herzhaftes und süße Speisen gleichermaßen geeignet, kann der Profi Binder zu mehr Effizienz in der Küche verhelfen.



Foto: Nestlé Professional

www.nestleprofessional.de

SAISONDESSERT MIT HEIMISCHEN OBSTSORTEN

Mit frischli kommt pünktlich zum Herbst ein fruchtig-frischer Dessertgenuss an den Gästetisch: das Saisondessert Birne-Quitte-Mascarpone Creme. Die Kombination aus heimischem Obst und einer milden Mascarpone Creme bietet sich für ein abwechslungsreiches Angebot mit saisonalen Besonderheiten an. Sie kann einerseits pur, andererseits aber auch als Basis für individuelle Dessertkompositionen, beispielsweise verfeinert mit Rote-Bete-Birne-Topping, genutzt werden. Erhältlich ist das Saisondessert im wiederverschließbaren 5-kg-Eimer. www.frischli-foodservice.de



Foto: frischli

KARTOFFELCHIPS MIT GEMÜSE UND FRUCHT

Mit kleinen innovativen Snacks lassen sich die Gäste im Hotel und an der Bar gerne überraschen. Ein Snack, der bei den Gästen für Aufmerksamkeit sorgt, bietet sich mit den Kartoffelchips der Manufaktur mychipsbox an. Denn hier handelt es sich nicht um gewöhnliche Chips. Diese sind komplett bio, vegan, glutenfrei und ohne Geschmacksverstärker. Die Bio-Snacks sind eine Kombination aus feinen Kartoffelchips mit knusprigen, luftgetrockneten Gemüse- und Obstchips. In der praktischen 40-Gramm-Chipsbox ist der Snack eine interessante Alternative zu Nüssen und Co. www.mychipsbox.de



Foto: mychipsbox GmbH

MIT TIEFKÜHLKOST ZU HOCHWERTIGEN SPEISEN

Der Einsatz von tiefgekühlten Produkten kann im Küchenalltag für entscheidende Vorteile sorgen.



Vom Speisenangebot während des Restaurantbesuchs wird besonders eines erwartet: die Verarbeitung hochwertiger und frischer Produkte. Hier begutachtet der Gast sein Gericht gerne genauer. Frische und Qualität gehören zum Anspruch jeder Profi-Küche. Diesen zu erfüllen, muss nicht aufwendig sein, denn nicht nur frische Produkte, auch Tiefkühlprodukte stehen für Qualität und bringen einen Mehrwert für die Küchenorganisation mit sich.

Frische und Qualität

FrISCHE Zutaten bieten in der Regel stärkere

Aromen, einen intensiveren Geschmack und mehr Nährstoffe als solche, die schon einige Zeit lagern. Vorteile, die auch der Tiefkühlware entsprechen. Kurz nach der Ernte oder dem Fang schockgefrostet, bleibt nämlich die Ursprungsqualität der Produkte lange erhalten. Währenddessen reduziert sich der Nährstoffgehalt vieler ungekühlter Zutaten schon nach wenigen Tagen um mehr als 50 Prozent. Dabei liegt ein besonderer Vorteil der Tiefkühlware in der Haltbarkeit. Diese ist nicht nur länger im Vergleich zu ungekühlten Lebensmitteln, durch die Schockfrostung kommt Tiefgekühltes auch ohne Konservierungsstoffe aus. So lässt sich mit Convenience kochen, ohne in Sachen Qualität und Frische Einbußen machen zu müssen.

Die Tiefkühlkette

Entscheidend für die Qualität ist die ununterbrochene Tiefkühlkette in sicherer Verpackung bis in die Lagerräume des Restaurants. Ist die Tiefkühlkette gesichert, profitieren Köche von hygienischen, sicheren Lebensmitteln. Denn Mikroorganismen bleiben bei

den Mindesttemperaturen von minus 18 Grad Celsius inaktiv. Eine Keimvermehrung ist damit ausgeschlossen und die hygienische Sicherheit für die Gäste gewährleistet.

Unabhängig und flexibel

Zu den Vorteilen wie Frische und Qualitätssicherheit gesellt sich ein weiterer: Da Tiefkühlprodukte über Monate hinweg frisch und genießbar bleiben, können Köche deutlich besser planen und ihre Einkäufe koordinieren. Unabhängig von regionalen oder saisonalen Produkten kann der Vorrat so aufgestockt werden, dass sich Engpässe stets vermeiden lassen. Und so wie die Küche bei unerwartet vielen Bestellungen gut aufgestellt ist, müssen andererseits auch in schwächeren Zeiten weniger Lebensmittel entsorgt und weniger Verlustgeschäfte verbucht werden. Damit ist die Verwendung von Tiefkühlprodukten eine zeitgemäße Option. Denn wo vermehrt Fachkräfte fehlen, ist eine vorausschauende, stringente Kalkulation besonders wichtig.

> Ronja Plantenga

TK-VORTEILE

- ✓ Hygienisch sichere Produkte
- ✓ Frische und Ausgangsqualität bleiben erhalten
- ✓ Langzeitkalkulation
- ✓ Große Produktauswahl



GOURMET-GERICHTE - TIEFGEKÜHLT VON SÜSS BIS HERZHAF



Foto: Dr. Oetker Professional



Ob ein Hauch Exotik oder kulinarische Tradition für Genießer, mithilfe der Markenhersteller für Tiefkühlspeisen lässt sich das Speisenangebot schnell verfeinern und an saisonale oder regionale Trends anpassen.

Traditionsreich und anspruchsvoll wird es besonders mit einer süßen Variante aus dem Hause Caterline: Wie kaum eine andere Süßspeise ist der Kaiserschmarrn Sinnbild für die traditionelle öster-

reichische Küche und besonders zur Zeit des Oktoberfestes ein willkommenes Angebot für die Gäste. „Weil der Kundenwunsch nach Süßspeisen ohne Rosinen immer lauter wurde, haben wir kurzerhand eine neue Variante des traditionellen Kaiserschmarrns ohne die süßen Trockenfrüchte entwickelt“, erklärt Horst Kirchknopf von Caterline. Diese wird mit Vollmilch und Quark zubereitet und ist dadurch besonders vollmundig. Neben der Qualität ist die Schnelligkeit der Zubereitung ein Plus für das Küchenteam, so Kirchknopf: „Sorgfältig ausgewählte Zutaten werden nach traditionellen Rezepten in unserer Manufaktur im Osten Österreichs liebevoll verarbeitet. Der Kaiserschmarrn

wird handgeschöpft und händisch gerissen. Nur mehr der letzte Schritt der Zubereitung erfolgt vor Ort im Restaurant.“ Das tiefgekühlte Produkt spart Zeit ein, die für einen kreativen Stempel genutzt werden kann. Herzhaft und exotisch wird es mit der Saisonvariante von Dr. Oetker Professional Saccottini Dattel-Couscous-Karotte. Die mit einem Mix aus Datteln, Couscous und Karotten gefüllten veganen Pasta-Säckchen sind regenerierfertig und überzeugen durch lange Warmstandzeiten und ihre Standfestigkeit.

www.caterline.at

www.oetker-professional.de



Foto: Caterline

— Anzeige —

NEU!



Gewürzleidenschaft
seit 1952 mit
eigenen Mühlen
und weltweit
16 Standorten.



EINFACH WÜRZEN
KLASSISCHE GERICHTE — MODERN INTERPRETIERT

Varianten:



clean, komplett, 20g/kg



AROMENVIELFALT FÜR DIE HEIMISCHE KÜCHE

Exotische Genüsse leicht gemacht. Mit Saucen und Gewürzen lässt sich die Fantasie auf dem Teller wecken.

Zu einem abwechslungsreichen Speisangebot gehören neben den typisch heimischen Klassikern oft auch Kreationen, die die Gourmetspezialitäten und Aromen aus aller Welt aufgreifen. Denn mit den Trends aus den Küchen ferner Länder lässt sich die Probierfreude der Gäste schnell wecken. Dazu muss der Profi-Koch längst kein Experte der exotischen Küche sein. Neue Geschmacksrichtungen und exotische Aromen lassen sich schon mit kleinen Rezeptänderungen und wenigen neuen Zutaten umsetzen und machen die Speisekarte schnell um eine Note interessanter.

Heimisch und exotisch

Auch in der heimischen Küche darf es gelegentlich kreativ und aromatisch mit Einflüssen aus aller Welt zugehen. Denn eine gute Kombination aus traditionellen, bewährten Gerichten und andersartigen, überraschenden Aromen kann die Speisekarte stets bereichern. Dabei sollten die Gerichte stets authentisch und nicht zu vielfältig sein. Schon die Zugabe von speziellen Gewürzen und intensiven Saucen

kann für das besondere Geschmackserlebnis der Gäste sorgen.

So bietet sich beispielsweise Kurkuma, ein in der südafrikanischen Küche zum Standardsortiment gehörendes Gewürz, an, um eigene Curry-Gerichte auch in der heimischen Küche zu kreieren. Oder auch die argentinische Sauce Chimichurri, die klassisch zum Rindfleisch gehört, lässt sich in das eigene Konzept integrieren. So kann sie beispielsweise auch als Marinade für Geflügel und Fisch verwendet werden und verleiht damit schnell eine interessante Note. Exotische Aromen lassen sich also oftmals einfach in die eigene Rezeptsammlung integrieren; die kulinarischen Möglichkeiten beginnen bereits bei Dips und Brotaufstrichen.

Saisonale Genüsse mit neuem Pep

Besonderer Anlass zur Experimentierfreude in der Küche bietet sich zu saisonalen Themen. Während im Sommer mit überwiegend fruchtigen und erfrischenden Saucen und Gewürzen gearbeitet wird, kommt bei

den Gästen zur kalten Jahreszeit verstärkt das Verlangen nach winterlichen Aromen auf. Dann eröffnen sich schon mit herbstlichen Beeren, Nüssen und Kräutern kreative Möglichkeiten. Ein besonderes Highlight auf der Speisekarte zum Herbst können typisch bayerische Gerichte sein. Passend zum Oktoberfest lassen sich Gerichte der bayerischen Küche vom Kaiserschmarrn bis zu Ochsenlenden genussvoll in Szene setzen. Hier helfen beispielsweise interessante Toppings, um für eine individuelle Note zu sorgen.

Akzente auf dem Teller

Die bunte Vielfalt exotischer Saucen und Gewürze eignet sich auch, um optisch zu reizen und individuelle Akzente auf dem Gästeteller zu setzen. Hier lässt sich zum Beispiel der Trend Superfood aufgreifen. Mandeln und Kürbiskerne, Granatapfel und Papaya oder Rettich und Kohl können als Beilage oder Topping verarbeitet werden, ohne die Authentizität des individuellen Restaurantkonzeptes zurückzulassen.

> Ronja Plantenga



PRODUKTE

FEINE SAUCEN UND GEWÜRZE

Mit der richtigen Würze auf dem Teller sorgen sowohl heimische als auch exotische Speisen für interessante kulinarische Genüsse am Gästetisch.

ASIA-SAUCEN PRAKTISCH PORTIONIERT



Neben der heimischen Küche sind besonders Gerichte mit asiatischer Note bei den Gästen sehr beliebt. Im Sortiment hat der Portionsartikel-spezialist Hellma nun eine Wasabi-Paste, Sushi Ingwer und eine Sriracha Hot Chili Sauce. Die original japanische Wasabi-Paste eignet sich, um Gerichte wie Sushi oder Sashimi zu würzen oder zu schärfen. Die Sriracha Hot Chili Sauce mit einem leichten Knoblauchgeschmack, die traditionell aus Thailand kommt, ist nicht nur für asiatische Gerichte die ideale Würze, sondern verfeinert auch Burger, Pizza und mehr. Alle drei Saucen sind durch die Verpackung als Einzelportion praktisch und schnell einsetzbar. Zudem können die Portionen hygienisch und frisch serviert werden und sind ungekühlt haltbar, was die Lagerung vereinfacht. www.hellma.de

INSPIRIERENDE WOK-SAUCEN

Mit Wokgerichten, ob mit Fleisch, Fisch oder als vegetarische Alternativen, kommt Abwechslung am Herd auf. Passende Saucen bietet Wiberg in der handlichen Quetschflasche mit den Basic Wok Saucen an. Zur Auswahl stehen die vier Geschmacksrichtungen Teriyaki, Thai Chilli, Curry und Süß Sauer. Die Anwendung gestaltet sich einfach: Die Wok-Sauce wird zu den angebratenen Zutaten gegeben und schließlich kurz aufgekocht. Typisch asiatische bis ausgefallene Gerichte, wie zum Beispiel

Lachsfilet Teriyaki-Style mit Karotten-Ingwerpüree und Udon-Nudeln oder gebackene Hühner-nuggets mit Kokosflocken, Afrika-Dip und Curry-Mango-Dressing lassen sich mithilfe der Basic Wok Saucen umsetzen.

www.wiberg.de



Foto: WIBERG

WÜRZMISCHUNGEN A LA WIESN

Es kann empfehlenswert sein, saisonale Gerichte auf der Speisekarte zu berücksichtigen. Eine besonders traditionsreiche Speisenvielfalt bietet sich zum beliebten Oktoberfest. Wiesn-Hendl, Brezn, Ochsenlenden, Käse-Spätzle und Rahmschwammerl sind nur einige der bayerischen Spezialitäten. Um solche saisonalen Gerichte gekonnt verfeinern zu können, bietet der Gewürzspezialist Ubena ein umfangreiches Sortiment kreativer Relishes und Gewürzzubereitungen.

So empfiehlt sich beispielsweise für die klassischen Käse-Spätzle das Tomate-Zucchini Relish für eine fruchtig-würzige Note. Auch bei süßen Speisen lassen sich mit Ubena süße Highlights setzen, wie zum Beispiel mit dem Preiselbeer-Mango Relish, das dem klassischen Kaiserschmarrn eine ganz besondere Note verleiht und das süße Gericht durch ein fruchtig-süßes Aroma intensiviert.

www.ubena.de



Foto: Fruchts Gewürze GmbH

TRADITIONELLE WÜRZE FÜR MEHR FLEXIBILITÄT

In der Profi-Küche ist Flexibilität gefragt, deklarationspflichtige Zutaten werden gerne vermieden. Entsprechend hat Nestlé Professional seine Würzmittelklassiker von Maggi überarbeitet. Die Produkte Fondor, Maridor, Rôtidor und Würzschmelz-Fix sind nun ohne kennzeichnungspflichtige Allergene. Während die Qualität und der bewährte Geschmack der Würzmittelklassiker geblieben sind, ist die Rezeptur neu: Bei Fondor Gourmet, Maridor, Rôtidor und Würzschmelz-Fix entfällt auch die Kenntlichmachung von Zusatzstoffen auf der Speisekarte. Das erlaubt dem Profi-Koch mehr Flexibilität in der täglichen Anwendung und erleichtert das Handling in der Küche.

www.nestleprofessional.de



Foto: Nestlé Professional



PROFIS HABEN GETESTET

Arla Skyr

Cremiger als ein Magerquark, aber leicht und lecker wie ein Joghurt: Das verspricht Arla Foods mit seinem neuen Allrounder für die Profi-Küche. In **34 Betrieben** unserer Profitester wurde Arla Skyr dem Praxistest unterzogen.

Arla Skyr:

- ✓ praktischer 5-kg-Eimer
- ✓ Natürlich proteinreich
- ✓ Geringer Fettanteil
- ✓ Einfaches Handling

Die Erfahrungen:

Fein und natürlich empfanden unsere Profitester den Geschmack des Produkts mit hohem Proteingehalt und geringem Fettanteil. Angenehm cremig, locker und leicht, ausgewogen und nicht einfach nur ein Joghurt – so wurde Arla Skyr von den Profitestern beschrieben. Damit konnte

das Produkt im Praxistest als gute Alternative zu herkömmlichen Milchprodukten überzeugen, wie ein Profitester bestätigt: „Guter Geschmack, ein sehr wertiges Produkt!“

Klar überzeugen konnte Arla Skyr auch in der Konsistenz. Das Produkt ist laut unseren Profitestern cremig, aber dennoch leicht zu verarbeiten, ohne beim Erhitzen auszuflocken oder bei der Lagerung Wasser abzusetzen.

Vom Frühstücksbuffet bis zur Ofenkartoffel – in verschiedensten Bereichen wie als pures Dessert, mit Frucht, zu Salat oder als Basis für herzhafte Dips und Saucen fand Arla Skyr in den Profi-Betrieben Verwendung. Da das Produkt vielseitig einsetzbar und leicht im Handling ist, waren sich fast 50 Prozent der Profitester sofort sicher, es weiterhin einsetzen zu wollen. Ein Experte begründet: „Vielseitig und lecker. Eine tolle Grundlage für verschiedene Produkte.“



DERPROFITESTER
★★★★★

34
Bewertungen von Profis

Im Test:
Arla Skyr
Stand: Juli 2017

Fazit:

Mit großer Mehrheit sprechen unsere Profitester ihre Empfehlung für Arla Skyr aus. Das Produkt überzeugt im Geschmack und kann in der Großküche vielfältig eingesetzt werden. Unsere Experten sagen: „Skyr ist einfach zu verarbeiten und damit eine gute und gesunde Alternative zu fettreichen Milchprodukten.“ Der Tipp der Profitester: „Unbedingt probieren, es wird von den Gästen sehr gut angenommen.“

www.arlafoods.de



DERPROFITESTER

Stimmen von
Experten für Experten:

Arla Skyr



» Die positiven Eigenschaften von Quark und Joghurt in sich vereint. «

» Sehr lecker und vielseitig einsetzbar. «

erlenbacher



» Eine gute Kombination aus Frucht und Cerealien. «

» Vegan und glutenfrei. Toller Zusatznutzen! «

erlenbacher Genuss hoch 3 Schnitten

44 Betriebe haben die neuen Kuchen-schnitten von erlenbacher getestet. Das Superfood im Kuchenformat bietet mit Dinkel, vegan oder glutenfrei eine vollwertige Alternative am Gätetisch.

Genuss hoch 3 Schnitten:

- ✓ Mr. Grain. Apfel-Dinkelvollkorn-Schnitte
- ✓ Doc Choc. Glutenfreier Himbeer Brownie
- ✓ Banana Kid. Vegane Banane-Johannisbeer-Schnitte

Powertrio im Test

Die mit Kernen und Nüssen bestückten Schnitten haben bei den Profitestern optisch einen guten Eindruck hinterlassen. Über die Hälfte der Experten meinen, dass sie von selbst gemachten Kuchen kaum zu unterscheiden sind. Auch den Geschmackstest konnten Mr. Gain, Doc Choc und Banana Kid bestehen. Besonders die Apfel-Dinkelvollkorn-Schnitte ist laut unserer Profitester saftig, fluffig und locker. Ähnlich fallen die Bewertungen für die Konsistenz aus. Über den glutenfreien Himbeer Brownie: „Im Vergleich zu üblichen, schweren Brownies: Note 1 für die fruchtige Leichtigkeit.“ Somit geht Doc Choc bei unseren Profitestern als Favorit hervor. Insgesamt gaben über

70 Prozent der Experten, die zuvor keine Tiefkühlprodukte im Sortiment hatten, an, von den Schnitten überzeugt zu sein: „Bequem à la minute zuzubereiten und leicht zu portionieren.“

Fazit

Mit den Genuss hoch 3 Schnitten haben die Profitester das alternative Kuchenformat zum Testsieger gekürt. Optisch und geschmacklich konnten die vollwertigen Tiefkühlschnitten so sehr überzeugen, dass nicht nur vegane Gäste auf den Geschmack kommen können. Ein Experte über den Testsieger: „Ein innovatives Produkt, das auf jede Speisekarte passt!“

www.erlenbacher.de

TESTSIEGER

DERPROFITESTER
★★★★★

44
Bewertungen von Profis

Im Test:
Mr. Grain, Doc Choc, Banana Kid
Stand: Juli 2017





EFFIZIENTE NIEDRIGTEMPERATURGERÄTE



Foto: Alto-Shaam GmbH

Alto-Shaam, Mitglied im Verband der Fachplaner (VdF) für die Planung von Großküchen in Deutschland, bietet für die Profi-Küche eine vielseitige Equipment-range zum Garen, Räuchern und Heißhalten. Cook & Hold Öfen von Alto-Shaam, erhältlich mit oder ohne Räucherfunktion, und auch die Heißhaltegeräte auf Niedrigtemperaturbasis zeichnen sich durch schonende Hitze aus. Fast alle Niedrigtemperaturgeräte arbeiten mit 230 V und sind so vielschichtig und energiesparend in den Planungen einer Großküche einsetzbar.

www.alto-shaam.de

SPÜLEN OHNE RISIKO

Spülen, ohne in die Anschaffungskosten einer Maschine zu investieren, das funktioniert seit diesem Jahr mit dem flexiblen Bezahlmodell von Winterhalter. Mit Pay Per Wash zahlen Gastronomen nur die tatsächlich getätigten Spülvorgänge zu einem exakt kalkulierten Preis. Darin sind die Untertischspülmaschine, Körbe, Wasseraufbereitung und passende Spül-

chemie inkludiert. Die gewünschte Anzahl an Spülgängen kann auf der Website ausgewählt und per Kreditkarte bezahlt werden. Die gekauften Spülcodes werden direkt am Maschinendisplay eingegeben und es kann sofort gespült werden. Mit dieser Lösung spülen Gastronomen ohne hohe Investitionen oder das Risiko unerwarteter Kosten. www.winterhalter.de

OPTIMIERTER WASCHPROZESS

Reinigen und Waschen gehören zusammen. Besonders bei Reinigungstextilien ist eine hygienisch einwandfreie Reinigung gefragt. Eine hygienische und zugleich ökonomische Reinigungslösung bietet Electrolux mit seinen Mopp-Waschmaschi-

nen. Die Electrolux Mopp Waschmaschine mit Wiegesystem und angeschlossenen intelligenten Dosiersystem beinhaltet das Softwareprogramm CMIS, das eine exakte Überwachung der Waschprozesse ermöglicht. Durch den standardisierten Einsatz von frei programmierbaren Steuerungen bei allen Mopp Waschmaschinen von Electrolux kann der Waschprozess exakt auf die unterschiedlichsten Reinigungsprozesse und die damit verbundenen Anforderungen angepasst werden. So bleiben Reinigungstextilien hygienisch sauber und lange verwendbar.

www.electrolux.de/professional



Foto: Electrolux Professional



Foto: Meiko

NEUER HYGIENE-AUSGUSS

Die Hygiene spielt in der Profi-Küche eine übergeordnete Rolle. Hygiene-Lösungen, die verlässlich, effektiv und zugleich ohne großen Aufwand einzusetzen sind, sind gefragt. Um Hygieneschutz und Wirtschaftlichkeit noch besser zu vereinen, hat Meiko eine praktische Innovation entwickelt: Der neue Hygiene-Ausguss spült Schmutz und Rückstände in einem Rutsch restlos weg. Zwei selbstreinigende und einfach austauschbare Wasserdüsen erzeugen eine kräftige, spiralförmige Spülung. Durch den Whirl-Effekt wird das Becken rundum optimal gesäubert. Komfortabel und sicher lassen sich so nicht nur verbesserte Hygieneergebnisse erzielen, auch der Wasserverbrauch lässt sich erheblich reduzieren. www.meiko.de



DIE PROFI-KÜCHE

Bei der Küchenausstattung sind Energieeffizienz und Multifunktionalität weiter auf dem Vormarsch. Denn gefragt ist beste Qualität bei optimalen Arbeitsabläufen.



Foto: MKN

Der Palux SousChef meistert das Garen im Vakuumbbeutel bei niedrigen Temperaturen: Er gart zum Beispiel Fleisch, Fisch, Gemüse, Obst oder Beilagen optimal bei 60 °C.



Foto: Palux

Der Fachkräftemangel haftet der Branche an wie nur wenigen anderen. Umso wichtiger wird es daher, das Restaurantkonzept klar zu definieren und entsprechend klare Strukturen mit multifunktionalen Lösungen in der Profi-Küche zu schaffen. Wie viel Platz ist in der Küche vorhanden, welche Speisen werden in welchen Mengen angeboten und welche Geräte müssen eingesetzt werden? Nur wenn diese Fragen beantwortet sind, kann ein effektives Zeit- und Kostenmanagement erfolgen. Wirtschaftlich profitabel trotz schwindender Mitarbeiterzahl wird es mit technisch ausgereiften Lösungen der Großküchenhersteller.

Effizienz für den Hochbetrieb

Effiziente Arbeitsabläufe sind in der Küche maßgeblich. Ein besonders praktischer

Küchenhelfer ist der Kombidämpfer, da sich mit ihm gleich vielfältige Abläufe abdecken lassen. Optimal wird der Einsatz, wenn das Gerät nicht nur Höchstleistungen erbringt, sondern dabei auch noch mit niedrigen Verbrauchswerten punkten kann. So beispielsweise bei dem MKN Kombidämpfer FlexiCombi. Viele technische Details sorgen für einen optimierten Energieverbrauch. So zum Beispiel die dreifach verglaste Garraumtür mit einem Energieeinsparpotenzial von bis zu 28 Prozent im Vergleich zur Zweifachverglasung und der Wärmetauscher, mit dem bei einer Betriebsstunde Dämpfen im FlexiCombi 10,1 circa 1 kWh Energie gespart werden kann. Das Feature GreenInside macht die guten Verbrauchswerte zudem transparent. Denn sie werden nach jedem Garprozess direkt auf dem Touch Display angezeigt.



Optimierte Produktionsabläufe, reduzierte Kochverluste und einfach kontrollierbare Portionsgrößen bei höchster Wirtschaftlichkeit gelingen auch beim Sous-vide-Garen. So ermöglicht der Palux SousChef flexible, zeitversetzte Produktion und Garprozesse mit Qualitätsgarantie. Einfache Bevorratung und servierfertige Zubereitung sowie wirtschaftliche Planung und Kalkulation sind weitere Pluspunkte. Dank des Bedienkopfes und der gut lesbaren LED-Anzeige ist der Palux SousChef einfach und funktional aufgebaut. Nutzer geben die Gartemperaturen von 20 bis 95 °C individuell ein. Die präzise Temperatursteuerung mit +/- 0,05 °C sorgt für perfekte Garergebnisse. Die Timerfunktion ermöglicht, die Garzeit richtig einzustellen, ohne das Gargut zu kontrollieren. Der hochwertige Heizkörper mit der leistungsstarken Umwälzpumpe ist komplett in das Becken integriert und stellt auch bei hoher Beschickungsdichte beste Temperaturhomogenität sicher. Außerhalb der Produktionszeiten vitalisiert der SousChef im Küchenalltag vakuumierte Gerichte oder hält Speisen warm. Mit drei praxisgerechten Gerätgrößen gibt es für jeden Bedarf die passende Lösung, ob am festen Standort oder im mobilen Einsatz.

www.mkn.de
www.palux.de

Das SelfCookingCenter BakingLine von Rational: für die schnelle Zubereitung von Backwaren und warmen Snacks.



Foto: Rational

Gebündelte Funktionen

Dass schon kleinere Geräte mit vielseitigen Anwendungsmöglichkeiten aufwarten können, zeigen aktuelle Modelle der Hersteller eindrucksvoll. So zum Beispiel der SpaceCombi von MKN. Nur 55 cm breit, ist er trotzdem ausgestattet wie ein „Großer“. Die moderne MagicPilot Touch & Slide Steuerung mit Infoschritten und Favoriten, das automatische Reinigungssystem WaveClean und die Verbrauchsanzeige GreenInside sind nur einige Beispiele der anwenderorientierten Features, die den SpaceCombi zum leistungsstarken Hilfsmittel in der Profi-Küche machen. Zudem bietet er trotz seiner geringen Breite viel

Kapazität: 6 x 1/1GN im SpaceCombi Compact und 6 x 2/3 GN im SpaceCombi Junior.

Auch für Zubereitungen im Snack-Bereich wird es effizient: Mit der vielseitigen Snack- und Gastrostation von Rational, dem SelfCookingCenter BakingLine, lassen sich frische Backwaren wie auch zahlreiche warme Gerichte wie Pizza, Burger, Frikadellen und Schnitzel auf kleinstem Raum zubereiten mit nur einem Gerät. Auch hier wird über ein anwenderfreundliches Display gesteuert, sodass die Bedienung nicht nur vom Küchenchef allein vorgenommen werden kann.

www.rational-online.com

— Anzeige —

KEINE INVESTITION NULL RISIKO PAY PER WASH

winterhalter®



PAY PER WASH

A NEXT LEVEL SOLUTION

Winterhalter bringt das gewerbliche Spülen auf das nächste Level: mit der ersten Spülmaschine, für die Sie nur dann bezahlen, wenn die Maschine auch läuft. Das bedeutet höchste Spülqualität für alle – unabhängig vom Budget und mit maximaler Flexibilität. Überzeugen Sie sich selbst von den Vorteilen! Direkt bei Ihrem Fachhändler oder unter www.pay-per-wash.biz



Mehr Flexibilität am Arbeitsplatz: Der Convotherm 4 easyTouch mit platzsparender Verschwindetür.

KÜCHENGERÄTE: WENIG PLATZ, VIEL TECHNIK

Wie lässt sich der Arbeitsplatz Küche effizient nutzen? Mit der richtigen Ausstattung performt das Küchenteam zu Höchstleistungen, selbst auf engstem Raum.

Auf engem Raum alle Flächen optimal nutzen und strukturiert arbeiten – in der Küche eine Kunst für sich. Will der Profi-Koch seine Küche koordiniert beherrschen, muss er eine sinnvolle Auswahl an Geräten und deren Standort im Raum treffen. Denn nicht nur die voll ausgestattete Großraumküche hat technische Neuheiten zu bieten. Auch die Geräte im Kleinformat führender Hersteller sind nach einem für den Profi-Koch entscheidenden Konzept entwickelt: Intelligente

Technik auf engstem Raum. Gelingt die optimale Küchenausstattung, so werden die engen Platzverhältnisse sogar zum Vorteil für den Küchenchef und seine Mitarbeiter. Denn kurze Laufwege und keine unnötigen, ungenutzten Flächen beugen gegen Stress und Hektik bei den Arbeitsabläufen, besonders zu Stoßzeiten, vor. Unter diesem Aspekt wurde beispielsweise die Verschwindetür des Convotherm 4 entwickelt. Beim Öffnen wird die Gerätetür auf einer Schiene an

die Seite des Geräts geschoben – so wird vermieden, dass durch die Tür des geöffneten Kombidämpfers Laufwege blockiert werden. Da die Innenseite der Tür zudem an der Gerätewand anliegt, wird die Verletzungsgefahr durch den Kontakt mit der heißen Scheibe deutlich verringert. Eine Auswahl an weiteren praktischen Geräten, mit denen sich auch kleinste Küchen ergänzen lassen, im Überblick:

www.convotherm.de

LEISTUNGSFÄHIGER INDUKTIONSWOK



Foto: Salvis AG

Mit einem Induktionswok steht in der Küche ein Auf Tischgerät für vielfältige Anwendungsmöglichkeiten. Nicht allein für die asiatische Küche, auch für mediterrane Gerichte und regionale Delikatessen eignet sich das Küchengerät. Der Induktionswok der neuen Serie der Salvis Compactline Auf Tischgeräte zeichnet sich durch seine Leistungsfähigkeit sowie ein edles Design aus. Dadurch ist er auch für den Einsatz im Front-

cooking-Bereich geeignet. 3,5 oder 5 kW leistungsfähige Induktionstechnologie steckt unter dem edlen Flow-Glas für die schnelle und schonende Zubereitung. Die erklärungs freie Drehschaltung ermöglicht eine einfache und energiesparende Bedienung der modernen Induktionstechnologie. Die 6 mm starke Glaskeramik, für die Profianwendung ausgelegt, gewährleistet Stabilität und Langlebigkeit. Die flächenbündige Verarbeitung und die glatten Flächen machen den Wok pflegeleicht. Damit bietet der Wok einfaches Handling, hohe Kochleistung und ein Maximum an Komfort und Betriebssicherheit am Arbeitsplatz. www.salvis.ch



Foto: Krefft Großküchentechnik GmbH

KOMPAKTES MULTIFUNKTIONSGERÄT

Kochen, Dämpfen, Dünsten, Braten, Schmoren, Frittieren. Dass dafür nicht immer viel Platz nötig ist, beweisen kompakte Multifunktionsgeräte wie beispielsweise der 800 mm breite IQ850 von Ambach. Zwei voneinander unabhängig regelbare Kochzonen ermöglichen paralleles Garen verschiedener Komponenten. Omelett oder Hamburger, Geschnetzeltes oder Kurzgebratenes: Alle Speisen lassen sich auf der hochglanzpolierten Tiegel-Oberfläche aus hochwertigem Duplex-Compoundmaterial dank der gleichmäßigen Wärmeverteilung punktgenau zubereiten. Der IQ850 verfügt über zwei Bedienarten: Im manuellen Modus können per Einstellung von Temperatur, Zeit oder Kerntemperatur bis zu 20 Garschritte nacheinander ausgeführt werden. Im Kochbuch-Modus steht eine Bibliothek von bis zu 200 Rezepten zur Verfügung. Ein Klick auf das übersichtliche Touch-Panel des Ambach Navigators genügt, um den Garprozess zu starten. Klare, verständliche Symbole führen durch das Menü. Zur optimalen Sichtbarkeit, Bedienung und um die Belegung von Arbeitsfläche zu vermeiden wurde der höhenverstellbare Ambach Navigator an einem Schwanenhals angebracht.

www.ambach.com



Foto: Ambach Ali S.p.A.

SALAMANDER FÜR OPTIMALES FINISHING

Ein Salamander gehört in jedes Küchenkonzept. Das Gar- und Warmhaltegerät eignet sich zum schnellen Bräunen, Überbacken oder Warmhalten von Speisen und lässt sich aufgrund seiner handlichen Größe auch in der kleinsten Küche integrieren. Für die Anforderungen in der Profi-Küche bietet Krefft Großküchentechnik im Deutschland-Vertrieb den Mareno High Performance Salamander. Er wird – je nach Größe – mit wahlweise drei oder vier Heizwiderständen beheizt, die sich auch einzeln einschalten lassen. Für eine gleichmäßige Aufheizung innerhalb weniger Sekunden auf 230 Grad Celsius bei einer optimalen Wärmeübertragung sind die Heizwiderstände in einem Keramikkollektor untergebracht und zusätzlich durch eine Streuscheibe geschützt. Das höhenverstellbare obere Heizelement wird punktgenau den unterschiedlichsten Speisen gerecht. Das Touch-Display zeigt sichtbar die Temperatur an und ermöglicht ein bequemes Speichern und Anwählen von bevorzugten Programmabläufen und immer wiederkehrenden Garzyklen.

www.krefft.de

— Anzeige —

**PACO
JET**

**Cooler
Erfolgsrezepte.**

» Das Geheimnis feinsten Konsistenzen.

Cremig-luftige Farce oder ultrafeine Mousse? Mit dem Pacojet gelingt's. Denn dieses einzigartige Kochsystem revolutioniert klassische Ablaufprotokolle. Einfach filetieren, Sahne aufgießen, einfrieren und pacossieren. Gelingargarantie inklusive. Mehr über den Pacojet erfahren Sie unter:

Pacojet Service GmbH
www.pacojet.de

WHEN COOKING BECAME SWISS.™

25
YEARS
PACOJET

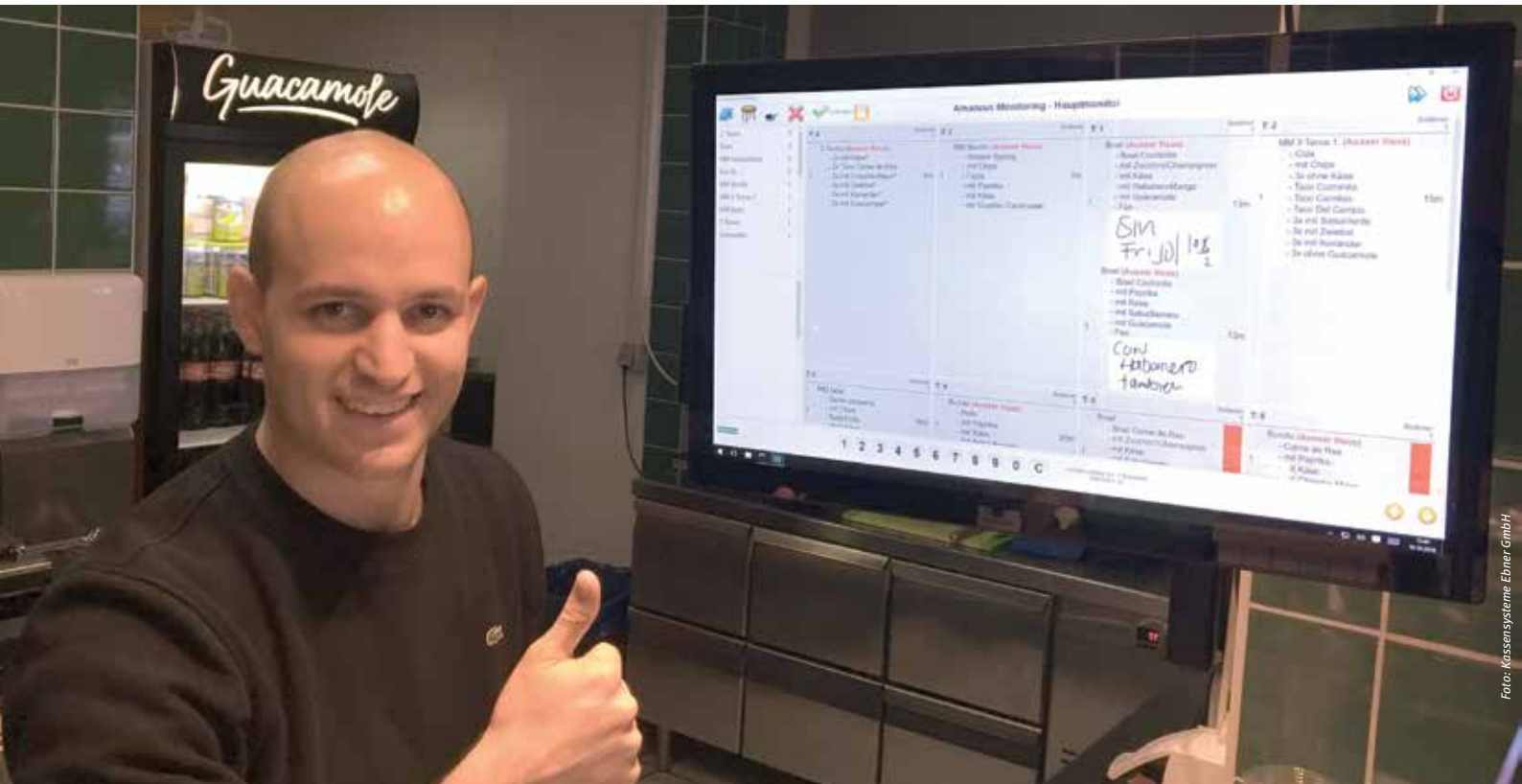


Foto: Kassensysteme Ebner GmbH

BEST PRACTICE

KÜCHENMONITORING FÜR SMARTE ARBEITSABLÄUFE

Mit effizienten Lösungen von Kassensysteme Ebner tauschte das Take-away-Restaurant „Guacamole“ die Zettelwirtschaft gegen digitale Prozessoptimierung.

In dem mexikanischen Restaurant in Regensburg wird sowohl bestellt und abgeholt als auch vor Ort gegessen. Dabei zeichnet sich der Küchenalltag durch effiziente Arbeitsabläufe aus, dank des Kassensystems Amadeus II, bestehend aus der stationären, robusten Touchkasse von Orderman und dem Küchenmonitoring Amadeus II mit einem großen 32“-Touch-Monitor.

Optimierte Strukturen für Küche und Service

Überblick und Struktur sind die entscheidenden Vorteile, die das Küchenmonitoring den Mitarbeitern des „Guacamole“ liefert, sowohl in der Küche als auch im Service. Denn das Küchenmonitoring bildet den gesamten Bestellprozess zwischen Gast, Service und Küche digital ab. Dank modernster Technik aus dem Hause Kas-

sensysteme Ebner werden die eingehenden Bestellungen chronologisch sortiert dargestellt und in einer Spaltenübersicht automatisch aufaddiert. Entscheidend: Das zeitaufwendige Sortieren, Kategorisieren und Strukturieren der Bestellungen wird komplett durch das Multi-Touch-Küchenmonitoring übernommen. Alle wichtigen Informationen sind für das Küchenpersonal zentral einsehbar und gut lesbar zu jeder Zeit dargestellt. Artikel können per Touch schnell gesperrt und entsperrt werden, Restmengen werden via Touch hinterlegt. Das System im „Guacamole“ besteht aus der Kassensystemlösung Amadeus II mit einer stationären Kasse von Orderman Columbus 800 für den Take-away-Betrieb. In der Küche verbessert das Küchenmonitoring Amadeus II mit einem Multi-Touch-Monitor die Prozesse.

Effiziente Abläufe bringen Umsatz

Reibungslose Abläufe sind für Inhaber wie Herrn Desentis entscheidend für den Erfolg. Seinem Betrieb konnte er durch den Einsatz des Küchenmonitorings zu klaren Strukturen und damit auch mehr Effizienz verhelfen.

Über die Kassensoftware und den Monitor kann Herr Desentis regelmäßig prüfen, ob die Produktionszeiten zeitlich im Rahmen liegen. Damit verschafft das smarte System ihm und seinen Mitarbeitern größtmögliche Transparenz über die eingehenden Bestellungen und anstehenden Zubereitungen. Durch den smarten Überblick kann das Team schneller einwirken und sofort optimieren.

> Ronja Plantenga

www.ebner-kasse.de



Foto: Florentine Kitchen Knives

ELEGANTE PROFI-MESSER

In spezieller Handarbeit gefertigt, entstehen bei Florentine Kitchen Knives Schneidwaren in unverwechselbarem Stil. Neben verschiedenen Stahlsorten der Klingen für eine präzise Schnittlinie sind auch bei den Griffen diverse Designs wählbar, klassisch aus Holz und Leder, sowie zeitgenössische Materialmischungen mit einer nahöstli-

chen Note. Im Tafelmesser-Sortiment bietet der Hersteller das 120-mm-Model „The Steak knife“ an, welches für höchstes Schneidevermögen bei Fleisch und Gemüse konzipiert ist. Diese Messer werden in Paaren oder zu viert im Set angeboten, hergestellt aus Sandvik Edelstahl.

www.florentinekitchenknives.com

KOCHMESSER FÜR FLEISCH UND GEFLÜGEL

Hochwertige Speisen werden mit hochwertigen Werkzeugen hergestellt. Daher entwickelt Friedr. Dick, Experte für Messer und Werkzeuge, sein Produktportfolio stetig weiter. Neu im Sortiment der Messerserie Red Spirit: das Kochmesser „Ajax“. Die auffällige Klingenform mit breitem Klingensblatt und geschwungener Schneide eignet sich ideal zum Verarbeiten von Fleisch und Geflügel. Dank des praktischen Loches in der Klinge kann das Messer problemlos aufgehängt werden. Im für Dick typisch modernen Design ist das Messer auf ergonomische Anforderungen für die tägliche Handhabung in der Profi-Küche konzipiert.

www.dick.de



Foto: Rosenthal GmbH

KÄSEMESSER-SET

Für die Gourmet-Verarbeitung verschiedener Käsesorten bietet Rosenthal ein überschaubares, vierteiliges Messerset an. Das Set besteht aus zwei Schalen 10 x 7 cm der Serie „Mesh Weiß“, einem Tranchierbrett 46 x 17 cm der Kollektion „Linear“ und den Käsemessern der Serie „Living“ von Sambonet.

www.rosenthal.de



Foto: Friedr. Dick GmbH & Co. KG



ConnectedCooking 2.0

Die vernetzte Küche.
Made by RATIONAL.

Die wohl größte digitale Plattform
für die Profiküche.
ConnectedCooking.com



NEUES ELEKTRONISCHES SCHLIESSYSTEM



Foto: SALTO Systems

Schließsysteme in Hotels sollten möglichst sicher und dabei einfach zu bedienen sein. Ein Zutrittssystem auf technologisch neuestem Stand bietet Salto mit dem elektronischen Langschildbeschlag XS4 One. Für die Datenübertragung verwendet das System modernste Protokolle, sodass sowohl kontaktlose Karten und Schlüsselanhänger als auch Smartphones mit mobilen Schlüsseln für die Türöffnung genutzt werden können.

Dank der robusten Konstruktion eignet sich der Langschildbeschlag für Zugänge mit hoher Benutzungsintensität. Der elektronische Beschlag ist in diversen Modellen lieferbar, unter anderem mit oder ohne Zylinderlochlungen, mechanische oder elektronische „Bitte nicht stören“-Funktion und protokollierte Notöffnung. Er ist kompatibel mit einer großen Bandbreite von Einsteckschlössern und Türdrückern, auch von Drittherstellern.

www.saltosystems.de



Foto: PAPSTAR

DEKORATION ZUM OKTOBERFEST

Mit dem Herbst kündigt sich auch die in ganz Deutschland beliebte Wies'n-Zeit an. Um die traditionelle Atmosphäre des bayerischen Volksfestes in den Gästebereich zu holen, bietet Papstar mit den Serien „Bayrisch Blau“ und „Bavaria“ eine zünftige, blau-weiße Tischdekoration und passendes Zubehör an. Ergänzen lassen sich die Tischdecken, Servietten, Teller und Becher in traditioneller Oktoberfest-Optik mit Besteck aus ungebleichtem Holz des nachhaltigen Einmalgeschirrs pure von Papstar. Das dafür verwendete Holz für die Bestecke, Fingerfood- und Schaschlikspieße, Rührstäbchen und Pommes-Gabeln stammt aus nachhaltiger Forstwirtschaft und ist FSC®-zertifiziert.

www.papstar.com



Foto: furniRENT

ONLINE-RECHNER FÜR NEUE HOTELEINRICHTUNG

Eine moderne Einrichtung ist für die Gästezufriedenheit und damit einhergehende Umsätze unabdingbar. Doch kommen Hoteliers schnell an ihre Grenzen, wenn es um hohe Investitionen zur Qualitätssteigerung der Gästezimmer geht. Das Modell von furniRent soll die Finanzierung maßgeblich erleichtern. Es umfasst alle Prozesse von der Planung über die Finanzierung bis hin zur Umsetzung der Umbaumaßnahmen. Damit bietet furniRent ein umfangreiches Konzept inklusive Fertigstellungs- und Festpreisgarantie. Hoteliers profitieren damit von absoluter Planbarkeit, ohne unerwartete Kosten befürchten zu müssen. Mit einem kostenlosen Online-Rechner stellt furniRent Hoteliers ein informatives Tool zur Seite, das die Auswirkungen von Investitionen auf die Betriebskennzahlen deutlich macht. www.furnirent.com

EINWEG-MOPP FÜR SCHNELLE SAUBERKEIT

Sind die Waschmöglichkeiten für Reinigungsutensilien begrenzt, ist die Einhaltung der Hygieneanforderungen schnell gefährdet. Eine praktische Hygiene-Lösung bietet der Reinigungsspezialist Harema mit dem One-Day-Mopp. Der Einwegbezug ist in unterschiedlichsten Anwendungsbereichen leistungsfähig wie ein waschbarer Bezug: Mit robustem, solide verarbeiteter Baumwollgemisch hält der Ein-Tages-Mopp 24 Stunden stand und kann danach einfach ausgewechselt werden. Durch hohe Saugfähigkeit und ein spezielles, reinigungsaktives Profil ist er zum Feuchtwischen aller glatten Bodenbeläge geeignet. Damit bietet der Mopp Gastronomen und Hoteliers eine schnelle Reinigungslösung, die exakt kalkulierbar ist und besonders auf engem Raum ohne maschinelle Waschungen auskommt.

www.harema.de



Foto: Harema GmbH



FÜR DEN HERBST GEKLEIDET

Mit der Saison ändern sich auch die Anforderungen an eine passende Berufsbekleidung. Die kalte Jahreszeit bringt herbstliche Trendthemen und schützende Mode mit sich.

Mit dem Herbst weht frischer Wind durch die Türen der Gastronomie und Hotellerie. Die fallenden Temperaturen bekommen besonders die Servicekräfte zu spüren. Zugige Eingangsbereiche und die bei schlechtem Wetter geöffnete Außengastronomie erfordern Maßnahmen, um die Mitarbeiter vor Nässe und Kälte zu schützen.

Schützende Servicebekleidung für jedes Wetter

Foto: Weitblick



Schnell häufen sich mit dem herbstlichen Wetter die Krankmeldungen. Es gilt, die Mitarbeiter zu schützen und entsprechende Kleidung bereitzustellen. Besonders empfiehlt sich Oberbekleidung beziehungsweise Jacken und Westen aus Softshell – oder Fleecestoff mit Stehkragen und Kinnschutz, sodass der empfindliche Halsbereich vor einem Luftzug geschützt bleibt. Eine praktische Lösung für die Übergangszeit zwischen Sommer und Winter bietet der Berufsbekleidungshersteller Weitblick | Gottfried Schmidt mit den Softshellwesten als Herren- und Damenmodell. Atmungsaktive Stoffe ermöglichen eine angenehme Luftzirkulation unter der Weste und verhindern dadurch das Schwitzen bei ansteigenden Temperaturen. Der Stehkragen mit Kinnschutz, praktische Taschenlösungen und eine ergonomische Schnittführung machen die Weste zu einem komfortablen Begleiter im Arbeitsalltag. Das verlängerte Rückenteil schützt zusätzlich den empfindlichen

Becken- und Nierenbereich. Modellgleich den Westen sind auch Softshelljacken bei Weitblick verfügbar. Mehrere Farbvarianten stehen zur Auswahl, sodass die Mitarbeiter passend zum Farbkonzept des Hotels oder des Restaurants eingekleidet werden können. Durch Patchembleme lassen sich die Jacken und Westen zudem leicht mit dem hauseigenen Logo individualisieren.

Trachtenmode im Trend

Individualität und Aufmerksamkeit lassen sich bei der Bekleidung nicht nur durch das eigene Logo verschaffen. Auch Trendthemen, die in der Berufsmode aufgegriffen werden können, sorgen für Wiedererkennung. Besonders angesagt zur Herbstsaison: die Trachtenmode. Denn bundesweit erfreut sich das Oktoberfest großer Beliebtheit und kann gerade in der klassischen Küche oder dem traditionellen Landhaus für einen authentischen Flair sorgen. Im zünftigen Look lassen sich die Servicemitarbeiter beispielsweise mit der aktuellen Trachtenkollektion aus dem Hause Jobeline ausstatten. Von modernen Elementen wie der Damenjeanshose oder Bluse im Trachtenlook über zeitlose Schürzen und Herrenwesten bis zum klassischen Dirndl kann hier aus einem breit gefächerten Sortiment gewählt werden. Besonders klassisch wird es mit dem Dirndl „Lara“, das sich mit der weißen Trachtenbluse „Pia“ kombinieren lässt. Es besticht durch ein Oberteil aus waschbarem Leinen, einen zart geblühten Rock mit Spitze am Saum und einer dunkelrot gepunkteten Schürze. Besonderer Hingucker ist der Ausschnitt des Dirndls mit Froschgöschlerborte und unterlegter zarter Spitze. Lara ist in den Rocklängen Midi und Lang zu haben. Das passende farbliche Herren-Outfit zum Dirndl „Lara“ findet sich mit dem karierten Trachtenhemd „Lorenz“ und der klassischen Lederhose „Georg“ von Jobeline. **> Ronja Plantenga**
www.weitblick.vision
www.jobeline.de



Foto: Jobeline

Klassischer Look mit modernen Akzenten: Mit der aktuellen Trachtenkollektion von Jobeline kleiden sich Servicekräfte passend zur Wiesn-Zeit im authentischen Landhausstil.

FUNKTIONSKLEIDUNG - MODISCH UND PRAKTISCH

Ein Profi-Koch ist Meister seines Gebiets. Seine Ausrüstung sollte entsprechend leistungsfähig sein.

Die Kochjacke ist fester Bestandteil einer professionellen Arbeitsausrüstung in der Küche. Weiß und schmutzabweisend sollte sie sein. Doch eine gute Kochjacke kann weitaus mehr und überzeugt mit funktionalen Features und modischen Akzenten.

Die Kochjacke von morgen

Was früher eine einfache Kochjacke war, ist heutzutage ein High-Tech-Fashion-Kleidungsstück. Und das aus gutem Grund, denn die Anforderungen an die Profi-Köche sind erheblich und alles, was die tägliche Arbeit in der Gastronomie erleichtert, steht hoch im Kurs. Bei der Kochjacke ist die Funktionalität besonders gefragt. So bietet beispielsweise Jobeline mit der J1 Evolution eine Kombination aus Tragekomfort, Fashion und Effizienz. Die multifunktionale Kochjacke aus leichter Naturfaser liegt angenehm auf der Haut und lässt den Koch zum herausragenden Leistungsträger im Küchenalltag werden.



Die weiße Kochjacke mit abgesetzten dunkelblauen Paspelierungen ist strapazierfähig und leicht und verfügt über ein atmungsaktives und wasserabweisendes High-Tech-Gewebe.

Darüber hinaus verfügt die J1 Evolution über besondere Extras wie Unterarmbelüftung, Handytasche und Headset-Kabeltunnel, Roll-up-Ärmel, Fast-Out-Zipper und Thermometertasche. Überzeugen konnte die Kochjacke bis in die Spitzenklasse: „Als junger Koch war ich schon immer ein großer Fan der lässigen Gourmetküche – mit der neuen J1 Evolution kann ich das meinen Gästen auch in Uniform optimal zeigen! Sitzt super lässig, ist extrem leicht und bietet den gewünschten Hauch Luxusklasse“, erklärt der deutsche Spitzenkoch Sören Anders.

Durchdachte Kochshirts

Auch unter der Kochjacke setzen die Experten von Jobeline auf Funktionalität und Entlastung. Perfekten Halt im Küchenalltag bietet das Funktionskochshirt Relay.

Das funktionale Shirt für Damen und Herren zeichnet sich durch seine Entspannungs-, Kompressions- und Belüftungszonen im Schulter-, Nacken- und Rückenbereich aus. Diese eingearbeiteten Bereiche sorgen für einen angenehmen Tragekomfort und unterstützen den Rücken bei langem Stehen: Die Entspannungszonen über den Schulterblättern wirken leicht wärmend auf der Haut und lockern die beanspruchte Rückenmuskulatur. Die Belüftungszonen sorgen für optimalen Temperaturengleich und die notwendige Atmungsaktivität.

Für eine verbesserte Durchblutung bietet sich das Funktionskochshirt Compression an. Die eingearbeiteten Kompressionsflächen unterstützen die Durchblutung und verbessern die Körperhaltung, sodass gefährdete Körperpartien im Arbeitsalltag dauerhaft entlastet werden.

> www.jobeline.de



Fotos: Hotelwäsche Erwin Müller

Der mehrfach ausgezeichnete Profikoch Sören Anders setzt im Arbeitsalltag auf die Kochjacke J1 Evolution.



RICHTIG GEKLEIDET, GESUND DURCH DEN ARBEITSTAG

Den ganzen Tag auf den Beinen, kein Problem? Vor zu hohen Belastungen können Mitarbeiter geschützt werden.

Dass nach einem langen Arbeitstag Beine und Füße oft müde und schwer sind, Spannungsgefühle auftreten, die Knöchel anschwellen und die Schuhe drücken, ist für viele Mitarbeiter aus Gastronomie und Hotellerie nichts Ungewöhnliches. Doch es gibt einfache Hilfsmittel, die den Arbeitsalltag erleichtern, die Venen entlasten und vor gesundheitlichen Beschwerden schützen.

Tipps zur Venengesundheit:

- ✓ Am Abend sollten die Füße bequem hochgelegt werden. Das entlastet die Venen und gibt neue Kraft für den folgenden Arbeitstag.
- ✓ Zweimal täglich zehn Minuten Venengymnastik bringen die Venen und die Muskelpumpen in Schwung. Dazu lässt man die Füße kreisen, streckt und beugt sie, spannt die Unterschenkel an und entspannt sie wieder.
- ✓ Wichtig sind auch eine ballaststoffreiche Ernährung und ausreichend Flüssigkeit: Pro Tag sollten es mindestens zwei Liter Wasser sein. Am Arbeitsplatz sollten immer ausreichend Getränke für die Mitarbeiter vorhanden sein.
- ✓ Empfehlenswert sind flache, bequeme Schuhe mit flexiblen Sohlen und Kleidung, die am Becken und an der Hüfte nicht einschnürt.
- ✓ Strümpfe mit Kompression können die Venen in Schwung bringen und die Beine entlasten. Der Spezialist für medizinische Hilfsmittel, medi, bietet beispielsweise bequeme und zugleich modische Kompressionsstrümpfe in vielen Standard- und Trendfarben.

www.medi.de

SCHUHE FÜR MEHR KOMFORT:

Bequemes Schuhwerk bietet Crocs mit der neuen Crocs At Work-Kollektion. Der flache Clog aus leichtem Material verfügt über einen geschlossenen Zehen- und einen dickeren Mittelfußbereich, um die Füße vor Küchenunfällen zu schützen. Ein Ferrenriemen und das rutschfeste Profil sorgen für sicheren Halt auf glatten Flächen. Der Clog ist sowohl in unifarben als auch mit diversen Prints erhältlich.

www.crocs.de

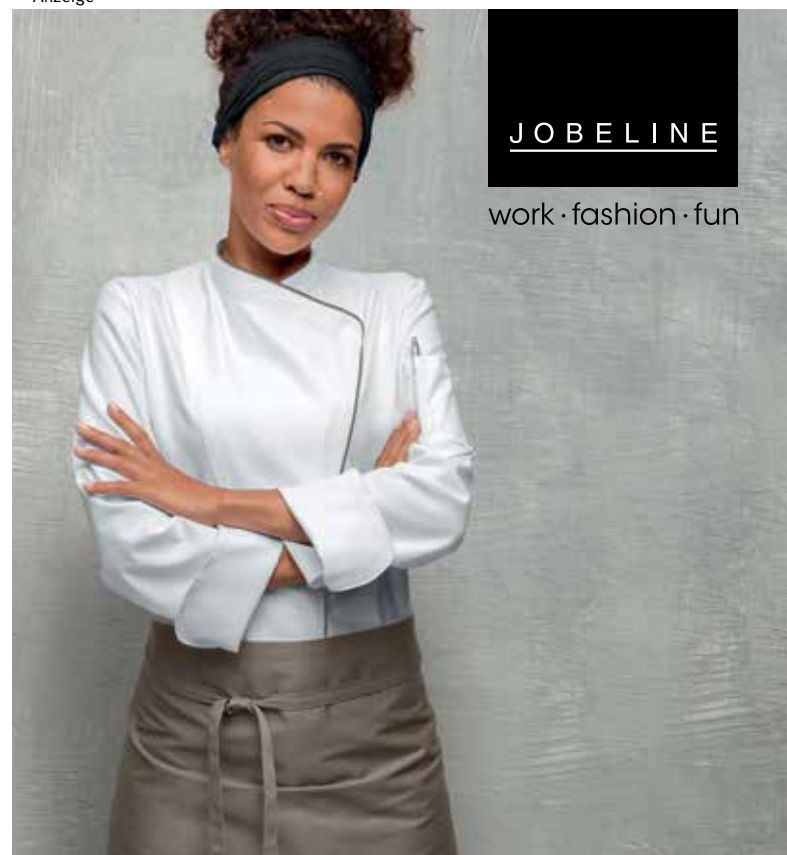
SOCKEN FÜR MEHR AUSDAUER:

Bei langen Arbeitstagen in der Küche können die Ergo Socks von Jobeline eine nützliche Entlastung sein. Die ergonomisch geformten Kompressionssocken für Damen und Herren erhöhen die Ausdauer und Leistungsfähigkeit. Sie bieten einen medizinisch abgestimmten Druckverlauf entlang der Wade und sorgen für eine verbesserte Regeneration nach langem Stehen. Darüber hinaus stabilisieren die Ergo Socks die Muskeln und Gelenke.

www.jobeline.de



— Anzeige —



Berufsmode für Gastronomie, Hotellerie & Catering

www.jobeline.de

JOBELINE Collection 2017 – Lifestyle gepaart mit Vielfalt und Kombinationsfreude! Wer seine Gäste begeistern möchte, geht keine Kompromisse ein. Seien Sie **Hip by JOBELINE!**



EIN KOCH UND SEINE KLEIDUNG

Wer erfolgreich kochen möchte, muss optimal vorbereitet sein. Passende Kleidung gehört dazu, weiß Sternekoch Philipp Stein.



Foto: Poggenmeier GmbH

Sein Name ist Philipp Stein. Er ist Koch in sechster Generation, aber der erste mit Stern in der Familie. Mit 23 Jahren wurde er Küchenchef im Restaurant Favorite in Mainz. Ein Jahr später war er der jüngste Sternekoch Deutschlands: 2014 erhielt er für seine Kochkunst die begehrte Michelin-Auszeichnung. Das Team um Philipp Stein, der auch aus dem ARD-Buffer und von der SWR Gartenküche bekannt ist, kocht international mit einer klassischen Basis. Die Gäste sollen überrascht werden, aber nicht überfordert. Im Interview mit Gastgewerbe Magazin erzählt der Koch mit einer Vorliebe für die Kochbekleidung aus dem Hause Chef Works von seiner Garderobe für den Küchenalltag.

Gastgewerbe Magazin: Die Kochjacke. Ist sie bloße Uniform oder auch Identifikationsmittel und Ausdruck Ihrer Leidenschaft?

Philipp Stein: Identifikationsmittel halte ich für etwas übertrieben, aber als Koch wird es immer wichtiger, dass man etwas

darstellt, und wenn man nach einem erfolgreichen Abend ins Restaurant geht oder mal in der Presse oder sogar im TV zu sehen ist, ist es natürlich elementar, dass man eine passende, gut aussehende Uniform hat. Man sollte davon abgesehen als Koch auch Sauberkeit und Ordnung signalisieren. Ich würde bei keinem essen gehen wollen, der aussieht wie ein Schluderer, denn der arbeitet bestimmt auch so.

» ALS KOCH SOLLTE MAN SAUBERKEIT SIGNALISIEREN «

Gibt es bei Ihren Kleidungsstücken einen Lieblingsartikel?

Ich mag schöne Schürzen, denn die sieht man oftmals noch mehr als die Jacke. Zu meinen Favoriten zählt aktuell die Kochschürze Rockford aus der Chef Works Urban Collection. Sie sieht einerseits modern aus und ist andererseits praktisch durch die Brusttasche und das verstellbare Nackenband.

Wonach wählen Sie aus? Wie wichtig ist die Funktionalität der Kleidung im Berufsalltag?

Am wichtigsten für mich ist ganz banal, dass sie einfach bequem ist. Dann ist es noch ganz praktisch, dass man für den Winter etwas längere und für den Sommer etwas kürzere Jacken hat, damit es einfach angenehmer zum Arbeiten ist.

Wann lohnen sich höhere Investitionen für die Ausstattung des Küchenpersonals?

Eigentlich immer. Viele Köche haben ja schließlich die Kleidung auf der Arbeit länger an als die private. Von daher ist es auch wichtig, dass man sich darin wohlfühlt und diese hochwertig ist.

Wie viele Kochjacken haben Sie?

Ich habe mittlerweile viele Kochjacken aus dem Sortiment von Chef Works. Auf jeden Fall mehr, als ich anziehen kann... ich tippe insgesamt auf circa 30.

**> Die Fragen stellte Ronja Plantenga
www.chefworks.de**



SERVICEKREISLAUF MIETKLEIDUNG

Mit einem Mietservice profitieren Gastronomen und Hoteliers von einem Full-Service mit Kalkulationssicherheit.

Die Einhaltung von Hygienestandards und das stets gepflegte Erscheinungsbild des Personals haben hohe Priorität. Nehmen die Bemühungen um saubere, ordentliche Kleidung zu viel Zeit in Anspruch, kann ein Mietservice hilfreich sein. So übernimmt beispielsweise der Textil-Dienstleister Bardusch die Ausstattung und Pflege inklusive der Reparatur und An- und Abholung der Kleidung. Sechs verschiedene Kollektionen stehen zur Auswahl, sodass viele Kombinationsmöglichkeiten offenstehen, um die Mitarbeiter modisch und individuell einzukleiden. Die Anschaffungskosten entfallen.

Ebenfalls einen Full-Service bietet Mewa, Spezialist für Berufs- und Schutzkleidung, an. Neu im Sortiment ist die Kollektion „Amondo“ für Servicekräfte mit teilweise extravaganen Details wie einer asymmetrischen Schnittführung. In vielen Farben erhältlich kann die Kleidung mit Firmennamen, Firmenlogo oder Mitarbeiternamen ausgestattet werden.

www.bardusch.de

www.mewa.de

BEWEGUNGSFREIHEIT IN DER KÜCHE



Glatte Küchenböden werden in der alltäglichen Hektik schnell zur Risikozone.

Die Rutschgefahr lässt sich auf ein Minimum reduzieren: mit sicherem Schuhwerk, wie es beispielsweise in der Kollektion von Chaud

Devant zu finden ist. Die GTIpro Magister Kollektion wurde gemeinsam mit Michelin entwickelt. Die Sohle bietet eine spezielle Anti-Rutsch-Haftung, die auf die Anforderungen in der Küche ausgelegt ist. Für noch mehr Bewegungsfreiheit sorgt Chaud Devant mit seinen Kochhosen. Dank Thermoregulierung und Stretch-Eigenschaften bieten die Hosen Sitz und Komfort für aktive Arbeitstage.



www.chauddevant.com

Immobilien: Verpachtung/Verkauf

Elektr. Computer-Registrierkasse ECR-1880, neuwertig, mit Schublade, NP 1.500 € zu verkaufen für 950 €, Tel. 0177/6886073



Idyllisches Appartementhaus mit Gaststätte im Zentrum von Fürth, Wohnfläche ca.454qm, Restaurant ca.83qm, Baujahr 1728 / 2015 modernisiert, Anzahl Appartements 7, Zentralheizung/Gas, Denkmalschutz, Kaufpreis € 1.350.000, Maklerprovision: 3,57% inkl. 19% MwSt. vom Kaufpreis
RE/MAX ImmoLounge, thomas.wagner@remax.de

Restaurant in der UNESCO-Welterbestätte Corvey bei Höxter (NRW) ab dem 01.01.2018 ablösefrei mit vollständigem Inventar zu verpachten. Das Restaurant hat ca. 200 Sitzplätze zuzüglich 80 Sitzplätze im Biergarten und großzügigen Veranstaltungsräumen im Klostergebäude. **Weitere Auskünfte erteilt Michael Funk: Tel. 05271-68124, Mobil: 0152-28631522, e-mail: funk@corvey.de**

Verkauf: Pensionsgasthof an der Oberweißbacher Bergbahn / Thür. Wald - Restaurant m. 2 Gasträumen u. Biergarten, 12 Doppelzimmer m. Du/WC, 2 Schlafräume f. Wandergruppen, 1996 komplett saniert, Mindestgebot 140 T€, anfängliche Pachtoption möglich. Anfragen an Bürgermeister der Stadt Oberweißbach Herr Schmidt: bernhard-oberweissbach@web.de



Fachschulen / Ausbildung



DHA
DEUTSCHE
HOTELAKADEMIE

Zeig, was in dir steckt!

Mit unseren berufsbegleitenden Weiterbildungen

- Hotelbetriebswirt (DHA)
- Revenue Manager (DHA)
- F&B Manager (DHA)
- Ernährungsberater
- Küchenmeister (IHK)
- Fachwirt im Gastgewerbe (IHK)
- E-Commerce Manager (DHA)
- Fit for leadership – Führungsführerschein (DHA)
- Sommelier-Ausbildungen

Bikt: © mondecoy / Fotolia

www.dha-akademie.de ☎ 0800/34 22 100 (kostenfrei)

TRENDIGES DESIGN FÜR DIE GEHOBENE KÜCHE

Bei der Kleidung von Koch und Co. muss das Gesamtkonzept stimmen, damit das Outfit den Geschmack trifft und sich die Mitarbeiter bei ihrer Arbeit wohlfühlen. Raffinesse, ein cooles Design und sportliche Schnitte werden immer gefragter, besonders wenn es um die Kochjacke geht. Entsprechend lässig kommt die neue Kollektionslinie Cuisine Premium von Greiff daher. Neue Formen, Farben und Schnitte geben den Ton an: lässig-coole Kochjacken im Biker-Style oder mit frechen Armpatches. Der Reißverschluss darf mal asymmetrisch sein,

mal als Kontrast zur Geltung kommen. Wer es schick und edel mag, der wählt die Kochjacke mit Satinstreifen, und wenn es besonders heiß hergeht hinter dem Herd, ist die ultraleichte Variante die richtige Wahl. Für die nötige Bewegungsfreiheit und einen hohen Tragekomfort sorgen passgenaue Schnitte. Auch der Nachhaltigkeitsaspekt steht im Vordergrund: Wie alle Kollektionen aus dem Hause Greiff ist die Linie Cuisine Premium nach OekoTex Standard 100 zertifiziert und die Baumwolle Fairtrade-zertifiziert.

www.greiff.de



Foto: GREIFF Mode GmbH & Co. KG

Die nächste Ausgabe von GASTGEWERBE ■■■ MAGAZIN erscheint am 19. Oktober 2017

Vorschau

IM NÄCHSTEN HEFT ERWARTET SIE UNTER ANDEREM:



Foto: Unilever Food Solutions

Fleisch, Wild, Geflügel

Tipps rund um Fleisch, seine Zubereitung und kulinarische Trends für die Winterzeit.



Foto: gastronavi GmbH & Co. KG

Sonderheft Digitalisierung

Die Gastronomie und Hotellerie im Wandel: Mit der Digitalisierung zu neuen Erfolgen.



Foto: Nordholm GmbH & Co. KG

Hoteleinrichtung und Gästebad

Mit kreativen Gestaltungselementen lässt sich eine individuelle Wohlfühlatmosphäre schaffen.

Impressum GASTGEWERBE ■■■ MAGAZIN

DEHOGA Offizielles Fachorgan der DEHOGA-Landesverbände: Bayerischer

Hotel- und Gaststättenverband DEHOGA Bayern e.V., DEHOGA Nordrhein-Westfalen, DEHOGA Thüringen, DEHOGA Brandenburg, DEHOGA Saarland

Verlag

Gastgewerbe Informations-, Medien- und Verlagsgesellschaft mbH, DEHOGA-Center, Hammer Landstraße 45, 41460 Neuss, Tel: 0202/ 24798820, Fax: 02131/ 7518-101 E-Mail: verlag@gastgewerbe-magazin.de Internet: www.gastgewerbe-magazin.de Verlagsleitung: Dr. Thomas Geppert, Thomas Lierz

Print & Online Redaktion

Newys GmbH - DerProfitester Christian Fiedler Kommunikation, Trend- & Marktforschung Am Hofe 10, 42349 Wuppertal

Chefredaktion: Andreas Türk (ViSdP) Tel. (0921) 99009821; Mobil: (0172) 9227000 E-Mail: tuerk@gastgewerbe-magazin.de Kulmbacher Str. 11, 95445 Bayreuth Fachredaktion Produkte und Technik: Ronja Plantenga, Tel. 0202/ 247 988-26, E-Mail: plantenga@gastgewerbe-magazin.de

Miriam Grothe, Tel. 0202/ 247 988-15 E-Mail: m.grothe@inproma.de

Redaktion Nordrhein-Westfalen:

DEHOGA Nordrhein-Westfalen, Klaus Hübenenthal DEHOGA-Center, Hammer Landstraße 45, 41460 Neuss, Tel. 02131/ 7518-0, Fax: 02131/ 7518-101

Redaktion Bayern:

DEHOGA Bayern e.V. Landesgeschäftsstelle, Prinz-Ludwig-Palais, Frank-Ulrich John Türkenstraße 7, 80333 München Tel. 089/ 28760 -109, Fax 089/ 28760 -119 E-Mail: f.john@dehoga-bayern.de

Redaktion Brandenburg:

DEHOGA Brandenburg Schwarzschildstr. 94, 14480 Potsdam Tel. 0331/ 862368, Fax 0331/ 862381 E-Mail: info@dehoga-brandenburg.de

Redaktion Saarland:

DEHOGA Saarland, Frank C. Hohrath Feldmannstr. 26, 66119 Saarbrücken Tel. 0681/ 55493, Fax 0681/ 52326 E-Mail: hohrath@dehogasaar.de

Redaktion Thüringen:

DEHOGA Thüringen e.V. Witterdaer Weg 3, 99092 Erfurt Tel. 0361/ 59078-0, Fax: 0361/ 59078-10 E-Mail: info@dehoga-thueringen.de

Anzeigen

Verlagsbüro Lapp media sales, Anzeigenleiter: Rainer Lapp, Nymphenburger Str. 14, 80335 München Tel. 089/ 189219-00, Fax: 089/ 189219-01 E-Mail: anzeigen@gastgewerbe-magazin.de

Anzeigen und Beilagen NRW-Ausgabe Margret Alda, Marketingberatung Tel. 0221/ 99395003, Mobil 0174/ 9941707 alda@gastgewerbe-magazin.de

Produktion, Controlling, Druck

Inproma GmbH, Geschäftsführer: Eberhard Fiedler Am Hofe 10, 42349 Wuppertal Telefon 0202/ 247988-0, Telefax 0202/ 247988-10

Layout: Laura Werksnies, Telefon 0202/ 247988-17 E-Mail: l.werksnies@inproma.de

Druck: Bonifatius GmbH, Karl-Schurz-Str. 26, 33100 Paderborn

Bezugspreis

Jahresabonnement 50 Euro, *Für DEHOGA-Mitglieder 36 Euro*, Einzelverkauf 5 Euro* * (inklusive Versand und MwSt.), Auslandsabonnement: 60 Euro zuzüglich Versand. Das Abonnement gilt für ein Jahr, wenn es nicht drei Monate vor Ablauf schriftlich gekündigt wird. Für Mitglieder der beteiligten DEHOGA-Landesverbände ist der Bezugspreis im Mitgliedsbeitrag enthalten. gastgewerbe DEHOGA ■■■ Magazin erscheint 10x jährlich. Artikel, die mit Namen oder Initialen gekennzeichnet sind, stellen nicht unbedingt die Meinung der Redaktion, des Herausgebers oder des Verlages dar. Copyright für alle Beiträge bei Verlag und Redaktion.

Alle Rechte vorbehalten, Nachdruck nur mit Genehmigung des Verlages. Die Verbände und der Verlag sind für Inhalte, Formulierungen und verfolgte Ziele von bezahlten Anzeigen Dritter nicht verantwortlich. ISSN 1610-9589

Angeschlossen der Interessengemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern Sicherung der Auflagenwahrheit.

2. Quartal 2017
Verbreitete Auflage: 31.434
Verkaufte Auflage: 29.260
Abonnierte Auflage: 20.834



Trinkgenuss und Umweltschutz

Tafelwasserautomaten inkl. CO₂ Gefährdungsbeurteilung

Regionaler Trinkgenuss für Ihre Gäste

- Höchste Trinkwasserqualität
- Regionalität auf Knopfdruck
- Wirtschaftlich und umweltschonend
- CO₂ Gefährdungsbeurteilung

Mieten statt kaufen!

- Keine Investitionskosten
- Keine Finanzierungsprobleme
- Planungssicherheit im Mietmodell
- Verschiedene Laufzeitmodelle

Von der Planung zur Installation

Wir beraten Sie und bieten Geräte, Filter und Flaschen an, die perfekt auf die Bedürfnisse Ihres Betriebes abgestimmt sind.

Gefährdungsbeurteilung vom Fachmann

Einhaltung aller relevanten Regularien der DGUV (Deutsche gesetzliche Unfallversicherung) sowie der BGN (Berufsgenossenschaft Nahrungsmittel und Gaststätten)*.

* Alle Anlagen werden in Konformität zum DGUV Grundsatz 310-007 (früher BGG / GUV -G 968) geplant und errichtet.



Eine Auswahl unseres Sortiments an Tafelwasserautomaten

Wir unterstützen den WaterRanger e.V. und die HoReCa Initiative www.qualitaet-wasser.de

ProWater
Consulting | UG

info@prowater-consulting.com
www.prowater-consulting.com


WATERRANGER

Aufklären
Umdenken
Geniessen
Reduzieren
Schützen
Erleben
QualitätWasser.



m
MEIKO

The clean solution

M-iClean H

Willkommen im Spül-Paradies



www.meiko.de/90-and-now

Magisch wie mühelos und schnell diese Maschine arbeitet – fast wie im Paradies. Willkommen in der Welt professioneller Spültechnik made by MEIKO. Die Experten für saubere Lösungen rund ums Spülen und Reinigen präsentieren mit der *M-iClean H* Spülfortschritt, der nicht nur komfortabel ist, sondern auch nachhaltig und besonders effizient.

Überzeugen Sie sich.

www.meiko.de/spülparadies