

GASTGEWERBE

■ ■ ■ MAGAZIN

DAS WIRTSCHAFTSMAGAZIN FÜR GASTRONOMIE UND HOTELLERIE



VISION ODER REALITÄT?

Die Zukunft des
Gastgewerbes

COCKTAILS

Trendgetränk
mit Potenzial



DER **PROFITESTER**

Vitashrimp

DAMIT SIE NÄCHSTEN MONAT NICHT BLANK DA STEHEN:

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

Anrede ☐ Herr ☐ Frau

Vorname _____

Nachname _____

Firma _____

Straße, Nr. _____

PLZ/Ort _____

Telefon _____

E-Mail _____



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



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

Ort/Datum

Unterschrift

Bitte senden Sie das ausgefüllte Formular an:
Inprima GmbH | Am Hofe 10 | 42349 Wuppertal
Telefon 0202 247988-0 | Fax: 0202 247988-10
produktion@gastgewerbe-magazin.de



INHALT



Cocktails:
Umsatzbringer mit Kreativitätsfaktor S. 20
Foto: © urbazon - iStockphoto.com



8



14



20



26

MELDUNG & MEINUNG 4

MESSEN 6

- > Internorga 2019: Places to be 6

UNTERNEHMER & ENTSCHEIDER 8

- > Die Zukunft des Gastgewerbes: Wohin geht die Reise? 8
- > Feuerfrei dank Brandschutz 12
- > Sicherheit im edlen Gewand - der ID-Safe 13
- > Gib mir ein Zimmer – und ich komme zu dir 14
- > No-Deal-Brexit-Szenario – 15
Die Bedeutung für den Tourismus

EXPERTENFORUM 10

- > Gezielte Sanierungsberatung: 10
Unternehmensverkauf professionell vorbereiten

DIGITAL 16

- > Alle Augen auf den Bot 17
- > Umsatz steigern mit Hilfe von Kennzahlen 18

GETRÄNKE 19

- > Cocktails von Kreativität und Umsatzpotenzial 20
- > Tipps für das eigene Cocktail-Konzept 21

FOOD 22

- > Frische und Qualität: Garnelen aus Bayern 23
- > SJO-Wochen mit Friesenkrone: Matjes in Szene gesetzt 24
- > Backwaren: Genuss mit Mehrwert 25
- > Glutenfrei rundum gut bedient 26

DerProfitester



- > Vitashrimp: Garnelen aus Bayern 23

AMBIENTE 27

- > Textil-Service „Made in Germany“ 28

TECHNIK 29

- > Zum sauberen Glas in 90 Sekunden 30
- > Spülmaschinen für kompromisslose Sauberkeit 32
- > Mit dem richtigen Wasser spülen 33
- > PAPSTAR als „Marke des Jahrhunderts“ ausgezeichnet 34
- > Vorschau, Impressum 34

AUFGETISCHT

„Jeder Gastronom ist ein Betrüger.“ Diesen Eindruck bekommt man, wenn man Erfahrungsberichte von steuer-geprüften Gastronomen hört oder mit den Verantwortlichen in den Finanzbehörden, bei Finanzämtern und in der Steuerprüfung spricht. Es gibt – und das nicht erst seit heute – einen Generalverdacht gegen die Branche. Der lautet: In Hotellerie und Gastronomie wird gemauschelt und geschummelt, hier wird mit Schwarzgeld nur so um sich geworfen, werden schwarze Kassen geführt und Mitarbeiter unter der Hand bezahlt. Zugegeben, es mag solche Unternehmer geben. Zugegeben, es mag in der Vergangenheit so gewesen sein und vielleicht ist es in einigen Betriebe heute auch noch so, dass nicht alle Einnahmen ordentlich verbucht und versteuert werden.



Andreas Türk

Aber die Zeiten haben sich geändert!

Drehen wir den Spieß doch einmal um: Auch in der Politik und in der Verwaltung gab und gibt es Fälle von ungeklärten Kassen, undurchsichtigen Zahlungen oder sogar Schmiergeldern im Sinne einer Bestechung – früher wie heute. Aber können wir uns deshalb hinstellen und sagen: Alle Politiker sind Betrüger, alle Finanzbeamten bestechlich? Nein. Einen solchen Generalverdacht darf es nicht geben. Warum aber darf dann umgekehrt das gesamte Gastgewerbe unter einen solchen gestellt werden?

Hört endlich auf damit!

Der Wahn der Finanzbehörden geht sogar so weit, dass selbst die Ehrlichen verdächtig sind. „Wenn die Kasse immer stimmt, ist das den Finanzbehörden verdächtig“, heißt es in Kreisen der Steuerberater. Jeder mache schließlich mal einen Fehler... Habe ich das richtig verstanden? Alle Gastronomen sind Betrüger, und wenn einer sich Mühe gibt und alles richtig macht, ist er verdächtig?

Bitte, liebe Politiker und Finanzbehörden: Hört endlich auf damit! Und noch ein Tipp an den Zoll, der so gerne die Arbeitszeitdokumentationen in der Gastronomie kontrolliert: Fahrt doch mal am Abend bei den Büropalästen von Banken, Versicherungen und Unternehmensberatungen vorbei. Dort ist es üblich, vor der abendlichen Besprechung auszustempeln, dort sind unbezahlte Überstunden im Gehalt eingepreist...

Hört endlich auf, immer auf dem Gastgewerbe rumzuhacken! Sonst geht diese wundervolle Branche kaputt.

Noch ein Wort in eigener Sache: Nach zwei Jahren als Chefredakteur übergebe ich mit dieser Ausgabe die Verantwortung für das Gastgewerbe-Magazin an Miriam Grothe. Ich wünsche allen Unternehmerinnen und Unternehmern weiterhin viel Erfolg und Freude bei der Arbeit.

> Andreas Türk, Chefredakteur

DIREKTOREN KÄMPFEN UM TALENTE



Foto: Ansgar Bolle

Angehende Fachkräfte informieren sich bei Sven Näser, Direktor des Dorint Resort & Spa Bad Brückenau.

Qualifiziertes Fachpersonal ist schwer zu finden – das wissen auch die rund 44 Direktoren der Dorint-Gruppe, die Anfang November 125 Auszubildende im 3. und letzten Lehrjahr zu einer Werbeveranstaltung der besonderen Art baten. Es ging darum, den gut ausgebildeten Nachwuchs in den eigenen Reihen zu behalten und Talente weiterhin fördern und begleiten zu können.

Rund 170 Köche, Hotel- und Restaurantfachleute – vom Auszubildenden bis zum Hoteldirektor – tauschten sich dafür in einer speziellen Netzwerk-Veranstaltung intensiv miteinander aus. Direktoren und Absolventen nutzten die seltene Gelegenheit, sich ungestört und fokussiert zu begegnen und mögliche nächste Karriereschritte des Nachwuchses gemeinsam zu skizzieren. Die Hoteldirektoren präsentierten zugleich ihre Häuser als neues Arbeitsfeld.

INFLUENCER KÖNNEN EINPACKEN

Europas größte Hostelkette a&o hat bereits entschieden: Kein Geld mehr für Influencer Marketing! Die Diskussion um die Zukunft von Instagram- und Youtube-Stars schlägt aktuell hohe Wellen und manch einer betrachtet die Ära der hochbezahlten Influencer bereits als beendet. Eine – nach eigener Aussage die weltweit größte – Studie der Werbeagentur Jung von Matt jedenfalls kommt zu diesem Ergebnis: Der Boom ist vorbei! Thomas Hertkorn, Online Marketing-Chef bei a&o, stimmt zu und erklärt warum: „Sehr wenig redaktionelle Kontrolle“, „kaum messbarer direkter Impact“ und dazu „unverhältnismäßig hohe Kosten“ – das waren für ihn die Gründe, a&o's Engagement in Sachen Influencer Marketing bereits im Frühjahr dieses Jahres einzustellen: „Unsere Maxime lautet schließlich 'best value for money' – wir wollen keine Kostentreiber, sondern bezahlbaren Mehrwert für unsere Gäste.“



KOSTENLOSER DSGVO LEITFADEN ZUM DIREKTMARKETING

Die Datenschutzkonferenz des Bundes und der Länder hat einen übersichtlichen Leitfaden erstellt, der als Orientierungshilfe zur Verarbeitung von personenbezogenen Daten für Zwecke der Direktwerbung dient.

Die DSGVO ist nun seit einem halben Jahr gültig und auch wenn die erwartete Panik ausgeblieben ist, so haben doch alle Unternehmer mehr oder weniger rechtzeitig die Zügel in die Hand genommen und alle notwendigen Maßnahmen für ihren Betrieb getroffen. Doch auch wenn das eigen Datenschutz-Konzept auf sicheren Füßen steht, was ist mit Werbung für mein

Unternehmen? An wen darf ich noch E-Mails versenden und wen darf ich anrufen? Und was ist, wenn ich eine Visitenkarte bekomme?

Auf all diese Fragen gibt es Antworten, darüber hinaus wird aufgezeigt, welche Angaben nicht zum Versenden werblicher Informationen genutzt werden dürfen, zum Beispiel Informationen aus dem Impressum einer Webseite. Die hier angegebene E-Mail-Adresse steht dort nur aus rechtlichen Gründen und darf nicht für E-Mail-Marketing genutzt werden.

bit.ly/dsgvo-direktmarketing



DELIVEROO ALS KÜCHENBAUER

Der Markt der Lieferdienste ist hart umkämpft. Foodora, Lieferheld und Deliveroo versuchen die Nase vorn zu behalten. In solchen Situationen heißt es kreativ werden, und hier kommen die Pläne von Deliveroo ins Spiel.

Oft ist es so, das eine Gastronomie viel mehr Kunden erreichen könnte, wäre das Problem mit der Distanz nicht da. Für weitere Immobilien fehlt die finanzielle Absicherung, außerdem ist auch die Fachkräftefrage bei einem weiteren Restaurant nicht von der Hand zu weisen. Hier setzt Deliveroo mit den Deliveroo Editions an. Durch die Kombination von Kundenwissen, der Zusammenarbeit mit zahlreichen Restaurants

und den Erfahrungen mit der Gesamtlogistik verfügt Deliveroo über ein breites Basiswissen. Mit der eigens entwickelten Technologie wird zuerst die Gegend extrahiert, die besonders von einer eigenen Deliveroo Edition profitieren würde. Dann wird geschaut, welche Küche dort fehlt und welches Essen am meisten vermisst wird. Auf dieser Basis werden dann die beliebtesten Restaurants kontaktiert und bekommen eine separate Delivery-Küche, in der lediglich Speisen für den Lieferdienst in der gewohnten Qualität produziert werden. Die Testläufe in England und Frankreich waren erfolgreich, nun bleibt abzuwarten, wann Deutschland die erste Lieferküche bekommt.

HUNDEFREUNDE ALS GÄSTE GEWINNEN



Der Hund wird gerne als der beste Freund des Menschen bezeichnet. Bei vielen Gästen und Gastronomen reicht ein Blick in die treuen Augen der Vierbeiner und schon ist es um sie geschehen. Warum also nicht mal statt eines Kekses für die eigene Hüfte ein Leckerli für den Hund zum Kaffee dazu geben?

Was vor sechs Jahren im Steinbergers Marktblick in Glonn vor München mit der Geste des tierlieben Gastronoms Markus Steinberger begann, hat sich mittlerweile auf zahlreichen Fachmessen und in Zusammenarbeit mit der Herrmanns Manufaktur einen Namen gemacht. Viele Gastgeber sind bekennende Fans der Königshappen und freuen sich über glückliche Herrchen und zufriedene Vierbeiner.

www.koenigshappen.de

INTERNORGA 2019: PLACES TO BE

Vom 15.-19. März 2019 treffen sich Gastronomen, Hoteliers und Experten rund um das Gastgewerbe zur größten Branchenmesse in Hamburg.

Unter dem Motto „Impulsgeber. Trendschmiede. Treffpunkt“ lädt die Messe Hamburg auch nächstes Jahr wieder in den hohen Norden. Hier werden Innovationen gelauncht, Top-Kongresse besucht und Geschäftsbeziehungen gepflegt. 2018 kamen 93.000 Besucher an 5 Tagen nach Hamburg, um über 1.500 Aussteller aus 25 Länder zu besuchen. Außerdem erwarten die Besucher schon bekannte Highlights wie der Next Chef Award und die Verleihung des Deutschen Gastro Gründerpreises.

2019 startet das Messeleben schon am Vortag mit dem internationalen Foodservice Forum im Mehr! Theater am Großmarkt. Rund 2.200 Teilnehmer können am größten europäischen Kongress für professionelle Gastronomie teilnehmen und dem Leitgedanken "Mut. Macher. Märkte." folgen. Neben zahlreichen Rednern werden Prof. Stéphane Garelli von der Universität Lausanne und John Vincent, Mitgründer der britischen Quickservice-Kette Leon als Keynote-Speaker erwartet.



NEXT CHEF AWARD

2016 von Johann Lafer und der INTERNORGA ins Leben gerufen, treten nun schon im 4. Jahr 18 Nachwuchsköche an drei Messetagen gegeneinander an. Bei der Challenge gilt es, live vor Publikum in 60 Minuten mit nur 4 Zutaten ein Hauptgericht zu zaubern.

Im großen Finale am 18. März wird das Schwierigkeitslevel erhöht: Ein von Johann Lafer kreiertes Rezept soll nachgekocht werden – ohne Rezept! Dem Gewinner winkt neben dem Renommee der Auszeichnung „Next Chef 2019“ die Publikation eines eigenen Kochbuchs.



DEUTSCHER GASTRO GRÜNDERPREIS

Die Branche zeichnet sich durch ihre Offenheit für Innovationen aus, und dies wird besonders beim Deutschen Gastro Gründerpreis deutlich: Mehr als 450 Bewerbungen zeigen, wieviel Gründergeist und innovative Konzepte darauf warten, entdeckt zu werden.

Die 5 Finalisten treten am 15. März gegeneinander an, das Publikum vor Ort entscheidet live über den Sieger. Allen Finalisten winkt ein Siegerpaket im Wert von 10.000 Euro. Präsentiert wird der Wettbewerb von der INTERNORGA, dem Leaders-Club Deutschland und orderbird.



GRILL & BBQ COURT

Schon lange ist klar, dass der Grill nicht nur im Sommer zum Einsatz kommt, Wintergrillen ist seit Jahren auf dem Vormarsch. Auf dem Grill & BBQ Court wird der Fokus nicht nur auf den neusten Grillgeräten liegen, Fleisch, Fisch und Gemüse und die passende Zubereitung werden

viele Besucher anlocken. Schon jetzt ist klar: Regionalität liegt bei der Wahl der Lebensmittel weiter ganz klar vorne, 800°C Grillgeräte präsentieren das „Hochtemperaturgrillen“ und mit angesagten Cuts holen die Profis das Beste aus den erlesenen Fleischsorten heraus.



CRAFT BEER ARENA

Seit bereits vier Jahren ist die Craft Beer Arena ein fester Bestandteil der Leitmesse und einer der beliebtesten Treffpunkte. Neben dem Craft Beer Giganten Brew Dog aus Schottland widmen sich mehr als 30 kreative Brauer dem lange unpopulären Craft Beer. Mehr als 100 Sorten

werden vorgestellt, Mango- und Passionsfrucht spielen ebenso eine Rolle wie Gewürze im Sud und Champagnerhefen. Natürlich sind auch weiter traditionelle Sorten dabei, aber wenn nicht auf der INTERNORGA, wo sonst können fantasievolle Geschmäcker etabliert werden?

Wirtschaftswunder trifft Raumwunder.

Der neue Ford Transit Courier & Connect



Profis glauben für gewöhnlich nicht an Wunder – bis sie den neuen Ford Transit Courier und den neuen Ford Transit Connect live erlebt haben. Dann staunen sie über die Kraftstoffeffizienz und die niedrigen Betriebskosten sowie über die Agilität und das clevere Laderaumkonzept des neuen Ford Transit Courier. Apropos Laderaum: Hier sorgt der neue Ford Transit Connect in puncto Flexibilität für große Augen – in Kombination mit zahlreichen neuen Assistenzsystemen.

Abbildungen zeigen Wunschausstattung gegen Mehrpreis.



Eine Idee weiter

DIE ZUKUNFT DES GASTGEWERBES

WOHIN GEHT DIE REISE

Die Gesellschaft ist einem stetigen Wandel unterworfen – und fast scheint es, das Rad der Veränderung dreht sich immer schneller. Egal, ob Entwicklungen gut oder schlecht sind: Unternehmerinnen und Unternehmer müssen sich darauf einstellen, müssen Tendenzen erkennen, Entwicklungen einschätzen und gegebenenfalls darauf reagieren. Deshalb an dieser Stelle ein kleiner Blick in die Zukunft.

Was & wie werden wir in 20 Jahren essen? Diese Frage stellten sich zahlreiche Experten und Verbraucher in der Studie „Living 2038“ des digitalen Handelsunternehmens QVC. Die Ergebnisse zeigen, dass es durchaus Veränderungen geben wird, die für das Gastgewerbe relevant sind.

1. Psychonahrung

Höher, schneller, weiter – auch das Gehirn wird immer mehr gefordert. Deshalb spielt geistige Fitness eine große Rolle – und spielt im Ernährungsplan der Menschen eine immer größere Rolle. Das Essen zielt nicht nur auf das physische, sondern auf das psychische Wohlbefinden ab.

3. Personalisierte Ernährung

Tut mir persönlich das, was ich esse wirklich gut? In Zukunft könnte ein DNA-Test darüber entscheiden und einen Ernährungsplan zusammenstellen, der perfekt auf die individuellen Bedürfnisse und Anforderungen jedes Einzelnen zugeschnitten ist.

5. Essen aus dem 3-D-Drucker

„To print“ ist das neue „to Go“. Roboter werden in der Zubereitung von Speisen immer häufiger eingesetzt und ermöglichen eine viel größere Individualisierung der Gerichte – zugeschnitten auf die Wünsche der Gäste, aber auch auf deren physische und psychische Bedürfnisse.

2. Künstliches Fleisch aus dem Labor

Die Fleischproduktion verbraucht zu viele Ressourcen, um die wachsende Weltbevölkerung ernähren zu können. Immer mehr Verbraucher achten zudem auf den Umweltschutz, so dass Fleisch aus dem Labor eine echte Alternative sein könnte. Erste Versuche gibt es, (Geschmacks-) Ergebnisse sind vielversprechend. Als Alternative könnte sich auch ein verstärkter Konsum von eiweißhaltigen Insekten durchsetzen.

4. Kulinarische Erlebniswelten

Essen spielt im Leben der Menschen eine immer wichtigere Rolle und ist nicht mehr nur „Aufnahme von Nahrungsmitteln“. Essen und die richtige Ernährung sind ein großes und wichtiges Thema – von der Herkunft über die Produktion bis hin zu den Nährwerten. Sowohl der Handel als auch die Gastronomie werden sich darauf einstellen müssen.

Welche Auswirkungen haben diese Entwicklungen und Trends für die Gastronomie?

Auch hierzu gibt es zahlreiche Studien, unter anderem vom GDI Gottlieb Duttweiler Institute Zürich im Auftrag der INTERNORGA.

1. Homing ist der neue Trend

Zogen sich die Menschen beim Vorläufer-Trend Cocooning noch in die eigenen vier Wände zurück, um allein zu sein, so gewinnt das Essen zu Hause mit Freunden – gerne auch als gemeinsames Kocherlebnis – wieder an Bedeutung. Traditionelle Food-Formate müssen sich da neu positionieren, müssen den Besuch im Restaurant noch viel mehr zum Erlebnis machen. Oder die Gastronomie liefert das perfekte Essen „@home“ – zum Gast nach Hause.

2. Gestiegene Ansprüche an Convenience

Wer glaubt, mit Convenience den Fachkräftemangel bewältigen zu können, liegt falsch. Denn: die Qualitätsansprüche der Verbraucher steigen – sowohl im Hinblick auf Geschmack, aber auch bei der Transparenz von Herkunft, Produktionsbedingungen sowie Nähr- und Zusatzstoffen. Doch gegenüber Take-away und Fast-Food liegt gerade darin eine Chance für die Gastronomie, sich mit Frische, regionaler Herkunft und transparenten Strukturen positionieren zu können.

3. Migration Food

Die Welt wird globaler, unser Land wird bunter – und damit steigt auch die Nachfrage nach Ethnic-Food, nach ganz neuen Geschmacksrichtungen – sowohl von den neuen Mitbürgern als auch von einer immer weltoffeneren Gesellschaft. Gleichzeitig treten die Menschen aus fremden Ländern auch immer häufiger als Gastronomen und kulinarische Botschafter ihrer Herkunftsländer auf. Neue Angebote bieten aber die Chance für die etablierte Gastronomie, neue Zielgruppen zu erschließen

4. Food als Lifestyle

Essen wird immer mehr zum Ausdruck des Lifestyles und zum Statussymbol. So müssen sich die Restaurants dann auch positionieren, um als Erholungsplatz für Körper und Geist, als Ort des Abenteuers oder als Ort des geselligen Zusammenseins und sozialer Lebensmittelpunkt angenommen zu werden. Das Restaurant als reine Quelle der Nahrungsaufnahme kann allenfalls für die schnelle Mittagspause Bestand haben.

5. Spannungsfeld High-Tech vs. Bio

Auf der einen Seite begeistern sich die Menschen für moderne Technik, auf der anderen Seite streben sie nach der traditionellen Bio-Romantik. Für die Gastronomie entsteht eine große Herausforderung, beides in Einklang zu bringen, Technik da einzusetzen, wo sie nötig und sinnvoll ist, gleichzeitig aber auch Transparenz und Nachhaltigkeit damit in Einklang zu bringen.

6. Neue Wettbewerbsverhältnisse durch Digitalisierung

Die Digitalisierung wird das Gastgewerbe weiterhin verändern. Zum einen verändern sich die Prozesse innerhalb der Unternehmen, zum anderen verschwinden die Grenzen zwischen Offline und Online. Neue Anbieter kommen auf den Markt und machen der etablierten Gastronomie neue Konkurrenz – zum Teil auch nur durch neue Vertriebswege. Denn: Dem Gast geht es vor allem darum, dass er das richtige Angebot zur richtigen Zeit bekommt. Auf diese Anforderungen gilt es sich einzustellen.

7. Menschen

Die Gäste suchen den persönlichen Kontakt. Die Geschichten und Gesichter von Wirt und Koch rücken stärker in den Blickpunkt und sind einer der Erfolgsfaktoren der Gastronomie der Zukunft. Personifizierung weckt Vertrauen, strahlt Kompetenz aus und sorgt für Begeisterung bei den Gästen.

› Andreas Türk



Unsere Experten

Unternehmensnachfolge

**Corinne
Rennert-Bergenthal**

ADK Consulting
> adkl-msi.de

Ausgabe 12/2018

Versicherungen

Alexander Fritz
Fritz & Fritz GmbH
> fritzufrizt.de

Ausgabe 11/2018

Kundenbewertungen

Remo Fyda
ProvenExpert
> provenexpert.com

Ausgabe 10/2018

Kassennachschau

Dirk Ellinger
Hauptgeschäftsführer
DEHOGA Thüringen
> dehoga-thueringen.de

Ausgabe 09/2018

Datenschutz

Detlef Kutta
DKB Consultant
> dkb-consultant.de

Ausgabe 07-08/2018

GEZIELTE SANIERUNGSBERATUNG

UNTERNEHMENS- VERKAUF PROFESSIONELL VORBEREITEN

Viele mittelständische Unternehmen, die gut laufen, haben eigentlich einen gewissen Restrukturierungsbedarf – auch wenn dieser dem Unternehmer gar nicht bewusst ist. Er tritt vor allem dann zu Tage, wenn der Unternehmensverkauf ansteht. Daher sollten Hoteliers und Gastronomen frühzeitig mit einem spezialisierten Berater mögliche Risikofaktoren anpacken.

50 Prozent: So hoch ist mittlerweile die Quote der Unternehmen, die aus Altersgründen nicht in der Familie übergeben, sondern verkauft werden. Im Gastgewerbe ist dies nicht anders: Auch hier ist immer häufiger der Verkauf des Betriebs der Weg der Unternehmensnachfolge. Ein wesentlicher Aspekt dabei: Ist das Unternehmen eigentlich leistungs- und finanzwirtschaftlich so aufgestellt, dass es ohne Schwierigkeiten und finanzielle Einbußen verkauft werden kann? Denn der Verkaufserlös ist natürlich wichtig, um den Ruhestand zu finanzieren und die vielen Jahre der beruflichen Aufopferung zu kompensieren.

„Das ist eine relevante Frage. Denn viele mittelständische Unternehmen, die eigentlich gut laufen, haben gewissen Restrukturierungsbedarf. Dieser hat sich oftmals noch gar nicht negativ auf die Ergebnisse ausgewirkt, kann aber zu Problemen in der Zukunft führen. Solche Hemmnisse können rückläufige Märkte sein, allgemeine Kostensteigerungen oder auch ein spürbarer Investitionsbedarf, um wettbewerbsfähig zu bleiben.

Dies gilt es, weit vor einer Transaktion im Rahmen der Unternehmensnachfolge herauszufinden, um den Erfolg nicht zu gefährden“, sagt Corinne Rennert-Bergenthal, Geschäftsführerin von ADK Consulting, einer auf Insolvenzdienstleistungen, Sanierung und Restrukturierung spezialisierten Einheit aus Düsseldorf.

» RISIKEN MÜSSEN
MIT WEITBLICK
AUSGESCHLOSSEN
WERDEN. «

Es sei wichtig, die Risiken mit Weitblick auszuschließen, um den Unternehmensverkauf nicht zu verkomplizieren oder sogar komplett unmöglich zu machen. Der Hintergrund: Potenzielle Käufer wollen mit



dem Unternehmen Rendite erwirtschaften und dabei größtmögliche Sicherheit. Dazu gehöre laut Corinne Rennert-Bergenthal auch eine Insolvenz, die sich aus unentdeckten Risiken entwickeln könnte. Das ist nicht nur aus wirtschaftlichen Gründen bedrohlich, sondern auch rechtlich: Die Staatsanwaltschaft strengt automatisch Ermittlungen wegen des Verdachts auf Insolvenzverschleppung an, der Insolvenzverwalter kann eine Anfechtung durchsetzen, Gläubiger vom Geschäftsführer-Gesellschafter Regress fordern. Und der Käufer selbst kann sich Vorwürfen aussetzen, seiner Sorgfaltspflicht als ehrbarer Kaufmann nicht nachgekommen zu sein.

Bei der Risikominimierung helfen die Experten von ADK Consulting: „Wir analysieren mit dem Hotelier oder Gastronomen die gesamte Struktur, schauen uns die Aktiv- und Passivseite, den Wettbewerb und die Marktaussichten an und ermitteln auf diese Weise, an welchen Punkten wir eingreifen müssen. Das kann eine Anpassung

der Strategie sein, aber auch eine harte leistungswirtschaftliche Sanierung, indem wir beispielsweise einen ineffizienten Unternehmensteil abstoßen, Produktionsprozesse verschlanken oder auch vertragliche Regelungen finden, einen möglichen Überhang an Mitarbeitern zu reduzieren“, sagt Ute Logen, ebenfalls Geschäftsführerin der Düsseldorfer Beratungsgesellschaft.

Das würde dabei helfen, die sogenannte Due Diligence – also die Sorgfaltsprüfung beim Unternehmenskauf – gut zu überstehen. Von deren Ausgang machen Erwerber in der Regel die Transaktion an sich oder zumindest den Kaufpreis abhängig, wenn sie auf größere Baustellen stoßen. Daher ist es entscheidend, offene Flanken zu schließen, betont Corinne Rennert-Bergenthal. Das bedeutet: „Wer als gastgewerblicher Unternehmer frühzeitig alle möglichen Risikofaktoren im Auge behält und potenzielle Krisenszenarien durchspielt, kann später nicht auf dem falschen Fuß erwischt werden.“

Mehr **Sicherheit** und **Komfort** für Ihre Gäste!

- ▶ Minibars
- ▶ Zimmersafes
- ▶ Einwurftresore
- ▶ Schließfachanlagen
- ▶ Backoffice-Tresore



MEGA-
sparsam!
Minibars
mit Energieeffizienzklasse A+



- 100% geräuschlos
- besonders niedriger Energieverbrauch

Katalog unter:
Tel. +49 (0) 5251/1744-439
info@hotelsafes.de

HARTMANN
TRESORE AG



HARTMANN TRESORE AG
Pamplonastr. 2
33106 Paderborn
Tel.+49 (0) 5251/1744-439

www.hotelsafes.de

FEUERFREI DANK BRANDSCHUTZ

Foto: © rclassenlayouts - iStockphoto.com

In Gastronomie und Hotellerie sind Brände eine oft existenzbedrohende Gefahr. Insbesondere die Küche, der Heizraum sowie die Speisekammer sind Orte, an denen leicht ein Feuer ausbrechen kann. Um Personen, die Anlage und die vorhandenen Ressourcen zu schützen, ist ein guter Brandschutz gemäß Brandschutzverordnung unabdingbar, um im Notfall schnell reagieren zu können. Denn bereits ein Rauchmelder kann den ganzen Betrieb retten.

Notausgänge und Rettungswege festlegen

Der Schutz von Gästen und Personal geht immer vor. Daher ist es in Deutschland Pflicht, in öffentlichen Gebäuden den Notausgang klar zu kennzeichnen. Für den Fall, dass es durch den Brand auch zu einem Stromausfall kommt, müssen die Notausgänge dennoch zu sehen sein. Dafür werden normalerweise grün-weiße Schilder, die reflektieren, über den entsprechenden Türen angebracht. Zudem ist es wichtig, dass die Türen sich jederzeit leicht öffnen lassen. Dafür eignet sich zum Beispiel ein Druck-

hebel. Häufig sind Notausgangstüren mit dem Alarmsystem verknüpft. Sie sollten daher im Normalfall nicht benutzt werden, um Fehlalarme zu vermeiden.

Der Fluchtweg muss stets frei sein. Das bedeutet in einem Restaurant, dass kein Tisch zu nah am Notausgang steht und dieser auch nicht durch Garderoben oder Kartons verstellt sein darf. Die gesamte Länge des Fluchtweges muss klar ausgeschildert sein. Es ist wichtig, zu verstehen, dass die eventuell in Panik geratenen Gäste und Mitarbeiter viel Platz benötigen und keinen komplizierten Anweisungen folgen können. Deshalb dürfen keine Schlüssel oder andere Mechanismen, die wertvolle Sekunden verbrauchen, ein Hindernis darstellen. Ebenso müssen gastronomische Einrichtungen einen Rettungsweg haben, der von Krankenwagen oder Feuerwehr passierbar ist. Regelmäßige Überprüfungen der Notausgänge, Flucht- und Rettungswege sind Pflicht.

Mitarbeiter schulen und einen Brandschutzbeauftragten ernennen

Im Notfall sind es oft die Mitarbeiter, die zu Ansprechpartnern werden und vielleicht sogar eine Evakuierung anleiten müssen. Daher ist es umso wichtiger, regelmäßige Mitarbeiterschulungen zu Sicherheitsthemen wie Brandschutz durchzuführen. So wissen alle Angestellten, was im Ernstfall zu tun ist, können den Gästen helfen und alle Personen aus der Gefahrenzone in Sicher-

heit bringen. Immer mehr Unternehmen ernennen einen Brandschutzbeauftragten innerhalb des Personals. Diese Person ist dafür zuständig, die Brandschutz-Maßnahmen regelmäßig zu überprüfen und gegebenenfalls anzupassen.

Vorsicht bei der Materialwahl

Bereits bei der Inneneinrichtung eines gastronomischen Betriebes beginnt der Brandschutz. Wer auf schwer entflammbare Materialien an Wand, Decke und Dekoration achtet, minimiert das Risiko eines Brandes bei Funkenflug. Besonders wichtig sind auch die Vorhänge, denn diese können, wenn sie aus Kunststoffen bestehen, schnell Feuer fangen und damit auch die Umgebung entzünden. In Deutschland gibt es verschiedene Brandschutzklassen, die in der DIN 4102 geregelt sind. Schwer entflammbare Materialien sind solche, die nicht weiterbrennen, sobald der Brandherd einmal entfernt wurde. In den meisten Fällen lässt sich ein Restaurant oder Hotel gemäß den Vorstellungen der Inneneinrichter mit nicht-brennbaren und schwer entflammbaren Materialien einrichten, ohne dabei Abstriche beim Design machen zu müssen.

Regelmäßige Wartung und Prüfung

Um die Lizenz als Gastronom zu behalten und um stets die Sicherheit der Gäste und Mitarbeiter zu gewährleisten, ist eine regelmäßige Wartung und Prüfung der Brandschutz-Vorrichtungen vorgeschrieben.

Checkliste für Feuerlöscher

- 🔧 Wasser- oder Schaumfeuerlöscher der Brandklassen A und AB bereitstellen
- 🔧 Brandklasse F für die Küche (geeignet für Speisefette und heißes Öl)
- 🔧 Richtige Anzahl der Löschmitteleinheiten in Abhängigkeit von der Grundfläche und der Brandgefährdung ermitteln
- 🔧 Überprüfung der Funktion
- 🔧 Äußere Überprüfung nach Eigenschaften und eventuellen Mängeln
- 🔧 Verständliche und klar sichtbare Anleitung
- 🔧 Kennzeichnung der jüngsten Wartung
- 🔧 Vom Experten über sinnvolle Standorte beraten lassen
- 🔧 Dabei auf Kindersicherung achten
- 🔧 Mitarbeiterschulung zur Nutzung der Feuerlöscher

Dazu gehören zum Beispiel die folgenden:

- ✓ Feuerlöschgeräte
- ✓ Rauch- und Brandmelder
- ✓ Rauchklappen
- ✓ Feuerschutztüren
- ✓ Fluchtwege

Es ist sinnvoll, für die Wartung einen externen Experten zu engagieren. Dieser stellt Zertifikate über den Zustand der Einrichtungen aus. Zum Beispiel müssen Feuerlöscher alle zwei Jahre überprüft werden und ein entsprechendes Zertifikat tragen. Auch die Funktionsfähigkeit der Rauchklappen, der Feuerschutztüren und der Rauch- und Brandmelder gehört zu Verantwortlichkeit des Grundeigentümers bzw. der für das Gebäude zuständigen Person.

Die Brandschutzordnung beachten

Es gibt in Deutschland keine einheitliche Brandschutzordnung. Vielmehr ist vorgeschrieben, geeignete und ausreichende Informationen zum Thema an das Personal weiterzugeben. Ähnlich wie eine Hausordnung oder wie Allgemeine Geschäftsbedingungen sollte jeder Betrieb sich im Bereich Brandschutz absichern. Es ist für Gastronomen also verpflichtend, eine eigene Brandschutzordnung zu haben. Deren grober Inhalt wird in DIN 14096 geregelt.

Versicherung gegen Brand und andere Katastrophen

In ihrem Betrieb sollten Gastronomen und Hoteliers die folgenden Versicherungen haben, um für den schlimmsten Fall abgesichert zu sein:

- ✓ Betriebshaftpflichtversicherung
- ✓ Inventarversicherung
- ✓ Gewerberechtsschutzversicherung
- ✓ ergänzender Versicherungsschutz, zum Beispiel Ertragsausfallversicherung

Die Inventarversicherung, die auch als Inhaltsversicherung bekannt ist, zahlt den Schaden, der durch Feuer, Sturm oder Wasser entstehen kann. Ein Versicherungsmakler berät dazu und hilft auch, das Risiko für einen Brand entsprechend einzustufen. Da gastronomische Betriebe für Feuer recht anfällig sind und im schlimmsten Fall ihre Einkommensquelle komplett verlieren, ist es sinnvoll, sich für alle genannten Versicherungen, insbesondere aber für die Inventarversicherung, zu entscheiden.

Informieren Sie sich außerdem über die jeweiligen Bestimmungen in Ihrem Bundesland.

SICHERHEIT IM EDLEN GEWAND - DER ID-SAFE



Foto: Hartmann Tresore

Mit einem Bildmotiv veredelt lässt sich der ID-Safe von Hartmann Tresore als stylisches Möbelstück in die Umgebung integrieren.

Ein beliebtes wie sinnvolles Feature, das für viele Gäste zu einem guten Service im Hotel dazugehört: Tresore bieten Sicherheit und Komfort. Dabei dienen sie sowohl dem Schutz der Wertgegenstände der Gäste wie auch der Sicherung betriebseigener Unterlagen. Mit dem kreativen Veredelungskonzept des Sicherheitsexperten Hartmann Tresore lässt sich der Tresor nun auch optisch in das Ambiente einfügen.

So stylisch wie sicher

Wo Tresore die notwendige Sicherheit bieten, stellen sie doch oftmals einen optischen Störfaktor dar, weil sie nicht in das Raumkonzept im Gästebereich passen. Hier bietet der ID-Safe eine stilvolle Lösung: Die Tresortür wird per Foto-Technik mit einem ansprechenden Bildmotiv versehen. In sorgfältiger Handarbeit angebracht, entsteht eine hochwertig gedruckte Oberfläche in HD-Qualität. Durch die Foto-Technik lässt sich das Bild leicht wieder entfernen, sodass sich die Tür nach Belieben umgestalten und mit einem neuen Motiv versehen lässt. Zudem lässt sich der gesamte Tresor in einer Wunschfarbe veredeln.

So müssen sich Gastgeber nicht mehr zwischen Sicherheit oder einem geschmackvoll eingerichteten Raum entscheiden. Denn der Tresor gleicht einem edlen Möbelstück, das auf die restliche Einrichtung und den individuellen Stil abgestimmt ist.

Ein Tresor, viele Möglichkeiten

Zur Auswahl stehen insgesamt 25 Motive. Soll die Tresortür auffällig gestaltet sein, so eignen sich verschiedene Outdoor- und Tiermotive, wie der Skytower oder der imposante Hirsch im Schnee. Für eine dezentere Ausführung bieten sich beispielsweise Motive in Holz-, Leder-, oder Metalloptik an. So findet sich für jedes Ambiente das geeignete Motiv, mit dem sich der Tresor klassisch, dezent oder als Eyecatcher inszenieren lässt.

www.hartmann-tresore.de

GIB MIR EIN ZIMMER – UND ICH KOMME ZU DIR

Mangel-Themen der heutigen Zeit: Fachkräfte und Wohnraum. Und beides hat irgendwie miteinander zu tun. Fehlender bezahlbarer Wohnraum in Ballungsgebieten wird zu einem Handicap für das Recruiting von Mitarbeitern. Lösungen und Unterstützung sind gefragt.

Wie groß das Thema ist, zeigt die Studie „Recruiting 2018 – Wunsch und Wirklichkeit“ des Unternehmens Suite&Co, für die 873 Führungskräfte und 51 Personalers befragt wurden. „85 Prozent der Befragten sind der Meinung, dass berufliche Leistungsfähigkeit auf Stabilität im Privatleben beruht. Die Lebens- und Wohnsituation spielt also bei der Jobwahl eine elementare Rolle“, sagt Viktor Gilz, Mitgründer der Suite&Co GmbH. Obwohl Services wie Wohnungssuche, Umzugsmanagement oder Unterstützung bei der Einrichtung potenziellen Mitarbeitern einen berufsbedingten Wohnortwechsel schmackhaft machen können, setzen bisher vergleichsweise wenige Unternehmen darauf. Genau das ist ein Ansatz für die Unternehmen.

Stressfaktor Wohnortwechsel

Arbeitskräfte, die für den Job umziehen, müssen zu Beginn ihres Ortswechsels viele Hürden bewältigen: Die Suche nach Wohnraum, den Umzug, die zeitaufwändige Einrichtung, die Eingewöhnung am neuen Lebensort. Auf einer Skala von 1 (stresst gar nicht) bis 5 (stresst sehr) bewerten Fachkräfte Kriterien wie Immobiliensuche und Umzug durchschnittlich mit 4 – also als einen großen Stressfaktor. Im Vergleich dazu liegen ungewohnte neue Arbeitsaufgaben oder unbekannte Kollegen auf der Skala im Durchschnitt nur bei 2,5. Die außerberuflichen Faktoren stressen also mehr als der eigentliche neue Job.

Unterstützung gefragt

Die Unterstützung bei der Suche nach einer neuen Wohnung wäre für die Mehrheit der befragten Personen (58 Prozent) ein Beweggrund für einen berufsbedingten Wohnortwechsel. Unternehmen haben dies längst erkannt, wie die vergleichende Expertenbefragung ergibt. In dieser gaben 57 Prozent der befragten Personalers an, dass ihr Unter-

» DIE LEBENS- UND
WOHNSITUATION SPIELT
ALSO BEI DER JOBWAHL
EINE ELEMENTARE ROLLE. «

nehmen potenziellen Kandidaten bei der Wohnungssuche hilft. Dabei handelt es sich um den am häufigsten angebotenen Service seitens der Unternehmen – vor Umzugsmanagement (47 Prozent) und Relocation-Services (29 Prozent).

Auf Arbeitnehmerseite wäre es im Gegenzug für jeden Vierten (26 Prozent) ein wichtiger Entscheidungsfaktor, wenn sie mit dem neuen Job eine eingerichtete Wohnung erhalten würden. Auch die Anmietung möblierter Immobilien auf Zeit steht mit 43 Prozent hoch im Kurs. Unternehmen müssen laut Suite&Co erkennen, dass die besten Jobs für Topleute heute nicht mehr reichen, wenn eine ansprechende Lebens- und Wohnqualität nicht gesichert ist.

Wohnungseinrichtung als Benefit

Ob temporäre Wohnung oder ein auf persönliche Bedürfnisse zugeschnittenes Zuhause: Die Wohnung ist für erfolgreiche Menschen längst mehr als ein Lebensort. Dies ist auch der Grund, warum viele von ihnen ihr Zuhause nicht einfach aufgeben. Gleichzeitig ist es Ausdruck dafür, wie wichtig bei Jobangeboten die Unterstützung in Bezug auf den Umzug ist. „Je weiter eine Führungskraft umziehen muss und je mehr die Familie vom Jobwechsel betroffen ist, desto größer ist die Notwendigkeit, die Personen zu unterstützen“, erklärt Lisa Meltinghoff. Unternehmen müssen für den Menschen wichtige Maßnahmen erkennen und entwickeln, die

ihnen Vorteile beim Recruiting verschaffen, um sich im „war for talents“ – dem Kampf der Arbeitgeber um Talente – von der grauen Masse abzuheben. Indem Unternehmen sich bemühen, eine Heimat zu schaffen, können sie Menschen letztlich langfristig binden. Unterstützende Services wie Wohnungssuche, Einrichtung, etc. rechnen sich für Unternehmen jedoch noch aus einem anderen Grund: Neue Mitarbeiter können sich vom ersten Tag an zu 100 Prozent auf die Aufgabe im Job konzentrieren.

Eigenen Wohnraum anbieten

Viele Hotels und Restaurants bieten inzwischen ihren Mitarbeitern genau diesen Service an – aktuell überwiegend in den Ferienregionen, aber zunehmend auch in den Ballungsräumen. Sie mieten im Umfeld des Betriebes Wohnungen für die Mitarbeiter an oder errichten ganze Mitarbeiter-Gebäude. Das wird ein großes Thema der Zukunft sein.

» Andreas Türk

— Anzeige —



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

NO-DEAL-BREXIT-SZENARIO – DIE BEDEUTUNG FÜR DEN TOURISMUS

Im Jahr 2016 wurde es entschieden, am 29. März 2019 ist es so weit: Das Vereinigte Königreich tritt aus der Europäischen Union aus. Der sogenannte Brexit hat schon seit dem Referendum drastische Folgen für Großbritannien gehabt, zu denen vor allem sinkende Aktienkurse und wirtschaftliche Verluste gehören. Es wird noch verhandelt, wie genau der Austritt ablaufen soll. Dabei ist die Frage, ob es zu einem Übergangs-Deal kommt oder ob der No-Deal-Brexit eintreten wird.

Seit 1973 ist Großbritannien Mitglied der Europäischen Gemeinschaft. Als eine der stärksten Ökonomien in der 1993 gegründeten Europäischen Union war Großbritannien immer ein wichtiges Mitglied, obwohl es schon seit dem Beitritt Bestrebungen verschiedener politischer Parteien gab, aus der Union auszutreten. Das lässt sich unter anderem damit erklären, dass Großbritannien als Inselstaat und ehemals mächtigstes Land mit zahlreichen Kolonien schon immer einen Alleinstellungsstatus hatte. Trotz der vielen Vorteile der EU fühlten Briten sich von den zahlreichen Regulierungen besonders eingeschränkt. Das Referendum aus dem Jahr 2016 zeigte, dass mit 52 Prozent eine knappe Mehrheit der Briten für den Ausstieg aus der EU stimmte.

Wenn keine Einigung zu den Bedingungen des Brexits oder zu einer 21-monatigen Übergangsphase gefunden wird, kommt es zu einem harten Brexit. Das würde bedeuten, dass ab Ende März 2019 die Beziehungen zwischen der Europäischen Union und Großbritannien getrennt werden. Mit sofortiger Wirkung würde Großbritannien neue Regelungen einführen. Auch auf Seiten der EU würde es zu Handels-Stopps und Konfrontationen mit Großbritannien kommen. Auf Unternehmen, aber auch auf Gesetze und Finanzen hätte das sofortige Folgen. Experten sagen voraus, dass ein No-Deal-Brexit ähnliche Konsequenzen haben könnte wie die Finanzkrise von 2008. Der Schock würde sich vor allem in der britischen Wirtschaft zeigen. Da diese aber trotz Brexit eng mit der Wirtschaft vieler europäischer Länder verknüpft ist und bleiben wird, wäre auch Deutschland direkt betroffen.

Um den Preiseinbruch zu verhindern, gibt es verschiedene Ansätze, den Brexit durch eine Übergangsphase abzumildern. Insbesondere

große Unternehmen sind daran interessiert, den Status quo noch für mindestens drei Jahre beizubehalten. Anderenfalls erwarten sie Zölle, Produktions- und Versorgungsprobleme. Viele Unternehmen würden in ein EU-Land umsiedeln, um dort gemäß der EU-Richtlinien produzieren zu können. Großbritannien müsste zwar keine Mitgliedsbeiträge an die EU mehr zahlen, würde aber auch wichtige Subventionen und Vorteile verlieren.

Entwicklung des britischen Tourismus durch den Brexit

Der britische Tourismus, der vor allem für die Metropole London essenziell ist, würde bei einem No-Deal-Szenario ebenfalls einbrechen. Denn Großbritannien wäre ohne ein Abkommen mit der EU ab Ende März 2019 in der Lage, Visa zu verlangen. Die Einreise würde sich erschweren und es käme zu langen Warteschlangen und Verzögerungen an Flughäfen. Unklar ist, welche Folgen sich für in Großbritannien lebende Europäer (fast vier Millionen) und für in EU-Ländern lebende Briten ergäben.

Neben der verkomplizierten Einreise hätten europäische Touristen zukünftig auch mit dem Wechselkurs Probleme. Denn die Briten würden gerade in einem No-Deal-Szenario alles daransetzen, das Pfund stark zu halten. Damit würde Großbritannien, bereits als teures Reiseland bekannt, noch kostenintensiver und damit weniger attraktiv für Touristen werden. Auch die europäische Tourismusbranche hätte durch einen harten Brexit deutliche Einbußen zu verzeichnen: Zum Beispiel auf den Balearen, in der Toskana und auch in deutschen Städten machen die Briten einen großen Teil der Gäste aus. Wenn diese Touristen nicht mehr ohne Weiteres einrei-



sen können, fallen sie weg und sorgen für finanzielle Verluste.

Nicht nur die britische Wirtschaft als Ganzes, sondern insbesondere der Tourismus als wichtiger Dienstleistungssektor würde einbrechen. Touristen hätten weniger Anreize, auf die Insel zu reisen, während es zugleich weniger britische Touristen in der EU geben würde. Die Tourismusbranche hofft daher gemeinsam mit anderen wirtschaftlichen Zweigen, dass der No-Deal-Brexit nicht eintritt. Ein sanfter Übergang hätte Vorteile für alle und würde es ermöglichen, sich langsam an die neue Situation zu gewöhnen.

Probleme durch das No-Deal-Szenario

Sollte es also vor dem 29. März 2019 kein Deal zustande kommen, haben sowohl die Briten als auch die Europäer folgende Probleme zu befürchten:

- ✗ Finanzielle Krisensituation
- ✗ Einbruch der Preise
- ✗ Schwankungen des Pfunds
- ✗ Handelsprobleme und -stopps
- ✗ Einreiseschwierigkeiten
- ✗ Visum
- ✗ Versorgungsgengpässe



DIGITAL

BUSINESS CATERING DIGITAL

LEMONCAT, Online-Marktplatz und Service Provider für Business Catering, launcht eine richtungsweisende „Software as a Service“-Lösung für die Catering Industrie. Das Tool CATERDESK soll die gesamte Catering Industrie ins digitale Zeitalter bringen. Caterer können CATERDESK nutzen, um ihre Geschäftsprozesse zu digitalisieren. Anfragen werden digital erfasst und Angebote können mit wenigen Klicks erstellt und an den Kunden geschickt werden. Zudem stehen den Caterern umfangreiche Auswertungen und Analysen zur Verfügung, um ihre Angebote zu optimieren und so auch die Gästefrequenz nachhaltig zu erhöhen.

„Die Catering Industrie muss digital arbeiten, um den Anforderungen der Kunden gerecht zu werden! Unsere Caterer arbeiten Tag und Nacht, um ihr Business erfolgreich zu machen. Wenn das Essen gekocht und ausgeliefert ist, dann geht es abends an den Schreibtisch, um die Anfragen der Kunden zu beantworten. Wir wollen unseren Caterern eine Lösung an die Hand geben, die ihnen Arbeit abnimmt und ihnen hilft, mehr Umsatz zu machen.“ so Doreen Huber, CEO von LEMONCAT. Mit CATERDESK werden Kundenanfragen in Sekunden beantwortet, Angebote werden mit cleveren Vorlagen erstellt und sehen mit Logo und Bildern professionell aus.



Catering-Unternehmen sind rund um die Uhr für Ihre Kunden da – neben innovativen Food-Konzepten steht die optimale Organisation an erster Stelle.

— Anzeige —

Infos und
Händler-
nachweis:
kassen-gobd.de

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

GUTSCHEINE FÜR GÄSTE



Neu bei Gastronovi: Gastronomen können Ihren Gästen nun auch Gutscheine zum Ausdrucken anbieten. Zusätzlich können Stammgäste ihre bestehenden Kundenkarten bequem von zu Hause aus aufladen. Mit dem umfangreichen Online-Angebot können Gastronomen ihren Gästen einen verbesserten Service anbieten und mit wenig Aufwand ihren Umsatz ankurbeln. Darüber hinaus können Gäste weiterhin einen Tisch zu einer gewünschten Uhrzeit reservieren und bereits vor ihrem Besuch ihre Bestellungen online aufgeben und direkt bezahlen.

www.gastronovi.de

FLEXIBEL SCHULEN MIT TRAIN AHEAD!

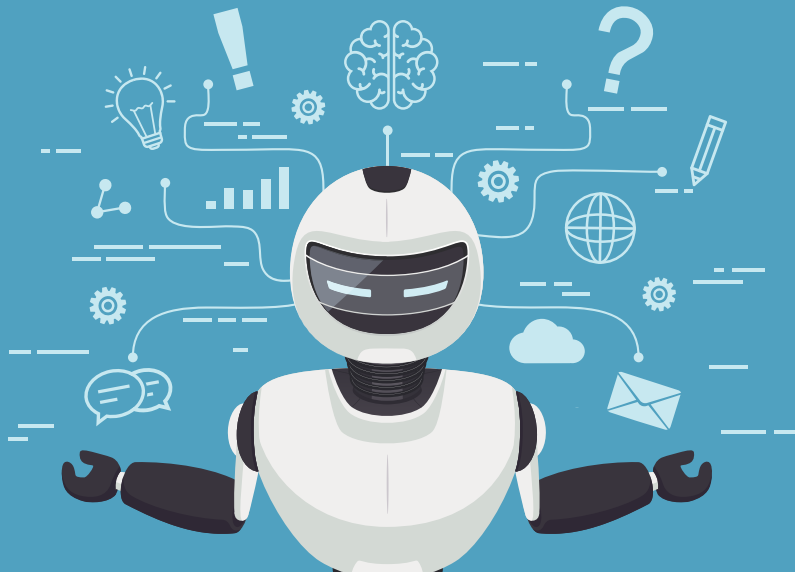
Die Deutsche Hotelakademie (DHA) launcht aktuell ihr neues Trainingsportal Train Ahead. Ab 2019 können HR-Verantwortliche ihre Mitarbeiter unkompliziert zu offenen Trainings und Seminaren bei Topdozenten aus der Hospitality-Branche anmelden. „Mit Train Ahead reagieren wir auf die starke Nachfrage des Markts nach flexiblen, praxisorientierten Intensivtrainings für Hospitality-Mitarbeiter. Ganz nach dem Motto ‚Click & train‘ können Sie unkompliziert mit nur zwei Klicks das Know-how Ihrer Mitarbeiter weiterentwickeln und ihnen das Fachwissen vermitteln, das sie benötigen“, erklärt Merle Losem, Geschäftsführerin der DHA, den neuen Trainingsansatz.

Die Trainingsbereiche decken das komplette Hospitality-Feld ab. Von aktuellen Trends wie Total Revenue Management, F&B-, Sales- und Marketing-Know-how, über Reservierungs- und Housekeepingthemen sowie Business-Fachwissen, bis zu Leadership- und HR-Skills.

Über Trainingskontingente zum Vorteilspreis können mehrere Mitarbeiter zu unterschiedlichen Trainings flexibel nach Bedarf angemeldet werden. Eine White Label Buchungsplattform, mit Branding im eigenen Corporate Design, bietet die Möglichkeit, für alle Mitarbeitern zentral zu planen.

www.dha-akademie.de/trainahead

ALLE AUGEN AUF DEN BOT



Das Gastgewerbe steht unter Beschuss: Zwischen November 2017 und April 2018 sind Bot-Angriffe auf Hotel- und Reise-Websites stark angestiegen. Das geht aus dem „State of the Internet“-Sicherheitsbericht zu Webangriffen 2018 von Akamai hervor.

Fast 40 Prozent aller Anmeldeversuche im Hotel- und Reisegewerbe wurden laut Akamais Sicherheitsbericht von Bots generiert. Im Vergleich zum Vorjahr bedeutet das eine drastische Zunahme. Das Gastgewerbe ist damit aktuell häufiger Opfer entsprechender Angriffe als die meisten anderen Branchen. Bots werden vermehrt eingesetzt, um Angriffe mit gestohlenen Anmeldedaten auszuführen, Accounts zu missbrauchen oder Websites gezielt zu überlasten. Solche Angriffe richten große Schäden an – sowohl finanziell als auch in Bezug auf die Datensicherheit. Deshalb sollten Unternehmen nicht abwarten, bis sie selbst zur Zielscheibe geworden sind, sondern schon frühzeitig Maßnahmen zum Schutz ihrer Website implementieren.

WAS IST EIN BOT?

Als Bot wird ein Computerprogramm bezeichnet, welches definierte Aufgaben automatisiert und meist auch wiederholt.

Zugriffe können auch sinnvoll sein

Greift ein Bot auf eine Website zu, sollte man nicht grundsätzlich von einem Angriff ausgehen. Mitunter sind die Zugriffe sogar förderlich, wenn zum Beispiel durch Suchmaschinen-Bots die Sichtbarkeit der Website erhöht wird. Auch wenn Bots von Reiseportalen wie Booking.com mit Zustimmung Preisinformationen einholen, ist

das legitim. Das gilt jedoch nicht für Bots, die Preisabfragen starten, damit ein konkurrierendes Reiseportal seine Angebote stets günstiger als der Wettbewerber gestalten kann. In diesem Fall spricht man von Web Scraping: Mithilfe von Bots werden Daten und andere Informationen abgegriffen, um sich dadurch einen Vorteil zu verschaffen. Außerdem können Bot-Anfragen zum Beispiel Online-Reservierungssysteme gezielt aushebeln: Wenn ein Bot beliebig viele Plätze reserviert, sind diese für andere User nicht mehr verfügbar. Tatsächlich bleiben diese Plätze vor Ort aber leer und können über das Reservierungssystem auch nicht neu vergeben werden. Das Unternehmen wird so bewusst geschädigt.

Datenmissbrauch in der Hotellerie

Die Zahlen aus dem „State of the Internet“-Sicherheitsbericht zeigen, dass Bot-Angriffe auf das Gastgewerbe drastisch zugenommen haben. Besonders hoch ist der Bot-Verkehr auf Websites von Kreuzfahrtgesellschaften, allerdings handelt es sich dabei um unterschiedlichste, oftmals weniger gefährliche Aktivitäten. Web-Auftritte von Hotels und Resorts sind dagegen häufiger von Datenmissbrauch betroffen. Zwischen November 2017 und April 2018 verzeichnete Akamai bei Websites von Fluggesellschaften, Kreuzfahrtunternehmen, Hotels, Online-Reiseanbietern, Autovermietungen und Transportunternehmen 112 Milliarden Bot-Anfragen und 3,9 Milliarden bösartige Anmeldeversuche.

Bots frühzeitig erkennen

Ohne entsprechende Tools lassen sich solche Angriffe allerdings nur schwer identifizieren. Deshalb sollten Unternehmen frühzeitig Maßnahmen ergreifen, um sich gegen Bot-Angriffe zu schützen. Denn ein stark erhöhter Traffic, deutlich gestiegene Kosten oder eine verlangsamte Website können bereits klare Alarmsignale dafür sein, dass ein Bot-Angriff vorliegt. Mit einem Bot-Management-System behalten Unternehmen den Überblick, welche Bots mit der Website interagieren und wann Handlungsbedarf besteht. Das System kann Bots frühzeitig identifizieren und blockieren. Um das Verhalten des Bots zu erfassen, verfolgt der Bot-Manager einen behavioristischen Ansatz: Rund 20 verschiedene Abgleichpunkte stehen zur Verfügung, um Muster im Verhalten des Anfragestellten auszumachen und ihn gegebenenfalls als Bot zu identifizieren. So analysiert der Bot-Manager zum Beispiel beim Login-Vorgang die Mausbewegungen und Tastaturanschläge und kann aufgrund der resultierenden Muster Bots herausfiltern. Drohende Angriffe werden dadurch rechtzeitig erkannt und abgewehrt. Und selbst wenn die Website nicht gefährdet ist, bringt der Bot-Manager klare Vorteile, indem er sichtbar macht, welche Bots wann auf die Website zugreifen. Website-Betreiber gewinnen so einen Überblick über den Botverkehr auf ihrer Seite und können Veränderungen frühzeitig wahrnehmen und untersuchen.

> Gerhard Giese

UMSATZ MIT HILFE VON KENNZAHLEN STEIGERN

Eine moderne Gastronomie oder ein modernes Hotel nutzt täglich Onlinemarketing-Maßnahmen, um neue Gäste zu gewinnen und diese zu Stammgästen zu machen. Doch welche Maßnahmen steigern den Umsatz wirklich, und welche sorgen eher für Kosten?

Welche Zahlen sollte ein Bericht enthalten?

Suchmaschinen-Anzeigen:

Welche Anzeige bringt zu welcher Zeit welchen Umsatz?

Newsletter:

Zu welcher Zeit sprechen die Empfänger am besten an - und auf welche Inhalte?

Online-Bewertung:

Auf welchem Portal wird über den Betrieb gesprochen? Inwiefern?

Eigene Website:

Welche Inhalte kommen bei der Zielgruppe an? Welche kann man sich sparen?

Lokale Suche:

Werden die eigenen Angebote gut in der lokalen Suche gefunden, z.B. auf Google Maps?

Soziale Medien:

Welche Inhalte führen in welchen Netzwerken zu mehr Reservierungen oder Buchungen?

Online-Coupondienste:

Welche bringen Umsatz, auf welche kann man eher verzichten?

Suchwörter:

Werden die eigenen Online-Auftritte zu den richtigen Suchwörtern gefunden?

Beispiel: Wie viel Arbeit muss ich in die Bewertungen bei Google investieren? Wie wichtig sind Bewertungsportale? Es gilt, das vorhandene Budget für Onlinemarketing in Kanäle zu investieren, die auch wirklich Umsatz bringen. Mit einem rollenbasierten Online Marketing Berichtswesen können Gastronomen und Hoteliers herausfinden, welche Onlinemarketing-Maßnahmen den Umsatz entscheidend steigern und welche nur Kosten verursachen. Berichte können buchstäblich Hunderte von verschiedenen Kennzahlen enthalten. Hier gilt es, die Key Performance Indicators, also die Schlüssel-Kennzahlen (KPIs), zu finden, die für das eigene Geschäftsmodell entscheidend sind. Je nach Zielgruppe, örtlichem Umfeld und Marktsituation werden nämlich jeweils andere Kennzahlen wichtig.

Welche Informationen zeigt ein Online Marketing Reporting?

Bei Kennzahlen geht es nicht darum, die eigenen Mitarbeiter zu kontrollieren. Es gilt, die neuralgischen Punkte des eigenen Geschäftsmodells zu identifizieren. Das ist wie bei Gästen: Nicht alle Gäste sind für den Umsatz gleich wichtig.

Ein Beispiel: Ein Restaurantbetreiber schaltet bei Google Anzeigen. Eine Kennzahl wäre zum Beispiel, wann Interessenten nach einem Restaurant im Einzugsbereich googeln. Oft suchen Nutzer schon vormittags, wenn Gastronomen schlecht erreichbar sind. Mit einer Google Anzeige können Betreiber aber trotzdem erreichbar sein. Ein rollenbasiertes Berichtswesen würde hier Aufschluss über die Zeiten geben, zu denen Google Anzeigen Umsatz bringen.

Das Auto kennt die Online-Bewertungen von Restaurants

Hotelzimmer werden heutzutage verstärkt online gebucht, das ist kein Geheimnis. Weniger bekannt: Mehr als 35 Prozent der Menschen in Deutschland erledigt das mobil. Rund 18 Millionen Suchanfragen nach Restaurants registriert Google jährlich, auch hier sind mobile Geräte auf dem Vormarsch. Das funktioniert inzwischen sogar in den

Auto-Navigationssystemen vieler Hersteller. Beispiel: Mit der Sprach-Anweisung „Hey BMW, ich habe Hunger“ sucht der BMW Intelligent Personal Assistant (optionales Extra) das passende Restaurant – und das mit der besten Bewertung!

Effizient und effektiv:

Berichtswesen und Kennzahlen Nie war es so leicht wie heute, mit Werbung Geld aus dem sprichwörtlichen Fenster zu werfen, gerade im Gastro-Bereich. Mit einem rollenbasierten Berichtswesen haben Unternehmen Zahlen auf dem Tisch, die ihnen verraten, welche Onlinemarketing-Maßnahmen wirklich Umsatz bringen. „Rollenbasiert“ bedeutet hier: Mitarbeiter haben nur Zugriff auf die Informationen, die sie auch wirklich brauchen. Zudem ist ein Betrieb gut beraten, diese Berichte ansprechend zu visualisieren. Zu viele Betriebe vertrauen hier noch auf Excel-Tabellen-Zahlenwüsten. Wer Visualisierungen und Infografiken nutzt, kann schneller herausfinden, welche Stellschrauben er drehen muss, um den Umsatz entscheidend zu steigern.

Rollenbasiertes Online Marketing Berichtswesen: Einführung in fünf Schritten

Ein rollenbasiertes Online Marketing Berichtswesen über die Wirksamkeit von Onlinemarketing-Maßnahmen lässt sich in einem Hotel oder in einer Gastronomie in fünf Schritten einführen: Evaluation, Vorbereitung und Konzeption, Prototyping, Launch und Optimierung. Mit kurzen Schritten und einer frühen Auswertung kommen Profis schnell und mit hoher Effizienz ans Ziel. Erkenntnisse aus den Berichten lassen sich so früh im Tagesgeschäft nutzen.

Auch die Onlinemarketing-Agentur sixclicks hat sich mit dem Thema beschäftigt. Herausgekommen ist ein Whitepaper, in dem Interessenten mehr über die Einführung eines rollenbasierten Online Marketing Berichtswesens in Hotel oder Gastronomie erfahren. Sie finden das Whitepaper unter: bit.ly/marketing-bericht



MEDAILLE FÜR BAYREUTHER HELL

Mit der Auszeichnung „bestes deutsches Hellbier“ freut sich die Bayreuther Bierbrauerei über den zweiten Platz bei dem internationalen Verkostungswettbewerb „Brussels Beer Challenge“, der im November 2018 im belgischen Mechelen stattfand. Nach einer Blindverkostung, bei der Geruch, Aussehen und Geschmack bewertet wurden, ist das Bayreuther Hell mit der Silbermedaille ausgezeichnet worden. Das würzig-süffige Bier zeichnet sich durch eine Komposition aus Honig, Karamell und blumigen Hopfennoten mit einem Hauch von Getreide aus. Bayreuther Hell ist national in der klassischen 0,5 Liter Euroflasche und frisch vom Fass gezapft für die Gastronomie erhältlich.

www.bayreuther-brauhaus.de



Foto: © Bayreuther Bierbrauerei AG

MESSMERS GRÜNE GURKE

Die Trendzutat Gurke erweitert das Meßmer Profi-Line-Portfolio für 25 Tassenportionen im Aromaschutzkuvert. „Grüne Gurke“ liefert eine feine Auslese aus Kräuter- und Grüntee, die den Teeliebhabern unter den Gästen ein frisches Gurkenaroma und eine leichte Pfefferminznote bietet. Die moderne Teekreation fällt in jedem Teedisplay sofort ins Auge und kann sowohl warm als auch kalt, zum Beispiel als cooler Cocktail, genossen werden.

www.profiline.otg.de



Foto: © Ostfriesische Teegesellschaft



Foto: © Ming River Sichuan Baijiu

CHINESISCHER SCHNAPS BAIJU

Die meist getrunkene Spirituose der Welt kommt nun auch nach Deutschland: Baijiu. Die Gründer von Ming River Baijiu lebten jahrelang in China und entdecken dort den klaren Schnaps. Zusammen mit einer der ältesten Brennereien Chinas entwickelten sie den Ming River, der aus Sorghum-Hirse hergestellt wird. Das Getreide wird gedämpft und anschließend mit einer Hefekultur versetzt. Die Maische fermentiert und wird nach zwei Monaten entnommen und destilliert. Der Brand reift für weitere zwei Jahre in Tonkrügen ehe eine Master Blenderin den Ming River aus unterschiedlichen Ausgangsdestillaten kreiert. Ming River Baijiu wird in der 0,7l Flasche vertrieben und kann im ausgesuchten Fachhandel und online erworben werden.

www.mingriver.com/de

NEUE KORN-DRINKS

Korn und Inspiration der Feinbrennerei Sasse in einer Box:

In ihr enthalten sind je 4 cl der drei neuen hochwertigen Kornbrände für die Gastronomie und Mixologen-Szene. Auf Rezeptkarten und in einem Booklet werden sechs Drinks vorgestellt, die mit „Nju Korn mild“, „Nju Korn fruchtig“ und „Nju Korn wuchtig“ kreiert werden können. Die Kornbrände, alle mit 45 % vol. haben eine hohe Mixability und bieten vielfältige Möglichkeiten, um ab von Rum und Gin hochwertige Drinks für Bar und Gästetisch zu kreieren.

www.sasse-shop.de



Foto: © Feinbrennerei Sasse

COCKTAILS

VON KREATIVITÄT UND UMSATZPOTENZIAL

Kalkulation und Umsatzsteigerung

Cocktails machen geschmacklich und optisch einiges her, bestehen dabei aber aus verhältnismäßig günstigen Zutaten. Ein guter Weg also für steigende Umsätze. Sehr gut funktioniert das Konzept mit einer Happy Hour. In dieser Zeit locken Sonderangebote, bei denen der zweite Drink umsonst ist oder nur den halben Preis kostet. So ist auch der zweite und dritte Cocktail schnell bestellt. Wichtig ist es, alle Informationen eindeutig in der Cocktailkarte zu kennzeichnen. Das Marketing kann über Soziale Medien und Aushänge oder Aufstelltafeln erfolgen. Ein weiterer Vorteil: Die meisten Alkoholsorten sind sehr lange haltbar und weitere Zutaten wie Eiskwürfel, Saft oder Softdrinks haben ebenfalls eine lange Haltbarkeit.

Individuelle Kreationen

Der Geschmack, aber auch die Bezeichnung und Präsentation der Cocktails können für Aufmerksamkeit sorgen. Für den nötigen Pepp:

- ✓ Cocktails nach einem Thema benennen
- ✓ Cocktails auf die jeweilige Speisekarte abstimmen
- ✓ Mit besonderen Gläsern und Dekorationen überzeugen
- ✓ Geschmackliche Experimente wagen
- ✓ Trends wie Molekularkocktails ausprobieren
- ✓ Einen „Signature Cocktail“ des Hauses finden

Saisonale Trends

Im Herbst sind Cocktails mit Kürbis oder anderen warmen Noten beliebt, während im Winter Gewürze wie Zimt, Kardamom oder Nelken Anreize schaffen. Rund um den Valentinstag lassen sich Getränke in rosa und pink leicht hervorheben. Frische, spritzige Noten wie Zitrone oder Minze sind eine gute Wahl für die warmen Monate. Auch

Sie sind ein Trendgetränk, ziehen die unterschiedlichsten Gäste an und können eine zuverlässige und ergiebige Umsatzquelle sein. Cocktails bieten zudem in der Umsetzung viele Möglichkeiten zur Kreativität, mit der sich Gastronomen von der Konkurrenz absetzen können.

die Garnitur des Cocktails sollte zum Drink passen. Sie kann elegant und minimalistisch, aber auch aufwendig und bunt gestaltet sein, sodass die Gäste vor dem Genuss zunächst ein Foto machen. Von kleinen Weihnachtsmützen über Lametta bis hin zu Herzen, Tiermotiven oder Aufklebern sind der Fantasie keine Grenzen gesetzt. Wichtig ist nur, dass der Cocktail stilvoll aussieht und sich leicht trinken lässt. Die Klassiker sollten nicht übermäßig verziert werden.

Zeit sparen mit Basismischungen

Besonders sicher kalkulieren lässt sich mit Basismischungen für Cocktails. Eckes Granini bietet Cocktailsäfte an, die eine ideale Basis für Drinks darstellen. Dann fehlen nur noch die Eiskwürfel und bei Belieben der entsprechende Alkohol. Die Zubereitung funktioniert schneller und es muss kein erfahrener Barkeeper vor Ort sein. www.granini-gastro.de

Alkoholfreie Cocktails anbieten

Auch alkoholfreie Cocktails sind sehr attraktiv und erweitern die Zielgruppe. Sie sind in der Zubereitung günstiger als alkoholhaltige Cocktails, befinden sich aber auf der gleichen Getränkekarte. Schon relativ kleine Preisunterschiede sind für den Gast zufriedenstellend. Gastronomen haben die Wahl, ob sie verschiedene neue Cocktails erfinden möchten oder aus Klassikern wie einem Caipirinha oder einem Mojito die alkoholfreien Gegenstücke machen (Mosquito). Diese Varianten sind auch als „Virgin Cocktails“ bekannt. Sie lassen viel Spielraum für Kreativität und können ebenfalls mit Früchten und Aromen auf die Jahreszeit abgestimmt werden. Auch die Präsentation ist wichtig, denn der „Mocktail“ sollte neben alkoholischen Cocktails nicht als solcher zu erkennen sein.



COCKTAILS

NATURAL FRUIT PREMIX

TIPPS FÜR DAS EIGENE COCKTAIL-KONZEPT

Mit nur wenig Aufwand ist es möglich, das eigene Cocktail-Konzept zu optimieren. Die Mitarbeiter sollten geschult werden, um ein einheitliches Wissen über die angebotenen Cocktails zu haben und diese schnell zubereiten zu können.

So gelingt das Konzept:

- ✔ Happy Hour einführen
 - ✔ Individuelle Cocktails anbieten
 - ✔ Hochwertige Klassiker (z.B. Old Fashioned, Martini) anbieten
 - ✔ Aufmerksamkeitsstarke Namen für Eigenkreationen überlegen
 - ✔ Zutaten in der Getränkekarte vermerken
 - ✔ Saisonale Trends beachten
 - ✔ Wert auf die Garnitur legen
 - ✔ Alkoholfreie Cocktails in die Karte aufnehmen
 - ✔ Zusätzliche Angebote wie Snacks zum Cocktail anbieten
- > Ronja Plantenga



Foto: © Bolero Holding GmbH

WINTERCOCKTAIL „STRUDEL“

Die Restaurant- und Barkette Bolero aus Hamburg überzeugt mit kulinarischen Highlights und einem kreativen Cocktailangebot, darunter der winterliche „Strudel“. Mehr zu Boleros Cocktail-Konzept, der neuen Food-App und Co. unter www.bolero-bar.de

Zutaten:

- ✔ 8 cl Apfelsaft trüb
- ✔ 1 cl Vanillesirup
- ✔ 2 cl Zitrone
- ✔ 1 cl Zimtsirup
- ✔ Ginger Ale

Zubereitung:

Den Apfelsaft, den Vanillesirup, die Zitrone und den Zimtsirup miteinander vermischen und in ein Glas einschenken. Anschließend mit Ginger Ale auffüllen.



MIX + SERVE

SCHNELL, EINFACH, KONSTANT!

- alkoholfreie Cocktail-Premixes in Top-Qualität
- verlässlich und kostengünstig in der Herstellung
- viele Variationsmöglichkeiten für noch mehr Umsatz
- 5 internationale Top-Drinks
- ohne künstliche Farbstoffe und 100% vegan
- entwickelt und getestet von Barprofis



Mehr Infos, kreative Rezepte und hilfreiche Anwendungsvideos auf www.granini-gastro.de

FEINE BARISTA-SNACKS



Fotos: © H.J. Heinz GmbH

PREMIUM SALAT-MAYONNAISE

Die Traditionsmarke Kraft hat ihre Salatmayonnaise überarbeitet: Mit neuer Rezeptur und neuem Design macht sie als Neuauflage nicht nur die Gäste glücklich, sondern auch die Hühner, denn es werden ausschließlich Eier aus Freilandhaltung verarbeitet. Außerdem ersetzt hochwertiges Rapsöl das bisherige Sonnenblumenöl. Rapsöl ist reich an ungesättigten Fettsäuren und weist zudem ein besonders günstiges Verhältnis von Omega-3- zu Omega-6-Fettsäuren auf, weshalb es als äußerst gesund gilt. Darüber hinaus kommt die neue Rezeptur nun ohne Konservierungsstoffe aus. Erhältlich ist die Salatmayonnaise weiterhin im bewährten Format im fünf und zehn Kilo Eimer.

www.heinzfoodservice.de



Foto: © HELMA

Für den kleinen Genuss an der Kaffeetasse bietet Hellma neue Produkte der Marke „Barista Selection“: die glutenfreien Snack Cups Espresso Beans und Chocolate Almonds. Aus den kleinen handlichen Bechern mit je 40 g Inhalt lassen sich die beiden Sorten direkt und einfach snacken. Die zwei Snack Cups, sind als Mix im Thekendisplay verfügbar und speziell für den Verkauf im Café, im Kiosk, in der Kantine oder im Coffeeshop konzipiert. Sowohl die Espresso Beans, Kaffeebohnen umhüllt von Zartbitterschokolade, als auch die Chocolate Almonds, geschmackvolle Mandeln in edler Schokolade und bestäubt mit feinem Kakao, sind auch einzeln verpackt bekannt als Hellmas „Lieblinge an der Tasse“.

www.hellma.de

RAFFINIERTE FLEISCHSPIESSE



Foto: © FVZ Convenience GmbH

Genuss am Spieß lautet das neue Motto des Foodspezialisten FVZ Convenience, der klassische Gerichte neu in Szene setzt. Dekorativ von Hand gerollt und verfeinert, überraschen drei Fleischklassiker in neuer Optik: Kassler am Spieß mit Senf-Zwiebelfüllung und einem Mantel aus ausgewählten Kräutern. Salimbocca am Spieß aus Schweinefleisch mit geräuchertem Schinken in Salbeima-

rinade sowie Involtini am Spieß aus Schweinefleisch mit Kräutermantel und einer Füllung aus Speck und Zwiebeln. Ob als Hauptgericht, Snack, am Buffet oder auf dem Salat – die herzhaften Fleischspieße sind individuell einsetzbar und schnell zu servieren. Sie werden tiefgefroren, roh geliefert und im Handumdrehen im Kombidämpfer zubereitet.

www.fvz.de

HELLMANN'S STICK PACKS

Hochwertige Saucen in praktischen Portionsgrößen: die Real Mayonnaise, der Tomato Ketchup und der Yellow Mustard von Hellmann's als Einzelpackungen. Die Stick Packs sind nicht nur hygienisch und einfach zu servieren, sie haben auch die optimale Größe, um Pommes Frites, Burger oder Bratwurst unterwegs und im Restaurant zu verfeinern. Die vorportionierten Sachets erleichtern durch ihr handliches Format den Gastronomie-Alltag und sind eine praktische Alternative, wenn der Platz in Restaurants oder Imbiss-Shops begrenzt ist. Zudem ermöglichen sie die einfache Kontrolle über Kosten und Verbrauch und reduzieren so übermäßige Lebensmittelverschwendung in der Gastronomie und Hotellerie.



Foto: Unilever Food Solutions

www.ufs.com/hellmanns



Foto: © Vitashrimp GmbH

FRISCHE UND QUALITÄT: GARNELEN AUS BAYERN

Kein Antibiotika, keine Chemie, dafür regional, nachhaltig und frisch: die Bayerische Garnelenzucht von Vitashrimp beweist, dass Regionalität gut für die Natur und den Gast ist. Und sie funktioniert auch bei hochwertigem Seafood.

Garnelen kommen oft über lange Transportwege aus Südamerika und Asien tiefgefroren nach Deutschland. Von gesunden, unbelasteten und fangfrischen Bio-Produkten kann keine Rede sein. Kurzum hat Vitashrimp die Garnelenzucht nach Bayern gebracht und eine nachhaltige Aquakultur geschaffen.

Nachhaltige Frischware

Bei Vitashrimp wird der natürliche Lebensraum der Garnelen nachgeahmt. Sie wachsen in einem artgerechten Indoor-Aquakultursystem mit einer biologischen Wasseraufbereitungsanlage auf. Es kommen keine Antibiotika oder sonstige schädliche Stoffe zum Einsatz.

Zudem werden die Garnelen niemals tiefgefroren.

Die White Tiger Garnele

Spezialisiert hat sich Vitashrimp auf die Garnele White Tiger, bekannt für ihren intensives Aroma. Dabei führt das nachhaltige Konzept zu optimalen Ergebnissen in Geschmack und Optik. Denn durch die artgerechte Haltung und ohne die Zugabe von chemischen Stoffen, mit denen oftmals eine unnatürliche Gewichtserhöhung der Tiere hervorgerufen wird, bleibt letztlich nichts als pure Qualität: das Fleisch ist besonders zart, der Geschmack intensiv und die Optik hochwertig.

www.vitashrimp.com

White Tiger Garnelen von Vitashrimp

- ✓ Aufzucht ohne schädliche Zusätze
- ✓ Keine Tiefkühlprodukte
- ✓ Artgerechte Produktion
- ✓ Keine langen Transportwege
- ✓ Hochwertige Frischware direkt aus Deutschland



Jetzt bewerben und Vitashrimp testen unter www.derprofitester.de

REZEPT-TIPP:

CLASSIC NY-STYLE LACHS-BAGEL

Mondelez Professional bietet trendige Bagel-Rezepte mit Philadelphia, hohe Kreativität und schnelle Zubereitung inklusive. Darunter der klassische Lachs-Bagel mit dem streichartigen Frischkäse.



Foto: © Mondelez Professional

Zutaten (10 Portionen):

- ✓ 10 Bagels
- ✓ 500 g Philadelphia Klassisch Doppelrahmstufe
- ✓ 50 g rote Zwiebeln
- ✓ 500 g Räucherlachs
- ✓ 30 g Kapern
- ✓ Dill nach Belieben

Zubereitung:

Die Bagels quer halbieren und vor dem Bestreichen mit Philadelphia toasten. Zwiebeln in feine Ringe schneiden, die unteren Bagelhälften mit Lachs und Zwiebelringen belegen. Kapern und Dill darauf streuen, die oberen Bagelhälften aufsetzen und servieren.

www.philadelphia-professional.de

PFEFFER ORANGE



Einen Hauch Exotik von Bio-Pionier Lebensbaum: Geschroterter Pfeffer trifft auf saftige Orange - eine süße und zugleich feurige Gewürzmischung entsteht. Die Kombination verwandelt insbesondere Fisch und Meeresfrüchte in raffinierte Genüsse. Die Gewürzmischung in Demeter-Qualität ist frei von Salz, Zucker und Rieselhilfen. Gemäß der Lebensbaum Qualitätsgarantie stammen alle Zutaten zu 100 % aus Bio-Landbau. Auf Aromazusätze, Geschmacksverstärker und Zusatzstoffe wird bei allen Lebensbaum-Produkten konsequent verzichtet.

www.lebensbaum.de

ASIA SLIDERS



Burger und Sushi elegant kombiniert: die Asia Sliders aus japanischem Uruchi-Reis von SALOMON kommen im Kleinformat zum Snacken daher. Dabei sind sie so leicht wie Sushi, im Aufbau wie ein Burger und mit authentisch asiatischen Füllungen verfeinert. Die handgemachten Minis gibt es in drei Variationen: Der Feine mit ganzem Shrimp, cremiger Avocado und einem Hauch Zitrone. Dazu der Pikante mit handgezupfter, zarter Hähnchenbrust, würzigem Red-Curry und knackigem Gemüse. Und der Herzhafte Asia Slider Veggie Mushroom mit Kräuterseitling, Gemüse und Sojasauce. Alle drei Sliders sind fertig vorbereitet, müssen nur aufgetaut werden und können mit vielerlei Toppings bestreut und individualisiert werden.

www.salomon-foodworld.com



SJØ-WOCHEN MIT FRISENKRONE:

MATJES IN SZENE GESETZT

Für Gäste und Profi-Köche wurde die Aktion rund um den norwegischen Matjes zum Aha-Erlebnis. Denn SJØ bietet sich als Einsteigermatjes für höchste Kreativarbeit an.

Um den praktischen Beweis anzutreten, was der echt norwegische Matjes SJØ alles kann, startete der Fischfeinkost-Experte Friesenkrone die SJØ-Aktionswochen in norddeutschen Profiküchen. Den ersten Platz sicherte sich Sebastian Kumpmann, Küchenchef vom Schulauer Fährhaus in Wedel. Seine Kreation überzeugte die Fachjury mit einer ausgeklügelten Rezeptur.

Matjes als Trendsetter

„Smørre-ohne-brød mit SJØ Matjes Zweierlei“ machte das Rennen um den ersten Preis. Dafür hat Sebastian Kumpmann das Matjesfilet zum einen kurz abgeflämmt und zum anderen zu Matjestatar mit Zwiebeln, Schmand und Limette verarbeitet. Für den Matjes als Basis gibt es unterschiedliche, gekochte und mit Reisessig gewürzte Getreidesorten, statt Butter kommt Buttermilch mit herbem Kräuteröl auf den Teller. Die Gäste im Schulauer Fährhaus waren begeistert und überrascht darüber, dass Matjes so schmecken kann. Sebastian

Kumpmann: „Die Erfahrung hat gezeigt, dass Menschen, die Matjes oft gar nicht kennen oder mögen, trotzdem ausgesprochen positiv reagieren. Die Gerichte mit dem milden SJØ Matjes sind sehr zugänglich.“ Ihm und seinem Team winkt als Belohnung ein 1.000-Euro-Gutschein für einen Großhandelseinkauf. Sebastian Kumpmanns Urteil: „SJØ ist ein idealer Einsteigermatjes, er ist mild und nicht so salzig, das Fleisch ist fest.“

SJØ - echt norwegischer Matjes

- ✓ Leichte Salznote von nur zwei Prozent
- ✓ Natürlicher Geschmack, zarter Biss
- ✓ Unverfälscht und ursprünglich durch das klare, kalte Fjordwasser
- ✓ Perfekt für die moderne Trendküche
- ✓ Offen für eine Vielzahl an Rezepturen, ideal für Sushi
- ✓ Harmoniert mit zarten Kräutern, kräftigen Aromen und süßfruchtigen Komponenten
- ✓ Von Sterneköchen empfohlen

www.friesenkrone.de



BACKWAREN-GENUSS MIT MEHRWERT

Brot und Co.: Werden Gästewünsche beachtet und Möglichkeiten der schnellen Zubereitung hochwertiger Produkte ausgeschöpft, gelingt ein vielfältiges Angebot mühelos.

Brot und Backwaren bilden die Basis für viele kulinarische Angebote, ob beim Frühstücksbuffet, als Vorspeise, Snack oder deftige Beilage eines Hauptgerichts. So selbstverständlich Brot und Co. in der Profi-Küche verwendet werden, so sorgfältig sollten die Produkte ausgewählt und zubereitet werden. Kalkulationssicherheit und Gästezufriedenheit sorgen als dann für andauernden Erfolg.

Gesundheit

Lebensmittel, die neben gutem Geschmack einen gesundheitlichen Mehrwert liefern, sind gefragt. Eine gute Chance für Gastgeber, um mit Ernährungskompetenzen zu punkten. So zum Beispiel mit dem „Genuss mit Plus-Sortiment“ von Resch&Frisch, das von einem Vollkorn-Kipferl ohne Weizen bis hin zum Balance-Weckerl zur Aufrechterhaltung eines normalen Blutdrucks große Auswahl bietet. Bedenken sollten Gastgeber die immer häufiger vorkommende Glutenunverträglichkeit. Ein breites Angebot von sicher verpackten Mehlen über Brote bis hin zu diversen Teigwaren bietet Dr. Schär.

www.resch-frisch.com, www.drschaer-foodservice.com

Regionalität

Bei den Zutaten ist immer häufiger große Transparenz gefragt. Gäste möchten wissen, woher die eingesetzten Produkte stammen. Lange Transportwege und ein unnötig hoher Ressourcenverbrauch sind out. Regionale Produkte, die aus dem Inland bezogen werden, sind beliebt und im Bereich Backwaren auch leicht zu realisieren. Ein wertvoller Faktor, der auch etwas mehr kosten darf.

Convenience

Die Produkte sollten in der Zubereitung unkompliziert sein und eine lange Standzeit haben. Es empfehlen sich dabei solche, die vielfältig zum Beispiel sowohl beim Frühstücksbuffet als auch bei diversen Hauptspeisen eingesetzt werden können. Zudem kann mit vorgebackenen Produkten, die nach dem Auftauen nur noch kurz aufbacken werden müssen, wertvolle Zeit gespart werden.

Backvorgänge optimieren

Für höchste Flexibilität empfehlen sich Kombidämpfer, die die Funktionen Kochen und Backen auf kleinem Raum vereinen, wie die Backmaster Edition des GENIUS MT von Eloma: Die elektrische Türöffnung verhindert ungewolltes Nachbacken. Vorab integrierte Back-, Frühstücks- und Snackprogramme ermöglichen einen einfachen Wechsel zum Backmodus. Der Wechsel in den Kochmodus erfolgt durch einen einfachen Fingertipp. Dank Vario Einhängestell passen auch die GN Behälter zum Kochen in das Gerät.

www.eloma.com

Höchste Qualität und Sicherheit speziell für die Gastronomie



Pane Bianco / White Bread

- zwei saftige, weiche Scheiben
- in praktischer Portionspackung
- keine Kontaminationsgefahr
- kein Produktüberschuss und höchster Frischegrad



Magdalenas, Muffin und Pausa Ciok

- Backwaren in der praktischen Einzelverpackung
- Perfekt als Ergänzung für Ihr Frühstücksbuffet
- Keine Kontaminationsgefahr
- Kein Produktüberschuss und höchster Frischegrad



Best in Gluten Free

DrSchär
Foodservice

Tel. +49 06424 303 772, foodservice.de@drschaer.com,
www.drschaer-foodservice.com

BACKWAREN VON RUSTIKAL BIS TRENDIG

Sandwichbrote

Flaguelines, die großen Sandwichbrote von Edna, werden ähnlich wie Focaccia aus hochwertigem Hefeteig, Hartweizengrieß und Olivenöl hergestellt. Die fertig gebackenen Brötchen eignen sich für kreative Rezepte mit heißen sowie kalten Zutaten. Mit ihrem üppigen 100 g Gewicht sind alle Varianten, darunter Kürbis, Mais, Olive, Natur oder Rustikal,

auch für den großen Appetit geeignet. Mit einem mit Tomaten und Mozzarella vegetarisch belegten Flagueline oder einem rustikalen Rezept mit Krautsalat, Beefpatty und würzigem Senf lassen sich die Umsätze spielend steigern. www.edna.de



Süßkartoffelbrötchen

Die Süßkartoffel ist das Trendgemüse. Die Wunderknolle enthält besonders viele Ballaststoffe, Betacarotin und Vitamin E. Im neuen Hiestand® Süßkartoffelbrötchen sind 11 Prozent Süßkartoffelgranulat enthalten. Der natürliche

Aufriss, das sichtbare Granulat und die aufgestreuten Kartoffelflocken schaffen eine hochwertige handwerkliche Optik. Der nussig-süße Geschmack bietet die Möglichkeit, das Brötchen süß oder herzhaft zu belegen. Das Hiestand® Süßkartoffelbrötchen wird bei Aryzta Food Solutions halb gebacken tiefgekühlt angeboten und 10 - 12 min bei 180 - 200°C im Backofen gebacken. www.aryztafoodsolutions.de



Jour-Rustikal-Mix

Klein und vielseitig zeigt sich die neue rustikale Mischung von Resch & Frisch. Die tiefgekühlten Produkte sind in nur 5 Minuten fertig gebacken und eignen sich sowohl für das Frühstück als auch als Beilage zu diversen Hauptgerichten. Mit den vier Sorten Jour-Kornstangerl, Jour-Kürbiskernweckerl,

Jour-Vintschgerl und Jour-Vollkörnerl findet sich für jeden Gästegeschmack das passende Gebäck. www.resch-frisch.com



GLUTENFREI RUNDUM GUT BEDIENT

Als Experte in der Herstellung glutenfreier Lebensmittel bietet Dr. Schär schon seit etwa 40 Jahren Lebensmittel an, die einen hohen innovativen Charakter besitzen. René Pfitscher, Sales Manager des Dr. Schär Foodservice, über ein Angebot, das auf die Bedürfnisse in der Gastronomie und Hotellerie zugeschnitten ist.



Gastgewerbe-Magazin: Ihre Empfehlung für glutenfreien Brotgenuss?

René Pfitscher: Unser Schär Meisterbäcker Classic überzeugt Gäste mit einer Glutenunverträglichkeit durch seinen feinen Geschmack und feinporige Krume. Unsere italienische Herkunft garantiert zudem dafür, dass wir authentisch italienische Spezialitäten herstellen können. Unser Schär Ciabatta in backfester Aufbackfolie ist, frisch aufgebacken, daher ein echter Genuss für Fans der italienischen Küche.

Neben höchstmöglicher Regionalität achten wir zusätzlich auch auf einen nachhaltigen Anbau unserer Rohstoffe. Wir verwenden für unser Schär Vollkornbrot und die vielen weiteren Schär Backspezialitäten die traditionsreichen Getreidesorten Hirse, Buchweizen und Hafer, die ein besonders innovatives Potenzial für eine gesunde glutenfreie Ernährung in sich bergen.

Worauf ist im Umgang mit glutenfreien Produkten zu achten?

Die Kombination von Frische im Geschmack und Produktsicherheit sind für die bestmögliche Gastzufrieden-

heit elementar wichtig.

Unser Sortiment umfasst daher viele Produkte in Portionspackungen, die Frische sowie die Sicherheit vor Kontamination durch Gluten garantieren. Wir empfehlen die Schär Kaisersemmel in der backbeständigen Portionspackung. Soll es lieber etwas genussfertiger sein, haben wir im Ambient-Sortiment mit unserem Schär White Bread / Pane Bianco ein frisches, vorgeschnittenes Brot in Portionspackungen für Ihre Gäste entwickelt.

Auch Gäste, die Süßes bevorzugen, kommen auf ihre Kosten?

Für süße Verführungen sorgen wir mit dem verzehrfertigen Schär Muffin Choco, ebenfalls in der sicheren Portionspackung – hiervon schwärmen viele Schokolieliebhaber! Für diejenigen, die es lieber fruchtig mögen, hält Dr. Schär Foodservice selbstverständlich auch einiges bereit. Besonders ans Herz legen wir Ihnen unsere herrlich fluffigen und mit Aprikose gefüllten Biskuit-Törtchen, die Schär Magdalenas. Auch sie werden von unserer beliebten Portionspackung sicher verwahrt. **> rp**

www.dr-schaer-foodservice.com



Foto: © Vescom GmbH

DESSINS IM INDUSTRIE-LOOK

Die neue Textil-Wandbekleidungskollektion von Vescom besteht aus 23 innovativen Dessins und fasst das angesagte Thema Industrie-Look auf. Durch die Kombination verschiedenster Techniken wie Bedrucken, Färben oder Beschichten erhalten die Dessins ihren ganz eigenen Stil. „Kai“ besteht beispielsweise aus einem Raster dreidimensionaler Punkte, die ansehnlich angeordnet sind. Von weitem erinnert es mit seiner ganz speziellen Optik sogar an handgefertigtes Leder. Das außergewöhnliche Dessin ist in zehn modernen Farbtönen erhältlich.

www.vescom.de

PRAKTISCHE ZUTATENFLÖTEN

Zu Kaffee, Tee, Snacks und Co. sind Zutaten wie Milch, Zucker, Süßstoff, Senf, Ketchup und Mayonnaise unentbehrlich. Mit den Zutatenflöten von FMU aus transparentem Acryl werden die notwendigen Zutaten in das Sichtfeld der Gäste



Foto: © FMU GmbH

gerückt. Die geräumigen Behälter mit zwei oder vier runden Röhren bieten jede Menge Stauraum und sind praktisch für den täglichen Gebrauch: Mit Hilfe der unterteilten Fächer wird wichtiges Zubehör griffbereit platziert und leicht zugänglich, sodass für Ordnung und Sauberkeit gesorgt ist. Die glatten und abgerundeten Innenwände der Röhren ermöglichen eine leichte und schnelle Reinigung.

www.fmugmbh.de

GASTRONOMIESESSEL

Die Stuhlfabrik Schnieder feiert ihr 100stes Jubiläum und hat ihr Erfolgsmodell - den Vollpolstersessel Tina -

weiterentwickelt. Mit seinem eleganten Vierfüßgestell aus poliertem Aluminium eignet

sich Tina als drehbarer Sessel besonders für Tagungsbereiche und Hotelzimmer. Auch andere Gestell-Formen, etwa mit Trompetenfuß, sind

möglich. Eine Besonderheit ist die Kombination verschiedener Bezüge:

Während Leder im Sitz das Möbel angenehm pflegeleicht macht, passt sich

ein Stoffrücken perfekt dem Interieur an oder sorgt für stimmungsvolle, farb-

liche Akzente.

www.schnieder.com



Foto: © Stuhlfabrik Schnieder GmbH

— Anzeige —

Textilservice
made in
Germany.

www.mietwaesche.de

Greif 
Textile Mietsysteme



Foto: © Jens Oellermann

TEXTIL-SERVICE „MADE IN GERMANY“

Die Extra-Portion Bettwäsche bei einer Vollbelegung ist für ein Hotel genauso wichtig wie die pünktlich verfügbare Textilmenge bei Normalbelegung. Greif Textile Mietsysteme gewährleistet mit dem Textil-Service „Made in Germany“ beides.

Der Wäschebedarf eines Hotels ist variabel. Zu Messe- oder allgemeinen Urlaubszeiten sind viele Häuser ausgebucht, während die Belegung in der Nebensaison nachlässt. Die für ein Hotel damit verbundenen erheblichen Schwankungen bei der Textilausstattung von Hotelzimmer, Wellness-Bereich und Restaurant löst das Miet-System von Greif. Die textile Dienstleistung gewährleistet eine zuverlässige Versorgung mit hygienisch sauberer Bett-, Tisch- und Frottierwäsche in der von einem Hotel oder Gastbetrieb benötigten Menge. Die für diesen Service benötigte Kundennähe, Flexibilität und Schnelligkeit stellt Greif durch sein Bekenntnis zu „Made in Germany“ sicher. Hinter dieser Verpflichtung für die Kunden steht ein bundesweites Niederlassungsnetz an ausgewählten Standorten, branchenerfahrene Ansprechpartner vor Ort, eine eigene Lieferflotte und eine klare Haltung zu hoher Qualität und Nachhaltigkeit.

Service aus nächster Nähe

„Die Voraussetzung für eine reibungslos laufende Textilversorgung sind die regionale Nähe zum Kunden und ein gut ausge-

bautes Logistiknetz“, erklärt Mario Neipp, Leiter Marketing und Innovation bei Greif. „Wir haben uns daher bei allen Niederlassungen für den Standort Deutschland entschieden. Verkehrsgünstig und in unmittelbarer Nähe der Reisehochburgen gelegen, können wir unsere Kunden auf kurzen,

» UNSERE TEXTILLIEFERANTEN HABEN TIEFE EINBLICKE IN IHRE FERTIGUNGSKETTE. «

umweltschonenden Wegen mit den vereinbarten oder zusätzlich geordneten Textilien beliefern. Diese hohe Flexibilität schätzen viele Hoteliers und Gastronomen an unserer Textildienstleistung „Made in Germany“. Und wir halten unseren Gesamtanspruch für die nachhaltigste Lösung.“

Qualität vor Preis

Das steigende Interesse großer Hotelketten und nachhaltig engagierter Häuser an einer transparenten Lieferkette bestätigt Greif Textile Mietsysteme in ihrem Beschluss zum Standort Deutschland. „Immer mehr Kunden wollen die Wege nachvollziehen, die ein Textil von der Herstellung bis zur

Auslieferung geht. Diese Transparenz können wir durch unsere Dienstleistung „Made in Germany“ und die Zusammenarbeit mit ausgewählten, überwiegend europäischen Lieferanten bieten“, sagt Mario Neipp. „Unsere Textillieferanten haben tiefe Einblicke in ihre Fertigungskette. Sie garantieren außerdem Liefer- und Qualitätssicherheit, weshalb wir Überraschungen im Hinblick auf Farbstabilität, Haltbarkeit, Weichheit und Optik stark reduzieren können. Die höheren Kosten für diesen

Mehrwert zahlen sich aus und sind es uns wert.“

Planbare Sonderwünsche

Das enge Miteinander bringt den Hotels einen weiteren Vorteil: Wer eine Wäsche nach eigenen Vorstellungen wünscht, kann auf eine zügige Bemusterung bauen und zusätzliche Beratung in Anspruch nehmen. „Um schneller ans Ziel zu kommen, unterstützen wir das Hotel auch gemeinsam mit Fachleuten unserer Lieferanten. Diesen zusätzlichen Service können wir nur ermöglichen, weil unsere Produzenten – so wie wir – die regionale Nähe bieten.“ > rp

www.mietwaesche.de



BIS ZU 250 TASSEN KAFFEE PRO TAG



Die 33 cm schmale Schaefer Coffee Soul eignet sich für Einsatzbereiche mit hohem Kaffeeoutput, findet dabei auf kleinen Theken Platz und wird dank ihres Gastronomielooks zum Blickfang. Sie zeichnet sich durch Robustheit und leichte Bedienbarkeit aus: Das optional integrierte Milchsystem Best Foam erlaubt die Zubereitung von kaltem und heißem Milchschaum auf Barista-Niveau. Starkem manuellem Gebrauch ausgesetzte Komponenten wie Bohnenbehälter oder der höhenverstellbare Auslauf halten dauerhafter Beanspruchung Stand. Das zum Patent angemeldete Entkalkungssystem Uptime! ermöglicht die Entkalkung direkt durch das Personal. Eine weitere Besonderheit: Die Milchpumpe wurde in die Maschine integriert, so dass der Gastronom frei entscheiden kann, wo die Beistellkühleinheit platziert werden soll. Auf der Kaffeemaschine finden zwei Bohnenbehälter mit je 1.200 Gramm sowie ein Toppingbehälter mit 2.000 Gramm Fassungsvermögen Platz. Für die Echtzeit-Auswertung der Daten steht die digitale Lösung Coffee Link zur Verfügung.

www.schaerer-gmbh.de

— Anzeige —



winterhalter®

Die neuen Untertischspülmaschinen der UC-Serie.

MEISTERSTÜCK

Geschaffen für Sie. Für die Zukunft bereit.

Weitere Infos unter:
www.winterhalter.de/uc

Intuitiv und komfortabel in der Bedienung. Absolut sicher und zuverlässig im Betrieb. Und in jedem Detail von höchster Qualität. Mit der neuen UC-Serie präsentiert Winterhalter die nächste Generation Untertischspülmaschinen. Die UC ist ein Stück Ingenieurskunst. Ein Profiwerkzeug für perfekte Spülergebnisse. Bereit für die Anforderungen von heute und morgen.

KOMPAKTER TROCKENSAUGER

Der neue Trockensauger TS 711 Basic von ELECTROSTAR /starmix verspricht große Leistung bei kompakten Abmessungen und soll die Reinigungsabläufe in Gastronomie und Hotellerie erleichtern: Er lässt sich einfach einhändig transportieren. Verschließbare Kabelhaken mit Platz für ein extra langes 10m-Netzkabel, das dank eines Drehverschlusses schnell wieder abgenommen werden kann, sorgen für Ordnung. Nach getaner Arbeit lassen sich Zubehör und Bodendüse sauber verstauen. Mittels der eingebauten stufenlosen Leistungsregulierung/Eco-Modus lässt sich der TS 711 Basic schnell an die Herausforderungen verschiedener Bodenbeläge anpassen. Die umschaltbare Universaldüse, der 200 cm lange Schlauch inklusive Handgriff und das zweiteilige Saugrohr aus Alu runden den Trockensauger als vielseitiges Einstiegsgerät ab.

www.starmix.de



Foto: © ELECTROSTAR GmbH

BEST PRACTICE

ZUM SAUBEREN GLAS IN 90 SEKUNDEN

Transport und Betrieb stellen auf Weinfesten besondere Anforderungen an die Spülmaschine. Für makellos saubere Gläser setzte das Weingut Hockenberg aus dem badischen Oberderdingen auf die Gläserspülmaschine IsyTech 24-01 von Colged.

Das ganze Jahr über finden diverse Feste rund um Wein statt. Für die Winzer bedeutet ein Stand vor Ort große organisatorische Herausforderungen: Trotz fehlender Küchenzeile und erhöhtem Andrang muss der reibungslose Betrieb gewährleistet sein und jederzeit müssen makellos saubere Gläser für den Ausschank bereitstehen. Umso wichtiger ist somit eine Maschine, die mit kurzen Programmen und einem klaren Ergebnis weitere Arbeiten wie Nachtrocknen und -polieren überflüssig macht.

Konstante Spülleistung

Christine Link, Inhaberin des Weinguts Hockenberg, besucht häufig Weinfeste in der Umgebung. Für den mobilen Gebrauch sollte eine geeignete Maschine angeschafft werden. Diese sollte nicht nur das ge-

wünschte Ergebnis liefern, sondern auch leicht zu transportieren und anzuschließen sein, sodass sie stationär und auf Weinfesten eingesetzt werden kann. Eine der Grundvoraussetzungen war, dass ein nachträgliches Polieren entfallen sollte. Um die beste Option zu ermitteln, ließ sie sich direkt von Robert Simon von Colged beraten. Am Ende entschied sie sich für IsyTech 24-01: „Wir sind hochzufrieden mit unserer Wahl. Die Gläser müssen nicht nachpoliert werden, sie trocknen ohne Wasserflecken. Wir würden uns nicht mehr für eine andere entscheiden“, bestätigt Link, die die Maschine ausschließlich für die Reinigung von Weingläsern verwendet.

Wichtig für ein klares Spülergebnis auf Weinfesten ist vor allem eine konstante Spülleistung auch bei wechselnder Wasserqualität. „In diesem Fall lohnt es sich, eine Wasseraufbereitung vorzuschalten, die auf unterschiedliche Härtegrade und andere vom Wasser abhängige Faktoren reagieren kann. Diese Komponente kommt beispielsweise bei der Maschine von Frau Link zum Einsatz“, erklärt Simon. Mit einem korrekt abgestimmten System oder einer entsprechenden Wasservorbereitung wird die Fleckenbildung effektiv vermieden und die Gläser müssen so nicht nachpoliert werden.

Optimale Eignung für Weingläser

Der Korb der Gläserspülmaschine umfasst 40 auf 40 cm und bietet Gläsern bis zu einer

Höhe von 28,5 cm Platz. „Die Größe ist für Weingläser optimal, was nicht bei allen Anbietern selbstverständlich ist“, führt der Vertriebsleiter aus. Speziell für Weingläser ist die IsyTech 24-01 zudem mit einer geeigneten Auflage lieferbar. So wird die Ansammlung von Wasserresten in den Vertiefungen der Standflächen der Gläser weitestgehend verhindert. Auch ein Aneinanderschlagen der Gläser – das leicht zu Beschädigungen der Oberfläche führen kann – ist mit der Colged-Maschine ausgeschlossen: Das Waschsystem ist so konzipiert, dass die Waschlauge mittels der patentierten Duo Flow-Pumpentechnologie schonend auf das Spülgut gepumpt wird und überhöhte Drücke an den unteren Wascharmern, wie bei herkömmlichen Pumpensystemen, nicht entstehen können.

Vor allem auf Weinfesten ist es von großer Bedeutung, dass die Nachspültemperatur konstant gehalten wird. „Durch den integrierten Thermostop stellt die IsyTech stets die eingestellte Nachspültemperatur sicher, damit es bei niedrigen Außentemperaturen nicht zu Schäden an den Gläsern kommt“, bekräftigt Simon. Auf Wunsch sind auch Spüler mit Kaltwassernachspülung erhältlich, sodass die Gläser nach dem Spülgang nicht abkühlen müssen und sofort wieder verwendet werden können.

Unkomplizierter Transport durch kompakte Ausführung

Für den mobilen Gebrauch sind mehrere Faktoren von Bedeutung: „Das Gerät muss



Fotos: © COLGED Deutschland - Eurotec Srl



nicht nur freistehend und leicht zu transportieren sein, sondern auch in kurzer Zeit ohne große Vorkenntnisse angeschlossen werden können“, schildert Link die Problematik auf Weinfesten. „Gerade deswegen eignet sich die IsyTech besonders für unsere Bedürfnisse – sie ist mit 70 cm Gesamthöhe verhältnismäßig klein und lässt sich dank des 230-V-Anschlusses unkompliziert in Betrieb nehmen.“ Aber auch die stationäre Nutzung ist problemlos möglich.

Bei der Konzeption von Spülmaschinen legt Colged den Fokus auf den Einsatz von anwenderorientierten Technologien: Neben einer robusten Technik schlägt sich das insbesondere in einer einfachen Bedienung über eine Folientastatur nieder. So wird bei der IsyTech-Serie auf unnötige grafische Displays und unübersichtliche Programm-Möglichkeiten verzichtet. „Bei Festen beschäftigen wir je nach Arbeitsaufwand auch Fremdarbeiter, die mitunter für das Starten des Spülganges verantwortlich sind. Das funktioniert aufgrund der einfachen Bedienung in der Regel gänzlich problemlos“, so Link weiter. Dank der voreingestellten

» DIE GLÄSER MÜSSEN NICHT NACHPOLIERT WERDEN, SIE TROCKNEN OHNE WASSERFLECKEN. «

Spülgänge kann dabei leicht auf den Grad der Verschmutzung reagiert werden: „Die Maschine hat drei Spülgänge, wobei die meisten Kunden vor allem den ersten, sehr schnellen Spülgang nutzen, mit dem die Gläser nach nur 90 Sekunden wieder zur Verfügung stehen. Für intensivere Verschmutzungen eignen sich aber besonders die anderen beiden Gänge“, erklärt Simon.

Geringe Betriebsmittelkosten

Die IsyTech-Modelle zeichnen sich durch ein überdurchschnittliches Preis-Leistungs-Verhältnis aus, das unter anderem das Resultat der geringen Betriebsmittelkosten ist. Beispielsweise wird durch das patentierte ArchiMedes-Filterssystem sichergestellt, dass zum größten Teil nur schmutziges Wasser abgesaugt wird und das frische weiterhin im Tank verbleibt. Damit wird gegenüber einem herkömmlichen Standrohr mit maximal 66 Prozent Regeneration der Waschlauge eine Wirksamkeit von 83 Prozent erreicht. So kann das Gerät selbst bei mehreren Spülgängen täglich wirtschaftlich betrieben werden.

Insgesamt fallen bei den Maschinen kaum Reinigungs- und Instandhaltungsarbeiten an. „Nach dem Spülgang wasche ich die Gehäuse kurz mit klarem Wasser ab, ansonsten führe ich keinerlei Instandhaltungsmaßnahmen durch“, bestätigt Link. Bisher waren dank der robusten Bauweise darüber hinaus keine größeren Reparaturen nötig. „Es war uns dennoch wichtig, dass wir, falls etwas beschädigt wird, die Teile leicht über den Fachhandel austauschen können“, so Link weiter. Ab 2018 wurde die IsyTech 24-Serie durch die neue 3.0-Serie abgelöst. Mit ihr wird der ArchiMedes-Filter um eine Teilentleerung ergänzt, sodass die Waschlauge-Regeneration von 83 Prozent auf 100 Prozent gesteigert werden konnte. Eine weitere Feature-Neuheit ist das 3-stufige Waschlauge-Filterssystem, das es ermöglicht, Partikel mit einer Größe von über 0,8 mm aus der Waschlauge herauszufiltern.

www.colged.de

ABFLUSSREINIGER POWER-GEL



Foto: © Diversy

Pro Formula by Diversy präsentiert das neue Domestos Professional Abflussreiniger Power-Gel, hochwirksam gegen hartnäckige Verstopfungen durch Essensreste, Haare, Seife und Fett. Die extra-starke Gelformulierung des neuen Domestos Professional Drain Unblocker Gel entfernt jede Verstopfung in Abflüssen und Rohren in nur 15 Minuten. Selbst hartnäckige Verstopfungen durch Haare und Seife, Fett und Essensreste schafft der Drain Unblocker mühelos. Das Power-Gel sinkt durch stehendes Wasser bis zur Blockade durch und löst sie schnell und effektiv. Außerdem hilft der Domestos Professional Drain Unblocker gegen üble Gerüche aus Abflüssen in Bad und Küche und entfernt deren Ursache. Im Notfall zum Lösen einer Blockade oder regelmäßig zur Vorbeugung: Mit dem Domestos Professional Drain Unblocker bleiben Abflüsse und Rohre durchflussfrei und geruchlos.

www.proformula.com

— Anzeige —



IHR SPEZIALIST FÜR LEBENSMITTELKÜHLUNG SEIT ÜBER 40 JAHREN

Mit den einzigen HACCP-zertifizierten Kühlzellen für höchste Lebensmittelsicherheit



Epta Deutschland GmbH
www.epta-deutschland.com

Follow us on: by Epta





SPÜLMASCHINEN FÜR KOMPROMISSLOSE SAUBERKEIT

Hygienisch sauberes Geschirr, Ergonomie am Arbeitsplatz, Ressourcen, Zeit und Kosten sparen - die richtige Maschine für optimale Spülergebnisse ohne Wenn und Aber.



Foto: © PALUX AG

- ✓ Von drei Seiten zugänglich für beste Spülorganisation
- ✓ Bedienerfreundliche Folientastatur
- ✓ Rotierendes Spül- und Nachspülsystem für höchste Wirtschaftlichkeit und Hygiene
- ✓ Optimierte Filterung der Waschlauge bei sparsamem Energie- und Wasserverbrauch
- ✓ Selbstreinigungsprogramm und herausnehmbares Spülsystem für eine einfache Reinigung
- ✓ Einstiegsmodell GSD 500 und Topmodell GSD 501 als Eck- und Durchschubmodelle erhältlich

www.palux.de



Foto: © MEIKO

- ✓ Zuverlässige Haubenautomatik ohne Kraftanstrengung
- ✓ XL-Variante für zwei Spülkörbe
- ✓ Flexibles Bediendisplay auf Augenhöhe
- ✓ Optionaler Trockentisch für noch schnelleres Aus- und Einräumen
- ✓ Kurze Spülzeiten und schnelle Trocknung
- ✓ Automatische Korberkennung

www.meiko.de



Foto: © Winterhalter Gastronomie GmbH

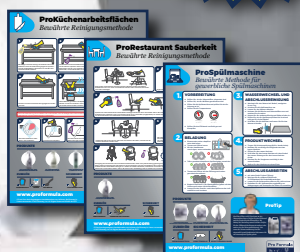
- ✓ Gläser-, Geschirr-, Besteck- und Bistropülmaschine in jeweils vier Maschinengrößen
- ✓ Smartes Touchdisplay, das sich auch mit Handschuhen bedienen lässt
- ✓ Strömungsoptimiertes Spülfeld mit neuer Düsengeometrie reduziert den Wasserverbrauch
- ✓ Digitale Vernetzung der Spülmaschine dank Connected Wash
- ✓ Abnehmbare Spülfelder für eine leichte Reinigung
- ✓ Wasserdruckregulierung VarioPower

www.winterhalter.de

— Anzeige —

DAS REINIGUNGSKONZEPT FÜR DIE GASTRONOMIE! EINFACH, SCHNELL & GRÜNDLICH

**Jetzt gratis
Produkte
anfordern und
Produkttester
werden!**



Das Pro Formula Komplettprogramm beinhaltet nicht nur leistungsstarke, einfach anzuwendende Produkte sondern auch Reinigungspläne, Trainingsunterlagen und Tipps vom Profi. Das Rundum-Sorglos-Paket für Sauberkeit und Hygiene in der Gastronomie!

Jetzt entdecken!
www.proformula.com
Reinigungspläne, Tipps vom Profi und vieles mehr!

Pro Formula

Diversey

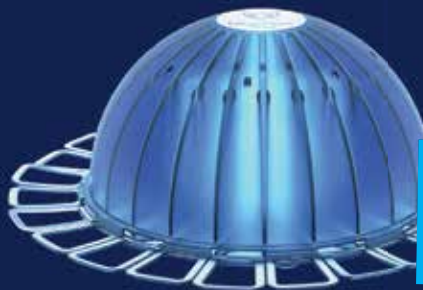


Verstopfte Abflüsse?

Gestank?

Hohe Wasserkosten?

Ihr biologischer Problemlöser
für Urinale und Sanitärbereich.



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

MIT DEM RICHTIGEN WASSER SPÜLEN

Flecken und Schlieren am Geschirr, trübe Gläser und Kalkablagerungen in der Spülmaschine: vermeidbare Mängel - wenn die Qualität des Wassers stimmt.

Im Trinkwasser können diverse Inhaltsstoffe, wie Chlor zur Desinfektion oder Mittel zur Entfernung von Eisen und Mangan, enthalten sein. Dies hat Einfluss auf das Spülergebnis: Mineralien sind die Ursache für Ablagerungen, Flecken und Schlieren am Geschirr; Gläser werden mit der Zeit trüb. Kalk lagert sich auf den Heizstäben der Maschinen ab, Partikel setzen die Ventile zu und Chlor kann zu Bleicheffekten bei empfindlichem Dekor führen. Für ein perfektes Spülergebnis sollte das Wasser möglichst weich sein, also frei von Kalk bildenden Mineralien und anderen Salzen.

Hochglanz dank gefiltertem Wasser

Brita hat speziell für Spülmaschinen zwei Filter im Programm: den Purity 1200

Clean und den Purity 1200 Clean Extra. Der Teilentsalzungsfilter Purity 1200 Clean sorgt für einen Langzeitschutz vor Verkalkung der Maschinen und des Spülgutes. Ein individuell abgestimmtes Filtermedium holt gezielt die Kalk bildenden Ionen aus dem Rohwasser und liefert teilentsalztes Wasser, das überall dort Anwendung finden sollte, wo die Karbonathärte zu hoch ist, der zusätzliche Mineraliengehalt im Rohwasser aber als unkritisch gilt.

Der Vollentsalzungsfilter Purity 1200 Clean Extra steht für die optimale Reinigung von Besteck, Gläsern und Geschirr. Drei individuell aufeinander abgestimmte Filtermedien holen gezielt alle Kalk, Flecken, und Schlieren bildenden Ionen aus dem Rohwasser.

www.brita.de



Foto: © BRITA

Fachschulen / Ausbildung

**KERMESS**
Weiterbildung
im Gastgewerbe

INFO ABENDE
31.01./14.03./
11.04.+11.07.19
19-20 Uhr



Hotelberufsfachschule

- Hotelmeister/-in (IHK)
- Küchenmeister/-in (IHK)
- Restaurantmeister/-in (IHK)
- Fachwirt/-in im Gastgewerbe (IHK)
- Diätkoch/Diätköchin (IHK)

Finanzielle Förderung

- € 1.500,- Meisterbonus der Bayerischen Staatsregierung bei erfolgreichem Abschluss
- 40% Meister-BAföG Aufstiegsförderung bei Weiterbildung nach AFBG

KERMESS Aus- & Weiterbildung
Blumenauer Str. 131 • 81241 München • Tel. 089 82 92 95 500 • info@kermess.de

www.kermess.de

**DHA**
DEUTSCHE
HOTELAKADEMIE

Zeig, was in dir steckt!

MIT UNSEREN BERUFSBEGLEITENDEN WEITERBILDUNGEN

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

www.dha-akademie.de

PAPSTAR ALS „MARKE DES JAHRHUNDERTS“ AUSGEZEICHNET

Als führender Anbieter für Einmalgeschirr und Serviceverpackungen wurde Papstar im Rahmen von „Deutsche Standards – Marken des Jahrhunderts“ ausgezeichnet und gehört damit zu den besten Marken Deutschlands.

Das von Verleger Dr. Florian Langenscheidt und die Zeit Verlagsgruppe herausgegebene Kompendium zeichnet alle drei Jahre jene Marken aus, die als Ikonen der Wirtschaft und im öffentlichen Bewusstsein verankert sind. Im Palais Frankfurt überreichte Dr. Florian Langenscheidt im Namen der „Deutschen Standards“-Jury am 14. November 2018 die Auszeichnung an Einkaufsdi- rektor Markus Mörsch und Marketing Di- rektor Wolfgang Küpper. „Der Pappsteller

und die Pommesschale sind zwei Stücke deutscher Kulturgeschichte“, so die Jury in ihrer Begründung. Das Kompendium hebt dabei den Einsatz von Papstar für die Nach- haltigkeit hervor: „So sorgt Papstar dafür, dass auch zukünftige Generationen mit gu- tem Gewissen seine Produkte nutzen kön- nen – und dass die Kulturgeschichte von Pappsteller & Co fortgeschrieben wird.“ Um Speisen und Getränke praktisch, hygienisch und ökonomisch zu schützen, zu transpor-



tieren und zu präsentieren, bietet Papstar ein Sortiment von gut 7000 überwiegend Ein- malprodukten und Verbrauchsartikeln an.
www.papstar.de

Die nächste Ausgabe von GASTGEWERBE ■ ■ ■ MAGAZIN erscheint am 28. Januar 2019

Ausgabe 1/2 als eMagazin unter gastgewerbe-magazin.de/emagazine



Foto: © silvianta / pixabay.com

Vorschau

Alkoholfreie Getränke

Das große Umsatzpotenzial alkoholfreier Getränke richtig nutzen. Von Innovationen und Klassikern.



Foto: © silvianta / pixabay.com

Vegetarische und vegane Produkte

Der Gast mag es auch grün und gesund: Wie ein vegetarisches und veganes Angebot die Speisekarte bereichert.



Foto: © MEIKO

Abfallsorgung

Der richtige Umgang mit Speiseresten und Co.: Lösungen für eine hygienische und nachhaltige Verwertung.

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 Verlags- gesellschaft mbH, DEHOGA-Center, Hammer Landstraße 45, 41460 Neuss, Tel: 0202/ 24798820, Fax: 02131/ 7518-101 E-Mail: verlag@gastgewerbe-magazin.de Internet: www.gastgewerbe-magazin.de Verlagsleitung: Thomas Lierz

Print & Online Redaktion

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

Petra Fiedler, Fotografin, Tel. 0202/ 247 988-12 E-Mail: petra@schwarzexklusiv.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, Thorwaldsenstraße 17, 80335 München Tel. 089/ 189219-00, Fax: 089/ 189219-01 E-Mail: anzeigen@gastgewerbe-magazin.de

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

Produktion, Controlling, Druck

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

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

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

Bezugspreis

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

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

Angeschlossen der Interessengemeinschaft zur Fest- stellung der Verbreitung von Werbeträgern Sicherung der Auflagenwahrheit.

3. Quartal 2018
Verbreitete Auflage: 31.407
Verkaufte Auflage: 28.485
Abonnierte Auflage: 20.509



Auf der Suche nach digitalen Lösungen? **digital.hoga-hub.de**

Hier informiert die Redaktion des Gastgewerbe-Magazins Sie ausführlich über digitale Themen wie WLAN und ganz neu: Kassensysteme – immer aktuell. Tipps, Expertenmeinungen, Produkte und Anbieter auf einen Blick ersparen Ihnen mühselige Recherchearbeit.


Wir wünschen Ihnen viel Spaß beim Lesen und freuen uns auf Ihr Feedback.

GASTGEWERBE magazin

Nach Themen suchen

Management & Marketing ▾ Finanzen ▾ Recht ▾ Digital ▾ Food & Beverage ▾ Technik & Ambiente ▾ Hubs ▾ Produktmuster

Start > HÖGA Hub > Digitalisierung > Kassensysteme




Was muß beachtet werden, um im Fall einer Kassennachschau keine Probleme zu bekommen?
Alle Antworten finden Sie hier!

Mehr erfahren


Gut aufgestellt: Kassensysteme für die Gastronomie von Morgen

Gastronomischer Erfolg mit System – die Kasse ist eines der wichtigsten Werkzeuge in der Gastronomie: Ein digitales Kassensystem sorgt für flexiblere und effizientere Arbeitsabläufe, erleichtert dem Service die Arbeit und sorgt letztlich für zufriedene Gäste.




(Foto: Ozturk Coskun | iStockphoto.com)

Das ideale Kassensystem für jeden Betrieb



(Foto: Tero Vesalainen | Pixabay.de)

Kaufen oder Leasen? Welche Finanzierung ist ideal?



(Foto: Weedeizign | iStockphoto.com)

Interview: "Die Kasse sollte zukunftsfähig sein"



Frische Ideen – nachhaltige Impulse!



Stellen Sie sich vor ... Sie haben einen Partner an der Seite, der nur so vor Ideen sprudelt. Mit grünen Ideen für die saubere Verwertung von Speiseresten. Mit echten Power-Ideen für den Großeinsatz in Gastronomie, Hotellerie und Gemeinschaftsverpflegungen. Und mit rundum ergonomischen Ideen für leichtes und effizientes Arbeiten. Ein Traum? Nein. Das ist die Welt von MEIKO. Entdecken Sie frische Ideen und nachhaltige Impulse für Ihr Business.

