

GASTGEWERBE MAGAZIN

DAS WIRTSCHAFTSMAGAZIN FÜR GASTRONOMIE UND HOTELLERIE



INTERNORGA

Auf nach
Hamburg!

KÜCHENTECHNIK

Smarte Lösungen
für die Profi-Küche



DER **PROFITESTER**

Hausmesse Transgourmet

DIE ZUKUNFT AKTIV GESTALTEN

Gastronomie und Hotellerie sind seit jeher ständigen Veränderungen unterworfen. Neue Trends entstehen und wirken sich in unseren Betrieben aus, neue Produkte werden von den Gästen verlangt. Das ist für viele von uns eine ständige Herausforderung.

Zum einen müssen wir wissen, was gerade im Trend liegt, welche Innovationen es überhaupt gibt. Wir müssen einschätzen, ob sich diese Trends durchsetzen werden. Und wir müssen entscheiden, ob wir sie in unseren Betrieben umsetzen – ob es Sinn macht und ob sich Investitionen lohnen.

Für viele von uns, die in der täglichen Arbeit im Betrieb mehr denn je eingebunden sind, ist das eine der großen Herausforderungen für die Zukunft. Denn es zeigt sich immer wieder: Wer nicht mit der Zeit geht, geht mit der Zeit. Veränderung und Wandel sind die Schlagworte der Stunde.

Deshalb muss jeder von uns jede Gelegenheit nutzen, um sich über Innovationen und Trends zu informieren – sei es durch den Besuch von Messen, durch die Lektüre einschlägiger Medien oder durch eine ganz individuelle und eigene Trendtour durch Betriebe, die gerade neu eröffnet haben. Das öffnet die Augen und bringt Input für den eigenen Betrieb.

Zum anderen bieten Veränderungen aber auch Chancen. So kann beispielsweise die Digitalisierung dazu beitragen, die Strukturen



so zu gestalten, dass wir mit weniger Mitarbeitern auskommen und mit schlanken Prozessen die Herausforderungen von morgen bewältigen können.

Ich kann nur allen Mut machen, auf Veränderungen aktiv zu reagieren. Man muss ja nicht gleich den eigenen Betrieb auf den Kopf stellen. Aber neue Produkte ins eigene Angebot aufzunehmen, neue Dekotrends umzusetzen sind ein Muss für alle, um die Wünsche und Anforderungen der Gäste zu erfüllen und sie immer wieder neu zu begeistern. Und die Schaffung klarer Strukturen durch digitalisierte Prozesse ist eine der Grundvoraussetzungen für künftigen Erfolg.

Bei allen Veränderungen wünsche ich Ihnen viel Erfolg!

Ralf Barthelmes
Schriftführer

JAHRESABO 40,00 €

inkl. MwSt. und Versand



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

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

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

Anrede ☐ Herr ☐ Frau

Versandadresse

Vorname

Nachname

(optional) Firma

Straße, Nr.

PLZ

Ort

Telefon

E-Mail

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

Bankverbindung

Kontoinhaber

Bank

IBAN

BIC

☒ Bankeinzug

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

INHALT



Intelligente Technik für die Profi-Küche
Foto: © HOBART GmbH



8



18



38



45

MELDUNG & MEINUNG 4

UNTERNEHMER & ENTSCHEIDER 10

- > Genuss mit allen Sinnen 10
- > „Erfolgsgastronomie braucht ein klares Profil“ 11
- > Was bewegt die Branche in Zukunft? 13
- > Professionalisierung: Ohne klar definierte Strukturen geht es nicht 14
- > Expertenmeinung: Stichwort Professionalisierung 15

MESSEN 8

- > Intergastra 2018: Viele Besucher, gute Geschäfte – und die Suche nach digitalen Lösungen 8
- > Ran an die Innovationen – Produkte für die Zukunft 16
- > Internorga 2018: Neuland betreten 18
- > Die Highlights der Internorga auf einen Blick 20
- > Rund um die Internorga 2018: Trends: nachhaltig, digital und einzigartig 22
- > Vegetarisches im Blickpunkt 23

DIGITAL 24

- > Digitalisierungsindex Mittelstand: Das Gastgewerbe kommt voran 24
- > Innovationspreise im digitalen Zeitalter 25
- > EU-Richtlinie für kostenlose Trinkwasser-Abgabe in Restaurants? 26

GETRÄNKE 27

- > Biervielfalt bringt Potenziale an Bar und Gästetisch 28
- > Dauertrend Bier – eine Expertenstimme 29
- > Neues für die Bierkarte 30

FOOD 31

- > Food-Trends & Must-haves 32
- > Verfeinern leicht gemacht: Suppen, Dressing und Gewürze 33

TECHNIK 34

- > Intelligente Technik für die Profi-Küche 36
- > Weniger ist mehr: platzsparende Geräte 37
- > Intelligente Spültechnologie 38
- > Die neue Spülwelt – smart wie nie 39
- > Frontcooking – ein Genuss für alle Sinne 40
- > Best Practice: Küchenumbau als Teil einer Erfolgsgeschichte 41

AMBIENTE 42

- > Ästhetik am Tisch: Porzellan 43
- > Brinner – ein opulenter Frühstückstrend 44
- > Tabletop: Frische Impulse bringt der Frühling 45
- > Frische Designs 46
- > Profi-Must-have: die Kochjacke 47
- > Berufsbekleidung: Auftritt mit Individualität 49
- > Berufsbekleidung. Tipps für Existenzgründer 50
- > Vorschau, Impressum 50

AUFGETISCHT

Ich kann die Enttäuschung der Hoteliers und Gastronomen nach den Koalitionsverhandlungen gut verstehen. Der nach endlos scheinenden Monaten ausgehandelte Koalitionsvertrag geht völlig an den Themen der Branche vorbei. Eine dringend notwendige Flexibilisierung des längst nicht mehr zeitgemäßen Arbeitszeitgesetzes soll nur in tarifgebundenen Unternehmen mit Betriebsrat erprobt werden. Kennen die in Berlin eigentlich die Strukturen der Wirtschaft in Deutschland? Wissen die, dass das Gastgewerbe eine solche Flexibilisierung am dringendsten braucht, aber von kleinen und mittelständischen Unternehmen geprägt ist – eben genau nicht diesen Betrieben, für die jetzt eine Lösung gefunden wurde? Dass die CSU bei ihrem Parteitag im Dezember die Flexibilisierung des Arbeitszeitgesetzes „beschlossen“ hat, es aber nicht durchsetzen konnte, ist dann auch nur noch eine traurige Randnotiz in diesem Koalitions- und Machtpoker.

Dafür haben die Politiker gleich mal selbst gegen das Gesetz verstoßen. Von Nachtsitzungen war die Rede, tagelangen Dauerdiskussionen, einer „Lösung nach 24 Stunden Verhandlungsmarathon“. So etwas haben die müde und erschöpft wirkenden Politiker gleich reihenweise in die Kameras gesagt. 24 Stunden? Nächte lang durchverhandelt? War da nicht was mit dem Arbeitszeitgesetz, das besagt, dass nach acht Stunden Schluss ist mit Arbeit – in Ausnahmefällen nach zehn Stunden? Was für die Bedienung bei einer Hochzeitsfeier und ihren Chef gilt, müsste doch für die Vorbilder in der Politik auch gelten: sich an Recht und Gesetz halten und das Arbeitszeitgesetz einhalten. Und gerade weil sie es am eigenen Leib gespürt haben, dass man Verhandlungen (und auch Feierlichkeiten) nicht nach der Stechuhr abbrechen kann, müssten sie doch merken, dass Handlungsbedarf besteht. Dringender Handlungsbedarf! Nachsitzen bitte!

> Andreas Türk, Chefredakteur



Andreas Türk

KOALITIONSVERTRAG: NIX MIT ARBEITSZEITFLEXIBILISIERUNG

Die Hoffnungen des Gastgewerbes auf eine Flexibilisierung des Arbeitszeitgesetzes im neuen Koalitionsvertrag haben sich zerschlagen. DEHOGA-Präsident Guido Zöllick spricht gar von einer „schallenden Ohrfeige“.



Foto: DEHOGA Bundesverband

Zwar wurden im Koalitionspapier Flexibilisierungsmöglichkeiten bei der Arbeitszeit eingebaut, doch sollen diese Regelungen ausschließlich für tarifgebundene Betriebe gelten, in denen mit dem Betriebsrat eine solche Regelung vereinbart werden kann. Formuliert ist eine Tariföffnungsklausel im Arbeitszeitgesetz, durch die Experimentierräume für tarifgebundene Unternehmen geschaffen werden, um eine Öffnung für mehr selbstbestimmte Arbeitszeit der Arbeitnehmer und mehr betriebliche Flexibilität zu erproben. Die meisten der kleinen und mittelständischen Betriebe des Gastgewerbes werden es in Ermange-

lung eines Betriebsrates also schwer haben, diese Anforderungen zu erfüllen. Guido Zöllick: „Wertschätzung und Anerkennung für den Jobmotor Gastgewerbe sieht anders aus.“ Einziger Lichtblick im Koalitionspapier ist die Tatsache, dass die künftige Bundesregierung den Tourismus als wichtigen Wirtschaftsfaktor anerkennt. Entsprechend zufrieden zeigt sich auch der Deutsche Tourismusverband über das Ergebnis der Koalitionsverhandlungen. Eine nationale Tourismusstrategie hatte der Verband schon länger gefordert, ebenso eine engere Verzahnung der Förderinstrumente von EU, Bund und Ländern.

KEINE EXTRA-GEBÜHREN FÜR KREDITKARTENZAHLUNGEN

Seit Jahresbeginn dürfen Unternehmer keine Gebühr mehr verlangen, wenn der Kunde mit einer Kreditkarte zahlt. Eine EU-Richtlinie verbietet diese Zusatzgebühren für gängige Zahlungsmittel. Dazu zählen auch die gängigen Kreditkarten Visa oder Mastercard, deren Gebühren die EU bereits bei 0,3 Prozent gedeckelt hatte. Ausnahmen

gibt es nur noch für Zahlungsmethoden, bei denen tatsächliche höhere Gebühren anfallen. Darunter fallen die Kreditkarten von American Express und Diners Club, aber auch Zahlungen via PayPal. Die für Kreditkartenzahlungen anfallenden Gebühren müssen alle Unternehmen also künftig in die Kosten einkalkulieren.



MINDESTLOHN KÖNNTE 2019 AUF 9,19 EURO STEIGEN

Der monatliche Index der tariflichen Stundenverdienste ohne Sonderzahlungen ist nach Angaben des Statistischen Bundesamtes (Destatis) im Zeitraum von Dezember 2015 bis Dezember 2017 um 4,8 Prozent gestiegen, meldet der DEHOGA Bundesverband. Die Entwicklung des Tarifindex ist relevant für die Anpassung des gesetzlichen Mindestlohns. Die Mindestlohnkommission hat in ihrer Geschäftsordnung festgelegt, sich bei der zweijährlichen Anpassung des gesetzlichen Mindestlohns an der Entwicklung des Tarifindex zu orientieren und als Ausgangswert für die Anpassung zum 1. Januar 2019 nicht den derzeitigen Mindestlohn von 8,84 Euro, sondern 8,77 Euro zu verwenden. Die bei der erstmaligen Anpassung des Mindestlohns vorgezogene Berücksichtigung eines Tarifabschlusses im öffentlichen Dienst wurde bei diesem niedrigeren Ausgangswert wieder herausgerechnet, damit dieser Abschluss nicht doppelt in die Erhöhung einfließt. Sieht die Kommission „keine besonderen, gravierenden Umstände in der Konjunktur- oder Arbeitsmarktentwicklung“, wird sie der Tarifentwicklung folgen. Unter diesen Voraussetzungen würde der Mindestlohn ab dem 1. Januar 2019 auf 9,19 Euro ansteigen.

UNTERNEHMER-VERSICHERUNG: NEUE HÖCHSTGRENZEN



Foto: © 10255185_880 - iStockphoto.com

84.000 Euro beträgt seit dem 1. Januar 2018 die Höchstversicherungssumme für die Unternehmensversicherung/freiwillige Versicherung bei der BGN (bisher 72.000 Euro). Unternehmer, die weiterhin die höchstmöglichen Geldleistungen im Versicherungsfall in Anspruch nehmen wollen, müssen die neue Höchstversicherungssumme beantragen. Auch die Mindestversicherungssumme wurde zum 1. Januar auf 30.000 Euro angehoben (bisher 28.800 Euro). Alle bestehenden Versicherungen mit der bisherigen Mindestversicherungssumme werden automatisch auf die neue umgestellt.

DER UNTERNEHMER ALS BÜROKRATIE-DOMPTEUR



Illustration: Ulrich Gineiger

GEMA-TARIFVERÄNDERUNGEN 2018

Die Bundesvereinigung der Musikveranstalter (BVMV), die größte Musiknutzervereinigung in Deutschland, in der sich z. B. DEHOGA, HDE und andere Verbände zusammengeschlossen haben, musste im Jahr 2017 erneut Tarife bzw. Tarifveränderungen mit der GEMA verhandeln, die sukzessive 2018 (je nach Fälligkeit der bestehenden Lizenzverträge) zur Anwendung kommen. Bei Veranstaltungen mit Verzehrzwang gelang es dem DEHOGA, die GEMA nun endlich davon zu überzeugen, dass nicht nur Speisen, sondern auch Getränke, die in einem Pauschalpreis inkludiert sind, bei der GEMA-Berechnung in Abzug zu bringen sind!

Hier die wichtigsten Änderungen im Überblick:

✓ Für die Nutzung von Tonträger- und/oder Radiomusik in Sanitäranlagen wurde mit der GEMA ein neuer, einheitlicher Beschallungstarif WR-San verhandelt, der jeweils Herren-, Damen-, Unisex- und ggfls. Behindertentoilette sowie Wasch- und Wickelräume als eine Sanitäranlage umfasst und bei 50 Euro pro Anlage/Jahr liegt.

✓ Der Tarif VR-Ö für die Vervielfältigung von Musik erhöht sich von 0,13 Euro auf 0,14 Euro je Werk bzw. von 55 Euro auf 59 Euro für die 500-Werke-Pauschale.

✓ Der Tarif U-St (Stadtfeste, Straßenfeste und sonstige Veranstaltungen im Freien) erhöht sich geringfügig von 81,55 Euro auf 82,40 Euro je 500 m² Veranstaltungsfläche. Zur Klarstellung: der Anwendungsbereich umfasst öffentliche wie auch private Plätze, wobei ganzjährig oder nur saisonal gastronomisch bewirtschaftete Flächen (z. B. Biergärten) wie auch Festivals oder Konzerte nicht unter diesen Tarif fallen. Bei der Flächenberechnung für „sonstige Veranstaltungen im Freien“ wird zukünftig nur die zur Veranstaltung zugängliche Fläche zugrunde gelegt.

✓ Der Tarif U für regelmäßige Musikaufführungen mit Musikern ohne Tanz, ohne Eintrittsgeld und ohne Veranstaltungscharakter (Barpianistentarif) kommt zukünftig nur noch zur Anwendung, wenn kein elektronisches Musikinstrument und keine elektronische Verstärkeranlage genutzt wird.

Weitere GEMA-Forderungen, die zu Veränderungen und Kostensteigerungen in anderen Tarifen geführt hätten, konnten im Interesse der Verbandsmitglieder abgewehrt werden. Alle weiteren Tarife (z. B. für Einzelveranstaltungen mit Live- oder Tonträgermusik, Hintergrundmusik, Radio, Musik in Musikkneipen oder Discoteken etc.) unterliegen mehrjährigen Einführungsphasen und erhöhen sich entsprechend den in den letzten Jahren getroffenen Vereinbarungen. Die ansonsten noch verbliebenen Tarife (z. B. Fernsehtarif, Hotelsendetarif etc.) erhöhen sich ab 1.1.2018 um 2,0 Prozent.

Über notwendige Strukturveränderungen im Tarif FS (Fernsehen) konnte hingegen keine Verständigung mit der GEMA erzielt werden. Nach einem ergebnislosen Verhandlungszeitraum von fast vier Jahren wird der DEHOGA/die BVMV daher gegen die GEMA im Jahr 2018 ein Verfahren vor der urheberrechtlichen Schiedsstelle einleiten und entsprechende Änderungen und Anpassungen einfordern. Der bestehende Tarif Fernsehen gilt während dieser Zeit unverändert weiter mit allen Vorteilen/Nachlässen für Verbandsmitglieder.

HOTELIER DES JAHRES 2018

Micky Rosen und Alex Urseanu (Roomers-Hotels) sind Preisträger. Ein Special Award geht an DEHOGA Ehrenpräsident Ernst Fischer



Die Erfinder der Roomers-Hotels, Micky Rosen und Alex Urseanu, wurden mit dem renommierten Branchen-Preis „Hotelier des Jahres“ ausgezeichnet. Die beiden arbeiten bereits seit 2002 zusammen und haben aus dem ersten gemeinsamen Hotelprojekt, dem Hotel Bristol in Frankfurt, die Roomers-Hotels entwickelt. Inzwischen umfasst die Gekko Group sieben Hotels mit rund 800 Zimmern, dazu Bars, Restaurants, Boardinghäuser und Immobilien. Insgesamt arbeiten rund 1000 Mitarbeiter in der Firma. Weitere Expansionen sind geplant. Der Juryvorsitzende Rolf Westermann, Chefredakteur der AHGZ – Allgemeinen Hotel- und Gastronomie-Zeitung, begründet die Entscheidung wie folgt: „Rosen und Urseanu zeigen, wie Luxus modern interpretiert werden kann, ohne dabei die Leichtigkeit des Seins aus dem Auge zu verlieren. Sie verbinden Hotellerie mit eindrucksvollen Bar-Konzepten und wegweisender Gastronomie und schaffen damit inspirierende Meeting-Spots, wie man sie in den großen Metropolen der Welt findet.“

Der „Special Award“ ging an den langjährigen Präsidenten des DEHOGA Bundesverbandes, Ernst Fischer. Der 1944 in Geislingen an der Steige geborene Fischer hat als Jugendlicher selbst eine harte Ausbildung erlebt. Von Beginn an war jedoch sein Ziel klar: Er wollte sein eigener Herr werden. Nach seiner Ausbildung zum Koch sowie Küchen- und Serviermeister folgten zunächst Stationen in internationalen Spitzenhäusern wie dem George V. in Paris. Im Jahr 1970 machte sich Ernst Fischer dann selbstständig, von 1976 bis 2012 als Betreiber des Restaurants Rosenau in Tübingen sowie des Landhotels Hirsch in Bebenhausen. Trotz des beruflichen Trubels arbeitet Ernst Fischer seit 1971 ehrenamtlich für den DEHOGA und war bis zum Jahr 2016 Präsident des Bundesverbandes. Fischers Amtszeit von 15 Jahren war unter anderem von Abwehrkämpfen gegen Bürokratie geprägt.

Der „Special Award“ ging an den langjährigen Präsidenten des DEHOGA Bundesverbandes, Ernst Fischer. Der 1944 in Geislingen an der Steige geborene Fischer hat als Jugendlicher selbst eine harte Ausbildung erlebt. Von Beginn an war jedoch sein Ziel klar: Er wollte sein eigener Herr werden. Nach seiner Ausbildung zum Koch sowie Küchen- und Serviermeister folgten zunächst Stationen in internationalen Spitzenhäusern wie dem George V. in Paris. Im Jahr 1970 machte sich Ernst Fischer dann selbstständig, von 1976 bis 2012 als Betreiber des Restaurants Rosenau in Tübingen sowie des Landhotels Hirsch in Bebenhausen. Trotz des beruflichen Trubels arbeitet Ernst Fischer seit 1971 ehrenamtlich für den DEHOGA und war bis zum Jahr 2016 Präsident des Bundesverbandes. Fischers Amtszeit von 15 Jahren war unter anderem von Abwehrkämpfen gegen Bürokratie geprägt.

GUT-HOTELS STARTEN MIT INDIVIDUELLER FIRST-CLASS-MARKE



Die gut-Hotels, der Serviceverbund für Privathotels, starten mit ihrer neuen Marke für hohe Ansprüche ins neue Jahr. Die Anschlusshäuser versprechen ein besonderes Erlebnis und grenzen sich so von der Konkurrenz ab. Was das „Besondere“ sein soll,

lassen die gut-Hotels den Betreibern frei. Ein außergewöhnliches Thema, ein auffallendes SPA-Angebot oder sportliche Ambitionen: Der Kreativität der Hoteliers sind keine Grenzen gesetzt. Die einzige Voraussetzung ist ein Mindestniveau von vier Sternen. Ein paar der oben genannten Besonderheiten treffen auf das erste Collection Mitglied zu. Das 4-Sterne-Hotel absolute gut-Hotels Collection ist ein Business- und Golfhotel im Herzen eines 36-Loch Golf Resorts in der Nähe von Frankfurt/Main. Weitere gut-Hotels Collection Häuser in Deutschland und angrenzenden Ländern sind in Planung.

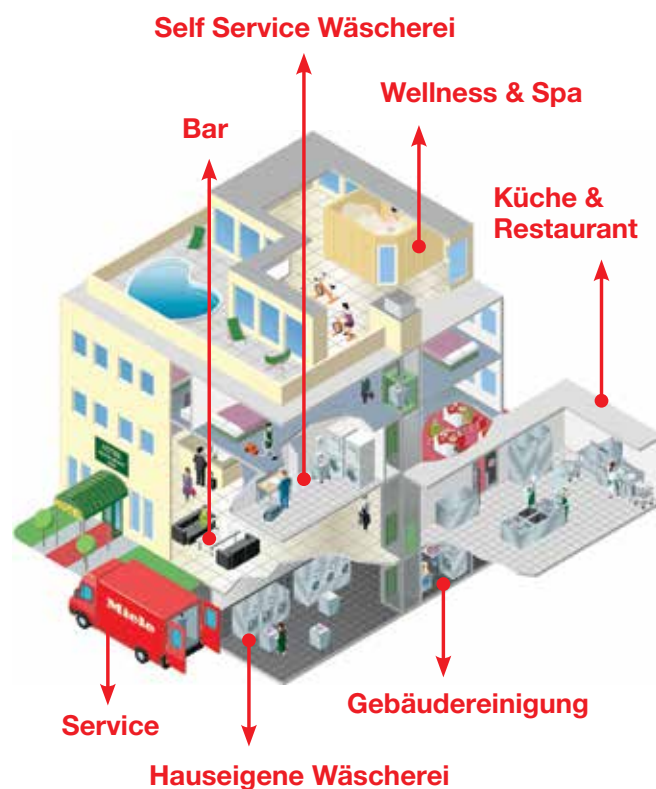
WETTBEWERB FÜR NACHHALTIGEN TOURISMUS

Mit dem Projekt „Katzensprung“, ein vom Bundesumweltministerium gefördertes Projekt, soll der nachhaltige Deutschlandtourismus gestärkt werden, um jüngere Reiseinteressierte anzusprechen. Dazu werden im Rahmen eines Wettbewerbs 50 Leuchttürme des nachhaltigen Tourismus gesucht. Teilnehmen an dem Wettbewerb können alle, die ein außergewöhnliches und klimaschonendes Reiseerlebnis in Deutschland anbieten. Bewerbungsschluss ist am 31.3.2018. www.katzensprung-deutschland.de

SCHNELLERER CHECK-IN FÜR HRS-KUNDEN

Das lästige Ausfüllen des Meldescheines beim Check-in kostet viel Zeit. Deshalb bietet HRS einen neuen kostenlosen Service an und verschickt bereits am Vorabend die vorausgefüllten Meldescheine sowie – wo nötig – das Formular zur Kulturförderabgabe. Diese müssen nur noch ausgedruckt werden. Voraussetzung ist natürlich, dass die Gäste einen My HRS Account besitzen und ihr Profil ausgefüllt haben.

360° Systemlösungen für Hotellerie und Gastronomie



Effiziente Lösungen aus einer Hand

- Wäschereimaschinen für universelle Textilpflege
- Spülsysteme für die Bar, Frühstücksraum und zentrale Spülküche
- Ausgezeichneter Kundendienst ganz in Ihrer Nähe
- Individuelle Finanzierungskonzepte

Intergastra, Halle 3, Stand C55

Infos: 0800 22 44 644
www.miele-professional.de



INTERGASTRA 2018

VIELE BESUCHER, GUTE GESCHÄFTE – UND DIE SUCHE NACH DIGITALEN LÖSUNGEN

Für alle Beteiligten waren es ereignisreiche, inspirierende und vor allem erfolgreiche Messetage. In ihrer 29. Ausgabe konnte die Intergastra erneut einen Spitzenplatz unter den europäischen Fachmessen für Hotellerie und Gastronomie behaupten. Rund 100 000 Besucher aus über 70 Ländern informierten sich bei 1420 Ausstellern über die neuesten Produkte und Trends.

Der hohe Zuspruch sei „eine schöne Bestätigung für die Leuchtturmfunktion der Intergastra“, freute sich Ulrich Kromer von Baerle, Geschäftsführer der Messe Stuttgart. „Die positive Entwicklung der letzten Jahre hat sich auch 2018 fortgesetzt. Das Konzept, ein umfangreiches Produktangebot mit einem attraktiven Rahmenprogramm zu verbinden, überzeugte. Hinzu kommen die guten Wirtschaftsdaten, die allgemein für neuen Schwung in der Branche sorgen.“

Ähnlich begeistert zeigte man sich aufseiten der Partner: „Die Intergastra hat 2018 nicht nur an Größe, sondern auch weiter an Qualität gewonnen“, lobte Fritz Engelhardt, Vorsitzender des DEHOGA Baden-Württemberg. „Das Engagement der Aussteller war beeindruckend und hat deutlich gemacht, welches enorme Innovationspotenzial die Digitalisierung, aber auch viele nicht digitale Neuentwicklungen

für unsere Branche eröffnen. Gleichzeitig hat die starke Resonanz auf unser Fachprogramm gezeigt: Eine starke Messe ist viel mehr als eine Produktschau.“

Digitalisierung im Blickpunkt

Hohe Frequenz herrschte an fast allen Messtagen vor allem im Bereich der Stände, die digitale Lösungen anbieten, sowie klassischerweise in den Food- und Getränke-Hallen. Ging es bei den digitalen Lösungen vor allem darum, den eigenen Betrieb zukunftsfähig aufzustellen und einfache und sichere Lösungen zu finden, herrschte bei Food und Beverage Innovationsstimmung. Die Gastronomen waren auf der Suche nach neuen Produkten, mit denen sie ihre Gäste begeistern können. Neue Geschmacksrichtungen bei Limonaden und Säften, neue Biere, aber auch immer hochwertigere und vielfältigere Convenience-Produkte, die durch einfache

Verarbeitung überzeugen und einen Beitrag zur Bewältigung des Fachkräftemangels leisten.

Digitale Trends gab es übrigens auch dort, wo man es kaum vermuten würde, beispielsweise bei der klassischen Küchentechnik. Auch hier werden die Geräte vernetzt und digital, auch hier werden Prozesse vereinfacht, um mit weniger Personal auszukommen oder Arbeitszeiten verlagern zu können.

Hauptthema im digitalen Bereich waren aber vor allem die Schnittstellen. Für fast alles im Betriebsablauf von Hotellerie und Gastronomie gibt es inzwischen digitale Lösungen. Doch nicht immer sind diese verknüpft, werden Daten ausgetauscht oder sogar Prozesse automatisch ausgelöst. Viele Hersteller nutzten denn auch die Messe, um mit Kollegen über „Brücken“ zu sprechen, über Schnittstellen und Datenaustausch, um die vielen Insellösungen zu verbinden.



Ministerpräsident Winfried Kretschmann, DEHOGA Baden-Württemberg-Vorsitzender Fritz Engelhardt und Messe-Geschäftsführer Ulrich Kromer von Baerle (v.l.).



Der Stand des DEHOGA war für viele Messebesucher eine wichtige Anlaufstelle.

Positive Bewertungen

Bei den Messebesuchern war das Interesse an Lösungen und Investitionsmöglichkeiten mit einem Entscheideranteil von fast 80 Prozent sehr groß, was für die Hersteller Aussichten für gute Geschäfte bedeutet: 39 Prozent der befragten Besucher wollen definitiv investieren, 46 Prozent vielleicht und zeitnah, 54 Prozent in den kommenden sechs Monaten. Das spiegelt die allgemeine Investitionsbereitschaft in der Branche wider.

Von der Breite des Messeangebots voll und ganz überzeugt äußerten sich 86 Prozent. Entsprechend positiv waren auch die Bewertungen der Besucher: Mit einem Durchschnitt von 1,8 erhielt die Intergastra/Gelatissimo von den Besuchern eine gleichbleibend gute Gesamtnote. Gute Voraussetzungen also für die nächste Intergastra, die vom 15. bis 19. Februar 2020 auf der Messe Stuttgart stattfinden wird. **> Andreas Türk**

„SUPER START“ FÜR ENTSCHEIDER-FORUM GASTRO VISION

Wie ein Magnet zieht die Intergastra immer mehr Veranstaltungen an. Premiere feierte in diesem Jahr das Entscheider-Forum Gastro Vision. Ein „super Start“ sei es gewesen, meinte Veranstalter Klaus Klische. „Der Verlauf der Gastro Vision war hervorragend. Im Süden einen zusätzlichen Branchentreff durchzuführen, ist für uns eine logische und gute Investition in die Zukunft – die Intergastra hat sich in der deutschen Messelandschaft einen wichtigen Platz gesichert. Beim weiteren Ausbau in den nächsten Jahren sind wir gern als Partner dabei.“

Und die Bedeutung der Intergastra wird weiter wachsen, denn bei der nächsten Auflage 2020 wird die IKA/Olympiade der Köche nach Stuttgart kommen. Beim Kick-off-Tag reisten schon mal Delegationen aus über 20 Ländern an, um sich mit Gegebenheiten und Reglement vertraut zu machen.



GENUSS MIT ALLEN SINNEN

„Restaurant der Zukunft“ heißt der Wettbewerb, der alle zwei Jahre vom Gastronomie-Report veranstaltet wird. Seit 2004 werden hier Impulse und Visionen für die Gastronomie von morgen gezeigt. So auch bei der neuesten Ausgabe des Wettbewerbs, der auf der Intergastra zu sehen war. Kooperationspartner war das Architekturmagazin BAUMEISTER; Architektur-Studenten aus Deutschland und dem angrenzenden Ausland nahmen an dem Wettbewerb teil.

Prüderie und Verklemmtheit waren gestern! Mit dem Entwurf „Lucullus Palace“, einem Gastro-Palast, in dem die Gäste mit allen Sinnen genießen können, hat das Studententeam Janina Sieber (TU Berlin) und Nick Förster (TU München) den Wettbewerb „Restaurant der Zukunft – Gastronomie 4.0“ gewonnen.

Im Konzept „Lucullus Palace“ sollen die Gäste am Eingang nicht nur ihr Handy, sondern auch ihre Hemmungen abgeben. Dafür erhalten sie eine Maske und können sich danach unerkannt durch das Restaurant bewegen. Zu den Highlights im „Lucullus Palace“ gehört das Durchschwimmen eines kleinen Sees, der nicht mit Wasser, sondern einem Cocktail gefüllt ist. Zur Belohnung erreichen die Besucher den Eingang einer riesigen Ente, in deren Inneren das Paradies wartet. Wie das aussieht, wird leider nicht verraten – das soll sich im Kopfkino abspielen.

„Lucullus Palace“ ist ein Konzept, das polarisiert, Emotionen weckt und für Diskussionsstoff sorgt. Die dahinter liegende Botschaft lautet: Im Restaurant der Zukunft spielt das Stillen von Hunger und Durst eine untergeordnete Rolle. Vielmehr sollen die Gäste in einem unvergesslichen Erlebnis mit allen Sinnen angesprochen werden. Bei der Jury-Sitzung wurde „Lucullus Palace“ zum Sieger gekürt. „Das ist eine fan-

tasievolle, utopische Rückführung auf die Urtriebe“, so der Juror und Gastro-Architekt Philipp Zimmermann.

„Die Nahrungskette“ auf Platz zwei

„Eine sehr urbane Lösung für die Stadt der Zukunft“, so nennt die Jurorin Sabine Schneider das Konzept „Die Nahrungskette“, mit dem Frederick Daniel Leinfelder (TU Berlin) den 2. Platz des Wettbewerbs erreichte. Dieser „Gastro-Tower“ bietet ein Ökosystem unter einem Dach, das vom Produzieren (Urban Gardening und Viehwirtschaft) über das Konsumieren (Kulturcafé, Restaurant und Kitchen-Sharing) bis hin zum Recycling und zur Kompostierung reicht.



Ernährung der Zukunft in der „Seetangstelle“ aufgegriffen

Das Thema „Alles unter einem Dach“ steht auch beim 3. Platz, der „Seetangstelle“ von Marius Westermann (TU Dortmund), im Mittelpunkt. Damit wird eine Ressource, die eine wichtige Rolle bei der Ernährung der Zukunft spielen kann und schon heute von vielen Spitzenköchen weltweit verwendet wird, in den Fokus gerückt. Gesund, eiweißhaltig, lecker: Seegras, Tang und Algen werden in der „Seetangstelle“ aber nicht nur in Miso-Suppen & Co. köstlich zubereitet, sondern an der Hausfront hinter einer grünen Glasfront auch angebaut (mit Wasser, Wärme und Licht) und geerntet.



Fotos: Gastronomie-Report



„ERFOLGSGASTRONOMIE BRAUCHT EIN KLARES PROFIL“

Welche Trends sind für die Gastronomie wichtig? Seit vielen Jahren beschäftigt sich die europaweit gefragte Trendforscherin Karin Tischer mit der Zukunft. Im Exklusiv-Interview mit Gastgewerbe Magazin gibt sie einen Einblick in die aktuellen Entwicklungen. Auf der Internorga präsentiert sie im Trendforum Pink Cube noch mehr Details zu den Trends von morgen.

Gastgewerbe Magazin: Das Außer-Haus-Geschäft boomt, aber immer mehr traditionelle Wirtshäuser schließen. Neue Betriebe mit neuen Konzepten entstehen. Taugt das Alte nicht mehr?

Karin Tischer: Da muss man ein bisschen differenzieren. Zum einen: Neue Konzepte und Entwicklungen sind ganz normal. Wir fahren ja auch nicht mehr mit der Kutsche und ziehen uns an wie im Mittelalter. Die Menschen entwickeln sich weiter, und so entwickelt sich auch die Gastronomie. Gerade die Gastronomie ist sehr lebendig und hat in der Vergangenheit schon oft den Wandel mitgestaltet. 98 Prozent der Innovationen im Lebensmittelbereich kommen beispielsweise aus der Gastronomie und werden dann von der Industrie aufgegriffen.

Zum anderen kann ich es nicht so stehen lassen, dass die Wirtshäuser schließen. Richtig ist: Altbackene Konzepte schließen. Aber wir erleben heute die Wiederentdeckung der Brau- und Wirtshäuser.

Ist Heimat also einer der großen Trends?

Mit Sicherheit. Wir erleben eine Renaissance der deutschen und regionalen Küche. Sie muss aber richtig dargestellt und modern interpretiert werden, ein raffinierter Mix aus traditionellen und jungen Elementen.

Was ist außerdem Trend?

Grundsätzlich muss man sagen, dass es eine große Vielfalt von Entwicklungen gibt und nicht einen großen Trend. Ich will mal ein paar Highlights herausgreifen: Was die Gastronomie besonders beschäftigt, ist die Digitalisierung – auch wenn viele noch nicht wahrhaben wollen, dass es sie betrifft. Eine rasante Entwicklung erleben wir hier

zum Beispiel im Delivery-Bereich, also dem Außer-Haus-Geschäft. Dieser Markt gestaltet sich gerade neu, wächst aktuell um 15 Prozent und betrifft fast jeden.

Was bedeutet das für die Gastronomie?

Jeder Gastronom sollte sich die Frage stellen: Was kann ich außer Haus liefern? Passt es zu meinem Konzept oder wie differenziere ich mich? Dazu muss man sich mit den Speisen auseinandersetzen und über-



Foto: privat

bei der Größe von Restaurants – bis hin zu dem Punkt, dass es Gastro-Konzepte gibt, die gar kein stationäres Restaurant mehr haben, sondern nur noch ausliefern.

Das sind ja eher vertriebliche Trends. Wie sieht es auf dem Teller aus?

Wir haben auf jeden Fall eine Entwicklung, die sich mit „more healthy“ beschreiben lässt. Die Verbraucher sind immer mehr sensibilisiert und informiert, wie sie sich besser und gesünder ernähren können. Gleichzeitig sind die Menschen aber auch in einem Dilemma. Wir sprechen in der Trendforschung von der pseudo-gesunden Ernährung des Verbrauchers. Er weiß eigentlich, wie er sich ernähren muss, hat aber keine Lust, sich konsequent daran zu halten: weniger Fleisch, dafür mehr Geflügel und ungesunde Sünden mit Salat und Joghurt ausgleichen, mal so, mal so.

Die Gastronomie ist auf jeden Fall gut beraten, sich mit den Themen Vegetarisch und Vegan zu beschäftigen und das Thema zu bedienen. Denn klar ist: Der Verbraucher wünscht sich gesunde Alternativen zur Auswahl – selbst wenn er es dann gar nicht wählt. Der Gastronom zeigt aber damit, dass er sich um gesunde Ernährung kümmert – und gibt dem Gast damit schon ein gutes Gefühl.

Was ist Trend bei „healthy Food“?

Aktuell kommen immer mehr alternative Protein-Quellen wie Algen, Saitan und Lupinenprodukte auf die Teller. Auch das Thema „free from“ wird immer wichtiger. Da gibt es für Gluten und Laktose beispielsweise mittlerweile viele Alternativen. Diese gesunden Produkte, wie z. B. Macadamia-, Dinkel- oder Cashew-Säfte als Milchersatz oder die neuen glutenfreien Mehlsorten wie Erbsen-, Linsen, Kicher-

legen, was wie beim Gast ankommt. Ein attraktives Konzept, Umgestaltung des operativen Managements, neue attraktive Verpackungen mit Branding- und Schütteltests zum Transport der Speisen sind gefordert. Hinter diesem veränderten Vertrieb steckt der Trend des Homing, also dass Menschen wieder lieber mehr in den eigenen vier Wänden bleiben wollen. Das hat Folgen für die Gastronomie, beispielsweise



erbsen- oder Teff-Mehl bieten zudem viele Möglichkeiten für neue Geschmacksrichtungen.

Spielt Nachhaltigkeit eine Rolle?

Auf jeden Fall. Von vielen Gästen wird nachhaltiges Wirtschaften als selbstverständlich erwartet und ist Pflichtprogramm, wenn es um Einwegbecher, Verpackungsmaterial oder Lebensmittelverschwendung geht. Das Thema wird aber in Zukunft noch wichtiger!

In diesem Zusammenhang erleben wir in der Küche einen Trend zurück zu den Wurzeln, z.B. die Verwertung des ganzen Tieres „from Nose to Tail“ oder bei den Pflanzen von der Wurzel bis zu den Blättern, von Radieschenblättern bis Sonnenblumenwurzeln. „Zurück zur Natur“ ist eine echte Chance für neue Ideen.

Wie groß sind denn die zukünftigen Chancen für die Gastronomie?

Da kann ich Sie beruhigen: Essen ist total angesagt und zum Lifestyle geworden. Essen ist das neue Shoppen, und Foodies sind die neuen Stilikonen unserer Zeit. Die Leute gehen heute lieber zu einem Streetfood-Festival als zu einem Konzert. Das birgt unheimliche Chancen für die Gastronomie.

Muss man jeden Trend mitmachen?

Nein, muss man nicht. Aber jeder Gastronom muss ein waches Auge haben und immer prüfen, welche Trends ihn und sein aktuelles Konzept berühren. Wo es möglich und sinnvoll ist, sollte man aktuelle Themen aufgreifen. Wenn ich beispielsweise Produkte habe, die sehr delivery-geeignet sind, sollte ich mich diesem Thema stellen.

Neue Automodelle kommen in immer kürzeren Abständen auf den Markt, die technische Entwicklung verläuft exponentiell – wird das auch in der Gastronomie so sein?

Ja, wir erleben in allen Bereichen immer kürzere Lebenszyklen, auch bei den Gastro-Konzepten. Wichtig ist, dass jeder prüft, welches Invest sich lohnt, ob man das Geld wieder erwirtschaften kann. Vor diesem Hintergrund muss man auch die

immer häufiger anzutreffenden Ketten und Franchise-Konzepte sehen, wo versucht wird, durch Multiplikation wirtschaftlich zu sein, gerade in Hinblick auf das Thema Fachkräftemangel.

Woher kommen die Trends? Wo muss ich hin, um zu sehen, was in Zukunft relevant ist?

Wo Trends herkommen, ist sehr unterschiedlich. Als Inspirationsquelle dienen große Fachmessen wie z.B. die Internorga, Intergastra, diverse Fachmagazine und natürlich Trendforschungsreisen, z.B. nach New York, London und einigen asiatischen Zielen.

Wohin wird sich die Gastronomie entwickeln? Was wird erfolgreich sein?

Generell ist wichtiger denn je: Gastronomen brauchen unique Konzepte mit Key-Produkten, beispielsweise ein herausragendes Gericht, für das die Gäste kommen – immer wieder kommen, im Zeitalter von Selfies und Food-Porn die Speise bestenfalls posten und Freunden empfehlen. Um Neues zu probieren, kann übrigens ein Food-Truck teilweise eine einfache und kostengünstige Test-Area sein.

Neben den reinen Produkten spielt das Eatertainment eine wichtige Rolle. Der Gast will unterhalten werden, will etwas erleben, vom Katzencafé in Tokio über ein Restaurant im Wasserfall auf den Philippinen bis zum Speisen im Treibhaus zwischen Salatstauden in den Niederlanden. Übrigens kann die Rolle eines leidenschaftlichen Gastgeber, der im Kontakt mit den Gästen steht, eine große Chance für Einzelgastronomen sein. Je nach passendem Konzept schätzen es viele Gäste, wenn der Gastronom authentisch zu seinen Produkten steht, und möchten ihn als Person sehen und „erleben“.

Für den einzelnen Gastronomen heißt es aber auf jeden Fall, sein Konzept zu schärfen ...

Die Zukunft ist zwar bunt und vielfältig. Das bedeutet aber nicht, dass jeder alles machen soll, sondern vielmehr geht es um ein scharfes Konzept, eine kleine Karte und ein klares Profil.

> Das Interview führte Andreas Türk

Zu food & more

- food & more ist als unabhängiges food-innovation-center international tätig. Karin Tischer, Unternehmerin des Jahres, und ihr dynamisches, fast 30-köpfiges Team sind mit hohem Engagement, viel Leidenschaft und geballtem Food- und Marketing-Know-how für ihre nationalen und internationalen Kunden aus Industrie, Gastronomie und Handel tätig.
- Für den gesamten Out-of-Home-Sektor bietet food & more die Entwicklung von neuen Gastro-Konzepten, Speisekarten, Rezepturen, Promotions und Aktionswochen mit entsprechenden Werbemitteln und Koch-Shows auf Veranstaltungen.

www.food-and-more.de

Das Trendforum Pink Cube

- Auf der INTERNORGA in Hamburg (9. – 13.3.2018)
- Spannende Fachvorträge zu weltweiten Food-Trends (kostenlos)
- Fotogalerie von internationalen Trendforschungsreisen mit spektakulären Food-Kreationen
- Standort Pink Cube: Halle B2.EG, Stand 217

Das Programm des Pink Cube 2018:

Täglich um 11.30 Uhr und 14.30 Uhr: Internationale Trends, Facts & News

- Inspirierende Konzepte zu Food & Beverage
- New international Breakfast
- Tausend und ein Geschmack

Täglich um 13.00 und 16.00 Uhr: Lifestyle | Digital | Food

- Die digitale Revolution 2.0
- New Food Hopping
- Comfort Food: new Bowls

WAS BEWEGT DIE BRANCHE IN ZUKUNFT?

Kaum eine Branche ist einem derartigen Wandel unterworfen wie das Gastgewerbe. Immer neue Trends entstehen und werden in Konzepten umgesetzt. Nicht alles setzt sich durch, doch zeigen gerade die Neugründungen, in welche Richtung sich die Gastronomie entwickeln wird.

Diese Entwicklungen und gastronomischen Gründertrends von heute und morgen haben Orderbird und der Leadersclub in einer Trendstudie ermittelt. Eines ist klar: Die Gründerszene in der Gastronomie pulsiert und es kristallisieren sich immer neue, spannende Trends heraus, die die Branche aufrütteln und gesellschaftliche Entwicklungen aufgreifen.

Dabei ziehen sich – das hat die Trendstudie ergeben – fünf Leit-motive wie ein roter Faden und eine Antriebsfeder durch die gastronomischen Gründungen. Diese sind:

authentisch | innovativ | nachhaltig | sozial | wirtschaftlich

Die Grenzen zwischen diesen Schlagworten verschwimmen. Deshalb finden sich mehrere davon in den verschiedenen Konzepten, die in den letzten zwei Jahren auf dem gastronomischen Markt aufgetaucht sind. In der Umsetzung finden diese Schlagworte Niederschlag in den Themen **Heimat, Verschwendung und Professionalisierung**.

Hier der Link zur kompletten Studie:



gastgewerbe-magazin.de > **Magazin Code 276**

Welche Trends gibt es konkret?

1

Revival des Wirtshauses

Trotz Kneipensterben erlebt das Wirtshaus ein Revival – allerdings in einem neuen, frischen, mutigen und unterhaltungsorientierten Gewand. Das Miteinander, das Besondere und das Ursprüngliche stehen im Zentrum.

2

Mut für Neues

Ganz authentisch erobern die Heimatküchen rund um den Globus die Welt der Restaurants, sei es aus Korea oder Südamerika. Aber auch ganz neue Food-Konzepte sind am Start. Innovative Eiscreme-Konzepte gibt es schon seit einiger Zeit. Neu kommen jetzt mehrwertorientierte Gastronomiekonzepte, in denen Funktion und Effizienz des Essens eine große Rolle spielen. Dazu gehören Begriffe wie Superfood, Functional Food, Gluten-free, vegan oder vegetarisch. „Diese Besonderheiten erreichen den gastronomischen Massenmarkt farbenfroh, stylisch und fern jeglicher Belehrung“, heißt es in der Studie.

3

Grenzen aufheben

Immer öfter werden Gastro-Konzepte zu Vorreitern gelungener sozialer Integration, indem sie brisante Themen wie Flüchtlingsintegration und Inklusion lösungsorientiert umsetzen. Essen erweitert auf solche Weise sowohl den kulinarischen als auch den kulturellen Horizont und auch die Migranten aus aller Welt bringen eine neue Vielfalt und Geschmäcker in die Gastronomie.

4

Sensibilisierung für Ressourcenmangel

18 Millionen Tonnen Lebensmittel landen in Deutschland jedes Jahr im Müll. Gastronomische Konzepte der heuti-

gen Zeit suchen nach Lösungen. „From Nose to Tail“, „Zero Waste“ oder „From Farm to Table“ verfolgen alle dasselbe Ziel: Ganzheitlichkeit. Eine Komplet- und Resteverwertung verhindert, dass Teile und Speisen im Abfall landen, die sich noch hervorragend für kulinarische Hochgenüsse eignen würden. Auch hier geht es um Umsetzung ohne erhobenen Zeigefinger.

5

Regionalität

Kurze Lieferwege und das Wissen über die Herkunft sind ganz wichtige Elemente. Der Trend zu Regionalität, Lokalität und Natürlichkeit geht sogar so weit, dass Restaurants inzwischen ihre Lebensmittel selbst anbauen – in eigenen Gärten oder sogar in den eigenen vier Wänden. Das schafft beim Gast Bewusstsein, Vertrauen und Transparenz für Lebensmittel.

6

Professionalisierung

Die Gastronomie ist anspruchsvoller geworden und die Zeiten unüberlegter Quereinsteiger sind vorbei. Gut durchdacht, analysiert und teilweise in Extremform vorbereitet geht die heutige Gründergeneration ihre gastronomische Selbstständigkeit an. Insgesamt nehmen die unabhängigen Gastronomiebetriebe ab, dafür sind die bestehenden umsatzstärker als früher. Langfristig werden nur die überleben, die auch betriebswirtschaftlich und strukturell gut aufgestellt sind. Dabei spielen betriebswirtschaftliches Know-how und Digitalisierung eine genauso große Rolle wie Führungsqualitäten, Teambuilding und zwischenmenschliche Stärke. Viele Existenzgründer planen bereits vor dem Start des ersten Restaurants gleich mit einer Expansionsstrategie für die Zukunft.

Wir werden uns in den nächsten Ausgaben den einzelnen Trendthemen widmen, diese ausführlich beleuchten, mit Praxisbeispielen veranschaulichen und Experten zu Wort kommen lassen. Los geht es in dieser Ausgabe mit dem Thema Professionalisierung.

PROFESSIONALISIERUNG

OHNE KLAR DEFINIIERTE STRUKTUREN GEHT ES NICHT

Die Zeiten von Zettelwirtschaften und Chaos in Büro und Küche sollten eigentlich der Vergangenheit angehören. Wer in Zukunft erfolgreich wirtschaften will, braucht klare Strukturen, die auf nachhaltigen Erfolg und maximale Optimierung ausgelegt sind.

Diesen Trend zur Professionalisierung haben auch die Macher des Gastro-Gründerpreises registriert. In ihrer Trendstudie heißt es deshalb: „Insbesondere seit 2015 streben immer mehr Gründer bereits im Vorfeld ein Filial- oder Franchise-System oder auch mehrere Läden an“. Die Expansion werde zum integralen Bestandteil der Unternehmensstrategie, um die eigene Idee als Erfolgsrezept möglichst erfolgreich und zahlenmäßig rentabel auszubauen.

Diese Expansionsbestrebungen lassen sich aber nur umsetzen, wenn die Strukturen passen, wenn von Anfang an darauf geachtet wird, dass von der Werbung bis zum Einkauf, von der Bestellung bis zur Buchhaltung alles rechtlich sauber, nachvollziehbar und effizient abläuft. Ein „Mal schauen“ darf es da nicht mehr geben. Deshalb registriert die Jury beim Gastro-Gründerpreis auch „eine extrem starke Professionalisierung unter den Gastronomie-Gründern“. Nahezu nichts werde mehr dem Zufall überlassen – vom Business-Plan vor der Gründung über einen Fahrplan für die Zukunft. „Es wird sich auch nicht mehr davor gescheut, „vom Start weg Expertenhilfe zu holen, wo es nötig ist.“

„Der Gastronom von heute begreift, dass das alte Modell der Personalunion nicht überlebt und keine Erfolgsaussichten hat“, so die Gründer-Studie. Es entstehe ein neues Verständnis des Unternehmertums und Managements im Gastgewerbe.

Was beim Gastro-Gründerpreis für die Innovatoren der Branche gilt, gilt natürlich auch für die etablierten Unternehmer. Auch diese müssen bekannte und vielerorts sicherlich auch bewährte Gedanken über Bord werfen und sich neu aufstellen. Externe Dienstleister, kundige Berater oder eben digitale Lösungen, die wirklich weiterhelfen, sind für das zukünftige Überleben der Betriebe dringend notwendig. Immer mehr Unternehmer klagen über die hohe Arbeitsbelastung, sprechen von 80-Stunden-Wochen und immer mehr Büroarbeit und Bürokratie. Dabei sind das meist die Gastronomen und Hoteliers, die oft noch selbst in der Küche oder an der Rezeption stehen. Es ist sicherlich auch gut und richtig, ein guter und präsenter Gastgeber zu sein. Doch wer diese Rolle spielen will, muss die Strukturen im Hintergrund so gestalten, dass ihm dafür auch Zeit bleibt. Und diese Strukturen setzen ein Höchstmaß an Professionalisierung voraus.

➤ **Andreas Türk**



Foto: privat

BAD APE: FEEL GOOD FOOD AUF HOHEM NIVEAU

Dass im Bad Ape in Köln Profis am Werk sind, sieht und schmeckt man sofort. Für die besonderen Feel-good-Kreationen von Eileen Lehr und Moritz Ochsenbauer muss die Petersilie schon mal frittiert, der Tonkabohnen-Pudding mit Johannisbeeren garniert, die Ochsenbrust 36 Stunden lang geschmort oder der Rucola getrüffelt werden. Wer in dem kleinen Café keinen Platz mehr findet, um die bunten Köstlichkeiten zu genießen, muss nicht verzagen: Die außergewöhnlichen Sandwiches, Salate, Suppen und Desserts gibt's auch zum Mitnehmen und schon bald sogar zum Vorbestellen über die Bad Ape-App. Dabei haben die beiden Gründer klein angefangen: Die Gourmet-Version des Sandwiches verkauften sie aus einem gerade einmal 15 Quadratmeter großen Store in der Kölner Innenstadt. Doch schon ein Jahr später folgte ein zweiter Laden, das Peng Chapelle. Für den dritten Betrieb, ein neues Brauhauskonzept, schlossen sich die Gründer mit der Sünder Brauerei zusammen. Die Brauerei profitiert von den Ideen der Gründer, diese wiederum von einem finanzstarken Partner.

EXPERTENMEINUNG

STICHWORT PROFESSIONALISIERUNG

Fragen an Professor Thomas Meuche zur Professionalisierung der Betriebe

Gastgewerbe Magazin: Warum ist Professionalisierung heute so wichtig?

Thomas Meuche: Wir erleben, dass die Anforderungen der Behörden an die Betriebe immer höher werden. Das fängt bei der Allergenkennzeichnung auf der Karte an, setzt sich bei der Kasse und der Buchhaltung fort und hört bei diversen Dokumentationen noch lange nicht auf. Ein „Durchwursteln“ gibt es da nicht mehr. Nur wer in seinem Betrieb klare Strukturen hat, kann all diese Anforderungen erfüllen. Gleichzeitig geht es aber auch um die eigene Arbeitsweise. Nur wer hier professionell aufgestellt ist, seine Zahlen kennt und analysiert und entsprechend reagiert, kann den Überblick behalten und langfristig Erfolg haben.

Welchen Beitrag kann die Digitalisierung dabei leisten?

Die Digitalisierung ist einer der Schlüssel zur Professionalisierung. Zum einen schafft sie die Strukturen, die heute nötig sind, zum anderen kann die Digitalisierung – wenn sie richtig eingesetzt wird – zu einer erheblichen Zeitersparnis führen – Zeit, die der Unternehmer dann wieder für andere Aufgaben oder den Kontakt zum Gast nutzen kann. Reduziert die Digitalisierung den Aufwand, kann das auch ein

Beitrag zur Bewältigung des Fachkräftemangels sein, denn automatisierte Prozesse binden weniger Personal.

Was muss man bei der Digitalisierung beachten?

Digitalisierung darf kein Mehraufwand oder Selbstzweck sein. Man muss klare Ziele formulieren und diese konsequent umsetzen. Allerdings warne ich vor Insellösungen, also individuellen Software-Lösungen für einzelne Themen. Das führt zu erheblichem Mehraufwand und birgt Fehlerquellen. Aus meiner Sicht sind integrierte Lösungen mit modularem Aufbau die einzige Chance für Unternehmer, von der Digitalisierung langfristig zu profitieren. Je besser die Integration mit Lieferanten und Gästen, desto weniger Aufwand entsteht für die Datenpflege, denn diese kommen dann über die Produktkataloge oder die Eingaben durch den Gast. Die Verbräuche werden mit der Buchung in der Kasse erfasst und Aufzeichnungen z.B. der Kühltemperaturen erfolgen ebenfalls über das automatisierte Auslesen der Daten. Ein integriertes System bringt nur diese Daten in Verbindung und ermöglicht so jedem Gastronomen auch ohne IT-Kenntnisse einen schnellen Überblick über seinen Betrieb.

> Die Fragen stellte Andreas Türk

Thomas Meuche ist Professor für Betriebswirtschaft an der Hochschule Hof. Er begleitet Unternehmen als Beirat und berät sie in Fragen der Strategieentwicklung und Prozessoptimierung. Als Gesellschafter der ServicePlus GmbH setzt er sich seit zwei Jahren intensiv mit der Digitalisierung der Gastronomie und deren Lieferanten auseinander.



DIGITALE DIENSTE AUF DEM VORMARSCH

Eine OpenTable-Umfrage zeigt, was deutsche Restaurantbesucher von den Top-Technologietrends in der Gastronomie halten. Dabei haben die Experten vom weltweit führenden Anbieter für Restaurantreservierungen herausgefunden, dass Automatisierungen am Tisch für die Gäste ganz oben auf der Wunschliste stehen: Per Knopfdruck bestellen oder auch bezahlen – das ist für die Befragten eine gute Idee und damit der Top-Trend in dieser Befragung. 44 Prozent würden die Möglichkeit begrüßen, mit Kreditkarte oder bargeldlos direkt auf dem Smartphone bezahlen zu können. Geräte, die automatisch herausfinden, wer am Tisch welchen Anteil des Gesamtbetrags bezahlen sollte, wünschen sich ebenso viele Menschen. Zudem würden 40 Prozent gerne per Touchscreen-Speisekarte automatisch bestellen. Zukünftig dürfte die Abwicklung dieser restauranttypischen Abläufe dank Automatisierung deutlich vereinfacht werden.

Kritischer stehen die Befragten den Möglichkeiten der virtuellen Realität gegenüber. Gerade einmal 4,5 Prozent der Befragten glauben, dass Restaurantenerlebnisse in der virtuellen Realität ihren Restaurantbesuch bereichern könnten. Ebenso kritisch wird der Einsatz von Robotern gesehen, den 79 Prozent der Befragten ablehnen. Zu groß seien die Einbußen bei Gastfreundschaft und Restaurantgewerbe. 11 Prozent der deutschen Gäste war es hingegen egal, von wem sie ihr Essen serviert bekommen – Hauptsache, sie bekommen es. Und gerade einmal 4 Prozent würden Robotik begrüßen. Erst langsam bahnen sich die neuen Technologien ihren Weg in die Gastronomie, doch im Laufe der nächsten Jahre wird sicherlich der ein oder andere Gast erstaunt sein, was ihm sein Restaurant bietet, bilanziert OpenTable die eigene Umfrage.

RAN AN DIE INNOVATIONEN



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

Alle Produkte zum Testen auf www.derprofitester.de

Die hier vorgestellten Produkte sind auch Teil einer Fachmesse, die **Transgourmet am 12. April in Bremen** veranstaltet. Das Team von DerProfitester sorgt dort in der Newcomer-Area für eine Ausstellung innovativer Unternehmen – sowohl kreative Start-ups als auch Manufakturen, die bio, regional oder nachhaltig produzieren sind dort vertreten.

Swarm

Ein Fitnessriegel mit qualitativ hochwertigem sowie nachhaltigem Protein aus Insekten. Nur mit natürlichen Zutaten und ideal für die Regeneration nach dem Sport bietet Swarm als erster Anbieter auf dem deutschen Markt eine ganz neue Energiequelle, die sich durch einen hohen Proteingehalt, wichtige Mikronährstoffe, aber vor allem nachhaltige Produktion auszeichnet, weil Insekten nur einen Bruchteil der natürlichen Ressourcen im Vergleich zur Viehhaltung verbrauchen.



Cucumis

Cucumis ist eine neue Generation Limonade, die aktuell in den Geschmacksrichtungen Gurke, Lavendel und Kamille erhältlich ist. Die zuckerfreie Limonade erklärt sich selbst, ist gekennzeichnet durch beste Zutaten sowie ein zeitloses Design. Cucumis ist nachweislich die erste Gurken-/Lavendel-/Kamillenlimonade Europas in der Flasche und hat einen enormen Trend ausgelöst.



Lizza

Lizza ist eine echte Pizza-Alternative, die den Puls der Zeit trifft. Frei von Zusatzstoffen und Allergenen, vegan, Low-Carb sowie aus hochwertigen Rohstoffen in Bio-Qualität hergestellt. Dazu ist sie dank einer revolutionären Zusammensetzung eiweiß- sowie ballaststoffreich, aber auch kalorienreduziert. Und dann auch noch lecker. Von Lizza gibt es auch Low-Carb Wrap und Low-Carb Pasta.



PRODUKTE FÜR DIE ZUKUNFT



Helga

HELGA ist ein Erfrischungsgetränk mit Chlorella-Alge. Eine Flasche deckt 25 % des Tagesbedarfs an Vitamin B12 und ist mit nur 13kcal/100ml kalorienarm. HELGA ist eine gesunde Alternative zu zuckerlastigen Limonaden.



Kaffee Cold Brew

Das neue Produkt „KAFFEE“ von Lycka ist ein 24 h kalt gebrühter Kaffee (sog. Cold Brew) mit fair gehandelten Bohnen aus Peru, Honduras und Indonesien. Es ist erhältlich in der klassischen Variante „KAFFEE Schwarz“ (98 % echter Kaffee, 2 % Kokosblütenzucker) und in der veganen Milchvariante „KAFFEE Latte Vegan“ (80 % echter Kaffee, 18 % Reismilch, 2 % Kokosblütenzucker).

Grillido

Grillido ist der Gourmet-Mix für ernährungsbewusste Feinschmecker mit hochqualitativen Geflügel-, Schweine- und Rinderwürsten. Sie zeichnen sich durch einen sehr geringen Fettgehalt von nur 5 bis 10 Prozent aus, aber mit umso mehr Geschmack. Deshalb sind die Nährwerte ein großes Alleinstellungsmerkmal von Grillido.



Büdel

Büdel erfüllt das Bedürfnis nach hochwertigem Tee in Bioqualität und bietet für den preissensiblen Gastronomen hochwertige Feinschnitte, die konsequent bio-zertifiziert sind und auf Nachhaltigkeit setzen.



Bio Kombucha (RAW)

Mit aktuell drei KombuChas (Ingwer, Nanaminze, Granatapfel), dem Trendgetränk in den USA, und drei Crafted Teas (Touareg Mint à la Maroc, LemonGrass à la Vietnam, GenmaiCha-Japan) erfrischt Bio Kombucha Menschen, die sich in ihrem aktiven, urbanen Alltag gesund ernähren und belohnen wollen. Das Credo lautet deshalb: „HealthStyle meets LifeStyle“. Natürlich sind alle Produkte 100 Prozent bio und vegan, vor allem aber Raw, also aus lebenden Kulturen, die nicht durch Pasteurisierung abgetötet werden.



The Earl Spirit

The Earl Spirit ist die weltweit einzigartige Schwarzteespirituose und eine echte Alternative zu Gin. Kennzeichen sind intensive Teearomen. Mit Bitter Lemon lässt sich ein besonderer Aperitif mischen, der es mit den Gin & Tonics, Aperol Sprizz und Pimm's dieser Welt locker aufnehmen kann.

Limai

Limai ist eine beerig-herbe Erfrischung mit Açaí, Ingwer und Guarana auf Schwarztee-basis und ist dank des herben Geschmacks und des geringen Zuckeranteils ein echtes und zeitgemäßes Erfrischungsgetränk.



Fotos: Hersteller, © iropba - iStockphoto.com

INTERNORGA 2018: NEULAND BETRETEN

Innovationen und neue Ideen sind gefragt, um die Branche voranzubringen. Nicht nur deshalb hat die Internorga, die vom 9. bis 13. März 2018 in Hamburg stattfindet, ein klares Motto ausgegeben: „Neuland betreten“. Die Besucher erwartet fünf Tage lang eine Welt voller Inspiration mit visionären Konzepten und richtungsweisenden Innovationen.

Der Besuch in den Hamburger Messehallen ist ein Muss für viele Unternehmerinnen und Unternehmer aus der Branche, ein Pflichttermin für Marktführer, Top-Entscheider und Newcomer. Wie im Vorjahr werden 2018 erneut über 1300 internationale Aussteller erwartet, die in den thematisch geordneten Hallen ihre Produkte und Innovationen vorstellen. Claudia Johannsen, Geschäftsbereichsleiterin bei der Hamburg Messe und Congress GmbH blickt mit Vorfreude auf die Internorga: „Wir wollen unsere Fachbesucher mit exklusiven Einblicken und Produktinnovationen begeistern. Dafür stehen wir im engen Austausch mit der Branche und den Ausstellern. Dank ihrer Insights können wir Innovationen des gesamten Außer-Haus-Marktes präsentieren, wichtige Impulse geben und einen europäischen Branchentreffpunkt bieten.“

Wegweiser zu den Trends

Dieses Konzept wird nicht nur an den einzelnen Ständen sichtbar, sondern in den Sonderbereichen, in denen die Messe innovative und wichtige Themen zusammenfasst: Newcomer, Craft Beer, BBQ – und in diesem Jahr eine neue Area für Craft Spirits, um nur einige zu nennen. Ergänzt wird dieses Programm durch hochkarätige Kongresse und Veranstaltungen sowie Wettbewerbe.

Doch es ist nicht nur die Messe allein, die die Reise nach Hamburg lohnend macht. Die Stadt an der Elbe ist ein spannender Hotspot für innovative Konzepte aus Hotellerie und Gastronomie. Diese zu erleben, lässt sich ideal mit einem Messebesuch verbinden.

> atk

www.internorga.de





Foto: Michael Zapf

DIGITALISIERUNG IHRES GASTRO- BETRIEBS



**Internorga, Hamburg:
Halle B3.EG, Stand 110**

PROZESSE OPTIMIEREN UND VEREINFACHEN

Vectron-Kassen unterstützen Sie bei der Digitalisierung Ihres Unternehmens:

- ✓ Flexible Software
- ✓ Zahlreiche Hard- & Software-Schnittstellen
- ✓ Analyse- und Reporting-Tools
- ✓ 100 % finanzamt-konform & keine Probleme bei Kassen-Nachschaun



INTERNORGA AUF EINEN BLICK

9 bis 13. März 2018 | täglich: 10 Uhr - 18 Uhr | Messegelände Hamburg

Eintrittspreise

Tagesticket:	32,50 Euro (gültig ab 10:00 an einem beliebigen Tag während der Messelaufzeit)
Zwei-Tage-Ticket:	41,50 Euro (gültig an zwei unterschiedlichen Tagen ab 10 Uhr während der Messelaufzeit)
Tagesticket Fachschüler, Fachstudent:	17,00 Euro (nur an der Tageskasse gegen Vorlage eines Schülerscheines)

Eingänge:	Eingang Mitte (Halle A1) Eingang Ost (Halle B4) Eingang Süd (Halle B6) Eingang West (Halle A3)
------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------

Alles Infos auch in der App:

- Ausstellerverzeichnis
- Angebotsverzeichnis
- Produkt- und Markenverzeichnis
- Thementouren
- Alle Rahmenprogramme
- Aussteller- und Messe-News
- Interaktiver Hallenplan (inkl. „Wo bin ich“-Funktion)
- Rahmeninfos (Anreise, Öffnungszeiten, Preise, Besucherservices u.v.m.)

Download unter www.internorga.de

KOSTENLOSE VORTRAGSREIHE

Eine Kooperation von
deimel Steuerberatungsgesellschaft & VECTRON

Termine: Mo., 12.03. und Di., 13.03., jeweils 11:30 und 15:00 Uhr

Ort: B6.2, Halle B6

Anmeldung unter
www.vectron.de/anmelden



Leading in POS Technology
200.000 Installationen

www.vectron.de



DIE HIGHLIGHTS DER INTERNORGA AUF EINEN BLICK

Mit einer ganzen Reihe von Sonderschauen und Veranstaltungen, Verleihungen und Kongressen versorgt die Internorga die Besucher mit aktuellen und trendorientierten Themen. Dort vorbeizuschauen und Informationen für den eigenen Erfolg abzugreifen, ist ein absolutes Muss für die Messebesucher.

Specials

Neu: Craft Spirit Lounge | Halle B4.0G

Handgemacht ist Trend. Neben der beliebten Craft Beer Arena geht die Internorga mit der Craft Spirit Lounge an den Start. Hier dreht sich alles rund um handgefertigte Spirituosen. In entspannter Atmosphäre werden Genuss und Leidenschaft für Hochprozentiges vereint und gekonnt in Szene gesetzt. Produzenten edler Destillate wie Gin, Whiskey, Rum, Obstbrand oder Wodka präsentieren hier ihre Produkte in einem einzigartigen Umfeld.

Grill & BBQ Court | Halle A2 und Freigelände zwischen A2 und A3

Grillen und BBQ stehen bei Gastronomen hoch im Kurs. Mit dem Grill & BBQ Court stellt die Internorga gemeinsam mit dem Partner Grill-Kontor Hamburg den spannenden Gastro-Trend in den Fokus. Zahlreiche Aussteller präsentieren in Halle A2 und auf dem Freigelände ihre Innovationen und Produktneuheiten: Das technische Angebot reicht von klassischen Grillgeräten über BBQ-Smoker, Dry-Aging-Kühlschränke bis hin zum passenden Cate-

ring-Equipment. Auf dem Freigelände der A-Hallen wird ordentlich eingeheizt: Das hochwertige Rahmenprogramm hält Tastings und Live-Showgrillen bereit.

Newcomers Area | Halle B4.0G

Die Newcomers Area auf der Internorga ist für Fachbesucher Pflicht und Kür zugleich. Sie gilt als eines der absoluten Messe-Highlights, denn innovative Konzepte und Ideen werden hier erstmals der Branche präsentiert und haben die Chance auf ihren großen Durchbruch. Insgesamt präsentieren über 20 Newcomer sich und ihre Produkte. Das Angebot reicht von außergewöhnlichen Serviceleistungen bis hin zu internationalen Food- und Getränkeinnovationen.

Food Truck Village | Messevorplatz Eingang Mitte

Vorhang auf für Gaumenfreuden pur: Auch im Jahr 2018 öffnet das Internorga Food Truck Village seine Pforten und macht auf dem Messevorplatz Station. Neben leckeren kulinarischen Angeboten erhalten die Besucher beim „Truckers Talk“ wertvolles Know-how aus der mobilen Praxis.

Craft Beer Arena | Halle B4.0G

Handgebrautes Bier ist beliebt wie nie. Mit der Craft Beer Arena zeigt die Internorga, mit welchen neuen Bier-Kreationen Gastronomen ihre Gäste beeindrucken können. Über 30 kreative Unternehmer präsentieren sich, darunter sowohl Brauer, die von Anfang an die Treue halten, als auch viele spannende Neuentdeckungen. Es werden nationale, aber auch internationale Craft-Bier-Brauer zu sehen sein, die ihren Vertrieb in den deutschen und europäischen Markt von der Internorga aus starten.

— Anzeige —

**MIT KLEINEN BÄDERN
GRÖSSE ZEIGEN**

GÄSTEBÄDER DER BESONDEREN ART
BERATUNG · PLANUNG · BAU

WWW.KOENIG-BAEDER.DE
TELEFON (03 52 05) 60 30

KÖNIG BÄDER



Trendbühne und Branchentreffpunkt

Pink Cube | B2.EG

Der Pink Cube ist Trend-Instanz für Gastronomen und Bäcker und einer der zentralen Besuchermagneten auf der Internorga. Karin Tischer, renommierte und europaweit gefragte Trendforscherin und Inhaberin von food & more, verschafft Besuchern einen schnellen Überblick über die angesagtesten Food-Trends weltweit und präsentiert darüber hinaus spannende Produkte und wegweisende Konzepte.

Café FUTURE live | Foyer Ost EG

Hospitality-Lounge und Denk-Bar der Profi-Gastronomie: Das Café FUTURE live erstrahlt im neuen Look und ist der Branchen-Treffpunkt auf der Internorga – innovativ und kommunikativ. Kulinarisch kreative Kostproben, coole, entspannte Atmosphäre, echte Gastfreundschaft und spannende Talkrunden (drei Tage lang, immer um 12 Uhr) mit drei bekannten Branchengrößen.

SKYWALK Tafel | Gläserne Brücke zwischen A- und B-Hallen

Welche Tischdekoration darf es sein? Die Internorga zeigt, was angesagt ist in Sachen Table-Top und welche neuen Trends auf den Tisch kommen. Namhafte Hersteller präsentieren auf der 30 Meter langen Skywalk-Tafel auf der gläsernen Brücke zwischen Halle A1 und Halle B1 außergewöhnliche Ideen und bieten jede Menge Inspiration, wie Tischdekoration eindrucksvoll in Szene gesetzt werden kann.

DEHOGA Club | Halle B4.OG

Der DEHOGA Club der Landesverbände Bremen, Hamburg, Lippe, Niedersachsen, Sachsen-Anhalt und Schleswig-Holstein im Foyer Halle B4 Obergeschoss ist Treffpunkt für die Hotellerie und Gastronomie.

Awards, Nachwuchsförderung und Live-Entertainment

Internorga Zukunftspreis | Handelskammer

Donnerstag, 8. März 2018, nur mit Einladung

Neu: Deutscher Gastro-Gründerpreis | Eingang Mitte, Saal Chicago

Freitag, 9. März 2018, 15 Uhr

Neu: Deutscher Vorentscheid für die Pizza-Weltmeisterschaft |

Halle A2 Montag 12. März 2018, 10 Uhr

Next Chef Award by Internorga | Foyer Ost OG

Challenge 1: Samstag, 10.03. 14.00 bis 17.00* Uhr

Challenge 2: Sonntag, 11.03. 14.00 bis 17.00* Uhr

Challenge 3: Montag, 12.03. 11.00 bis 14.00* Uhr

Finale: Montag, 12.03. 15.00 bis 17.30* Uhr

(*Änderungen der Uhrzeiten vorbehalten)

Kongresse

37. Internationales Foodservice-Forum | Mehr! Theater am Großmarkt

Donnerstag, 8. März, 10.00 bis 18.00 Uhr

Deutscher Kongress für Gemeinschaftsgastronomie | Hamburg Messe,

Saal Chicago Montag, 12. März, 9.30 bis 14.30 Uhr

8. Internorga-Forum Schulcatering | Hamburg Messe, Saal Chicago

Dienstag, 13. März, 9.30 bis 14.00 Uhr

— Anzeige —



JETZT MIT MODERNEM TEEGENUSS BEGEISTERN



Besuchen
Sie uns!

**INTER
NORGA**

Halle B2.EG
Stand 218



RUND UM DIE INTERNORGA 2018

TRENDS: NACHHALTIG, DIGITAL UND EINZIGARTIG

Reisen und die Welt entdecken ist nach wie vor eine der beliebtesten Freizeitbeschäftigungen der Deutschen. Hotels boomen und die Zahl der Übernachtungen steigt. Doch Innovationen sind gefragt – und die gibt es auf der Internorga zu sehen.

„Individualität, Authentizität und Storytelling sind die drei Schlagworte für ein zukunftsfähiges Hotel“, weiß Corinna Kretschmar-Joehnk, Innenarchitektin und Geschäftsführerin von JOI-Design, einem der führenden europäischen Innenarchitektur- und Design-Studios. „Die Gäste werden anspruchsvoller. Sie können heute per Mausklick unzählige Hotels online anschauen und miteinander vergleichen. Umso wichtiger ist es, dass Hoteliers ihren Gästen Neues bieten und sich vom übrigen Angebot klar differenzieren.“

Hygge und Nachhaltigkeit sind in Skandinavische Gastlichkeit, besser bekannt unter dem dänischen Lebensgefühl Hygge, und der Wunsch nach Nachhaltigkeit haben die Hotelbranche erreicht. Beides spiegelt sich in der Ausstattung und im Gesamtkonzept wider. Natürliche Farben, Formen und Materialien wirken beruhigend und strahlen Gemütlichkeit aus – so setzen nicht nur nachhaltigkeitsorientierte Hotels auf Naturstein, Holzelemente, Bio-Textilien oder Solarmodule. Weiterhin von großer Relevanz sind Produktionsstandorte sowie Herstellungsprozesse, die im Zusammenhang mit Umweltschutz und einem verantwortungsbewussten Umgang mit Ressourcen immer stärker in den Fokus rücken. Auf der Internorga gibt es deshalb Hersteller von wasser- und energiesparenden Systemen oder Betten, Matratzen und Textilien aus natürlichen

Materialien zu sehen. Impulse für neue naturnahe Wohlfühl-Einrichtungskonzepte liefern zahlreiche Raumausstatter, die auf nachwachsende Rohstoffe setzen.

Einzigartigkeit

In ist, was gefällt und die Zielgruppe anspricht. „Die vorherige Zielgruppendefinition ist bei der Erstellung des Gesamtkonzepts essenziell. Dabei ist es nicht mehr so einfach wie früher: Die Grenzen zwischen Stadthotel und Urlaubshotel verschwimmen“, erläutert Innenarchitektin Corinna Kretschmar-Joehnk. Design und Farbgebungen sind entscheidende Faktoren und Differenzierungsmerkmale in der Hospitality-Branche. Einzigartige Gestaltungselemente tragen dazu bei, Geschichten zu erzählen, und begeistern darüber hinaus die Gäste,

was sich auch in den sozialen Netzwerken widerspiegelt.

Digitalisierung gehört dazu

Die Nutzung digitaler Lösungen ist für Hoteliers ein immer wichtiger werdendes Unterscheidungsmerkmal. Buchungsoptionen, Kassensysteme, digitaler Roomservice, Self-Check-in, Keylook-Systeme und Big Data sind nur einige relevante Aspekte, die in den Hotels Einzug halten. Die Internorga zeigt eine große Bandbreite an zukunftsweisenden Innovationen und präsentiert unter einem Dach Neuheiten aus unterschiedlichen Geschäftsbereichen. Im Gespräch mit Ausstellern digitaler Softwarelösungen können sich Hoteliers über Möglichkeiten für eine effiziente Digitalisierung im eigenen Haus informieren.

GASTRO VISION HAMBURG

Das Motto der Gastro Vision Hamburg, der Netzwerk-Fachmesse parallel zur Internorga im Empire Riverside Hotel, lautet Leidenschaft. Denn das ist das beste Rezept für Erfolg in Hotellerie und Gastronomie. Darüber hinaus setzt der exklusive Branchentreff dieses Jahr noch stärker auf Konzepte. „Unsere Besucher und Aussteller nutzen die Gastro Vision vor allem, um sich innerhalb der Branche zu vernetzen und zu Konzepten und Ideen auszutauschen. Darum war es für uns ein logischer Schluss, hier einen Schwerpunkt zu setzen“, sagt Gastro-Vision-Veranstalter Klaus Klische.

Öffnungszeiten der Gastro Vision Hamburg: täglich von 14 bis 21 Uhr
Information und Anmeldung: www.gastro-vision.com.

VEGETARISCHES IM BLICKPUNKT

Der Trend zu vegetarischer und veganer Ernährung hält an und wird zunehmend auch für die Gastronomie zum Thema. Auf der Internorga hat dieses Thema in diesem Jahr eine besondere Bedeutung.

Die Messe arbeitet dabei mit ProVeg (ehemals Vegetarierbund Deutschland) zusammen, um kompetente Unterstützung zu bekommen und das Thema stärker in den Blickpunkt der Messebesucher zu rücken. Während der fünf Messetage wird ProVeg ein zentrales Informations- und Kompetenzzentrum rund um die pflanzliche Küche an seinem Stand im Übergang der **Halle A1 zur Halle A4** bereitstellen. Für interessiertes Fachpublikum bietet ProVeg Food Services dort Beratungen und Workshops an. Die Workshops von ProVeg Food Services bieten einen Einblick in Themen wie Zukunftsaussichten der pflanzlichen Küche sowie Klimaschutzpotenziale in der Gastronomie. Darüber hinaus geben sie praxisnahes Fachwissen sowie Tipps für vielfältige vegetarisch-vegane Gerichte an die Hand. Für weiterführende Gespräche und Diskussionen steht das Team vor Ort bereit. Der Stand ist ein Muss für alle, die entsprechende Angebote in ihre Gastronomie integrieren wollen.

Außerdem gibt es einen von der Internorga und ProVeg erarbeiteten vegetarisch-vegane Pfad in der Messe-App, der in diesem Jahr mehrere hundert Aussteller listet – auch das eine wichtige Informationsquelle



Foto: ProVeg

für dieses wichtige Trend-Thema. „Das aktuelle GV-Barometer 2018 bestätigt, dass der Veggie-Trend in der Gastronomie weiterhin an Bedeutung gewinnt“, sagt Katleen Haefele, Leiterin von ProVeg Food Services und Events. Immerhin gibt es in Deutschland nach Schätzungen von ProVeg bereits acht Millionen Vegetarier und 1,3 Millionen Veganer, aber noch viel mehr Menschen, die im Rahmen einer gesundheitsbewussten

oder Tierwohl schützenden Ernährung auf Fisch und Fleisch verzichten. Nach ProVeg-Schätzungen kommen zu den aktuellen Zahlen täglich etwa 2000 Vegetarier und 200 Veganer hinzu.

Weitere Informationen zum Angebot von ProVeg: www.vebu.de/vebu-business

Internorga App

www.internorga.com/besucher/besucher-service/app/

— Anzeige —



VON BARISTA
FÜR BARISTA

BESUCHEN SIE UNS AUF DER INTERNORGA
HALLE B2 STAND 216
WIR FREUEN UNS AUF IHREN BESUCH.

ALPRO 'FOR PROFESSIONALS'

DIE VEGANEN ALTERNATIVEN FÜR
IHRE KAFFEESPEZIALITÄTEN



ALPRO.COM/FOR-PROFESSIONALS



DIGITAL

DIGITALISIERUNGSINDEX MITTELSTAND: DAS GASTGEWERBE KOMMT VORAN

Mittelständische Hotel- und Gastbetriebe arbeiten mit Hochdruck an der Digitalisierung ihrer Prozesse: Die Zahl der Firmen, die die Digitalisierung fest in ihrer Geschäftsstrategie verankert haben, hat sich im Vergleich zum Vorjahr verdreifacht und liegt nun bei knapp 32 Prozent. Dies ist das Ergebnis der zweiten repräsentativen Telekom-Studie „Digitalisierungsindex Mittelstand“.

Im Digitalisierungsindex konnte sich das Gastgewerbe im Vergleich zum Vorjahr um drei auf 52 Punkte steigern und liegt jetzt im Branchenvergleich nur noch knapp hinter dem branchenweiten Gesamtdurchschnitt von 54 Punkten.

Die Studie zeigt, dass deutsche Gastbetriebe auf fast allen digitalen Handlungsfeldern Fortschritte machen. Immer mehr Unternehmen sehen die Digitalisierung als festen Bestandteil ihrer geschäftlichen Entwicklung und als Grundvoraussetzung für ihren künftigen Erfolg. 41 Prozent der Betriebe setzen laut der Studie einzelne digitale Projekte um. So ist ein digitales Kassensystem bereits bei 51 Prozent aller Firmen Alltag, während 25 Prozent aller Betriebe angeben, demnächst eine digitale Kasse einführen zu wollen. Ein besonderes Augenmerk legt die Branche auf die Themen Sicherheit und Datenschutz: Hier steigerte sich die Branche um fünf auf 61 Indexpunkte.

Kundenfreundlicher durch Digitalisierung

Unternehmen aus dem Gastgewerbe haben laut Studie viele Möglichkeiten, die eigene Wertschöpfungskette zu digitalisieren. Das Spektrum reicht von Online-Reservierungen

über digitale Kassensysteme bis hin zu Kontakten mit Lieferanten. Um ihre Wettbewerbsposition zu stärken, bieten Gastronomen ihren Gästen immer häufiger an, online zu bestellen oder den eigenen Service im Netz zu bewerten. Viele Unternehmen ergänzen ihr Angebot um Lieferdienste außer

» DIE DIGITALISIERUNG HAT EINFLUSS AUF DEN GESCHÄFTSERFOLG. «

Haus – Basis sind hier in der Regel Cloud-Anwendungen. Auch zukünftige Gäste profitieren von digitalen Angeboten: Sie schlendern vor der Reservierung virtuell durch das Hotel oder nutzen mobile Zahlungsmöglichkeiten.

Erfolg durch Digitalisierung

Erstmals kann die Studie einen Zusammenhang zwischen digitalem Reifegrad und Geschäftserfolg nachweisen. Der Digitalisierungsindex jener Betriebe, deren Umsatz 2016 gestiegen ist, liegt bei 55 Punkten. Unternehmen mit stagnierenden oder rückläufigen Umsätzen kommen dagegen nur auf einen Indexwert von 46 Punkten. „Dies zeigt:

Investitionen in digitale Lösungen rentieren sich. Sie tragen dazu bei, den Umsatz zu steigern, Kosten zu verringern und flexibler zusammenzuarbeiten“, sagt Thomas Spreitzer, verantwortlich für den Vertrieb im Bereich kleine und mittlere Unternehmen sowie den Partnervertrieb und das Marketing bei der Telekom Deutschland. „Doch auf der anderen Seite gibt es zahlreiche mittelständische Unternehmen, die nicht einmal über eine Internetpräsenz verfügen, geschweige denn in den sozialen Medien aktiv sind. Für sie ist es das Wichtigste, jetzt mit der Digitalisierung anzufangen.“

Effizienzsteigerung

Schon einzelne Digitalisierungsmaßnahmen wirken sich positiv auf die Umsatzentwicklung, die Kundengewinnung oder die Qualität der Prozesse aus. So gaben 78 Prozent der Unternehmen an, dass sie mit der Cloud interne Prozesse effizienter und die Organisation flexibler gestalten können. Auch sorgt eine höhere Digitalisierung für eine größere Zufriedenheit mit den unternehmerischen Kennzahlen.

Kostenloser Self-Check

Der aktuelle Gesamtbericht sowie zwölf Branchenteilberichte stehen auf der Webseite digitalisierungsindex.de zum Download bereit. Innerhalb weniger Minuten können interessierte Unternehmen mit dem Self-Check ihren persönlichen Status quo ermitteln.

— Anzeige —

CASIO®
Kassensysteme
seit 1976

Internorga · Halle B2.0G · Stand 127
Innovative Kassen-Lösungen



INNOVATIONSPREISE IM DIGITALEN ZEITALTER

Wie sehr die digitalen Lösungen die Branche beherrschen, zeigt sich in diesem Jahr auch beim Innovationspreis, der von der Messe Stuttgart, dem DEHOGA Baden-Württemberg und der ahgz auf der Intergastra vergeben wurde. Denn: Alle vier ausgezeichneten Lösungen haben im Kern mit digitaler oder zumindest innovativer Technik zu tun.

Was bringt die Branche wirklich voran? Was ist besonders innovativ? Diese Fragen stellte sich die Fachjury des Intergastra Innovationspreises. Bewertet wurden bei der Auswahl Kriterien wie Innovationsgrad, Bedeutung für die Praxis, Benutzerfreundlichkeit, Nachhaltigkeit und Wirtschaftlichkeit bei Einsatz und Umsetzung. Egal, ob es digitale Lösungen für die Dokumentation oder die Vernetzung von Küchengeräten ist: Es zeigt sich, dass die Digitalisierung Einzug hält in immer mehr Bereiche der betrieblichen Abläufe – sowohl in Bezug auf den Gast als auch hinter den Kulissen. Wenn das alles

dazu beiträgt, dem Fachkräftemangel zu begegnen, die immer höher werdenden Anforderungen der Bürokratie zu bewältigen oder etwas für die Umwelt zu tun, umso besser.

Für die Auszeichnung wählten die Fachleute unter den zahlreichen aktuellen Neuentwicklungen für die gastliche Branche letztlich vier Sieger in den Kategorien Qualitätssicherung und Wirtschaftlichkeit, Design und Funktionalität, IT Solutions und Küchentechnik aus. Es sind die Firmen Code2order, Echtermann, Flowtify und Rational.

> Andreas Türk

VERSCHWENDUNG VERHINDERN

Sieger in der Kategorie Design und Funktionalität: The Pure von Gebr. Echtermann

The Pure ist ein sensorgesteuertes, multifunktionales Armaturensystem zur kontaktlosen Dosierung von Wasser, Seife und Desinfektionsmittel. Es vereint drei Arbeitsgänge in einer Armatur und ist ideal für alle hygienischen Bereiche in Großküchen oder Veranstaltungsräumen. Das Beste daran: Die Armatur sorgt für eine Wassereinsparung von erstaunlichen 70 Prozent. www.echtermann.de

DIGITALE VERNETZUNG

Sieger in der Kategorie Küchentechnik: Connected Cooking von Rational



Foto: Rational

Mit der digitalen Vernetzungslösung Connected Cooking von Rational lassen sich ein oder mehrere Rational- oder Frima-Geräte in ein Netzwerk einbinden, zentral steuern und digital verwalten. So können etwa Push-Nachrichten in Echtzeit empfangen, Geräteeinstellungen übertragen und Servicepartner auf Wunsch automatisch informiert werden. Connected Cooking erfüllt aber auch Anforderungen an die Dokumentation und hilft, Fehlerquellen auszuschließen. www.rational-online.com

DIGITALE DOKUMENTATION

Sieger in der Kategorie Qualitätssicherung und Wirtschaftlichkeit: Flowtify.

Das digitale System ermöglicht papierloses Hygiene- und Qualitätsmanagement und unterstützt bei der webbasierten Umsetzung und Auswertung einer lückenlosen Eigen-dokumentation. Nutzer profitieren von einem schnelleren Informationsfluss, automatisierten Eingabemöglichkeiten und einer digitalen Archivierung von Checklisten in der Cloud. www.flowtify.de



Foto: flowtify

DIGITALE KOMMUNIKATION

Sieger in der Kategorie IT Solutions: Code2order



Foto: CODE2ORDER

Code2order ist ein digitales Gäste-Service-System für Hotels. Das System des Start-ups ist auf jedem Endgerät problemlos verfügbar und stellt wichtige Informationen über den Betrieb oder die Umgebung sowie Services digital für Gäste bereit. Es ist der digitale Begleiter für die Gäste zu jeder Phase des Aufenthalts. Entscheidend für den Hotelier: Es ist keine Erst- und Folgeinvestition in Apps oder entsprechende Hardware nötig. www.code2order.de

EU-RICHTLINIE FÜR KOSTENLOSE TRINKWASSER-ABGABE IN RESTAURANTS?

Europa ist bei der Trinkwasserqualität schon sehr weit, will mit einer neuen Trinkwasser-Richtlinie aber noch einen Schritt weiterkommen. Ganz nebenbei soll europaweit geregelt werden, dass Trinkwasser in der Gastronomie kostenlos angeboten werden muss.

Die EU reagiert mit der Richtlinie auf den Willen der Bürger. 1,7 Millionen Menschen in ganz Europa hatten sich bei der europäischen Bürgerinitiative „Wasser ist Menschenrecht“ für eine strengere Regulierung der Wasserwirtschaft ausgesprochen. Deshalb also die niedrigeren Schadstoffwerte, aber auch mehr Transparenz bei den Wasserversorgern, um Wasser auch weiterhin zu erschwinglichen Preisen anbieten zu können. Aktuell liegt das Risiko einer potenziellen Gesundheitsgefährdung bei gerade einmal vier Prozent – und soll auf unter ein Prozent sinken. Durch bessere Qualität soll mehr Vertrauen entstehen, damit dann mehr Trinkwasser genutzt werden kann. Wichtigster Effekt der neuen Trinkwasser-Richtlinie soll die Vermeidung von Plastikmüll sein. Die einfache Konsequenz: Haben die Menschen mehr Vertrauen ins Trinkwasser, wird weniger Wasser aus Plastikflaschen getrunken. Um 17 Prozent soll dieser Konsum sinken – mit entsprechend weniger Plastikmüll, der in der Umwelt oder im Meer landet.

Müssen Restaurants und Kantinen Leitungswasser kostenlos anbieten?

Ein weiterer Bestandteil der geplanten Richtlinie ist die Idee, dass Restaurants und Kantinen Leitungswasser kostenlos anbieten müssen. Was aktuell in einigen Ländern schon gesetzlich vorgeschrieben ist, soll dann in der ganzen EU gelten. Allerdings: Es handelt sich weiterhin um eine Empfehlung; die Ausführungsbestimmungen sollen den Mitgliedsstaaten überlassen werden. Frans Timmermans, Vizepräsident der EU-Kommission, sieht in dem Angebot „eine nette Geste“ der Gastronomen, die bei der Entscheidung der Gäste künftig sicherlich eine Rolle spielt. Eine konkrete, sanktionsbewehrte Verpflichtung soll es von der EU aber nicht geben – auch keine Verpflichtung für die EU-Staaten, die Richtlinie in nationales Recht umzusetzen.

Gute Chancen zur Zustimmung

Der neuen Trinkwasser-Richtlinie werden gute Chancen zur Zustimmung durch die EU-Kommission und zur Umsetzung eingeräumt, weil sie wenig verbindlich ist und sowohl den Mitgliedsstaaten die Freiheit der Umsetzung lässt als auch Sanktionen vermeidet.

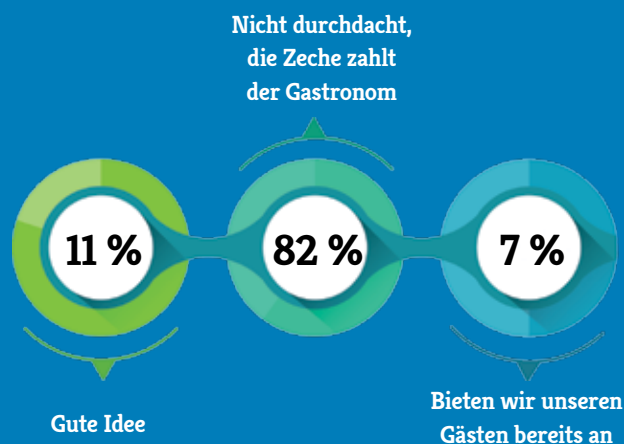
➤ **Andreas Türk**

Ein altes Thema

Die EU greift mit der neuen Richtlinie und der Überlegung für ein kostenloses Wasserangebot in der Gastronomie ein altes und immer wieder hochkommendes Thema auf, das jedoch in der Gastronomie nach wie vor sehr kontrovers diskutiert wird. Gastgewerbe Magazin hat deshalb dazu eine Umfrage unter den Lesern des Newsletters durchgeführt. Fast 400 Gastronomen beteiligten sich binnen weniger Stunden daran und zeichnen ein klares Bild.

Das sagen die Gastronomen

Was halten Sie von der Trinkwasser-Richtlinie und dem Vorschlag, dass es in Restaurants kostenlos Leitungswasser geben muss?



Das sagt der DEHOGA Bundesverband

„Der Vorschlag einer überarbeiteten EU-Trinkwasser-Richtlinie stößt in der Gastronomie auf Unverständnis. Die Gründe für diesen Vorstoß erschließen sich dem DEHOGA in keiner Weise. Der DEHOGA wird sich dafür einsetzen, dass es auch zukünftig der Gastwirt ist, der über sein gastgewerbliches Angebot entscheidet – und nicht die EU.“

Schon heute gibt es Betriebe, die ihren Gästen zum Beispiel zum Kaffee oder auch auf Nachfrage ein Glas Leitungswasser kostenlos anbieten. Fakt ist aber auch: Der Service von Leitungswasser ist eine gastgewerbliche Leistung, für die Kosten entstehen. Das Glas wird zur Verfügung gestellt, serviert, gespült. Die Servicekraft muss bezahlt werden, für das angenehme Ambiente im Restaurant fallen Betriebskosten an ... Es liegt in der Hand des Gastwirts, mit Blick auf die konkrete Situation zu entscheiden, ob er Leitungswasser anbietet und wenn ja, zu welchen Konditionen. Die Preisgestaltung ist in unserem Land ein hohes unternehmerisches Gut. Das muss auch so bleiben.

Der DEHOGA wird sich im Sinne seiner Gastronomen in die Diskussion einbringen.“

— 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



DEUTSCHE TRINKEN 20,9 LITER WEIN IM JAHR



Foto: Deutsches Weininstitut GmbH

Der Wein-Pro-Kopf-Verbrauch in Deutschland belief sich im vergangenen Weinwirtschaftsjahr auf 20,9 Liter und liegt damit 0,2 Liter unter dem des Vorjahreszeitraums. Dies teilte das Deutsche Weininstitut (DWI) auf Basis der Wein-Konsum-Bilanz mit, die vom Deutschen Weinbauverband für das DWI erstellt wurde. Ihr liegt

die hierzulande konsumierte Weinmenge von insgesamt 17,2 Mio. Hektolitern zugrunde, bezogen auf die deutsche Gesamtbevölkerung von 82,5 Mio. Einwohnern. Rechnet man den gegenüber dem Vorjahr stabil gebliebenen Schaumweinkonsum von 3,5 Litern hinzu, ergibt sich für Deutschland ein Pro-Kopf-Verbrauch von 24,4 Litern Wein und Sekt mit einer Gesamtmenge von rund 20 Mio. Hektolitern. Die Wein-Konsum-Bilanz basiert im Wesentlichen auf den Officialdaten des Statistischen Bundesamtes zur Weinerzeugung, der Bestandslage sowie dem Im- und Export. Aufgrund einer neuen Berechnungsgrundlage für Weine, die der Weiterverarbeitung, beispielsweise zu Weinessig, zugeführt werden, wurde der Wert für den Wein-Pro-Kopf-Verbrauch des vergangenen Weinwirtschaftsjahres rückwirkend von 20,6 auf 21,1 Liter angepasst.

www.deutscheweine.de

HANDMADE VODKA UND GIN

Charakterstark und bodenständig präsentieren sich die Marken Spirit of Bavaria und Soul of Bavaria des Herstellers Münchner Spirituosen. Bei dem Münchner Betrieb handelt es sich um ein echtes Familienunternehmen. Die Herstellung von Alkohol war schon seit 1907 Teil des landwirtschaftlichen Familienbetriebes der Familie Schlemmer. Heute führt Johannes Schlemmer die Tradition fort und hat neben dem Premium-Vodka auch einen hauseigenen Gin im Sortiment, den Gin Soul of Bavaria. „Regionalität und beste Qualität sind uns sehr wichtig. Der Weizen stammt von unserem Hof, das Wasser kommt aus dem Mangfalltal. So wissen wir vom Korn über das Wasser bis zum fertigen Produkt, wo es herkommt und wie es verarbeitet wird. Wir kaufen nichts zu, Roh- und Feinbrand kommen bei uns aus einer Hand“, so Gründer Johannes Schlemmer. Die Produkte sind über den Online-Shop erhältlich.

www.muenchner-spirituosen.de



Foto: Münchner Spirituosen GmbH

kola des jahres.



Foto: fritz-kulturgüter GmbH

FRITZ-KOLA AUSGEZEICHNET

Im Rahmen der alljährlichen Handelsumfrage der Getränke Zeitung wurde fritz-kola zum „Getränk des Jahres“ in der Kategorie „Softdrinks“ gewählt. „Wir freuen uns sehr über die Auszeichnung“, sagt Mirco Wolf Wiegert, Geschäftsführer der fritz-kulturgüter GmbH. „Damit zeigen wir, dass wir nicht nur eine großartige Kola entwickelt haben, sondern auch, dass unsere Unternehmenswerte und unsere Nachhaltigkeitsstrategie gut aufgehen und wir uns so seit Langem auf dem großen Markt der Softdrinks erfolgreich behaupten können.“ Neben der Kola mit natürlichem Koffein gehören mittlerweile saftige Limonaden, Bio-Schorlen und die Fairtradelimonade Anjola zum Sortiment. Abgefüllt werden die Kultgetränke dezentral und verbrauchernah, um lange Transportwege und unnötigen CO₂-Ausstoß zu vermeiden, und dies ausschließlich in Glasflaschen.

www.fritz-kulturgueter.de

INTERNORGA: Halle B4.0G, Stand 203



BIERVIELFALT

BRINGT POTENZIALE AN BAR UND GÄSTETISCH

Mit dem Hopfen wächst die Biervielfalt - und das zugunsten der Gastronomiebranche.

Der Bierkonsum nimmt zwar von Jahr zu Jahr immer weiter ab, doch speziell in der Gastronomie bleibt Bier nicht nur ein Muss, sondern entwickelt sich immer mehr zum Trendprodukt. Denn: Am Markt herrscht großer Innovationsreichtum.

Der Hopfen macht's

Deutschland war schon immer ein Land der Biervielfalt. Nirgendwo auf der Welt gibt es so viele Brauereien und so viele verschiedene Biersorten und Bierstile. Mit den kreativen Craft-Brauereien ist da noch mal einiges dazugekommen. Plötzlich ist ein Pale Ale eine gefragte Sorte, sorgt ein hopfiges IPA für neue Geschmackserlebnisse oder sorgt ein Stout für einen neuen Boom der dunklen Biere.

Oftmals ist es dabei der Hopfen, der den Unterschied macht. Immer mehr fruchtige Dolden werden angebaut, gerade Deutschland baut seine Rolle als führende Hopfenation aus. Doch es ist nicht nur die schiere Hopfenmenge, es ist vor allem die Vielfalt: Mittlerweile gibt es weltweit mehr als 250 verschiedene Hopfensorten, die Brauereien zur Verfügung stehen und viele unterschiedliche Biere möglich machen. Die Brauer profitieren von dieser Vielfalt, Gastronomen können das aber auch für sich nutzen.

Potenziale für die Getränkekarte

Doch bei der steigenden Anzahl von Craftbieren, Mixgetränken sowie Klassikern im neuen Gewand stellen sich Gastronomen schnell Fragen: Welche Biersorten muss ich haben? Welche sollte ich haben? Aber auch: Wie präsentiere ich die Biervielfalt?

Allgemeine Trends spielen hier eine große Rolle. Einer davon heißt Regionalität. Das heißt: Ein Bier aus der Region sollte auf jeden Fall auf der Karte sein. Dazu kommt der Trend zu einem gesundheitsbewussten Lebensstil. Deshalb: Ein alkoholfreies Bier sollte ebenso dabei sein wie ein leichter eingebrantes, alkoholreduziertes Bier, das oft auch als „seasonal“ bezeichnet wird. Alkoholfreie Biere werden inzwischen oft als Alternative zu Softdrinks gesehen und sind auf der Karte manchmal sogar besser bei den alkoholfreien Getränken aufgehoben als bei den Bieren. Nicht vergessen darf man den immer noch starken Markt der Biermixgetränke. Hier geht es um Individualität – weshalb es nicht immer fertige Biermixe sein müssen, sondern man sich mit bierigen

Cocktail-Kreationen auch als besonders kreativ beweisen darf.

Und dann sind es die Craftbeer-Spezialitäten, die weiterhin im Trend liegen. Mit einer feinen Auswahl besonderer und individueller Biere kann jeder Gastronom nicht nur die Gäste begeistern, sondern auch für eine ordentliche Rendite sorgen. Denn Preis und Marge sind hier meist höher, der Preisvergleich zum Sonderangebot im Supermarkt meist außen vor. Craftbiere entsprechen dem Gästewunsch nach Kreativität und Individualität, müssen aber auch richtig kommuniziert und präsentiert werden.

Für das Bierangebot gilt: Starke Marken schaffen weiterhin Vertrauen bei den Gästen, aber auch eine kleine, nicht unnötig überfordernde Auswahl an alkoholfreien und Biermixgetränken sowie trendigen Craftbieren bereichert die Getränkekarte und kann zu dem ein oder anderen neuen Stammgast führen. Entscheidend ist der Mix, damit für jeden Gast etwas dabei ist.

> Ronja Plantenga/Andreas Türk

Gastronomen, die mehr über die deutsche Braukultur erfahren möchten, können über die Homepage www.reinheitsgebot.de einen Erklärfilm des Deutschen Brauerei-Bundes und des Förderkreises Forum Bier abrufen, der die Geschichte des Hopfens und seine Bedeutung für die Brauwirtschaft erläutert.

DAUERTREND BIER - EINE EXPERTENSTIMME

Dem Erfolg des Biermarktes auf der Spur. Drei Fragen an Josef Westermeier, Geschäftsführer Marketing und Vertrieb der Privatbrauerei ERDINGER Weißbräu.

Gastgewerbe-Magazin: Welchen Trend beobachten Sie aktuell im Biermarkt? Setzen Sie einen bestimmten Schwerpunkt für die kommende Outdoor-Saison in der Gastronomiebranche?

Josef Westermeier: Der Trend zu alkoholfreien Bieren hält nach wie vor an, vor allem Biere mit zusätzlichen Geschmackskomponenten sind gefragt. Außerdem stehen beim Verbraucher rein natürliche Lebensmittel hoch im Kurs. Diese beiden Trends erfüllen wir mit unseren neuen Mischgetränken Erdinger Alkoholfrei Zitrone und Grapefruit perfekt. Daher werden wir 2018 die Outdoor-Saison für alle Freizeitaktive wie Sportbegeisterte dazu nutzen, auch in der Gastronomie diese Sorten zu pushen.

Nachhaltiges und kräftiges Wachstum sehen wir weiterhin beim Hellbier. Die Biertrinker

schätzen hier traditionelle bayerische Braukunst. Mit unserem Stiftungsbräu Hell haben wir ein erstklassiges Helles im Angebot, das wir in unserem Hause brauen.

Gastgewerbe-Magazin: Welche Rolle spielen hierbei Individualität und Kreativität?

Für den Erfolg am Markt ist es entscheidend, den Gästen etwas Einzigartiges, Einmaliges zu bieten. Kreativität ist nicht zielführend, wenn nur herumexperimentiert wird. Das gibt meist nur Eintagsfliegen. Auf die Qualität kommt es an. Wir setzen als einzige Brauerei bei unseren alkoholfreien Mischgetränken auf rein natürliche Zutaten ohne Stabilisatoren und künstliche Zusätze.

Gastgewerbe-Magazin: Ihre Empfehlung für das Bier-Angebot auf der Getränkekarte?

Worauf sollten Gastronomen besonders achten?

Bier hat wieder einen steigenden Stellenwert. Viele Verbraucher schätzen qualitativ hochwertige Biere und sind bereit, auch in der Gastronomie besondere Biere zu probieren und dafür einen höheren Preis zu bezahlen. Bier muss dementsprechend in der Gastronomie auch hochklassig angeboten werden. Das reicht von der Zapfanlage über einen kompetenten Service bis zur Präsentation im Lokal und vor allem in der Getränkekarte. Eine ausführlichere Beschreibung der Biere wie beim Wein käme den Gästen wie uns Brauereien entgegen. Bier kann auch einmal zu einem überraschenden Anlass angeboten werden: Unser Erdinger Pikantus zum Beispiel ist bei Kennern als Aperitif vor dem Essen beliebt.

www.erdinger.de

INTERNORGA: Halle B1.0G, Stand 104

— Anzeige —

MAISEL & FRIENDS IPA
NEUES ETIKETT
2018

The advertisement features four bottles of beer and a glass of beer. From left to right: a bottle of Citrilla (Weizen IPA), a bottle of Pilsener (Pilsener), a bottle of Choco Porter (Choco Porter), and a bottle of IPA (India Pale Ale). In the center is a glass of beer with a thick head of foam. The background is dark and textured. A large yellow arrow points downwards on the right side.

WWW.MAISELANDFRIENDS.COM

NEUES FÜR DIE BIERKARTE

Von klassisch bis außergewöhnlich, alkoholisch und alkoholfrei. - Bier bleibt im Trend. Eine kleine Auswahl an Bieren für die Getränkekarte.



Foto: Klosterbrauerei Andechs

Andechser Weißbier alkoholfrei:

Das Sortiment der Klosterbrauerei Andechs umfasst acht Klosterbiere: den Andechser Bergbock Hell, das Spezial Hell, den Doppelbock Dunkel und das Weißbier Hell, das alkoholfreie Andechser Weißbier, das Vollbier Hell, Export Dunkel sowie das Weißbier Dunkel. Das alkoholfreie Weißbier ist das erste alkoholfreie Bier, das die Klosterbrauerei Andechs in ihrer Geschichte auf den Markt gebracht hat. Schonend entalkoholisiert bewahrt es den charakteristischen Andechser Weißbier-Geschmack für bewusste Genießer. Die Verbindung benediktinischer Brautradition und modernster Brautechnik konnten jüngst die Besucher der INTERGASTRA in Stuttgart verkosten. Hier führte der deutsche Meister der Biersommeliers 2015, Dr. Markus Sailer, durch die Verkostung und konnte auch Kenner mit neuen Einsichten über alkoholfreie Weißbier-Spezialitäten überraschen.

www.andechs.de



Foto: Maisel

Maisel & Friends bringen frischen Wind in die Gläser:

Die Sessionbiere von Maisel & Friends sind etwas für all die Durstigen, die einfach MEHR von einem Bier erwarten und sich frischen Wind in den Gläsern wünschen. Als einer der Vorreiter im deutschen Craftbiermarkt erfüllen die Bayreuther Brauer das Bedürfnis der Bierliebhaber nach Kreativität. Diese wünschen sich außergewöhnliche Geschmäcker, gut trinkbare Biere und dahinter eine authentische Brauerei mit Braumeistern, die etwas von ihrem Handwerk verstehen und die mit Leidenschaft Bier brauen. Die vier Craftbiere Pale Ale, IPA, Citrilla und Choco Porter kommen alle mit einem gewissen Extra um die Ecke und sind dauerhaft sowie national in der 0,33-Liter-Longneckflasche erhältlich. Ihr Alkoholgehalt ist eher moderat, die Geschmacksmomente aber sind besonders und ausgefallen.

www.maiselandfriends.com

INTERNORGA: Halle B4.0G, Stand 200 & 202



Foto: Carlsberg Deutschland GmbH

Lübzer Grapefruit Alkoholfrei:

Lübzer Grapefruit Alkoholfrei erweitert nach dem isotonischen Lübzer Zitrone Alkoholfrei die fruchtig-alkoholfreie Produktlinie der Brauerei. Die neueste Bierkreation der Mecklenburgischen Brauerei Lübz wurde nun von der Fachzeitschrift Getränke Zeitung in der Kategorie Bier zur Neuheit des Jahres 2017 gekürt. „Mit Lübzer Grapefruit Alkoholfrei sind wir vergangenes Jahr zuversichtlich gestartet, denn wir wussten, dass wir nach dem großen Erfolg des alkoholarmen Pendants Lübzer Grapefruit ein Erfrischungsgetränk für jeden Moment kreieren wollten. Dass unsere neue Bierkreation von den Konsumenten so gut angenommen wird und wir auch die Fachleute überzeugen konnten, ist eine schöne Bestätigung für uns und unsere Mitarbeiter und spornt uns auch für 2018 weiter an“, freut sich Wilfried Horn, Geschäftsführer der Brauerei Lübz. Erhältlich ist Lübzer Grapefruit Alkoholfrei im 20 x 0,5-l-Kasten sowie auch im praktischen 6 x 0,33-l-Gebinde.

www.luebzer.de

Foto: Dr. August Oetker Nahrungsmittel KG



EXOTISCHE PREMIUM MOUSSE

Einfach in der Zubereitung, dazu frei von Aroma- und Farbzusätzen und exotisch-fruchtig: Dr. Oetker Professional erweitert seine Premium Mousse-Range auf Wasserbasis um die Variante Mango-Maracuja. Wie die übrigen Sorten au Chocolat, Dark

Cookies, Erdbeere und Limette braucht auch die neue Sorte keine Aromen oder Farbstoffe, um ihren Geschmack und eine ansprechende Optik zu entfalten. Das geschmacksgebende Mangopüree und das Maracujakonzentrat reichen dafür vollkommen aus. Auch die Sorte Mango-Maracuja wird statt mit Milch nur mit kaltem Wasser aufgeschlagen, bis eine sahnige Konsistenz erreicht ist. Portionieren und circa zwei Stunden kaltstellen – schon steht eine luftig-lockere Premium Mousse ohne kennzeichnungspflichtige Zusatzstoffe bereit, die mit ihrem exotisch-fruchtigen Geschmack gut in die warme Jahreszeit passt.

www.oetker-professional.de

INTERNORGA: Halle B4.EG, Stand 110

NEUE KREATIONEN FÜR DIE KUCHENTHEKE



Zwei neue Torten und eine Sahneschnitte ergänzen das Sortiment von Schöller Backwaren: die Apfel-Vanille-Crunchy-Ecke mit einer Schicht aus feiner Creme und Waffelblättchen sowie die Brombeer-Limetten-Torte und die Aprikose-Zitronen-Torte mit einer erfrischenden und intensiven Fruchtzubereitung. Beide Torten kommen im Naked-Cake-Look daher. Ganz ohne Randverzierung sehen die Kreationen aus

wie von Hand gemacht. Neben dem Geschmack und der Optik profitieren Gastronomen auch vom einfachen Handling. Alle Variationen sind bereits fertig gebacken, tiefgefroren und bedarfsgerecht vorgeschnitten. So kann exakt kalkuliert und portioniert werden.

www.froneri-schoeller.de

JOGHURTCREMES NACH GRIECHISCHER ART



Foto: frischli Milchwerke GmbH

Mit den zwei neuen fruchtigen Joghurtcremes nach griechischer Art der frischli Milchwerke lässt sich der Geschmack des Südens am Gästetisch verbreiten. Durch das besondere Herstellungsverfahren sind die cremig-sommerlichen Joghurtkreationen nach griechischer Art im Vergleich zu herkömmlichem Joghurt eine Proteinquelle. Dank des Quarkanteils von 23 Prozent sind die Joghurtspezialitäten zudem besonders cremig in der Konsistenz. Zur Auswahl stehen die Sorten Holunderblüte-Minze sowie Melone nach griechischer Art. Wie alle anderen Desserts sind auch die neuen Joghurtcremes nach griechischer Art kennzeichnungsfrei für Zusatzstoffe, direkt aus dem wiederverschließ-

baren 5-kg-Eimer servierfertig und ungekühlt haltbar.

www.frischli-foodservice.de

INTERNORGA: Halle A1, Stand 403



Foto: Schöller Backwaren

INSPIRATIONEN IN EIS

Mit dem neuen Jahr beginnt die Zeit für frische Ideen und neue Kreationen. Inspirationen rund um Speiseeis gibt es von Mövenpick und Nestlé Schöller. Die beiden Eis-Experten aus dem Hause Froneri Schöller haben neue Sorten im Gastronomie-segment, darunter laktosefreie Vanille und markenstarke Eiswannen von Milka und Oreo. Fruchtiges Highlight sind die Sorten Guave Mango und Blaubeere Skyr von Mövenpick. Das neue Mövenpick Blaubeere Skyr steht dabei ganz im Zeichen Islands. Aromatisches Blaubeerfruchtis und saftige Blaubeerstückchen kombiniert mit Eis mit Skyr. Bei Mövenpick Guave Mango ist erfrischendes Guavenfruchtis verfeinert mit saftigen Mangostückchen und Guavensauce.

www.froneri-schoeller.de

INTERNORGA: Halle A1, Stand 104



FOOD-TRENDS & MUST-HAVES

Veredeln, Verfeinern und dem Gericht die perfekt harmonisierende Würze verleihen, sodass selbst ein Gericht, das dem Gast schon oft serviert wurde, wieder neu überraschen kann. Eine Kunst in der Profi-Küche, die mit den richtigen Saucen und Gewürzen nicht mit großem Aufwand verbunden sein muss.

Leichter Genuss: Gemüsenudeln.

Der Trend Low Carb setzt sich immer mehr durch und ist am Gästetisch angekommen. Um dennoch nicht auf Pasta und Co. verzichten zu müssen, sind Gemüsenudeln eine leckere Alternative. Mithilfe eines Spiralschneiders lassen sich aus vielen Gemüsesorten knackige Nudelvarianten kreieren. Zucchini-Spaghetti mit Frischkäse und Tomaten oder Zoodles mit Garnelen bieten eine gesunde Abwechslung auf der Speisekarte. Auch der italienische Klassiker mit einer herzhaften Bolognese-Sauce, verfeinert mit Parmesan, funktioniert mit Gemüsenudeln. Möhreng spaghetti in einer kräftigen Hühnersuppe sind eine spannende Variation zur herkömmlichen Brühe. Bei der Zubereitung von Salaten als Vor- oder Hauptspeise lassen sich

Gurken oder Rote Bete ideal verwenden. Dabei lässt sich knackiges Gemüse on top ideal mit Obst verfeinern. Denn Äpfel, Birnen und Mangos lassen sich ebenfalls mit dem Spiralschneider zubereiten. Für die richtige Würze bei Spaghetti und Co. hat der Gewürzspezialist Ubena verschiedene interessante Produkte im Sortiment. Mit Selleriesalz, Tomatenflocken, Chiliringen und vielem mehr lassen sich Gerichte schnell und einfach verfeinern.

www.ubena.de

INTERNORGA: Halle B4.EG, Stand 205

Kulinarisches Must-have: Tabasco Pepper Sauce!

Tabasco gehört nur in die scharfe Küche? Dies ist definitiv ein Irrglaube. Denn der Klassiker, der in diesem Jahr sein 150-jähriges Jubiläum feiert, ist ein wahrer All-rounder, der sich sowohl zum Verfeinern unterschiedlichster Gerichte verschiedenster kulinarischer Ausrichtungen als auch zum Abrunden von Drinks eignet. Das Beste daran: Die natriumarme Tabasco®-Sauce mit null Kalorien wird aus nur drei natürlichen Zutaten hergestellt – zerkleinerten Tabasco-Chilischoten in weißen Eichenfässern, ein wenig Salz und hochwertigem Essig. Bereits seit 150 Jahren produziert die McIlhenny Company die Sauce auf Avery Island unter Verwendung der typischen Tabasco-Chilischote. Jede einzelne 60-ml-Flasche ergibt 720 Tropfen.

Ergiebig, natürlich und flexibel in der Anwendung ist die Sauce ein praktisches Hilfsmittel, wenn Kreativität und ein wenig experimentierfreudiges Verfeinern gefragt sind. Erhältlich sind das Kultprodukt sowie kreative Rezeptideen bei dem Senf- und Feinkostspezialisten Develey.

www.develey.de



Foto: Develey Senf & Feinkost GmbH

Tabasco Original: Walter McIlhennys Chili

Zubereitungszeit: 15 Minuten | Kochzeit: 1 Stunde 45 Minuten

Zutaten (für ca. 5 Portionen)

Für Chili

- ✓ 60 ml Pflanzenöl
- ✓ 1,5 kg magerer Rinderhals, in 2 cm große Würfel geschnitten
- ✓ 150 g gehackte Zwiebel
- ✓ 3 Knoblauchzehen, gehackt
- ✓ 3 EL Chilipulver
- ✓ 2 TL gemahlener Kreuzkümmel
- ✓ 2 TL Salz
- ✓ 1 ½ TL TABASCO® Sauce
- ✓ 720 ml Wasser
- ✓ 1 Dose (ca. 110 g) gehackte grüne Chilis

Zum Servieren

- ✓ 800 g gekochter Reis
- ✓ Gehackte Zwiebel
- ✓ Gehobelter Cheddar
- ✓ Sauerrahm

Zubereitung:

Das Öl in einem großen Topf bei mittlerer bis hoher Temperatur erhitzen. Das Rindfleisch in drei Runden anbraten und beiseitestellen. Die Zwiebel und den Knoblauch in den Topf geben und unter ständigem Rühren 5 Minuten lang anbraten. Chilipulver, Kreuzkümmel, Salz und TABASCO® Sauce unterrühren und eine Minute kochen lassen. Wasser und Chilis dazugeben und zum Kochen bringen. Geben Sie das Rindfleisch zurück in den Topf. Die Hitze reduzieren und ohne Deckel ca. 1,5 Stunden köcheln lassen.



Foto: Fuchs Foodservice GmbH

VERFEINERN LEICHT GEMACHT: SUPPEN, DRESSING UND GEWÜRZE

Schon mit wenigen hochwertigen Produkten lassen sich neue kulinarische Kreationen leicht an den Gästetisch bringen.

Salatdressings:

Kreativen Spielraum ermöglicht der Feinkost-Spezialist Homann mit zwei neuen Sorten des Salatdressings:

Kräuter und Joghurt-Kräuter. Auch die Umstellung des runden 4-l-Eimers in ein eckiges Format erleichtert nun das Handling und bietet zusätzliche Vorteile. Mit den zwei neuen Sorten stehen insgesamt acht Salatdressings im 4-l-Eimer sowie vier Varianten in der praktischen 875-ml-Profutube zur Verfügung. Die quadratische Verpackungsform des eckigen Eimers dient einer platzsparenden Lagerung. Einen weiteren Vorteil bietet die integrierte Ausgießfunktion „über die Ecke“ des Eimers, welche in Kombination mit dem diagonal befestigten Henkel ein sicheres und präzises Arbeiten gewährleistet. Zudem sind die Salatdressings ungeöffnet nicht kühlbedürftig.

www.homann-foodservice.de

INTERNORGA: Halle B4.EG, Stand 200

Kraftbrühe:

Eine natürliche Brühe nach alter Tradition von Grizzly Snacks: Die Brühe eignet sich als Basis für Suppen und Saucen oder zum Dünsten, kann aber auch pur erwärmt als Trinkbrühe zum Einsatz kommen. Verwendet werden nur Zutaten aus ökologischer Erzeugung; die Knochen werden über 24 Stunden lang mit frischem Gemüse und feinen Gewürzen ausgekocht. Zur Auswahl stehen eine Bio-Rinderbrühe, eine Bio-Hühnerbrühe sowie eine vegane Pilzbrühe.

www.grizzlysnacks.de

INTERNORGA: Halle B4.OG, Stand 211E

Kräuter Doppelrahm:

Philadelphia Kräuter Doppelrahmstufe gibt es nun in der 1,65-kg-Profigröße. Mit seiner cremigen Konsistenz ist er ein Allrounder: Die mild-würzige Frischkäsezubereitung mit aromatischen Kräutern eignet sich ideal als Aufstrich für Brötchen,

Sandwiches und Häppchen, zum Verfeinern von Saucen und Suppen sowie zum Überbacken und Füllen. Philadelphia ist kochstabil und gelingsicher in der Profiküche. Zudem verzichtet Philadelphia Kräuter Doppelrahmstufe auf Geschmacksverstärker und Konservierungsstoffe. Rezeptideen gibt es unter www.philadelphia-professional.de

Cube the Soup:

Mittels der Kochsahne Debic Culinaire Original 20 Prozent und kreativen Rezepturen wird das beliebte Thema Suppe in den Fokus gerückt. Denn Suppen liegen bei den Gästen schwer im Trend – die Vorbereitung gelingt mit den neuen Inspirationen von Debic nun kinderleicht, zeitsparend und besonders wirtschaflich. Das „Cube The Soup“-Konzept ermöglicht eine effiziente À-la-minute-Zubereitung diverser Suppen – in Premiumqualität und das ganze Jahr über. Eine Basiscremesuppe mit der Culinaire Original 20 Prozent-Kochsahne und weiteren Zutaten wird mit Würfeln, den sogenannten Cubes, aus einer zuvor zubereiteten und eingefrorenen Reduktion aromatisiert. Am Messestand bietet sich Gastronomen die Gelegenheit, die Innovation vor Ort kennenzulernen.

www.debic.com

INTERNORGA: Halle B4.EG, Stand 402



Foto: Debic

Treffen Sie uns.
Halle: B4 / EG
Stand: 205

Foto: Grizzly Snacks

Foto: Mader, InternorGA, Zuercher



TECHNIK

INNOVATIV UND EDEL: MOBILER TELLERWÄRMER



Foto: Caterers friend GmbH & Co. KG

Der neueste Tellerwärmer aus dem Hause Caterers friend gleicht einer edlen Vitrine – eine Innovation, die TV-Koch Johann Lafer wärmstens empfiehlt und unterstützt. Denn wo viele Tellerwärmer oft unhandlich waren und optisch nicht in das gehobene Ambiente passten, wird der neue Tellerwärmer hohen Ansprüchen gerecht. Ausgestattet mit einer transparenten Acrylglasshaube und doppelflügeliger Schwenktür ist er minimalistisch schön und gleichzeitig sehr flexibel einsetzbar. So stehen – insbesondere für Buffet, Bankett und Catering – nicht nur immer genügend warme Teller zur

Verfügung, durch seine edle Optik wertet der Tellerwärmer zudem das Ambiente zusätzlich auf.

www.caterers-friend.de

INTERNORGA: Halle A3, Stand 401

WINTERHALTER BIETET BESTE SERVICEQUALITÄT



Foto: Winterhalter Gastronomie GmbH

Eine hohe Servicequalität und eine gute Rundum-Beratung sind wesentliche Kriterien, um von dauerhaft reibungslosen Spülvorgängen profitieren zu können. Dabei geht es vor allem um Prozesssicherheit und im Falle einer Störung um ein schnelles, kompetentes Eingreifen. Um dies zu garantieren, hat die Winterhalter Deutschland GmbH im November eine neue Serviceniederlassung in Stuttgart eröffnet. Die neuen Räumlichkeiten werden auch als Schulungszentrum genutzt, um Fachhandelspartner aus der Region noch einfacher und effizienter schulen zu

können. In Zusammenarbeit mit zertifizierten Fachhandels- und Servicepartnern bietet Winterhalter einen flächendeckenden, reibungslosen Kundendienst. Marcel Beyer, Regionalleiter Süd-West erklärt: „Unser Ziel ist es, Prozesssicherheit zu garantieren. Deshalb sind wir 365 Tage im Jahr für unsere Kunden da und sorgen für ein dauerhaft optimales Spülergebnis. Wenn es doch einmal zum Servicefall kommt, können wir häufig schon am Telefon weiterhelfen und ein Serviceeinsatz ist gar nicht mehr notwendig.“

www.winterhalter.de

INTERNORGA: Halle A4, Stand 402

ENERGIEEFFIZIENTE KÜHLGERÄTE: EU STARTET PROJEKT „PROCOLD“

Lagerkühlgeräte und Verkaufskühlmöbel verbrauchen sehr viel Strom. Zudem enthalten sie zum Teil klimaschädliche Kältemittel. Die EU hat daher das Projekt „ProCold“ gestartet. Ziel ist es, die Energieeffizienz von steckerfertigen Gewerbekühlgeräten zu verbessern und die Umstellung auf klimafreundliche Kältemittel zu beschleunigen. Das Öko-Institut aus Freiburg hat in diesem Zusammenhang die Bestenliste EcoTopTen erstellt. Auf EcoTopTen finden Sie die energetisch besten Kühl- und Gefriergeräte für den professionellen Bereich. Neben einem geringen Energieverbrauch verfügen alle Geräte über klimafreundliche Kältemittel. Ob sich auch für Sie der Ersatz eines konkreten Geräts in Ihrem Betrieb durch ein effizientes Modell lohnt, lässt sich mithilfe des ProCold Rechners ganz einfach selbst ermitteln. Den Rechner finden Sie unter:

www.ecotopen.de

REINIGUNGSTIPP: „SYSTEM4SHINE“

Das Miele-Komplettpaket für alle Spüllösungen ist um wichtige Komponenten erweitert worden. Neu sind ein Reiniger und ein Klarspüler, die mit dem EU-Label „Eurolume“ gekennzeichnet sind – und nachweislich zu einer Verringerung der Umweltbelastung beitragen. Neben den Reinigungsmitteln, die speziell auf Miele-Gewerbegeschirrspüler abgestimmt sind, bietet Miele auch eine interne Umkehrosmose für Tankspüler an. Sie sorgt für bestmögliche Wasserqualität und damit für strahlend saubere Gläser ohne Nachpolieren.

www.miele.de

INTERNORGA: Halle A3, Stand 308



Foto: Miele



Frische Ideen für die Spülwelt



Eine richtig gute Idee erkennen Sie sofort. Zum Beispiel unsere grüne Idee für den gewinnbringenden Umgang mit Speiseresten. Oder unsere Power-Idee, mit der Bäckern das Brotkistenspülen so leicht fällt, wie das Brötchenbacken. Unsere Ergonomie-Idee für schnelleres, kräfteschonenderes Arbeiten. Oder unsere Qualitäts-Idee, mit der die Entscheidung für bessere Spültechnik wirklich einfach wird. Diese und viele weitere MEIKO-Einfälle mit spürbaren Vorteilen können Sie jetzt für sich entdecken. Neugierig? Dann geht's hier weiter: www.meiko.de/de/frische-ideen





INTELLIGENTE TECHNIK FÜR DIE PROFI-KÜCHE

Innovationsstarke Neuheiten präsentieren sich aktuell im Zuge der Fachmessen Intergastra und Internorga. Bereit, kulinarische Prozessabläufe weiter zu optimieren.



Alles in einem: das multifunktionale Gerät VarioCookingCenter von Rational.



Individualität und Flexibilität: mit der neuen MasterLine von MKN.



Multifunktionales Baukastensystem: Die Palux Topline ist nun auch als „Black Edition“ mit schwarzer Bedienfolie und Frontblende verfügbar.

Multifunktionalität, einfachste Bedienbarkeit, Stromsparen, hohe Arbeitssicherheit, transparente Datenanalyse und smarte Warenwirtschaft – ein breites Portfolio mit neuen Möglichkeiten bietet die Welt der innovativen Küchentechnik. Wer eine individuelle Bedarfsanalyse macht und darauf abgestimmte Geräte in sein Konzept integriert, wird dauerhaft von den Vorteilen der digitalen Küche profitieren und Zeit und Geld einsparen.

Schlüsselwort Multifunktionalität

Für einen erfolgreichen Küchenbetrieb spielen Individualität und Flexibilität eine entscheidende Rolle. Neue Trends, Konkurrenzkonzepte, der herrschende Personalmangel oder auch stark begrenzte Platzverhältnisse in der Küche können dabei immense Herausforderungen bedeuten. Doch bestehende Mängel lassen sich dank intelligenter Küchentechnik ausgleichen. So ist beispielsweise das VarioCookingCenter von Rational ein wahres Multifunktionstalent auf kleinem Raum, das die Funktionen konventioneller Gargeräte wie Herd, Grillplatte, Fritteuse, Kipper und Kessel bei minimalem Energieverbrauch vereint. Mit dem VarioCookingCenter gelingen nicht nur Kochen und Braten, sondern auch Blanchieren, Druckgaren und Frittieren mühelos und schnell. Neben feinen Schöpfgerichten, wie Suppen und Saucen, Milch- und Süßspeisen, eignet es sich auch für die automatische Zubereitung von Frittiertem, Fleisch, Fisch, Gemüse, Beilagen und Eierspeisen. Die Zubereitung der Speisen erfolgt in einem oder zwei unabhängig zu betreibenden Tiegeln. Dabei erkennt die im Gerät eingebaute Garintelligenz, VarioCookingControl, in 7 Prozessgruppen (Fleisch, Fisch, Gemüse und Eierspeisen, Suppen und Saucen, Milch- und Süßspeisen, Finishing und Service) selbstständig die produktspezifischen Anforderungen, die Größe des Gargutes sowie die Beschickungsmenge. Unter Berücksichtigung des Wunschergebnisses werden Garzeit und Temperatur laufend angepasst und dem Bediener angezeigt. Lästige Routinarbeiten wie das permanente

Regeln der Temperatur und das Überwachen entfallen. Statt Rühren und Kontrollieren bleibt dem Küchenchef mehr Zeit für Verfeinern, Würzen und neue Rezeptideen, denn beispielsweise 300 Portionen Geschnetzeltes lassen sich in der Gerätegröße 211 in nur 34 Minuten auf Knopfdruck in bester Garqualität zubereiten.

Baukastensystem für Maßarbeit

Für klare Strukturen im Arbeitsablauf können auch modulare Küchensysteme, auf die individuellen Bedürfnisse zugeschnitten, sorgen. Der funktionale und modulare Aufbau der Küchenlinie Palux Topline beispielsweise minimiert Laufwege und Energiekosten, vereinfacht die Abläufe und die Kommunikation im Küchenalltag. In der Ausführung Palux Topline Twin-Go bringt das modulare Küchensystem höchste Leistung auf kleinster Fläche. Die kompakte Küchenlösung ist bei freier Aufstellung von beiden Seiten zugänglich. So sind die Wege in der Küche extrem kurz, was die Produktivität erhöht und den Personaleinsatz flexibel gestaltet. Die langlebigen Topline-Elemente sind aus hochwertigem Chromnickelstahl gefertigt. Der reinigungsfreundliche Aufbau der Geräte und das patentierte Verbindungssystem garantieren dabei perfekte Hygiene. Außerdem gewährleistet die einheitliche Höhe aller Arbeitsbereiche von 900 mm beste Arbeitsergonomie.

Auch die neue MasterLine von MKN bietet individuelle Küchenlösungen. Angepasst auf die jeweiligen Ansprüche unterschiedlicher Küchenkonzepte ist die neue MKN MasterLine verfügbar in den Ausführungen „à la carte“, „catering“ und „cruise“. Die Geräte-Kombinationen sowie Design-Features sind individuell und solide bis ins Detail. Die oft vielfältigen Installationsmöglichkeiten einzelner Geräte sollten im Vorfeld geprüft werden. Das VarioCookingCenter beispielsweise lässt sich als Standgerät, auf Rollen, auf einem Sockel oder mit einer Wandhalterung integrieren.

> rp

www.rational-online.de

www.palux.de, www.mkn.de

INTERNORGA: Rational - Halle A3, Stand 213; Palux - Halle A4, Stand 408; MKN - Halle A4, Stand 417



WENIGER IST MEHR: PLATZSPARENDE GERÄTE

Effiziente Kochprozesse gelingen selbst auf kleinstem Raum.

Der Arbeitsplatz Küche ist ein Ort, an dem es nicht immer strukturiert und sicher nicht gemütlich hergeht. Improvisationstalent und Flexibilität sind vom gesamten Küchenteam gefordert, und dies auf begrenztem Raum. Sperrige Geräte sind da oft im wahrsten Sinne fehl am Platz. Dass aber auch kleinste Küchengeräte, die sich in jede noch so sparsame Küchenaufteilung integrieren lassen, zu kulinarischen Meisterleistungen verhelfen können, zeigen die Küchenhersteller mit neuen Geräten im komprimierten Format. Hier zwei Beispiele:

Mini-Kombidämpfer, kompakt und doch voluminös

Dank seiner geringen Gerätegröße – mit einer Breite von nur 51,5 cm – gepaart mit einem großen Garraum, eignet sich der Convotherm mini ideal auch für kleinere Betriebe. Da der mini stapelbar ist, können auch ohne Raumverluste die Kapazitäten mühelos



Foto: Convotherm Elektrogeräte GmbH

erweitert werden. Der Kombidämpfer ist zudem durch die Verwendung von 1/1 GN Behältern und Zubehör (mini 6.06 2/3 GN) voll kompatibel. So können auch vorhandene Trays einfach integriert werden. Gastronomen können zwischen zwei Bedienoberflächen wählen, der manuellen Steuerungsvariante mittels Tasten und Einstellwippe oder der Bedienoberfläche easyTouch® mit intuitiver Steuerung per Touchscreen. Mithilfe von manuellen und automatischen Kochmodi können nicht nur Zeit und Energie gespart werden, sondern wird auch das Personal im stressigen Arbeitsalltag entscheidend entlastet. Mit

Press&Go gehen zudem persönliche Garideen in Serie: Ausgefeilte, selbst entwickelte Garprofile können mit einem individuellen Foto im Gerät abgespeichert werden. Clevere Garprofile machen passende Vorschläge für Mischbeschickungen und sorgen so für die

perfekte Auslastung des mini zu Spitzenzeiten.

www.convotherm.com

INTERNORGA:
Halle A3, Stand 408



Foto: Krefft Großküchentechnik GmbH

Zwei Heißluftdämpfer, ein Gehäuse

Herrscht in der Küche Platzmangel, so ist oft auch nur eine einzige Heißluftdämpfer-Anschlussmöglichkeit vorhanden. Eine „2-in-1“-Lösung bieten die Lainox-Serien „Naboo Reloaded“ und „Sapiens Reloaded“. Jeweils zwei unabhängig voneinander gesteuerte Lainox Heißluftdämpfer sind in nur einem gemeinsamen Gehäuse und mit nur einem gemeinsamen Anschluss vereint. Somit stehen auf einer bedienfreundlichen maximalen Höhe von 160 cm zwei unabhängige Garräume zur Verfügung. Alle Lainox „2-in-1“-Geräte sind zudem wahlweise als Kombinationen von Boiler-Boiler-, Boiler-Direktdampf- oder Direktampf-Direktdampf-Heißluftdämpfern lieferbar.

www.krefft.de

INTERNORGA: Halle A4, Stand 205

— Anzeige —



GASTRO HERO
So kauft man Gastronomiebedarf heute!

GASTROBEDARF

✓ ONLINE. ✓ SCHNELL. ✓ GÜNSTIG.

www.gastro-hero.de



☎ 0231 177 263 69

**TRUSTED
SHOPS**



98%

Kundenzufriedenheit
unabhängig geprüft
von eKomi





INTELLIGENTE SPÜLTECHNOLOGIE

Wirtschaftlicher, ökologischer, einfacher zu bedienen - was die persönliche Spüllösung im Betrieb leisten kann.

Pünktlich zur Messezeit warten die professionellen Hersteller im Bereich der Spültechnik mit Neuheiten für die Branche auf. Im Vordergrund stehen dabei immer Effizienz und Wirtschaftlichkeit, die in der täglichen Praxis für den Gastronomen und sein Team spürbar sein sollten.

Neue Gläser- und Geschirrspülmodelle

Neues Display mit Touchscreen, unschlagbares Trocknungsergebnis. Bereiche, bei denen die weiterentwickelten Gläser- und Geschirrspülmaschinen von Hobart viel Neues zu bieten haben. Frei nach dem Motto „Work smart, not hard“ vereinen die neuen Maschinen minimale Betriebskosten mit höchstem Bedienkomfort und gestalten dadurch den Spülalltag so einfach wie möglich. Kurze Spülzeiten, garantierte Spülergebnisse sowie geringe Wasser-, Energie- und Chemieverbräuche komplettieren das Gesamtbild. Die Top-Dry-Trocknung sorgt für ein einwandfreies Trocknungsergebnis, sodass manuelles Abtrocknen und Polieren entfallen. Das Maschinen-Feature Vapostop2 eliminiert sowohl beim Spül- und Trocknungsprozess als auch beim Öffnen der Spülmaschine den herausströmenden Dampf und gewährleistet ein angenehmes Raumklima. Ein neues, modernes Design prägt die Frontseite der Untertischmaschinen-Modelle der Generation 2018. Die Steuerung Visitronic-Touch besticht durch ein farbiges Touch-Display und setzt weiterhin auf die bewährte Ein-Knopf-Bedienung. Neben Bedienerfreundlichkeit und optima-

len Spülergebnissen sollten Gastronomen bei der Anschaffung auch ökologische Faktoren bedenken. Mit neuester Spültechnik ist es möglich, sowohl den Wasser- als auch den Energieverbrauch maßgeblich zu verringern. Insbesondere Wasser ist als wichtigstes Reinigungsmittel und Träger von Chemikalien sowie Leiter von Wärme ein zentraler Kostenfaktor. Wird also der Wasserverbrauch gesenkt, reduziert dies auch den Energiebedarf und die Menge an Reinigungsmitteln, die in die Umwelt gelangen. „Wir beobachten bei den Beratungsgesprächen im Betrieb oft, dass die Spültechnik veraltet ist“, berichtet Walter Spangenberg, Geschäftsführer bei Saro Gastro-Products. „Dabei rentiert sich die Anschaffung fortschrittlicher Geräte schon nach kürzester Zeit. Gegenüber den Altgeräten können die Betriebskosten deutlich gesenkt und die Umweltbelastung gleichzeitig reduziert werden.“ Saro Gastro-Products stellt sich derzeit mit einem überarbeiteten Programm, das auch vier verschiedene Spülmaschinenmodelle umfasst, noch breiter auf. Je nach Bedarf hat der Küchenausstatter die passenden Geräte für die Gastronomie im Angebot.

Ergonomisch raffinierte Haubenautomatik

Spülen mit Effizienz und Leichtigkeit bietet auch die innovative M-iClean H von Meiko: Leichteres Arbeiten, kürzere Spülzeiten, besseres Raumklima sowie optimale Spül- und Trocknungsergebnisse – die Vorteile

rechnen sich durch geringe Verbrauchswerte, geschonte Mitarbeiter und bis zu 30 Minuten eingesparter Arbeitszeit täglich. Die Haubenautomatik erleichtert zudem die Inklusion von Mitarbeitern mit körperlichen Einschränkungen, wodurch mit Blick auf die Ausgleichsabgabe Betreiber und Anwender gleichermaßen profitieren können.

» EFFIZIENZ UND WIRTSCHAFTLICHKEIT MÜSSEN SPÜRBAR SEIN. «

nen. Statt in einem, wird nun sogar in zwei Körben für brillantes Geschirr und Küchenequipment gesorgt. Der Spülprozess wird noch schneller vonstattengehen und ergonomische Aspekte noch mehr ins Gewicht fallen, denn auch die XL-Haube bewegt sich federleicht durch sanftes Antippen. Joachim Föhr, Geschäftsführer der Föhr Event-Catering & Service GmbH, bringt es auf den Punkt: „Die Arbeit geht dank der Haubenautomatik viel angenehmer von der Hand und auch das Raumklima hat sich deutlich verbessert, da kaum Wasserdampf entweicht. Neben dem sehr guten Spülergebnis besticht die Maschine durch ihre leise Arbeit – ein hoher Lärmpegel in der Küche ist Stress pur und auch die Kommunikation leidet darunter. Das ist überhaupt kein Problem mehr.“

www.hobart.de

www.saro.de

www.meiko.de



DIE NEUE SPÜLWELT – SMART WIE NIE

Online informiert und auch unterwegs alle Daten auf einen Blick.

Foto: Winterhalter Gastronomie GmbH



Kundennahe Online-Welt

Die Winterhalter Online-Welt erscheint ab sofort mit neuen Funktionalitäten und neuem Design. Vor allem aber inhaltlich gibt es Neuigkeiten: Die Seiten wurden speziell für Endkunden und Fachhandelspartner entwickelt. Im Mittelpunkt stehen daher nicht mehr nur die verschiedenen Produkte und deren Vorteile, sondern auch echte Praxisbeispiele, in denen Profis ihre Anforderungen an Spültechnik erläutern. Kunden navigieren damit sicher und schnell zu ihrer persönlichen Spüllösung. Im „Newsroom“ können sich Gastronomen und Vertriebspartner tagesaftuell über Winterhalter informieren. Es stehen Videoclips zur Verfügung und im

Bereich „Services“ können sich Gastronomen über individuelle Finanzierungs- und Wartungsmöglichkeiten wie beispielsweise das Spülkonzept „Pay Per Wash“, bei dem ohne Kauf oder Miete pro Spülgang bezahlt wird, sowie die Optimierung von Spülprozessen informieren. www.winterhalter.de

Hobart App Washsmart

Mit der Hobart App Washsmart lassen sich per Knopfdruck umfassende Informationen über den Status der neuen Gläser- und Geschirrspülmaschinen abrufen. Dazu zählt, dass dem Endkunden rechtzeitig bevorstehende Wartungsintervalle, etwaige Systeminformationen oder die Chemieverbräuche

kommuniziert werden. Auf Grundlage dieser Daten kann der Nutzer Stillstände vermeiden, direkt per App Verbrauchsmittel nachbestellen oder dem Servicetechniker vorab erste Informationen liefern. Indes bietet Hobart in der Applikation die passende Anleitung zur Behebung kleinerer Störungen an, sodass der Nutzer in der Lage ist, diese selbstständig zu beheben. Andernfalls besteht die Möglichkeit, dass sich der Kunde via Hobart App direkt an den werkseigenen Kundendienst oder an die geschulten Service-Partner wenden kann. www.hobart.de



Foto: HOBART GmbH

Gastrobedarf aus dem Warenkorb

Um Gastronomen das Einkaufen von Großküchentechnik möglichst unkompliziert zu gestalten, bietet GastroHero einen Gastronomiebedarf-Online-Shop. Hier können Produkte von der Kühltechnik über Küchengeräte bis hin zu Küchenzubehör, online bestellt werden. Als Beratungsangebot steht eine 24-h-Service-Hotline zur Verfügung. Zudem ist auch die Planung und Projektbetreuung für Gastronomiekonzepte möglich.

www.gastro-hero.de

— Anzeige —

Lassen Sie uns
12 Minuten
über Ihre Küche **reden**

Jede Profiküche hat ihren eigenen **Charakter**. Ihn zu kennen lohnt sich, um bei aktuellen und künftigen Investitionen die richtige Entscheidung zu treffen. Bei unserem **Speed Dating** auf der **INTERNORGA** steht Ihre Küche im Mittelpunkt. In einem Gespräch von nur 12 Minuten definieren wir gemeinsam Ihr individuelles Profil.



Nehmen Sie sich Zeit für Ihre Küche und sprechen Sie mit uns auf der **INTERNORGA, Halle A4, Stand 417**. Oder vereinbaren Sie Ihren Speed Dating Termin auch außerhalb der Messe unter Tel.: 05331 89198.



www.mkn.de



FRONTCOOKING – EIN GENUSS FÜR ALLE SINNE

Mehr Transparenz geht nicht. Mit dem Konzept Frontcooking gewähren Profi-Köche exklusive Einblicke in ihr kulinarisches Handwerk.

Dem Koch dabei zuschauen, wie er Speisen zubereitet, sich von der Frische selbst überzeugen können, vom Schneiden der Zutaten bis hin zum Servieren auf dem Teller. Frontcooking bietet dem Gast ein Erlebnis, das über das eigentliche Verzehren der Speisen hinausgeht. Genießen mit allen Sinnen sozusagen.

Wichtig ist in jedem Fall, dass starke Schwaden und extreme Geruchsbildungen vermieden werden, damit das Erlebnis „Frontcooking“ ein angenehmes für die Gäste bleibt. Dafür sorgt beispielsweise bei der Libero Line von Zanussi Professional unter anderem ein Filtersystem bestehend aus drei Filtern: einem mechanischen Filter für grobe Partikel und Fett, einem feinmaschigen und einem Carbonfilter für Geruchs- und Feuchtigkeitsabsorption. Ein Lüftungssystem saugt beim Kochen ent-

stehende Schwaden an, filtert diese Luft und bläst sie gereinigt am unteren Teil des Tresens wieder aus.

Auch die nötige Flexibilität, die der Profi-Koch an seinem Arbeitsplatz braucht, wurde bei der Libero Line bedacht. Die Kochtresen-Elemente, wahlweise gekühlt oder neutral, können je nach Ausführung mit bis zu drei Tischgeräten ausgestattet werden. Tischgeräte können Induktionsherd, Infrarotkochfeld, Elektro-Grillplatte oder Induktionswok sein.

Die Kochtresen-Elemente bieten Stauraum in Form von gekühlten oder ungekühlten Schubladen für bis zu zwei GN-Behälter 1/9-100. Zusätzlich sind serienmäßig vier GN-Behälter 1/9-65 auf dem Tresen integriert. Viel Platz also, um professionelle Gerichte direkt vor dem Gast zuzubereiten.

www.nordcap.de

INTERNORGA: Halle A3, Stand 403



Foto: NordCap GmbH & Co. KG

Frontcooking – ein Konzept mit Potenzial

✓ Sichtbare Kompetenz

Durch die offene Küche können Fähigkeiten unmittelbar präsentiert werden.

✓ Erlebnischarakter

Die Verbindung von Speisen mit der Kochkunst „hinter den Kulissen“ wertet den Besuch auf und schafft eine besondere Atmosphäre, die den Gast in das Geschehen einbindet.

✓ Transparenz

Herkunft und Frische der Zutaten spielen für immer mehr Gäste eine wichtige Rolle. Von Qualität und Sorgfalt lässt sich hier leicht überzeugen.

✓ Inszenierung

Die offene Gastfreundschaft, Transparenz und der Erlebnischarakter können sich schnell herumsprechen. Das Konzept sollte daher aktiv beworben werden, um neue Umsätze zu generieren.

— Anzeige —

winterhalter®

KEINE INVESTITION – NULL RISIKO PAY PER WASH



PAY PER WASH
A NEXT LEVEL SOLUTION

Winterhalter bringt das gewerbliche Spülen auf das nächste Level: mit der ersten Spülmaschine für die Sie nur dann bezahlen, wenn die Maschine auch läuft. Das bedeutet erstklassige Spülqualität für alle – unabhängig vom Budget und mit maximaler Flexibilität. PAY PER WASH schließt die Lücke zwischen einem hohen Anspruch an Sauberkeit und Hygiene und den damit verbundenen Anschaffungskosten. Mit dem neuen Bezahlmodell erhalten Sie die Markenqualität von Winterhalter als Rundum-Sorglos-Paket: in Kombination mit den Maschinen der Serien UC und PT und perfekt darauf abgestimmten Systemkomponenten. www.pay-per-wash.com





Foto: KEK GmbH

BEST PRACTICE

KÜCHENUMBAU ALS TEIL EINER ERFOLGSGESCHICHTE

Aus der Alten Mühle nahe Coburg wurde eine beliebte Anlaufstelle für Genießer. Höchste Effizienz erlangte das Hotelrestaurant nicht zuletzt durch einen professionellen Umbau der Küche.

Umringt von zwei romantisch plätschern- den Mühlbächen befindet sich das ruhig gelegene Haus mit 24 Zimmern inmitten unberührter Natur abseits des Coburger Stadtlebens. Das war vor einigen Jahren noch anders, denn ursprünglich befand sich an dieser Stelle eine Mehl- und Sägemühle, die nach fast 40-jährigem Dornröschenschlaf von der Familie Knorr wachgeküsst wurde. Was die Alte Mühle heute neben Übernachtungsmöglichkeiten der gehobenen Kategorie noch bietet: ein hochwertiges Restaurant, in dem die Familie sowohl fränkische als auch internationale Spezialitäten zubereitet. Offenbar stimmt das Gesamtpaket. Und so wuchsen die Besucherzahlen stetig und die Alte Mühle wurde zunehmend Schauplatz von Firmen- und Familienfesten. Manuel Knorr berichtet: „Im Zuge dessen mussten wir unsere Kapazitäten ausbauen, besonders im gastronomischen Bereich.“

Hochglanz in Hochgeschwindigkeit

Anfang 2017 konnte die Sanierung und Erweiterung starten. Ein besonderes Herzens- und Mammutprojekt für den Küchenchef war der Umbau der Küche, die mittlerweile in neuem Glanz erstrahlt. „Dieser rührt von den Edelstahlmöbeln her, die eigens für uns angefertigt wurden.“ Dabei setzte das Mühlen-Team auf den erfahrenen Dienstleister KEK aus dem sächsischen Laußnitz.

„Die knapp 70 Quadratmeter sind ein Au-

genschmaus für jeden Küchenchef“, schwärmt Manuel Knorr. Um eine Kücheninsel herum, die von allen Seiten bedienbar ist, finden sich Schränke, Arbeitsflächen, Regale, Schubladen und hochwertige Küchengeräte – alles aus Edelstahl. Er ergänzt: „Die Ausstattung und Anordnung der Möbel ermöglichen mir und meinem Küchenteam einen reibungslosen Ablauf. Wir sind mit dem Ergebnis sehr zufrieden, die Möbel sind auf unsere Bedarfe abgestimmt.“ Der Edelstahldienstleister KEK war für das Herstellen des kompletten Mobiliars und den Zusammenbau zuständig. Rücksicht nahm der Edelstahldienstleister auch auf den Arbeitsalltag der Gastronomen und stand über die normale Arbeitszeit hinaus zur Verfügung. Das Fazit von Herrn Dr. Schirmer, Marketing- und Vertriebsleiter von KEK: „Den kompletten Umbau haben wir in gerade einmal acht Wochen gestemmt.“

Küchenumbau zahlte sich aus

All der Aufwand hat sich gelohnt, denn mittlerweile ist es möglich, 100 Gäste zu bewirten. Die neu gewonnene Effizienz und Flexibilität nach einer überschaubaren Umbauphase weiß der Küchenchef, der das Team von KEK auch für künftige Erweiterungen in der Küche im Blick hat, zu schätzen und betont: „In puncto Qualität und Zeitmanagement machen wir nun mal keine Abstriche – das gilt sowohl für unsere Speisen als auch für die Ausstattung.“

www.kek-dresden.com

INTERNORGA: Halle A4, Stand 219

PALUX

Die große Freiheit

MEHR RAUM

FÜR IHRE KREATIVITÄT.



Wir kümmern uns um den Rest.

Landlust Burg Flammersheim, Euskirchen, 1 Michelin-Stern

Moderne Interpretationen der deutschen Küche, Spezialitäten aus der Eifel und originelle kulinarische Kreationen – das ist die Handschrift von Sternekoch Oliver Röder. Dank bewährter Küchentechnik entsteht kulinarischer Freiraum für grenzenlose Kreativität.

Mehr Leidenschaft in Perfektion erleben Sie hier.

INTERNORGA

HAMBURG

9. – 13. MÄRZ 2018

HALLE A4 / STAND 408

Oder schauen Sie sich unsere Referenzen im Internet an.

www.palux.de

Clevere Küchenlösungen
made in Germany.

NEUE MÖBEL FÜR DEN AUSSENBEREICH



Foto: GO IN GmbH

Wichtig für einen ansprechend gestalteten Freiluftbereich sind zum Gesamtkonzept passende Möbel. Fündig werden Gastronomen bei Go In. Der Möbelspezialist hat sein umfangreiches Outdoor-Sortiment, zu dem Klassiker ebenso gehören wie Designmöbel, um einige neue Trendsetter erweitert.

Leichtigkeit und Sommer-Feeling vermitteln beispielsweise die neuen Stühle – darunter Elias. Das Modell im Retro-Design und mit seinen schlanken Proportionen ist in schlichtem Weiß und in den Trendfarben Ziegelrot und Olivgrün, wahlweise mit geschlossener oder mit Lochmuster versehener Rückenlehne, verfügbar. Das Gestell besteht aus pulverbeschichtetem Stahl, die bequeme Sitzschale aus Polypropylen.

www.goin.de

INTERNORGA: Halle B5, Stand 423



Foto: Glatz AG

NEUES FÜR DAS HOTELZIMMER



Foto: Wäschekrone GmbH & Co. KG

Auf der Internorga präsentiert der Hotelwäschespezialist Wäschekrone Neuheiten aus seinem umfangreichen Produktsortiment 2018. Darunter bringen Tagesdecken, Bettläufer und Dekokissen Abwechslung in das Hotelzimmer. Neu im Programm von Wäschekrone sind Waffelpiqué-Baumwolldecken in Weiß, Mokka, Hellgrau und Anthrazit. Die Decke ist aufgrund der pflegeleichten

Baumwoll-Qualität leicht, atmungsaktiv und langlebig. Ein Blickfang auf dem Bett ist auch die neue Bettläufer- und Dekokissen-Kollektion aus samtweichem Feinvelours. Die Bettläufer werden mit Rauten- oder Karostepfung sowie ungesteppt mit breitem Saum angeboten. Beide Produktlinien sind in 16 Farben erhältlich.

www.waeschekrone.de

INTERNORGA: Halle B7, Stand 215

HOUSEKEEPING & FRIENDS SORGT FÜR NEUE IMPULSE



Foto: Jens Gellermann für Housekeeping & Friends

Am 25. April 2018 findet zum sechsten Mal das Branchenevent House-keeping & Friends statt. In Deutschlands größtem Hotel, dem Estrel im Berliner Stadtteil Neukölln, erwartet die etwa 400 Teilnehmer ein spannendes Programm. Wie immer geben Koryphäen – darunter Eventausstatter Peter Lübbert – viele neue Anregungen und Impulse für die Branche. Auch der Publikumsliebbling Make-up-Artist

Beni Durrer ist wieder dabei. Eine umfassende Begleitausstellung rundet das Programm, das außerdem viel Zeit zum persönlichen Austausch und Netzwerken bietet, ab. Informationen zur Anmeldung für das Branchenevent, ins Leben gerufen von Greif Textile Mietsysteme und 3B Dienstleistungen, unter www.housekeeping-and-friends.de.

FARBENFROHE SCHIRMBEZÜGE

Nicht nur das Schirmmodell als solches wirkt in seiner Funktionalität und im Design, sondern gleichermaßen der Schirmbezug in seiner Stoffstruktur und Farbe. Der Schweizer Schirmhersteller Glatz hat seine Stoffkollektion um 16 neue Dessins erweitert, die stark in der Stoffstruktur und bestens gegen wetter- und witterungsbedingte Verschmutzung gewappnet sind. Die neuen Dessins in beruhigenden und erfrischenden Tönen wirken auf den ersten Blick und aus der Ferne unifarben, zeigen aber bei näherer Betrachtung einzigartige Farb- und Lichtspiele unter dem Einfluss von Sonne, Wolken und Schatten. Robust und strapazierfähig gefertigt, halten die neuen Schirmstoffbezüge widrigen Witterungsbedingungen stand und sind auf ihre Lichtechtheit geprüft. Sämtliche Stoffbezüge sind mit dem Glatz Prüfsiegel ‚UV Protection‘ versehen und bieten einen UV-Strahlenschutz von über 98 Prozent.

www.glatz.ch

INTERNORGA: Halle B5, Stand 520

ÄSTHETIK AM TISCH: PORZELLAN

Lässiger Chic:

Der kulturell-kulinarische Mix liegt im Trend und sorgt für neue Food-Erlebnisse. Eine beliebte Präsentationsmöglichkeit sind Bowls. Den Charme dieser Schüsselerichte machen aber nicht nur die oft gesunden, zum Teil exotischen Zutaten aus, sondern vor allem auch deren Arrangement nach Form und Farbe. Ein Augenschmaus der besonderen Art, der stilecht präsentiert werden will: Hier bietet sich die Porzellankollektion Eatery aus feinem Noble China in BoneWhite von Tafelstern an. Sie hält unterschiedlich große Bowls mit

und ohne Deckel bereit, die mit den Coup-tellern und -platten aus der Porzellankollektion Delight kombiniert werden können, um zum Beispiel den Trend Sharing auf den Tisch zu bringen. Um die verschiedenen Foodkonzepte stilecht präsentieren zu können, werden auch ein Saucenschälchen, eine Stäbchenbank, Gourmetlöffel oder eine kleine Kanne ohne Henkel angeboten. Dank dieser Formen- und Größenvielfalt bietet die Kollektion immer das passende Setting für die verschiedensten Foodkonzepte. www.shop.tafelstern.de

INTERNORGA: Halle B7, Stand 409

Edler Blickfang

Vielseitig einsetzbar und mit ästhetischer Raffinesse präsentiert sich die Porzellan-Serie COUP Fine Dining von Seltmann Weiden. Die flächige, fast schon organische Formensprache wirkt stets edel und bildet mit ihrer schlichten Eleganz eine optimale Büh-

ne für die Speisen-Präsentation, gleich ob am Bankett, dem Buffet, der Tafel oder für das außergewöhnliche Event. Ausgefallen wird es mit „Karma“. Trotz schlichter Eleganz wird das Porzellan schnell zum Blickfang am Gästetisch. www.seltmann-weiden.com

INTERNORGA: Halle A4, Stand 515; Halle B7, Stand 209



Fotos: Tafelstern

— Anzeige —

PAPSTAR

Auf der Internorga finden Sie uns in:
Halle B7, Stand 218

KÜNSTLERBEDARF
ROYAL Hotel Gastronomie
Collection Catering Streetfood
NATÜRLICH VON PAPSTAR

Ohne Pinsel und Palette kein Kunstwerk. Ohne Servietten kein stilvoll gedeckter Tisch. Was für den Künstler das Handwerkszeug, ist für die Profis in Hotel oder Restaurant das elegante Premium-Sortiment aus der Serie ROYAL Collection. Und die Servietten sind nicht nur geschmackvoll, weich und saugfähig – sie sind zudem nachhaltig produziert.

PAPSTAR.COM
PAPSTAR-SHOP.DE





BRINNER - EIN OPULENTER FRÜHSTÜCKSTREND

Aus Breakfast und Dinner wird „Brinner“. Ein Frühstücksangebot, das es den ganzen Tag gibt!

Foto: Tafelstern

Brinner-Spezialität: süßer Pancake mit Ei, präsentiert auf Porzellan der Kollektion Avantgarde von Tafelstern.

Hinter der Wortschöpfung aus Breakfast und Dinner steht die Idee, dass nun auch lange schlafende Frühstücksfans genügend Zeit haben sollen, ihr Lieblingssessen in Ruhe zu genießen – den ganzen Tag bis hin zum Abend. Was in den USA schon zum Trend in der Szene-Gastronomie wurde, findet auch in Europa immer mehr Anhänger: Frühstück bis zum Abendessen.

Raum für Kreativität

Weniger ist mehr? Bei Brinner sicher nicht – im Gegenteil: Speisen, die es klassischerweise zum Frühstück gibt, werden mit herzhaftem Abendbrot kombiniert. Klingt ein bisschen nach Brunch, aber ist viel experimenteller: Hier wird nicht einerseits Frühstück und andererseits Herzhaftes geboten, sondern süße Frühstücksklassiker und Deftiges werden in neuen Snacks und kleinen Speisen kombiniert. Croissants gibt es mit Käse und scharfen Chilis überbacken, das Müsli darf auch mal Gemüse enthalten und ein süßer Pancake trifft auf Ei mit Speck und Konfitüre als Sauce.

„Eine wilde Mischung“, sagt Gabrielle Dettelbacher, Marketingleiterin bei Tafelstern: „Aber ein geschmackliches Abenteuer, bei welchem verschiedene Aromen aufeinan-

dertreffen und in ihrer speziellen Kombination besonders gut schmecken.“

Stilechte Präsentation

Um diesen Food-Trend und die Tischkultur des Hauses stilecht zu präsentieren, wird Porzellan verwendet, das den Brinner-Speisen genügend Raum zur Entfaltung bietet. „Je opulenter die Speisen sind, desto eher sollten minimalistische und runde Formen ohne Schnörkel oder Dekor zum Einsatz kommen – wie beispielsweise unsere Porzellankollektion Avantgarde“, sagt Gabrielle Dettelbacher. „Ganz aufs individuelle Kombinieren ausgelegt ist auch unser Sortiment: Das Baukastensystem erlaubt, die Porzellanteile aus unterschiedlichen Kollektionen frei miteinander zu mixen. So sind der Experimentierfreude mit Brinner-Food keinerlei Grenzen gesetzt und der positive Überraschungseffekt beim Gast wird gelingen.“ Inspirieren und informieren können sich Gastronomen im eShop von Tafelstern, der neben komfortablen Einkaufsfunktionen (Mein Sortiment, Meine Bestellungen) zahlreiche Anregungen für individuelle Artikelkombinationen bietet.

www.shop.tafelstern.de

INTERNORGA: Halle B7, Stand 409

— Anzeige —

☎ 07333 804 840 | waeschekrone.de



Hotelwäsche
Komplettlösungen

Tischwäsche · Bettwäsche · Frottierwäsche · Bettwaren
Matratzen · Küchenwäsche · Einstickungen · u.v.m.

Spürbar Qualität
Wäschekrone





„Bubbles“-Serie aus der Papstar ROYAL-Collection:

- ✓ FSC®-zertifiziertes Tissue
- ✓ Hohe Umweltverträglichkeit der gesamten Produktions- und Lieferkette
- ✓ Frische Farben in modernem Design



Tischwäsche ROYAL Collection Plus:

- ✓ Beschichtung aus Bio-Kunststoff
- ✓ Abwischbar und wasserdicht
- ✓ Biologisch abbaubar und kompostierbar

TABLETOP

FRISCHE IMPULSE BRINGT DER FRÜHLING

Mit dem neuen Jahr kommen frische Gestaltungsmöglichkeiten. Am besten funktional und umweltfreundlich.

Dekorationsartikel, Einmalgeschirr und Serviceverpackungen sind nicht nur praktisch, sondern tragen auch zu einem gelungenen Wohlfühlambiente bei, das sich je nach Saison entsprechend gestalten lässt. Passend zu den ersten Sonnenstrahlen im neuen Jahr sollte es dabei nicht an frischen Farben und modernen Designs fehlen. Kombiniert mit funktionalen Vorzügen und umweltfreundlichen Eigenschaften werden Tischwäsche und Co. dem Einsatz am Gästetisch gerecht.

Nachhaltige Lösungen für den gedeckten Tisch

Für qualitativ hochwertige und umweltfreundliche Premium-Tischwäsche in modernem Design steht beispielsweise die Marke ROYAL Collection von Papstar. Für seine umfangreiche Auswahl aufeinander abgestimmter Servietten, Tischdecken, Tischsets und

Tischläufer aus Tissue mit stoffähnlicher Struktur verwendet Papstar nur Holz aus nachhaltiger Forstwirtschaft. Das Tissue der ROYAL Collection-Linie ist FSC®-zertifiziert und die Produkte tragen das Nordic Ecolabel „Svanen“, das skandinavische Öko-Siegel, das eine hohe Umweltverträglichkeit der gesamten Produktions- und Lieferkette garantiert. Die Servietten der ROYAL Collection sind weich im Hautkontakt und geruchsneutral. Sie sind gut faltbar und sehr formstabil und entsprechen in ihrer Haptik und Optik annähernd einer gewebten Stoffserviette. Passend zu den Servietten bietet Papstar Tischläufer, Tischdecken und Tischsets in vielen Farben und aktuellen Dekoren. Alle Produkte aus der ROYAL Collection-Serie sind feuchtigkeitsabsorbierend. Mittlerweile sind rund 1 500 Artikel des führenden Anbieters für Einmalgeschirr und Serviceverpackungen FSC-zertifiziert.

www.papstar.de

INTERNORGA: Halle B7, Stand 218

— Anzeige —



**GOOD
FOOD
MOOD**

GOOD TIMES

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

EINLADEND. PRAKTISCH. NACHHALTIG.

Womit dürfen wir Ihnen weiterhelfen?

Duni GmbH, Telefon 05461 82-632, www.duni.de



SUPPLIER OF GOODFOODMOOD®



Foto: Duni

FRISCHE DESIGNS

Duni bietet den Gästen einen Vorgeschmack auf den Frühling.

Neue Motive für den Innen- und Außenbereich. Während Jenia mit malerischen Blumen auf leinwandähnlichem Grund eine künstlerische Eleganz verbreitet, wirkt Vanessa mit farbigen Schmetterlingen auf einem leichten Zitronengelb fröhlich und ungezwungen – perfekt für das erste Frühstück auf der Hotelterrasse. Ein elegantes Bankett lässt sich mit der weißen Evolin-Tischdecke und unifarbenen Dunilin-Servietten zaubern. Da es Evolin nun auch auf Rolle gibt, können die Reihen ruhig noch um einen oder zwei Tische verlängert werden, ohne dass sich die Tischdecken unvorteilhaft überlappen. Passend zur Jahreszeit bietet Duni zudem Kerzenhalter aus Glas (Conscious), umgeben von geflochtenem Bambus, welche sich wunderbar mit den neuen Frühlingsservietten kombinieren lassen. Aus gleichem Material, aber in einer vollkommen anderen Optik besitzt die neue Serie Easy mit gebogenem Halter und reduzierter Gestaltung schon jetzt das Potenzial, zum Designklassiker zu werden. Die neue Serie Easy ist dank Fernbedienung und aufladbaren Akkus perfekt für die Außengastronomie geeignet. www.duni.com

INTERNORGA: Halle A1, Stand 106; Halle B7, Stand 208

— Anzeige —



ChefWorks®

KOCHJACKEN · KOCHHOSEN · VORBINDER · SHIRTS · HEADWEAR

www.chefworks.de

Tel: 08272/6043971 · Fax: 08272/6043429

READY TABLE - ALLES FÜR DEN GEDECKTEN TISCH



Foto: Werra Papier Wernshausen GmbH

Über eine anwenderfreundliche Produktlinie verfügt PaperNet mit der Ready Table-Linie. Die vielseitigen und praktischen Produkte wurden speziell für die Hotellerie und Gastronomie entwickelt und lassen sich problemlos in vielen Bereichen und zu fast jedem Anlass einsetzen. Besonders sticht die Tischset-Rolle mit 100 einzeln abreißbaren Platzsets hervor. Diese bietet die optimale Lösung für einen stets sauberen Tisch und bringt zugleich einen Hauch Farbe mit sich. Ganz nach der umweltfreundlichen Philosophie von PaperNet lassen sich die Tischsets komplett recyceln. Neben der Tischset-Rolle wurden zur Ready Table-Linie ebenfalls die 2-lagigen, weißen Tisch-Servietten und der dazu passende Tisch-Spender mit aufgenommen. Die klassischen weißen Servietten, die in verschiedenen Varianten und Formaten erhältlich sind, runden das Komplettangebot ab. www.paper.net.com

PROFI-MUST-HAVE: DIE KOCHJACKE

Die Kochjacke ist Markenzeichen des Profi-Kochs. Doch sie kann noch mehr: Funktionalität und Individualität bestimmen auch die Kollektionen im neuen Trendjahr.



Urbaner Chic

Zum neuen Jahr präsentiert Chef Works neue Kochjacken mit vielen Funktionsdetails sowie neue Schürzen und Vorbinder. Ein Highlight bildet die Urban Collection: Die Serie besteht aus Kochjacken, Vorbindern und Schürzen, Hemden, Westen, Krawatten und Fliegen. Damit Gastronomen ihr Servicepersonal komplett im Corporate Design ausstatten können, gibt es zu einer Linie immer mehrere Varianten: Herren und Damen, kurz und lang, Vorbinder und Schürze. Abgerundet wird das Sortiment von den Bestsellern „Gramercy“ und „Hartford“. Die beiden Kochjacken, die es wie viele Kochjacken sowohl in Herren- als auch Damenschnitten gibt, überzeugen durch eine Vielzahl an Details sowie durch Stoffe, die höchsten Tragekomfort garantieren.

www.chefworks.de

INTERNORGA: Halle B5, Stand 418; Halle B7, Stand 405a



Leichtigkeit par excellence

Einen professionellen Auftritt legen Köchinnen und Köche mit der leichten Kochjacke Kent von Jobeline hin. Die stylische Kochjacke aus feiner, hochwertiger ägyptischer Baumwolle ist im Arbeitsalltag kaum zu spüren. Sie überzeugt mit modischen abgesetzten Paspeln an Kragen und Ärmeln und bietet mit der zweigeteilten Oberarmtasche und einem Frotteeband im Kragen praktische Extras. Der kleine Unterschied für Sie und Ihn: Die Herrenkochjacke hat eine zusätzliche Brusttasche, die Damenkochjacke ist leicht tailliert geschnitten.

www.jobeline.de

INTERNORGA: Halle B5, Stand 221

Helden mögen keinen Waschtag.

Und Sie?



Mietberufskleidung.
Sauber. Clever. DBL.

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

dbl  **service**
Miettextilien



Work meets Fashion

Der Textilhersteller Karlowsky Fashion setzt in seiner Kollektion auf die Kombination aus Funktionalität und Style. Besonders im Fokus stehen dabei die Themen Jeans und leichte Materialien. Mit der neuen Jeans-Kollektion serviert Karlowsky eine gehörige Portion Fashion. Zur Kollektion gehören nicht nur Kochjacken, sondern auch Latzschürzen, Bistroschürzen, Serviceschleifen und Krawatten in den Farben vintage blue und vintage black. Im Premiumsegment präsentiert Karlowsky Fashion mit der Kochjacke Diamond Cut Avantgarde ein sportives und zugleich luxuriöses Modell. Hier trifft zeitloses Design mit schlanker Silhouette, Stehkragen und Manschetten auf feinste Pima-Baumwolle und funktionale Details. Waschbarkeit bei 95 °C, extrem leichte Materialien, Druckknöpfe und Reißverschlüsse für schnelles An- und Ausziehen oder Brusttaschen, die ausreichend Platz für Smartphones, Stifte und kleine Küchenutensilien bieten, sind Merkmale, die den Arbeitsalltag erleichtern sollen.

www.karlowsky.de

INTERNORGA: Halle A4, Stand 216

— Anzeige —



JOBELINE

work · fashion · fun

**MEIN
TEAM
MEINE
TRENDS**

**MEINE
JOBELINE**

www.jobeline.de

Berufsmode für Gastronomie,
Hotellerie & Catering



Foto: GREIFF Mode GmbH & Co. KG

Cuisine Premium

Bei der neuen Kochjacke der Kollektionslinie Cuisine Premium von Greiff Mode trifft edles Schwarz auf Kontrast-Reißverschluss im Pink-Ton. Dank der elastischen Qualität und der komfortablen Schnittführung ist für Wohlfühlfaktor und Bewegungsfreiheit gesorgt, wenn es in der Küche heiß hergeht. Dies überzeugt auch Spitzenköchin Pia Engel-Nixon. Für die Restaurant-Besitzerin und TV-Köchin machen nicht zuletzt die liebevoll verarbeiteten Details den Unterschied. Dabei gilt bei Greiff für alle Kollektionsteile der Linie Cuisine Premium: Die Baumwolle ist Fairtrade-zertifiziert und bei der Produktion wird auf faire Arbeitsbedingungen und Nachhaltigkeit Wert gelegt.

www.greiff.de



BERUFSBEKLEIDUNG: AUFTRITT MIT INDIVIDUALITÄT

Für ein stimmiges Konzept darf auch eine bedachte Wahl der Berufsbekleidung nicht fehlen.

„Wie passe ich mein Konzept den gewachsenen Erwartungen meiner Gäste an?“ – „Mit welchen Merkmalen kann ich mich von anderen Hotels und Restaurants abheben?“ – „Über welche Kanäle erreiche ich meine Gäste?“ Fragen, die sowohl Unternehmer sowie Geschäftsführer als auch Direktoren und Küchenchefs zu Beginn eines neuen Geschäftsjahres und Trendjahres beschäftigen.

Konzept: ein Erlebnis für den Gast

„Dem Alltag entkommen“ – das wünschen sich die meisten Gäste. Um das Ziel zu erreichen, sind auch Anpassungen notwendig, die den Berufskleidungsmarkt betreffen. Mitarbeiter-Outfits im coolen Look, mit bequemen Schnitten und einem stimmigen Farbkonzept tragen elementar zu einem neu durchdachten Konzept bei. Weitblick bietet hierfür mit seinem Kollektionsangebot eine vielfältige Auswahl an stylischen Outfits für die Küche, das Restaurant oder auch die Rezeption. Hochwertige Materialien und ein größtmögliches Farbspektrum definieren die Berufskleidung von Weitblick. Durch dezente Farbstellungen lassen sich die einzelnen Kollektionen untereinander optimal kombinieren. Alle Produkte von Weitblick können in der industriellen Reinigung aufbereitet und über einen textilen Dienstleistungspartner bezogen werden.

Tipp: Einen ganz persönlichen Auftritt vor den Gästen erreichen Sie durch die Individualisierung der Kleidung mit einem Patchemblem oder einer Einstickung. Sowohl der Mitarbeitername als auch ein mögliches Firmenlogo stärken den Wiedererkennungswert in der Außenpräsenz und festigen zudem die Identifikation der Mitarbeiter mit dem Unternehmen.

www.weitblick.vision

INTERNORGA: Halle BLEG, Stand 210



Foto: WEITBLICK | Gottfried Schmidt OHG

Immobilien: Verpachtung/Verkauf

Verkaufe kleines Kneipendorf, Gaststätte, Musikcafe, Spielhalle, Kiosk mit Terrasse in Steffing bei Nittenau. Infos: 0171/4584615

Fachschulen / Ausbildung

Zeig, was in dir steckt!

MIT UNSEREN BERUFSBEGLEITENDEN WEITERBILDUNGEN

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

www.dha-akademie.de

Der **Golfclub Garmisch-Partenkirchen e.V.** mit seiner 90-jährigen Geschichte liegt inmitten der reizvollen Natur des Werdenfeiser Lands. Mitglieder wie Gäste schätzen den gepflegten 18-Loch-Platz und die traditionelle Gastlichkeit des Clubs.

Zum nächstmöglichen Zeitpunkt suchen wir einen

Pächter des Club-Restaurants

IHRE AUFGABEN: <ul style="list-style-type: none"> - Bewirtung der Mitglieder und der Gäste des Golfclubs im Club-Restaurant und Biergarten - Organisation und Durchführung der Bewirtung im Rahmen von Golfturnieren 	IHR PROFIL: <ul style="list-style-type: none"> - Offene, serviceorientierte und kommunikationsstarke Persönlichkeit - Dienstleistungsorientiert und teamfähig - Erfahrung in der Führung eines Gastronomiebetriebes
-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

WIR BIETEN:

- ein Club-Restaurant mit vollausgestatteter Küche
- über 800 Mitglieder sowie zahlreiche Gäste

Haben wir Ihr Interesse geweckt?
Dann freuen wir uns auf Ihre Bewerbung per E-Mail an bewerbung@golfclub-gap.de



BERUFSBEKLEIDUNG. TIPPS FÜR EXISTENZGRÜNDER

Alles vorbereitet. Das Team steht. Fehlt nur noch die richtige Berufskleidung. Jetzt nur keine (kostspieligen) Fehler machen. Textilexpertin Anja Scherbel-Erlinghagen von DBL steht Unternehmensgründern bei Fragen zur Seite.

Es ist eine Herausforderung, eine gelungene, von den Mitarbeitern akzeptierte und finanzierbare Lösung zu finden. Bevor Kleidung angeschafft wird, sollte also sorgfältig geplant und ein klares Konzept entwickelt werden. Was brauche ich wirklich? Welches Budget habe ich zur Verfügung? Existenzgründer sollten nicht scheuen, sich beim Thema Berufskleidung von externen Profis beraten zu lassen. Das spart oft Zeit, Geld und so manche Fehlentscheidung, weiß Textilexpertin Anja Scherbel-Erlinghagen von DBL. Dabei kann auch das Leasing ein guter Weg sein. Dienstleister wie DBL übernehmen die Ausstattung aller Mitarbeiter

sowie die fachgerechte Pflege und Reparatur aller Kleidungsstücke. Zum Service gehören Hol- und Bringdienst in vereinbarten Intervallen. Der Organisationsaufwand wird damit erheblich minimiert.

Das sollten Sie beachten:

Gute Planung. Mit einer Bedarfsanalyse können Aspekte wie Farbspektrum, Logo, Mengen für die Mitarbeiter und favorisierte Kollektionsteile im Vorfeld geklärt werden.

Mitarbeiter mit einbeziehen. Nicht am Team vorbei entscheiden, eine persönliche Anprobe kann von Vorteil sein.

Größen beachten. Jeder ist unterschiedlich,

entsprechend groß sollte das Spektrum an verfügbaren Kollektionsgrößen sein.

Nachkaufmöglichkeit sichern. Wird die Kleidung gekauft, sollte der Lieferant die Kollektionsteile mindestens fünf Jahre nachliefern können.

Budget im Blick. Gerade bei Existenzgründern sollten die Kosten für Anschaffung, Pflege und Organisation vertretbar sein. Dazu gehört auch die Überlegung, ob die Kleidung käuflich erworben oder geleast wird.

Mit einem ausführlichen Beratungsangebot rund um die Berufsbekleidung steht DBL zur Seite: www.dbl.de

Die nächste Ausgabe von GASTGEWERBE ■ ■ ■ MAGAZIN erscheint am 03. April 2018

Vorschau

IM NÄCHSTEN HEFT ERWARTET SIE UNTER ANDEREM:



Foto: Fionn Scheller

Sommer-Eis und Desserts

Sommerliche Tipps und Trends für die kreative Dessertkarte.



Foto: Eipro-Vermackung GmbH

Spargel und Gemüse

Umsatzbringer Spargel – Rezeptideen rund um das edle Gemüse.



Foto: starmix

Toiletten und Gästebad

Mit smarten Lösungen wird das Gästebad im Handumdrehen zur Wohlfühlzone.

Impressum GASTGEWERBE ■ ■ ■ MAGAZIN

DEHOGA

Offizielles Fachorgan der DEHOGA-Landesverbände: Bayerischer Hotel- und Gaststättenverband DEHOGA Bayern e.V., DEHOGA Nordrhein-Westfalen, DEHOGA Thüringen, DEHOGA Brandenburg, DEHOGA Saarland

Verlag

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

Print & Online Redaktion

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

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

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

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

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, Nymphenburger Str. 14, 80335 München Tel. 089/ 189219-00, Fax: 089/ 189219-01 E-Mail: anzeigen@gastgewerbe-magazin.de

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

Produktion, Controlling, Druck

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

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

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

Bezugspreis

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

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

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

4. Quartal 2017
Verbreitete Auflage: 31.371
Verkaufte Auflage: 29.208
Abonnierte Auflage: 20.857



FINDEN STATT SUCHEN

: GASTGEWERBE scout

Neue Produkte auf einen Blick.

Sie kennen das: Neuer Tag, neue Produkte – die von Ihnen gekauft werden sollen. Doch woher wissen, was wirklich innovativ, nachhaltig und sinnvoll ist? Wir helfen Ihnen bei der Auswahl und Sie konzentrieren sich wieder auf das, was wirklich wichtig ist: Zufriedene Mitarbeiter und glückliche Gäste.
Ab April 2018 unter www.gastgewerbe-magazin.de



NEU

0% Zucker 100% Geschmack



- Mit natürlichem Mineralwasser
- Frei von Gluten, Laktose und Milcheiweiß
- Für vegane Ernährung geeignet

Sinalco Cola ZERO

jetzt auch in der 0,33 Liter Glasflasche

sinalco.de

