

GASTGEWERBE ...MAGAZIN

DAS WIRTSCHAFTSMAGAZIN FÜR GASTRONOMIE UND HOTELLERIE



CO-WORKING

Das Hotel
als Arbeitsplatz

KAFFEE UND TEE

Die Trends für
die kalte Jahreszeit



DER **PROFITESTER**

Servietten & Co. von Papernet

GESCHLOSSENHEIT UND ENTSCLOSSENHEIT

Hört man aktuell den Politikern aufmerksam zu, vernimmt man – zumindest von den meisten Parteien – immer wieder Verständnis für die Forderungen der Branche. „Wir haben verstanden“, könnte man in Anlehnung an die Aussagen der etablierten Parteien nach der Bundestagswahl wohl sagen. Die Politik hat verstanden, dass man sich die kleinen und mittelständischen Unternehmer in diesem Land nicht zu Gegnern machen sollte. Sie hat verstanden, dass es für einige ums Überleben geht und dass nur mit Erleichterungen und Verbesserungen, mit weniger Bürokratie und mehr unternehmerischer Freiheit, eine erfolgreiche Zukunft für den Mittelstand als Leistungsmotor der Wirtschaft möglich ist.

Allein das Verständnis reicht an dieser Stelle nicht aus. Es müssen Taten folgen. Die Politik muss sich – und die anstehenden Koalitionsverhandlungen sind ja ein guter Zeitpunkt – endlich dazu durchringen, deutliche Entscheidungen zu treffen. Es darf nicht mehr länger an Kleinigkeiten „herumgedoktert“ werden, es dürfen gute und sinnvolle Gesetze nicht wieder durch zu langes Überlegen, Zaudern und Zögern so verwässert werden, dass es am Ende heißt: Gut gemeint, aber schlecht gemacht. Das Gastgewerbe braucht jetzt klare Signale.

Der Weg dahin ist noch lange und steinig. Deshalb dürfen wir alle jetzt nicht aufhören, sondern müssen weiterhin geschlossen als Branche auftreten und keine Gelegenheit auslassen, die Politiker aller Parteien auf die Themen unserer Branche hinzuweisen. Nur so kann aus den Forderungen eine Bewegung werden, nur so können die, die vermeintlich verstanden haben, auch zum Handeln bewegt werden. Der Verband kann bei dieser Bewegung



Dr. Thomas Geppert
Landesgeschäftsführer

immer nur an der Spitze stehen. Das ist sicherlich gut so. Noch viel besser aber ist es, wenn die Politiker authentische Erfahrungen auch aus der Praxis bekommen. Die Probleme, die der Wirt um die Ecke hat, sind authentischer und eindrucksvoller als eine Pressemitteilung des Verbandes – und beides zusammen führt zum Erfolg.

Dabei dürfen wir nicht vergessen: In weniger als einem Jahr wird schon wieder gewählt. Die Landespolitik hat dabei auf die Themen unserer Branche mindestens den gleichen Einfluss wie die Bundespolitik. Und wir wissen ja alle: Vor Wahlen hören Politiker immer ganz besonders gut zu.

Lassen Sie uns diesen Weg gemeinsam weiter gehen – geschlossen und entschlossen. Zum Wohl unserer Branche und all der kreativen und engagierten Unternehmer.

Dr. Thomas Geppert
Landesgeschäftsführer

JAHRESABO 40,00 €

inkl. MwSt. und Versand



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

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

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

Anrede ☐ Herr ☐ Frau

Versandadresse

Vorname

Nachname

(optional) Firma

Straße, Nr.

PLZ

Ort

Telefon

E-Mail

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

Bankverbindung

Kontoinhaber

Bank

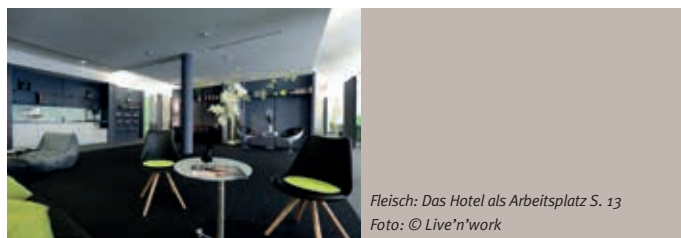
IBAN

BIC

☒ Bankeinzug

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

INHALT



8



13



32



39

MELDUNG & MEINUNG 4

POLITIK & VERBÄNDE 8

- > DEHOGA BAYERN setzte ein deutliches Zeichen beim 1. Bayerischen Gastgebertag 8
- > Deutsche Meisterin kocht bei Weltmeisterschaft 10
- > Die Besten der Branche 11

UNTERNEHMER & ENTSCHEIDER 12

- > Umsätze mit Kegeln 12
- > Das Hotel als Arbeitsplatz 13
- > Interview mit Stefan Wild zum Co-Working-Bereich im Hotel im GVZ in Ingolstadt 15
- > „Hotelimmoblie des Jahres 2017“ 16
- > Wirtschaftliche Krise: Jetzt ist an vieles zu denken 17
- > Wer den Schaden hat ... 19
- > Warum Hacker existenzgefährdend sind 21
- > Welche Versicherung wofür? Welche ist wichtig? 22

MESSEN 18

- > Intergastra: Noch größer, noch klarer gegliedert 18
- > ProWein: Craft Spirits, Craft Beer & Cider bekommen eigene Bühne 18

DIGITAL 23

- > Self-Ordering: Die Revolution des Bestellvorgangs? 24
- > Gezielter erfolgreich werben 26

GETRÄNKE 27

- > Kaffee mit Anspruch und Herkunft 28
- > Spezialitätenkaffee: Kolddbrew 29
- > Produktwelt Kaffee 30
- > Kaffee komplett – von Filterkaffee bis Fairtrade 31
- > Kaffeeaktionen mit Trendpotenzial 32
- > Tee-Tradition im modernen Gewand 33
- > Tea-Time mal anders 34
- > Winter Spezial: Tee-Cocktail 35

FOOD 36

- > Wintergenuss: Eis und Dessert 37
- > Kuchen-Kreationen 38
- > Veredelung step by step 39
- > Winterhighlights: elegant verfeinert und schnell serviert 40

DerProfitester



- > Papernet: Produkte für den Tisch im Profitest 41

TECHNIK 42

- > Kaffeemaschinen – ertragreich mit System 43
- > Reinigen – mobil und digital 44
- > Staubsaugen – leise und effizient 45

AMBIENTE 46

- > Das Buffet – filigran inszeniert 47
- > Tabletop– festlich gedeckt 48
- > Die Weihnachtstafel fein dekoriert 49
- > Festliche Szenerie am Gästetisch 50
- > Vorschau, Impressum 50

AUFGETISCHT

13 Stunden – das hat eine Umfrage des DEHOGA ergeben – verbringt ein gastgewerblicher Unternehmer in der Woche im Durchschnitt mit Dokumentationen.

Aufzeichnungen, die nur dazu da sind, zu beweisen, dass er alles richtig macht. Und das wird immer mehr. Es reicht heute nicht mehr, zu bestätigen, dass man die Temperatur im Kühlhaus kontrolliert hat. Nein, man muss die tatsächliche Temperatur dokumentieren. Und fast scheint es, als könnte man es gar nicht mehr richtig machen – irgendwas wird immer fehlen.



Andreas Türk

Dieses Gefühl haben viele Gastronomen auch, wenn der Betriebsprüfer in der Tür steht. Hier werden, und das berichten immer mehr Unternehmer, Buchführungen einfach mal komplett verworfen wegen formaler Mängel. Die Mühe, nach wirklichen Verfehlungen zu suchen, machen sich die Prüfer gar nicht mehr. Stattdessen wird wild drauflos geschätzt – und hinterher verhandelt wie am türkischen Basar.

Das muss doch alles nicht sein. Vereinfachung und Vertrauen sollten an der Tagesordnung stehen. Vereinfachung der Regeln, damit es leichter ist, sie auch einzuhalten. Und Vertrauen in den Leistungs- und Erfolgswillen des Unternehmers. Denn die meisten von ihnen wollen das Wohl der Gäste – und das erreichen sie vor allem mit hoher Qualität, die wiederum nur dann möglich ist, wenn man alle Regeln einhält.

Dafür kämpfen die Verbände, dafür sollte sich aber auch jeder einzelne Unternehmer einsetzen – durch mustergültige Betriebsführung, aber auch durch viele intensive Gespräche mit der Politik. Nur so kann die Spirale der Kontrolle und Dokumentation sich umkehren.

Andreas Türk

> Andreas Türk, Chefredakteur

BUCHUNGSPORTALE OFT TEURER

Die Kampagne „Direkt buchen“ scheint Wirkung zu zeigen. Denn eine Untersuchung des Magazins „Reise&Preise“ hat ergeben, dass Hotelportale nur in 37 Prozent der Fälle billiger waren als die Direktbuchung beim Hotel selbst. 56 Prozent der Buchungen wären sogar über die Buchungsportale teurer gewesen – trotz der Werbeversprechen der

Buchungsportale. Mit der Kampagne „Direkt buchen“ will HOTREC, der europäische Dachverband für Hotels, Restaurants und Cafés in Europa, seine Mitglieder dazu animieren, auf der eigenen Seite das günstigste Angebot vorzuhalten, gleichzeitig aber auch die Gäste dazu zu bringen, erst einmal beim Hotel direkt nachzufragen.

DAS AKTUELLE URTEIL: TRINGELD WIRD BEI HARTZ-IV-AUFSTOCKERN ANGERECHNET



Foto: © style-photography - iStockphoto.com

Es gibt einige Mitarbeiter, die ihr Hartz-IV-Grundeinkommen noch durch eine Tätigkeit im Gastgewerbe aufbessern. Doch Vorsicht: Auch das Trinkgeld wird auf den zustehenden Freibetrag angerechnet und wirkt sich mindernd auf die Hartz-IV-Leistungen aus. So hat

zumindest das Sozialgericht Landshut (Az.: S 11 AS 261/16) entschieden. Bei der Klage

einer Hartz-IV-Bezieherin, die auch als Kellnerin tätig war, ging es um ein monatliches Trinkgeld von durchschnittlich 25 Euro. Das Jobcenter minderte die Hartz-IV-Leistungen, die Frau klagte, denn nach dem Gesetz sei ein Trinkgeld eine freiwillige Zuwendung anderer Personen. Das Gericht sah das anders: Trinkgeld sei eine „dem dienstleistenden Arbeitnehmer vom Kunden oder Gast gewährte zusätzliche Vergütung“.

GEWÜRZ-SOMMELIER

Die Adalbert-Raps-Stiftung vergibt erneut drei Stipendien in Höhe von je 2.500 Euro für die Weiterbildung zum Gewürz-Sommelier. Wer sich jetzt bewirbt, kann sich ab Mitte Februar 2018 zum Experten der Gewürz- und Kräuterkunde, des Foodpairings und Foodcompletings sowie der Sensorik ausbilden lassen. Vorausgesetzt wird eine abgeschlossene Ausbildung und Berufserfahrung in der Lebensmittelbranche oder Gastronomie. Die Be-

werbungsfrist endet am 9. Dezember 2017. Wer sich um eines von drei Stipendien in Höhe von 2.500 Euro bewerben und damit Seminargebühren und Übernachtungskosten decken möchte, sendet sein Motivations-schreiben mit Lebenslauf per E-Mail an Simone Aigner unter:

info@raps-stiftung.de

Informationen zum Kurs und zur Bewerbung finden sich unter:

www.cluster-bayern-ernaehrung.de



POSITIVE AUSSICHTEN FÜR DEN VEGGIE-MARKT

ProVeg (ehemals Vegetarierbund Deutschland) hat die größten Partner des Lebensmittelhandels zur zukünftigen Marktentwicklung veganer und vegetarischer Produkte befragt und die Ergebnisse in einem Veg-Barometer veröffentlicht. Die Mehrheit der befragten Unternehmen schätzt die zukünftige Entwicklung des Marktes als positiv ein. Laut einem Drittel gewinnen Veggie-Produkte weiter an Bedeutung, der Rest erwartet eine Festigung des Marktes. „Die Ergebnisse verdeutlichen, dass die Veggie-Ernährung im Mainstream angekommen ist. Immer mehr Unternehmen reagieren auf die wachsende Nachfrage der Verbraucher, sie wollen diese Entwicklung nicht verpassen. Von einer reinen Modeerscheinung spricht kein Unternehmen mehr“, sagt Sebastian Joy, ProVeg-Geschäftsführung. Gründe für den Trend sind ein wachsendes Gesundheitsbewusstsein der Verbraucher sowie die bessere Verfügbarkeit von Veggie-Produkten, die sich positiv auf die Nachfrage auswirkt.



Dienstleistungs-Qualität



Illustration: Ulrich Gineiger

JAN PETTKE IST NEUER KOCH DES JAHRES 2017



Foto: privat

Im fesselnden, live ausgetragenen Kochwettbewerb ging es auf der Anuga heiß her. Acht Finalisten aus Deutschland, Österreich und der Schweiz kämpften vor den Augen Tausender Fachbranchenbesucher um den prestigeträchtigen Titel „Koch des Jahres 2017“. Küchenchef Jan Pettke aus der Scheck-In-Kochfabrik in Achern konnte den Sieg letztendlich für sich verbuchen. Zweiter wurde der Österreicher Christopher Sakoschek aus Kirchdorf in Tirol. Der dritte Platz ging an Jürgen Kettner, Junior-Souschef im Restaurant Schöngrün in Bern. Es ist einmalig, dass die Gewinner alle drei aus der D-A-CH-Region kommen und jedes Land dadurch vertreten ist. „Da das Niveau der Kandidaten so

hoch ist, fällt es uns Juroren schwer, auf gleicher Linie bewerten zu können“, so der Präsident des Wettbewerbs Dieter Müller (MS Europa) im Vorfeld. Und so mussten sich die Finalisten erstmals drei verschiedenen Challenges stellen, wobei das Thema Nachhaltigkeit im Vordergrund stand. Als Vorspeise mussten die Finalisten die Zutaten Estragon, Karotte und Papadams verarbeiten. Nose to tail hieß es in der Hauptspeise, dabei sollten mindestens drei Teile vom Tier verwendet werden. Und last but not least musste jedes Dessert eine gebackene Komponente enthalten. Die Kandidaten hatten dafür fünf Stunden Zeit und durften den Warenwert von 16 Euro nicht überschreiten.

RÄNKESPIELE VOR DEM ENDE

Dass man sich eine bessere Platzierung für sein Hotel bei den Online-Portalen „erkaufen“ kann, hat sich inzwischen allgemein herumgesprochen. Für die Portale bedeutet diese Praxis kräftige Zusatzeinnahmen, für die Hoteliers ist es eine Frage der eigenen Leistungsfähigkeit: Wer nicht mitspielt, wird abgestraft und weiter hinten platziert. Der Leidtragende ist in jedem Fall der Kunde, der von den Portalen nicht objektiv informiert wird. Schon seit 2013 prangert der Hotelverband Deutschland (IHA) diese Praxis an ist auch schon in einigen Fällen erfolgreich gewesen. Jetzt berichtet Markus Luthé, Hauptgeschäftsführer des Hotelverbandes, dass schon bald weitere Schritte gegen diese Praxis folgen werden. Luthé präsentierte federführenden Abgeordneten des Europäischen Parlaments und Vertretern der zuständigen Generaldirektionen der Europäischen Kommission in Anwesenheit von Vertretern der Verbraucherschutzverbände und der Buchungsportale die Positionen der europäischen Hotellerie zum Digitalen Binnenmarkt, darunter auch Forderungen zu faireren Praktiken von Online-Plattformen. Die Europäische Kommission hat signalisiert, Anfang nächsten Jahres Vorschläge für eine sachgerechte Regulierung vorzulegen. Und national geht es noch schneller: Das deutsche Bundeskartellamt nimmt generell die Praktiken von Vergleichsportalen – auch aus der Reisebranche – ins Visier, und die britische Competition and Market Authority untersucht explizit das Ranking der Suchergebnisse, den Kaufdruck, die Rabattbehauptungen und etwaige versteckte Gebühren von Hotelbuchungsportalen.

NEUE SPITZE FÜR DIE HSMA

Nach 18 Jahren als Präsident hat Haakon Herbst die Führung der HSMA (Hospitality Sales & Marketing Association) Deutschland e. V. an Georg Ziegler übergeben. Der Besitzer der „friends hotels“ hat den wichtigen Berufsverband, dem Sales- und Marketingfachleute aus Hotellerie und Tourismus angehören, seit 1999 geleitet, die Interessen der Hotellerie in zahlreichen Ausschüssen und Gremien vertreten und die Entscheidungen beeinflusst. Allerdings zeigt sich Herbst zum Ende seiner Tätigkeit ernüchtert: „Ich habe in den letzten drei Jahren gemerkt, dass ich mich mehr und mehr nach dem Damals sehne.“ Er kritisiert den „Verfall der alten Werte wie Verlässlichkeit, Kontinuität und vor allem Loyalität in der Branche.“ Gerade die Werte



Foto: privat

sind für den Nachfolger ein wichtiges Thema. „Die HSMA Deutschland ist für mich etwas Einzigartiges. Sie verbindet Menschen, teilt Wissen und schafft Räume für das Knüpfen neuer Verbindungen – und das über mehrere Generationen hinweg!“ Aufgabe der HSMA ist es, die beruflichen Interessen der mehr als 1000 Mitglieder zu fördern und zwischen diesen einen engen Kontakt herzustellen, um durch fundierten Informations- und Erfahrungsaustausch die Branchenkenntnisse zu verbessern.


BETTENSTEUER-NEWS

Neues von den Bettensteuern: Der DE-HOGA Hessen befürwortet die in Frankfurt ab 2018 geplante Einführung einer Bettensteuer – allerdings unter der Voraussetzung, dass die Einnahmen auch für den Tourismus verwendet werden. In Heidelberg wollen 80 Hoteliers jetzt freiwillig 300.000 Euro an die Stadt zahlen, um die Einführung zu verhindern – aber nur, wenn die Stadt das Vorhaben endgültig beerdigt.

In Dortmund fallen schon seit 2010 7,5 Prozent der Übernachtungskosten bei Privatpersonen als Bettensteuer an. Die Stadt hat sich jetzt mit Airbnb geeinigt, dass die Vermittlungsplattform künftig die Bettensteuer komplett an die Stadt abführt. Immerhin ist das ein erster Schritt für faire Wettbewerbsbedingungen von Hotellerie und den gewerblichen Anbietern privater Wohnräume.

Laden Sie sich neue Kunden ein

e-on



Mit den Ladestationen von
E.ON machen Sie Elektromobilität
zu Ihrem Wettbewerbsvorteil.
Punkten Sie bei Ihren Kunden und
Gästen mit einem besonderen
Service direkt vor Ihrer Tür.
Infos und Beratung auf

www.eon-drive.de/gk



Foto: Andreas Türk

Der bayerische Finanz- und Heimatminister Markus Söder (3.v.l.) war Ehrengast beim 1. Bayerischen Gastgebortag und wurde von DEHOGA Bayern-Präsidentin Angela Inselkammer sowie ihren Vizepräsidenten Thomas Förster (links) und Andreas Brunner begrüßt.

DEHOGA BAYERN SETZTE EIN DEUTLICHES ZEICHEN BEIM 1. BAYERISCHEN GASTGEBERTAG

Ein Signal der Stärke und Entschlossenheit sendete der DEHOGA Bayern beim 1. Bayerischen Gastgebortag aus. In ihrer Rede machte die Präsidentin des bayerischen Verbandes die Bedeutung der Branche als Wirtschaftsmotor in allen Regionen deutlich. Gerade in Bayern sei der Tourismus eine der Leitökonomien und trage besonders in ländlichen und strukturschwachen Regionen zu Beschäftigung und gleichwertigen Lebensbedingungen bei. Inselkammer forderte von der Politik eine Flexibilisierung des Arbeitszeitgesetzes, weniger Bürokratie, damit mehr selbstverantwortliches Handeln möglich wird, sowie faire Wettbewerbsbedingungen. An die zahlreich anwesenden Politiker gewandt sagte sie: „Es muss endlich etwas bei uns ankommen.“ Die Zeit des Redens sei vorbei, jetzt müsse gehandelt werden. Die Forderungen des Gastgewerbes unterstrich auch Guido Zöllick, Präsident des DEHOGA Bundesverbandes, in seiner Rede.

Ehrengast beim Bayerischen Gastgebortag im Kurzentrum in Bad Kissingen war der bayerische Finanz- und Heimatminister

Markus Söder. Dieser stellte sich klar und deutlich auf die Seite der Branche und versprach, sich für weniger Bürokratie einzusetzen. Zugleich forderte er „fundamentale Änderungen“ bei den Dokumentationspflichten. Er wolle für einen Richtungs- und Gesinnungswechsel bei Kontrollen eintreten. „Einzelne schwarze Schafe dürften nicht die Richtung der Überprüfungen bestimmen“, so Söder. Hinsichtlich der unterschiedlichen Besteuerung von Essen gab Söder zu, dass Wirte eindeutig benachteiligt seien. Zugleich vermutete er aber, dass Änderungen auf diesem Gebiet bei anderen Parteien auf wenig Zustimmung stoßen dürften. Der Branchentag, zu dem rund 600 Unternehmerinnen und Unternehmer aus ganz Bayern gekommen waren, bot noch viel mehr. In zwei Talkrunden wurden sowohl Erfolgskonzepte vorgestellt als auch die politischen Themen mit Landtagsabgeordneten diskutiert. Bei einer kleinen Messe und in Fachvorträgen konnten sich die Teilnehmer über aktuelle Trends und Innovationen informieren.

> Andreas Türk

NEUER PRÄSIDENT IN NIEDERSACHSEN

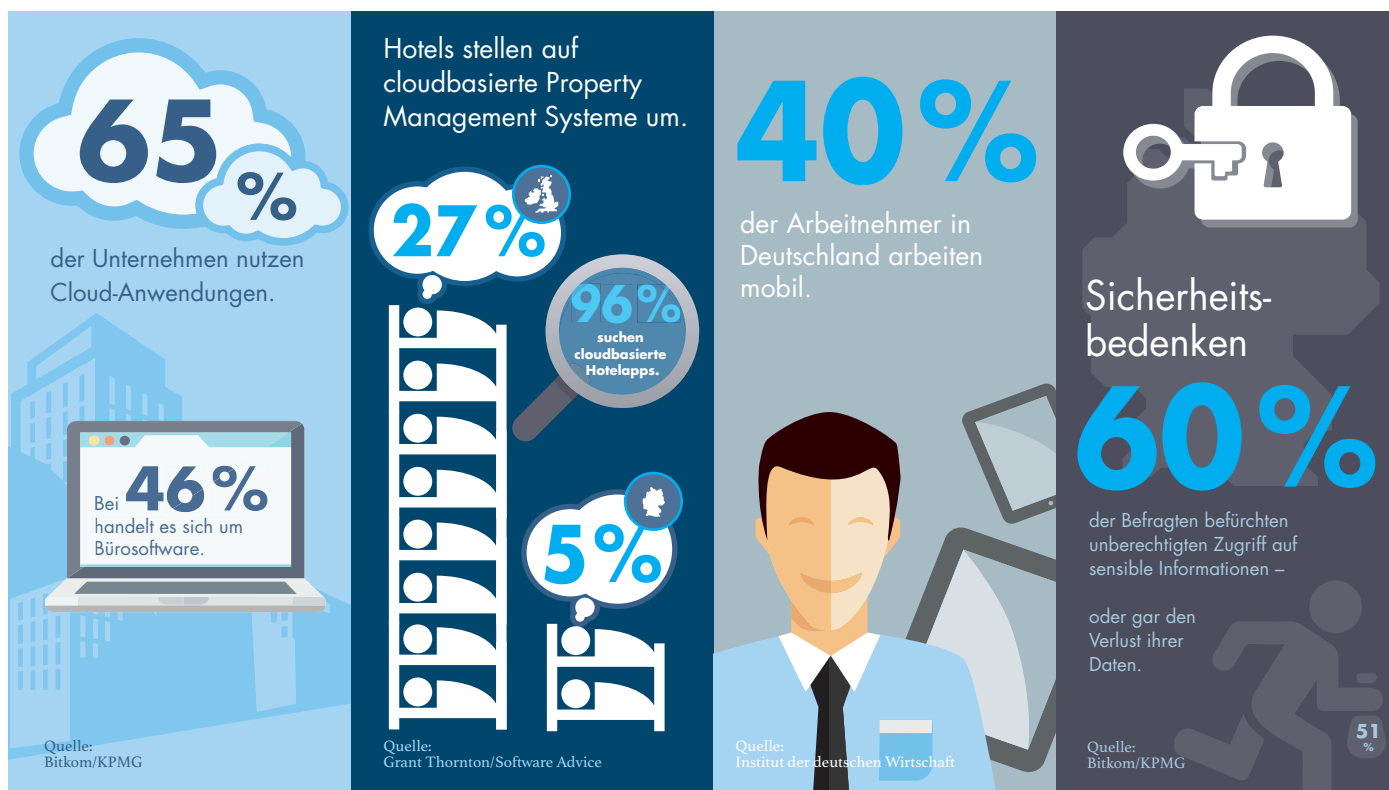
Nach 15 Jahren an der Spitze des DEHOGA Niedersachsen ist Hermann Kröger nicht mehr zur Wahl angetreten. Die Delegierten wählten Detlef Schröder, Inhaber des Hotel Restaurant Schröder in Groß Meckelsen im Landkreis Rotenburg/Wümme, zu seinem Nachfolger. Mit den Worten „Gehe, solange du geschätzt wirst, und warte nicht darauf, dass man dich aus dem Amt hinauskomplimentiert“ verabschiedete sich der markige Ostfrieser Kröger mit dem für ihn typischen trockenen Humor von „seinen“ Delegierten. Sein Nachfolger Detlef Schröder ist seit Langem im DEHOGA Niedersachsen aktiv. Er war 1992 einer der Mitbegründer des „Jungen DEHOGA Niedersachsen“, wurde 1996 Sprecher der Jungunternehmer, war seit 2003 Vorsitzender der Fachgruppe Hotels und seit 2010 Vizepräsident des DEHOGA Niedersachsen. Detlef Schröder hat in den vergangenen Jahren die Vorstandsarbeit mit vorangetrieben und so das Vertrauen der Delegierten gewonnen.

Vizepräsident wurde Dirk-Jan F. Warmerdam (49 Jahre, Inhaber der NordWest Hotelgruppe mit drei Hotels in Bad Zwischenahn). Er engagiert sich seit Mitte der 1990er-Jahre ehrenamtlich im örtlichen Hotel- und Gaststättenverband. Warmerdam, der u.a. in der Computerbranche tätig war, ist die Digitalisierung mit zukunftsweisenden Softwarelösungen für kleinere und mittelständische Betriebe unserer Branche ein besonderes Anliegen.

Mit den beiden neuen Frontmännern hat der DEHOGA Niedersachsen ein frisches, schlagkräftiges Team an die Spitze gewählt. Beide machten den Delegierten deutlich, dass politische Erfolge für die Branche nur gemeinsam mit Unterstützung der Bezirks- und Kreisverbände auf allen Ebenen zu realisieren seien.



Foto: DEHOGA Niedersachsen



OFFICE 365 ALS DAUERGAST IN DEUTSCHEN RECHENZENTREN

Die flexiblen Microsoft Office-Lösungen aus der Cloud eignen sich perfekt für den Bedarf von Hotel- und Gastronomiebetrieben. Damit haben Mitarbeiter nicht nur stets alle Informationen über die Gäste zur Hand, sondern auch Datenschutz und Datensicherheit sind gewährleistet.

Ob Online-Konferenzen mit Skype for Business, der große Online-Speicher OneDrive for Business, Team-Kalender oder andere Collaboration-Lösungen zur effektiven Zusammenarbeit im Haus und über Standorte hinweg: Office 365 hat sich längst von der Text- und Tabellenverarbeitung zu einem umfassenden Bürosoftwarepaket entwickelt. Zahlreiche Anwendungen und mobile Apps haben den Funktionsumfang des Software-Klassikers erheblich erweitert. Und bieten damit auch für Hotels und Restaurants passende Tools, die die tägliche Arbeit erleichtern.

REIBUNGSLOSE PROZESSE

Das Office-Paket aus der Cloud überzeugt durch viele Vorteile: Die Dateien lassen sich zentral ablegen, sodass sie jederzeit und überall für das Team verfügbar sind. Unterschiedliche Mitarbeiter können gleichzeitig auf dieselben Dokumente zugreifen und sie bearbeiten. Zahlen, Terminvereinbarungen und Informationen stehen in Echtzeit bereit und Mitarbeiter können ihre

Anwendungen unabhängig vom Endgerät nutzen. Das Risiko von manuellen Übertragungs- und Versionsfehlern sinkt und umständliche Absprachen per E-Mail oder Telefon entfallen.

LÖSUNG NACH DEUTSCHEN DATENSCHUTZSTANDARDS

Eine weitere Besonderheit: Die Telekom bietet die Lösungen aus deutschen Rechenzentren an. Und T-Systems – eine Tochtergesellschaft der Deutschen Telekom – übernimmt dabei die Datentreuhänderschaft. Das bedeutet, das Unternehmen überwacht den Zugriff auf die Kundendaten. Mit Office 365 nach deutschen Datenschutzbestimmungen erfüllen Hotels und Gastronomie Compliance-Anforderungen.

WELCHE ANWENDUNG PASST?

Stellen Restaurants, Bistros oder Hotels mehr Mitarbeiter ein oder eröffnen neue Standorte, lässt sich Office 365 Deutschland schnell skalieren. Anstelle teurer Lizenzen

nutzen Betriebe das Softwarepaket als Mietmodell zum monatlichen Fixpreis. Die Telekom berät mit Microsoft-zertifizierten Experten bei der Auswahl der passenden Lösung und unterstützen die Hotels und Gastronomiebetriebe bei der Digitalisierung ihrer Geschäftsprozesse – von der Analyse über die individuelle Planung bis hin zum Support im laufenden Betrieb.

Mehr Informationen über Office 365 von der Telekom finden Sie unter www.telekom.de/office-365

Aktuell bietet die Telekom mit Office 365 in der Edition „Business Premium“ ein Office-Komplettpaket mit Hosting in Deutschland zu einem besonders günstigen Einstiegspreis. Während der ersten sechs Monate kostet es monatlich nur 5,95 € pro Nutzer, danach gilt der reguläre Preis von 11,95 €. Diese Sonderaktion ist bis zum 31. Dezember 2017 buchbar¹. www.telekom.de/office-365

Verbandsrufnummer: 0800 330 6009 | E-mail: verbaende-vorteil@telekom.de
Homepage: www.telekom.de/loesungen-fuers-gastgewerbe

¹ Preisaktion bis 31.12.2017: Preis netto für Microsoft Office 365 in der Edition Business Premium mit Hosting in Deutschland in den ersten 6 Monaten, nach 6 Monaten erhöht sich der monatliche Preis/Nutzer auf 11,95 € netto. Preis gilt pro Nutzer und Monat bei Abschluss einer Mindestvertragslaufzeit von 12 Monaten. Verträge sind mit einer Frist von einem Monat zum Ende der Mindestvertragslaufzeit kündbar. Erfolgt keine Kündigung, so verlängert sich der Vertrag automatisch um die Mindestvertragslaufzeit. Weitere Informationen zu den verfügbaren Editionen, Preisen und Laufzeiten sowie direkte Buchung unter www.telekom.de/office-365.



DEUTSCHE MEISTERIN KOCHT BEI WELTMEISTERSCHAFT

Bayerische Meisterin, Deutsche Meisterin und jetzt die Qualifikation für das Weltfinale der Global Chefs Challenge 2018 in Kuala Lumpur: Für Sandra Hofer vom Münchner Sternerrestaurant Geisels Werneckhof läuft es gerade gut. Gemeinsam mit ihrem „Kommis“ Michail Loukidis erkochte sie sich den ersten Platz für Mitteleuropa und den zweiten Platz für Nord-Süd-Osteuropa – und löste damit das Ticket als Team Germany für das Weltfinale der Global Young Chefs Challenge vom 11. bis 14. Juli 2018 in Kuala Lumpur. „Wir haben in Prag viele Talente aus allen Nationen kennengelernt. Es war eine tolle Atmosphäre und wir haben uns untereinander über Techniken und Menüs ausgetauscht“, so Hofer. Für die 21-Jährige war es nicht die erste Teilnahme an einem internationalen Kochwettbewerb, denn im Mai dieses Jahres gewann sie bereits die Bronzemedaille mit der Jugendnationalmannschaft in Hongkong.

Aus dem Warenkorb mit den „Muss-Bestandteilen“ Jakobsmuscheln und Wolfsbarsch für die Vorspeise, Gänsestopfleber und Kalbsrücken im Hauptgang sowie Schokolade, die in mindestens drei Zubereitungsformen verarbeitet werden musste, nämlich in gebackener Form, mit Fruchtkomponente und einer Fruchtsauce, zauberte die 21-Jährige das Siegermenü. Insgesamt kochten die Teilnehmer siebeneinhalb Stunden. „Ich habe die Zeit voll genutzt



und bis zur letzten Sekunde angerichtet“, so Hofer. „Typisch heimische Gerichte mit sehr hohem Schwierigkeitsgrad waren mein persönlicher Anspruch“, verrät die strahlende Sandra über ihr Menü.

— Anzeige —



... und Sie finden genau dann Ihre
Fachinformationen, wann Sie sie brauchen

Die Suchmaschine für
Hotellerie und Gastronomie

www.horesga.de

DIE BESTEN DER BRANCHE

Erstmals in Berlin, die Siegerehrung dann gleich im Hotel Adlon: Der Branchennachwuchs zeigte bei den 38. Deutschen Jugendmeisterschaften in den gastgewerblichen Ausbildungsberufen ihr Können. Bei den Hotelfachleuten gewann Maximilian Gallasch vom Grand Elysée Hamburg (Hamburg). Den ersten Platz bei den Restaurantfachleuten erkämpfte sich Anne Maria Gerhardt vom Hotel Bareiss in Baiersbronn (Baden-Württemberg). Bei den Köchen holte Julia Tischer vom Engel Obertal Wellness & Genuss Resort in Baiersbronn-Obertal (Baden-Württemberg) die Goldmedaille. In der Mannschaftswertung siegte das Team aus Baden-Württemberg vor Hamburg und Bayern.



Strahlende Gesichter bei schönstem Sonnenschein vor dem Brandenburger Tor: die Goldmedaillen-Gewinner Maximilian Gallasch, Julia Tischer, Anne Maria Gerhardt (v.l.)

„Wir können stolz sein auf den Nachwuchs aus Gastronomie und Hotellerie. Die jungen Spitzenkräfte sind die Kraft und die Zukunft unserer Branche“, sagte Guido Zöllick, Präsident des DEHOGA Bundesverbandes, in seiner Ansprache zur Siegerehrung, die er gemeinsam mit Elke Büdenbender, Ehefrau von Bundespräsident Frank-Walter Steinmeier, vornahm. Büdenbender unterstrich die Notwendigkeit der Ausbildung: „Wir brauchen Sie! Wir brauchen Köche, Bäcker, Autoschlosser, Restaurantmanager genauso dringend wie Lehrer, Ingenieure und Rechtsanwälte. Ich finde es ungeheuer wichtig, junge Menschen dabei zu unterstützen, selbstbewusst ihren eigenen und für sie passenden Weg ins Berufsleben zu finden.“ Zöllick betonte die Vorbildfunktion der Top-Auszubildenden für die gesamte Branche. „Die Deutschen Jugendmeisterschaften machen Lust auf Top-Leistungen und beweisen, dass sich unsere gemeinsamen Anstrengungen für eine gute Ausbil-

dung lohnen.“ Den Wettbewerbsteilnehmern rief Zöllick zu: „Die duale Ausbildung ist eine perfekte Basis für den Start in eine erfolgreiche Berufskarriere. Machen Sie etwas aus Ihren exzellenten Startbedingungen, die sie sich selbst erarbeitet haben.“

Der DEHOGA-Präsident hob zudem das Engagement namhafter Förderer und Partner der Branche und aus der gastgewerblichen Zulieferindustrie hervor, ohne deren Unterstützung die Durchführung des Wettbewerbs nicht möglich sei. Ein herzlicher Dank geht demnach an die hoga Unternehmensversorgung, die Franz-Herrlein-Stiftung, an Bitburger sowie die Koelnmesse als Hauptsponsor. Träger der Deutschen Jugendmeisterschaften sind neben dem DEHOGA Bundesverband der Verband der Köche Deutschlands (VKD), der Verband der Servicefachkräfte, Restaurant- und Hotelmeister (VSR) sowie das Brillat Savarin Kuratorium der FBMA-Stiftung.

> atk

Die Besten ihres Fachs bei den Deutschen Jugendmeisterschaften 2017

Hotelfachmann/-frau

1. **Maximilian Gallasch**
Grand Elysée Hamburg,
Hamburg (Hamburg)
2. **Anabel Baudendistel**
Pineda Brenners Park-Hotel & Spa,
Baden-Baden (Baden-Württemberg)
3. **Charleen Büter**
BUDERSAND Hotel
Golf & Spa – Sylt, Hörnum/Sylt
(Schleswig-Holstein)

Restaurantfachmann/-frau

1. **Anne Maria Gerhardt**
Hotel Bareiss, Baiersbronn
(Baden-Württemberg)
2. **Hannes Boelmann**
Romantik Hotel Bergström,
Lüneburg (Niedersachsen)
3. **Julia Roauer**
Ristorante Tra Amici, Allersberg
(Bayern)

Koch/Köchin

1. **Julia Tischer**
Engel Obertal Wellness & Genuss
Resort, Baiersbronn-Obertal
(Baden-Württemberg)
2. **Nils Hansen**
Hotel Atlantic Kempinski Hamburg,
Hamburg (Hamburg)
3. **Martina Welter**
Hotel Königshof, München (Bayern)

UMSÄTZE MIT KEGLERN



VORHER

NACHHER



„Rollt der Rubel, wenn Kegelkugeln rollen?“ Diese Frage wird von vielen Kegelbahnbetreibern eindeutig mit „Ja“ beantwortet. Aber vielfach rollen die Kugeln nicht mehr so oft wie vor 30 oder 40 Jahren, als es sogar Wartelisten für Kegelclubs gab. Viele Gastwirte reagierten damals auf die große Nachfrage und investierten in den Bau neuer Kegelbahnen. Jetzt stehen sie vor der Frage: Renovieren oder nicht?

„Das Problem ist, dass in den Jahren danach oftmals kaum noch in die Modernisierung der Kegelbahnen investiert wurde. Heute entspricht das Ambiente vieler Kegelbahnen noch dem der 70er- oder 80er-Jahre. Und die Kegelbahntechnik ist ebenfalls nicht mehr zeitgemäß“, konstatiert Uwe Oldenburg. Der Präsident des Deutschen Kegler- und Bowlingbundes (DKB), des Dachverbandes der Bowling- und Kegelsportler(innen), sieht diese Entwicklung mit Sorge: „Wenn ich mich mit den Betreibern der Kegelbahnen unterhalte, dann höre ich häufiger, dass die Kegelbahnen immer seltener belegt seien und es sich deshalb nicht lohne, in die Modernisierung der Kegelbahnen zu investieren.“ Auf der anderen Seite gibt es jedoch Gastronomen, die genau anders denken: Sie investieren kontinuierlich in neue Technik

und in ein modernes Kegelbahn-Ambiente. So gewinnen und binden sie Gäste, die regelmäßig auf „Alle Neune“ zielen und für verlässliche Umsätze sorgen.

Wenn es um Modernisierungsinvestitionen

» KEGLER SORGEN FÜR VERLÄSSLICHEN UMSATZ «

Uwe Oldenburg, Präsident DKB

geht, setzt der Deutsche Kegler- und Bowlingbund selbstverständlich auf den Unternehmer- statt den Unterlasser-Typen. Denn: Kegelbahn-Anlagen können auch für den Kegelsport genutzt werden. Die Kegelsportler sorgen zwar nicht für hohe Getränkeumsätze, weil Alkohol während des Trainings oder der Wettkämpfe tabu ist. Allerdings nutzen die Kegelsportvereine die

Bahnen oft nachmittags oder am frühen Abend, bevor die Keglerinnen und Kegler mit geselligen Ambitionen „in die Vollen“ gehen. Unter dem Strich werden mit dieser „Koexistenz“ von Sport- und Geselligkeitskeglern die Kegelbahn-Mieteinnahmen gesteigert.

Gastwirte mit mindestens zwei Kegelbahnen, die sich für die Gründung eines Kegelsportvereins auf ihren Bahnen interessieren, können sich telefonisch (Telefon: 030 8731299) oder per

E-Mail (dkb@kegelnundbowling.de) an den DKB wenden. Noch einmal DKB-Präsident Oldenburg: „Wir leisten mit unseren Strukturen, mit Tipps und Werbemitteln Starthilfe bei der Gründung und dem Aufbau eines Kegelsportvereins. Wer vorab Informationen über den organisierten Kegel- und Bowlingsport haben möchte, findet diese auf unserer Internetseite www.kegelnundbowling.de.“



Modern und lichtdurchflutet präsentieren sich die Arbeitsbereiche im Co-Working-Space im Hotel im GVZ in Ingolstadt. Die Verbindung von Hotelzimmern und kurzzeitig anmietbaren Arbeitsbereichen ist ein großer Trend – und für Hotels eine echte Chance zur Positionierung.

AIRBNB BETTET CO-WORKING-SPACES EIN

In sechs Pilotstädten (vier in den USA sowie London und Sydney) bekommen Kunden, die ein Zimmer über Airbnb buchen, nun auch einen nahegelegenen Arbeitsplatz angeboten. Diesen können sie über die Plattform „We Work“ mit einem Klick reservieren. Nach Einführung des Filters „Business Travel Ready“ für Zimmer mit Schreibtisch und schnellem WLAN ist dies der nächste Schritt, um Geschäftsleute anzuziehen.



Fotos: Live'n'work

DAS HOTEL ALS ARBEITSPLATZ

Im Zuge der Flexibilisierung und Digitalisierung können und müssen Menschen heute immer und überall arbeiten. Immer häufiger sieht man diese dann mit dem Notebook in der Hotellobby sitzen. Das Hotel im GVZ in Ingolstadt hat jetzt auf diesen Trend reagiert und unter dem Motto „live'n'work“ einen Co-Working-Bereich eröffnet.

Über 550 Quadratmeter ist der neue Bereich des Hotels im GVZ groß und er beginnt mit einer Rezeption, die fast schon klassisch an die Rezeption eines Hotels erinnert. Dahinter sind aber keine Zimmer, sondern – aufgeteilt in verschiedene Bereiche – Arbeitsplätze. Mal an höheren Tischen, mal in separaten Nischen, mal mit Glastüren abgetrennt – genügend Platz für bis zu 60 Personen, die hier gleichzeitig arbeiten können. In der Mitte befindet sich ein großer Aufenthaltsbereich mit Lounge-Möbeln, aber auch Bügeltischen, an denen ein Kaffee im Stehen getrunken werden kann. Das alles ist modern gestaltet, mit frischen Farben, hochwertigen Möbeln, moderner Ausstattung und viel Licht in allen Bereichen.

Arbeiten kann in dieser Atmosphäre durchaus Spaß machen. Warum das alles? „Wir wollen den Gästen unseres Hotels einen Arbeitsplatz auf Zeit anbieten“, sagt Inhaber Stefan Wild, gleichzeitig auch Vorsitzender des Fachbereichs Hotellerie im DEHOGA Bayern. Wild hat die ehemalige Bürofläche in das darüber liegende Hotel integriert. „Der Umbau in Hotelzimmer wäre zu aufwendig gewesen“, sagt er. Und doch erwartet er vom Co-Working-Bereich eine wichtige Ergänzung zum Hotel. Sicherlich spielt für den zu erwartenden Erfolg die Lage des Hotels eine Rolle. Es befindet sich mitten im sogenannten Güterverkehrszentrum Ingolstadt (GVZ), angrenzend an das Werksgelände der Audi AG. Hier tref- ▶



Die Arbeitsplätze kann man für ein kurzes Meeting genauso nutzen wie für kreatives Arbeiten. Wichtig jedoch: kurze Wege zwischen Hotel und Arbeitsplatz und Flexibilität bei der Nutzung.



fen sich viele Unternehmen, die mit dem Automobilkonzern zusammenarbeiten und verschiedene Projekte mit und für Audi realisieren. „Solche Projekte dauern manchmal ein paar Tage oder können sich über Monate hinziehen“, sagt Stefan Wild, der den Markt vor der Einrichtung des Co-Working-Bereiches sehr genau

analysiert hat. Externe Unternehmen dürften beispielsweise aus Compliance-Gründen keine Räume im beauftragenden Unternehmen mehr nutzen. Unter anderem dafür stehen jetzt die Büro- und Besprechungsflächen zur Verfügung.

Die Betreuung des neuen Bereiches ist für das Hotel denkbar einfach. Das Personal steht im Hotel zur Verfügung, selbst Küchenleistungen können kurzfristig und flexibel abgerufen werden. „In anderen Städten gibt es ähnliche Angebote, selten sind diese aber an ein Hotel angebunden“, sagt Wild und stellt die Nähe zwischen dem flexiblen Kurzzeit-Arbeitsplatz und den Übernachtungsmöglichkeiten heraus. Nicht zuletzt deshalb firmiert das Projekt auch unter dem Titel „live'n'work“, um die Verbindung von Leben und Arbeiten zu unterstreichen.

► **Andreas Türk**

WIE SICH GESCHÄFTSREISENDE IHR HOTELZIMMER VORSTELLEN

Schnelles WLAN, ein Schreibtisch und möglichst auch ein Drucker gehören für Geschäftsreisende zur gewünschten Grundausstattung ihres Hotelzimmers. Zu diesem Ergebnis kommt die Studie „Chefsache Business Travel“ von Travel Management Companies im Deutschen Reiseverband (DRV). 90 Prozent der Teilnehmer stellen sich ein gut ausgestattetes Hotelzimmer so vor. Eine große Rolle spielt für die meisten Reisenden (88 Prozent) außerdem der reibungslose Ablauf der Geschäftsreise mit guten Verbindungen und angenehmen Reisezeiten. Vor allem Vielreisende wünschen sich überdurchschnittlich häufig flexible An- und Abreisezeiten in Hotels (60 Prozent). Sie legen ebenfalls überdurchschnittlich häufig Wert auf eine ausgewogene Ernährung (55 Prozent). Für Geschäftsreisende, die nur fünf bis sechs Mal im Jahr

unterwegs sind, ist das weit weniger wichtig – nur 25 Prozent wünschen sich explizit gesundes Essen in den jeweiligen Unterkünften.

Die Lage ist wichtig

79 Prozent der Geschäftsreisenden bevorzugen eine entspannte Atmosphäre in kleinen, individuellen Hotels, 71 Prozent übernachten gern in einem großen Hotel einer Kette, die sie bereits kennen. Die Lage des Zimmers ist für 80 Prozent wichtig: Dieses sollte sich beispielsweise nicht neben einem Fahrstuhl befinden. 35 Prozent der unter 40-Jährigen nehmen unterwegs im Hotel gern sportliche Betätigungsmöglichkeiten oder Wellness-Angebote wahr. Bei den über 40-Jährigen sind es nur 19 Prozent.



Stefan Wild (rechts) und sein Geschäftspartner Dennis Herrmann haben das Live'n'work-Konzept entwickelt und umgesetzt.

INTERVIEW MIT STEFAN WILD ZUM CO-WORKING-BEREICH IM HOTEL IM GVZ IN INGOLSTADT

Gastgewerbe Magazin: Herr Wild, Woher kommt der Trend zum Arbeiten im Hotel?

Stefan Wild: Die Lebensbereiche Leben und Arbeiten wachsen immer weiter zusammen, die Arbeitswelt wird immer flexibler und mobiler. Menschen sitzen nicht mehr acht Stunden in einem Büro. Sie sind zu Projekten unterwegs, haben Meetings, müssen aber gleichzeitig immer im Einsatz sein. Das erfordert neue Strukturen und neue Denkmuster.

Wer sind diese Gäste?

Das ist durchaus unterschiedlich. Zu uns kommen viele Gäste, die für ein Projekt mehrere Wochen hier sind und in dieser Zeit einen Arbeitsplatz brauchen. Ein Büro anzumieten würde sich nicht lohnen – ganz zu schweigen von der Frage, ob sie überhaupt einen Raum finden. Es sind aber auch Gäste, die am Nachmittag einen Termin bei einer der Firmen im Umfeld haben und den Vormittag zum ungestörten Arbeiten nutzen wollen (oder müssen).

Reicht da nicht ein Schreibtisch im Zimmer?

Das war früher sicherlich der Fall. Aber es

geht heute immer mehr darum, die Lebensbereiche Wohnen und Arbeiten doch voneinander zu trennen – zumindest wenn es um den Raum an sich geht. Das Hotelzimmer ist Privatsphäre, der Arbeitsplatz mehr ein öffentlicher Raum. Unsere Gäste wollen sich gegebenenfalls mit Kollegen zu einer Besprechung treffen. Das wollen sie sicherlich nicht in ihrem Hotelzimmer machen. Wichtig ist aber die räumliche Nähe zwischen beiden Bereichen, um unnötige und zeitraubende Wege zu vermeiden. Also: Trennung ja, aber dann doch wieder nah beieinander.

Welche Leistungen bieten Sie den Gästen?

Wir stellen im Co-Working-Bereich den Gästen mehrere Module zur Verfügung. Das reicht vom „Flexdesk“, also in unserem Fall einem Hochtisch mit Stuhl oder Bank ohne festen Platzanspruch, den sie schon für einen Tag anmieten können, über den „Fixedesk“, einen fest reservierten Schreibtisch-Arbeitsplatz, bis hin zu abgeschlossenen Büros, „Resident“ genannt, in verschiedenen Größen. Außerdem stehen zwei unterschiedlich große Meeting-Räume zur Verfügung. Alle Nutzer des Co-Workings

haben natürlich WLAN, können sich an der Kaffeemaschine bedienen und an unserem Drucker drucken, kopieren oder scannen. Außerdem bieten wir Leistungen wie Postannahme und natürlich die Reinigung. Weitere Leistungen können dann über das Hotel zugebucht werden, zu finden über www.hotelimgvz.eu CoWorking oder auf Facebook CoWorking GVZ.

Das Hotel im GVZ hat sicherlich durch die unmittelbare Nähe zu Audi eine besondere Situation. Aber würde sich das auch für andere Hoteliers rechnen?

Wie eingangs erwähnt gibt es einen klaren Trend in diese Richtung. Ich bin überzeugt, dass das Angebot von temporären Arbeitsplätzen zu einem wichtigen Geschäftsbereich für viele Hotels in Städten und Ballungszentren werden wird. Dieses Geschäft dürfen wir Hoteliers auf keinen Fall anderen überlassen, denn wir haben schließlich die Gäste schon einmal bei uns im Haus. Man kann da sicherlich auch mit kleineren Modellen anfangen, aber auf jeden Fall muss man den Gästen eine angenehme, moderne und flexible Atmosphäre bieten.

➤ Das Interview führte Andreas Türk



Fotos: privat



„HOTELIMMOBILIE DES JAHRES 2017“

Als „Hotelimmobilie des Jahres 2017“ wurde die Bretterbude in Heiligenhafen an der Ostsee im Rahmen des Hotelforums am Rande der Expo Real in München ausgezeichnet. Andreas Martin, Geschäftsführer der hotelforum management GmbH: „Die Bretterbude ist im positiven Sinne des Wortes eine Bretterbude: bei der in unterschiedlichen Hölzern gestalteten Fassade angefangen über individuell gestaltete Bretterbutzen bis hin zur Knetkammer und dem Plankenverleih ist das Thema Holz überall präsent, und zwar rau und klar, aber auch herzlich, wie es der Sprache der Ostseeküste entspricht. Die Bretterbude überzeugte die Hotelforum-Jury mit diesem stimmigen Gesamtkonzept für alle Altersgruppen und in bester Küstenlage.“

Das architektonische Konzept des Neubaus ist an Hummerbuden auf Helgoland angelehnt und wirkt optisch wie in kleine einzelne Häuser aufgeteilt. Dadurch, dass das Gebäude in den bereits vorhandenen Deich

integriert wurde, ist es auf der Meereseite nur drei Stockwerke hoch, auf der Südseite verfügt es jedoch über vier Etagen. Die Inneneinrichtung ist puristisch und industriell geprägt. Die gesamten Flure und öffentlichen Bereiche sind nur grob verputzt. In den Zimmern, die in der Bretterbude „Butzen“ heißen, wird die industrielle Anmutung durch viel Holz aufgelockert.

» DAS HOTEL IST RAU UND HERZLICH, WIE DIE SPRACHE DER OSTSEEKÜSTE «

Die Bretterbude verfügt über das Restaurant „Strandschuppen“, eine „Spelunke“ (Reinkarnation einer alten Hafenpinte), zwei Tagungsräume („Renate und Hans-Hinnerk“) sowie einen Spa-Bereich.

Weitere Finalisten des Wettbewerbs waren Motel One Berlin-Upper West und Roomers, Baden-Baden. **> Andreas Türk**

WIRTSCHAFTLICHE PROBLEME: NUR MIT BERATUNG DURCH DIE KRISE

Auch Betriebe in Hotellerie und Gastronomie sind vor Krisen nicht sicher. Dann heißt es, richtig zu handeln – und den richtigen Berater an der Seite zu haben. Die Düsseldorfer Beratungsgesellschaft ADK Consulting begleitet Eigentümer und Führungskräfte, wenn der Wind einmal etwas rauer wird. Das Unternehmen hat sich auf die leistungswirtschaftliche Sanierung und die Beratung von Organen zur Reduzierung von Haftungsrisiken spezialisiert.

Wenn es in einem Unternehmen wirtschaftlich knirscht und kriselt, ist ein ruhiges, strukturiertes Vorgehen das Gebot der Stunde. Weder Panikreaktionen noch Aussetzen sind dann die richtigen Maßnahmen – sie gefährden vielmehr die Zukunft zusehends. „Dabei sehen wir immer wieder, dass Eigentümer und Geschäftsführer von Hotels und Restaurants auf diese Weise vorgehen. Entweder sie verkaufen überstürzt bestimmte Betriebsteile und entlassen Mitarbeiter. Dabei passieren dann oft erhebliche Fehler, die das wirtschaftliche Problem nicht besser machen, sondern womöglich die Substanz noch stärker schädigen und an der völlig falschen Stelle ansetzen“, sagt Corinne Rennert-Bergenthal, Geschäftsführerin von ADK Consulting, der auf

Insolvenzdienstleistungen, Sanierung und Restrukturierung spezialisierten Einheit der multidisziplinären Kanzlei Abels Decker Kuhfuß Lenzen (ADKL) aus Düsseldorf.

„Auf der anderen Seite ist das Abwarten auch keine Option. Wer den Kopf in einer Krise in den Sand steckt und darauf hofft, dass sich schon wieder alles zum Guten wenden werde, steuert auf einen Abgrund zu, sodass in der Folge oftmals eine Insolvenz unabdingbar wird.“ Die Sanierungsexpertin hat auch die Erfahrung gemacht, dass Unternehmer in der Krise oft eigenes Geld in den Betrieb stecken, auch über einen längeren Zeitraum hinweg. Das stopfe zwar kurzfristig die Löcher, reiche in der Regel aber für eine echte Sanierung nicht aus. „Das Sterben wird dadurch nur auf die

lange Bank geschoben. Und das Privatvermögen schmilzt mehr und mehr zusammen, sodass am Ende der Krise sowohl der Betrieb als auch der gastgewerbliche Unternehmer völlig ohne Mittel dastehen.“ Das gelte es natürlich zu verhindern und sämtliche Schutzmaßnahmen zu ergreifen.

Externe Begleitung

Sie weist deshalb darauf hin, dass kein Weg an einer professionellen, externen Begleitung vorbeiführt, soll ein gastgewerbliches

» AUF DEN UNTERNEHMER KOMMEN IM ERNSTFALL HAFTUNGSTRÄCHTIGE PFLICHTEN ZU «

Unternehmen aus einer wirtschaftlichen Krise herausgeführt und an den relevanten Stellen tatsächlich saniert werden. „Gerade im familiengeführten Mittelstand zeigt sich oft, dass Geschäftsführer-Gesellschafter große Scheu vor harten Maßnahmen haben. Sie brauchen dann einen Berater, der sie und ihre Mentalität versteht, aber auch in der Lage ist, durch eine echte leistungswirtschaftliche Sanierung den Betrieb für die Zukunft neu aufzustellen.“

Zur umfassenden Beratung gehören sowohl die Erstellung und Umsetzung von Sanierungsplänen und -gutachten, die Einführung von Controlling-Instrumenten und die Unterstützung bei der Investorensuche als auch die enge operative Begleitung. „Durch unsere Sanierungserfahrung und -kompe-



tenz sind wir in der Lage, alle notwendigen Schritte strategisch, rechtlich und steuerlich sicher umzusetzen. Das entlastet den Unternehmer beziehungsweise die Geschäftsführung und erhöht maßgeblich die Chancen, dass die Sanierung wirklich gelingt.“

Steuerberaterin Ute Logen weist auch auf einen weiteren wesentlichen Aspekt in der Tätigkeit der Sanierungsspezialisten hin. „Auf Organe kommen im Krisenfall des Unternehmens äußerst haftungsträchtige Pflichten zu. So sind beispielsweise die Zahlungsfähigkeit sowie eine mögliche Überschuldung ständig zu überwachen und entsprechende Finanz- und Liquiditätsplanungen zu führen. Wer nicht auf alle gesetzlichen Pflichten achtet, begibt sich selbst in eine womöglich existenzbedrohende Haftungsfalle oder setzt sich sogar langwierigen Strafverfahren aus.“ Daher umfasse die Arbeit bei ADK Consulting immer auch die Beratung und Handlungsempfehlungen hinsichtlich Haftungsfragen, die Abwehrberatung bei strafrechtlichen oder zivilrechtlichen Ansprüchen und die Vermeidung von Rückforderungsansprüchen gegen Gesellschafter. „Wir wollen Unternehmen und Organe so unbeschadet wie möglich durch die wirtschaftliche Krise manövrieren.“

> Patrick Peters



INTERGASTRA 2018: NOCH GRÖßER, NOCH KLARER GEGLIEDERT

Es sind noch ein paar Tage, bis die Intergastra in Stuttgart vom 3. bis 7. Februar 2018 ihre Tore öffnet. Doch schon jetzt dürfen sich die Besucher nicht nur auf einige Änderungen, sondern vor allem auf noch mehr Platz freuen – die Erweiterung des Messegeländes macht es möglich.

Intergastra-News

- ✓ Noch mehr Fläche, noch mehr Aussteller
- ✓ Thematische Gliederung bleibt erhalten
- ✓ Trendthemen Eis&Kaffee mit noch mehr Platz



Foto: Messe Stuttgart

Die Messe wird größer, aber dennoch komplett belegt sein. Durch die neu hinzukommende Halle 10 wird sich allerdings auch die aus der Vergangenheit gewohnte Hallenbelegung verändern. Diese Neuordnung der Messe bietet auch Platz für neue und wachsende Themenfelder.

So wird sich bei der Intergastra das Themenfeld „Küchentechnik & Food“ deutlich vergrößert in den Hallen 5, 3 und im L-Bank Forum (Halle 1) präsentieren. Der zweite klassische Intergastra-Bereich „Hotel & Ambiente“ findet sich mit dem Bereich „Dienstleistungen“ in der Halle 4, der Oskar Lapp Halle (Halle 6) und der Halle 7 wieder. Auch hier liegen die verwandten Themen eng beieinander und ermöglichen es, den Besuch der Messe mit kurzen

Wegen zu planen. Die Halle 9 wird die ganze Vielfalt der Getränke bieten. In der neuen Paul Horn Halle (Halle 10) und in der Alfred Kärcher Halle (Halle 8) haben die Themen „Eis & Kaffee“ zusätzlichen Platz für die Neuheiten in diesem wachsenden Segment des Außer-Haus-Markts.

„Die Intergastra wächst – und Wachstum heißt Veränderung“, stellt Fritz Engelhardt, Präsident des DEHOGA Baden-Württemberg und damit ideeller und fachlicher Träger der Messe, fest. „Ich bin überzeugt, dass wir mit unserem Konzept der sinnvollen thematischen Bündelung eine gute, zukunftsorientierte Entscheidung getroffen haben, von der Messebesucher und Aussteller gleichermaßen profitieren werden.“

www.intergastra.de

PROWEIN: CRAFT SPIRITS, CRAFT BEER UND CIDER BEKOMMEN EIGENE BÜHNE

Das Trendtrio Craft Spirits, Craft Beer & Cider steht auf der nächsten ProWein vom 18. bis 20. März 2018 ganz besonders im Scheinwerferlicht.

Die bereits etablierte Sonderschau „same but different“ widmet sich diesen handverlesenen Produkten und bereitet ihnen eine exklusive Bühne in einer eigenen Halle. „In der urbanen Bar-Szene, der Trend-Gastronomie und auch im Fachhandel spielen Craft Spirits & Co. eine zunehmend große Rolle und finden immer neue Käuferschichten. Das ist eine ausgezeichnete Grundlage, dieses Thema in die ProWein zu integrieren“, erläutert Marius Berlemann, Global Head Wine & Spirits, die aktuelle Entscheidung der Messe Düsseldorf. „Hinzu kommt: 39 Prozent unserer ProWein-Fachbesucher interessieren sich für Craft-Spirituosen und 45 Prozent für Craft Beer, wie unsere diesjährige Besucherbefragung ergeben hat. Hier werden wir ein zusätzliches, marktrelevantes Angebot für unsere Kunden schaffen.“ Mit rund 50 erwarteten Ausstellern wird die Halle 70 zur Heimat der trendigen Gastro- und Bar-Szene. Auch die fizza Lounge des Meininger Verlags, der Hot Spot für Bartender, zieht aus ihrer bisherigen Heimat in Halle 12 in die „same but different“-Halle 70 um.

www.prowein.de





WER DEN SCHADEN HAT ...

Ohne Versicherungen kommt kein Betrieb aus. Aber was braucht man wirklich? Und wer hilft, das optimale Versicherungspaket zusammenzustellen? Wir haben mit einem Experten auf dem Gebiet gesprochen.

Ein Hotelier hat seine Auflagen seitens der Brandschutzbehörde nur „larifari“ umgesetzt und auch seine Mitarbeiter nicht geschult. Dann brennt es! Unabhängig vom Sachschaden kommt es zu Rauchvergiftung bei den Gästen. In so einem Fall steht der Staatsanwalt sofort vor der Tür, denn dann handelt es sich bereits um Strafrecht – etwas, mit dem kaum jemand rechnet.

Ein anderer Hotelier bietet in seinem Urlaubspaket unter anderem eine Kutschfahrt für die Gäste an. Die Kutsche hat einen Unfall und ein Gast verletzt sich – hier haftet der Hotelier auch ohne eigenes Verschulden, und zwar gemäß Reiserecht!

Zwei Beispiele, die für einen Unternehmer enorme Auswirkungen haben können und die für Sonderfälle und Situationen stehen, die nur von Experten richtig eingeschätzt werden. Wichtig ist in jedem Fall die „richtige“ Versicherung. Aber kann man sich „rundum“ versichern und das vor allem auch noch finanziell stemmen?

Weil man als Laie nicht wirklich durchblickt und sich einerseits oft übertreibt, andererseits auch falsch versichert, sollte man sich Experten anvertrauen. Einer dieser Experten ist das Familienunternehmen Fritz & Fritz in Margetshöchheim bei Würzburg. Der Kompetenzpartner auch des DEHOGA Bayern hat sich vor gut 30 Jahren auf die Hotellerie spezialisiert: „Wir

» DIE MEISTEN
HOTELIERS SIND IN DER
TAT UNTERVERSICHERT. «

Michael Fritz, Fritz&Fritz

wissen, wie die Hoteliers ticken und welche Probleme gerade versicherungstechnisch in einem Hotelbetrieb schlummern“, sagt Juniorchef Michael Fritz. Seiner Erfahrung nach gibt es drei Themen, bei denen es in der Branche immer wieder zu Problemen

kommt: Die zu geringe Versicherungssumme bei der Gebäude- und Inventarversicherung, die in ihrer Bedeutung unterschätzte Haftpflichtversicherung und die Nichtbeachtung des eventuell notwendigen Spezial-Straf-Rechtsschutzes. In allen drei Bereichen können sich Situationen ergeben, die für einen Hotelier möglicherweise unabsehbar schlimme Folgen nach sich ziehen.

„Die meisten Hoteliers sind tatsächlich unterversichert“, so Fritz, der im Kundenbestand gut 80 Prozent Familienbetriebe mit 3, 4 und 5 Sternen – und damit Gebäudeeigentümer – hat. Wenn die Ver-

sicherungssumme aber zu gering angesetzt ist, hat das ganze Konstrukt kein wirkliches Fundament und stürzt im Schadensfall zusammen wie ein Kartenhaus. Dabei werden vor allem auch Elementarschäden immer wichtiger – durch Überschwemmung, ▶



Rückstau in der Kanalisation, Starkregen, Erdbeben und Schneedruck auf dem Dach... Solche Geschehnisse sind ein unterschätztes Risiko. Auch die Absicherung des technischen und kaufmännischen Inventars ist von Bedeutung. Pächter sind beispielsweise mit Blick auf das Gebäude durch den Eigentümer versichert; alles was sich jedoch an Einrichtung, Waren und Vorräten sowie fremdem Eigentum – etwa der Gäste – im Haus befindet, muss der Pächter versichern. Darüber hinaus sollte bedacht werden: Brände oder ein Wasserschaden führen meist zur zeitweisen Schließung des Hotels. Der Betrieb generiert also keinen Ertrag, die Mitarbeiter müssen ausgestellt werden, haben allerdings Anspruch auf ihr Gehalt. In so einem Fall springt die Versicherung der Betriebsunterbrechung ein. Dabei sollte man die Dauer eines Wiederaufbaus nicht unterschätzen und möglichst lange Haftzeiten einplanen.

Komplizierte Haftung

Es klingt hart, ist aber Tatsache: „Ein Hotelier, der gewerbsmäßig Fremde zur Beherbergung aufnimmt“, erklärt Michael Fritz, „der haftet verschuldensunabhängig für die eingebrachten Sachen der Gäste.“ Und wenn Gäste die Treppe hinabstürzen, sich im Schwimmbad verletzen oder eine Lebensmittelvergiftung erleiden ... das sind klassische Situationen, in denen Schadensersatz verlangt wird. Da hilft die Haft-

pflchtversicherung. Aber Vorsicht: Wer in seinen Pauschalen mehr als zwei Leistungen – Übernachtung und Halbpension – bündelt und beispielsweise die gemeinsame Wanderung, den Shuttle zum Flughafen oder eben eine Kutschfahrt einschließt, wird rechtlich zum „Reiseveranstalter“. Hat die Kutsche einen Unfall, haftet der Hotelier – und zwar nach dem „Reiserecht“. Er muss also für Personenschäden und Unannehmlichkeiten wegen entgangener Reise freuden des Gastes aufkommen. Man kann solche Dinge als Baustein in die Haftpflichtversicherung einbauen. Je nach Hotel-Genre gibt es zudem ein unterschiedliches Haftpflichtdeckungskonzept: Wellnesshotels etwa, die mit Physiotherapeuten und Ärz-

» WIR BERATEN UNSERE HOTELIERS UND KÄMPFEN FÜR SIE «

Michael Fritz, Fritz&Fritz

ten zusammenarbeiten, sollten sich durchaus dafür interessieren, ob diese auch eine geeignete Haftpflichtversicherung haben. Denn was geschieht, wenn sich der Gast bei einer Hot Stone Massage Verbrennungen auf der Haut zufügt? Dann kommt er logischerweise zum Hotelier!

Rechtlich gesichert

Die schlimmsten Fälle sind immer Situationen mit Personenschäden. Eine Versicherung mit Mehrwert kann daher auch die Rechtsschutzversicherung sein, die sich mit spezifischen Bausteinen erweitern lässt. Letztlich besteht die Gefahr, ins Strafrecht zu rutschen – etwa weil Gäste eine Rauchvergiftung haben oder Alkohol an Jugendliche mit gesundheitlichen Folgen ausgeteilt wurde. Und wenn man gegenüber seinen Gästen finanzielle Forderungen hat, weil sie beispielsweise gegessen haben, ohne zu zahlen, hilft ein Inkasso-Rechtsschutz. Rechtsschutz ist in vielen Situationen sinnvoll, das belegt schon die Tatsache, dass die Versicherer dem Hotelier enormen Zeitverlust und Ärger ersparen.

Viel oder wenig Versicherung?

Optimal versichert zu sein, hängt durchaus mit der optimalen Betreuung zusammen – und muss nicht automatisch teurer sein. Fritz & Fritz beispielsweise deckt nach eigenen Angaben oft „massivste Doppelversicherungen“ auf. „Wenn ein Hotelier eine sogenannte Betriebshaftpflichtversicherung abgeschlossen hat, dann sollte eine beitragsfreie Privathaftpflicht für die ganze Familie inklusive sein“, sagt der Juniorchef. Dass die Kosten für das gesamte Versicherungspaket nicht ins Uferlose steigen, lässt sich übrigens durch Selbstbehalte vermeiden. „Wir werten die Bilanzen der Hoteliers aus, um zu sehen, wie viel freie finanzielle Mittel vorhanden sind, um kleinere Schäden wie etwa einen Leitungswasserschaden selbst bezahlen zu können. Dadurch lässt sich auf das Jahr gerechnet viel sparen.“

In solchen Serviceleistungen steckt letztlich auch einer der Vorteile, wenn man sich einem Versicherungsmakler anvertraut. Denn es gibt einen bedeutenden Unterschied zwischen Versicherungsvertretern und Versicherungsmaklern: Ein Vertreter vertritt immer nur eine einzige Versicherungsgesellschaft, ein Makler kann für alle Gesellschaften europaweit und weltweit agieren. „Wir beraten unsere Hoteliers und kämpfen für sie, bis es nicht mehr geht“, sagt Michael Fritz, der vor allem auch zu Spezialisten rät. „Weil sie wissen, wovon sie sprechen und was in einem Hotel so abläuft.“

Gastronomie versichert

Fritz & Fritz betreut neben Hotels auch die Gastronomie. Dieses Geschäftsfeld ist allerdings nicht so kompliziert, weil Bereiche wie Übernachtung und Schwimmbad wegfallen. „Da sind die Risiken nicht so vielfältig.“ Es gibt daher ein Gesamtpaket, das je nach Jahresumsatz bis zu einer bestimmten Versicherungssumme alles versichert – Inventar, Maschinen und Elektronik, Betriebsunterbrechung, Haftpflicht und Betriebsschließung. Wer sich dafür interessiert kann seine Prämie sogar online (www.fritzufritz.de/gastronom) ausrechnen. > Karin Gabler





Foto: © xijian - iStockphoto.com

WARUM HACKER EXISTENZGEFÄHRDEND SIND

Seit etwa fünf, sechs Jahren geschehen in der Branche Dinge, um die hätte sich ein Hotelier noch vor nicht allzu langer Zeit keine großen Gedanken gemacht. Hacker-Angriffe waren irgendwie weit entfernt. Mittlerweile sind Fälle bekannt geworden, die für die betroffenen Hotels fast schon den Supergau bedeuten. 2016 stieg die Zahl der Cyberattacken explosionsartig um 1270 Prozent an. Das Beratungsunternehmen KPMG schätzt, dass die Schäden durch digitale Angriffe 2016 weltweit 450 Milliarden Euro betrugen, in Deutschland 51 Milliarden Euro. Nicht von ungefähr boomt in den USA daher die „Cyberversicherung“, die hierzulande noch eher selten ist. Aber wir leben nicht auf der Insel der Glückseligen. So wurde beispielsweise im Dezember 2016 das Hotel Forellenhof im Rottachgebirge Wingshausen durch einen Cyber-Angriff lahmgelegt – was mit einem Trojaner in einer „harmlosen Bewerbermail“ gelang. Und Anfang dieses Jahres wurde das Hotel Jägerhof in Österreich bereits zum wiederholten Mal angegriffen. Dabei wurden alle Hotelcomputer inklusive Reservierungs- und Kassensystemen

lahmgelegt, auch die Keycards funktionierten nicht mehr. Nur durch Lösegeldzahlung in Form von Bitcoins konnte das System wiederhergestellt werden. Unabhängig von den Kosten zur Wiederherstellung der Systeme erleidet ein Hotel durch solche Fälle einen großen Image-schaden. Mit den vielen Daten, die ein Hotel von seinen Gästen speichert, ist das Management zudem längst per Gesetz verpflichtet, die personenbezogenen Daten zu schützen. Allein die Tatsache, dass man bei einem derartigen Hacker-Angriff sämtliche Gäste benachrichtigen muss, ist eine für jeden Hotelier erschreckende Vorstellung. Eine Cyberversicherung schützt zwar nicht vor Kriminellen, sie hilft aber bei der Schadensbegrenzung. So werden die Kosten für den IT-Techniker zur Wiederherstellung der Daten übernommen, ein Rechtsberater wird zur Verfügung gestellt, zudem bekommt der Hotelier einen Spezialisten für Cyber-Bekämpfung an die Hand, der im Notfall auch mitten in der Nacht kommt. Experten sprechen mittlerweile davon, dass eine Cyberversicherung künftig so wichtig wie die Feuerversicherung sein wird.

► Karin Gabler

FRITZ & FRITZ

Zukunft sicher gestalten!

Ihre Experten für
optimiertes Risiko- &
Versicherungsmanagement im
Hotel- und Gastronomiebetrieb

www.fritzufritz.de

Telefon
+49(0)931 - 468650
E-Mail
info@fritzufritz.de



WELCHE VERSICHERUNG WOFÜR? WELCHE IST WICHTIG?

Versicherungen gibt es viele. Fragt man Versicherungsvertreter, hat man meist das Gefühl, dass man viel zu wenige Versicherungen hat. Aber bei aller Risikoabsicherung muss man auch immer die Kosten im Blick haben, denn Versicherungen ver-

ursachen Kosten, die auch dann laufen, wenn die Umsätze nicht ausreichend vorhanden sind. Hier ein Überblick über die wichtigsten Versicherungen, zusammengestellt von Fritz&Fritz:

Versicherung	Beschreibung	Bewertung
Gebäude	Versicherung des Betriebsgebäudes und aller Nebengebäude gegen Feuer, Sturm, Blitz und Leitungswasser, wichtig: Elementarschäden mit-versichern!	Als Eigentümer unbedingt versichern, für Pächter übernimmt das der Eigentümer
Inhalt	Die technische und kaufmännische Betriebseinrichtung des Hotels, Waren und Vorräte sind versichert.	Dringlich empfohlen. Prüfen Sie auch, ob fremdes Eigentum im Vertrag eingeschlossen ist!
Maschinen und Elektronik	Schäden an Maschinen und elektrischen Anlagen sowie deren Hard- und Software sind versichert.	Im Gegensatz zur Inhaltsversicherung sind hier auch Schäden durch Hochwasser oder technischen Defekt gedeckt.
Betriebsunterbrechung	Steht der Betrieb, gibt es keine Einnahmen, während die Ausgaben anfallen. Diese Versicherung übernimmt dann alle Kosten: Lohn, Einnahmen und entgangenen Gewinn.	Essenziell für jeden Hotel- und Restaurantbetrieb mit Angestellten. Unbedingt auf ausreichend lange Haftzeiten achten. Ein ausgebranntes Gebäude ist nicht innerhalb eines Jahres wieder aufgebaut.
Rechtsschutz	Schützt bei Streitigkeiten im Geschäftsalltag, etwa im Arbeitsrecht, bei Schadensersatz und bei Sozialgerichten.	In bestehenden Verträgen wird häufig der Strafrechtsschutz vergessen! Überall, wo bei Schäden Vorsatz im Raum steht, sollte sich der Gastgewerbebetrieb absichern!
Internet	Cyberversicherungen zahlen, wenn Daten gestohlen, gelöscht, verschlüsselt, verändert, missbraucht oder unrechtmäßig veröffentlicht werden.	Ein unterschätztes Risiko! Hackerangriffe nehmen ständig zu, der Schaden geht schnell in die Millionen. Abschließen!
Haftpflicht	Schadensersatzansprüche, die Dritte gegen Sie oder gegen Ihren Betrieb erheben, sind abgesichert. Unberechtigten Ansprüche werden abgewehrt.	Ein absolutes Muss! Nur bei einer privaten Haftpflicht kann man sparen, da diese meist in der betrieblichen Versicherung eingeschlossen ist.

— Anzeige —



Gastronomie-Kassen
 Kassensysteme
 seit 1976

kassen-gobd.de/haendlersuche



Foto: TCPOS Dish Recognition

AUTOMATISCHE SPEISENERKENNUNG

Damit es an der Kasse künftig schneller geht, präsentiert TCPOS eine kamera-basierte Kassenlösung für Kantinen. Die automatische Speisenerkennung modernisiert den Bezahlvorgang am Point-of-Sale und trägt dem Zeit- und Kostendruck Rechnung. Mit der Zielsetzung, den Kassenprozess durch automatisierte Prozesse zu beschleunigen und die Servicequalität zu verbessern, hat TCPOS eine innovative Kassentechnologie entwickelt, die anhand von spezifischen Merkmalen erkennt, welcher Artikel auf dem Tablett

liegt und wie hoch der Preis ist, und den Betrag der Transaktion hinzufügt. Die Intelligenz der automatischen Speisenerkennung – Dish Recognition – basiert auf einer mit der Kasse verbundenen Kamera, die Speisen und Getränke automatisch identifiziert und die Informationen elektronisch an das bestehende Kassen- und Abrechnungssystem überträgt. Da nicht mehr jeder Artikel einzeln eingegeben werden muss, beschleunigt das System die Kassentransaktion und führt zu einem höheren Durchsatz.

WETTLAUF DER APPS

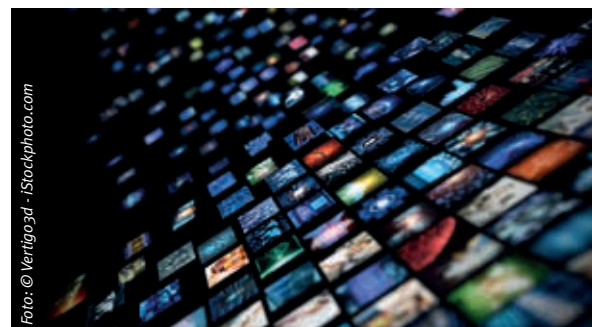


Foto: © Vertigo3d - iStockphoto.com

Das große Potenzial von Self-Ordering hat sich in der Tech-Szene mittlerweile herumgesprochen. So streiten sich denn auch gleich mehrere Anbieter um die Pole Position bei der Revolutionierung des Bestellvorgangs. Eine der Lösungen: MENU. Das System setzt iBeacons ein, wodurch das Smartphone der Gäste zu einem mobilen Kellner und gleichzeitig zu einem mobilen Bezahlssystem wird. Beim Betreten des Restaurants erhalten Gäste die aktuelle Menükarte direkt auf ihr Handy und können mit einem Klick auswählen, bestellen und bezahlen. Die Kellner müssen nur noch die Speisen ausliefern.



Denis Matic von Wesual präsentierte die schnelle Fotobox auf der Anuga.

Foto: Andreas Türk

SCHNELL BILDER POSTEN ...

Ein leckeres Gericht ist fertig. Jetzt mal schnell der Facebook-Fan-Gemeinde die neueste Kreation mitteilen. Für Setaufbau und Kamera-Suchen bleibt da meist keine Zeit. Dieses Problem löst Wesual mit einer Fotobox, an der nicht nur das passende Licht und eine Kamera, sondern auch die Software vorinstalliert ist. Damit alles ganz schnell geht: Teller reinstellen, abdrücken – und schon ist das Bild im System abgespeichert. Wesual liefert auch die passende Software, damit die Bilder schnell und einfach auf allen Systemen verarbeitet werden können.

www.wesual.at



SELF-ORDERING

DIE REVOLUTION DES BESTELLVORGANGS?

Fast-Food-Anbieter wie McDonald's machen es vor, in vielen Betrieben wird darüber nachgedacht: Lass doch den Gast selbst bestellen. In den USA und den Niederlanden sind solche Lösungen nicht mehr wegzudenken, hierzulande zögern sowohl Gastronomen als auch Gäste mit den neuen digitalen Lösungen.

„Self-Ordering gehört die Zukunft“, sagt Stefan Brehm, Vertriebs-Geschäftsführer und Digitalisierungs-Experte beim Kassensystem-Anbieter Gastrofix. „Wir stellen derzeit vermehrt fest, dass Gastronomen unsere cloudbasierte iPad-Kasse in solche voll digitalisierten Self-Ordering-Systeme einbetten möchten.“ Und dabei handle es sich keineswegs um nerdige Techies, sondern vielmehr um „äußerst clevere Gastgeber, die Technologie als Lösung ihrer Personalsorgen sehen.“

So wie Jörg Weisflog vom Restaurant „Pulvermühle“ in Hamburg. Er lässt sich derzeit rund um sein cloudbasiertes Kassensystem eine maßgeschneiderte App entwickeln, mit der Gäste ganz ohne Bedienung selbstständig via Smartphone bestellen und auch

bezahlen können. „Während die erste Order noch ganz klassisch vom Kellner aufgenommen wird, kann das Nachbestellen über das Handy erfolgen. Dadurch integrieren wir eine zusätzliche Order-Möglichkeit, sparen dadurch beim Service viel Zeit ein und schaffen ganz nebenbei ein außergewöhnliches Gastronomie-Erlebnis“, so der Restaurant-Geschäftsführer. Hinzu käme die Möglichkeit, den Gast per Push-Nachricht über aktuelle Aktionen zu informieren und so gezieltes Marketing zu betreiben. Die App befindet sich aktuell noch in der Betaphase, die ersten Erfahrungswerte sind jedoch vielversprechend. Self-Ordering bietet Gastgebern und Gästen auf den ersten Blick gleichermaßen Vorteile: Durch die Integration einer zu-

sätzlichen, voll automatisierten Bestellmöglichkeit verringert sich der Aufwand für die Bestellaufnahme und das Kassieren signifikant – der Service wird spürbar entlastet, was angesichts des Fachkräftemangels sicherlich eine interessante Alternative bedeutet.

Zeitvorteile könnte es auch für die Gäste geben, denn sie müssen nicht auf die Bestellannahme warten, was gerade im zeitlimitierten Mittagsgeschäft ein wichtiger Faktor sein kann.

Etwas differenzierter sieht Alexander Neubert von ServicePlus die Entwicklung von Self-Ordering-Systemen. Sein GastroManager bietet als Kassensystem ebenfalls die technischen Möglichkeiten, doch „muss man das sehr differenziert und individuell



DER TISCH ALS SPEISEKARTE



Foto: TCPOS Dish Recognition

TCPOS, führender Anbieter im POS-Sektor für Gastronomie und Einzelhandel, präsentiert einen interaktiven Restauranttisch, mit dem Gäste ihr Menü direkt über den integrierten Touchscreen bestellen können. Die Wartezeit sollen diverse Entertainmentfunktionen verkürzen.

Die gesamte Oberfläche des Tischlein deck dich 4.0 – des „Interactive Table“ – besteht aus einem Touchscreen, der als digitale Speisekarte und Unterhaltungsgerät für die Gäste dient. Kunden wählen direkt am Tisch ihr Menü aus und geben ihre Bestellung selbst auf. Alle Informationen, die sie brauchen, um ihr Menü in Ruhe zusammenzustellen, stehen ihnen jederzeit zur Verfügung. Wenn sie Beratung wünschen oder zahlen wollen, rufen sie den Kellner über einen Pager, indem sie einfach einen Button auf dem Monitor drücken.

Während der Wartezeit können die Kunden das Entertainmentangebot nutzen, im Internet surfen, auf soziale Medien zugreifen und Spiele spielen. Die TCPOS-Lösung lässt sich auf unterschiedlichen Modellen und Marken interaktiver Tischhardware installieren. Als Alternative zum Betrieb auf dem Interactive Table läuft die Lösung auch auf mobilen Tablets, die am Tisch als virtuelle Speisekarten bereitgestellt werden.



Fotos: Gastrofix

auf den einzelnen Betrieb zugeschnitten betrachten“. Neubert geht es um die digitale Affinität der Gäste und den Aufwand, den ein Gastronom betreiben muss. „Das Angebot muss so standardisiert sein, dass keine Fragen mehr offen bleiben“, meint er. Außerdem müssten die Prozesse im Betrieb darauf abgestimmt sein. „Es nützt nichts, wenn digitale Bestellungen nicht umfassend in den betrieblichen Ablauf integriert sind.“ Und zuletzt sei Gastronomie immer noch ein „Personengeschäft“, in dem eine noch so gut gemachte App die Frage nach dem „Wasser zum Wein“ oder dem „Espresso danach“ durch das geschulte Personal kaum ersetzen kann. Sein Fazit: „Für bestimmte Betriebstypen, beispielsweise im Fast-Food-Bereich oder bei Imbis-

sen, kann Self-Ordering eine Lösung sein, um Betriebsabläufe zu optimieren und Personal einzusparen bzw. nicht mehr vorhandenes Personal zu ersetzen. Allerdings muss der Einsatz sehr wohl überlegt und technisch ausgereift sein.

Vielleicht ist es aber auch die Mischung, die in Zukunft den Erfolg ausmachen wird: Personal für die individuelle Beratung und eine App für die Nachbestellung oder den schnellen Gast. Deshalb ist sich auch Gastrofix-CSO Stefan Brehm sicher, dass der Durchbruch für Self-Ordering-Systeme kommen wird: „Vor allem als zusätzliche Bestellmöglichkeit ist die Technologie derart vorteilhaft, dass sie sich mittel- bis langfristig auch in Deutschland etablieren wird.“

► **Andreas Türk**



MEHR ERFOLG MIT GEZIELTEN MARKETINGMASSNAHMEN

Wer Werbung macht, will möglichst viel Erfolg damit haben. Das geht aber nur mit geeigneten Maßnahmen, wie das Beispiel der Familotel zeigt. Gemeinsam mit der Agentur ad pepper media GmbH ist der Zusammenschluss bei der Vermarktung des Katalogs neue Wege gegangen.



Mit gezielten Maßnahmen konnten deutlich mehr Leads generiert werden. Und weil diese gezielt ausgewählt wurden, kam es auch zu einer höheren Nachfrage.

Ziel der über 50 inhabergeführten Familienhotels, die unter dem Dach der Familotel AG auftreten, war es, den neuen Katalog an möglichst viele, qualitativ hochwertige, neue Kontakte zu versenden. Die dazu aufgesetzte Online-Kampagne hat zu insgesamt 4765 qualitätsgeprüften neuen Kontakten geführt. Der Schlüssel dazu war „die richtige und treffsichere User-Ansprache in der Kombination mit einem mehrstufigen Validierungsverfahren“, berichtet Susanne Pilz, Geschäftsführerin der ausführenden Agentur ad pepper media GmbH aus Nürnberg. Der Erfolg resultiert aus der Zusammenarbeit zwischen Agentur und Kunde. „Da wir unsere Zielgruppen sehr genau kennen, konnten wir unsere Erfahrungswerte gewinnbringend einbringen“, sagt Wolfgang Kornfeld, Online Marketing Manager bei Familotel. „Das Team bei ad pepper ist sehr agil, setzt sich mit unserem Unternehmen auseinander und denkt mit optionalen Erweiterungen über den bekannten Tellerrand hinaus mit!“

Mit dem Tool iLead konnten dank mehrstufigem Validierungssystem ausschließlich „heiße“ Leads generiert werden – ganz ohne Werberisiko für Familotel. Denn gezahlt

wurde nur pro gültigem Datensatz. ad pepper media setzte dabei auf mehrere Stufen: Adress-Check, Bounce-Check, Dubletten-Check, Plausibilitäts-Check und einen Fake-Check mit manueller Sichtprüfung. Um User auf eine responsive – also für mobile Endgeräte optimierte – Website zu locken, setzte die Agentur unterschiedliche Werbemittelplatzierungen ein: Display-Ads, Standalones/Newsletter, Mobile Ads, Bild-Text-Integrationen und Social Ads. Flankiert wurde dies durch Display- und Mobile-Anzeigen, die programmatisch geschaltet wurden. Auch Social Media spielten eine wichtige Rolle, weil nur so eine flächendeckende Platzierung von Familotel im Internet erreicht werden konnte. Mit diesem Media-Mix erreichte ad pepper eine vielschichtige Marktdurchdringung und hohe Antwortraten.

Wie die meisten ad-pepper-iLead-Kampagnen, zeigt auch die Familotel-Kampagne einen typischen Verlauf mit verschiedenen Peaks. Diese resultieren jeweils aus kurzfristigen Maßnahmen wie einem Newsletter-Versand. In diesem Fall wurde zunächst ein Testversand durchgeführt, um die richtige Zielgruppe für die geplante Hauptaus-



sendung zu identifizieren. Die vordefinierte Zielgruppe, die optimierte User-Ansprache und das perfekte Timing des Newsletters führten dann zu einem sehr erfolgreichen Send-out und einer sogar vorzeitigen Kampagnenerfüllung.

Die Kampagne wurde von den Usern insgesamt 761 Mal in den Social-Media-Kanälen geteilt. Dabei entfielen 446 Shares auf Facebook, 145 auf Google Plus, 111 Tell-A-Friend-Mails, 39 Shares auf Twitter und 20 auf Pinterest. Diese große Aktivität in den sozialen Netzwerken ist ein Gradmesser dafür, dass die Kampagne hohen Anklang gefunden und eine positive Eigendynamik entwickelt hat. Und das Ergebnis mit 4765 geprüften neuen Leads hat letztlich zu rund 3500 Katalogbestellungen geführt.

GETRÄNKE

GETRÄNKE



RHODIUS WATER AUSGEZEICHNET!



Foto: RHODIUS Mineralquellen und Getränke GmbH & Co. KG

Das leicht prickelnde Mineralwasser mit natürlichen Extrakten hat sich durchgesetzt und ist mit dem German Design Award 2018 ausgezeichnet worden. Das klare Design der drei Dosen spiegelt sich im Inhalt der Sorten Limette-Minze, Ingwer und Passionsfrucht in einer Portionsgröße von 0,33 Liter wider. Die Erfrischung ist 100 Prozent natürlich: ohne Kalorien, Zucker, Süßstoffe, künstliche Zusatzstoffe und Aromen. Damit bietet das Wasser mit einem Hauch Geschmack eine natürliche Abwechslung im handlichen Format. www.rhodius-water.de

APFELSTRUDEL MAL ANDERS

Wer glaubte, den Apfelstrudel gibt es nur bei der Großmutter, wird überrascht sein. Denn als Apfelstrudelsaft gibt es ihn auch zum Trinken in der Flasche. Omi's Apfelstrudel ist vegan, ohne Konservierungsmittel und Farbstoffe sowie mit reiner Fruchtsüße und Zimtgeschmack. Erhältlich ist die ungewöhnliche Version des Dessertklassikers in der Dose und in der 0,25-Liter-Glasflasche. Am Gästetisch kann der Saft sowohl kalt als auch warm serviert werden.

www.omis-apfelstrudel.at



Foto: Kendlbacher Getränkevertriebs GmbH

GIN MIT REINEM WASSER



Foto: alwa Mineralbrunnen GmbH

Bei der alwa Mineralbrunnen GmbH wird das Wasser aus der alwa Quelle Grundlage einer spritzigen Innovation: des alwa mettermalt Gins. Für den Gin wurde eine völlig neu erarbeitete Mischung aus bislang kaum verwendeten Früchten und getrockneten Kräutern zusammengestellt. Aus der Mischung aus Früchten und hochwertigen Kräutern entsteht ein fruchtiger, aus reinem Weizendestillat hergestellter Gin mit dezenter Wacholder- und ausgeprägter Zitrusnote. Brennwasser aus der Region liefert dabei die alwa Quelle und verleiht dem mettermalt Gin seine spritzige Frische. www.alwa-mineralwasser.de

— Anzeige —



JETZT MIT MODERNEM TEEGENUSS BEGEISTERN



Interesse? Kontaktieren Sie uns unter: foodservice@teekanne.de · Tel.: 0211 – 5085-0 · www.teekanne.de/foodservice

KAFFEE MIT ANSPRUCH UND HERKUNFT

In der Kaffee-Szene gelten klare Prinzipien für einen hochwertigen, aromatischen Genuss aus der Tasse.

Die Gäste suchen den authentischen Genuss, und Kaffee gilt wieder als Qualitätsprodukt mit handwerklichem Anspruch. Deshalb setzen weltweit immer mehr Cafés in urbanen Szenevierteln auf „Specialty Coffees“. Die exklusiven Spezialitätenkaffees offenbaren eine unendliche Geschmacksvielfalt, sind nur in Kleinstmengen und für kurze Zeit verfügbar und bieten dem Gastronomen und Hotelier Raum für Storytelling. Ein Konzept mit viel Potenzial, das Kaffeespezialisten für sich entdeckt haben.

Mit Sorgfalt gefiltert

So auch Azul. Der Filterkaffee im Handaufguss ist im Trend. Mit seiner neuen Specialty Coffee-Linie knüpft Azul an die internationale Specialty-Szene an. Specialty Coffees sind herausragende Kaffees, deren einzigartiger Geschmack auf Herkunft, Qualität, Varietät und Verarbeitung schließen lässt. Auf der Suche nach den seltenen

Perlen unter den Kaffeebohnen reisen die Kaffeeexperten von Azul um die ganze Welt und pflegen einen engen Kontakt zu den Lieferanten – immer mit dem Anspruch, mehr als nur sortenreinen Kaffee aus einem Land oder einer Region (sogenannte Single Origins) zu beziehen. Die Packungen mit detaillierten Angaben zu Importeur, Ursprung und Varietäten schaffen zusätzlich Transparenz und informieren die Konsumenten über die Herkunft der exklusiven Kaffees.

Genuss mit Verantwortung

Die Überzeugung, dass wahrer Genuss nur im Einklang mit der Natur und durch einen verantwortungsvollen Umgang mit den an der Produktionskette beteiligten Menschen entstehen kann, teilen immer mehr Gäste. Somit gilt auch für den Kaffee, kontrollierte Qualität und fairen Handel zu bedenken. Mit Cerro Verde und der neuen Range Tierra Verde bietet Azul Kaf-



Foto: AZUL Kaffee GmbH & Co. KG

fees aus nachhaltigem Anbau an. Beide

Sorten sind als Espresso, Café Crema und Filterkaffee erhältlich sowie Bio- und Fairtrade-zertifiziert.

Um Produkte aus ökologischem Anbau zu erkennen, können Gastronomen und Hoteliers auf die Bio- und Fairtrade-Siegel achten. Die Gütesiegel signalisieren einen respektvollen Umgang mit Mensch und Natur.

> Ronja Plantenga

www.azul.de

— Anzeige —

SURE

REINIGEN MIT NATÜRLICHEN INHALTSSTOFFEN



Diversey

Reinigen mit 100% Natur

- ✓ Rein pflanzliche Inhaltsstoffe
- ✓ Aus erneuerbaren Ressourcen
- ✓ 100% biologisch abbaubar
- ✓ Hocheffektiv

NEU: VAH-zertifizierte Händehygiene

Professionelle Ergebnisse mit einem reinen Gewissen gegenüber unserer Umwelt

Die meisten SURE Produkte sind so formuliert, dass Sie ohne Handschuhe oder Schutzbrille angewendet werden können. SURE ist ein Produktsortiment, das all Ihre täglichen Anforderungen in der Küchenhygiene, Gebäudereinigung und Personalhygiene erfüllt.

SPEZIALITÄTENKAFFEE: KOLDBREW

Die Initiatoren des vor einem Jahr in Berlin gegründeten Unternehmens Philosooffee bringen den Getränketrend „Cold Brew Coffee“ aus New York, San Francisco und Tokyo nach Deutschland.

Das Produkt: Koldbrew

Die Getränke von Philosooffee werden über 14 bis 24 Stunden schonend kalt extrahiert. So entsteht ein komplexes, schokoladig-fruchtiges Geschmackserlebnis, das an flüssiges Tiramisu erinnert. Getrunken wird eine Erfrischung inklusive Energieschub. Mit 70 Prozent weniger Säure als heiß gebrühter Kaffee hat Koldbrew einen süßen, aromatisch-milden Geschmack und bis zu dreimal mehr Koffein als Energy Drinks. Konservierungsstoffe, künstliche Aromen oder Zuckerzusätze haben bei Koldbrew keinen Platz.

Die Anwendung: vielseitiger Genuss

Die pure Alternative für Kaffee-Genießer lässt sich nach Belieben aufpeppen. Besonders für das Angebot am Gästetisch oder die

kultige Abwechslung an der Bar bieten sich viele Rezeptideen, ob als Zutat im Smoothie, mit etwas Milch oder mit Tonic-Water als Erfrischung zwischendurch.

Neu: Koldbrew Tonic

Um die Produktion einer weiteren erfrischenden Kaffeespezialität, des Koldbrew Tonic, möglichst bald zu realisieren, haben die Philosooffee-Köpfe eine Crowdfunding-Kampagne gestartet. Die Aktion läuft noch bis zum 20.11.2017, unterstützen kann jeder Kaffee-Liebhaber, der Lust auf ein neues, aromastarkes Koffeingetränk hat. Ist das Fundingziel erreicht, steht der neuen Kombination aus Koldbrew und Tonic Water aus der Philosooffee-Flasche nichts mehr im Weg.

> Ronja Plantenga

www.philosooffee.de



*Eine von vielen
Rezeptideen:
der Koldbrew
Strawberry Mojito.*

Foto: Philosooffee GmbH

— Anzeige —

GROSSZÜGIG GENIESSEN



Melitta® Cafina® XT8

- Sprintstark mit schneller Edelstahl-Brühgruppe: bis zu 250 Tassen/Stunde
- Ausdauernd Top: Jede Tasse automatisch in Bestqualität mit ACS®
- Große Milchschaumvielfalt und Melitta® TopFoam
- Parallel-Bezug für Tee Genuss: bis zu 40 Liter Heißwasser/Stunde
- Großer Multimedia-Bildschirm: 10,4" Touch Display



Melitta Professional Coffee Solutions

www.melitta-professional.de

Jetzt Newsletter abonnieren!

© Registrierte Marke eines Unternehmens der Melitta Gruppe.

PRODUKTWELT KAFFEE

Guter Kaffee erfordert ein hochwertiges Sortiment. Sorgfältig ausgewählte Bohnen und feine Aromen sind ein Grundelement, um den Gästen intensiven Kaffeegenuss zu präsentieren.

Exquisite Arabica-Rezepturen:

Für stilvollen Kaffeegenuss bieten sich Gastronomen und Hoteliers die drei Sorten des Davidoff Cafés an. Verwendet wird ausschließlich Rohkaffee von Rainforest-Alliance-zertifizierten Farmen. Zur Auswahl stehen der Davidoff Espresso aus 100 Prozent brasilianischen Arabica-Bohnen, der Café Crème sowie Rich Aroma für Kaffeezubereitungen mit intensiver Aromenvielfalt.

www.tchibo-coffeeservice.de



Foto: Tchibo Coffee Service GmbH

Innovative Kaffeelösungen:

Bei dem Kaffeeröster Lavazza sind Innovation und Nachhaltigkeit Teil der eigenen Philosophie. Der Newcomer Alteco Organic Premium Blend ist ein nachhaltiges Bio-Produkt für anspruchsvolle Espresso-Genießer. Mit zwei Gütesiegeln ausgezeichnet, dem EU-Bio-Logo und der UTZ-Zertifizierung, erfüllt der Bio-Espresso Alteco hohe ökologische Standards. Ein weiteres Highlight ist das traditionelle turineser Winter-Rezept „Bicerin di Torino“, eine heiße Mischung aus Espresso, Schokolade und Sahne. Die Rezept-Spezialität steht Gastronomen und Hoteliers noch bis zum 31. Dezember 2017 zur Verfügung. Diese und weitere Kaffee-Trends sind zu finden unter: www.lavazza.de



Foto: Lavazza / Roger Richter

Kaffee im praktischen Format:

Um auch Lokalen mit geringem Kaffeeverbrauch Produkte mit optimaler Konservierung bieten zu können, präsentiert der italienische Kaffee-Spezialist Kimbo zwei Mischungen in der 1-kg-Dose. Das erste Blend im neuen Format ist der Kimbo Gran Gourmet, bereits in der Version in Dosen zu 3 kg vorhanden – ein Kaffee mit einer hellen Röstung und mildem Geschmack mit einer Note von ofenfrischen Keksen. Die zweite Mischung ist eine Neuheit: Sie trägt den Namen Intense Flavour und bietet eine mittlere Röstung mit ausgewogenem, strukturiertem Profil mit mildem Geschmack und Anklängen von Karamell sowie Biskuit-Noten.

www.kimbo.it



Foto: Kimbo S.p.A.

Süße Beigabe an der Tasse:

Mit kleinen Extras rund um die heiße Tasse haben Gastronomen und Hoteliers die Möglichkeit, mit geringem Einsatz einen großen und süßen Mehrwert für den Gast zu schaffen. Der Portionsartikelspezialist Hellma verfügt mit seinen „Lieblingen an der Tasse“ über ein breites Sortiment an feinen Beigaben. Hellmas Neuheit ist das Praliné-Krispy mit einem knusprigen Cerealien-Kern, umhüllt von weißer Schokolade und überzogen mit kakaobestäubter, dunkler Schokolade. Das besondere Extra ist der Hauch Pistazie, der das Praliné-Krispy verfeinert. Die einzeln verpackte Tassenbeigabe ist glutenfrei und kann so auch problemlos für Menschen mit Zöliakie eingesetzt werden. www.hellma.de



Foto: HELMA Gastronomie-Service GmbH

KAFFEE KOMPLETT – VON FILTERKAFFEE BIS FAIRTRADE

Mit dem breiten Sortiment von Melitta Professional Coffee Solutions lassen sich unterschiedliche gastronomische Konzepte individualisiert bedienen. Vertriebsleiter Werner-Ulrich Lange zum Thema Trends, Qualität und Sortenvielfalt:

Welche Marktentwicklung beobachten Sie auf dem Kaffeemarkt?

Es gibt zwei sehr deutliche Trends, die sich fortsetzen werden und die auch miteinander verknüpft sind: den Trend zur Qualität und den Trend zur Nachhaltigkeit, zu Bio- und Fairtrade-Produkten.

Welche Rolle spielt Filterkaffee in diesem Zusammenhang?

Der Filterkaffee rückt wieder stärker ins Bewusstsein, denn trotz der langjährigen Fokussierung auf Kaffeespezialitäten und des Wachstums in diesem Bereich hat der Klassiker seine herausragende Bedeutung zum Beispiel im Frühstücks- und Bankettgeschäft nicht verloren.

Das Kaffeesortiment von Melitta ist enorm groß. Was haben die unterschiedlichen Varianten gemeinsam?

Ob Filterkaffee, Café Crème, Espresso, Latte Macchiato oder Cappuccino: Was mehr denn je zählt, ist die Qualität in Tasse, Becher oder Glas. Das beginnt bei der Rohware und der Röstung, geht weiter über die mittels Filter angemessen eingestellte Wasserqualität und wird vollendet durch die Zubereitung mit einer gründlich gereinigten Kaffeemaschine, die zuverlässig, schnell und flexibel funktioniert. An Profi-Technik geht im professionellen Kaffeegeschäft kein Weg mehr vorbei.

www.melitta-professional.de



Foto: Melitta Professional Coffee Solutions GmbH & Co. KG

MELITTA STARKE 3:

Melitta Bio & Fair Kaffee

Für alle, die Wert auf Herkunft legen: La Tazza Verde steht für Nachhaltigkeit und Genuss. Die Kaffees aus klimatisch besonders verwöhnten Hochlandregionen Süd- und Mittelamerikas in Bio- und Fairtrade-Qualität sind in drei Varianten erhältlich: Espresso, Café Crème und gemahlener Röstkaffee.

Melitta Ganze Bohne

Für alle, die am liebsten frisch mahlen: Ob für Café Crème (sechs Sorten) oder Espresso (drei Sorten), die hochwertigen Kaffeebohnen im Kilo-Beutel sind frisch und leicht zu verwenden.

Melitta Filterkaffee

Für alle, die Klassiker lieben: Die größte Vielfalt in Sachen Sorten und Gebindegrößen bietet Melitta Professional Coffee Solutions zum Thema Filterkaffee. Von Favorit Premium über Hochland und Edelmild Classic, Spezial und Matinée Exclusiv bis hin zu La Tazza Verde, entkoffeiniertem Röstkaffee und Allegro Economy Select findet sich der passende Filterkaffee für jeden Betrieb.

— Anzeige —



ALPRO 'FOR PROFESSIONALS'

WIR LIEBEN KAFFEE!



ALPRO.COM/FOR-PROFESSIONALS

KAFFEEKREATIONEN MIT TRENDPOTENZIAL

Mit der schwarzen Bohne lassen sich vielfältige Spezialitäten kreieren. Besonders zur Winterzeit kann sich ein erweitertes Angebot bezahlt machen.

Fruchtig oder holzig, mit leichter Malz- oder Getreidenote – jede Kaffeesorte hat ihr eigenes Aromenprofil. Und gerade diese feinen Nuancen machen weihnachtliche KaffEEKreationen zu einem intensiven Geschmackserlebnis – zumindest in Kombination mit den richtigen Zutaten. Eine leichte Zimtnote oder ein Hauch Vanille –

der Winter hat viele Aromen. „Das Geheimnis saisonaler Spezialitäten liegt in den Ingredienzien, die das Kaffee Aroma fein akzentuieren. Nicht jedes Gewürz harmoniert beispielsweise mit jeder Kaffeesorte. Das Gesamtkonzept, die aromatische Balance muss stimmen“, erklärt Dimitrios Sarakinis, Kaffee-Experte bei Nespresso Deutschland.

Lebkuchen-Kurkuma-Kaffee

Zutaten

- ✓ 40 ml Espresso Nespresso Ristretto Origin India
- ✓ 20 ml Milch
- ✓ 1 Messerspitze Kurkuma
- ✓ 1/2 Lebkuchen
- ✓ 1 TL Ahornsirup

Zubereitung

10 ml heiße Milch in eine Espressotasse geben, darin den Lebkuchen sowie eine Messerspitze Kurkuma auflösen. Ahornsirup hinzugeben und gut unterrühren. Espresso aufbrühen und hinzugeben. 10 ml aufgeschäumte Milch auf den Espresso geben. Zusammen mit einem Stück Lebkuchen servieren.

www.nespresso.com



caffè con hielò

Zutaten

- ✓ 1 I-O espresso oder I-O espresso intenso (kalt)
- ✓ Zucker
- ✓ Eiswürfel
- ✓ 2 cl Rum

Zubereitung

Spaniens klassisches Kaltgetränk, der Caffè con hielò, wurde für I-O weiterentwickelt und zu einem interessanten Ritual ausgebaut. Zunächst wird Zucker ganz nach Geschmack im Espresso aufgelöst. Dieser wird dann gekonnt über die Eiswürfel in das Glas mit Rum gegossen. Ein Stück bittere Schokolade als Beilage rundet den Geschmack ab.

www.io-caffe.de

Mandel-Cappuccino

Zutaten

- ✓ 1 Espresso
- ✓ 135 ml Alpro Almond „For Professionals“

Zubereitung

Neu im Sortiment von Alpro ist der 100 Prozent pflanzliche Mandeldrink „Almond For Professionals“. Für den aromenstarken Cappuccino Alpro Almond „For Professionals“ in ein silbernes Milchkännchen gießen. Mittels Dampfdüse den Mandeldrink um 1/4 aufschlagen und auf eine Temperatur von 65 °C erhitzen. Den Espresso in eine Kaffeetasse gießen und den Mandeldrinkschaum darübergeben.

www.alpro.com/de/for-professionals



TEE-TRADITION IM MODERNEN GEWAND

Wie der Teebeutel Aromenvielfalt und Nachhaltigkeit vereint.

Der Tee findet am Gästetisch viele Anhänger, besonders zur kalten Jahreszeit. Dabei ist Tee nicht gleich Tee. Gerade beim Teebeutel lohnt sich ein genauerer Blick. Denn neue Entwicklungen bei der Verpackung des Tees sorgen für verbesserte Qualität und ein edles Design.

Aromatisch, ansprechend und abbaubar

Der Heißgetränkeexperte J.J. Darboven präsentiert im Plateanum-Sortiment die Tea Traeder Pyramidenbeutel, praktisch und aromaschützend verpackt. Die außergewöhnliche Tea Traeder Form der Pyra-

miden bietet den Teesorten die Möglichkeit zur ungehinderten Geschmacksentfaltung. Der lose Tee in pyramidenförmiger Hülle ist ansprechend verpackt in styli-scher Einzelfolie und Faltschachtel. „Unsere Faltschachteln bieten vielfältige Einsatzmöglichkeiten. Sie zeichnen sich ►

JACOBS

Kaffee. Einfach. Genießen.

Erleben Sie Jacobs Cafitesse.

Lernen Sie die Marke Jacobs neu kennen. Genießen Sie höchste Kaffeequalität bei ständiger Verfügbarkeit – speziell auch zu Stoßzeiten. Profitieren Sie von einfachster Bedienbarkeit und Reinigung. Keine versteckten Kosten. Wir bieten Ihnen alles aus einer Hand: Beratung, Kaffee, Maschine und Service.

**Interessiert? Kontaktieren Sie uns auf
www.jdeprofessional.de**



Foto: Ostfriesische Tee-Gesellschaft

unter anderem durch die praktische Entnahmeöffnung auf der Vorderseite, die hygienische, aromaversiegelte Einzelverpackung der Pyramidenbeutel und die ansprechende Optik der Schachteln aus“, erklärt Susanne Albrecht, Leiterin Produktmarketing & Einkauf Tee das Plateaum-Konzept aus dem Hause J.J.Darboven für die moderne Gastronomie und Hotellerie. Reduziert auf das Wesentliche, ist das feine Material der Pyramiden zu 100 Prozent biologisch abbaubar.

Präsentation auf den Punkt

Das reduzierte, moderne Design der Pyramidenbeutel mit wenigen, geschickt platzierten Design-Elementen macht die Teepräsentation auf dem Frühstücksbuffet oder zur Teatime in der Lobby zum Hingucker.

Dass ein transparenter Beutel zu einem intensiveren Tee-Erlebnis führt, wissen auch die Experten von Meßmer ProfiLine und veredeln die Tassenportionen durch die Darreichung im Kissen Mastercup 2.0. Transparent und modern signalisiert das Kissen von Meßmer ProfiLine schöne Tee-Erlebnisse und initiiert so spontane Tee-lust bei den Gästen. Seine moderne attraktive Optik zeigt die Ingredienzien und verspricht feinen Tee-genuss. Umhüllt von einem Aromaschutzkuvert ist bester Produkt- und Hygieneschutz gewährleistet.

> Ronja Plantenga

www.plateaum.de
www.messmer.de

TEA-TIME MAL ANDERS

Eine Tasse Tee bestellen – zu unspektakulär und langweilig für den Gast? Aromatische Inspirationen und exotische Ideen sorgen für besondere Genuss-Momente.

Filmreifer Genuss mit Popcorn-Ananas

Für Gäste, die es besonders kreativ mögen, könnte die Sorte Popcorn-Ananas von Keo die richtige Wahl sein. Das Zusammenspiel von karamelligem Popcorn und den Fruchtaromen der Ananas sorgt für ein ungewöhnliches Geschmackserlebnis.

Mit dem Keo Popcorn-Ananas können Gastronomen ihre Gäste auf unterschiedliche Art und Weise überraschen: mit edlen Teachamps für Becher oder Kännchen sowie mit Pyramidenbeuteln für Glas oder Tasse und aktuell mit der Keo Kino-Aktion, die noch bis zum 31.12.2017 läuft und Teeumsatz und Kundenbindung weiter fördern kann. Zu jedem Keo Popcorn-Ananas bekommt der Gast einen Kinogutschein in Höhe von 2,50 € dazu, den er in einem von 220 Kinos einlösen kann. Einfach 3 Kartons Keo Popcorn-Ananas bestellen und der Gastronom erhält 3 x 80 Kinogutscheine im Wert von je 2,50 € sowie ein Aktionspaket, bestehend aus Theken- und Tischaufstellern, Aktionsplakaten und medialer Unterstützung.

www.keo-tee.de



Foto: AZUL Kaffee GmbH & Co. KG

Eilles Tee – biologisch und fair gehandelt



Foto: J.J.Darboven GmbH & Co. KG

Bio- und Fairtrade-zertifizierte Artikel gewinnen für immer mehr Gäste an Bedeutung. Eilles Tee fühlt sich hohen ökologischen Standards verpflichtet und präsentiert in seiner Luxury World Selection biologisch angebaute und fair gehandelte Sorten. Durch kleine Abnahmemengen (5 x 20 Stück im Umkarton) ist die Luxury World Selection auch attraktiv für Gastronomen, die ihren Gästen gerne eine breite Auswahl anbieten möchten, aber große Abnahmemengen scheuen. Drei neue Fairtrade-Tees in Bio-Qualität komplettieren die Luxury World Selection, die so insgesamt aus 17 ausgewählten Sorten besteht. Grüntee Jingshen Blatt, Earl Grey Blatt, Schwarzteemischung aromatisiert sowie Herbal Refresh.

www.eilles-tee.com

Das Aroma ferner Länder

Es muss nicht bei Minze- und Früchtetee bleiben. Wer seinen Gästen besondere Geschmackswelten bieten möchte, kann auf die Teekanne Ländertee-Collection zurückgreifen. Gleich zwölf Sorten in einer Box – darunter Chinesischer Sencha, Persischer Granatapfel oder Italienische Limone – sorgen für vielfältige Genuss-Momente, unter denen jeder Gast seinen Favoriten finden kann. Die Box ist besonders praktisch und zeitsparend: Durch einfaches Aufrichten des Deckels ist die Teekanne Ländertee-Collection sofort einsatzbereit und braucht trotz der großen Sortenvielfalt nur wenig Platz.

www.teekanne.de



Foto: Teekanne

WINTER SPEZIAL: TEE-COCKTAIL

Winter Latte: Zur kalten Jahreszeit darf es auch beim Tee kreativ werden. So hat Dallmayr winterliche Teekreationen auf der Basis erlesener Teespezialitäten komponiert, die am Gästetisch überraschende Akzente setzen. Raffiniert verfeinert wärmen die Teecocktails von innen, sorgen bei den Gästen für wohlig-warme Teemomente und bei dem Gastgeber für steigende Umsätze. www.dallmayr.com

Winter Latte

Zubereitung:

- ✓ Einen EL losen Kokos-Mandel-Tee in ein Teesieb füllen und das vorbereitete Teeglas zu ca. 3/4 mit sprudelnd kochendem Wasser aufgießen.
- ✓ Den Tee 5 Minuten ziehen lassen.
- ✓ Anschließend das Glas mit heißer Mandelmilch auffüllen und den Tee nach Belieben mit Vanillesirup süßen.

Zutaten:
Dallmayr Kokos-Mandel
Vanillesirup
Mandelmilch



Unser Meisterwerk im kompakten Format



Black&White|4c

Die **Black&White4 compact** überzeugt mit Funktionalität auf minimaler Standfläche. Auf einer Breite von nur 228 mm vereint die kompakte Profi-Kaffeemaschine zahlreiche Vorteile:

- benutzerfreundliche Bedienung
- patentiertes Milchsysteem
- modularer Aufbau für kürzeste Servicezeiten
- effiziente Reinigung – und mehr

Ein rundum überzeugendes Qualitätsprodukt in einzigartigem Design!

www.thermoplan.eu



Igeho
HALLE 1.1 / STAND B110
18. - 22. November 2017 Basel

thermoplan
Swiss Quality Coffee Equipment



Foto: Grossmann Feinkost GmbH

FEINKOST FÜR DIE FESTTAGE

Zur Weihnachtszeit unterstützt Grossmann Feinkost Gastronomen mit festlichen Feinkost-Spezialitäten. Exotischen Geschmack an den Gästetisch bringt der ganzjährig erhältliche Shrimps-Cocktail „Bombay“. Dazu werden Shrimps mit Würfeln von Ananas, Mandarinen und Kürbis in einer aromatischen Currycreme zubereitet. Im Winter-Sortiment sind zudem wieder die Riesengarnelen Mango-Mandarine. Beim Meeresfrühtesalat Chili-Vanille ist es ein leichtes Dressing mit Ananas, Mandarinen, Honig, Estragon, Vanille und Chili, das dem Salat die besondere Raffinesse verleiht. Ebenfalls ein kulinarisch-festlicher Auftakt ist der Echte Räucherlachssalat und der knusprig gebratene Entensalat Cumberland. Erhältlich sind die Saisonprodukte bis 29. Dezember im 1,5-kg-Gebinde.

www.grossmann-feinkost.de



Foto: mymuesli/Viktor Strasse

MÜSLI PERFEKT PRÄSENTIERT

Beim Frühstücks- und Snackangebot darf eine attraktive Müsli-Auswahl nicht fehlen. Für die passende Präsentation bietet der Bio-Müsli-Hersteller mymuesli praktische Displays. Ob Gastro-Modul für die bekannten 575-g-Dosen oder Mini-Boards für mymuesli-2go: Die verschiedenen Müsli-Aufsteller sind auf die besonderen Anforderungen in der Gastronomie zugeschnitten. So ist das

stabile und langlebige Gastro-Modul aus weiß lackiertem Metall einfach zu reinigen und sorgt durch den gut verschließbaren Deckel sowie die hygienische und einfache Handhabung für lange Frische der Produkte. Das Müsli selbst ist Bio-zertifiziert und in verschiedenen Varianten – von nussig über schokoladig bis fruchtig – erhältlich.

www.mymuesli.com



Foto: Pödör

EDLES SAUERKIRSCHKERNÖL

Eine Produktneuheit aus der Welt der Öle hatte auf der Anuga ihren Auftritt: Auf der internationalen Fachmesse stellte Pödör sein exquisites Öl aus dem Kern der Sauerkirsche vor. Das goldgelbe Sauerkirschkerneöl zählt zu den unbekannten, aber wertvollsten Ölsorten und ist prädestiniert zur edlen Verfeinerung verschiedener Speisen. So eignet sich das kalt gepresste Sauerkirschkerne- bzw. Weichselkerneöl besonders gut zur Veredelung von Salaten, Wildsaucen und aromatischen Käsesorten. Auch viele Früchte bieten neue Geschmackserlebnisse, wenn sie mit dem kostbaren Öl beträufelt und zusätzlich beispielsweise mit Schokoladen-Raspeln bestreut werden. Tipp für Feinschmecker: Einige Tropfen des Öls in der Suppe oder zur frischen Pasta sorgen für das gewisse Extra an Aroma.

www.podoroele.de

WINTERGEMÜSE FEIN GEWÜRZT



Die Wintersaison ist geprägt von ausgefallenen Gemüsesorten. Um Steckrüben, Rote Bete und Co. edel verfeinern zu können, bietet Ubena verschiedene Gewürze für die Zubereitung. Für Rotkohl, herzhaftes Kartoffelgerichte und Rote Bete eignet sich die Würzmischung Ubena Lorbeerblätter. Im Vergleich zu frischen Lorbeerblättern, die leicht bitter schmecken, versprühen die getrockneten Blätter einen balsamischen Duft, der an Rosenholz, Blüten, Honig, Zimt und Muskat erinnert. Weitere Würzmischungen stehen dem Profi-Koch zur Auswahl, darunter Gemüseheld Spinat-Chili-Liebstockel oder Sesam-Kurkuma.

www.ubena.de



Fotos: Fruchs Foodservice GmbH

WINTERGENUSS: EIS UND DESSERT

Wird das Angebot für den Winter gerüstet, ist das Augenmerk auf neue Kreationen und pfiffige und schnelle Serviermöglichkeiten zu richten.

Die kalte Jahreszeit ist die Zeit der süßen Spezialitäten auf der Speisekarte. Dabei können Profi-Köche Convenience-Produkte geschickt zu ihrem Vorteil einsetzen und die gewonnene Zeit für eine aufmerksamkeitsstarke Präsentation und ungewöhnliche Topping- und Veredelungskreationen nutzen – kulinarische Maßnahmen, die die Umsätze zur Winterzeit stärken können.

Raffinierte Eigenkreationen

Einzigartigkeit gehört zu jedem erfolgreichen Restaurantkonzept. Besonders die Welt der Desserts lässt hier viel Freiraum, um die Gäste mit Eigenkreationen zu überzeugen. Jedoch müssen Küchenteams dabei nicht auf die Unterstützung servierfertiger Produkte verzichten. Denn die Zeit ist oft knapp bemessen. Stehen hochwertige Produkte zur Auswahl, kann das Potenzial in der Veredelung ausgelebt werden. So laden zum Beispiel die À la Folie! Mini-Waffelhörnchen von Délifrance jeweils

in den Geschmacksrichtungen Natur, herzhaft und Chocolat zu individuellen Kreationen ein. Sie wiegen 4 Gramm und eignen sich für ein aufmerksamkeitsstarkes, süßes Fingerfood mit der Handschrift der eigenen Küche. Für ein einfaches Handling sind die Mini-Waffelhörnchen in edle, goldfarbene Papiermanschetten gewickelt.

Ausgefallene Ideen

Finden sich klassische Zutaten in neuen Rezepturen wieder, entstehen neue Genussmomente, die entsprechenden Gästezuwachs bedeuten können. Zur Winterzeit besonders beliebt: das Schokoladeneis. Dessen hat sich Langnese angenommen und präsentiert die Sorte „Dunkle Schokolade“ von Car-

te D'Or mit interessanten Kombinationsmöglichkeiten. Ein winterlicher Rezeptvorschlag: Schokoladeneis angerichtet mit einem Espresso-Honig-Dip und Süßkartoffel-Pommes. Dieses und weitere Rezepte sind auf der Langnese-Website zu finden, sodass neue Highlights auf der Speisekarte leicht umzusetzen sind.

> Ronja Plantenga

www.langnese-business.de

www.delifrance-backwaren.de



Foto: © kirsty pargater - istockphoto.com; Unilever Food Solutions



bindi

fantasia nel dessert®

NEU:

SCHOKO-HASELNUSS-TORTE

CHOCOLATE TEMPTATION

Schokoladenbiskuit, Creme aus equadorianischer Kakaomasse, Haselnusscreme und Schokoglasur – so überzeugt die neue Chocolate Temptation in der anstehenden Herbst-/Wintersaison.

Premium-TK-Convenienceprodukt
1.300 g / Karton (12 Portionen)



WWW.BINDI.DE

NEUE KUCHEN-KREATIONEN

Schokoladig, nussig, kreativ darf es in der Winterzeit sein. Süße Spezialitäten sind zu wärmenden Heißgetränken eine willkommene Beilage. Neuheiten im Überblick.



Foto: CSM Bakery Solutions

Buntes Donut-Trio:

Die neuen Baker & Baker Donuts können für süße Abwechslung am Gästetisch sorgen. Jeder Donut ist mit einem dreifachen Topping verfeinert: erst die Glasur, dann das Streudekor und abschließend abfilert. Das sorgt für eine attraktive Handmade-Optik. Zur Auswahl stehen drei unterschiedliche Kompositionen: der Yoghurt Strawberry Donut mit Joghurt-Glasur und Erdbeerstückchen, der Decadent Chocolate Donut mit belgischer Milkschokoladen-Glasur und belgischer Schokolade sowie der Cappuccino Donut mit einer Schokoladen-Glasur mit Cappuccino-Geschmack und Stückchen aus Karamell-Keks.

www.baker-baker.de



Foto: bindi DEUTSCHLAND GmbH

Schokoladige Spezialität:

Für italienische Patisserie-Spezialitäten ist der Dessert-Experte bindi bekannt. Mit einer schokoladigen Neuheit unterstützt der Hersteller nun das gastronomische Wintergeschäft: Mono Cremoso al Cioccolato. Das Schokoladencremetörtchen überzeugt mit einer herbsüßen dunklen Schokoladenmousse und einem Kern aus Santo-Domingo-Kakaomasse auf dunklem Biskuitboden. Das 120-g-Dessert ist mit knackigen Schokoladenflocken bereits fertig ausdekoriert. Mono Cremoso al Cioccolato ist dem Karton einzeln entnehmbar und muss vor dem Servieren lediglich angetaut werden. So kann auch ungelerntes Personal dem Gast ein perfektes Dessert servieren. www.bindi.de



Foto: Edna International GmbH

Beliebte Blechkuchen:

Schnell zubereitet und klassisch im Geschmack. Dazu eignen sich die Kreationen aus der Blechkuchen-Mischbox von Edna. Besonders beliebt: klassischer Bienenstich, cremig gefüllte Streuselkuchen und schokoladiger Brownie-Kuchen. In einer Mischbox mit allen drei Sorten befinden sich Platten zu 24 vorgeschnittenen Portionen. Bei Raumtemperatur lassen sich einzelne Stücke bedarfsgerecht in zwei bis fünf Stunden auftauen. Bereits vorgeschnitten und portioniert müssen die Kuchen nur noch serviert werden. Der Vorteil: Mit den Kuchenportionen lässt sich ganz einfach sicher kalkulieren, Verluste durch Verschnitt werden vermieden. www.edna.de

— Anzeige —

It's Burger-Time

Bestellen Sie jetzt bei Ihrem Großhändler, im C+C Markt oder direkt bei EDNA!

EDNA

EDNA International GmbH
Gollenhoferstraße 3 • 86441 Zusmarshausen-Wollbach

info@edna.de

www.edna.de

GEBÜHRENFREI
www.edna.de
TEL 0 800/722 722 4
FAX 0 800/722 722 5

Art. 1160
PartyBurgerMischkiste,
4-fach sortiert, 2,5 Inch

NEU



VEREDELUNG STEP BY STEP

Marzipantorte mit Salzmandel-Krokant

Passend zur kalten Jahreszeit verpasst Profi-Koch Max Faber der Marzipantorte von erlenbacher ein winterliches Update mit salziger Überraschung, sodass am Gästetisch natürlicher Geschmack auf kunstvolle Inszenierung trifft.

1



Zutaten für das Kürbis-Äpfel-Gewürzkompott (12 Portionen)

- 150 g Kürbis (Hokkaido)
- 150 g Apfel (Granny Smith)
- 40 g Zucker
- 400 ml klarer Apfelsaft + 2 EL
- 1 EL Speisestärke
- 2 Zimtstangen
- 1 Sternanis
- 1 Gewürznelke
- 1 – 2 EL Zitronensaft
- 1 EL Honig

Zubereitung: Kürbis und Äpfel putzen, waschen, schälen und in kleine Würfel schneiden. Zucker mit 2 EL Wasser goldbraun karamellisieren, Apfelsaft angießen. Zimtstangen, Sternanis, Nelke, Kürbis- und Apfelwürfel zufügen. Alles bei schwacher Hitze ca. 4 Minuten köcheln. In der Zwischenzeit 2 EL Apfelsaft mit Stärke verrühren, in die Flüssigkeit einrühren und aufkochen. Circa 2 Minuten köcheln lassen. Mit Zitronensaft und Honig abschmecken und abkühlen lassen. Vor dem Anrichten die Gewürze aus dem Kompott entfernen.

2



Zutaten für den Salzmandel-Krokant

- 100 g Mandeln
- 60 g Zucker
- 1 TL Meersalzflöckchen
- 20 g Butter

Zubereitung: Mandeln ohne Fett hellbraun anrösten und auf einen Teller geben. Zucker in die Pfanne geben und karamellisieren. Mandeln hinzugeben und verrühren. Butter untermischen und auf ein Backpapier geben. Mit weiterem Backpapier belegen, mit Nudelholz dünn rollen. Mit Meersalz bestreuen, erneut dünn ausrollen. Krokant nach dem Abkühlen in Stücke brechen.

3



Zutaten für die gezuckerten Johannisbeeren

- 200 g rote Johannisbeeren
- 4 – 5 EL feiner Zucker

Zubereitung: Johannisbeeren verlesen, waschen und trocken tupfen. In kleine Rispen teilen, im Zucker wenden und auf einen Teller setzen. Dann alles auf dem Teller an der Marzipantorte anrichten.



Food-Service

Winterliche Dessert-Idee

Schoko-Pudding mit Zimtpflaumen und Glühweinsahne



ZUTATEN FÜR 10 PORTIONEN

- 400 g Pflaumen, entkernt
- 2 TL Zimt
- 3–4 EL Speisestärke
- 300 ml MILRAM Schlagsahne ultrahocherhitzt, 35 % Fett
- 2 TL Glühweingewürzpulver
- 200 g Schokoladenbrownies, gewürfelt
- 1,2 kg MILRAM Schoko-Pudding
- Minzblättchen

ZUBEREITUNG

1. Pflaumen fein pürieren, in einem Topf zusammen mit Zimt erhitzen und mit Speisestärke abbinden.
2. Sahne mit Glühweingewürz verfeinern, in einen Siphon geben, mit einer Kapsel begasen, kräftig schütteln und kaltstellen.
3. Browniewürfel und Schoko-Pudding auf Gläser verteilen, die Zimtpflaumen darauf geben und mit einem Tupfen Glühweinsahne und Minzblättchen garniert servieren.

Genussvolle Rezepte, alle Produkte & vielfältige Inspirationen:
www.milram-food-service.de



Foto: MILRAM Food Service

WINTERHIGHLIGHTS: ELEGANT VERFEINERT UND SCHNELL SERVIERT

Für Begeisterung bei den Gästen sorgen bedeutet, mit neuen Kreationen zu überraschen. Vielfältige Möglichkeiten bieten winterliche Dessertgenüsse. Dabei haben die süßen Spezialitäten einen besonderen Vorteil: Hochwertige, verzehrfertige Produkte wie Joghurt- und Quarkspeisen lassen Zeit für Verzierungen und Eigenkreationen durch den Profi-Koch. So entstehen neue Umsatzchancen mit wenig Zeitaufwand.

Milchreis mit Honig-Tomaten

Experimentierfreude im Winter – dazu passt der aktuelle Trend, Gemüse zum Dessert zu servieren. Milchreis oder Grieß-Pudding werden mit angedicktem Obst wie Kirschen oder frischen Früchten und Gewürzen im Handumdrehen zum winterlichen Dessert. Für ausgefallene Rezepturen lohnt sich der Blick auf einen Tipp von Heiko Antoniewicz, der den Milchreis von Milram außergewöhnlich zu veredeln weiß.

Zubereitung:

Kombiniert wird der cremige Milram Milchreis mit Erdnussbutter und würzigen Honig-Tomaten. Dafür einfach Milchreis nach Geschmack mit Erdnussbutter vermengen und gehäutete Cocktailtomaten in einen Sud aus Wasser und Honig (1:1) geben und mit Gewürzen wie Mazis (Muskatblüte), Sternanis und Zimtstange simmern lassen. Daraus entsteht ein Dessert mit süß-fruchtigem und leicht würzigem Geschmack.

www.milram-food-service.de



Foto: GASTRO

Winterliches Apfel-Granatapfel-Dessert

Die Sorte Fruchtjoghurt Apfel-Granatapfel aus dem Hause Gastro eignet sich in Kombination mit weihnachtlichen Zutaten wie Spekulatius besonders gut für selbst kreierte Winterdesserts. Dank praktischem 5-kg-Gebinde ist der Joghurt für den Profianwender schnell und einfach portionierbar.

Zubereitung (10 Portionen):

5 Äpfel in kleine Würfel schneiden und mit 5 g Zimt, 30 g Zucker und dem Saft einer Zitrone marinieren. 300 g Spekulatiuskekse grob zerbröseln. Sodann die marinierten Äpfel auf 10 hohe Dessertgläser verteilen (je 3 EL pro Glas) und mit je 2 EL Spekulatiusbrösel auffüllen. 1 250 g Fruchtjoghurt Apfel-Granatapfel gleichmäßig in die 10 Gläser füllen und mit insgesamt 200 g Granatapfelkernen garnieren.

www.gastro-foodservice.de

— Anzeige —

VIEL ERFOLG BEIM EISVERKAUF!

Stöckel Söhne
Metallwarenfabrik
GmbH & Co. KG

Postfach 210, D-23692 Eutin
Telefon: + 49 (0)45 21/23 77
info@stoekel-soehne.de
www.stoekel-soehne.de

Stöckel Portionierer – Qualität made in Germany

PAPERNET: PRODUKTE FÜR DEN TISCH IM PROFITEST



43 Profitester haben den Praxistest gemacht und die neue, speziell für die Gastronomie und Hotellerie entwickelte Produktlinie Ready Table von Papernet in ihren Betrieben ausprobiert.

Das Ready Table Sortiment besteht aus:

✓ Servietten ✓ Serviettenspender ✓ Tischset-Rolle



1 Die Servietten:

Auf dem gedeckten Tisch dürfen ausreichend Servietten nicht fehlen. Damit der Verbrauch aber nicht unnötig steigt, sind die für das Spendersystem vorgesehenen Papernet Servietten entsprechend konzipiert: Die zweilagigen, weißen Servietten verhindern durch die automatische Vollentfaltung bei der Entnahme einen zu hohen Verbrauch. Die Qualität der Servietten bewerteten rund 75 Prozent unserer Tester mit den Noten Gut bis Sehr gut. Einige Profitester wünschten sich etwas weichere Servietten.

2 Der Spender:

Das Design des Serviettenspenders ist neutral und transparent gehalten, um diesen optimal in jedes Ambiente integrieren zu können. Damit waren über 70 Prozent der Profitester zufrieden. Auch unter den Aspekten der Stabilität und Handhabung konnte der Spender gut abschneiden: Das Be- und Nachfüllen am Tisch wurde mehrheitlich als praktisch und einfach umzusetzen empfunden. Über 80 Prozent der Tester waren von der robusten Konzeption des Spenders überzeugt. Insgesamt eine gute Alternative zu zuvor genutzten Produkten, wie ein Profitester zusammenfasst: „Einfaches Handling bei klassischem Design, ausprobieren lohnt sich.“

3 Die Tischset-Rolle:

Ebenfalls im Praxistest war die komplett recycelbare Tischset-Rolle mit 100 einzeln abreißbaren Platzsets. Auch wenn der Bedarf für einzelne Tischsets in unseren Profibetrieben nicht überall gegeben war, so fand das Produkt doch großen Zuspruch. Besonders bei der Qualität und Nutzerfreundlichkeit konnte die Tischset-Rolle bei mehr als der Hälfte der Anwender punkten. „Innovatives Produkt - eine schöne Alternative.“

Fazit:

Unsere Profitester konnten sich von den Vorteilen der Ready Table Linie von Papernet überzeugen, deren Produkte recycelbar sind und den Verbrauch reduzieren. Hinsichtlich des Designs und der Qualität empfehlen sie den Selbsttest, um sich von den Vorzügen zu überzeugen. Unsere Tester kommen zu der Einschätzung, dass sich die Produkte für große und kleinere Betriebe, in denen ein schlichtes Design gefragt ist, optimal eignen. Eine Expertenmeinung: „Gute Produkte, die in der täglichen Anwendung überzeugen können!“ www.papernet.com



DER PROFITESTER

Stimmen von
Experten für Experten:



Papernet

» Gute Qualität und
einfache Handhabung! «

» Eine tolle Alternative.
Selbst ausprobieren. «

» Praktische Spender -
empfehlenswert. «

Alle getesteten Produkte finden Sie auf
www.derprofitester.de

— Anzeige —

**PACO
JET**

**Geschmacks-
Evolution.**

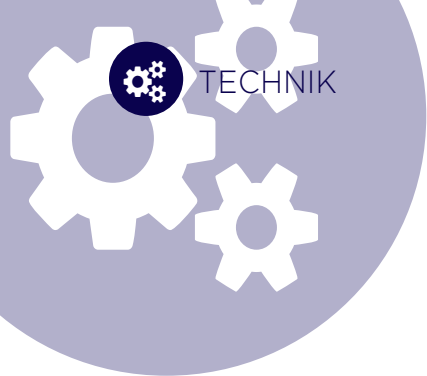
» Unerreicht in Geschmack,
Farbe, Konsistenz und Frische.

Steigerungspotenzial in der Zubereitungsqualität? Mit dem Pacojet bestimmt. Denn bei diesem einzigartigen Kochsystem werden frische, tiefgefrorene Lebensmittelzubereitungen ohne Auftauen mit Überdruck mikropüriert. Das Ergebnis begeistert die Sinne: von der Geschmacksexplosion auf der Zunge über das Feuerwerk der Farben bis zum cremig zarten Mundgefühl. Mehr über den Pacojet erfahren Sie unter:

Pacojet Service GmbH
www.pacojet.de

WHEN COOKING BECAME SWISS.™

25
YEARS
PACOJET



TECHNIK

FRITTIEREN OHNE FETTGERUCH

Fettgeruch und Rauchbildung sind Nebeneffekte, die beim Frittieren entstehen können. Das Frittiervorhaben und das effiziente Absaugsystem des Fast Chef Elite verhindert diese unerwünschte Geruchs- und Rauchentwicklung. Das geschlossene System ist mit einer zweiphasigen Filterstufe und zusätzlich mit einem hoch konzentrierten Aktivkohlefilter ausgestattet. Dadurch ist kein Rauchabzug erforderlich. Das Filtersystem trennt Wasser und Schwebeteilchen vom Frittieröl. Dies verlängert die Nutzungsdauer des Frittieröls und reduziert die Kosten. Durch die geschlossene Frittierkammer bleibt der Betrieb nahezu wartungsfrei. Die anderen Komponenten werden nicht mit Frittieröl verschmutzt und können leicht entnommen und manuell oder in der Spülmaschine gereinigt werden.

www.fast-chef-elite.de



Foto: Recon Gastro-Service GmbH



Foto: Krefft Großküchentechnik GmbH

KOCHPROZESSE PUNKTGENAU STEuern

Mit der Linie Ichef führt Mareno, im Deutschland-Vertrieb von Krefft Großküchentechnik, das Touch-Display in die horizontale Kochtechnik der mittleren bis großen Gastronomie ein. Für die digitale Kochtechnik und punktgenaue Steuerung wurde Ichef im Vorfeld auf der Mailänder Messe Host mit dem Smart Label Award ausgezeichnet. Besonders bedienerfreundlich: das großformatige Display mit seinen Symbolen und Ziffern. Es ist auch aus einiger Entfernung vom Herd für den Koch deutlich erkennbar – alle Garvorgänge bleiben auf diese Weise stets überwacht, unnötige Kontrollgänge an den Herd können entfallen. Durch das präzise Garen verschwendet Ichef zudem keine Energie. Alle Geräte der Linie sind serienmäßig für den Anschluss an das exklusive Mareno Energieoptimierungssystem Power Guardian vorgerüstet.

www.krefft.de

PRAKTISCHE AUFTISCHGERÄTE

Mit dem Prinzip der zeitversetzten Produktion und optimierten, leicht zu bedienenden Küchengeräten steht Palux den Profi-Köchen zur Seite. Die Neuheit für flexibles Arbeiten auf engstem Raum: die Auftischgeräte der Palux CompactLine. Der Ceranherd mit 3,0 kW, der Induktionsherd und der Induktions-FlowWok – beide jeweils mit 3,5 kW oder 5,0 kW erhältlich – sind dank modernster Induktionstechnologie äußerst energieeffizient. Durch ihre besonders kompakten Abmessungen finden die CompactLine Auftischgeräte in jeder Küche ihren Platz und sind somit flexibel einsetzbar. Ideale Anwendungsbereiche sind unter anderem Aktionsküchen für Gastronomiebetriebe, Frontcooking und Systemgastronomie als mobile Küche.

www.palux.de



Foto: PALUX AG

MULTIFUNKTIONALE KIPPBRATPFANNEN

Ob Braten, Schmoren oder Kochen – die neuen multifunktionalen Kippbratpfannen des Großküchenbauers Küppersbusch sind flexibel und individuell einsetzbar. Dank ausgeklügelter Technik ist es nun auch möglich, sensible Produkte wie Milchreis, Pudding und Soßen automatisch zu kochen, ohne dass diese anbrennen. Die intelligente, auf Icons basierende Touchsteuerung KCI – KüppersbuschCookingIntelligence – sorgt dafür, dass auch ungelernte Kräfte die multifunktionalen Kippbratpfannen einfach und sicher bedienen können.

www.kueppersbusch.com



Foto: Küppersbusch Großküchentechnik GmbH & Co. KG

KAFFEEMASCHINEN – ERTRAGREICH MIT SYSTEM

Vielseitig einsetzbar, leicht zu bedienen und hochwertig im Ergebnis – leistungsfähige Kaffeemaschinen machen den Genuss aus der Tasse mit wenig Aufwand zum Erlebnis für die Gäste. Dabei hat die Technik rund um die Bohne neue Dimensionen erreicht: Smarte Lösungen wie die Anbindung der Maschine an ein Zahlungssystem, intelligente Reinigungsmodule oder smarte Konfigurationsmöglichkeiten erlauben jedem Gastronomen, das Kaffee-Erlebnis für die Gäste zu perfektionieren und Erträge zu steigern.



Kapazität:
bis zu 180 Tassen Espresso,
120 Tassen Kaffee oder
100 Tassen Cappuccino



Kompakt und vielseitig:

Die Black&White4compact kombiniert geringen Platzbedarf mit einem großen Ausstattungs- und Funktionsumfang. Die Komfort-Features der Baureihe: modulare Konstruktion, praktische Ergonomie, ein nutzergruppenorientiertes Bedienkonzept und das zeitgesteuerte, HAC-CP-konforme Reinigungssystem. Über das integrierte Telemetriesystem kann eine Vielzahl von Daten – von den Produktbezügen bis hin zum Wartungszustand der Kaffeemaschine – abgerufen und drahtlos übermittelt werden. Dank optional erhältlicher Zusatzgeräte wie dem Tassenwärmer oder Interfaces für die Anbindung an Zahlungs- und Kassensysteme lässt sich der Vollautomat auf die Anforderungen im Betrieb individuell zuschneiden. www.thermoplan.ch



Kapazität:
rund 80 Tassen

Milchspezialitäten für jeden Geschmack:

Insgesamt 21 Kaffee- und Milchspezialitäten hat die neue Jura X8 zu bieten: Neben den kleinen und großen „Schwarzen“ schafft sie spielend auf Knopfdruck auch Cappuccino, Milchkaffee, Latte Macchiato, Flat White, Kännchen, Milch- und Heißwasserportionen. Für Doppelprodukte reicht ein zweimaliges Drücken der Produkttaste. Die One-Touch-Funktion, ein zentraler Kombiauslauf sowie eine Tassenpositionierungshilfe garantieren Kaffee-Genuss auf Knopfdruck. Und weil Sicherheit und Hygiene vorgehen, sind nicht nur Bohnen- und Wasserbehälter abschließbar, auch die Reinigung des Milchsystems erfolgt vollautomatisch. Für besondere Transparenz sorgt die Jura Connect App: Hier werden zum Beispiel alle relevanten Informationen über Zubereitungs-, Tages- und Pflegezähler ganz einfach über das Smartphone oder Tablet abrufbar. Aussagekräftige Grafiken und automatische Warnhinweise machen die Abrechnung und Pflege besonders einfach.

www.juragastroworld.de



Kapazität:
125 Tassen
pro Stunde



Nützliche Funktionen für perfekten Filterkaffee:

Die neue Filterkaffeemaschine Cafina XT180 von Melitta hebt sich hervor durch ihr schlankes Design und zahlreiche nützliche Funktionen. Dabei ist sie nach eleganten und zugleich praktischen Designvorstellungen konzipiert, wie die veredelten Aluminium-Seitenwände, das robuste Touchdisplay, ein für Spülmaschinenreinigung geeigneter Filterkörper und die lackierte Front aus Edelstahl zeigen. Das ergonomisch geeignete Touchdisplay bündelt

den Bedienkomfort mit zahlreichen Extras: beleuchteten Symbolen. Wasserstandsanzeige mit akustischen Signalen, Kannenerkennung und automatischem Tropfstopp, Entkalkungsanzeige und Entkalkungsprogramm. Für mehr oder weniger kräftigen Kaffeeengeschmack sorgt der patentierte AromaSelector. Er variiert den Lauf des Wassers und damit die Kontaktzeit des Wassers mit dem Kaffeemehl.

www.melitta-professional.de

REINIGEN – MOBIL UND DIGITAL

Intelligente Dosiersysteme, QR-Codes und Trainingsplattformen verhelfen auch im Reinigungsbereich zu neuen Möglichkeiten.



Reinigungsprozesse müssen in der Branche schnell umgesetzt, zum Teil von den Mitarbeitern neu erlernt werden. Anwendungsfehler sind dabei stets zu vermeiden, um einen größtmöglichen Hygienestandard zum Schutz der Gäste einhalten zu können. Wichtig also, dass das Reinigungsteam mit hochwertigen Geräten und Reinigungsmitteln ausgestattet ist und von einem möglichst einheitlichen und anwenderfreundlichen System profitiert.

Eine Lösung für viele Anwendungsbereiche

Als mobiles Dosiersystem für eine sichere und ergonomische Reinigung bietet sich das Quick & Easy System von green care Professional an. Die fünf green-Effective Konzentrate sind für eine Vielzahl von Anwendungen im Küchen-, Sanitär- und Oberflächenbereich geeignet. Zwei neue Desinfektionsmittel ermöglichen nun auch Desinfektion mit dem Quick & Easy System, dem mobilen Dosiersystem für eine sichere und ergonomische Reinigung. Um Bereiche der Essenszubereitung zu desinfizieren, eignet sich Apesin kitchen Quick & Easy sehr gut. Ein leicht zu bedienendes „Plug-and-Play“-System ermöglicht die Reinigung jeder Fläche schnell und einfach im Schaumsprühverfahren. Das Reinigungsmittelkonzentrat wird automatisch mit

Wasser gemischt und alles, was benötigt wird, passt an einen Gürtel. Die Wasserkartusche ist überall nachfüllbar und Wege zu zentralen Dosieranlagen werden vermieden.

Integrierte Trainingsplattform

Mit der neuen Quick & Easy Generation mit integrierter Trainingsplattform werden Anwender direkt bei der Reinigung unterstützt. Alle Produktetiketten sind mit einem QR-Code versehen, der Zugriff zu Anwendungsvideos für verschiedene Bereiche und

darüber hinaus weitere Produktinformationen direkt am Einsatzort bietet. Auch für Quereinsteiger in der Reinigungsbranche ist es eine Möglichkeit, mit der Trainingsplattform die Reinigung unterschiedlicher Anwendungsbereiche zu erlernen. Anschauliche Videos zeigen die Reinigungsprozesse beispielsweise von Küchen oder Hotelzimmern und geben zahlreiche Hinweise, um typische Anwendungsfehler zu vermeiden.

> Ronja Plantenga
www.wmprof.com

Studie: Haushaltswaschmaschine versus Profimaschine

Im Auftrag von Electrolux Professional hat das Labor Weber und Leucht untersucht, welchen Einfluss der Waschprozess auf Wischbezüge hat. Die Ergebnisse im Überblick:

- ✓ Ungeeignete Waschverfahren setzen die Lebensdauer und Reinigungsleistung von Wischbezügen erheblich herunter.
- ✓ Ein Wischmopp aus der Profimaschine kann mehr als doppelt so viele Quadratmeter reinigen als der aus dem Haushaltsgerät: 31 m² gegenüber 14 m².
- ✓ In der Profimaschine gewaschene Reinigungstextilien leben um das 2,6-Fache länger.

Fazit: Die Eigenschaften der Profi-Waschmaschinen wie von Electrolux Professional, die neben frei programmierbaren Steuerungen auch Trommeln mit entsprechend großer Lochung eingebaut haben, sind für die mit Schmutzpartikeln belasteten Textilien besonders gut geeignet. Andy Schröder von Electrolux erklärt: „Ein richtig gesteuerter automatisierter Waschprozess, der am Anfang das Waschgut wiegt, dementsprechend Wasser und Waschmittel in der passenden Dosierung zuführt, die richtige Temperatur und Mechanik einstellt, führt zu einer nachgewiesenen besseren Reinigungsleistung gegenüber der Haushaltswaschmaschine.“

www.electrolux.de/professional

STAUBSAUGEN – LEISE UND EFFIZIENT

Mit den richtigen Geräten zu mehr Leistungsfähigkeit.

Gereinigt wird oft dann, wenn die Gäste sich auf den Heimweg machen und der Betrieb geschlossen wird. Lassen lange Öffnungszeiten dies aber nicht zu, wird es schon schwieriger, für permanente Sauberkeit zu sorgen, ohne die Gäste und Servicekräfte im Alltagstrubel zu stören. Daher ergibt es Sinn, in hochwertige Reinigungsgeräte zu investieren, mit denen sich einerseits effizient und schnell, andererseits aber auch leise und mit Rücksicht auf die Gäste arbeiten lässt.

Neue Technologie

Diversey präsentiert die neuen, für höchste Produktivität entwickelten Taski-Aero-Staubsauger für die professionelle Reinigung. Die Produktreihe umfasst vier kompakte Modelle, die für Anforderungen zu jeder Tageszeit und in jeder Umgebung ausgerichtet sind. Der Aero 8 und Aero 15 bieten jeweils ein Mittelklasse- und ein Premiummodell. Die Mittelklassemodelle sind kompakt, robust und hocheffizient. Die Modelle beinhalten alle Standardfunktionen sowie eine Füllstandsanzeige für

Staubbeutel und bieten eine lange Lebensdauer. Der hochleistungsfähige 585-Watt-Motor verfügt über die gleiche Reinigungsleistung wie vergleichbare Staubsauger mit >900-Watt-Motor und entwickelt seine Leistung mittels eines einzigartigen Luftstromsystems. Zusammen mit der patentierten Flüstertechnologie sind die Staubsauger die perfekte Symbiose aus Hochleistung und extrem niedrigem Geräuschniveau für die Reinigung zu jeder Tageszeit. Die Premiummodelle Taski Aero 8 Plus und Taski Aero 15 Plus verfügen über alle Funktionen der Mittelklassemodelle und darüber hinaus über weitere Extra-Funktionen, die die Sauger noch effizienter und ergonomischer machen. Die Kombination aus integrierter Kabelaufwicklung, universellem Zubehöranschluss, zum Beispiel für Elektrobürsten, und

Eco-Modus soll für eine besonders einfache Anwendung sorgen.

Geräuschpegel und Energieverbrauch reduziert

Die Geräuschentwicklung wird im Eco-Modus auf ein absolutes Minimum von 53db (A) reduziert. Eine Geräuschreduktion von bereits 10dB entspricht einer Reduktion des vom menschlichen Ohr wahrgenommenen Geräuschlevels von 50 Prozent, daher ist der Taski Aero besonders für frequentierte Bereiche ideal, beispielsweise für die Reinigung tagsüber in Hotelfluren. Die Staubsauger haben die Energieeffizienzklasse A+ und im Eco-Modus kann der Energieverbrauch um 50 % auf 295 Watt reduziert werden.

www.diversey.com



Fotos: © demo - iStockphoto.com; Diversey Deutschland GmbH & Co. OHG

— Anzeige —

KEINE INVESTITION NULL RISIKO PAY PER WASH

winterhalter®



**PAY PER
WASH**
A NEXT LEVEL SOLUTION

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

Igeho, Basel
18. – 22.11.2017
Halle 1.0, Stand A110



Foto: GO IN

DIE LANGE TAFEL

Um die Tradition des geselligen Miteinanders in der Gastronomie neu aufleben zu lassen, Menschen zusammenzubringen und die Kommunikation zu fördern, hat Go In den Tisch im XXL-Format konzipiert. Der „Tisch der Freundschaft“ wird – als Einzelstück oder in Gruppen angeordnet – zum Mittelpunkt des Restaurantambientes. Die Tischplatte aus massiver Eiche, ge-

bürstet und lackiert, ist in drei Dekoren erhältlich: Old Bassano, Smoke Walnut und Napoli. Bei den Gestellen aus Stahl stehen zwei Varianten zur Auswahl: das puristische, aber massive A-Gestell und das rustikal anmutende X-Gestell. Beide sind in schwarz pulverbeschichtet oder klar lackiert lieferbar – passend zum jeweiligen Look & Feel des Lokals.

www.go.in

EYECATCHER IM GLAS

Mit Insert-Glas präsentiert Sahm eine innovative Möglichkeit, Gäste für die eigene Marke zu begeistern. Luftdicht eingeschlossen wird ein beliebiger Gegenstand in den Boden eines Glases integriert. Für den individuellen Eyecatcher hat Sahm einen lebensmittelkonformen Vorgang entwickelt, der den Glasboden sicher verschließt. Der Prozess kann bei jedem Glas mit einem Eisboden durchgeführt werden. Besonderes Highlight: Es kann ein sogenannter Nearfield-Communication-Chip eingelassen werden. Das Handy des Gastes verbindet sich automatisch mit dem Chip und zeigt direkt die vom Gastgeber hinterlegte URL an. Aktionen, Gewinnspiele oder Rabatte machen gezielt auf den eigenen Betrieb aufmerksam. Die Homepage kann jederzeit mit unterschiedlichen Themen bespielt werden.



Foto: Sahm GmbH + Co. KG

www.sahm.de

NEUE BESTECKKOLLEKTION

Für italienischen Flair auf Tisch und Tafel wurde das Besteckmodell „Milano“ von WMF Professional entworfen. Die 12-teilige, spülmaschinenfeste Kollektion mit umlaufendem Liniendekor erinnert an die mediterrane Architektur und fügt sich

so in südländische Arrangements. Die Menü- und Vorspeisenmesser sind als Monobloc erhältlich, während alle Besteckteile in rostfreiem, poliertem Edelstahl oder in versilberter Variante gefertigt werden. www.wmf-professional.de



Foto: prafeq GmbH, WMF Professional



Foto: Wäschekrone GmbH + Co. KG

ELEGANTE TISCHWÄSCHE

Um ein feierliches Ambiente im Gastraum zu kreieren, empfiehlt der Hotelwäsche-Spezialist Wäschekrone, sich für hochwertige, zeitlose Tischwäsche mit festlich-elegantem Dessin zu entscheiden. Der Vorteil im Gegensatz zu Wäsche mit Weihnachtsmotiven: Sie kann das ganze Jahr über für besondere Anlässe genutzt werden. Einen Blickfang bildet das har-

monisch aufeinander abgestimmte Arrangement aus Tischläufern mit filigranem Rankendessin in den „Weihnachtsfarben“ Grün oder Bordeaux sowie dazu passenden Stoffservietten, gerne auch in zwei kontrastierenden Farben. Komplett wird die stimmungsvolle Tischdekoration mit Kerzen und Kugeln aus der gleichen Farbfamilie.

www.waeschekrone.de



DAS BUFFET – FILIGRAN INSZENIERT

Stilvoll und praktikabel umgesetzt wird das Buffet-System zum kulinarischen Highlight.

So spannend das Konzept „Buffet“ für den Gast, so sehr ist es auch mit großen Herausforderungen für den Gastgeber verbunden. Neben gestalterischen Elementen gilt es, für ein Höchstmaß an Funktionalität zu sorgen, sodass sich Gast und Gastronom gleichermaßen zurechtfinden. Um diese Anforderungen umzusetzen, helfen innovative Expertenlösungen.

Mix and Match

Vielfältigkeit steht bei dem Buffet-Konzept von Selmann Weiden klar im Vordergrund. Abgestimmt auf das Buffet-System von Friclich erfüllt das Porzellan-Konzept „Fantastic“ diverse gestalterische und funktionale Aufgaben. Systemintegriert sind von außen nicht einsehbare Kühlelemente, welche die Speisen frisch halten und jederzeit ansprechend präsentieren. Insgesamt vier Farben,

die sich jeweils – oder auch als Komposition – jeder Stellfläche und jedem Ambiente anpassen, stehen zur Auswahl. So können Stellflächen intelligent genutzt und zugleich stilvoll in Szene gesetzt werden.

Verlässliche Stabilität

Die Basis eines Buffets sollte stets stabil sein und sich in die Umgebung einfügen, sodass sich spielerisch feine Akzente mit Porzellan, Besteck und weiteren Utensilien setzen lassen. Besonders filigran wird es mit den Displays der Serie „Crossline“ von Zieher. Sie zeichnen sich durch geringes Gewicht, platzsparende Lagerung durch Stapelbarkeit, einfaches Handling und schnellen Aufbau aus. Die Gestelle werden aus verzinktem Stahl gefertigt und anschließend mit einer robusten und

kratzfesten Pulverbeschichtung in mattem Schwarz veredelt, sodass sie sich auch für den Außenbereich eignen. Die matt schwarze Farbgebung der Displays lässt sich mit zahlreichen Materialien harmonisch kombinieren.

> rp

www.seltmann-weiden.com

www.zieher.com



Foto: Zieher KG

— Anzeige —



GOOD FOOD MOOD

GOOD TIMES

Wo gegessen und getrunken wird, da kommen Menschen zusammen, es entstehen Momente, die in Erinnerung bleiben. Eine ideenreiche Dekoration unterstreicht diesen Moment, macht ihn zum Erlebnis für alle Sinne. Wir von Duni liefern das richtige Wohlfühlambiente, wir liefern goodfoodmood.

ELEGANT. PRAKTISCH. NACHHALTIG.

Womit dürfen wir Ihnen weiterhelfen?
Duni GmbH, Telefon 05461 82-632, www.duni.de



SUPPLIER OF GOODFOODMOOD®



Foto: Duni



Foto: Tork

TABLETOP – FESTLICH GEDECKT

Zur umsatzstärksten Jahreszeit ist ein stimmungsvolles Ambiente am Gästetisch gefragt.

Herbst und Winter laden zur besinnlichen Gemütlichkeit am Gästetisch ein. Weihnachts- und Familienfeiern und gemütliches Beisammensein im Warmen sorgen für gefüllte Gasträume. Da darf die passende Gestaltung in Restaurant und Bar nicht fehlen. Herbstliche Farbtöne und festlich gedeckte Tafeln liegen nun im Trend.

Herbstliche Gemütlichkeit

Unterstützung für ein stilvolles Ambiente im Zeichen der kalten Jahreszeit gibt es beispielsweise von Tork: Die Hygiene-Marke für den Außer-Haus-Bereich hat eine saisonale Farbpalette kreiert, die perfekt auf den Herbst abgestimmt ist. Durch geschickten Einsatz der richtigen Serviettenfarben können Gastronomen und Hoteliers die passende Atmosphäre ganz leicht an den Gästetisch bringen und für besondere Erlebnisse sorgen.

Wie mit einfachen Tricks und wenigen Handgriffen die Tischdekoration zum Gästelerlebnis wird, verrät Tork Trendexpertin Gabriela Kaiser: „Trendige Designs, jahreszeitliche Motive oder klassische Farbtöne – Tischsets und Servietten sorgen auf Tischen nicht nur für farbige Akzente, sie eignen sich auch bestens dafür, Gästen ganz einfach und schnell ein individuelles Ambiente zu kreieren. In Kombination mit aktuellen Dekorations-Trends wie einem herbstlichen Kürbis lässt sich auch leicht eine saisonale Atmosphäre schaffen.“ Ob Orange, Bordeauxrot oder Braun – warme Farben sind im Herbst ein Muss. Sie drücken Gemütlichkeit, Entspannung und Ruhe aus. Wer etwas Abwechslung in seine Tischgestaltung bringen möchte, kann in dieser Jahreszeit auf weniger helle, moderne Farbtöne wie Blaugrün und Senf zurückgreifen.

Weihnachtliche Stimmungsbringer

Einfache Tricks für die gestalterische Umsetzung gemütlicher Gasträume zum Jahresende bietet auch der Tabletop-Experte Duni. Zunächst gilt: Die Weihnachtszeit ist die Zeit der Lichter. Denn richtig gemütlich, während die Tage kürzer und dunkler werden, wird es erst, wenn das Ambiente in warmes Licht getaucht wird. So bietet Duni für das Wohlfühlambiente am Gästetisch Kerzenhalter und LED-Lichter, die von rustikal über traditionell bis urban jede Einrichtung aufwerten können. Für das weihnachtliche Lichtspiel im Hintergrund, beispielsweise am Spirituosenregal oder an

» DIE WEIHNACHTSZEIT IST
DIE ZEIT DER LICHTER «

der Bar, lassen sich zudem Lichterketten leicht in das Gesamtbild integrieren. Die feinen Duni LED-Lichterketten Star & Moodslon lassen sich nach Belieben mit dem weihnachtlichen Tischschmuck kombinieren.

Auch für den Tisch hält Duni weihnachtliche Dekorationsvorschläge für Gastronomen und Hoteliers bereit. Besonders klassisch wird es mit der Serie Naturally Christmas, die die unweigerlich mit der Advents- und Weihnachtszeit verbundenen Farben Rot und Grün aufgreift. Mit typisch weihnachtlichen Ornamenten auf Servietten und Tischläufern ist der Gästeraum mit wenig Zeitaufwand in einladende Festlichkeit getaucht.

» rp

www.tork.de
www.duni.com



DIE WEIHNACHTSTAFEL FEIN DEKORIERT

Mit den Porzellankollektionen mit feinem Metall-Dekor von Tafelstern lässt sich das Ambiente festlich aufwerten.

In der Adventszeit strahlt der gedeckte Tisch im schönsten weihnachtlichen Flair: Kerzenschein, festliche Dekoration und feinstes Porzellan schaffen das perfekte Ambiente für ein feierliches Dinner. Soll die weihnachtliche Tafel stilvoll und zurückhaltend gedeckt sein, so empfehlen sich Silbernuancen – monochrom oder Ton in Ton.

Glänzend schön in feinen Silbernuancen gehalten sind die beiden Metall-Dekore Celebrity shiny silver & Applause shiny silver. Glänzend und hochwertig setzen sie einen luxuriösen Akzent am weihnachtlichen Gästetisch.



Foto: TAFELSTERN - professional porcelain

Dekor Celebrity shiny silver

Mit seinen feinen Linien, die sich elegant auf die breite Fahne legen, veredelt das Dekor die Flachteile der Porzellankollektion Pure Style von Tafelstern.

Dekor Applause shiny silver

Wie ein silberner Strahlenkranz legt sich das Dekor auf die Fahne von Platz- und Brotteller der Porzellankollektion Avantgarde von Tafelstern. www.tafelstern.de

Immobilien: Verpachtung/Verkauf

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

Zu verkaufen! Familiengeführter Hotel- u. Gaststättenbetrieb, Großraum Ingolstadt, 32 Zimmer / 200 Sitzplätze Restaurant, sehr idyllische Lage, ideal als Tagungshotel, Verkauf gegen bar und Leibrete! **Kontakt unter Tel. 0151/10830995**

Betriebsprüfung in der Gastronomie? Erfolgreiches Spezialisten-Team aus erfahrenen Steuer- und Wirtschaftsexperten helfen Ihnen schnell und professionell. erfolgreiche-spezialisten@web.de

Fachschulen / Ausbildung



Zeig, was in dir steckt!

Mit unseren berufsbegleitenden Weiterbildungen

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

Bild: © mordeccy / Fotolia

— Anzeige —

ZEIGEN SIE PROFIL!



Immer eine Idee mehr: Die BRILIO Besteck-Serie überzeugt optisch auf den ersten Blick. Ein Eindruck, der nicht täuscht. Denn dank der spannenden Profilierung ist sie ein echtes Highlight, das perfekt in der Hand liegt.

VEGA
Immer eine Idee mehr

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



FESTLICHE SZENERIE AM GÄSTETISCH

Ungewöhnliche Kombinationen hinterlassen Eindruck und veredeln das Ambiente.

Um eine stimmungsvolle Atmosphäre zu schaffen, sollten Geschirr- und Deko-Elemente immer sorgfältig aufeinander abgestimmt sein. Liebevoll kombinierte Details sorgen dabei für besondere Akzente. So bietet Vega mit neuen Tabletop-Serien interessante Kombinationsmöglichkeiten für den festlich gedeckten Tisch: Durch Porzellan-, Besteck- und Glasserien ziehen sich Rautenmuster, durch die optisch alles zusammenpasst. Die Teller-Serie Bilbero mit einem rautenförmigen Relief an der breiten Fahne lässt viel Spielraum für die individuelle Speisenpräsentation. Die Teller aus hochwertigen

gem Hotelporzellan gibt es in drei flachen und zwei tiefen Varianten. Dazu passt die avantgardistische Besteck-Serie Brilio: Die klassische Silhouette mit Rautenrelief im Griffbereich verleiht dem gut in der Hand liegenden Besteck Modernität. Abrunden lässt sich die festliche Tafel mit den handgeschliffenen Trinkgläsern Divida, in denen sich ebenfalls ein Rautenmuster wiederfindet. Die durchgefärbten Kristallgläser gibt es als klare Variante und in den Farben Bernstein und Grau.



Foto: VEGA

det. Die durchgefärbten Kristallgläser gibt es als klare Variante und in den Farben Bernstein und Grau. www.vega-direct.com

Die nächste Ausgabe von GASTGEWERBE ■ ■ ■ MAGAZIN erscheint am 18. Dezember 2017

Vorschau

IM NÄCHSTEN HEFT ERWARTET SIE UNTER ANDEREM:



Foto: MEIKO

Spülen und Hygiene

Sauberkeit, Effizienz und Ressourcen sparen – die perfekte Kombination für den Betrieb.



Foto: Unilever Food Solutions

Food

Ein nachhaltig produziertes Sortiment sorgt für Transparenz und Vertrauen bei den Gästen.



Foto: Miele

Wäsche, Wäschetechnik

Welches Waschkonzept eignet sich für den eigenen Betrieb? Nachhaltige Lösungen auf dem Vormarsch.

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, Kay Gauer

Print & Online Redaktion

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

Chefredaktion: Andreas Türk (ViSdP) Tel. (0921) 99009821; Mobil: (0172) 9227000 E-Mail: tuerk@gastgewerbe-magazin.de Kulmbacher Str. 11, 95445 Bayreuth

Fachredaktion Produkte und Technik: Ronja Plantenga, Tel. 0202/ 247 988-26, E-Mail: plantenga@gastgewerbe-magazin.de

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

Redaktion Nordrhein-Westfalen:

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

Redaktion Bayern:

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

Redaktion Brandenburg:

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

Redaktion Saarland:

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

Redaktion Thüringen:

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

Anzeigen

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

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

Produktion, Controlling, Druck

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

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

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

Bezugspreis

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

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

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

3. Quartal 2017
Verbreitete Auflage: 31.414
Verkaufte Auflage: 29.259
Abonnierte Auflage: 20.910



Tafelwasser

Perfekter Mitarbeiter

Er steigert

- Ihren Ertrag
- die Produktivität Ihres Personals

Er spart Ihnen

- wertvolle Arbeitszeit
- Kosten für Einkauf, Kühlung und Lagerhaltung
- lästiges Kistenschleppen

**24 Std. Einsatz pro Tag
ohne Urlaub ab 8 € pro Tag*.**

*zzgl. MwSt.

Mehr Gewinn, zufriedene Gäste – weniger Arbeit

Trotz einer attraktiven Erlössituation bringt der Umsatzträger Wasser eine Reihe zeit- und kostenintensiver Aufgaben mit sich.

Tafelwasserautomaten hingegen sind leicht in jede bestehende Infrastruktur zu integrieren und vereinfachen in Ihrer Anwendung zahlreiche Arbeitsschritte. Sie liefern einfach per Knopfdruck wahlweise raumtemperiertes oder gekühltes Tafelwasser, still oder sprudelnd.

Mit voreingestellten Abgabemengen lassen sich Gläser und Flaschen kinderleicht befüllen, ohne dass Ihre Mitarbeiter bei der Befüllung Zeit verlieren.



Angst vor Reaktionen Ihrer Gäste oder der Presse?

Keine Sorge, denn die Systemgastronomie benutzt Tafelwasser schon seit Jahrzehnten. Auch zahlreiche Top-Restaurants und Sterneköche bekennen sich mittlerweile zu Tafelwasser und machen in neuen Konzepten das „Regionale Wasser“ salonfähig.

Schlagfertig durch unsere Mitarbeiterseminare

Während unseres Schulungs- und Einweisungsprogramms „Qualität-Wasser“ vermitteln wir Ihnen alle Argumente für den Einsatz eines Tafelwasserautomaten. Im Anschluss können Sie und Ihre Mitarbeiter entspannt und schlagfertig mit allen Fragen und Bedenken Ihrer Gäste umgehen.

**JETZT INFORMIEREN UNTER
www.hoga-tafelwasser.de**

ProWater
Consulting | UG

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

Aufklären
Umdenken
Geniessen
Reduzieren
Schützen
Erleben
Qualität-Wasser.

www.qualitaet-wasser.de


WATERRANGER

Wir unterstützen den WaterRanger e.V.
www.waterranger.net



Legale Spielhallen

halten sich an die Regeln.

Die Deutsche Automatenwirtschaft ist sich ihrer Verantwortung für Spieler und Gesellschaft bewusst, darum halten wir uns an strenge Grundsätze, wie:

1. **Legal nicht egal:** In legalen Spielhallen gelten strenge Regeln zum Schutz der Spieler.
2. **Nur ab 18:** In legalen Spielhallen dürfen nur Erwachsene spielen.
3. **Kein Bier hier:** In legalen Spielhallen ist Alkohol verboten.
4. **Brief und Siegel:** Unsere Spielhallen werden regelmäßig vom TÜV INTERCERT Saar und TÜV Rheinland geprüft.

Weitere Informationen zum verantwortlichen Automatenspiel auf automatenwirtschaft.de

**DIE DEUTSCHE
AUTOMATENWIRTSCHAFT**

**KEIN SPIEL
OHNE REGELN**