

GASTGEWERBE

... MAGAZIN

DAS WIRTSCHAFTSMAGAZIN FÜR GASTRONOMIE UND HOTELLERIE



KASSENNACHSCHAU

Sie kommen,
um zu zählen

COCKTAILS & SPIRITUOSEN

Trends direkt
von der Bar



DER **PROFITESTER**
Lebensbaum

GASTGEWERBE

MAGAZIN

DAMIT SIE NÄCHSTEN MONAT NICHT BLANK DA STEHEN:

Sichern Sie sich auch
weiterhin Ihr Freiexemplar
des Gastgewerbe-Magazins.

Anrede Herr Frau

Vorname _____

Nachname _____

Firma _____

Straße, Nr. _____

PLZ/Ort _____

Telefon _____

E-Mail _____

Ich ermächtige die Inproma GmbH, meine personenbezogenen Daten elektronisch zu speichern. Die Inproma GmbH versichert, diese Daten mit höchster Vertraulichkeit zu behandeln und nur für interne Zwecke zu verwenden. Eine Weitergabe an Dritte ist ausgeschlossen.

Bitte senden Sie mir auch den branchenrelevanten Newsletter des Gastgewerbe-Magazins und von DerProfitester zu.

Ort/Datum _____

Unterschrift _____

Bitte senden Sie das ausgefüllte Formular an:

Inproma GmbH | Am Hofe 10 | 42349 Wuppertal
Telefon 0202 247988-0 | Fax: 0202 247988-10
produktion@gastgewerbe-magazin.de



INHALT



8



26



29



35

MELDUNG & MEINUNG 4

POLITIK & VERBÄNDE 8

- > Flexible Preisgestaltung in der Gastronomie? - Anpassung an Nachfrage oder Kosten? 8
- > Verdienstgrenze in der Gleitzone steigt auf 1300 Euro 10

UNTERNEHMER & ENTSCHEIDER 12

- > Kassennachschauführung: Sie kommen, um zu zählen... 12
- > Kassennachschauführung: 6 To-Dos 14
- > Die Kasse sollte zukunftsfähig sein 16
- > Energieeffizienz im Thüringer Wald 18
- > Energieverbrauch senken – Kosten sparen 19
- > Gastgewerbe gegen Sonnenschutz-Bürokratie 22
- > Print? Online? Sowohl als auch! 24

EXPERTENFORUM 17

- #### MESSEN 20
- > DerProfitester: Transgourmet Augsburg 20

DIGITAL 25

- > Top-Suchbegriffe, damit Sie gefunden werden 26



Die Bar-Karte:
Aromen und Zutaten sprechen für sich S. 28
Foto: © santypan - iStockphoto.com

GETRÄNKE 27

- > Die Bar-Karte: Aromen und Zutaten sprechen für sich 28
- > Cocktail Rezepte 29

FOOD 30

- Food-Trends versus Gastro-Tradition 31
- Produkt-Tipps für die Profi-Küche 33

DerProfitester

- > Aromatischer Pfeffer im Expertentest 32

TECHNIK 34

- > Mit intelligenter Küchentechnik Zeit und Geld sparen 35
- > Hochwertige Helfer für die Profi-Küche 36
- > Spülen leicht gemacht 38
- > Leistungsstarke Spülösungen 39
- > Best Practice – Hotel Clostermanns Hof 40
- > HACCP-zertifiziert lagern 42

AMBIENTE 43

- > Berufsbekleidung: Mode, Schutz und Personalhygiene 44
- > Hygiene am Arbeitsplatz 45
- > Produkte Berufsbekleidung 46
- > HACCP: Kontrollierte Hygiene am Arbeitsplatz 47
- > Edel und wertig: aktuelle Trends in der Berufsmode 48
- > Gegen Schweißgeruch auf der Berufsbekleidung 50
- > Vorschau, Impressum 50



AUFGETISCHT

Leidenschaft. Wie oft habe ich in den letzten Wochen dieses Wort gehört. Der letzte Wille etwas zu bewegen, etwas zu schaffen. Alles zu geben, um ein Ziel zu erreichen. Am häufigsten fiel das Wort nach dem Ausscheiden der deutschen Nationalmannschaft bei der Fußball-Weltmeisterschaft – und irgendwie hält diese Diskussion noch immer an. Es fehlte an der Leidenschaft, am Spaß, am letzten Quentchen Einsatz für das große Ziel. Gesehen haben wir diese Eigenschaften bei der Weltmeisterschaft beispielsweise bei den Kroaten, genauso wie bei der Europameisterschaft vor zwei Jahren bei den Isländern. Die Ergebnisse dieser beiden Mannschaften davon sind ja hinlänglich bekannt.

Leidenschaft ist mir aber auch in vielen Gesprächen mit Gastronomen und Hoteliers ins Ohr gekommen. Denn es hat sich immer wieder gezeigt, dass die wirklich erfolgreichen Unternehmer die sind, die ihr Geschäft mit Leidenschaft betreiben. Die, die Spaß daran haben, die sich um die Gäste kümmern. Die an ihrem Betrieb arbeiten, statt im Hamsterrad der eigenen Aufgaben gefangen zu sein.

Allerdings: Es fällt den Unternehmern in Deutschland zunehmend schwerer, diese Leidenschaft für ihr Tun und ihren Betrieb aufzubringen. Und das liegt nicht an den Gästen, denn die strömen – sowohl in der Hotellerie als auch in der Gastronomie – in die Betriebe wie noch nie. Es ist vielmehr die Politik, die den Unternehmern immer mehr Knüppel zwischen die Beine wirft. Noch eine Vorschrift hier, noch eine verschärfte Kontrolle da – manchmal hat man das Gefühl, die Gastronomie sei nur noch eine Bühne, auf der sich Kontrolleure und Verordnungs-Kreative austoben und ausleben können.

Lasst den Unternehmern mehr Freiraum! So wie der Bundestrainer die deutschen Spieler in ein zu enges taktisches Korsett gezwängt und sie jeglicher Kreativität beraubt hat, so raubt die Politik aktuell den meisten Hoteliers und Gastronomen die Motivation. Wohin das führt, hat man bei der Fußball-Weltmeisterschaft gesehen! Das darf mit dem Gastgewerbe nicht passieren!



Andreas Türk

GUTE NACHRICHT

70-TAGE-REGELUNG BLEIBT

Die große Koalition hat eine für das Gastgewerbe wichtige Entscheidung getroffen: Die 70-Tage-Regelung für eine kurzfristige Beschäftigung wird unbefristet verlängert. Dadurch wird die Saisonarbeit deutlich attraktiver, weil der Bruttolohn als Nettolohn ausgezahlt und der Krankenversicherungsschutz über eine private Krankenversicherung geregelt wird. Die Bundesregierung reagierte damit auf zahlreiche Forderungen sowohl aus dem Gastgewerbe wie auch aus der Landwirtschaft. Dabei hatten die Verbände immer wieder auf die Dringlichkeit hingewiesen, denn die Übergangsregelung, die nach der Einführung des Mindestlohnes 2015 ge-

schaffen worden war, wäre zum Jahresende ausgelaufen. Dann hätte wieder die alte Regelung mit einer Beschäftigungsmöglichkeit von 50 Tagen gegolten. „Gerade für unsere personalintensive und stark von Saisonarbeit geprägte Branche wäre eine Rückkehr zur 50-Tage-Regelung ein harter Schlag gewesen. Eine dauerhafte Regelung bietet den Wirten und Hoteliers nun endlich Sicherheit“, sagt beispielsweise Thomas Geppert, Landesgeschäftsführer des DEHOGA Bayern. Die 70-Tage-Regelung bietet der Branche die Möglichkeit, Mitarbeiter drei Monate oder 70 Tage zu beschäftigen, ohne dass der Arbeitgeber Sozialabgaben leisten muss.

SCHLECHTE NACHRICHT

450-EURO-GRENZE WIRD NICHT ERHÖHT

Der Mindestlohn wird im kommenden Jahr steigen, doch nach dem Willen des Bundesarbeitsministeriums soll die Grenze für Minijobs bei 450 Euro im Monat bleiben. Eine weitere Anhebung sei nicht vorgesehen und auch nicht Gegenstand des Koalitionsvertrags, hieß es aus dem SPD-geführten Ministerium.

Der Ministeriums-Aussage ging eine Forderung des DEHOGA Bundesverbandes voraus, der gefordert hatte, die Grenze anzupassen. „Die Anhebung der 450-Euro-Grenze ist längst überfällig. Seit Einführung des Mindestlohns verschärft die Verdienstgrenze die ohnehin bestehende Personalknappheit im Hotel- und Gastgewerbe“, erklärte DEHOGA-Hauptgeschäftsführerin Ingrid Hartges. „Die Grenze sollte an die Lohnentwicklung gekoppelt werden und jährlich automatisch mitwachsen.“

Unterstützung erhielt der DEHOGA von Seiten der Union. Der wirt-

> Andreas Türk, Chefredakteur



ARBEITSZEITFLEXIBILISIERUNG: ÖSTERREICH GEHT VORAN

Österreich macht vor, was der DEHOGA seit zwei Jahren fordert: Eine Lockerung der Arbeitszeitregeln, so dass ein Zwölf-Stunden-Tag künftig einfacher möglich ist. Während die österreichischen Unternehmer bislang auf Vereinbarungen mit dem Betriebsrat oder das OK von Arbeitsmedizinern angewiesen waren, ist dies jetzt nicht mehr nötig. Arbeitnehmer haben jedoch die Möglichkeit, längere Arbeitszeiten ohne Angabe von Gründen abzulehnen. Aus Sicht der österreichischen Regierung erhöht das Gesetz die individuelle Wahlfreiheit: „Wenn Arbeitnehmer wollen, können sie mehr arbeiten und bei vollen Zuschlä-

gen mehr Geld verdienen oder mehr Freizeitblöcke in Anspruch nehmen.“ Die EU-Arbeitszeitrichtlinie erlaubt 12-Stunden-Tage und 60-Stunden-Wochen unter der Bedingung, dass die Arbeitszeit innerhalb von 17 Wochen durchschnittlich 48 Stunden pro Woche nicht übersteigt. So stehen Zeiten mit langer Arbeitszeit generell freie Tage oder Wochen mit weniger Arbeit gegenüber. „Die politischen Entscheidungsträger in Deutschland können sich nicht weiter der überfälligen Flexibilisierung des Arbeitszeitgesetzes verschließen“, reagierte DEHOGA-Hauptgeschäftsführerin Ingrid Hartges.

BRANCHENTAG AM 20. NOVEMBER

Es ist das größte Treffen der Branche: Am 20. November in Berlin trifft sich das deutsche Gastgewerbe zum 9. DEHOGA-Branchentag. Der Bundesverband hat jetzt das Programm veröffentlicht und freut sich auf zahlreiche politische Prominenz: Vizekanzler und Bundesfinanzminister Olaf Scholz wird ebenso zu den Hoteliers und Gastronomen sprechen wie die Bundesministerin für Ernährung und Landwirtschaft Julia Klöckner, der FDP-Vorsitzende Christian Lindner sowie CDU-Generalsekretärin Annegret Kramp-Karrenbauer. Anmeldestart für den Branchentag ist Mitte September.

LADESÄULEN FÜR E-AUTOS

STANDORTREGISTER ALS MARKETING-CHANCE



Immer mehr E-Autos sind auf deutschen Straßen unterwegs, immer mehr Fahrer sind auf öffentliche Ladesäulen angewiesen. Das Ladesäulenregister des Bundesverbands der Energie und Wasserwirtschaft (BDEW) (www.bdew.de/energie/bdew-ladesaeulenregister) erfasst aktuell rund 13.500 öffentliche und teilöffentliche Ladepunkte an rund 6.700 Ladesäulen in Deutschland. Auch Hotels und Restaurants sollten hier ihre Lademöglichkeiten kostenlos eintragen, meint der DEHOGA Bundesverband. Denn: Viele Hotels und Restaurants bieten diese Dienstleistung inzwischen an, können Verzeichnisse wie das des Bundesverbandes der Energie- und Wasserwirtschaft für das eigene Marketing nutzen und damit die Fahrer von E-Autos gezielt anlocken. Bislang sind allerdings nur 39 Hotels und Restaurants mit 71 Ladepunkten im Ladesäulenregister enthalten. „Nutzen auch Sie diese Möglichkeit und registrieren Sie sich, wenn Sie eine Ladesäule anbieten“, so der DEHOGA.

ABGEPRESST

Wie die Bürokratie die Gastronomie kaputt macht



Illustration: Ulrich Gineiger



PRIZEOTEL VERDOPPELT AZUBI-GEHÄLTER

Foto: © mediaphotos - iStockphoto.com



Eine Meldung wie ein Paukenschlag: Mit Wirkung vom 1. September verdoppelt die Hotelkette Prizeotel die Vergütungen für Azubis im ersten und zweiten Lehrjahr. Unternehmenschef Marco Nussbaum begründet diesen Schritt auf Facebook mit der Idee, dass alle Auszubildenden von ihrer Vergütung auch leben können müssten. Im dritten Lehrjahr wird die Vergütung bei 1650 Euro brutto gedeckelt.

Die Bezahlung von Auszubildenden ist oft ein Thema, wenn es um die Bewältigung des Fachkräftemangels geht. Andere Branche

sind den Schritt zu einer Erhöhung bereits gegangen, um die Berufe für junge Menschen – zumindest finanziell – attraktiver zu machen. Mit dem Schritt von Prizotel kommt jetzt nicht nur Bewegung in die Vergütung, sondern es kommt auch eine spannende Diskussion auf.

Marco Nussbaum geht jetzt den ersten Schritt. Und er schreibt: „Ständig jammert die Branche, dass es immer schwieriger wird, Fachkräfte für die Hotellerie zu begeistern.“ Einer der Gründe sei die geringe Bezahlung und die „dadurch signalisierte geringe Wertschätzung“ Nussbaum wörtlich: Zu oft werden Auszubildende als „billige“ Arbeitskräfte angesehen und verrichten am Ende die selbe Arbeit wie ihre festangestellten Kollegen/innen.“

Insgesamt sei „die so stark gepriesene duale Ausbildung einfach schlecht bezahlt und somit wenig attraktiv.“ Von dem Geld könnten viele, gerade in den Großstädten, wo die Immobilienpreise steigen und steigen, oft

nicht einmal ein Zimmer in einer WG bezahlen. Zusätzlich sind es dadurch auch aberwitzige Anreisezeiten zur Arbeitsstätte und zurück nach Hause.

Deshalb verdoppelt er jetzt die Ausbildungsvergütung im ersten und zweiten Lehrjahr und deckt diese im dritten Lehrjahr bei 1.650 Euro brutto – unabhängig von Tarifverträgen.

Dabei ist er sich durchaus bewusst, dass Kritiker anmerken werden, dass der Fachkräftemangel mit Geld allein nicht zu bewältigen ist. „Isoliert betrachtet mag das stimmen, aber wir sind weit über die Diskussion „generierte Ausbilder treffen auf schlecht gelaunte Azubis“ hinaus. Ich erlebe täglich motivierte Menschen, denen im Grunde nur ein Arbeitsumfeld geschaffen werden muss, dass sie nicht demotiviert. Dazu gehört aber eben auch eine angemessene Vergütung“, schreibt er. Sein Investment in die Ausbildung der jungen Menschen neben der Vergütung will er nicht kürzen.

SCHLUSS MIT PLASTIK: ZWEI HAMBURGER HOTELS SETZEN AUF GLASTRINKHALME

Etwa 600.000 Plastikhalme pro Jahr. So hoch war bis vor kurzem der Verbrauch von Einwegtrinkstäben in den sieben Restaurants und Bars des Empire Riverside Hotel und des Hotel Hafen Hamburg. Nach einer zweimonatigen Testphase setzen die Häuser nun auf die nachhaltige Alternative aus Glas.

Die Plastiktrinkhalme stehen aktuell – nachdem die EU-Kommission ein Verbot angekündigt hat – im Fokus. Drei Milliarden pro Tag sollen es sein, die weltweit entsorgt werden und einen Beitrag zu den globalen Umweltschäden durch Plastikmüll im Meer leisten. Die beiden Hotels in Hamburg wollen den Müllbergen nun den Kampf ansagen und mit dem Verzicht einen wichtigen Beitrag für ein stärkeres Umweltbewusstsein leisten.

„Umweltschutz und Ressourcenschonung sind für uns eine wahre Herzensangelegenheit. Wir haben das Thema stets im Bewusstsein; vom Wasser- und Energiesparen bis hin zur Vermeidung von Müll und dies nicht erst seit dem aktuellen Vorstoß der EU-Kommission zur Vermeidung von Plastikmaterialien“, erklärt Enrico Ungermann, Direktor der beiden Häuser.

Statt wie bisher 600.000 Plastiktrinkhalme pro Jahr in den insgesamt sieben Restaurants und Bars zu verbrauchen, sind die neuen Varianten des Berliner Startups HALM „Made in Germany“, BPA-frei, extrem stabil und lebenslang haltbar. Durch die Anschaffung fördern die beiden Hamburger Hotelinstitutionen das Thema Nachhaltigkeit, da 50 Prozent des Herstellerprofits in Projekte gegen Plastikmüll fließen.

„Die Glastrinkhalme sind nicht nur ein Gewinn für die Umwelt, sondern auch für den Geschmack, da keine Plastikrückstände in die Getränke gelangen. Zudem muss eine gründliche und einfache Reinigungsmöglichkeit



Foto: Hafm

auch zu Stoßzeiten gewährleistet werden. Diese Kriterien erfüllen die Glasmehrchen“, erläutert Michael Nemecek, Food & Beverage Manager des Empire Riverside Hotel. Und noch ein Zusatznutzen: Wer im Hotel von den Glashälmen begeistert ist, kann diese für den heimischen Gebrauch auch vor Ort kaufen.

Die Schorle fällt nicht weit vom Stamm.

Aus heimischen Früchten.



QUALITÄT AUS
DEUTSCHLAND



ViO. Erfrischend natürlich.



Foto: ©neer-fabrik-Pixabay.com

FLEXIBLE PREISGESTALTUNG IN DER GASTRONOMIE?

ANPASSUNG AN NACHFRAGE ODER KOSTEN?

Die Idee stand bei einer Versammlung von Gastronomen plötzlich im Raum: „Warum verlangen wir eigentlich jeden Tag den gleichen Preis? Warum passen wir nicht die Preise an die Nachfrage an? Oder an die Kosten, weil wir den Mitarbeitern am Wochenende Zuschläge zahlen müssen?“ Das Schweigen im Raum machte eines deutlich: Darüber hatte noch kaum einer nachgedacht. Aber es könnte eine Idee sein ...

Schnitzel und Braten, Getränke und Kaffee kosten in den meisten Betrieben immer gleich viel. Vielleicht gibt es ein paar saisonale Schwankungen, aber die meisten Gastronomen überarbeiten ein- oder zweimal im Jahr die Karte – und damit auch die Preise. Doch, wenn man ehrlich ist, sind die Kosten nicht immer gleich. Einkaufspreise variieren bis zu einem gewissen Grad, aber auch das Personal sollte – zumindest nach Tarif – am Wochenende einen Zuschlag bekommen. Eine differenzierte Preisgestaltung wäre also betriebswirtschaftlich sinnvoll – und könnte auch dafür sorgen, in Spitzenzeiten den einen oder anderen Euro mehr zu verdienen.

Andernorts ist es durchaus üblich, dass die Preise schwanken: An den Tankstellen ändert sich der Preis – sehr zum Ärger

der Autofahrer – fast im Stundentakt. Hoteliers verlangen zu Messezeiten oder während der Hauptsaison einen höheren Preis. Selbst bei den Supermärkten gibt es erste Konzepte, mit digitalen Preisschildern zu arbeiten und die Preise für Milch und Butter flexibel an die Nachfrage anzupassen – wer abends einkaufen will, zahlt etwas mehr ...

Warum also nicht in der Gastronomie? Denn auch hier könnte das alte Preisbildungsmodell gelten, wonach Angebot und Nachfrage zur Preisbildung beitragen. Auch hier sollte sich der Preis an den tatsächlichen Kosten orientieren. Und die sind in der Tat am Wochenende höher, weil beispielsweise für das Personal Wochenendzuschläge zu zahlen sind. Einen ersten Schritt in diese Richtung ist Benny Wagner vom Berliner Sterneres-

taurant Nobelhart&Schmutzig jetzt gegangen. Er hat für das stark frequentierte Wochenende den Menüpreis erhöht. Unter der Woche gibt es das 10-Gang-Menü günstiger. Auf der Homepage des Nobelhart&Schmutzig gibt es eine ausführliche Begründung für die Preiserhöhung. Darin heißt es unter anderem: „Unser Personal müssen wir an fünf Tagen beschäftigen, um auch die Spitzentage mit Qualität zu bedienen, aber wenn Dienstag und Mittwoch nicht ausgebucht sind, sind die Personalkosten zu hoch, sodass zu wenig hängen bleibt.“ Für die Preiserhöhung und die ehrliche Kommunikation gab es viel Verständnis von den Gästen. Insgesamt hat Wagner damit eine Diskussion angestoßen – eine Diskussion, die auf gastgewerbe-magazin.de eifrig weitergeführt wurde, wie einige Beispiele zeigen.

Stimmen aus dem Netz

„Besser wäre es, dem Gast die Arbeitszeit als Leistung/Zeit zu berechnen. Genau so wie in der Autowerkstatt die AW zusätzlich zu den Teilen berechnet werden. Mit den E-Kassen ist es die Zeiterfassung (Tisch öffnen/abrechnen) kein Problem. Zeit ist nach wie vor in unserer Branche unbezahlte Dienstleistung.“

„Ich finde das den größten Schmarrn, den sich ein Schreibtischtäter hat einfallen lassen! Wir haben genug andere Dinge zu tun, als immer an der Preisschraube zu drehen! Das Endergebnis wird sein das die Gäste anrufen, nach den Preisen fragen und dann dorthin gehen, wo es billiger ist!“

„Ich war 30 Jahre im Vorstand des BHG Rosenheim und Mitglied der Landesdelegiertenversammlung als auch der Fachgruppe Gastronomie und habe schon vor 20 Jahren gesagt, dass wir Einigkeit in der Preisgestaltung für die Zeiten brauchen, wo in unserem Gewerbe dann gearbeitet wird, wenn andere schon längst frei haben. Jedoch bin ich damals immer auf taube Ohren gestoßen. Da herrschte noch das Prinzip, wenn der Eine das macht, dann profitiere ich davon mit günstigeren Preisen. Aber Betriebswirtschaft war in der Gastro nie ein wichtiges Argument, das hat sich erst mit den Quereinsteigern und den jungen Unternehmern geändert.“

„Wir haben sonntags und feiertags immer höhere Essenspreise, schließlich erhält der Mitarbeiter Sonn-tags- und Feiertagszuschläge.“

„Diese Variante der Preisgestaltung ist schon längst überfällig. Keine andere Branche muss soviel ausgleichen wie wir. Der höhere Preis drückt zugleich den Angestellten gegenüber die Wertschätzung aus, dass diese bereit sind, am Wochenende zu arbeiten.“

„Ich halte nichts von der Preisgestaltung am Wochenende. Das verunsichert den Verbraucher und die Gäste werden es nicht bezahlen. Das ist negativ behaftet und ruft mir die Erinnerung an die Euro-Umstellung hoch, wo manche von uns eins zu eins umgetauscht haben und alle jahrelang negativ damit zu kämpfen hatten.“

Erstklassig reinigen – 20.000 mal sparen*.

Miele Professional. Immer Besser.



Spülchemie für 20.000 Körbe kostenlos!



Beim Kauf einer Tank-Spülmaschine jetzt passender Reiniger und Klarspüler für Sie inklusive – nur für kurze Zeit.

Die Miele Systemlösung für Ihre Spülküche.

- Leistungsstarke Tank-Spülmaschinen
- Abgestimmte Spülchemie ProCare Shine
- Erstklassig ausgezeichnet: BestMarke und CateringStar



0800 22 44 644, www.miele-professional.de



*Beim Kauf einer Tank-Spülmaschine PG 8164 RO, PG 8166 oder PG 8172 Eco erhalten Sie ein Starterset Spülchemie inkl. Gutschein für die weitere Bestellung von ProCare Shine gratis. Dies entspricht ausreichend Spülchemie für 20.000 Körbe. Die Gutscheincodes können im Online-Shop von Miele Professional shop.miele-professional.de eingelöst werden.



STEUERLICHE VEREINFACHUNG BEI KOST UND LOGIS SOLL AUSBILDUNGSBERUFE ATTRAKTIVER MACHEN

Arbeitstäglich an Arbeitnehmer abgegebene Mahlzeiten sind zwingend ein als Arbeitslohn zu versteuernder Sachbezug. Gleichermaßen gilt für verbilligt oder unentgeltlich überlassene Unterkünfte an Auszubildende und Mitarbeiter – geregelt in der Sozialversicherungsentgeltverordnung, in der der Marktpreis für unentgeltliche Verpflegung und freie Unterkunft festgelegt wird.

Dies stellt gerade für Betriebe im ländlichen Raum ein Problem dar, denn in der Gastronomie ist es üblich, dass Auszubildende regelmäßig im Betrieb essen und auch in einer Mitarbeiterunterkunft übernachten, weil angesichts der Arbeitszeiten

eine Heimfahrt mit öffentlichen Verkehrsmitteln gar nicht möglich ist. Der Abzug der Sachbezugsrente vom Lohn reduziert aber das für die Mitarbeiter zur Verfügung stehende Einkommen, was nicht gerade zur Attraktivität der gastgewerblichen Ausbildungsberufe beiträgt.

Der DEHOGA Bayern hat die Abschaffung der Sachbezugsbesteuerung bei Auszubildenden gefordert und ist jetzt bei der bayerischen Staatsregierung auf offene Ohren gestoßen. Diese hat eine Bundesratsinitiative gestartet, die betriebliche Ausbildung durch eine steuerliche Entlastung attraktiver zu machen.

„Wenn die Initiative Bayerns Gesetz wird,

haben sofort alle Auszubildenden mehr Netto vom Brutto“, so Thomas Geppert, Landesgeschäftsführer des DEHOGA Bayern. „Hierdurch würden Auszubildende steuerlich entlastet und insbesondere die duale Ausbildung attraktiver gemacht werden.“ Durch die Beschränkung auf Auszubildende wird zugleich gewährleistet, dass die steuerlichen Mindereinnahmen des Staates begrenzt bleiben und die Entlastung sich auf Personengruppen beschränkt, für die Mieten teilweise unerschwinglich sind. Geppert: „Ich denke, dass bei der entscheidenden Abstimmung im Gesetzgebungsverfahren keine Partei gegen die Förderung von Auszubildenden sein kann.“

ARBEITSZEITGESETZ: STAATSSEKRETÄR BAREISS AUF DEHOGA-LINIE

Die Forderung der Branche nach einer Flexibilisierung des Arbeitszeitgesetzes ist klar und deutlich formuliert. Jetzt scheint die Notwendigkeit auch in der Politik angekommen zu sein: In einem Interview mit der Märkischen Allgemeinen hat sich der für Tourismus zuständige Staatssekretär im Bundeswirtschaftsministerium, Thomas Bareiß, im Sinne der Branche geäußert.

Bareiß stellt in dem Interview nicht nur die Erfolge der Branche dar, sondern auch, dass es immer schwieriger werde, geeignete Fachkräfte zu finden: „Motivierte Mitarbeiter sind die Grundlage von erfolgreichem Tourismus“, sagt er. Das schönste Bergpanorama nütze nichts, wenn es kein Personal gebe, das sich um die Gäste kümmern kann. Sein Lösungsvorschlag: Eine flexiblere Gestaltung der strengen Arbeitszeitregeln, ohne die Beschäftigten über Gebühr zu belasten. „Arbeitnehmerschutz und unternehmerische Interessen müssen besser in Einklang gebracht werden. Hier ist mehr Flexibilität nötig. Dabei betont der Staatssekretär ausdrücklich, dass er keine „unbegrenzte Arbeitszeit“ wolle sondern eine Umstellung von einer Tages- auf eine Wochenarbeitszeit fordert. Zitat: „Wenn die Sonne scheint und der Laden brummt, arbeitet man länger, bei schlechtem Wetter oder Flaute im Betrieb geht man eher nach Hause. Vor allem kleine und mittelständische Unternehmen würden davon profitieren.“ Und Bareiß glaubt an die Mündigkeit der Menschen, dass Absprachen zwischen Betrieben und Mitarbeitern gefunden werden könnten. Im Übrigen spricht sich der Staatssekretär im weiteren Verlauf des Interviews auch für gleiche Anforderungen für alle Anbieter, einen Abbau von Bürokratie und eine Digitalisierung von Behördenprozessen aus: „Überbordende Auflagen für kleine Unternehmer müssen weg, damit die wieder Luft zum Atmen haben. Damit wäre schon viel gewonnen.“ Klingt, als hätte er die Forderung des DEHOGA schon einmal gehört ...

VERDIENSTGRENZE IN DER GLEITZONE STEIGT AUF 1300 EURO



Foto: © johannes86 - iStockphoto.com

Die Koalition der Bundesregierung hat die Heraufsetzung der Verdienstgrenze in der sogenannten „Gleitzone“ auf 1300 Euro beschlossen. Gerade für das Gastgewerbe, in dem viele Teilzeitkräfte beschäftigt sind, ist dies eine wichtige Entscheidung.

Der DEHOGA begrüßt diese Entscheidung, denn die Heraufsetzung der Verdienstgrenze mindert die Sozialabgabenbelastung von Geringverdienern, ohne jedoch deren Rentenansprüche zu mindern. Sie ist auch ein Signal der Anpassung von Verdienstgrenzen an die allgemeine Lohnentwicklung, auch wenn sich die Koalition zu einer Anpassung bei den Minijobs über die aktuell gültigen 450 Euro hinaus nicht durchringen konnte. „Eine Erhöhung der 450-Euro-Verdienstgrenze ist spätestens seit Einführung des gesetzlichen Mindestlohns überfällig, weil ansonsten die Minijobs schleichend entwertet werden“, heißt es vom DEHOGA, der bei diesem Thema weiter am Ball bleiben will.



Alles in einem

Finden statt suchen: Mehr Zeit am Gast als am Telefon.

› Mit dem online TerminService



Jetzt gratis testen!
dastelefonbuch.de/TerminService/Gastro



KASSEN-NACHSCHAU

SIE KOMMEN, UM ZU ZÄHLEN ...

Sie kommen mindestens zu Zweit. Sie kommen unangemeldet. Und sie wollen genau wissen, wie viel Geld in der Kasse ist – und ob dieser Kassenbestand mit den bonierten Zahlungsvorgängen übereinstimmt. Wer geglaubt hat, dass die seit Januar 2018 mögliche Kassen-Nachschaue eine leere Drohung ist, hat sich getäuscht: Die ersten Kontrollen haben längst stattgefunden.



BUCH-TIPP

Kassenführung in der Gastronomie



In bargeldintensiven Unternehmen sind die Betriebsprüfer der Finanzverwaltung vorrangig auf die Prüfung der Ordnungsmäßigkeit von Kassenaufzeichnungen fokussiert, so auch in der Gastronomie.

Das Buch beschreibt leicht verständlich, wie die Kasse prüfungssicher eingerichtet werden kann. Der Autor, seit 15 Jahren selbst Betriebsprüfer in der Finanzverwaltung des Landes Nordrhein-Westfalen, erklärt, wie die Tageseinnahmen zutreffend ermittelt sowie Aufzeichnungen über Freigetränke/Happy-Hour-Zeiten oder Verderb, Schwund und Diebstahl geführt werden und was die Prüfer der Finanzverwaltung dürfen – und was nicht. Ein Ausblick auf gesetzliche Änderungen zum 1.1.2020 und zahlreiche Urteile der Finanzgerichtsbarkeit, u. a. zur Notwendigkeit einer Verfahrensdokumentation, machen die Ausgabe zu einem unverzichtbaren Ratgeber für den gastronomischen Betrieb.

Gerd Achilles

151 Seiten, 19,99 Euro

ISBN Print: 978-3-944505-89-3

ISBN E-Book: 978-3-944505-90-9

Bei einem oberbayerischen Biergarten tauchten die Prüfer des Finanzamtes genau während des Mittagsgeschäftes auf: 200 Gäste, Volldampf in der Küche und im Service. Erst nach einem Telefonat mit dem Chef ließen sich die Finanzprüfer überzeugen, das Mittagsgeschäft noch zu beenden und erst dann das Geld zu zählen. Bei einem anderen Gastronomen in einer Kleinstadt tauchen die Prüfer gleich zu Viert auf – einer davon ein Software-Experte, der sich mit allen Kassentypen und deren Möglichkeiten auskennt. „Der hat ein paar Knöpfe gedrückt und einen 20 Meter langen Bon aus unserer Kasse herausgelassen“, berichtet der erstaunte Gastronom. Alle Geldbeutel wurden geleert und der Inhalt gezählt. Bei einem dritten Gastronomen erwähnten die Prüfer, dass das Essen so gut sei. Dabei hatten sie im Verlauf der Kassennachschaue gar nichts gegessen. Wie sich herausstellte, waren sie schon öfter da gewesen, um unerkannt die Betriebsabläufe zu erkunden, Bons zu prüfen und das Bargeldhandling zu studieren.

Was die Prüfer in allen Fällen sehen wollten: Dass alle Bestellungen sauber boniert werden und die einkassierten Gelder in Geldbeuteln und Kassen mit den Bons übereinstimmen. Jede Abweichung liefert einen Verdachtsmoment, einen Anhaltspunkt für weitere Prüfungen und Kontrollen.

Dass eine solche Prüfung im laufenden Betrieb kaum möglich ist, weil Gäste noch nicht bezahlt haben, dürften auch die Prüfer inzwischen erkannt haben. Der DEHOGA hat sich bereits bei den Behörden dafür eingesetzt,

dass diese Kontrollen „mit Augenmaß und beispielsweise nicht zu Stoßzeiten bei voll besetzter Terrasse“ erfolgen sollten.

Was auf eine unangekündigte Kassennachschaue aber in den meisten Fällen folgt, ist eine ordentliche Betriebsprüfung. Der Verdacht der Gastronomen: Die Kassennachschaue soll erste Anhaltspunkte für die Betriebsprüfung liefern. Stimmt bei der Kassennachschaue etwas nicht, müssen die Betriebsprüfer gar nicht mehr lange suchen, sondern können die Buchführung gleich verwerfen und mit Zusätzungen beginnen. Umso wichtiger, dass die Kasse immer stimmt!

Andererseits sind es natürlich Meldungen wie diese aus der Berliner Morgenpost eine Rechtfertigung für den intensiveren Blick in die Gastronomie-Kassen: „Betriebsprüfungen in Gastronomie: Land nimmt Millionen ein“. In diesem Jahr kontrollierten die Berliner Finanzbehörden schwerpunktmäßig in der Gastronomie und generierten im ersten Halbjahr 5,1 Millionen Euro an Nachzahlungen im Bereich Ertrags- und Umsatzsteuer. „In 15 Fällen wurden Straf- beziehungsweise Bußgeldverfahren eingeleitet, wie die Finanzverwaltung am Mittwoch mitteilte. Allein aus den zehn Fällen mit dem höchsten Ergebnis würden rund 1,7 Millionen Euro resultieren“, schreibt die Berliner Morgenpost.

Gesetzliche Basis

Genau hinzuschauen, scheint sich für die Behörden also zu lohnen. Deshalb wird jetzt eifrig kontrolliert, deshalb hat die Bundesregierung Ende 2016 ein neues Ge-

BrauBeviale2018

Nürnberg, Germany | 13.-15. November

setz zur Einführung manipulationssicherer Kassen beschlossen, das ab 2020 gilt, um einen noch tieferen Einblick in die Kassen zu bekommen. Dazu gelten folgende Grundsätze:

Keine Kasse...

Eine Registrierkassenpflicht gibt es nach wie vor nicht. Wer noch nie eine Kasse hatte, braucht auch weiterhin keine Kasse einzuführen, was für manche Betriebe durchaus sinnvoll sein kann. Diese Methode birgt allerdings Fehlerquellen und bedarf einigen Aufwandes. Um alles nach den „Grundsätzen zur ordnungsmäßigen Führung und Aufbewahrung von Büchern, Aufzeichnungen und Unterlagen in elektronischer Form sowie zum Datenzugriff“ (GoBD) richtig zu machen, müssen Kontrollen eingerichtet, durchgeführt und protokolliert werden. Dazu gehören Zugangs- und Berechtigungs- (wer darf was, wie und wann?), Erfassungs- und Verarbeitungskontrollen, Vorbeugemaßnahmen gegen bewusste und unbewusste Abänderungen von Daten, Programmen oder Dokumenten (wer darf stornieren?).

Kasse im Einsatz...

Wer heute schon eine Registrierkasse im Einsatz hat, muss folgende Anforderungen erfüllen:

1. Registrierkassen müssen jeden Verkauf oder Vorgang im Detail einzeln elektronisch aufzeichnen.
2. Diese Aufzeichnungen müssen jederzeit dem Finanzamt in elektronischer Form übergeben werden können.
3. Um Manipulationen vorzubeugen, dürfen die Daten nicht verändert werden und falls doch, müssen die Veränderungen nachvollziehbar sein.
4. Ist die komplette Speicherung innerhalb des Gerätes nicht möglich, müssen diese Daten unveränderbar und maschinell auswertbar auf einem externen Datenträger gespeichert werden.
5. Jede nachträgliche Veränderung an einer Registrierkasse ist entsprechend zu dokumentieren.
6. Unterlagen wie Bedienungs- oder Programmieranleitungen, Verfahrensdokumentationen und Programmabrüfe sind nach Änderungen z.B. Preisänderungen bereitzuhalten. Das gleiche gilt unter anderem für Protokolle über die Einrichtung von Kellner- oder Trainingsspeichern sowie alle weiteren Anweisungen zur Kassenprogrammierung (z. B. zum Ausdrucken von Proformarechnungen) und die täglichen Z-Berichte.

Um diese Anforderungen zu erfüllen, reicht bei vielen Kassensystemen das Aufspielen eines Software-Updates aus. Die Kassen und die entsprechende Software sollten aber auf jeden Fall auf dem aktuellsten Stand sein, denn sonst kann bei einer Betriebsprüfung die Kassenführung als „formell nicht ordnungsgemäß“ beurteilt und verworfen werden. Das führt zu Schätzungen und in der Regel zu mitunter empfindlichen Steuernachzahlungen. ▶

Gute Gespräche.

Gute Geschäfte.



braubeviale.de

Member of the Beviale Family

CRAFT MEETS FUTURE.

Auf der BrauBeviale finden Sie Partner und Lösungen, die Ihnen weiterhelfen: bei der Herstellung und Vermarktung von Bier- und AfG-Spezialitäten, Wasser und Craft Spirits – ob als renommierter Hersteller oder spezialisierter Newcomer. Erfahren Sie mehr:

braubeviale.de/Ihr-Erfolg

NÜRNBERG MESSE

6 TO-DOS

Datensicherheit

Alle registrierten Kassenvorgänge sind gespeicherte Daten. Für diese gilt, dass im Hinblick auf die Datensicherheit der Unternehmer alleinverantwortlich ist, um seine Daten vor Verlust, Vernichtung, Unauffindbarkeit oder Diebstahl zu sichern. Da helfen keine Testate oder Zertifikate. Wenn eine Registrierkasse außer Betrieb genommen wird, muss sichergestellt sein, dass die dort gespeicherten Daten nicht verlorengehen. Dafür empfiehlt es sich, sie auf einem anderen Speichermedium abzuspeichern oder in das neue Kassensystem zu übernehmen. Wichtig ist auch, dass die Kassendaten zehn Jahre lang aufbewahrt bzw. gespeichert werden – entweder in der Kasse selbst oder auf einer Cloud-Lösung, im Idealfall aber mehrfach.

Vorbereitung der Kasse

Auch die Kassenhersteller beschäftigen sich intensiv mit dem Thema digitale Betriebsprüfung. Gastronovi weist die Gastronomen darauf hin, dass alle Vorgänge in der Kasse nachvollziehbar und nachprüfbar sein müssen. „Nutzt der Gastronom eine Software, die die Daten und Arbeitsprozesse übersichtlich und verständlich aufbereitet, spart das Zeit und ermöglicht einen reibungslosen Ablauf der Prüfung“, so Gastronovi. Wer gut vorbereitet sei, könne auch einer unangekündigten Betriebsprüfung jederzeit gelassen entgegenblicken.

Auch beim Kassenanbieter Gastrofix hat man sich mit dem Thema beschäftigt. Herausgekommen ist ein Whitepaper, in dem neben den rechtlichen Grundlagen auch Tipps und Expertenratschläge zu finden sind.

Noch ein Tipp

Die von den Registrierkassen erzeugten Einzelaufzeichnungen sollten unbedingt schon vor einer Betriebsprüfung vom Unternehmer selbst oder dem Steuerberater stichprobenartig überprüft werden. So lassen sich unangenehme Überraschungen bei einer Prüfung vermeiden. **> Andreas Türk**

Auch beim Kassenanbieter Gastrofix hat man sich mit dem Thema beschäftigt. Herausgekommen ist ein Whitepaper, in dem neben den rechtlichen Grundlagen auch Tipps und Expertenratschläge zu finden sind. Steuerberater Arno Böttcher fasst zusammen:



Foto: © jossdim - iStockphoto.com

① Technische Voraussetzungen schaffen

Machen Sie Ihre Kasse fit für die neuen steuerlichen Anforderungen.

② Taggenaue Kassenbuchführung beherzigen

Zögern Sie den Tagesabschluss im Kassenbuch nicht hinaus. Das Kassenbuch muss jeden Tag stimmen.

③ Alle Arbeitsabläufe intern prüfen

Checken Sie, ob in Ihrem Betrieb alles mit rechten Dingen zugeht – auch das Verhalten der Mitarbeiter. Betrug darf nicht toleriert werden.

④ Information der Mitarbeiter

Informieren und schulen Sie die Mitarbeiter, wie sie sich zu verhalten haben, wenn das Finanzamt in der Tür steht und Sie selbst nicht da sind.

⑤ Zweit- und Drittassen nicht vergessen

Melden Sie dem Finanzamt alle Kassen und spielen Sie nicht mit verdeckten Karten.

⑥ Steuerberater einbeziehen

Der Steuerberater hilft Ihnen, alle Gesetzestexte und Steuervorschriften zu verstehen und richtig zu agieren.

Hier der Link zum Whitepaper von Gastrofix: <http://tlp.de/viup>

— Anzeige —

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



OPTIMALER SERVICE MIT DIGITALER KASSE

Hotelzimmer buchen, Speisen auswählen oder in der Kneipe bargeldlos bezahlen: Mit der digitalen Komplettlösung MagentaBusiness POS bieten Betriebe aus dem Gastgewerbe ihren Kunden noch besseren Service. Und optimieren zudem ihre Betriebsabläufe.

Zimmer Nummer 9, ein wenig abgetrennt von den anderen. Zu erreichen nur über eine kleine Außentreppe an der Rückseite des Hotels, dafür besonders ruhig und mit Blick auf den Garten, einem geräumigen Bad und einem Fernseher der neuesten Generation: Es ist das erklärte Lieblingszimmer des Stammgastes dieses kleinen familiengeführten Hauses. Als er ankommt, liegen die Tageszeitung und die aktuelle Menükarte auf dem Tisch bereit, in der Minibar findet er eine Auswahl seiner bevorzugten Getränke. Alles ist perfekt vorbereitet, ohne dass er seine Wünsche zuvor telefonisch oder per Mail ausführlich hätte erläutern müssen. Denn die sind bereits im System hinterlegt, das Personal kann sie vor seiner Ankunft einfach abrufen. Möglich macht dies MagentaBusiness POS, die moderne Point-of-Sale-Komplettlösung von enfore und Telekom. Ein POS-System, mit dem nicht nur Hotels, sondern das gesamte Gastgewerbe den Service optimieren kann.

Mit Point-of-Sale-Lösung mehr Zeit für den Gast

Viele Betriebe der Branche setzen bereits auf digitale Werkzeuge, etwa wenn es um Reservierungen, die Warenwirtschaft oder Bestellungen geht. So nutzen laut „Digitalisierungsindex Mittelstand“ von der Deutschen Telekom und dem Analystenhaus techconsult inzwischen sogar bereits 51 Prozent der Betriebe digitale Kassensysteme, weitere

25 Prozent der Gastronomen planen ihren Einsatz.

Wichtig, denn Kunden und Gäste erwarten perfekten Service: von der bequemen (Online-)Reservierung über rasche Bedienung bis zur komfortablen Kartenzahlung. Gleichzeitig müssen Hoteliers und Gastronomen ihre Warenbestände im Blick haben und den Personaleinsatz optimal planen. All das bietet das digitale Kassensystem MagentaBusiness POS als kosten-günstige Allround-Lösung an. Und zwar ohne lange Schulungen und Einarbeitungszeiten. Denn das System ist anhand individueller Produktbilder und -beschreibungen intuitiv bedienbar. „Wir sind damit deutlich schneller als früher. Besonders wenn es voll ist und jede Sekunde zählt“, sagt Isabelle Hillenkamp, Besitzerin des kleinen Cafés hommage in Köln. Das digitale Kassensystem ist bei der Gastwirtin seit Kurzem vor allem für Bestellungen, Bons und Bezahlung, aber auch für Einkauf und Warenwirtschaft im Einsatz. „In unserem kleinen Unternehmen mit begrenzter Lagerfläche ist es wichtig, Bestände und Bestellungen optimal zu planen und zu verwalten.“ Damit spart die Jungunternehmerin Kosten, Platz und Zeit.

Wettbewerbsfähig bleiben

Mit der Kombination aus innovativer Hardware und leistungsstarker, branchenspezifischer Software, sorgt die Point-of-Sale-Komplettlösung MagentaBusiness POS dafür,

dass Hoteliers und Gastronomen wie Hillenkamp wettbewerbsfähig bleiben – auch ohne eigene IT-Abteilung. Dabei bietet das System zwei POS-Hardware-Lösungen: Zum einen den enforeDasher, ein modernes und leistungsfähiges Service-Terminal mit integriertem Kassensystem und Bon-Drucker. Zum anderen das enforeComet, ein robustes POS-Terminal mit einem 14-Zoll-Touchscreen, einer standardisierten Halterung sowie einem schnellen externen Bon-Drucker. Die Service-Mitarbeiter geben die Bestellungen der Kunden direkt am Tisch oder Tresen ein und der Gast sieht gleich, ob seine individuellen Wünsche berücksichtigt werden. Beide Lösungen enthalten außerdem das WLAN-fähige Kartenzahlungsgerät enforePayPad.

Zusätzlich können Mitarbeiter branchenspezifische Software-Module für ihre tägliche Arbeit kostenfrei nutzen. So merkt sich etwa ein Modul für das Customer Relationship Management (CRM) genau, wie oft ein Guest einen Tisch oder ein Hotelzimmer gebucht hat und auf welche Services er besonderen Wert legt. Eine optimale Basis für künftige Werbe- oder Rabattaktionen. Das digitale Komplett-paket entwickelt enfore kontinuierlich ohne Zusatzkosten für die Anwender weiter. Service und Wartung erfolgen durch die Telekom, bei Bedarf direkt vor Ort in den Betrieben.

Weitere Infos unter:

www.telekom.de/magentabusiness-pos

DIE KASSE SOLLTE ZUKUNFTSFÄHIG SEIN

„Wer eine gute Kasse hat, hat schon mal einen guten Stand beim Prüfer“, sagt Michael Ebner, Geschäftsführer von Gewinnblick Kassensysteme Ebner im Interview mit dem Gastgewerbe-Magazin. Der Kassen-Experte hat noch ein paar Tipps mehr für die Unternehmer in punkto Kasse.

Gastgewerbe-Magazin: Das Thema Kasse ist aktuell ein großes. Was muss aus Ihrer Sicht eine Kasse leisten können, damit die Finanzbehörden glücklich sind?

Michael Ebner: Grundsätzlich gilt ja für alle Unternehmen die GoBD und diese umfasst ein ganz wichtiges und oft unterschätztes Detail: Die Einzelaufzeichnung aller Geschäftsvorgänge. Das bedeutet vor allem, dass es keine Verdichtung von Daten geben darf und diese Dateien exportierbar sein müssen, damit der Prüfer das in seine Systeme übernehmen kann. Da haben einige Kassensysteme immer noch ihre Schwierigkeiten in der Datenaufbereitung.

Einzelfälle gibt es in der Gastronomie natürlich jede Menge. Wie groß ist diese Herausforderung für ein Kassensystem?

Das ist richtig, in der Gastronomie ist jeder Espresso schon ein Geschäftsvorgang, jede Beilagenänderung spielt eine Rolle. Aber moderne Kassensysteme erleichtern dem Gastronomen die Arbeit. Eine gute Kasse mit ausreichend Speicher sollte das können – und viele Systeme können das auch.

Bei einer Kasse denken viele nicht direkt an die Speichermöglichkeiten.

Das ist aber ein ganz wichtiger Punkt, denn die Datensicherung muss genauso gewährleistet sein. Viele, die sich mit dem Thema beschäftigen, haben es nicht auf dem Radar, dass alle Geschäftsvorgänge zehn Jahre lang aufbewahrt und unveränderbar abgespeichert werden müssen. Viele haben ein grenzenloses Vertrauen in die Kasse selbst oder den Aufsteller, sollten aber schon bei der Anschaffung hinterfragen, wie das Thema Datensicherheit gehandhabt wird – auch bei einem Ausfall des Gerätes. Da gibt es verschiedene Möglichkeiten. Wir bieten unseren Kunden einen täglichen Upload in die Cloud an, das ist zuverlässiger als eine exter-

ne Festplatte, die schnell kaputt gehen kann. Unsere Überwachungskonsole meldet sofort wenn eine Datensicherung nicht ordnungsgemäß stattfinden konnte.

Unveränderbarkeit ist ein zweiter wichtiger Punkt bei der Kassenführung. Wie kann man das gewährleisten?

Das ist in der Tat ein ganz großes Thema. Deshalb arbeitet man an einer sogenannten Krypto-Lösung, die in einer Art 4-Augen-Prinzip funktioniert. So eine Krypto-Lösung könnte wie folgt aussehen: eine kryptografische Verschlüsselung aller Umsätze inkl. Speicherung auf einem externen Speichermedium (Chipkarte). Zusätzlich werden alle Rechnungsbelege für die Querprüfung online hinterlegt. Leider sind sich die zuständigen Instanzen noch nicht einig darüber, wie diese Regelung, die eigentlich ab 2020 gelten soll, durch die Kassenhersteller umgesetzt werden muss. Wir Kassenhersteller und –aufsteller wünschen uns die längst fällige einheitliche Vorgabe für alle Kassen- und Abrechnungssysteme.

Das sorgt natürlich für Verunsicherung bei den Unternehmern. Was muss ein Gastronom beachten, wenn er sich heute eine neue Kasse anschafft?

Ich würde ihm vor allem raten, nicht nur auf die Konformität mit den Finanzvorschriften zu achten, sondern auch auf die Zukunfts-fähigkeit und Innovationsmöglichkeiten. Denn die Kasse wird immer mehr zu einem zentralen und vernetzten Element, das auch andere operative oder administrative Vorteile bieten kann. Ich denke an Themen wie Küchenmonitoring oder Kassenbuch. Man sollte jetzt ein System kaufen, dass die aktuellen Anforderungen natürlich erfüllt und sich beim Verkäufer absichern, dass das System zukunftsfähig ist und auf neue gesetzliche Anforderungen upgedatet werden kann.

Die Kasse selbst ist das eine, das Handling sicherlich ein weiteres wichtiges Thema. Wie sollte der Gastronom mit der Kasse umgehen?

Grundsätzlich geht es darum, alles über die Kasse abzuwickeln. Es gilt natürlich der kaufmännische Grundsatz „Keine Ware ohne Bon“. Ich kann nur raten, alle Geschäftsvorgänge – sowohl im Einkauf wie auch im Verkauf – über die Kasse abzuwickeln, täglich abzurechnen und mit Hilfe eines digitalen Kassenbuches die ständige Kassensturzfähigkeit herzustellen. Ziel muss eine größtmögliche betriebswirtschaftliche Transparenz sein – das hilft nicht nur bei der Kassenprüfung, sondern auch bei Verhandlungen mit den Banken.

Stichwort Kassensturzfähigkeit: Kann eine Kasse zu 100 Prozent stimmen?

Technisch gesehen sollte jeder Betrieb eine Kasse haben, die alle Bedingungen erfüllt – auch wenn noch nicht alle Systeme am Markt so weit sind. Buchhalterisch muss man konstatieren, dass Fehler immer passieren können, sich die Abweichung aber immer in einem möglichst engen Rahmen bewegen sollte. Aber wer ein gutes System hat und es richtig führt, hat schon mal einen guten Stand, wenn der Prüfer in der Tür steht.

> Das Interview führte

Andreas Türk

www.gewinnblick.de





DRINGEND NOTWENDIG: EINE VERFAHRENSDOKUMENTATION ZUR KASSE

Die Aufzeichnungs- und Buchführungspflichten dürfen – vereinfacht ausgedrückt – als kompliziert gelten. Gerade die das Gastgewerbe prägenden Klein- und Kleinstunternehmen stehen vor Herausforderungen, die nur sehr schwer zu erfüllen sind. Dabei geht es nicht nur um die Kasse selbst, sondern auch der Umgang mit ihr muss dokumentiert werden.

Grundlage für die heutige Kassenführung ist das Gesetz zum Schutz der digitalen Grundaufzeichnungen. Demnach müssen seit dem 1.1.2017 Unterlagen, die mittels elektronischer Registrierkassen erstellt worden sind, für die Dauer der Aufbewahrungsfrist jederzeit verfügbar, unverzüglich lesbar und maschinell auswertbar aufbewahrt werden (§ 147 Abs. 2 AO).

Ferner gilt eine Einzelaufzeichnungspflicht, wonach aufzeichnungspflichtige Geschäftsvorfälle laufend zu erfassen, einzeln festzuhalten sowie aufzuzeichnen und aufzubewahren sind, sodass sich die einzelnen Geschäftsvorfälle von Beginn an verfolgen lassen.

Seit dem 1.1.2018 gibt es mit der Kassen-Nachschauf (§ 146b AO) ein neues Rechtsinstitut. Damit können zur Prüfung der Ordnungsmäßigkeit der Aufzeichnungen und Buchungen die damit betrauten Amtsträger der Finanzbehörde ohne vorherige Ankündigung und außerhalb einer Außenprüfung während der üblichen Geschäfts- und Arbeitszeiten Geschäftsräume von Steuerpflichtigen betreten, um Sachverhalte festzustellen, die für die Besteuerung erheblich sein können. Allein dieser Regelungsgehalt eröffnet den Finanzbehörden ein sehr weites Prüfungsfeld.

Verfahrensdokumentation nötig

Im dazu ergangenen Anwendungserlass wird ausgeführt, dass auf Anforderung des Amtsträgers die Verfahrensdokumentation zum eingesetzten Aufzeichnungssystem einschließlich der Informationen zur zertifizierten technischen Sicherheitseinrichtung vorzulegen ist, d.h. es sind Bedienungsanleitungen, Programmieranleitungen und Datenerfassungsprotokolle sowie durchgeführte Programmänderungen vorzulegen.

Es kann also grundsätzlich davon ausgegangen werden, dass die Finanzämter im Rahmen der Kassen-Nachschauf auch eine Verfahrensdokumentation fordern und entsprechend prüfen werden.

Was also ist eine Verfahrensdokumentation und wo ist diese rechtlich geregelt?

Das Bundesministerium der Finanzen hat im Schreiben vom 14. November 2014 Vorgaben zur Betriebsprüfung gemacht. Da sich demnach die Ordnungsmäßigkeit neben den elektronischen Büchern und sonst erforderlichen Aufzeichnungen auch auf die damit in Zusammenhang stehenden Verfahren und Bereiche des Datenverarbeitungs-Systems bezieht, muss dafür eine übersichtlich gegliederte Verfahrensdokumentation vorhanden sein. Auch Inhalt, Aufbau, Ablauf und Ergebnisse des Datenverarbeitungs-Verfahrens müssen vollständig und schlüssig ersichtlich sein. Der Umfang der im Einzelfall erforderlichen Dokumentation wird dadurch bestimmt, was zum Verständnis des Datenverarbeitungs-Verfahrens, der Bücher und Aufzeichnungen sowie der aufbewahrten Unterlagen notwendig ist.

Die Verfahrensdokumentation muss verständlich und damit für einen sachverständigen Dritten in angemessener Zeit nachprüfbar sein. Sie beschreibt den organisatorisch und technisch gewollten Prozess, z.B. bei elektronischen Dokumenten von der Entstehung der Informationen über die Indizierung, Verarbeitung und Speicherung, dem eindeutigen Wiederfinden und der maschinellen Auswertbarkeit, der Absicherung gegen Verlust und Verfälschung und der Reproduktion.

Die Verfahrensdokumentation besteht in der Regel aus

- ✓ einer allgemeinen Beschreibung,
- ✓ einer Anwenderdokumentation,
- ✓ einer technischen Systemdokumentation und
- ✓ einer Betriebsdokumentation.

Und sie ist wichtig, denn der Bundesfinanzhof hat im Urteil (BFH vom 25.03.2015 - X R 20/13) in einem 5. Leitsatz geurteilt:

„Bei einem programmierbaren Kassensystem stellt das Fehlen der aufbewahrungspflichtigen Betriebsanleitung sowie der Protokolle nachträglicher Programmänderungen einen formellen Mangel dar, dessen Bedeutung dem Fehlen von Tagesendsummenbons bei einer Registrierkasse oder dem Fehlen von Kassenberichten bei einer offenen Ladenkasse gleichsteht und der daher grundsätzlich schon für sich genommen zu einer Hinzuschätzung berechtigt.“

Insofern kann nur dringend dazu geraten werden, eine Verfahrensdokumentation, wo diese noch nicht vorhanden ist, zu erstellen und alle für eine Kasse die Handbücher, Programmieranleitungen und Dokumentationen vorzuhalten und aufzubewahren.

KONTAKT

DEHOGA Thüringen
Dirk Ellinger
Hauptgeschäftsführer
Witterdaer Weg 3
99092 Erfurt



Foto: privat

www.dehoga-thueringen.de



Fotos: Hotelringberg

ENERGIEEFFIZIENZ IM THÜRINGER WALD

Inmitten des Thüringer Waldes liegt das Hotel Ringberg. Seit das ursprünglich als Ferien- und Erholungsheim für Landwirte in der DDR errichtete Hotel im Besitz von Wolfgang F. Kanig ist, sorgt dieser mit Modernisierungen, Sanierungen und Umbauten dafür, dass das Hotel stets allen Ansprüchen der Gäste gerecht wird. Das gilt auch für die Energieversorgung.

Passend zum 35. Geburtstag wurde das Hotel mit moderner Wärmetechnik ausgestattet – dank der gc Wärmedienste GmbH

(german contract), einem von Deutschlands führenden Contracting-Anbietern, ganz ohne hohe Investitionskosten. Dabei stellte die Lage des Hotels über den Wipfeln des Thüringer Waldes eine große Herausforderung an die Heizleistung dar: Die windige Höhe steigert den Wärmebedarf spürbar. Hinzu kommen energieintensive Angebote wie die 600 Quadratmeter große Saunalandschaft, Schwimmbäder und Fitnessräume, die ganzjährig zuverlässig mit Heizenergie und warmem Wasser versorgt werden müssen – das Hotel kommt so auf einen Gesamtwärmeverbrauch von etwa 3.600 MWh und einen Stromverbrauch von 1.700 MWh. „Die Kosten für die Energieversorgung des Hotels sind enorm. Dem wollte ich mit einer Wärmeerzeugungsanlage, die technisch auf dem neuesten Stand ist, entgegenwirken“, so Hotelbesitzer Kanig. „Da einige Teile der aktuellen Heizungsanlage noch so gut wie neu waren, wäre eine Kompletterneuerung jedoch unwirtschaftlich gewesen.“ Die Wahl fiel schließlich auf eine schrittweise Modernisierung und das Contracting-Modell von german contract, die ein individuelles Energie- und Finanzierungskonzept erarbeiteten. Heute sorgen drei Blockheizkraftwerke im gesamten Hotelkomplex für eine sichere Wärmeversorgung. Dank effizienter Technik und optimiertem Anlagenbetrieb

konnte die Energieeffizienz erfolgreich gesteigert und die monatlichen Gesamtkosten merkbar gesenkt werden. Gegen eine monatliche Servicepauschale übernimmt german contract für 15 Jahre lang den Betrieb der Anlage. Durch die entfallenden Investitionskosten für die neue Technik entstand ein beträchtlicher finan-

» ERSICHTLICHE EINSPARUNGEN DIREKT IM ERSTEN JAHR «

zieller Spielraum für den Hotelbetreiber. „Das Geld, das ich auf diese Art und Weise spare, kann ich stattdessen sinnvoll in andere Projekte des Hotels investieren“, freut sich Kanig.

Neben den finanziellen Vorteilen bietet das Contracting-Modell außerdem eine rundum sorgenfreie Energieversorgung. Zum Leistungspaket gehören eine Fernüberwachung, Wartung und ein Störungsservice. Hotelbetreiber Wolfgang F. Kanig ist mit den Ergebnissen der Modernisierung rundum zufrieden. „Die Zusammenarbeit mit german contract verläuft immer einwandfrei. Besonders freue ich mich natürlich über die schnellen Ergebnisse der Modernisierung. Bereits im ersten Jahr konnten wir deutliche Einsparungen verzeichnen.“

www.germancontract.com

ENERGIEVERBRAUCH SENKEN – KOSTEN SPAREN

Die Energiekosten sind für viele gastgewerbliche Unternehmen ein großer Kostenblock – aber auch ein Bereich, in dem noch erhebliches Einsparpotenzial liegt. Der DEHOGA unterstützt mit der Energiekampagne und dem Umweltcheck die Unternehmen auf dem Weg zu mehr Energieeffizienz



Die Energieberatung des DEHOGA besteht aus mehreren Bausteinen. Zum einen gibt es im Internet mit www.energiekampagne-gastgewerbe.de ein zentrales Informationsportal. Dort sind Energiesparblätter hinterlegt, die beim Start in eine effiziente Energiewirtschaft eine wichtige Hilfe sein können. Dazu gibt es viele Praxisbeispiele, nützliche Werkzeuge zur Berechnung von Energieverbrauch und -kosten sowie Infos über Fördermöglichkeiten. Ein zweiter Baustein ist die DEHOGA Energieberatung, die die Landesverbände

für ihre Mitglieder anbieten. Sorgfältig ausgewählte Profis, die die Besonderheiten der Branche kennen, unterstützen vor Ort bei der Ermittlung von Einsparpotenzialen und deren Umsetzung. Der Vorteil in vielen Bundesländern: Die Energieberatung wird bezuschusst, sodass sich die Kosten für den Unternehmer in Grenzen halten. Für individuelle Fragen gibt es zudem eine Expertenhotline.

Wer bei der Umwelt- und Energiekonzeption noch einen Schritt weiter gehen will, kann beim DEHOGA Umweltcheck sein

Engagement für die Umwelt beweisen und damit bei den Gästen punkten. Dabei geht es nicht nur um das Zertifikat, das in den Stufen Bronze, Silber und Gold vergeben wird und das damit verbundene Image, sondern vor allem um die Vielzahl von Maßnahmen und Ideen, die im Rahmen der Zertifizierung überprüft werden – und allesamt Ansatzpunkte für Energieeinsparung und mehr Umweltbewusstsein sind.

> Andreas Türk

www.energiekampagne-gastgewerbe.de
www.dehoga-umweltcheck.de

— Anzeige —

|| NEU

Tork Reflex™: Optimale Arbeitsabläufe und erstklassige Hygiene



Das bewährte Tork Reflex™ System – jetzt noch effizienter

Stets zur Hand und dank Einzeltuchentnahme hygienisch und höchst ergiebig: Tork Reflex™ reduziert die Gefahr von Kreuzkontamination und gleichzeitig den Verbrauch um bis zu 37%.

Ab sofort ist das System in neuem Design erhältlich – inklusive drehbarer Ausgabeöffnung für noch mehr Flexibilität. Und durch passende Tork Nachfüllungen mit integrierter Füllstandsanzeige geht nie wieder Papier unvorhergesehen zu Ende.



www.tork.de/reflex
+49 (0) 621-778 47 00

Tork,
eine Marke von Essity

TORK®

RAN AN DIE INNOVATIONEN



Das Gastgewerbe lebt von Innovationen, von immer neuen Ideen und Produkten, mit denen die Gäste überrascht und begeistert werden können. Gastgewerbe-Magazin stellt hier einige Innovationen vor.

Alle Produkte zum Testen auf www.derprofitester.de

Die hier vorgestellten Produkte waren auch Teil einer Fachmesse, die **Transgourmet vom 11. - 12. September in Augsburg** veranstaltete. Das Team von DerProfitester sorgte dort in der Newcomer-Area für eine Ausstellung innovativer Unternehmen – sowohl kreative Start-ups als auch Manufakturen, die bio, regional oder nachhaltig produzieren, waren dort vertreten.

Balsamico



Acetaia Terra del Tuono ist ein echtes Traditionssunternehmen, das bereits seit 1892 feinen Balsamico herstellt. Er wird in der Region Corticella im Norden Italiens produziert, wo die Sommer heiß und trocken sind – das schmeckt man auch in den aromatischen Geschmacksnoten des würzigen Balsamicos. www.terradeltuono.com

Yoothie

Ein Yoothie ist eine neue und aufregende Kombination aus Smoothies und Joghurt-Drinks. Er ist sättigend und fruchtig zugleich, was ihn zu einem komplett neuen Produkt auf dem Markt macht. Erhältlich ist er in den Sorten Himbeere, Mango Maracuja und schwarze Johannisbeere. www.danone.de



Basilikum-Ingwer-Limonade

Mit der Basilikum-Ingwer-Limonade hat BALIS ein komplett neues Produkt auf den Markt gebracht: Eine Limonade, die süß und scharf zugleich ist und dabei viel frisches Basilikum enthält. Die Limonade basiert auf dem beliebten Longdrink Gin Basil Mule – mit BALIS steht dieser immer frisch bereit.

www.balis-drinks.com



Ingwer Shot



Mit dem Ingwer Shot haben Erkältungen keine Chance. Ingwer, Apfel, Zitrone und Cayennepfeffer stärken das Immunsystem und schmecken auch noch lecker. Mit heißem Wasser angerührt, ist er der ideale Begleiter für die kalte Jahreszeit. www.ingwershot.berlin/de



Joghurtsender

Mit dem praktischen Jio Kurti Joghurtsender gehören leere Becher aus Plastik der Vergangenheit an. Der Spender wird mit 10-Kilogramm-Beuteln Joghurt gefüllt, es stehen zwei fettarme Sorten zur Auswahl. www.delikant.de

Solino-Kaffee



Der Solino-Kaffee wird zu 100 % in Äthiopien hergestellt – vom Anbau bis zur Verpackung. Ziel ist es, den nachhaltigen Anbau sowie eine faire Behandlung der Arbeiter in Äthiopien zu fördern. In den Sorten Espresso und Caffè Crema erhältlich. www.solino-coffee.com

Cold Brew Kaffee

ffeel: kombiniert die belebende Wirkung eines Cold Brew Kaffees mit frischen Superfruits. Verfeinert mit einem Schuss Kohlensäure also der perfekte Frische-kick. Er wird bewusst ohne Zusatz von Industrie-zucker und ohne die Verwendung tierischer Pro-dukte hergestellt. ffeel: ist in den Sorten Grapefruit Yuzu, Calamansi Tangerine und Coconut Mango erhältlich. www.ffeel.de



PRODUKTE FÜR DIE ZUKUNFT

Hochwertiger Gin

PURE GIN wird aus hochwertigem Getreidebrand mit fein abgestimmten Botanicals hergestellt. Geschmacklich überzeugt er durch die Wacholdernote und Citrus-Aromen. Mit einem Hauch Anis kommt auch die Würze des PURE GIN nicht zu kurz.

www.pfanner-destillate.com



Fruchtpüree

Das Polpinha Fruchtpüree überzeugt mit seinem Fruchtanteil von satten 100%. Die Früchte stammen aus Brasilien und werden reif geerntet. Schockgefrosten finden sie nun auch den Weg in unsere Küchen.

www.polpinha.de



Hygienemanagement

Mit dem Check de Cuisine wird das Hygienemanagement eines Betriebes komplett digitalisiert. So können die gesetzlichen Anforderungen besser und einfacher umgesetzt und dokumentiert werden. Zu den Tools gehören unter anderem ein Temperatur-Monitoring und eine Aufgabenverwaltung.

www.checkdeCuisine.de



Cold Brew Kaffee

Der Cold Brew "KAFFEE" von Lycka besteht aus fair gehandelten Kaffeebohnen aus Peru, Honduras und Indonesien. Er enthält wenig Zucker, dafür aber umso mehr feinen Kaffee. In den Sorten "KAFFEE Schwarz" und "KAFFEE Latte Vegan" und „KAFFEE mit Milch“ erhältlich.

www.lycka.bio



Pfeffer-Orange Gewürz

Das Pfeffer-Orange Gewürz besteht aus hochwertigem Pfeffer, einem Hauch Orange, Paprika und Ingwer. Ob Fleisch, Fisch oder Gemüse – diese Gewürzmischung ist mit ihren hochwertigen Zutaten zu verschiedenen Speisen bestens geeignet.

www.lebensbaum.com



Weincocktail

Nico Tico – das ist ein kompromissloser Weincocktail, der durch seinen einzigartigen Geschmack überzeugt. Er besteht aus Riesling, gemischt mit exklusiven Zitrusäpfeln, die durch ihre Frische herrlich belebend wirken. Die beigefügten Botanicals sind pflanzlichen Ursprungs und runden den Geschmack wunderbar ab.

www.nico-tico.de

Stabilisatoren

Creative Cuisine bietet Gastronomen eine breite Vielfalt an Texturgebern und Gewürzmischungen. Neu im Sortiment sind die Stabilisatoren EspumaHot und EspumaCold. Das pflanzliche, fein gemahlene Pulver garantiert langanhaltende Standfestigkeit bei extrem hoher Ergiebigkeit.

www.creative-cuisine.de



Gilli GmbH

Die Grissini sind ein echter Alleskönner: Ob als Partysnack, als Snack zwischen durch oder zum Dippen – der leckere Geschmack und die feinen Sesam-Noten passen zu jeder Gelegenheit. Auch gut als kleine Beigabe zum Aperitif.

www.gilli-food.it



2go-Müsli

Das fruchtige Mango-Kokos-Granola ist im praktischen 2go-Becher erhältlich und somit der perfekte Snack für unterwegs. Es ist 100 % bio und zudem auch laktosefrei. Die Zutaten sind regional eingekauft und machen das Müsli zu einem leckeren Begleiter für den Alltag.

www.mymuesli.com



Crunchy-Golds

Die Crunchy-Golds von Crunchysano bestehen zu 100 % aus frittierten Kochbananen. Das vegane und glutenfreie Produkt ist vor allem für Allergiker und Diabetiker geeignet. Essbar als Schale oder Löffel die perfekte Ergänzung zu leckeren Dips.

www.crunchysano.de

Käseprodukte

DNOVO-FOOD entwickelt seit mehr als 35 Jahren neue Käse- und Frischkäseprodukte. Die vielen verschiedenen Geschmackskompositionen verleihen den edlen Käsesorten den einzigartigen, leckeren Geschmack.

www.novo-food.biz



Stimmen aus dem Netz

„Langsam falle ich vom Glauben ab. Das können die doch nicht ernst meinen!!!!“

„Ich habe einfach keine Lust mehr, diesen ständigen Schwachsinn auch noch zu kommentieren, sorry!“

„Ich denke, dass jeder für sich entscheiden sollte, wie viel Schutz er, egal in welchem Fall, benötigt. Was kommt als Nächstes? Begleitschutz zur Arbeit und wieder zurück?“

„Ich frage mich langsam, ob unsere Politiker uns bald noch vorschreiben, wann wir unsere Füße zu waschen haben. Für wie blöd halten die uns eigentlich ...“

„Liebe Politiker, packen Sie doch selbst mal in der Gastronomie mit an. Das eine oder andere Lichtlein in Bezug auf die Machbarkeit und/oder Realitätsnähe Ihrer Beschlüsse dürfte Ihnen dann aufgehen. Warum setzen Sie nicht lieber Ihre ganze Power im Thema "vernünftiges Zuwanderungsgesetz" ein? Damit Sie in fünf Jahren vielleicht auch noch in Ihr Lieblingsrestaurant gehen könnten.“

„Ich finde jeder, der diese Bürokratienmonster erschaffen will, sollte selbst mal an der Basis arbeiten. Vielleicht hätten dann die Ideen der Politiker zum Thema Arbeitsschutz auch Bezug zur Wirklichkeit und Machbarkeit.“

„Bald müssen wir mehr Zeit und Energie darauf verwenden, Vorschriften zu erfüllen, anstatt uns mit aller Kraft um unsere Gäste zu kümmern.“

„Vielleicht wird demnächst noch vorgeschrieben, wann und wie oft jemand auf Toilette muss oder darf. Ich glaube, da gibt es noch einiges, was man sich einfallen lassen kann, wenn man alles nur aus der Ferne betrachtet bzw. den Bezug zur Realität komplett verloren hat.“

„Unfassbar!“

GASTGEWERBE GEGEN SONNENSCHUTZ-BÜROKRATIE



Foto: © Eva-Katalin - iStockphoto.com

„Unglaublich und unfassbar.“ So kommentierte ein Nutzer auf www.gastgewerbe-magazin.de den Bericht über die geplanten Maßnahmen zum Schutz der Mitarbeiter, wenn diese in der Sonne arbeiten. Der Ausschuss für Arbeitsmedizin (AfaMed) hat dem Bundesministerium für Arbeit und Soziales vorgeslagen, dass Menschen, die im Freien arbeiten und dabei der Sonne ausgesetzt sind, besonders geschützt werden müssen. Dies würde auch die Service-Mitarbeiter in der Außengastronomie betreffen, für die der Arbeitgeber künftig erhöhte Anforderungen bezüglich des am Arbeitsplatz zu beachtenden Gesundheitsschutzes erfüllen müsste. Gastgewerbe Magazin hat dazu eine Online-Petition gestartet, um das Ministerium frühzeitig darauf hinzuweisen, dass die Branche damit nicht einverstanden ist.

Um sich ein Bild von der Meinung der Branche zu machen, reicht allerdings auch ein Blick in die Kommentarspalte der Webseite: „Ich frage mich langsam, ob unsere Politiker uns bald noch vorschreiben, wann wir unsere Füße zu waschen haben. Für wie blöd halten die uns eigentlich?“, heißt es da unter anderem. Ein anderer Nutzer fordert, dass Politiker doch mal selbst in der Gastronomie arbeiten sollten. Dann würde ihnen „das eine oder andere Lichtlein in Bezug auf die Machbarkeit und/oder Realitätsnähe ihrer Beschlüsse“ aufgehen. Und ein weiterer meint: „So ein Schwachsinn kann nur von einem Schreibtischtäter angezettelt werden.“

Manche Kommentatoren haben sich sogar schon weiterreichende Gedanken gemacht, sollte eine solche Regelung eingeführt werden. So schreibt einer: „Was passiert eigentlich, wenn der Mitarbeiter vor Dienstantritt 4 Stunden in der Sonne am See lag. Muss ich ihn dann im leeren Restaurant einteilen und den Service auf der Terrasse selber machen, weil sein „UV-Konto“ voll ist?“ Insgesamt hat die Branche die Nase voll von weiteren bürokratischen Hürden und Auflagen, die die Gastronomen erfüllen müssen. Dies führt dazu, so ein Kommentar, „dass immer mehr rechtschaffenden Menschen die Lust am Arbeiten vergeht.“ Und dass es wahrscheinlich dann in ein paar Jahren keine Betriebe mehr gibt, „denen man solch einen Schwachsinn aufs Auge drücken kann.“ Den Unternehmern werde die Luft zum Atmen genommen, denn es müssten Hürden bewältigt werden, die mit der Arbeit und dem Beruf längst nichts mehr zu tun haben. Zitat: „Wenn wir in der nächsten Zeit noch mehr aufs Auge gedrückt bekommen, sind wir gezwungen, unseren Betrieb zu schließen, weil wir das Arbeitspensum auch bedingt durch mangelnde Fachkräfte nicht mehr erfüllen können. Stoppt diesen Wahnsinn!“ Wer sich auch gegen eine solche Regelung wehren will, sollte die Online-Petition unterzeichnen:

<http://t1p.de/9m40>

JETZT UNTERZEICHNEN!

Jetzt fehlen nur noch sie!

Beast, 3 Chapel Place, London



NEUES
MAGAZIN
JETZT IM
HANDEL

Hier kommen die spannendsten
Köche, die innovativsten Gastro-
Konzepte und die wichtigsten
Restaurant-Eröffnungen.
Mehr als 100 kulinarische
Empfehlungen alle 2 Monate.

B E A T

FOOD TRAVEL CHEFS

DIE BESTEN RESTAURANTS UNSERER ZEIT

EXKLUSIV MIT GOURMET-GUTSCHEINEN

DIE RESTAURANT-REVOLUTION

LÄSSIG UND FEIN: ÜBER 100 KULINARISCHE ENTDECKUNGEN

DEUTSCHE KÜCHE Die Welt fliegt auf Berlin / START-UPS Die Zukunft des Essens / FOODHALLEN Lissabon, New York, Kopenhagen / TIM RAABE Endlich erwachsen / RESTAURANT-TESTS Da müssen Sie hin! / PLUS Weinwissen, Ramen-Bars & viel Schnaps

Hier Gratisausgabe testen: www.beat-mag.de/kennenlernen.

© James French Photography; Hawwoods

PRINT? ONLINE? SOWOHL ALS AUCH!

Kein Hotel kommt ohne gedruckte Werbemittel aus – genauso wenig wie ohne Onlinewerbung.
Das meint der CEO von diedruckerei.de, Michael Fries im Interview mit Gastgewerbe Magazin.

Gastgewerbe Magazin: Alle reden von Digitalisierung und Social Media in der Werbung. Wie wichtig sind klassische Print-Produkte?

Michael Fries: Auch im Zeitalter der Digitalisierung haben Drucksachen ihre Bedeutung behalten. Es geht nicht um „entweder oder“, sondern um „sowohl als auch“. Kein gastronomischer Betrieb kann heute auf Onlinewerbung verzichten. Gleichzeitig kommt jedoch auch kein Hotel oder Restaurant ohne gedruckte Werbemittel aus. Versuche gab es und gibt es vor allem in der Systemgastronomie. Der Umstieg auf digitalisierte Speisekarten hat jedoch eher den Vorteil, Personal zu sparen. Flyer, Speisekarten, Tischsets, Bierdeckel – all das wird nach wie vor genutzt. Daran können Sie erkennen, wie wichtig die klassischen Print-Produkte heute noch sind. Wir Menschen möchten etwas zum Anfassen haben. Aus der Rezipientenforschung ist bekannt, dass zwar gerne online gelesen wird, bei längeren Texten siegt jedoch das klassische Magazin oder das gedruckte Buch. Und natürlich schauen wir zuerst nach, was im Internet über ein Restaurant steht, aber vor Ort können wir auf digitalisierte Medien weitgehend verzichten.

Wie hat sich der Markt in den letzten Jahren gewandelt?

Der Markt hat sich in den letzten Jahren sehr stark verändert, davon profitieren vor allem die Kunden. Früher war es sehr teuer, kleine Auflagen drucken zu lassen. Heute können Druckartikel in jeder Auflage verhältnismäßig günstig produziert und gekauft werden. Hintergrund sind die verbesserten Produktionsabläufe vor allem bei uns Onlinedruckereien. Wir drucken nämlich im sogenannten Sammeldruckverfahren.

Das bedeutet, dass heute nicht mehr ein Auftrag nach dem anderen gedruckt wird, sondern mehrere Kunden sich quasi einen Druckbogen teilen. Das spart Papier, weil kaum Verschnitt anfällt und es spart auch Zeit, weil die Aufträge gleichzeitig gedruckt werden. Selbst Gastronomen mit einem geringen Werbebudget müssen daher heute nicht mehr auf Werbemittel verzichten. Wer sich auch den Grafiker nicht leisten kann oder möchte, findet nun in unserem Shop ein Online-Gestalten-Tool, mit dem ohne professionelle Software Drucksachen gestaltet werden können, etwa Visitenkarten, Flyer oder auch Klappkarten, die sich für Speisekarten eignen.

Wie können Hoteliers und Gastronomen von einfachen und unkomplizierten Druckmöglichkeiten profitieren?

Zum einen profitieren Hoteliers und Gastronomen davon, dass sie bei Drucksachen wie Speisekarten, Flyern oder Broschüren, die sie ohnehin benötigen, eine Kostensparnis haben. Heute können auch kleine Auflagen kostengünstig produziert werden. Das bedeutet, dass auch Speisekarten schneller und häufiger ausgetauscht werden können.

Wie kann Mehrumsatz durch Drucksachen aussehen?

Mehrumsatz entsteht, wenn mehr Gäste gewonnen werden, Gäste häufiger zu Besuch kommen und insgesamt mehr konsumiert wird. Natürlich können Drucksachen dazu beitragen, den Umsatz zu steigern. Allerdings ist hier auch die Kreativität der Gastronomen gefragt. Wir bieten Drucksachen zu günstigen Preisen in großen und kleinen Auflagen, die schnell verfügbar sind. Das macht es zum Beispiel möglich, schnell wechselnde Aktionen mit Hilfe von

Drucksachen zu bewerben. Alles, was den Kunden bindet und zu mehr Konsum animiert, wirkt sich positiv auf den Umsatz aus. Schön gestaltete Werbemittel auch in Form von Aufstellern tragen wesentlich dazu bei.

Gastronomen können anfangen, Kunden- oder Bonuskarten einzuführen. Dadurch binden sie die Gäste an die Lokalität, denn diese werden durch die Karten immer wieder angestoßen, das Restaurant zu besuchen. Geschenkgutscheine oder Wertkarten führen dazu, dass sich das Geld bereits in der Kasse befindet, bevor die Leistung überhaupt erbracht wurde. Außerdem kann durch besondere Flyer auf Weihnachtsspecials aufmerksam gemacht werden. Findet der Gast auf seinem Zimmer in einer ansprechend gestalteten Broschüre Angebote für das hauseigene Wellnessprogramm vor, lässt er sich dadurch eher zu einer Massage verleiten. Die besondere Küche des Hauses kann in einem Kochbuch festgehalten und dieses wiederum verkauft werden.

Was kann man Gästen rund um die Veranstaltung anbieten? Beispiele für eine Hochzeit ...

Man kann Gästen anbieten, ihnen Arbeit abzunehmen. Dies kann geschehen durch das Angebot vorhandener Drucksachen. Einige Gastronomen arbeiten mit lokalen Grafikern zusammen und bieten Brautpaaren an, Drucksachen für sie herzustellen – alles aus einer Hand. Gerne genommen werden hier Aufsteller, Speisekarten und Flaggen. Dadurch lässt sich die Hochwertigkeit von Events hervorheben. Das Hochzeitspaar wird dankend zusagen, weil es sich dadurch viel Arbeit spart. Die Gastronomie kann darüber hinaus noch Upselling betreiben.

› Die Fragen stellte Andreas Türk



GAME CHANGER

EVENTSOFA MISCHT DEN MARKT DER LOCATION-PLATTFORMEN AUF

Das Online-Unternehmen eventsofa startet mit seiner Cloud basierten Softwarelösung in ein neues Zeitalter. Denn ab sofort können Location-Anbieter ihre kompletten Anfragen, Angebote und Buchungen über eventsofa managen. Damit übernimmt eventsofa zusätzlich zur Online-Vermarktung der Locations auch die Abwicklung ihres Veranstaltungsgeschäfts bis hin zur Buchung. Das Location-Team profitiert von der One-Click Solution beim Angebots-Management, einer einfachen Lead-Verwaltung, dem komfortablen Erstellen von Eventideen mittels Vorlagen, der zentralen Dokumentenverwaltung sowie einem übersichtlichen Buchungskalender mit iCal Link für Integrationen in Google Mail und Outlook. „Wir helfen

Locations bei den entscheidenden Erfolgskriterien Zeit und Content“, erklärt Stefanie Jarantowski, Geschäftsführerin von eventsofa. „Denn mit ‚eventsofa 3‘ können sie mit einem Klick Angebote erstellen, die ebenso mit einem Klick vom Veranstaltungskunden gebucht werden können. Unser Content Generator hilft Locations zudem dabei, ansprechende und nachgefragte Pakete zu schnüren und diese über automatisiertes Social Media zu verbreiten.“ Bereits in den vergangenen Jahren hatte eventsofa mit eigens kreierten Features wie FlexBoost und Adaptive Content für Aufsehen im Markt gesorgt. Mit der Cloud Lösung setzt sich das technologie-gesteuerte Unternehmen nun von gewöhnlichen Location-Plattformen ab und



Foto: eventsofa

übernimmt die Position der Nr. 1 Komplettlösung für Location-Vermarktung und Buchung. www.eventsofa.de

ABSCHAFFUNG DER STÖRERHAFTUNG BLEIBT BESTEHEN

FÜR GÄSTE AUS DEM AUSLAND UMWELTPLAKETTEN ONLINE BESTELLEN

In vielen deutschen Städten dürfen Fahrzeuge nur mit einer Umwelt-Plakette in die Innenstadt einfahren. Daraus ergeben sich zwei Strategien für Hotels. Die einen werben darmit, am Rand der Umweltzone zu liegen, wo man das Auto stehen lassen und mit den öffentlichen Verkehrsmitteln weiterfahren kann. Die anderen haben nun die Möglichkeit Green-Zones Text-Snippets einfach auf ihrer Internetseite einzubauen und den Gast über die Lage innerhalb der Umweltzone zu informieren sowie die einfache und schnelle Bestellung der Umwelt-Plakette über ein Portal anzubieten. Besonders ausländische Gäste fühlen sich besser beraten, denn sie müssen während der Reise nicht auf das Auto verzichten. Die Rezeption wird entlastet. Die Bestellung über das Portal www.umwelt-plakette.de ist einfach handzuhaben und in vielen Spra-

chen verfügbar. Bei Expressversand kommt die Plakette bereits nach zwei Tagen im Hotel an, wo der Kunde sie entgegennehmen kann.

Außerdem passen sich die Snippets extrem gut dem bestehenden Design der Webseite auch im CMS an und benötigen keine besonderen informatischen Vorkenntnisse. Was passiert, wenn Gäste ohne Plakette in eine Umweltzone einfahren? Innerhalb Deutschlands gelten Bußgelder von 80 Euro für das Befahren einer Umweltzone ohne Umweltplakette plus Bearbeitungsgeld. In der Summe ist man leicht bei mehr als 100 Euro angelangt – eine Strafe, die Hotels ihren Gästen leicht ersparen können, indem sie rechtzeitig über die Lage des Hotels und die Notwendigkeit, eine Umweltplakette zu erwerben, informieren – und auch gleich ein Angebot machen können.

Das Urteil wurde mit Spannung erwartet: Der Bundesgerichtshof hat bestätigt, dass das seit 2017 geltende Telemediengesetz, das die sogenannte Störerhaftung abgeschafft hat, Bestand haben kann. Dies ist wichtig für alle, die ihren Gästen ein offenes WLAN anbieten, weil sie dann nicht abgemahnt werden können, wenn jemand über ihr WLAN illegal Filme, Spiele oder Musik ins Netz lädt. Konkret urteilten die Richter, dass Internetnutzer, die ihr WLAN für die Allgemeinheit öffnen, künftig nicht mehr auf Unterlassung verklagt werden können, wenn jemand ihren Anschluss für illegale Uploads missbraucht. Hintergrund war ein Fall, in dem ein Computerspiel illegal im Netz verbreitet worden war. Die BGH-Richter gingen aber in ihrem Urteil über diesen konkreten Fall hinaus und bestätigten, dass die Abschaffung der Störerhaftung im Jahr 2017 mit EU-Recht vereinbar sei. Denn: Die Urheberrechte seien weiterhin geschützt, denn die geschädigten Firmen könnten den WLAN-Betreiber immer noch gerichtlich zur Sperrung bestimmter Inhalte verpflichten.

— Anzeige —

Infos und
Händler-
nachweis:
kassen-gobd.de

KASSE. KLASSE. CASIO®
Mobil • stationär • drinnen & draußen
Gastro • Back • Streetfood



TOP-SUCHBEGRIFFE, DAMIT SIE GEFUNDEN WERDEN

Immer mehr Gäste suchen im Internet nach einem Lokal zum Abendessen, für einen schnellen Kaffee oder für die Mittagspause. Das Örtliche hat analysiert, mit welchen Begriffen am häufigsten gesucht wird – und welche Keywords Gastronomen verwenden müssen, um gefunden zu werden.

Das Örtliche hat die Top-Suchbegriffe für sechs gängige Gastronomiebereiche zusammengestellt – und das auf Basis von knapp 28 Millionen Nutzern, die im vergangenen Jahr in Das Örtliche nach Unternehmen oder Dienstleistungen gesucht haben. Insgesamt steht die Suche nach Restaurants und Gaststätten auf Platz Zwei aller gewerblichen Suchen.

Bei den Suchen im Gastronomiebereich wird zudem oft auch die Mehrzahl verwendet, also nicht nur „Bar“, sondern auch „Bars“. Interessant ist darüber hinaus zu wissen, dass auch kleinere Tippfehler ihren Weg in das Ranking finden. So zum Beispiel „Pizzaria“ oder „Dömer“. Hilfreich kann außerdem ein Hinweis auf besondere Services sein, die man anbietet: so beispielsweise „Mittagstisch“, „Liefer-service“, „Sportsbar“ oder ein Verweis auf Spezialitäten wie „Burger“, „Brunch“ oder „Confiserie“.

Was kann der Gastronom konkret tun?

Keywords – auch Suchbegriffe oder Schlagwörter genannt – helfen dabei, online von den Nutzern besser gefunden zu

werden. Wer häufig gesuchte Keywords in seiner Kommunikation nutzt, kann sich folglich mehr Sichtbarkeit verschaffen. Die Suchbegriffe können an verschiedenen Stellen eingesetzt werden und dienen als eine Art digitales Schaufenster:

- ✓ **Auf der Unternehmens-Webseite:** Zum Beispiel im Bereich, der das Unternehmen beschreibt, aber auch auf Unterseiten, die verschiedene Dienstleistungen oder Produkte erläutern. Experten empfehlen, je einen Suchbegriff pro Unterseite zu wählen. Für die Startseite zum Beispiel „Bäckerei“ plus Orts- und Namensangabe.
- ✓ **In den Inseraten bei Verzeichnisdiensten:** Hier sollten die Eigenbeschreibungen und die Such-Keywords zielsicher ausgesucht werden.
- ✓ **In Werbeanzeigen:** Auch hier helfen die Toplisten dabei, die richtigen Dienstleistungs-Schwerpunkte auszuwählen und aufzunehmen.

Weitere Tipps für mehr Sichtbarkeit für kleine und mittelständische Unternehmen finden Sie auf www.dasoertliche.de/unternehmen

Top-Begriffe im Überblick

Bereich Restaurants, Pizza und Imbiss

Auf den ersten drei Plätzen:

- Q **Gaststätten**
- Q **Restaurants**
- Q **Restaurant**

Singular und Pluralformen, Kombinationen und Bezeichnungen für regionale Küchen wie „China Restaurant“ rangieren in den Top 15 der Suchbegriffe.

Bereich Cafés

Auf den vorderen Plätzen:

- Q **Cafe**
- Q **Cafés**
- Q **Eiscafe**

Fremdsprachliche Zeichen wie beim „Café“ entfallen sehr häufig. Besonderheiten wie „Brunch“ oder „Teestube“ sind ebenfalls erwähnenswert.

Bereich Bars & Kneipen

Die populärsten Suchbegriffe

- Q **Kneipen**
- Q **Bar**
- Q **Bars Lounges**

Singular- und Pluralversionen sowie Besonderheiten (z. B. eine „Sportsbar“ oder „Cocktailbar“) entfallen häufig.

GETRÄNKE

GETRÄNKE



ESPRESSO-SPEZIALITÄTEN

Der erste Espresso der Specialty Coffee Range erweitert die Produktvielfalt von Azul.

Die exklusiven Spezialitätenkaffees mit detaillierten Angaben zu Importeur, Ursprung und Varietäten schaffen Transparenz und bieten einen authentischen Genuss. Bei dem hell gerösteten Espresso Århus treten die sonst sehr präsenten Röstaromen zurück und der Espresso spiegelt die individuelle Aromenvielfalt wider. Aus den grünen Rohkaffees Costa Rica San Francisco und Ethiopia Keloo entwickelte Azul einen Blend mit cremigem Körper und einer komplexen Fruchtnote. Pfirsich und Mango treten klar hervor, hinzu kommt ein Hauch Praline. Mit dem Espresso Århus bietet Azul die Möglichkeit, die Kaffeeszene aufzumischen und auch die Option, mit einer zweiten Mühle den Gästen eine größere Angebotsvielfalt zu bieten.

www.azul.de



Foto: Azul



Foto: Alpro

JOHANNISBEERE TRIFFT MINZE

A wie Apfel bis R wie Rhabarber. Ihrem Früchte-ABC fügt die Bauer Fruchtsaft GmbH einen neuen Buchstaben hinzu: J wie Johanna kombiniert die heimische schwarze Johannisbeere mit der Leichtigkeit der Minze und bietet eine erfrischende Abwechslung auf der Getränkekarte – vegan und mit reduziertem Zuckergehalt durch die Zugabe von Stevia. Bei gewohnter Bauer-Qualität macht das neue J in der modernen Longneck-Glasflasche eine gute Figur an Bar und Gästetisch.

www.bauer-fruchtsaft.de



Foto: Bauer Fruchtsaft GmbH

DAS FRISCHE PLUS AN BASILIKUM



Foto: Blütenrein

Die rot blühende Basilikum-Sorte „African Blue“ verleiht dieser Innovation ihre Farbe: Der Sirup aus Basilikumblüten aus dem Hause Blütenrein eignet sich für kreative und fruchtige Schorlen und Mischgetränke. Aufgespritzt mit etwas Prosecco und Mineralwasser und verfeinert mit einem Schuss Gin, entsteht beispielsweise ganz einfach ein erfrischender Sommer-Drink. Akzente setzen lassen sich mit dem Sirup zudem bei Salatdressings und Saucen. Regional und nachhaltig wird das afrikanische Basilikum in Bayern angebaut und verarbeitet. Erhältlich ist der Basilikumblütensirup in der 500 ml-Glasflasche.

www.blüten-rein.de

WINTERPUNSCH MIT KARIBIKFLAIR

Aus Keo Kolala wird mit nur zwei weiteren Zutaten Kolala Winterpunsch. Er schmeckt ein bisschen wie Cuba libre – nur viel heißer! Der Kolala Winterpunsch mit Monin Sirup Rum „Caribbean“ und Limettensaft schmeckt nach Meer und sorgt für karibische Lebensfreude mitten im Winter. Für die alkoholische Variante wird der Sirup einfach durch Rum ersetzt. Ob heiß oder kalt serviert, als erfrischender Cocktail oder wärmender Punsch, Keo Kolala bringt neuen Schwung auf die Getränkekarte.

www.keo-tee.de



Foto: Azul



Heiß- und Kaltgetränke lassen sich mit dem Haferdrink kreieren: Hafer-Rote-Bete-Latte, Hafercino oder Oat-Iced-Latte sind nur drei der kreativen Rezeptideen, die Alpro gleich mitliefert.

[www.alpro.com/
for-professionals](http://www.alpro.com/for-professionals)

AROMEN UND ZUTATEN SPRECHEN FÜR SICH

Mit einer neuen Karte setzen Christian Gentemann und sein Team von der Berliner Bar „am Steinplatz“ auf maximale Klarheit. Konkret bedeutet das: Zehn neue Cocktails. Alle farblos und klar. Alle im gleichen Glas serviert.



„Wir verstehen das nicht als Statement für einen neuen Purismus. Es ist vielmehr ein Spiel, bei dem wir das gewohnte Zusammenwirken der Sinne durcheinanderbringen. Der visuelle Eindruck gibt keinen Hinweis mehr darauf, was den Gast erwartet. Dadurch bekommen Geruchs- und Geschmackssinn mehr Raum und Autonomie“, verrät Christian Gentemann.

Alle 10 Drinks sind wie eine Art Aromenrad auf der Bar-Karte abgebildet, die in A3 Größe auf den Tischen ausliegt. Ebenso unprätentiös wie ihr Auftritt sind auch die Beschreibungen der Cocktails, die konzenterweise keinen Namen tragen: „Jasminblüte - Bergamotte - Shiso - TEQUILA“ oder „Rote Beete - Ananas - Minze - DOPPELWACHHOLDER“. Kombinationen, die unser Vorstellungsvermögen herausfordern und neugierig machen.

Im Zuge der neuen Drinks wurde auch das Barfood-Menü überarbeitet. Feiner italieni-

nischer Schinken, Käse-Variationen von Blomeyer, Jahrgangssardinen, knusprige Aubergine mit geräuchertem Joghurt und Pecannüssen sowie gebackene Chicken

Wings bilden das kulinarische Angebot der zur „Hotelbar des Jahres 2017 und 2018“ ausgezeichneten Bar am Steinplatz.

www.barsteinplatz.com

GEWÜRZ-TIPP

COCKTAIL TRIFFT KRÄUTERGARTEN

Erdig-krautige Geschmacksnoten sind im Trend und bereichern die Cocktailwelt. Die passenden Gewürze für spannende Kreationen im Cocktaillglas bietet Gewürzspezialist Ubena. So eignet sich beispielsweise Ubena Kardamom, süßlich-scharf und rauchig im Geschmack, für einen „Orange Cardamom“ mit dunklem Rum und frisch gepresstem Orangensaft. Für einen klassischen „Bloody Mary“ mit Wodka und Tomatensaft empfiehlt sich das Ubena Selleriesalz als natürlicher Geschmacksverstärker.

www.ubena.de



Fotos: Bild: Foodservice GmbH

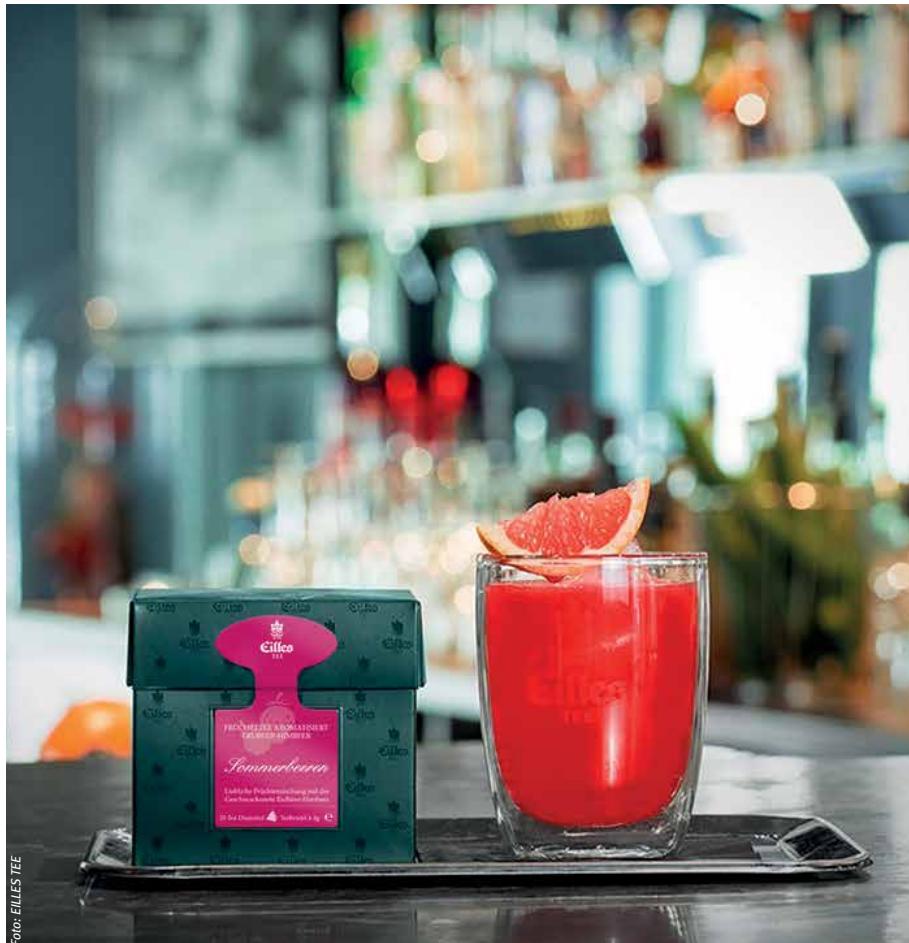


Foto: EILLES TEE

COCKTEA - MEXICAN SEA SALT

- ✓ 40 ml Tequila
- ✓ 10 ml frischer Limettensaft
- ✓ 200 ml Grapefruitlimonade
- ✓ EILLES TEE Tea Diamond® Sommerbeeren
- ✓ Eiswürfel
- ✓ eine Messerspitze Sea Salt
- ✓ Grapefruitkeil

Den Tequila in ein EILLES TEE-Doppelwandglas füllen und den EILLES TEE Tea Diamond® Sommerbeeren mindestens zwei Minuten ziehen lassen. Den frischen Limettensaft und die Grapefruitlimonade hinzugeben. Dann mit Eiswürfeln auffüllen, eine kleine Prise Meersalz auf dem Drink verteilen und mit dem Grapefruitkeil servieren. Weitere spannende Rezepte unter: www.darboven.com

BALIS SPRITZ

- ✓ 0,1 l Prosecco, Eis
- ✓ 1/2 Flasche BALIS
- ✓ Basilikum
- ✓ Lime

Erfrischend und nicht zu süß eignet sich der Drink mit der Basilikum-Ingwer-Limonade Balis besonders gut als Aperitif.

www.balis-drinks.com



Foto: BALIS



Foto: Offizielle Tee Gesellschaft

CHAI „SLUSH“ ALKOHOLFREI

- ✓ 1 Pyramidensachet Meßmer ProfiLine Chai „1001“
- ✓ ca. 15 Eiswürfel (= ca. 250 g)
- ✓ 3 TL Zucker
- ✓ 1 Zweig frische Minze
- ✓ 2 cl Lime Juice
- ✓ 1 Limettenscheibe

Pyramidensachet mit ca. 80 ml sprudelnd kochendem Wasser aufbrühen. Mind. 3 Minuten ziehen lassen, Sachet entnehmen und mit etwas Zucker süßen. Den Aufguss mit Lime Juice und Eiswürfeln in einen Blender (Bar-Mixer) geben und alles zusammen aufmixen, bis ein halbfroenes Getränk entsteht. Chai „SLUSH“ mit Minze und Limettenscheibe garnieren. www.profiline.org



WINTERLICHE EIS-NEUHEITEN

Zur Saison Herbst/Winter bringt Carte D'Or zwei leckere Eis-Neuheiten auf den Markt, die perfekt zur kalten Jahreszeit passen. Die Sorte Carte D'Or Pekannuss (2,4 l) enthält karamellisierte Nussstückchen, eingebettet in sahnige Eiscreme. Die außergewöhnliche Nuss stammt aus den USA und ist dort sehr beliebt. Sie schmeckt aromatischer und süßer, als die mit ihr verwandte Walnuss. Das zweite Highlight, die Sorte Carte D'Or Crème Brûlée (2,4 l), erinnert an das bekannte Dessert aus Frankreich. Hier trifft leckerer Crème Brûlée-Geschmack auf die typischen karamellisierten Zuckerstückchen, sodass sich im Handumdrehen eine winterliche Nachspeise in der Profi-Küche kreieren lässt.



Foto: Langnese Business

www.langnese-business.de

CREMIG-FRUCHTIGE SÜSSSPEISE

Von Debic gibt es eine neue und raffinierte Dessert-Komposition für die Profi-Küche: Eine cremig-fruchtige Fraîche-Variante, die anspruchsvolle Gäste sowohl geschmacklich als auch optisch überzeugt. Bei der Zubereitung der köstlichen Süßspeise kommen die Debic Dessert-Basis Panna Cotta sowie die Debic Schlagsahne 32 % zum Einsatz. Die Vorteile für Profi-Anwender liegen auf der Hand: beide Produkte haben einen frischen Geschmack und eine hohe, gleichbleibende Qualität. Die Panna Cotta schmeckt zudem wie hausgemacht und ist in nur vier Schritten servierfähig. Auf dieser Grundlage entsteht ein gelingsicheres Dessert, das sich gut vorbereiten lässt und sich daher besonders gut für große Dessert-Buffets eignet.



Foto: Debic

www.debic.com

FEINE ROULADEN IN SAUCE



Foto: Karl Kemper

Hochwertig und schnell serviert – Karl Kemper bereichert das Herbst-Angebot mit der Produktlinie „Fix & Fertig in Sauce“: Saftige Rouladen in abgestimmter Sauce. Ob klassisch nach Hausfrauen Art oder mit Putenbrustfüllung profitieren Profi-Köche immer von höchster Gelingsicherheit bei einfacher Zubereitung. Die Rouladen, die auf dem Teller wie selbstgemacht aussehen, können direkt in der mitgelieferten, hitzebeständigen PET-Schale zubereitet werden und sind hierdurch ohne hohen Arbeitsaufwand servierfähig. Auf seiner Webseite bietet Karl Kemper Gastronomen eine

Auswahl an Rezeptideen für die feinen Rouladen: www.karl-kemper.de



Foto: Edna

HERZHAFTE LECKEREIEN

Die herzhaften Ideen von Edna können ganz nach Bedarf aufgetaut und gebacken werden und sind deswegen optimal für Bereiche der Gastronomie geeignet, in denen sich der Kundenandrang nur schwer vorher sagen lässt. Dazu gehört auch der Flammkuchen-Klassiker „Original Elsässer Art“. Der krosse Boden ist mit würzigem Speck, Zwiebeln und einer fein abgestimmten Schmand Creme belegt. In Kombination mit einem frischen Salat stellt der Flammkuchen eine leckere Hauptspeise auf jeder Speisekarte dar.

www.edna.de

KÜRBIS TRIFFT LASAGNE

Kürbis im Herbst ist ein echter Klassiker! Das beweist auch die leckere Lasagne von Dr. Oetker Professionals. Sie ist vorportioniert und macht somit nur wenig Arbeit in der Küche. Sie besteht aus typisch italienischen Nudelplatten, die auf eine herbstliche Kürbisfüllung treffen. Nach dem Erwärmen hat sie eine Warmstandzeit von bis zu 120 Minuten ohne Geschmacks- und Qualitätsverlust. Nach einer Ruhezeit von 10 Minuten lässt sich die Lasagne einfach portionieren und kann direkt serviert werden. Eine praktische Ergänzung für die Profi-Küche im Herbst!

www.oetker-professional.de



Foto: Dr. Oetker Professionals

FOOD-TRENDS VERSUS GASTRO-TRADITION

Eine schnelllebige, an immer neuen Innovationen reiche Branche einerseits, wirtschaftliche Stringenz und professionelle, linientreue Kochkunst auf der anderen Seite. Von (vermeintlichen) Food-Trends und ertragreicher Erfolgsgeschichte in der Gastronomie.

Cold Brew Coffee, bunt gefärbte Smoothies und Insektsnacks: Fast täglich bringt die Branche neue, trendverdächtige Innovationen hervor – von gewitzt und pfiffig bis hin zu kulinarischen Merkwürdigkeiten, die der ein oder andere Koch in der heimischen Küche als abstrusen Scherz abtun dürfte. Und spätestens seit die Food-Blogger dieser Welt ihre Neuentdeckungen auf dem Teller dokumentieren und der neueste Snack aus New York Minuten später auch hierzulande über Social Media Kanäle publik wird, scheint sich die Kreativität, die in professionellen Küchen zu leisten ist und den Gast zufriedenstellt, geradezu zu überschlagen.

Doch so schnelllebig und wandelbar die Gastronomieszene auch manchmal wirken mag, so zeigt sich darin auch ihr großes Potenzial, ihre Innovationskraft, die dem Gastronomen ständig neue Möglichkeiten bietet, seinen Betrieb profitabler zu machen. Vielleicht also muss die Betonung bei Food-Trends auf dem sich dazu zu denkenden Verdacht liegen. So eröffnet sich dem Gastronomen auf der Suche nach erfolgsversprechenden Neuheiten ein breites, „trendverdächtiges“ Portfolio, über dessen Trendpotenzial er aber letztlich ganz alleine entscheiden kann und muss.

Denn was als Trend im eigenen Betrieb gesetzt ist, entscheidet nur der Gastronom als Branchenkenner selbst und in Abstimmung auf die Ansprüche seines individuellen Gästestammes. Auf die Meinung von hippen, aber vielleicht nicht immer branchennahen Food-Bloggern oder Szenekneipen der nächsten Großstadt sollte nicht zu sehr vertraut werden. Selber testen und kalkulieren ist und bleibt die höchste Devise, wobei besonders Großmärkte wie beispielsweise der Handelshof mit einem großen Angebot nah am Puls der Gastroszene inspirieren und helfen können.

Trends müssen kompatibel sein

Serviert der Kellner die Speise am Tisch, so ist die erste Handlung des Gastes oftmals der Griff zum Smartphone. Kreationen werden

fotografiert und in sozialen Netzwerken geteilt. Das ist längst zum normalen Bild geworden und zeigt: die Gäste wollen begeistert werden.

Doch neue Produkte müssen Anforderungen erfüllen, die über die Begeisterung beim Gast hinausgehen. Denn der Aufwand in der Zubereitung sowie die Warenkalkulation sind ebenbürtige Faktoren, um mit einem in die Speisekarte aufgenommenen Food-Trend umsatzstarke Erfolge einzufahren. Arbeitsab-

läufe und das eigene Konzept dürfen also nicht außer Acht gelassen werden. Wer kein zu großes Risiko eingehen möchte, der braucht sich aber dennoch nicht scheuen, neues auszuprobieren. Zu bedenken bleibt eben bei Food-Produkten beispielsweise der Convenience-Grad und die Haltbarkeit, bei einem neuen Szenegetränk beispielsweise der Einkaufspreis und die Gewinnspanne. Deckt sich der Food-Trend mit dem eigenen Konzept, so können Gastronomen durchaus ►

— Anzeige —

FÜR
GEMÜSE GAUMEN-
FREUDEN

FUCHS
PROFESSIONAL

WÜRZT DAS

Gemüse
Gewürzsalz

QUALITÄT & GENÜSS

20 GRAMM PRO KG

Fuchs Würzt Das gibt es auch für
Fisch | Geflügel | Gemüse | Lamm
Rind | Schwein | Wild

www.fuchsgruppe.com/foodservice

mutig vorangehen und den Gast auf kulinarische Entdeckungsreisen einladen. Das nächste Bild kann schnell geschossen sein und positive Bewertungen bringen.

Vom Verdacht zum Trend: Bowls und Co.

Viele Food-Trends scheinen für den eigenen Betrieb zunächst nur schwer realisierbar, auch wenn die Idee gefällt. Doch niemand schreibt vor, dass sie genau so übernommen werden müssen. Es dürfen auch Eigenkreationen sein, die an einen kursierenden Trend angelehnt sind und so vielleicht sogar viel besser in das eigene Konzept passen. Außerdem ist nicht erst Trend, was mit Insektenprotein und Co. angereichert ist: Bowls mit Früchten beispielsweise können sich durchsetzen, folgen dem Trend der bewussteren Ernährung und sind in der Zubereitung einfach. Wer einen Schritt weiter geht und den Trends Bowls für sich interpretiert, kann auch mit herzhaften Zutaten arbeiten. Oder man nehme das ausgedehnte Frühstück, das sich zum Trend für den ganzen Tag entwickelt. Auch Regionalität, Vegetarisches und Veganer sind mittlerweile mehr als ein Trendverdacht, der aber genügend Raum für Eigeninterpretationen lässt.

Food-Trend bedeutet also auch: Es muss nicht immer zu speziell oder aufwendig sein. Außerdem müssen Trends nicht 1 zu 1 übernommen werden. Im Gegenteil, viele Ideen lassen sich auf die eigenen Anforderungen und Gästebedürfnisse anpassen. Und nur dann werden sie von andauerndem Erfolg gekrönt sein.

> Ronja Plantenga

SO PROFITIEREN SIE VON NEUEN TRENDS

- ✓ Ganz neue Trends sind mit Vorsicht zu behandeln. Im Gegensatz zu neuen Waren, die in großen Mengen zu bestellen sind, aber vielleicht nicht auf die gewünschte Akzeptanz beim Guest stoßen, bieten Produkte, die im näheren Umfeld schon auf gute Resonanz gestoßen sind, man nehme beispielsweise die mittlerweile etablierte Süßkartoffel, eine wahrscheinlichere Erfolgsquote.
- ✓ Immer auf die eigene Branchenkenntnis und Erfahrungswerte unter den Kollegen vertrauen. Denn längst nicht jeder als Trend des Jahres betitelte Hype hält, was er verspricht.
- ✓ Eine gute Adresse, um neue Trends mit großen Erfolgschancen aufzuspüren, sind die Großmärkte für die Branche. Hier bietet sich oftmals ein breites, aktuelles und kalkulationssicheres Angebot.
- ✓ Qualität statt Quantität. Neues auf der Speisekarte hält die Gäste neugierig, aber überfordern sollten Gastronomen weder die Gäste noch die eigenen Betriebsabläufe.
- ✓ Kommen neue Trend-Produkte in die engere Auswahl, so gilt es, diese auf Wirtschaftlichkeit und Umsetzungsmöglichkeit im eigenen Betrieb zu prüfen. Denn das modernste Szenegetränk nutzt nichts, wenn es in Sachen Aufwand und Kalkulation durchfällt.

www.handelshof.de

AROMATISCHER PFEFFER IM EXPERTENTEST

Die Profitester haben eine aromatische Gewürzmischung getestet und geben ihre Bewertungen nun an Branchenkollegen weiter. Dabei im Fokus: Geschmack und Qualität der feinen Inhaltsstoffe.



DER PROFIESTER

Stimmen von Experten für Experten:

Lebensbaum



» Sehr hochwertiges Produkt mit besonderer Note «

» Guter Geruch und feiner Geschmack «

» Sehr aromatisches Geschmackserlebnis «

Alle getesteten Produkte finden Sie auf www.derprofitester.de/testergebnisse/

Keine Küche kommt ohne guten Pfeffer aus. Dass Pfeffer aber nicht gleich Pfeffer ist, beweist die Gewürzmischung Pfeffer-Orange von Lebensbaum. Sie enthält schwarzen Pfeffer, Orange, Paprika und Ingwer aus ökologischem Anbau. Die ausgewogene Kombination zahlt sich nach Meinung unserer Profitester aus: Sie sind überzeugt von der innovativen Kombination aus Schärfe und Süße. Ein Profitester meint: „Sehr guter Geschmack, ausgewogenes Verhältnis zwischen Pfeffer und Orange“. Diese Kombination wird als ausgesprochen angenehm und frisch empfunden, sodass sie jedem Gericht eine besondere Note verleiht. Auch die sorgfältig ausgewählten Inhaltsstoffe haben unsere Experten

überzeugt: „Sehr hochwertiges Produkt mit besonderer Note“. Der feine Geschmack und der gute Geruch der Gewürzmischung machen das Produkt zu einer echten Bereicherung für jede Küche.

Fazit: Diese Gewürzmischung überzeugt im Vergleich mit ihrer besonderen und angenehmen Geschmacksnote. Sie ist somit besonders reizvoll für Profiköche, die ihren Gerichten eine fruchtige und zugleich Scharfe Note verleihen möchten. Zusammengefasst: „für ein Extra an Geschmack“.

www.lebensbaum.com



Foto: Lebensbaum



Foto: Golßener Foodservice

PRODUKT-TIPPS FÜR DIE PROFI-KÜCHE

Convenience und Kreativität vereint. Eine kulinarische Auswahl an flexiblen Produkten für die Herbstkarte:

Salate und Snacks

Die Golßener und mago Vertriebs oHG präsentiert die neue Marke „Golßener Foodservice“. Mit einem Sortiment bestehend aus zahlreichen klassischen Feinkostsalaten, Fleisch- und Wurstwaren sowie Suppen, Saucen und Schmalzprodukten bietet Golßener Foodservice ein Allround-Angebot für schnell zubereitete, hochwertige Speisen und Snacks. Besonders für den Bereich Foodservice wurden neue, innovative Konzeptsalate entwickelt. Diese greifen Trends wie Bowls, Hot Dog und Snacks auf und können teilweise sogar warm oder kalt zubereitet werden. Bei der Entwicklung stand der Geschmack im Vordergrund, sodass nur die besten Kräuter, das frischeste Obst und Gemüse sowie hochwertige Fleisch- und Fischzutaten den Weg in das fertige Produkt gefunden haben. Auch an die Vegetarier wurde gedacht. Der besondere Clou dieser Salate ist, dass in kürzester Zeit und mit maximal zwei weiteren Komponenten eine vollwertige Mahlzeit oder Snack zubereitet werden kann.

www.golssener-foodservice.de

Herbstgenuss mit Kürbis

Zur dritten Jahreszeit widmet sich die Frische-Manufaktur Sander Gourmet saisonalen Produkten rund um Kürbis, Wild und Co. Besonders der Kürbis ist in Sachen Vielfalt kaum zu übertreffen und ist gerade wegen seiner zahlreichen Zubereitungsmöglichkeiten so beliebt. Von der Vorspeise über Hauptkomponenten bis hin zu Desserts hat der Kürbis bei Sander jede Menge zu bieten. Neuheiten wie ein fein abgeschmecktes ‚Kürbis-Paprika-Gemüse‘, saftige ‚Putenmedaillons in Kürbis-Honigsauce‘, eine cremige ‚Kürbis-Tarte‘ oder ein raffiniertes ‚Kürbis-Linsen-Curry‘ sorgen für kulinarische Herbst-Genüsse. Neben vielen inspirierenden Neuheiten bietet Sander mit exakten Grammaturen und Einkaufspreisen für Gastronomen eine hohe Kalkulationssicherheit.

www.sander-gruppe.com



Kreatives Bowl Food

Bowl Food liegt nicht nur im Trend, sondern ist zudem vielseitig und schnell zubereitet. Mit den Kartoffel- und Gemüse-Spezialitäten von Schne-frost und Avita bleiben Gastronomen flexibel und können im Handumdrehen auch für Vegetarier und Veganer ein buntes Menü in der Schüssel zusammenstellen. So bieten beispielsweise die Schne-frost Süßkartoffel-Gnocchi für Kom-

bidämpfer, Pfanne oder Kochtopf die Basis für eine kartoffelig-herzhafte Bowl. Die Rezeptidee: In Kombination mit Pilzen der Saison, Spinat, grünem Spargel, Granatapfelkernen und Sesam zaubert das Küchenteam in wenigen Minuten eine wahre Sweet Potato Genießer-Bowl für Gnocchi-Fans. Zahlreiche Tiefkühl Kartoffel- und Gemüse-Spezialitäten von Schne-frost und Avita finden Gastronomen unter:

www.schne-frost.de



TECHNIK

REIBUNGSLOSE ARBEITSABLÄUFE MIT DEM NEUEN TORK REFLEX™ SPENDER

Um die hohen Hygienestandards in der Profi-Küche auch unter Zeitdruck einhalten zu können, ist ein leichter Zugang zu Wisch- und Reinigungsprodukten unabdingbar.



Foto: Tork

Der Reflex™ Innenabrollungsspender von Tork integriert die konsequente Hygiene in den Küchenalltag. Das neue drehbare Endstück ermöglicht eine leichte Papierentnahme aus jedem Winkel mit nur einer Hand. Eine praktische Anzeige zeigt den Füllstand an, sodass das Papier nie im falschen Moment ausgeht. Damit auch unter Zeitdruck eine reibungslose Einhaltung der Hygienestandards gelingt.

www.tork.de



Foto: Reisetourismus Gräflich

GERUCHLOSES GRILLEN

Mit dem GRILLOMAX kommt eine innovative und bisher einzigartige Lösung für Gastronomie-, Gaststätten- und Hotelgewerbe. Die Kombination aus Grill und Heißluftgebläse ist ideal für die Zubereitung von Grillgut und Pommes. Er kann problemlos ohne Gewerbeküche genutzt werden und dank der speziell entwickelten Technologie bilden sich bei der Nutzung kaum Gerüche. Vordefinierte Grillprogramme machen es dem Gastronomen besonders leicht, mit dem GRILLOMAX zu arbeiten und auch die Reinigung ist dank der Easy2Clean-Oberfläche schnell erledigt.

www.grillomax.de

TERRASSENHEIZUNG FÜR DIE AUSSENGASTRONOMIE

Die neue Terrassenheizung „lunaSchwank“ ist speziell für anspruchsvolle Terrassen- und Gastronomiekonzepte designt und erfüllt alle gastronomischen Bedürfnisse hinsichtlich Optik, Qualität und Wirtschaftlichkeit. Die Wärmeleistung ist regulierbar und kann jederzeit an das tatsächliche Wärmebedürfnis angepasst werden. Durch

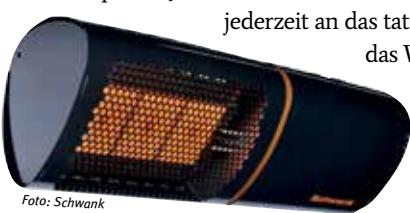


Foto: Schwank

das WindSecure System kann er auch bei Wind einwandfrei genutzt werden. Für die Nutzung unter Markisen kann eine Hitze- und Wetterschutzhülle erworben werden. Das ideale Gerät, um die Außengastronomie auch bei kühleren Temperaturen für Gäste attraktiv zu machen.

www.schwank.de

SPRITZFREIES HÄNDEWASCHEN

Die hochwertige Automatikarmatur von Toto wurde speziell für die Luxushotellerie und -gastronomie entworfen. Das Wasser fließt in einzelnen, weichen Strahlen aus dem schwungvollen Auslauf und verhindert so ein Spritzen des Wassers. Dieser Soft Flow entsteht durch einen feinmaschigen Netzfilter, der in die Armatur eingebaut wurde. Dies hat auch einen

ökonomischen Vorteil, da das Wasser punktgenau und nur so lange wie benötigt fließt. Automatikarmaturen gehören gerade in öffentlichen Räumen der Hotellerie und Gastronomie zum gehobenen Standard, was die Hygiene betrifft. Und auch Gäste mögen es, wenn Sie möglichst wenig berühren müssen.

www.de.toto.com



MIT INTELLIGENTER KÜCHENTECHNIK ZEIT UND GELD SPAREN

Die Digitalisierung hat die Küche längst erreicht: Intelligente Geräte entlasten durch praktische Funktionen die Mitarbeiter und vereinfachen die Küchenabläufe. So bleibt mehr Zeit für den Gast und den Spaß am Kochen.

Smarte Zubereitung

Mit intelligenten Helfern gelingen leckere Speisen aus besten Zutaten in kürzester Zeit. Sie übernehmen aufwendige Arbeiten, wodurch Personal und somit auch Kosten gespart werden können. Natürlich profitiert auch der Gast: Die Wartezeiten im Restaurant verkürzen sich und er erhält schneller seine Bestellung. Besonders Küchenmaschinen, die voreingestellte Programme für die Zubereitung von Speisen haben, sind in dem oftmals stressigen Küchenalltag hilfreich. Auf einem Display wird genau angezeigt, welche Zutaten in welcher Menge für ein bestimmtes Gericht hinzugefügt werden müssen. Die Maschine bereitet die Speise in kurzer Zeit zu, ohne dass der Koch umrühren oder aufpassen muss, dass etwas anbrennt.

Das Lager im Blick

Auch in punkto Lager können intelligente Küchengeräte eine große Hilfe sein. Smarte Kühlschränke erinnern den Koch, wann ein Produkt abläuft. Eine eingebaute Kamera ermöglicht auch von unterwegs aus einen

Blick in den Kühlschrank. So kann sogar während des Einkaufs nachgeschaut werden, ob ein Produkt noch in ausreichender Menge vorhanden ist. Ein großes Lager kann ebenfalls mit digitaler Hilfe, beispielsweise mit einer App, immer im Blick gehalten werden. So lassen sich Bestände und die Temperatur im Lager überprüfen. Übrigens: Einige Apps beinhalten integrierte Kochbücher, die auf Grundlage der Artikel im Lager passende Rezepte vorschlagen.

Vernetzte Geräte

Wenn Ofen, Kombidämpfer und die Küchenmaschine vernetzt und jederzeit über eine App gesteuert werden können, wird es besonders effizient. Der Koch kann jederzeit auf einem zentralen Bildschirm einsehen, wie lange die Speisen noch brauchen und kann besser planen, wann alle Komponenten eines Gerichtes fertig sein werden. In vielen Apps können beispielsweise auch Rezepte oder Zubereitungsarten hinterlegt werden, sodass auch eine Aushilfe weiß, wie er die jeweiligen Gerichte zubereiten muss. ➤ mp



Foto: HOBBART

Tipp:

Viele Apps und Softwares bieten auch ein Tool für eine bessere und übersichtlichere Kalkulation an. Auf Grundlage des vorherigen Verbrauchs wird der tatsächliche Verbrauch gemessen. So lassen sich Geld und Ressourcen sparen.

— Anzeige —



FEIERN SIE MIT!

JUBILÄUMS- GEWINNSPIEL

Jetzt einkaufen und mitjubeln!*

→ www.gastro-hero.de ☎ 0231 177 263 69

*Teilnahme vom 01.10. - 26.10.2018. Weitere Informationen und Teilnahmebedingungen finden Sie unter www.gastro-hero.de/gewinnspiel



HOCHWERTIGE HELFER FÜR DIE PROFI-KÜCHE

Geräte, die das Kochen erleichtern, gibt es viele. Dass diese auch in punkto Optik und Hygiene ein Highlight sein können, beweisen die aktuellen Neuheiten.

INTELLIGENTES BACKEN, GAREN UND MEHR

Foto: rational-einbauküchen GmbH



Ein zuverlässiger und intelligenter Helfer für die Profi-Küche stellt das SelfCookingCenter von Rational dar. Das platzsparende Gerät benötigt nur ca. 1 m² Fläche und überzeugt mit seinen vielen Funktionen: Grillen, Braten, Backen, Dämpfen, Dünsten, Blanchieren und vieles mehr. So gut wie alle Lebensmittel können mit diesem zuverlässigen Helfer verarbeitet werden – unabhängig davon, ob es 30 oder 1000 Speisen werden sollen. Das Küchenteam wird somit stark entlastet und hat Zeit, sich um andere Dinge zu kümmern. Durch das Gerät wird jederzeit eine hervorragende Speisenqualität garantiert, was Gäste und Gastronomen

erfreuen wird. Auch die Bedienung des Gerätes ist sorgfältig konzipiert worden: Über einen großen Bildschirm wird das gewünschte Programm komfortabel eingestellt. So kann auch ungelerntes Personal in kürzester Zeit die Maschine bedienen. Durch die intelligente Reinigungsfunktion Efficient CareControl des Gerätes wird zusätzlich Zeit gespart: Das Gerät reinigt und entkalkt sich automatisch. Je nach Grad der Verschmutzung wird die benötigte Reinigungsstufe ermittelt, sodass die Menge an Reiniger und Entkalker jederzeit an den tatsächlichen Bedarf angepasst ist – so werden Ressourcen gespart. www.rational-online.com

Foto: © nubiumim | iStockphoto.com

HANDLICHER ALLESKÖNNER

Küchenmaschinen sind durch ihre zahlreichen Einsatzmöglichkeiten eine echte Hilfe in der Küche. Sie sind besonders für die Vorbereitung von vollen Abenden oder Events Gold wert. So auch die Krefft Küchenmaschine KU 3-1 eco2. Ob Fleisch, Gemüse, Teig, Obst, Wurst, Käse oder Nüsse – dank der vielen verschiedenen Aufsätze können mit der Maschine eine Vielzahl unterschiedlicher Lebensmittel frisch verarbeitet werden. Dank ihres hochmodernen Antriebs zeichnet sie sich vor allem durch ihre große Leistungsstärke aus. Das Besondere dabei: Sie verbraucht nur halb so viel Energie wie das Vorgängermodell.

Die Krefft Küchenmaschine KU 3-1 eco2 wird über ein praktisches Digitaldisplay bedient, das seitlich an der Maschine angebracht ist. Es ermöglicht eine komfortable und bequeme Steuerung per Fingertipp. Ein weiteres Plus ist die überarbeitete Sicherheitsabschaltung. Sämtliche Vorsteckteile wurden an diese angepasst – ältere Modelle können einfach nachgerüstet werden. Ein extra angebrachter Not-Ausschlagschalter sorgt für zusätzliche Sicherheit bei der Bedienung. Das Modell arbeitet zudem geräuscharm und ist mit einem spritzwassergeschützten Edelstahl-Gehäuse ausgestattet. www.krefft.de



Foto: Krefft Großküchentechnik GmbH



HYGIENISCHE LÖSUNG FÜR DIE THEKE

Eine hygienische und schicke Lösung für die Theke bieten die Palux Ecoline Thekenmöbel. Sie überzeugen besonders durch ihre hervorragende Qualität: Sie sind aus robustem Chrom-Nickel-Stahl gefertigt, mit glatten Außenwänden und aufgesetzten Fronten versehen. Durch die vollständig verschweißten Abdeckungen sind die Ecoline Thekenmöbel außerdem gut zu reinigen. Zu den Theken gehört auch eine große Auswahl an Zubehör. Diese umfasst beispielsweise Elemente und Kühlungen für sämtliche Flascheneinteilungen und Fässer. Zudem können Eiswürfelbereiter oder Cocktailstationen mit Kühlunterbau erworben werden, die die Arbeit hinter der Theke erleichtern.

www.palux.de

— Anzeige —

EDLER KOMBIDÄMPFER IM MINIFORMAT

Kombidämpfer sind Allrounder für den Küchenalltag: Speisen können schonend und in kürzester Zeit zubereitet werden. Der Convootherm mini black vereint nun praktische Funktionen mit einer schicken Optik. Das schwarze, matte Gerät ist mit einer gleichfarbigen Bedienblende und einem extra großen Sichtfenster ausgestattet. Die kleine Standfläche macht das Gerät auch bestens für den Einsatz in weniger geräumigen Küchen geeignet. Durch das schicke Design kann das Gerät auch gut im Thekenbereich platziert werden. Es eignet sich besonders für die Zubereitung von Backwaren. Durch festgelegte Zubereitungsprogramme werden jederzeit hervorragende Ergebnisse erzielt. Zubereitet werden können vorgegarte, tiefgefrorene und vorgebackene Produkte.

www.convootherm.com



Foto: Convootherm Elektrogeräte GmbH



IHR SPEZIALIST FÜR LEBENSMITTELKÜHLUNG SEIT ÜBER 40 JAHREN

Mit den einzigen
HACCP-zertifizierten
Kühlzellen für höchste
Lebensmittelsicherheit





SPÜLEN LEICHT GEMACHT

Schneller, bunter und smarter – wie mit einer cleveren Spülmaschine die Mitarbeiter entlastet werden können. Intelligente Technik für das professionelle Tagesgeschäft.

Schnell spülen mit Miele

Für den Einsatz in Cafés, Bistros und kleineren Betrieben ist das neue Modell hiSPEED von Miele konzipiert. Das Gerät punktet mit einer extrem kurzen Laufzeit ab fünf Minuten und einer hohen Spülleistung. Laut Hersteller kann die Maschine für bis zu 40 Chargen täglich eingesetzt werden. Bis zu 360 Teller stündlich können in den flexiblen Standard-Unterkörben gereinigt werden. Durch hohe Nachspültemperaturen von bis zu bis 70° C findet eine hygienische Reinigung von Geschirr und Besteck statt. Das genaue Programm kann komfortabel per Touch-Bedienung aus 13 vorhandenen ausgewählt und eingestellt werden. Auch Salz und flüssige Reinigungsmittel können bequem in das patentierte Salzgefäß in der Tür eingefüllt werden.

www.miele.de

Foto: Miele & Cie. KG



Foto: Meiko Maschinenbau GmbH & Co. KG

Haubenspülmaschine M-iClean H von Meiko

Die M-iClean H von Meiko spült nicht nur schnell und wirtschaftlich sondern auch ergonomisch. Kurze Spülzeiten treffen auf 22 % weniger Energieverbrauch. Die Haube lässt sich durch sanftes Antippen leicht öffnen und schließen. Es wird keinerlei Kraft benötigt, um die stabile Haube zu bewegen. Beschwerliches Be- und Entladen entfällt somit ebenso wie anstrengendes Bücken und Beugen.

www.meiko.de

Smarte Spülmaschinenübersicht von Hobart

Mit der Hobart App Washsmart hat der Gastronom seine Gläser- und Geschirrspülmaschinen stets im Blick. Über die App erhält er umfassende Informationen zu seinem Gerät. Dazu zählen beispielsweise die Termine für Wartungen, an die über die App erinnert wird. Auch die aktuellen Chemieverbräuche werden in der App aufgeführt und übersichtlich dargestellt. Diese Daten sollen helfen, die Maschine effektiver zu nutzen und Stillstände zu vermeiden. Außerdem können über die App auch Verbrauchsmittel nachbestellt und Anleitungen für die Behebung kleiner Probleme eingesehen werden.

www.hobart.de

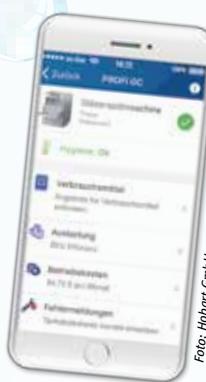


Foto: Hobart GmbH

Bunt spülen mit Smeg

Der Smeg Foodservice setzt bei Gewerbespülmaschinen innovative Akzente. Die neuen, farbigen Gläser- und Geschirrspülmaschinen geben einer offenen Küche oder einem Barbereich einen farbigen Hingucker. Ihre Fronten sind pulverbeschichtet und hochwertig verarbeitet – sie werten somit das Ambiente eines jeden gastronomischen Betriebs auf. Auch die Funktionalität kommt nicht zu kurz: Die Geräte wurden im Smeg eigenen Entwicklungcenter konzipiert und sind identisch zu den Edelstahlmaschinen. Langlebigkeit und ein hoher Bedienkomfort stehen dabei an erster Stelle.

www.smegfoodservice.com/de



Foto: Smeg Foodservice

PALUX

Die große Freiheit.

LEISTUNGSSTARKE SPÜLLÖSUNGEN

Wo viele Speisen von der Küche an den Gästetisch gehen, da ist klar: Spülen ist Expertensache. Gastgewerbe-Magazin im Gespräch mit Jörg Forderer, Schulungsleiter der Winterhalter Deutschland GmbH, zu Spüllösungen mit Konzept.

Gastgewerbe-Magazin: Intelligentes Spülen – was bedeutet das für eine Profi-Küche?

Jörg Forderer: Intelligentes Spülen beginnt bei der Planung der Maschine. Wichtige Fragen in diesem Zusammenhang sind: Was soll gespült werden? Wie viel muss gespült werden? Wann fällt das Spülgut an? Wie sind die Platzverhältnisse etc. Unsere Fachberater können hier sehr detaillierte Hilfestellung geben, um am Ende das beste Spülsystem aus Maschine, Reinigungschemie und eventueller Wasseraufbereitung für den Kunden herauszufinden. Wir empfehlen immer eine Systemlösung, also Maschine, Reiniger und Wasseraufbereitung aus einer Hand, denn dann ist der Hersteller für das perfekte Spülergebnis verantwortlich.

Je nach Typ und Größe haben die Maschinen unterschiedliche Funktionen und Ausstattungsmerkmale, die die Wirtschaftlichkeit, Bedienfreundlichkeit und auch die Geschwindigkeit erhöhen. Ich denke zum Beispiel an die Spüldruckanpassung VarioPower, die dafür sorgt, dass der Spüldruck exakt an den jeweiligen Verschmutzungsgrad des Spülguts angepasst wird. Oder die Umluftwärmerückgewinnung Energy, die den Energieverbrauch und damit die Betriebskosten senkt. Um nur zwei Beispiele zu nennen.

Besonders in Hotels müssen unterschiedliche Spülgüter und unregelmäßige Spülzeiten in kurzer Zeit bewältigt werden, ohne in Sachen Hygiene und Sauberkeit Abstriche zu machen. Welche Maschine empfehlen Sie in solchen Fällen?

In Hotels kommen häufig Maschinen der MT-Serie zum Einsatz, weil Energie- und Ressourcenmanagement eine große Rolle spielen. Bei steigenden Kosten für Strom, Gas und Wasser fällt beispielsweise die Entscheidung für eine Korbtransportmaschine (MTR) mit Wärmerückgewin-

nung zum Gläserspülen oder/und zum Geschirrspülen leicht. Auch die hygienischen Anforderungen erfüllen diese Maschinen mühelos. Hier geht es nicht nur um das Spülgut, sondern auch um eine saubere Maschine. Die Maschinen der MT-Serie haben ein automatisches Selbstreinigungsprogramm, das die Decken während des Betriebes mit Frischwasser reinigt. Die um 180° schwenkbaren Türen erleichtern die Reinigung der Seitenteile. Welche Maschine schlussendlich die richtige für den Kunden ist, finden unsere Fachberater gemeinsam mit dem Kunden heraus.

Umfangreiche Küchenkonzepte, die ein hohes Spülauftkommen haben und nachhaltiges Spülen – ist das vereinbar?

Natürlich, sehr gut sogar. Die beste Technik funktioniert dann am besten, wenn Maschine, Wasseraufbereitung und Reiniger optimal aufeinander abgestimmt sind. Effizienz hat nichts mit dem Spülauftkommen zu tun, sondern mit dem Spülkonzept.

www.winterhalter.de

> Das Interview führte Ronja Plantenga

MEHR RAUM

FÜR IHRE
FASZINATION.



Wir kümmern uns um den Rest.

**MARC O'POLO STRANDCASINO,
Seebad Heringsdorf, 1 Michelin-Stern**

Eine einmalige Symbiose aus Fashion, Life-style und gehobener Erlebnisgastronomie: Sternekoch Tom Wickboldt interpretiert im historischen Strandcasino moderne Gourmetküche mit Einflüssen aus aller Welt. Dieses raffinierte Gastronomiekonzept ist nur mit einer perfekt ausgestatteten Küche realisierbar.

Schauen Sie sich weitere Beispiele für mehr Leidenschaft in Perfektion im Internet an.



Foto: Winterhalter Deutschland GmbH

www.palux.de

**Clevere Küchenlösungen
made in Germany.**



Fotos: MKN

BEST PRACTICE - HOTEL CLOSTERMANNS HOF

KÜCHENKONZEPT: DIE NEUE OFFENHEIT

Küchensanierung für höchste Effizienz. Mit den Küchenexperten von MKN entstand in kurzer Zeit eine moderne Küche für gleich zwei Konzepte.

In guten Zeiten in die Restaurantküche investieren, um sich flexibel aufzustellen und zugleich einen attraktiven Arbeitsplatz zu bieten: So lautet das Credo vom Clostermanns Hof. Die komplett neu erbaute Küche präsentiert sich heute offen, stylisch, mit Technik vom Feinsten. Das Kochen für zwei Restaurants – das mehrfach ausgezeichnete Le Gourmet und das bodenständige Clostermanns – lässt sich hier nun perfekt umsetzen.

Eine Sanierung, viele neue Möglichkeiten

Es ist Idylle pur, mit der der Clostermanns Hof nahe Bonn seine Gäste empfängt: Inmitten von viel Grün liegt der historische

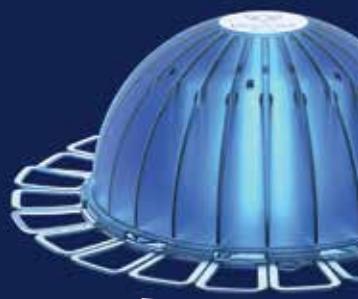
Komplex eines ehemaligen Gutshofes mit schönem Park und altem Baumbestand, einem nahegelegenen Ententeich und mehr als 30 Golfplätzen im Umkreis. „Doch unsere Gäste kommen eher, um zu tagen oder zu feiern“, schmunzelt Inhaber Dr. Emil Seidel.

Dem Hotel geht es gut. Die Auslastungsquote der 66 individuell eingerichteten Zimmer liegt an Wochentagen mit 84 Prozent so hoch, dass die Restaurants vor dem Küchenumbau extern Anfragenden schon mal absagen mussten. „Das ist passé, wir sind nun deutlich flexibler in der Produktion aufgestellt und auch schneller“, stellt Seidel einen Vorteil des Küchenumbaus fest. Sein Ziel: Eine neue Restaurantküche,

die auf Jahre trägt, mit Luft nach oben für Weiteres, die aber vor allem auch den Mitarbeitern Freude macht. Am Ende blieben in der Küche nur die Wände erhalten, allerdings nun schick verfärbt. Seidel investierte in neue Arbeitsbereiche, neuen Boden, neue Lüftung, dazu in die Top-Techniken, die der Markt für das Produzieren, Kühlen und Spülen bietet. Selbst ein Detail, das schon mal stiefmütterlich mitgeplant wird, erhielt hier den Hingucker-Faktor plus Mehrwert: der Küchenpass. Mit stylischem Mosaikdesign und Beleuchtungskonzept, reichlich Power zum Warmhalten, dazu um über sechs Meter verlängert, kommen dem Pass zwei zusätzliche Aufgaben zu. Im Gang zwischen beiden

**Verstopfte
Abflüsse?
Gestank?
Hohe Wasser-
kosten?**

**Ihr biologischer
Problemlöser für
Urinale und
Sanitärbereich.**



**Jetzt testen mit
Geld-zurück-Garantie!
www.bluefox.bio/dehoga**

Restaurants gelegen, gibt er jetzt einen freien Blick hinein in die nun offene Produktionsküche. „Das offene Konzept kommt richtig gut an, wir präsentieren uns hier schick, transparent. Auch am Abend schauen Gäste einfach mal vorbei, kommen mit einem Glas Champagner oder Bier in der Hand und schauen dem Team beim Kochen zu, fragen interessiert nach“, berichtet Seidel.

Das kulinarische Konzept verantwortet seit sechs Jahren Chef de Cuisine Benedikt Frechen. Für das All-Day-Dining-Restaurant „Clostermanns“ tüftelt er an saisonalen, rheinisch-bodenständigen Klassikern. Im zweiten Restaurant, seit einigen Jahren auf Fine-Dining-Niveau, im „Le Gourmet“, kredenzt Frechen kreative Spitzenküche, die ihn regelmäßig in mehrere Restaurantführer wie den Feinschmecker oder Gusto

» QUALITÄTSGERÄTE MIT PRODUKTIONSSICHERHEIT – ALLES AUS EINER HAND! «

katapultiert.

Um die beiden heute unterschiedlich aufgestellten Restaurants zu etablieren, beschritt man nach und nach neue Wege, so erfolgreich, dass die 20 Jahre alte Küche nicht mehr mithalten konnte. Trotz zwischenzeitlicher Renovierungen und vereinzelt neuer Geräte: „Zu eng, nicht hinreichend Platz für das Bankettgeschäft, keine gute Postentrennung machbar“, fasst Frechen die damaligen Herausforderungen zusammen. Gemeinsam mit Küchenplaner Carsten Leicht entwickelten Seidel und Frechen ein Küchenkonzept, das auf Jahre hin trägt. Im Frühjahr 2017, nach einem recht sportlichen Umbau in nur sechs Wochen, eröffnete die Küche neu.

Kurze Wege, flexible Prozesse

Die neue Produktionstechnik kommt komplett von MKN. „Wir haben uns in Sachen Spitzenkochtechnik bei Kollegen informiert, auch in den Bonner Hotels“, berichtet Benedikt Frechen. „Am Ende waren für uns zwei Dinge wichtig: Wir wollten Qualitätsgeräte mit Produktions-sicherheit. Und wir wollten alles aus einer

Hand, nur einen Ansprechpartner. Im laufenden Betrieb kann soviel passieren, da muss schnell der Richtige angerufen werden, um gleich wieder Gas geben zu können.“ Als Ausstatter und für den Einbau der thermischen Techniken sowie der Spülküche nahmen die Verantwortlichen Matthias Zavelberg von Gastrokauf Zavelberg mit ins Boot, mit dem Frechen schon mehrere Projekte realisierte. „Ihm vertrauen wir, er empfahl uns MKN. Und die Geräte kenne ich schon aus früheren Betrieben – da passte alles.“

Den neuen Küchenmeister-Herdblock von MKN, liefert in fugenloser, reinigungs-freundlich-ergonomischer Ausführung, nutzen die Köche ausschließlich für das à-la-carte-Geschäft: Eine Seite davon für die gutbürgerlichen Speisen, die andere Seite für Fine-Dining-Gerichte. Für kurze Wege und schnelles Nachproduzieren sorgen am à-la-carte-Posten zusätzlich zwei kompakte Kombidämpfer. „In weniger frequentierten Zeiten brauchten wir früher zwei Köche, um 20 bis 25 Essen für ein Restaurant rauszubringen. Das bewältigt heute

ein Kollege.“ Am Herdblock können nun bis zu fünf Köche arbeiten, dazu zwei weitere Kollegen am Pass. Ebenfalls ideal: Im Backstage der Küche ist ein gesonderter Arbeitsbereich für bis zu zwei Kollegen für das Bankettgeschäft geschaffen, inklusive Kühlschrank, Mise en Place sowie einem FlexiCombi Team von MKN, der zwei Garräume besitzt, die sich unabhängig voneinander regeln lassen. Das ermöglicht zwei Garäten gleichzeitig in einem Gerät und schafft ein deutliches Plus in der Flexibilität.

Gute Planung macht zukunftsfähig

„Mehr Ruhe in die Produktionsküche bringt die Tatsache, dass die Servicekräfte diese Küche selbst gar nicht mehr betreten müssen, sondern die Speisen am vierfach vergrößerten Pass abholen“, erklärt der Planer. In den Abläufen optimiert, ist auch die leicht vergrößerte Spülküche, sie ist nun klar von der Grobvorbereitung getrennt. Einen gesünderen Arbeitsplatz schafft auch, so Leicht, die neue Lüftungsdecke, die deutlich leiser und klimatisch

effizienter arbeitet sowie der neue Epoxidboden, der weniger laut und hart daherkommt als ein Fliesenbelag.

In der Summe spielt all das auch in erfolgreiches Personalrecruiting hinein. „Wir stehen heute nicht nur im Wettbewerb um Gäste, sondern auch um gute Köpfe“, betont Seidel. „Wir möchten daher auch einen attraktiven Arbeitsplatz bieten.“ Benedikt Frechen sieht Küchenchefs in diesem Punkt in deutlich größerer Verantwortung als früher üblich. „Wir gehen auf das familiäre Umfeld ein, bieten geregelte Arbeitszeiten, eine work-life-balance, indem wir zum Beispiel mit Eltern im Gastronomie-Team die immer gleichen freien Tage vereinbaren.“ Das funktioniert offenbar gut im Clostermanns Hof – die Fluktuation ist niedrig. Kollegen bleiben im Schnitt vier Jahre hier. In Kürze stehen neue Projekte an: Das Fine-Dining möchte Benedikt Frechen weiter nach vorne bringen. Auch neue Geschäftsfelder wie Catering und eine Kochschule sind ins Auge gefasst – man darf gespannt sein.

rp

www.mkn.com



HACCP-ZERTIFIZIERT LAGERN

Das zur Epta-Gruppe gehörende Unternehmen Misa steht für Kühltechnik nach Maß. Dabei spielt die Lebensmittelsicherheit eine besondere Rolle.

Die Kühlzellen von Misa können nach dem Baukastenprinzip spezialisiert werden: Boden-, Fenster- und Türsysteme können individuell geformt werden. So lassen sie sich an die jeweiligen Bedürfnisse einer Gastronomie vor Ort anpassen.

Gegen Bakterien mit System

Alle Kühlzellen sind mit dem antibakteriellen System Epta Food Defence ausgestattet. Es bekämpft und tötet die bekanntesten und gefährlichsten Bakterien mithilfe von Silberionen ab. Somit wird die Haltbarkeit der Lebensmittel in der Kühlzelle verlängert. Die Produkte werden aktiv geschützt und eine Ausbreitung sowie eine Übertragung der Bakterien werden verhindert. Die antibakterielle Wirkung entsteht, indem feuer-

verzinktes, kohlenstoffarmes Stahlblech mit einer Kombination aus phthalatfreiem PVC und Silberionen beschichtet wird. Danach ist der Stahl zudem resistent gegen Flüssigkeiten, Säuren, Alkohol und fetthaltige Lebensmittel. Tests im Labor des Eurofins Biolab haben dies bestätigt.

Die Epta Food Defence in den Kühlzellen von Misa wirkt dauerhaft und ist für die gesamte Lebensdauer der Kühlzelle wirksam. Sie ist außerdem resistent gegen Kratzer, Rost und Erschütterungen – die Kunststoffbeschichtung der Paneele macht die Kühlzellen widerstandsfähig. Sie saugen keine Flüssigkeiten auf und nehmen auch keine Gerüche an.

Besonderes Plus: Alle Kühlzellen sind HACCP-zertifiziert und durch das spezielle Mi-



Foto: Epta Deutschland GmbH

sa-Vakuum-System hoch isoliert. Unter Vakuum-Bedingungen presst eine Maschine umweltschonenden Polyurethan-Schaumstoff gleichmäßig in die Zwischenräume der Wandelemente, wodurch die Paneele optimal gedämmt werden. - Beste Voraussetzungen für eine sichere Lebensmittellagerung.

www.epta-deutschland.com

AUS KÜCHENHILFE WIRD KOCH

Von der Küchenhilfe zum Koch in nur 15 Monaten: Das einzigartige Weiterbildungsprogramm der Sodexo Kochschmiede hilft Gastronomen, begehrte Fachkräfte aus den eigenen Reihen zu rekrutieren.



Der Fachkräftemangel ist in der Gastronomie in der Küche wie im Service längst angekommen. Der diesjährige Berufsbildungsbericht zeigt, dass jeder zweite Auszubildende zum Koch seine Ausbildung abbricht. Mit der Sodexo Kochschmiede soll dieser Entwicklung entgegengesteuert werden: Sie qualifiziert Küchenhilfen in nur 15 Monaten zum Koch und zur Köchin.

Gestartet ist das Programm im September 2017 mit 15 Küchenhilfen. Dabei arbeiten alle Teilnehmer seit mindestens dreieinhalb Jahren als Küchenhilfe.

Erfolgreicher Start

Beim Absolvieren des Programms werden die Küchenhilfen von ihren Vorgesetzten bestmöglich unterstützt. Die erfahrenen Küchen- und Betriebsleiter überprüfen Lernfortschritte und sorgen dafür, dass ihre Mitarbeiter das im Selbststudium erworbenen Wissen, praktisch anwenden können. Das Programm bietet Sodexo in Zusammenarbeit mit der Academy des Institute of Culinary Art und dem Gastronomischen Bildungszentrum in Koblenz an. Die Teilnehmer erarbeiten sich den Lernstoff im Selbststudium per E-Learning von Zuhause aus. An lediglich 16 Präsenztagen kochen die Teilnehmer im Gastronomischen Bildungszentrum in Koblenz. Das Programm läuft somit parallel zum Arbeitsalltag.

Für alle Beteiligten ist die Fortbildung bereits jetzt ein großer Erfolg. Andy Kraus, Betriebsleitung Sodexo c/o Telekom Nürnberg Hansapark, berichtet: „Seit meine Küchenhilfe Fleur Methner in die Sodexo Kochschmiede aufgenommen wurde, arbeitet sie noch ehrgeiziger und motivierter.“ Auch die Küchenhilfen sind begeistert, wie Maik Rüdiger, Küchenhilfe im Sodexo Logistikpark Leipzig, erzählt: „In der Kochschmiede lerne ich nicht nur viel, die Weiterbildung macht mir auch großen Spaß. Mir gefällt besonders, mit den anderen Teilnehmern noch einmal über die Lerninhalte zu sprechen und gemeinsam eine Lösung für Probleme zu finden.“

Fünf Monate vor der Externenprüfung, mit der die Sodexo Kochschmiede im Januar endet, geht das Programm in die zweite Runde. Bis zum Herbst können sich interessierte Küchenhilfen bewerben. Anfang Oktober beginnt dann mit Modul 1 die erste Lerneinheit. www.de.sodexo.com



Foto: Vega

LANDLUST MIT STIL

Zum Oktoberfest gibt es von Vega stilvolle Möbelstücke. So auch die Bierbank Expose, die ein elegantes Design mit Funktionalität verbindet. Die Optik in Kastanie und Nussoptik greift das Thema Landlust auf und schafft ein wohliges Ambiente. Die Rücklehne ist klappbar, wodurch sie auch für größere Feste geeignet ist. Zu der Serie gehört ebenfalls ein schicker Tisch, der zum gemütlichen Speisen einlädt. Sowohl Tisch als auch Bierbank sind wasserabweisend und wetterfest. Durch ihren leicht zu handhabenden Klappmechanismus können sie in kürzester Zeit auf- und abgebaut werden. Die Gestelle sind verzinkt und aus pulverbeschichtetem Stahl gefertigt, was sie zu den idealen Outdoor-Möbelstücken macht.

www.vega-direct.com



Foto: Luchs

ZART TRIFFT RUSTIKAL

Bei der neuen Porzellankollektion Eatery von Tafelstern trifft ein zartes Design auf rustikale Verwendungsmöglichkeiten. Das Geschirr wird aus feinem Noble China in cremeweiß gefertigt. Die Kollektion enthält unterschiedlich große Bowls, Coupeller und -platten, Saucenschälchen, eine Stäbchenbank, Gourmetlöffel und eine Milchkanne. Sie eignet sich optimal, um rustikale Speisen auf einem edlen Geschirr zu servieren – dieser „Rollentausch“ sorgt für große Augen beim Gast. Für den Gastronomen erweist sich diese Kollektion als äußerst praktisch, da sie nicht nur hochwertig und edel ist, sondern auch vielfältig eingesetzt werden kann.

www.tafelstern.de



Foto: Tafelstern

NEUE PORZELLANGESCHIRRSERIE

Ab September 2018 sind neue Porzellangeschirrserien von LUCHS erhältlich. Darunter auch die Serie „Country“. Sie besteht aus Tellern, Schrägschüsseln, Platten, Desserttellern und einer Asia-Platte. Mit einer 5-jährigen Nachkaufgarantie eignet sie sich hervorragend für anspruchsvolle Gastronomen, die einheitliche Geschirrsets nutzen möchten. Die Serie sorgt durch ihre Farbvielfalt für Aufmerksamkeit: Reinweißes Hartporzellan wird mit Verzierungen im Töpfer-Stil vollendet. Die vorherrschenden Farben sind Lagunen-Türkis, Charcoal Black und Eierschalen-Beige. Damit diese Farben auch lange schön bleiben, ist das Geschirr mit einer hochwertigen Glasur versehen, die es widerstandsfähig, stapelbar, spülmaschinen- und mikrowellenfest macht. Diese Funktionen machen diese praktische Geschirrserie zu einer echten Bereicherung für die Gastronomie.

www.luchs-direkt.de



BERUFSBEKLEIDUNG

MODE, SCHUTZ UND PERSONALHYGIENE

Hochwertige Bekleidung für Service- und Küchenpersonal – ein wertvolles 3 in 1, das die Arbeit erleichtert, die Hygiene fördert und Eindruck hinterlässt.

Die richtige Kleidung kann vieles erleichtern. Sie schützt, ist praktisch und sorgt für einen angemessenen Auftritt. Besonders in der Küche, aber auch im Service bietet sie weitaus mehr als einen schönen Look. Gastronomen, die in die hochwertige Bekleidung ihrer Mitarbeiter investieren, profitieren gleich in mehrfacher Hinsicht. Denn hier geht es mitunter stressig und hitzig zu: Da ist eine passende, strapazierfähige Berufsbekleidung für effiziente Arbeitsabläufe bei hohen Hygienestandards nicht weniger wichtig als dem Koch sein Küchenmesser.

Berufsbekleidung als Marketingstrategie

Das Auge isst bekanntermaßen mit. Das gilt nicht nur für den ansprechend angerichteten Speiseteller oder die Einrichtung im Gastraum. Auch der Service wird begutachtet und kann mit seinem Auftreten für die Gesamtbewertung des Gastes entscheidend sein. Wichtige Pluspunkte wird es nur für ein ordentliches und gepflegtes Erscheinungsbild geben. Dabei sollte das Personal – besonders im Servicebereich – nicht nur gepflegt auftreten, sondern auch einheitlich gekleidet sein. Dies stärkt den Wiedererkennungswert für den Gast und außerdem auch das Zugehörigkeitsgefühl der Mitarbeiter im Team.

Ob die Wahl auf ein klassisches Outfit im stilvollen Schwarz-Weiß-Look fällt, oder doch eher peppig und modern sein kann, hängt von dem Stil des Betriebs ab. Die Kleidung sollte dem allgemeinen Erscheinungsbild entsprechen. Optische Akzente lassen sich mit Accessoires wie Halstüchern, Krawatten oder Fliegen setzen.

Tipp: Stärken Sie die Corporate Identity Ihres Unternehmens, indem Sie die Berufsbekleidung mit dem eigenen Logo versehen lassen. Viele professionelle Hersteller bieten Bestickungen schon ab kleinen Stückzahlen an.

Funktionalität für Höchstleistungen

Die passende Bekleidung ist ein wichtiger Faktor für effizientes Arbeiten an der Bar, in der Küche oder im Service. Bewegungsfreiheit und Funktionalität sind entscheidend: Atmungsaktive, schweißabweisende und hitzebeständige Stoffe sind gefragt, auf unangenehme Materialien oder Schnitte und kratzende Nähte wird jeder Mitarbeiter im stressigen Arbeitsalltag verständlicherweise gerne zu verzichten wissen. Wer also bei der Berufsbekleidung spart, der spart am falschen Ende. Größere Investitionen in eine hochwertige Ausstattung werden sich durch eine langlebige Qualität der Kleidung und dem Wohlbefinden der Mitarbeiter schnell bezahlt machen. Da der Wohlfühlfaktor in der zu tragenden Kleidung für eine dauerhafte Zufriedenheit am Arbeitsplatz entscheidend sein kann, ist es zudem ratsam, die Mitarbeiter in die Kaufentscheidung einzubeziehen und möglichst im Praxistest auf Bequemlichkeit und Funktionalität prüfen zu lassen.

Tipp: Denken Sie auch beim Betreiben einer Außengastronomie an den Schutz Ihrer Mitarbeiter. Warme Pullover und Jacken in einheitlichem Design sollten für die kalten und nassen Tage ausreichend vorhanden sein. Und letztlich kommt die Gesundheit der Mitarbeiter auch dem Betrieb zugute.

Hygienisch lagern und waschen

Gute Kleidung will gut gepflegt werden. Hier empfiehlt sich eine strikte Regelung, um einerseits die Kleidung nicht unnötig durch falsches oder zu seltenes Waschen zu strapazieren und andererseits die Hygienestandards auf einem hohen Niveau halten zu können. Dazu sollte beispielsweise auch klar formuliert werden, wo die schmutzige Kleidung abgelegt und gelagert werden soll oder wann sie gereinigt wird. Denn es sollte immer garantiert sein, dass der Mitarbeiter



zu Beginn seiner Schicht ein sauberes Outfit trägt und bei möglichen Verschmutzungen während seiner Arbeitszeit saubere Wechselkleidung parat hat.

Tipp: Gestaltet sich das Waschen im Betrieb schwierig und nimmt viel Zeit in Anspruch, so kann der professionelle Mietservice die passende Lösung für den eigenen Betrieb sein.

Kosten steuerlich absetzen

Arbeitskleidung, die wie der Name schon sagt am Arbeitsplatz zu tragen ist, und nicht zugleich dem privaten Gebrauch dient, lässt sich von der Steuer absetzen. Darunter fallen nicht nur ganz naheliegend die Kochmütze und Ähnliches. Auch die Servicebekleidung, die der Einheitlichkeit und der Identität des Betriebs und seiner Mitarbeiter dient. Inbegriffen ist hierbei nicht nur der Kauf der Berufsbekleidung, sondern auch deren Reinigungsaufwand, die einen Teil der Betriebskosten darstellt.

> rp



HYGIENE AM ARBEITSPLATZ:

Damit es bei einer Hygienekontrolle am Personal nichts zu bemängeln gibt, sollten Hygienevorschriften klar formuliert werden und ihre Umsetzung den Mitarbeitern sprichwörtlich in Fleisch und Blut übergehen. Gut sichtbare Merkblätter am Arbeitsplatz, in der Küche und auch in den Umkleideräumen können helfen, sodass die Personalhygiene wie jeder Arbeitsablauf zur Selbstverständlichkeit für die Mitarbeiter wird.

Einzelne Punkte der Personalhygiene zusammengefasst:

- 1 Gepflegte Hände sind eine Grundvoraussetzung für sauberes Arbeiten. Warmes Wasser, Seife und Desinfektionsmittel sollten dazu immer zur Verfügung stehen.
- 2 Um Bakterien vorzubeugen, sollten die Fingernägel immer kurz geschnitten sein. Auf Nagellack, der abblättern und zu Verunreinigungen in der Küche führen kann, ist zu verzichten.
- 3 Eine Schnittwunde oder ähnliche Verletzungen bleiben am Arbeitsplatz Küche nicht aus. Diese müssen stets sauber versorgt und verbunden oder abgeklebt werden. Mit offenen Wunden darf in der Küche niemals gearbeitet werden.
- 4 Über mögliche, ansteckende Erkrankungen muss der Küchenchef sowie Geschäftsführer umgehend in Kenntnis gesetzt werden.
- 5 Gegessen und getrunken werden sollte nur in einem separaten Bereich.
- 6 Rauchen ist in den Arbeitsbereichen verboten. Nach jeder Raucherpause gilt: hygienisches Händewaschen.
- 7 Zu einer hygienisch einwandfreien Berufsbekleidung in der Küche gehört standardmäßig eine Kopfbedeckung. Lange Haare gehören zum Zopf zusammengebunden.
- 8 Während der Arbeitszeit sollte kein Schmuck getragen werden. Uhren und Ringe beispielsweise sind ein willkommener Nährboden für Bakterien. Außerdem sollten sich verlorengegangene Kleinteile nicht auf dem Gästeteller wiederfinden.
- 9 Straßenkleidung sollte niemals innerhalb der Küche und anderen Bereichen, in denen Lebensmittel verarbeitet oder gelagert werden, getragen werden. Sie sollte zudem von der Berufsbekleidung separiert abgelegt werden.
- 10 Die Berufsbekleidung sollte nicht mutmaßlich nach Bedarf, sondern regelmäßig und professionell gewaschen werden. Genügend Wechselkleidung sollte in den jeweiligen Größen für jeden Mitarbeiter vorrätig sein.



— Anzeige —

EINLADENDER TRENDSETTER

VEGA

Immer eine Idee mehr: Wetterfest, stapelbar, bequem und innovativ – die Stühle, Lounger und Hocker der Möbel-Serie FILEA sind perfekt für drinnen und draußen. Da bleiben Ihre Gäste gerne länger sitzen!

VEGA

Immer eine Idee mehr

Nur eine Inspiration, die zeigt: VEGA ist der intelligente Kompletausstatter für Gastronomie, Hotellerie und Catering. Mehr Infos und der aktuelle Katalog unter vega-direct.com



PRODUKTE

SCHÜRZEN - DES SERVICE LIEBLING

Praktische Details, ein cooler Look und ein komfortables Tragegefühl – mit der passenden Schürze macht der Service eine gute Figur. Für die Kombination aus Fashion und Funktionalität bietet Jobeline ein großes Sortiment von dezent, klassisch bis modern, aus Leder, Canvas oder Denim oder im Streifen-Look. Einfach smart zeigen sich bei-

spielsweise die Latzschürze und die Schürze Kit aus hellem Denim. Sie sind robust und leicht zu pflegen. Beide Varianten bieten mit ihren vier aufgesetzten Taschen sehr viel Platz für Stifte und Co. Darüber hinaus verfügt die Latzschürze über ein verstellbares Nackenband, das sich durch Druckknöpfe komfortabel anpassen lässt. www.jobeline.de



MODISCH BIS INS DETAIL

Es muss nicht jedes Mal eine vollständige Ausstattung mit hohen Anschaffungskosten sein, um eine neue Teambekleidung zu kreieren. Für den wandelbaren Look bietet Greiff Mode neben hochwertigen Kollektionslinien auch Zubehör und Details für Servicekräfte, Köche und Co. - So zum Beispiel eine breite Palette an Latz-, Bistroschürzen und Vorbindern mit Kombinationsmöglichkeiten von elegant bis frech. Bei der aktuellen Linie setzt Greiff auf blaues und schwarzes

Denim und Kunstleder. Der Materialmix überzeugt vor allem die Szenegastronomie. Wo pfiffige Details hinter dem Herd gefragt sind, bietet Greiff für Kochjacken eine große Knopfauswahl: in coolern Design oder edler Optik lassen sich Jacken geschmackvoll modifizieren. So verwandelt sich die Berufsbekleidung alleine durch die abgestimmten Details am Morgen ins frische Outfit, am Abend in den eleganten Look.

www.greiff.de



MODE UND MARKETINGSTRATEGIE

Berufsbekleidung ist zugleich Werbemittel. „Ist die Kleidung gepflegt und authentisch, verstärkt dies das positive Image. Wirkt sie schludrig und unpassend, wird die Marke beschädigt“, weiß Martina Schaps, die gemeinsam mit ihrer Schwester Dominique Nicole Schaps das Unternehmen Madotrade führt. Madotrade begleitet Gastronomiebetriebe bei der Konzeption und Produktion werbewirksamer und zugleich hochfunktionaler Textilien. Dabei wird großer Wert auf

eine Strategie gelegt, die sich an der allgemeinen Ausrichtung des Betriebs orientiert. Den Gastronomen erwartet bei der Zusammenarbeit mit Madotrade daher eine individuelle, auf den Betrieb abgestimmte Lösung - „Das Produkt ist immer das Ergebnis guter Beratung. Wir haben keine Standardkonzepte für die Gastronomie, sondern entwickeln ganz individuell die richtigen Lösungen“, stellt Martina Schaps heraus.

www.madotrade.de



DIRndl UND LEDERHOSE - SERVICE IN TRADITION

Gastronomen, die Tradition und Heimatgefühle aufleben lassen möchten, bietet Jobeline mit der aktuellen Trachtenmodekollektion eine vielversprechende Auswahl. Den Trachten-Look zum Hingucker macht beispielsweise das Dirndl Ella in Midi und Lang: Ein Jacquard-gewebter Rock mit dezentem Blumenmuster und die passende Ton-in-Ton geblümte Schürze. Dazu das einfarbige Oberteil, dessen Ausschnitt

durch eine olivfarbene, in Falten gelegte Borte und Paspel in Beige veredelt ist, zauert mit den formgebenden Nähten eine schöne Dirndl-Silhouette. Passend dazu für ihn: Die klassische Herrenweste Carsten in Schwarz oder Tanne, die mit hoch geschlossener Knopfleiste und Metallknöpfen sowie zwei feinen Paspeltaschen mit der Lederhose Edwin harmoniert.

www.jobeline.de



Fotos: CWS-boco

HACCP: KONTROLIERTE HYGIENE AM ARBEITSPLATZ

Verbrauchern unbedenkliche Lebensmittel anzubieten – darum geht es bei HACCP. Die richtige Berufskleidung und deren hygienische Pflege hilft, Risikofaktoren auszuschalten. Textilexpertin Dominique Frühauf erklärt, was es zu beachten gilt.

Risiken minimieren

„Zu einem HACCP Konzept gehört, alle Verarbeitungsschritte zu betrachten und herauszufinden, wo die Risiken liegen. Gerade in kleineren oder mittelständischen Unternehmen herrscht diesbezüglich oft noch Nachholbedarf“, erklärt Dominique Frühauf, Produktmanagerin und HACCP Expertin beim Berufskleidungsanbieter CWS-boco. Zertifizierte HACCP Kleidung nach DIN 10524 ist von ihrer Beschaffenheit sowie vom Design gefertigt, um Lebensmittelverunreinigungen zu vermeiden. „Beim Material sollte es sich um ein Polyester / Baumwoll-Mischgewebe handeln. Taschen sind bevorzugt innenliegend oder müssen mit Patten verschließbar sein, lange Arme sind zudem hygienisch von Vorteil“, so Frühauf. Je nach Hygieneanforderung wird bei HACCP Kleidung zwischen drei Risikoklassen unterschieden, die zudem nur bestimmte Farbgebungen zulassen. Auch ist vorgegeben, dass die Kleidung der höchsten Stufe 3 hell, idealerweise weiß, sein muss und täglich mindestens einmal gewechselt wird, während bei Klasse 1 die Kleidung wöchentlich gewechselt werden kann.

Waschen der Berufskleidung

„Eine Aufbereitung in privaten Haushalten sollte nicht durchgeführt werden. Es ist zwar möglich, HACCP-Kleidung betriebsintern zu waschen, doch dann muss dies nach strengen Hygienevorgaben erfolgen. Einen textilen Dienstleister zu beauftragen, ist nicht nur praktisch, sondern auch sicherer“, erklärt Frühauf. Tex-

tile Serviceanbieter wie CWS-boco bieten nicht nur eine umfassende Auswahl an Berufskleidung, sondern auch den passenden Service. Die Kleidung wird beim Kunden abgeholt, in den eigenen Wäschereien gewaschen, wenn nötig, fachgerecht repariert und wieder angeliefert.

HACCP Kleidung

CWS-boco bietet mit seinen Linien Basis, Standard und Bicolor HACCP zertifizierte Kleidung für verschiedene Ansprüche in allen drei Risikoklassen. Das Angebot reicht von Arbeitsjacken, Kitteln, Hosen, Overalls, T-Shirts bis hin zu Kopfbedeckungen. Darüber hinaus gibt es modische Berufskleidung für Service- oder Küchenpersonal. www.cws-boco.de

HACCP

- ✓ Wer Lebensmittel herstellt, verarbeitet oder zubereitet ist seit 2004 verpflichtet, über ein HACCP Konzept zu verfügen.
- ✓ HACCP steht für Risiko-Analyse Kritischer Kontroll-Punkte. Es geht darum, Gefahren, die mit dem Verarbeitungsprozess von Lebensmitteln zusammenhängen oder von fertigen Produkten ausgehen, zu betrachten, Risiken einzuschätzen und Maßnahmen zu entwickeln, um Hygienerisiken zu vermeiden.
- ✓ Jeder Lebensmittelunternehmer ist betroffen, dies sind neben Lebensmittelherstellern vor allem auch Restaurants, Metzgereien, Eisdielen, der Einzelhandel oder Bäckereien.

Helden sollten nicht warten.

Mietberufskleidung.
Besser. DBL.



Sie erledigen Ihren Job. Wir haben die Lizenz zum Waschen.

DBL – Deutsche Berufskleider-Leasing GmbH
info@dbl.de | www.dbl.de

dbl service
Miettextilien



EDEL UND WERTIG

AKTUELLE TRENDS IN DER BERUFSMODE

Gerne als Hingucker – so präsentiert sich die Berufsmode in Gastronomie und Hotellerie in 2018. Die Kunst dabei? Sie für die Träger so leicht und angenehm zu gestalten, dass sie sich richtig wohlfühlen in ihrer Berufskleidung. Über die Trends des Jahres gibt Expertin Anja Scherbel-Erlinghagen von der DBL – Deutsche Berufskleider-Leasing GmbH Auskunft.

Gastgewerbe-Magazin: Was kommt und was bleibt – in Sachen Berufsmode für die Gastronomie?

Anja Scherbel-Erlinghagen: Viele Textilien im Gastro- und Hotelbereich gelten längst als Klassiker. Doch sie werden ergänzt durch neue modische Strömungen mit innovativen Details und frischen Trends bei Farben, Schnitten und Materialien. Wir als textiler Dienstleister prüfen diese sorgfältig – und reagieren darauf. Da passiert dann auch in 2018 wieder einiges. Was kommt? Die Kleidung wird wieder etwas farbiger, klassische schwarz/weiß-Muster werden immer häufiger abgelöst – auch in der gehobenen Gastronomie. Es darf generell etwas modischer, jünger und weniger steif zugehen. Hier gewinnt auch das Spiel mit den Materialien zunehmend an Bedeutung.

Bleiben wir erstmal bei den Klassikern – was ist nicht wegzudenken?

Einiges. Gut geschnittene Hemden und

Blusen in Kombination mit praktischen Schürzen und Vorbindern sind in puncto Vielfalt, Funktionalität und einer – hier unkompliziert erreichbaren und daher oft kostenoptimierten – professionellen Optik nicht zu toppen. Hier reihen sich auch kombinationsstarke Basics wie Polo- und T-Shirts in allen Farben ein. Auch in der Küche haben Klassiker wie etwa die weiße Kochjacke weiter Bestand. Doch auch solch ein Klassiker geht heute mit der Zeit, eben auch in puncto Funktionalität: Hier werden beispielsweise die Kugelknöpfe häufig durch Druckknöpfe ersetzt – das ist hygienischer. Man kann bei Flecken auf der Jacke diese nicht mehr einfach mal umknöpfen ... Zudem wird auch die Kochjacke heute figurbetonter, gefördert durch einen Materialienmix, der leichter und dazu elastisch ist. Die steifen, handgebügelten Jacken gibt es noch – aber auch in der Küche findet ein Generationswechsel statt. Und der ist gegenüber stylischen Outfits durchaus aufge-

schlossen. Da weicht die traditionelle Jacke dann auch schon mal dem Kochhemd.

Sie sprechen von leichterem Gewebe, was ist da auf dem Vormarsch?

Zum Einsatz kommen tatsächlich immer häufiger leichtere und intelligentere Gewebe. So sind beim Material Mischgewebe wie Tencel zunehmend beliebt. Denn sie gewährleisten einen schnellen Feuchtigkeitstransport, können zudem die Bildung von Bakterien hemmen. Auch beim Thema Funktionalität spielt das Gewebe eine Rolle etwa bei komfortablen Stretcheinsätzen aus Jersey an den Seiten oder am Rücken von Kochjacken, damit die Jacke bei allen Bewegungen mitgeht. Oder auch mit Meshgewebeinsätzen unter den Armen sowie innenliegenden Stretchbändern an den Ärmelenden, damit diese leicht nach oben geschnitten und fixiert werden können. Alles was in Küche und Service mehr Komfort und Bewegungsfreiheit verspricht, kommt an.



Wie sieht es denn bei den optischen Trends aus?

Kollektionsteile in Denim-Optik sind sehr angesagt. Hier wird bei der Berufsmode allerdings weniger klassisches Jeans eingesetzt, sondern aufgrund der Waschbarkeit Gewebe im Denimoptik – das haptisch überzeugt und sich zudem nicht auswäscht, was unseren Kunden für den einheitlich guten Auftritt des Teams sehr wichtig ist. Zum Denimlook gesellt sich auch ein wertiger Used-Look etwa durch meliertes Gewebe, das wie Leinen wirkt. Alles was edel, wertig, traditionell wirkt, kommt gerade gut an. Und das reicht deshalb heute auch bis in die 5-Sterne-Häuser. Bei den Farben unterstützen dabei weiter gedämpfte Melangetöne, die – um kleine Farbakzente zu setzen – ab und an gerne mit Burgunder- oder hochrot gebrochen werden. Diese Gewebe und Farben in Verbindung mit körperbetonten Schnitten sind in 2018 ein Trend.

Ist also hochwertige Berufsmode im Trend?

Aus unserer Sicht zeigt sich, dass hochwertige Berufskleidung für Köche und Personal im Kundenkontakt sehr gefragt ist. Aber es werden auch Basislösungen wie etwa bei Spülkräften oder häufig wechselnden Aus hilfen im Küchenbereich nachgefragt. Als

textiler Dienstleister bieten wir hier ein breites Spektrum – und stimmen im Vorfeld mit unseren Kunden individuelle Bekleidungskonzepte ab. Hier gilt es ja, alle Mitarbeiter des Teams entsprechend ihres Einsatzes perfekt – und auch abgestimmt auf das Budget des Hauses – einzukleiden. Für viele unserer Kunden in Gastronomie und auch Hotellerie geht es auch darum, Abteilungen ohne großen Aufwand abzugrenzen. Hier werden dann z.B. Artikel wie etwa T-Shirts, die morgens im Service beim Eindecken getragen werden, am Abend im Service gegen gut geschnittene Blusen getauscht. Das Spiel mit verschiedenen Farben und Kollektionsteilen gehört heute dazu. Grund für uns als textiler Partner, entsprechende Vielfalt im Programm zu haben.

Was erwarten die Kunden, wenn es um die Pflege der Kleidung geht?

Sicherheit. Die Gesetzgebung setzt gerade in Gastronomie und Hotellerie ein immer stärkeres Augenmerk auf den Hygieneaspekt – und dann muss eben auch die Personalhygiene und damit die

Berufskleidung tadellos ins Konzept passen. Wir unterstützen hier direkt vor Ort bei Ausstattung, reagieren auf Trends bei der Kleidung – aber unsere Kernkompetenz ist und bleibt die hygienische Aufbereitung aller eingesetzten Kleidungsstücke. Das gewährleisten wir mit zertifizierten Waschprozessen, lückenloser Dokumentation. Und das ist vielen Betrieben im Gastrobereich auch in 2018 sehr wichtig. Denn die schöne Kleidung soll ja dauerhaft einsetzbar sein – und den einwandfreien Auftritt vor den Gästen unterstützen. ➤ rp

www dbl de



Foto: DBL

Immobilien: Verpachtung/Verkauf

Nachfolger gesucht für kleines Spezialitätenrestaurant: 1 Gastraum ca. 30 - 50 Plätze mit offener, voll ausgestatteter Küche 135qm, Parkplätze. Fußläufig Zentrum und Parktheater. Ablöse, frei ab sofort in Iserlohn. Tel.: 017641086074

Der Geheimtipp am Niederrhein: Landcafé in Straelen-Herongen zu verpachten. www.zuraltenschmiede.com/nachfolger

Zu vermieten in guter Lage **Pegnitz-Oberfranken**, 74qm, Verkaufsraum, Kühlraum, Vorber.- und Personal-Raum, Aussenbestuhlung mögl., ideal f. Imbiss o. ähnlich. Anfragen: agentur.hmeyer@gmx.de

Betreiber für Boardinghouse

Mit rund 28.000 Wohnungen und 150.000 m² Gewerbefläche ist die GWG Städtische Wohnungsgesellschaft München mbH eine der größten Vermieterinnen Münchens.

Um den Herzog-Ernst-Platz in München planen wir einen Neubau mit Wohnungen, geförderten Wohnformen, sozialen Wohngemeinschaften, einem Supermarkt, einer KITA sowie Gastronomie und einem Boardinghouse.

Für das Boardinghouse mit 5.400 m² Bruttogeschossfläche und einem Rooftop-Restaurant im 7. Obergeschoss mit ca. 730 m² Bruttogeschossfläche suchen wir einen Betreiber.

Fertigstellung ist voraussichtlich Herbst / Winter 2021.

Sie haben Interesse? Dann schreiben Sie uns eine E-Mail an gewerbevermietung@gwg-muenchen.de. Alle Fragen rund um das Boardinghouse beantworten wir Ihnen gerne.

Fachschulen / Ausbildung


DHA
 DEUTSCHE HOTELAKADEMIE

Zeig, was in dir steckt!

MIT UNSEREN BERUFSBEGLEITENDEN WEITERBILDUNGEN

- Hotelbetriebswirt (DHA) ■ Küchenmeister (IHK)
- Fit4Leadership (DHA) ■ Revenue Manager (DHA)
- Fachwirt im Gastgewerbe (IHK)
- Betriebliches Gesundheitsmanagement
- E-Commerce Manager (DHA)
- F&B Manager (DHA) ■ Sommelier-Ausbildungen

www.dha-akademie.de



GEGEN SCHWEISSGERUCH AUF DER BERUFSBEKLEIDUNG

Ob bei der Zimmerreinigung, im Service oder in der Küche: Im Arbeitsalltag geht es heiß her und schnell geraten die Mitarbeiter ins Schwitzen. Schlechte Gerüche, die an der Berufsbekleidung haften, sind die unhygienische und unangenehme Folge.

Hier setzt das neue TexPro Spray von Weber Bio Solutions an. Die Neuentwicklung aus der modernen Bio-Technologie wird nicht auf die Haut, sondern auf die Innenseite der Kleidung gesprüht, sodass Schweißgeruch nachhaltig und lange anhaltend verhindert werden soll.

Das Besondere an TexPro sind die darin

enthaltenen Biopolymere. Diese bilden auf der besprühten Oberfläche einen Biofilm, der die Bakterien daran hindert, mit dem Schweiß in das Textilgewebe einzudringen und sich dort rasant zu vermehren. Der Schweiß wird weiterhin vom Textil aufgesaugt, aber dank TexPro bleiben die Bakterien dauerhaft draußen. Und wo kein Zersetzungssprozeß stattfindet, entsteht auch kein übler Geruch. Das Frischegefühl bleibt – auch wenn es im Arbeitsalltag einmal stressig zugeht. Das Spray ist als reines Bioprodukt extrem hautfreundlich und gut für Allergiker geeignet.

www.texpro.de



Foto: Weber Bio Solutions

Die nächste Ausgabe von GASTGEWERBE MAGAZIN erscheint am 19. Oktober 2018

Vorschau

IM NÄCHSTEN HEFT ERWARTET SIE UNTER ANDEREM:



Foto: Milchwerke Berchtesgadener Land eG

Milchprodukte und Käse

Trends und Tipps rund um Milch und Käse – was wertvolle Basisprodukte in der Profi-Küche leisten.



Sonderheft Digital

Von der Personalplanung bis zum Hotel-TV: Smarte Lösungen, die die Branche für die Zukunft rüsten, im IT-Special.



Hoteleinrichtung und Gästebad

Wie die Atmosphäre mehr Umsatz schafft: Einrichtungstrends, in denen sich Funktionalität und Design verbinden.

Foto: Villeroys & Boch

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: Thomas Lierz

Print & Online Redaktion

Newsys GmbH - Der Profitester 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

Fotografin, Tel. 0202/ 247 988-12 E-Mail: petra@schwarzexklusiv.de

Redaktion Nordrhein-Westfalen:

DEHOGA Nordrhein-Westfalen, Klaus Hüenthal 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 Türenkenstraße 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, Thorwaldsenstraße 17, 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 2018

Verbreitete Auflage: 31.416

Verkaufte Auflage: 28.562

Abonnierte Auflage: 20.493



Schon jetzt bestellen!

Wir liefern Ihren Weihnachtsbaum zum Wunschtermin.

Und Sie haben mehr Zeit für Ihre Gäste!

Santa Fidi verkürzt Ihre ToDo-Liste und liefert Ihnen edle Nordmanntannen frisch geschlagen direkt in den Betrieb.

Sichern Sie sich schon jetzt Ihren Baum zum Wunschtermin.



A woman with curly hair, wearing a blue winter coat and jeans, is riding a bicycle. A dark brown trailer is attached to the back of the bicycle, filled with several large, fresh-cut Christmas trees. She is riding on a wet, reflective surface, possibly a cobblestone street, in front of a white building with large windows. In the bottom left corner, there are three small rectangular logos: one from sparwelt.de (TESTSIEGER 1,5), one from Top Shop (Top Shop, ★★★★★, Santa Fidi), and one from DER PROFITESTER (★★★★★, Santa Fidi). The bottom right corner features a red dashed arrow pointing right and the website address www.santa-fidi.de.



Ihre Druckerei
für einen
erstklassigen
Auftritt!

www.diedruckerei.de

BEI SO EINEM MENÜ MUSS MAN EINFACH BESTELLEN.

- Handwerkliche Drucktradition
- Mehrfach ausgezeichnete Qualität
- Kostenloser Standardversand
- 24-Stunden-Blitzdruck
- Umweltbewusste Produktionsprozesse

Handwerk ist unsere Basis, smarte Lösungen sind unser Konzept: Wir drucken vom Flyer bis zum Plakat alles, was Ihren Kunden Appetit macht. Kostengünstig, in exzellenter Qualität und vor allem: mit Leidenschaft.



DIEDRUCKEREI.DE

DER BESTE EINDRUCK BLEIBT