

# GASTGEWERBE

## ... MAGAZIN

DAS WIRTSCHAFTSMAGAZIN FÜR GASTRONOMIE UND HOTELLERIE



FINANZIERUNG

Crowdfunding  
als Alternative

GRILLEN UND BARBECUE

Grillvergnügen  
für den Gast

DER **PROFITESTER**  
Heinz & Lizza

# EDITORIAL

## BEHARRLICHKEIT ZAHLT SICH AUS

Was für eine Nachricht: Der Tourismus bekommt im neu aufgestellten bayerischen Wirtschaftsministerium eine eigene Abteilung! Damit wird endlich der richtige und längst überfällige Schritt gegangen, um dem Tourismus als einer der Leitökonomien des Freistaates auch auf der politischen Bühne den notwendigen Stellenwert zu geben. Eine langjährige Forderung unseres Verbandes geht damit in Erfüllung – auch wenn es (noch) kein eigenes Ministerium ist...

Die Ankündigung des neuen Wirtschaftsministers Franz Josef Pschierer zeigt, dass die Politik die Zeichen der Zeit erkannt hat und dem Tourismus die politische Bedeutung gibt, die er längst verdient hat. Bisher war der Tourismus nur Teil einer Abteilung, die sich auch mit vielen anderen Themen beschäftigt hat. Das soll und wird sich jetzt ändern. Pschierer hat den Tourismus zur Chefsache erklärt. Diese Entscheidung zeigt aber auch, dass unsere Beharrlichkeit und unsere intensive Arbeit Früchte tragen. Nur weil wir an den entscheidenden Stellen und mit deutlichem Nachdruck unsere Themen immer wieder platziert haben, sind solche wichtigen Weichenstellungen überhaupt möglich.

Mit der Ankündigung der Einrichtung eines Tourismuskompetenzzentrums ist Franz Josef Pschierer noch einer weiteren langjährigen Forderung unseres Verbandes nachgekommen. Einen solchen Thinktank brauchen wir, um den Erfolg des bayerischen Tourismus und damit das wirtschaftliche Überleben unserer Betriebe langfristig zu sichern.

In diesem Zusammenhang möchte ich noch einmal auf die Kampagne Wirtshauskultur hinweisen. Hier können wir mit großzügiger Unterstützung des Wirtschaftsministeriums ein Bündel von Maßnahmen anbieten, um kleine und mittelständische Betriebe, die es



Dr. Thomas Geppert  
Landesgeschäftsführer

aktuell extrem schwer am Markt haben, zu unterstützen. Sie alle sollten dies nutzen!

Die Weichen für die Zukunft des Tourismus sind aktuell richtig gestellt. Das ist gut so, reicht aber natürlich noch lange nicht aus. Denn damit unsere Betriebe richtig Gas geben können, brauchen wir eine Entlastung bei der Bürokratie, steuerliche Gerechtigkeit bei Speisen und Getränken und mehr unternehmerische Freiheit. Und wir brauchen weiterhin die Unterstützung des Staates. Deshalb werde ich nicht müde, eine Fördersumme von 60 Millionen Euro für die nächsten vier Jahre für das bayerische Gastgewerbe zu fordern, damit insbesondere kleinere Gastwirtschaften mit den nötigen Impulsen durchstarten können und wir dem Wirtshaussterben entgegenwirken können.

Wie man sehen kann, zahlt sich Beharrlichkeit aus. Deshalb müssen wir weiterhin gemeinsam an einem Strang ziehen, um weitere Erfolg für unsere Branche zu erzielen.

**Dr. Thomas Geppert**  
Landesgeschäftsführer

## JAHRESABO 40,00 €

inkl. MwSt. und Versand



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

Die Abo-Rechnung für 10 Ausgaben

**GASTGEWERBE** **MAGAZIN** erhalten Sie nach Bestelleingang der ersten Ausgabe.

Bitte Senden Sie das ausgefüllte Formular an: Inproma GmbH

Am Hofe 10 – 42349 Wuppertal – Telefon: +49 (202)-247988-0 – Telefax: +49 (202)-247988-10 – Internet: [www.inproma.de](http://www.inproma.de) – E-Mail: [produktion@gastgewerbe-magazin.de](mailto:produktion@gastgewerbe-magazin.de)

# INHALT



10



22



38



44

## MELDUNG & MEINUNG 4

## POLITIK & VERBÄNDE 8

- > Das bayerische Gastgewerbe demonstrierte Stärke und Geschlossenheit 8
- > Immer mehr Ausbildungsverträge werden gelöst 9

## UNTERNEHMER & ENTSCHEIDER 10

- > Achtsamkeit gegenüber Lebensmitteln ist Trend 10
- > Von der Gastwirtschaft zur Kreislaufwirtschaft 11
- > Zweite Chance für Lebensmittel 12
- > Künstlersozialkassen: Zusatzkosten für Kreative 13
- > Von der WM profitieren 14
- > Geldspielgeräte sind eine Umsatzchance 16
- > Geldspielgeräte in der Gastronomie: Jetzt richtig aufstellen 18
- > 4 Wege zur Betriebsfinanzierung 20
- > Geld von der Crowd statt von der Bank 22
- > Best Practice: „Bier-Bonds“ und „Schnitzelanleihen“ 23
- > Best Practice: Mit Geld von der Crowd 24
- Unternehmensziele verwirklichen

## DIGITAL 25

- > Mit digitalen Angeboten Gäste begeistern 26



Mit dem professionellen Grill  
zum Umsatzplus S. 31  
Foto: © Petra Fiedler



22



## GETRÄNKE 27

- > Mit dem Getränkeangebot neue Maßstäbe setzen 28
- > Szenige Getränke, schnell gemixt 29

## FOOD 30

- > Mit dem professionellen Grill zum Umsatzplus 31
- > 3 Fragen an ... Siegner Fleisch 33
- > Produkte rund um den Grill 34
- > Mehr Geschmack am Fleisch – mit dem richtigen Aroma 35

### Der Profitester

- > Produkte getestet: Heinz & Lizza 36

## TECHNIK 37

- > Mit Vitrine und Theke zum Umsatzplus 38
- > Kühltechnik: Lösungen für Produktsicherheit und Flexibilität 40

## AMBIENTE 42

- > Waschen im eigenen Betrieb 43
- > Lösungen für den Tisch: die richtige Tischwäsche 44
- > Servietten – eine Farbe des Geschmacks 46
- > Youbed – das personalisierbare Hotelbett 47
- > Mietsystem: Wäscheversorgung XXL im Estrel Berlin 48
- > Nachhaltige Bettwäsche für guten Schlaf 49
- > Designstarke Stahlwanne im Stoffkleid 50
- > Vorschau, Impressum 50



## AUFGETISCHT

Da haben die Kollegen einiger Tageszeitungen und Fernsehsender in den letzten Wochen mal wieder große Schlagzeilen produziert: „Ein Viertel aller Jugendlichen bricht die Ausbildung ab.“ Über dem Durchschnitt und in der Berichterstattung mal wieder ganz vorne dabei: die gastgewerblichen Ausbildungsberufe.

Ja, es stimmt, dass viele junge Menschen – teils mit falschen Erwartungen gestartet, teils der geforderten Belastung nicht gewachsen – frühzeitig den Kochlöffel beiseitelegen. Doch um das Thema wirklich anzugehen, muss man tiefer einsteigen und darf nicht gleich den Ausbildern die Schuld geben – unter dem Motto „Da wird zu viel verlangt“. Die Analyse fängt schon bei der Datenbasis an. In dem zitierten Berufsbildungsbericht ging es um „Vertragslösungen“, in den Schlagzeilen wurden daraus „Abbrecher“. Dabei kann eine Vertragslösung ganz verschiedene Gründe haben, im Idealfall sogar die Fortsetzung der Ausbildung in einem anderen Betrieb. Klar gibt es (leider immer noch zu viele) gastgewerbliche Betriebe, in denen die Auszubildenden nicht die Wertschätzung genießen, die junge Menschen heute erwarten. Daran müssen alle arbeiten, jeder in seinem Betrieb, die gesamte Branche mit einem besseren Image für die Berufe. Allerdings spielen auch die Orientierungs- und Ziellosigkeit der jungen Menschen, das fehlende Durchhaltevermögen und eine falsche Vorstellung von den Berufen eine mindestens genauso große Rolle. Wenn ich Tim Mälzer im Fernsehen kochen sehe, glaube ich auch, dass ich das kann. Deshalb ist es eine gesellschaftliche Aufgabe, den Nachwuchs so zu erziehen und zu bilden, dass die klassischen Werte und Tugenden wieder im Mittelpunkt stehen. Was beim Blick auf die duale Ausbildung, für die Deutschland in der ganzen Welt nach wie vor geschätzt und bewundert wird, oft vergessen wird: In der akademischen Ausbildung sieht es nicht besser aus. Ein Drittel aller Studenten bricht das Studium vorzeitig ab, in einigen Studienfächern liegt die Quote sogar bei über 40 Prozent. Allerdings sagt die Statistik hier auch nichts über die Gründe und nichts darüber, ob das Studium in einem anderen Fach fortgesetzt wird.

Das Gastgewerbe ist weiterhin gefordert, die Ausbildungsberufe attraktiver zu machen, um (endlich) rauszukommen aus den Schlagzeilen. Jeder kann, jeder muss dazu einen Beitrag leisten.



Andreas Türk

Andreas Türk

Der Hotelverband Deutschland (IHA) hat in einem kostenfreien Merkblatt für die Hotellerie aktuelle Informationen zur Elektromobilität aufbereitet, um den Unternehmern den Einstieg in das Zukunftsthema mit Praxistipps zur Ladeinfrastruktur und zu Fördermöglichkeiten zu erleichtern.

## DEHOGA FORDERT SCHNELLE KLARHEIT BEI DER ZERTIFIZIERUNG VON KASSENSYSTEMEN

Das Bundesministerium der Finanzen hat erste Entwürfe zu den beiden für die Branche relevanten Themen Einzelaufzeichnungspflicht und Kassennachschauf vorgelegt. In einer aktuellen Stellungnahme hat der DEHOGA Änderungs- und Klärungsbedarf dargelegt, da die Entwürfe eine Reihe von Fragen aufwerfen.

Von den Neuregelungen zum Schutz vor Manipulationen bei Kassensystemen, die am 1. Januar 2020 in Kraft treten, sind Gastronomen und Hoteliers in besonderem Maße betroffen. Ab dann dürfen nur noch Kassen verwendet werden, die manipulationssicher sind. Nach dem 25. November 2010 angeschaffte, nicht manipulationssichere Kassen dürfen längstens bis zum 31. Dezember 2022 genutzt werden. Die neuen Regeln bedeuten für viele Unternehmer der Branche Neuschaffungen, sie haben Anspruch auf Planungs- und Investitionssicherheit. In diesem Sinne fordert der DEHOGA, dass möglichst schnell Klarheit hinsichtlich der anstehenden Zertifizierung solcher Systeme herrscht. Es müsse schnell festgelegt werden, welche Sicherheitsmodule die Kassenhersteller einbauen müssen, damit die Unternehmer, die bald eine neue Kasse kaufen (müssen), bereits eine Kasse mit zertifizierter Sicherheitslösung kaufen können.

» Quelle: DEHOGA compact

## MERKBLATT ZUR ELEKTROMOBILITÄT

Der Hotelverband Deutschland (IHA) hat in einem kostenfreien Merkblatt für die Hotellerie aktuelle Informationen zur Elektromobilität aufbereitet, um den Unternehmern den Einstieg in das Zukunftsthema mit Praxistipps zur Ladeinfrastruktur und zu Fördermöglichkeiten zu erleichtern.



Immer mehr Gäste reisen mit E-Fahrzeugen an; sowohl in der Stadt- als auch der Ferienhotellerie wird es mehr und mehr zu einer Selbstverständlichkeit – und zu einer Standardanforderung an die Hotelausstattung und das Dienstleistungsangebot. Somit ist der Informationsbedarf zur Elektromobilität derzeit erheblich. Verschiedene Ladestationen mit unterschiedlichen Stromarten sowie Steckern und rechtliche Unsicherheiten hinsichtlich der Stromzähler und Eichmesser sorgen derzeit für Nachfragen und Unsicherheiten.

Das IHA-Merkblatt „Elektromobilität – Information und Praxistipps“ steht ab sofort im Online-Shop des Hotelverbandes unter [www.ihashop.de](http://www.ihashop.de) zum kostenlosen Download zur Verfügung.

> Andreas Türk, Chefredakteur



## PAUSCHALREISERICHTLINIE:

# VERSICHERUNGSLÖSUNG EASYCERT ZUR UMSETZUNG DES NEUEN REISERECHTS FÜR HOTELS

Mit Inkrafttreten der novellierten EU-Pauschalreiserichtlinie am 1. Juli 2018 werden mehr Hotelarrangements als bisher den strengen Regelungen des neuen Reiserechts, z.B. hinsichtlich vorvertraglicher Informationspflichten, Haftungsansprüchen und der Kundengeldabsicherung unterliegen. Insbesondere die gesetzlich vorgeschriebene Absicherung von vor Abreise entgegengenommenen (An-)Zahlungen der Gäste wird die Hotels vor große Herausforderungen stellen, da bisherige Versicherungsangebote nicht auf die besonderen Anforderungen eines Hotelbetriebes zugeschnitten sind.

„Die IHA hat deshalb mit der VGA GmbH Versicherungskonzepte für Handel und Dienstleistung und der Versicherungsgesellschaft HDI Global ein praxistaugliches Onlinetool entwickelt, das von allen Hotelbetrieben in Deutschland zu besonders günstigen Konditionen genutzt werden kann“, kündigt Otto Lindner, Vorsitzender des Hotelverbandes Deutschland (IHA), die Branchenlösung zur Umsetzung des neuen Reiserechts an.

„Zum 2. Quartal wird HDI Global eine Internet-Plattform zur Verfügung stellen, auf

der Hotelbetriebe und andere Reiseveranstalter/-vermittler die neue EasyCert-Police in wenigen Schritten online abschließen können“, teilt der Berliner HDI-Vertriebsleiter Bernd Schako mit. „Die Police steht sofort zum Download bereit und der Versicherungsschutz tritt sofort nach Abschluss in Kraft. Keine weiteren Fragen, Formulare oder Briefe – so einfach wie die Buchung eines Hotelzimmers.“

Die Internet-Plattform zum Abschluss der EasyCert-Police von HDI ist über den Link [bit.ly/Pauschalreiserichtlinie](http://bit.ly/Pauschalreiserichtlinie) zu erreichen.

## FINANZAMT



Illustration: Ulrich Gineiger



## BERUFLICHE ANERKENNUNG AUSLÄNDISCHER FACHKRÄFTE

### Welche Qualifikation hat der Bewerber?

Alle Unternehmen suchen nach Fachkräften, gerade in Hotellerie und Gastronomie werden qualifizierte Mitarbeiter händleringend gesucht. Eine Möglichkeit: ausländische Fachkräfte. Doch neben ungeklärten Aufenthaltsberechtigungen und Arbeitserlaubnisvorschriften stellt sich für viele Unternehmen die Frage, über welche Kenntnisse, Fertigkeiten und Fähigkeiten Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer mit ausländischem Berufsabschluss tatsächlich verfügen. Genau dafür gibt es die berufliche Anerkennung.

Schon seit 2012 besteht in Deutschland die Möglichkeit, einen im Ausland erworbenen Berufsabschluss anerkennen zu lassen. In einem solchen Verfahren wird offiziell und rechtssicher ermittelt, wie groß die Übereinstimmung einer angegebenen ausländischen Qualifikation mit dem vergleichbaren deutschen Referenzberuf ausfällt. Das Ergebnis ist ein Anerkennungsbescheid, der das Resultat dieser Gleichwertigkeitsprüfung darstellt und dazu beiträgt, dass die Wirtschaft ausländische Fachkräftepotenziale bestmöglich nutzen kann.

Die Berufsanerkennung obliegt den Kammern, allerdings bietet das Internetportal der Bundesregierung zur Berufsanerkennung unter [www.anerkennung-in-deutschland.de/html/de/](http://www.anerkennung-in-deutschland.de/html/de/) mit dem „Anerkennungsfinder“ ein Tool, mit dem man die zuständige Stelle auch selber ermitteln kann. Wichtig, gerade im Hinblick auf die Beschäftigung von Flüchtlingen: Eine Anerkennungsprüfung ist auch dann möglich, wenn keine formalen Dokumente über die Qualifikationen vorliegen (etwa, weil Zeugnisse verloren gegangen oder vernichtet sind).

## DRUCKEN À LA CARTE



Foto: WIR-machen-Druck

„Der erste Eindruck zählt!“ Davon ist man beim Druckdienstleister WIRmachenDRUCK.de überzeugt. Denn in kaum einer anderen Branche spielen ausgewählte Druckprodukte eine so bedeutende Rolle wie in der Gastronomie – nach wie vor. Zu den Erfolgsfaktoren gehören nicht nur gutes Essen und Trinken sowie ein vorbildlicher Service, sondern ansprechende, hochwertige Druckprodukte.

Das Unternehmen aus Backnang bei Stuttgart ist Experte für den individuellen Druck des gesamten Gastronomiebedarfs. Von Speisekarten über Gastroblöcke und Bierdeckel bis hin

zu geschmackvollen Werbeartikeln – auf der Internetplattform [www.wir-machen-druck.de](http://www.wir-machen-druck.de) finden Unternehmen sowohl für den Innen- als auch für den Außenbereich hochwertige Drucksachen zu beeindruckend günstigen Preisen.

Individuelle Druckprodukte im Handumdrehen: Mit nur wenigen Mausklicks sind die selbst gestalteten Drucksachen online bestellt. Einfach auf der Website das entsprechende Wunschprodukt auswählen, Druckdaten hochladen – und schon innerhalb kürzester Zeit wird alles bequem geliefert. [www.wir-machen-druck.de](http://www.wir-machen-druck.de)

## DHA LOBT HOSPITALITY HR AWARD AUS



Die Deutsche Hotelakademie als Branchenpartner unterstützt das Gastgewerbe in vielfältiger Weise bei der Gewinnung und Qualifizierung von Fachkräften. Einer der Bausteine ist der Hospitality HR-Award, den die DHA in diesem Jahr bereits zum fünften Mal vergibt. Ausgezeichnet wird nachhaltiges Mitarbeitermanagement in der Hotellerie und Gastronomie.

Als Initiator des Awards würdigt die DHA erfolgreiche, innovative Maßnahmen zur Mitarbeitergewinnung und -bindung mit Vorbildcharakter – von der Einzelidee bis hin zur umfassenden HR-Strategie. „Gute Ideen und innovative Ansätze im Bereich Human Ressources müssen mehr Strahlkraft gewinnen und zugleich die Branche bereichern“, sagt Merle Losem, Leiterin der Deutschen Hotelakademie.

Bewerben können sich alle Hotel- und Gastronomiebetriebe in verschiedenen HR-Kategorien bis zum 15. Mai 2018. Die große Preisverleihung findet am 20. September 2018 im Grandhotel Hessischer Hof in Frankfurt statt. Alle Informationen und die Bewerbungskriterien finden Interessierte unter [www.hospitality-award.de](http://www.hospitality-award.de).

## DELIVEROO SENKT DEN MINDEST- BESTELLWERT

Der Lieferdienst Deliveroo senkt den Mindestbestellwert von 12 Euro auf 8 Euro für Mittagsbestellungen und 10 Euro für Abendbestellungen. Damit sollen auch kleinere Bestellungen ohne Extrakosten möglich sein – ein Fakt, der besonders für Singles und Büroarbeiter ohne eigene Kantine interessant sein dürfte, aber auch für den einen oder anderen Gastronomen den Markteintritt erleichtert.



## Passt ganz zu Dir: der neue Sprinter.

100 % für Dich dank großer Variantenvielfalt und flexiblen Konfigurationsmöglichkeiten.  
[mercedes-benz.com/sprinter](http://mercedes-benz.com/sprinter)

Ab 9. Juni bei Deinem Mercedes-Benz Partner

Mercedes-Benz  
Vans. Born to run.





Marschierten für die Rettung der Branche durch München: Weinbaupräsident Arthur Steinmann, Bezirksvorsitzender Hans Jürgen Nägerl, Schriftführer Ralph Barthelmes, der Münchner Kreisvorsitzende Conrad Mayer, DEHOGA Bayern-Präsidentin Angela Inselkammer, Landesgeschäftsführer Thomas Gepert, Bundes-Geschäftsführerin Ingrid Hartges, Vizepräsident Andreas Brunner, Bezirksvorsitzender Johann Britsch und Stefan Wild, Vorsitzender des Fachbereiches Hotellerie (von links).

## DAS BAYERISCHE GASTGEWERBE DEMONSTRIERTE STÄRKE UND GESCHLOSSENHEIT

**Es kommt nicht alle Tage vor, dass die Unternehmer einer ganzen Branche auf die Straße gehen. Die bayerischen Hoteliers und Gastronomen haben es jetzt getan und bei einem Marsch durch die Münchner Innenstadt für die Rettung der bayerischen Wirtshauskultur demonstriert.**



Kreative Transparente machen auf die Situation von Hotellerie und Gastronomie in Bayern aufmerksam.

Auf Transparenten und Schildern machten sie ihrem Unmut Luft: Zu viel Dokumentation, zu viele Kontrollen und Auflagen würden den Unternehmern die Luft zum Atmen rauben – und vielen die Lust nehmen, überhaupt noch ihre Wirtschaft aufzusperren. Erst stirbt die Wirtschaft, dann der Ort, so die Parole, mit der der DEHOGA Bayern mehr Unterstützung von der Politik einforderte. Die gut 1500 Demonstranten auf den Münchner Straßen waren ein guter Beweis der Entschlossenheit der Branche. Beim anschließenden GastroFrühling im Festzelt auf der Theresienwiese unterstrich DEHOGA Bayern-Präsidentin Angela Inselkammer noch einmal die Forderungen der Branche.

➤ Andreas Türk



Ministerpräsident Markus Söder unterstrich nicht nur die Bedeutung der Branche, sondern sicherte auch Unterstützung zu.

## SÖDER UND DIE 30 MILLIONEN

Da war es kurz ganz still in dem Festzelt beim GastroFrühling des DEHOGA Bayern: Ministerpräsident Markus Söder hatte der fast einstündigen Rede von DEHOGA Bayern-Präsidentin Angela Inselkammer gelauscht und die Themen der Branche wohl vernommen. Selbst am Rednerpult, erläuterte er dann seine Sicht auf Bayern, wo es mehr Staat und wo es mehr Liberalismus brauche. Den Tourismus will er auf jeden Fall stärken. Weil das Gastgewerbe Hilfe brauche, werde er ein 30-Millionen-Förderprogramm auf den Weg bringen, um kleine Hotels und Gaststätten zu unterstützen – „noch in diesem Jahr“. Der Applaus der rund 3000 Hoteliers und Gastronomen war ihm sicher. ➤ atk

## TOURISMUS IN BAYERN AUFGEWERTET

Der neue bayerische Wirtschaftsminister Franz-Josef Pschierer hat angekündigt, dem Tourismus in seinem Ministerium einen höheren Stellenwert zu geben. Es soll nicht nur eine eigene Abteilung im Wirtschaftsministerium geben, Pschierer kündigte auch die Errichtung eines Tourismuskonzentrums an. Damit werden langjährige Forderungen der Branche erfüllt und die Bedeutung des Tourismus als eine der bayerischen Leitökonomien gewürdigt. ➤ atk

# IMMER MEHR AUSBILDUNGS-VERTRÄGE WERDEN GELÖST

**Die Schlagzeilen waren groß und gingen durch alle Medien: Die Zahl der „Ausbildungsabrecher“ steigt und liegt auf dem Niveau wie zuletzt 1990.**

Dies geht aus dem Entwurf für den Berufsbildungsbericht 2018 hervor. Demnach werfen rund ein Viertel der Azubis frühzeitig hin, in den gastgewerblichen Ausbildungsberufen sind es deutlich mehr. Der DEHOGA Bundesverband fordert allerdings, die Sachlage differenzierter zu betrachten.

„Der Berufsbildungsbericht erfasst alle Formen der Vertragslösungen der Ausbildungsverhältnisse, und diese können vielfältige Gründe haben. Kurzum, die von den Medien vielfach zitierte ‚Abbrecherquote‘ existiert nicht“, heißt es vom Bundesverband. Erfasst werden nur „Vertragslösungen“, die neben dem Ausbildungabbruch durch den Azubi auch den Wechsel in einen anderen Beruf im gleichen Betrieb, den Wechsel in einen anderen Ausbildungsbetrieb, die Umfirmierung des Betriebs und natürlich auch die Arbeitgeber-Kündigung, zum Beispiel wegen unentschuldigten Fehlens im Betrieb oder in der Berufsschule, beinhalten können.

Aus einer hohen Quote von Vertragsauflösungen ein generelles Problem für die gastgewerblichen Berufe oder die Qualität der Ausbildung abzuleiten, greift für den DEHOGA zu kurz: „Häufigste Ursache für Ausbildungsabbrüche seitens der Azubis sind nach unseren Erkenntnissen unrealistische Vorstellungen der Auszubildenden von den Anforderungen des Berufes und des Arbeitslebens sowie feh-

lende Wertschätzung durch Ausbilder und Kollegen. Jeder Abbruch ist einer zu viel.“ Mehr denn je gelte es seitens der Ausbildungsbetriebe, in die Qualität der Ausbildung zu investieren und für ein gutes Betriebsklima zu sorgen. Dazu könnten Schnupperpraktika beitragen und das Studium ausführlicher Informationen, die die Branche bereithält.

## **Mehr Geld ist nicht die Lösung**

Keine direkte Verbindung sieht der Verband, wie in einigen Berichten durch die Gewerkschaften gefordert, in den Ausbildungsvergütungen. Sicherlich sei eine angemessene Bezahlung wichtig, das Gastgewerbe liege hier im Branchenvergleich im Mittelfeld. „Die Vertragslösungsquote als Argument für eine Mindestausbildungsvergütung zu nutzen, wie es der DGB tut, ist an den Haaren herbeigezogen – schließlich ist die Vergütung vor Beginn der Ausbildung bekannt“, so der DEHOGA.

Dass in den Berichten fast ausschließlich die Gewerkschaften zu Wort gekommen sind, hat auch der Präsidentin des DEHOGA Bayern, Angela Inselkammer, nicht gefallen. In einem ausführlichen Schreiben an den Informationsdirektor des Bayerischen Rundfunks hat sie, mit Hinweis auf den öffentlich-rechtlichen Auftrag, mehr Sorgfalt und Ausgewogenheit bei der Recherche angemahnt.

➤ **Andreas Türk**

## **5 Tipps, damit die Ausbildung besser klappt:**

- 1 Bieten Sie Schnupperpraktika an, damit sich die Bewerber ein Bild vom Betrieb, dem Beruf und der Branche machen können.
- 2 Klären Sie vor Beginn über die Herausforderungen der Ausbildung auf. Hierzu gibt es zahlreiche Informationsmaterialien.
- 3 Kümmern Sie sich um den Auszubildenden, sowohl bei betrieblichen und schulischen als auch bei privaten Themen.
- 4 Binden Sie die Azubis ins Team und in das unternehmerische und betriebswirtschaftliche Geschehen ein.
- 5 Führen Sie regelmäßige Gespräche mit dem Auszubildenden über seine Ideen und Vorstellungen, aber auch über seine Probleme.

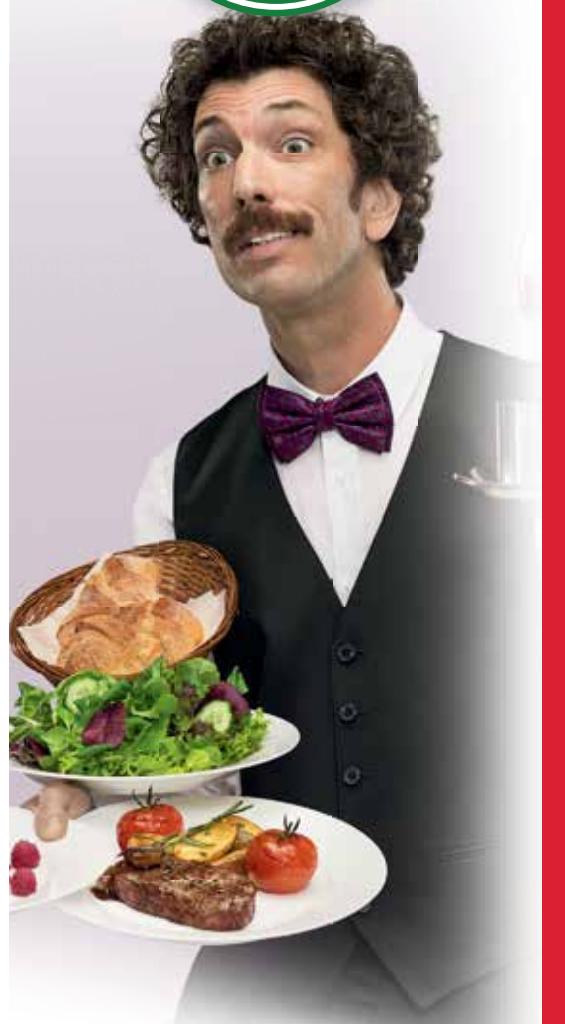
## **Wie vergibt man Tische an Gäste, wenn gerade keine Hand frei ist?**

**Mit dem praktischen TerminService.**

Nutzen Sie den TerminService auch für Ihr Unternehmen. Ihre Gäste vereinbaren dann Termine bequem online und in der App – überall und zu jeder Zeit. Anmeldung unter:

**[www.dastelefonbuch.de/terminbuchung](http://www.dastelefonbuch.de/terminbuchung)**

**Jetzt gratis sichern!**



# ACHTSAMKEIT GEGENÜBER LEBENSMITTELN IST TREND

Eine Chance für schrágnes Gemüse:  
Nichts wird weggeworfen, alles  
wird verarbeitet.

Foto: © mrisseyev - iStockphoto.com

**Jedes Jahr landen in Deutschland 18 Millionen Tonnen Lebensmittel im Müll, 18 Prozent davon stammen aus der Gastronomie. Müllvermeidung und der sorgsame Umgang mit Lebensmitteln werden mehr und mehr zum Lifestyle. Deshalb stellen sich immer mehr Gastronomen darauf ein. Denn neben der ökologischen hat das Arbeiten ohne Verschwendug auch eine ökonomische Komponente.**

Es findet ein Umdenken in der Gesellschaft statt. Ökologie und der sorgsame Umgang mit Lebensmitteln, die Vermeidung von Müll und des Wegwerfens von Lebensmitteln bekommen eine immer größere Bedeutung. Es ist eine Rückbesinnung auf ursprüngliches Kochen, auf eine Zeit, in der die Großeltern aus Mangel sorgsam mit den Lebensmitteln umgehen mussten. Etwas, was in der Wohlstands- und Wegwerfgesellschaft der letzten Jahre in Vergessenheit geraten ist.

Das alles lässt sich unter dem Schlagwort „Zero Waste“ zusammenfassen. Doch wer dabei nur an Müllvermeidung denkt, sieht nicht die Tragweite des gesamten Ansatzes. Denn Vermeidung von Verschwendug fängt schon ganz früh in der Wertschöpfungskette an. „From Nose to Tail“ heißt es beispielsweise bei der Fleischverarbeitung – eine Gegenbewegung dazu, den Gästen nur die besten, die Filet-Stücke, anzubieten. Gleches gilt auch für Obst und Gemüse,

dann heißt das Schlagwort „From Leaf to Root“. Alles wird verwertet, damit möglichst wenig weggeworfen werden muss.

## Gastronomie als Vorreiter

Gerade die Gastronomie kann hier eine Vorreiterrolle einnehmen. Gut ausgebildete Profis in den Küchen sollten genügend Kreativität und Know-how haben, um mit den Lebensmitteln sorgsam und sparsam umzugehen. Um aus „weniger schönen“ Lebensmitteln genussvolle Gerichte zu zaubern. Um aus Resten immer wieder etwas zu machen, was die Gäste begeistert.

## Kein Geld wegwerfen

Vor allem aber sollte die Gastronomie ein ökonomisches Interesse an dieser Arbeitsweise haben. Denn wer Lebensmittel in die Tonne wirft, wirft bares Geld weg, das am Ende in der Bilanz fehlt. Rein wirtschaftlich betrachtet, schlummert in einer Reduzierung der Verschwendug enormes Potenzi-

al. Wer das dann auch noch den Gästen kommuniziert, hat bei vielen Gästen sogar noch einen zusätzlichen Pluspunkt. Die Konzepte, die deutschlandweit bereits so agieren, sind ein gutes Beispiel dafür. Wie bedeutungsvoll das Thema Verschwendug auch bei den Gründern der Gastro-Szene ist, zeigt sich beim Gastro-Gründerpreis. Mit Isla Berlin wurde 2018 ein Konzept ausgezeichnet, das sich der Kreislaufwirtschaft verschrieben hat. Bereits im vergangenen Jahr standen zahlreiche nachhaltige Konzepte in der Jury-Bewertung ganz oben. Der Kampf gegen Verschwendug ist eine aktuelle Herausforderung für jeden Unternehmer.

➤ Andreas Türk

### From Nose to Tail:

Alle Teile eines Tieres werden verarbeitet. Auch aus den weniger bekannten und beliebten Fleischstücken oder aus Innereien lassen sich leckere Gerichte zubereiten.

### From Leaf to Root:

Alle Teile einer Pflanze werden verarbeitet, also auch die Wurzeln oder Blätter.



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

# von der Gastwirtschaft zur Kreislaufwirtschaft

**Sie setzen auf Nachhaltigkeit und eine besondere Form der Kreislaufwirtschaft. Sie servieren den Gästen Essen aus Resten und den Espresso in Tassen aus altem Kaffeesatz. Für ihre weitreichenden Ideen wurden Peter Duran und Philipp Reichel, die Gründer des Isla Berlin, mit dem Deutschen Gastro-Gründerpreis 2018 ausgezeichnet.**



„Lebensmittelreste sind kein Müll“, sagen die beiden Gründer und wollen mit dem Isla Berlin eine neue Ära einläuten – oder zumindest zum Umdenken anregen. Denn die beiden haben das Thema Kreislaufwirtschaft zu Ende gedacht und setzen es in ihrem Café um: Zero Waste und Kochen mit geretteten Lebensmitteln sind der Anfang und nur ein Teil des Konzeptes. Alles wird ganzheitlich verarbeitet, nichts wird weggeworfen.

Die beiden Gründer des Isla Berlin sind keine Neulinge im Geschäft. Philipp Reichel gründete bereits das „Kaffee 9“, initiierte das „Berlin Coffee Festival“ und betreibt eine eigene Kaffeerösterei. Peter Duran studierte Nachhaltige Entwicklung, sammelte dann acht Jahre Erfahrung als Koch und Barista. Im Isla Berlin haben die beiden ihre gesamte Erfahrung und Kompetenz in einen Topf geworfen. Und sie zeigen, dass echter Genuss auch mit reduziertem ökologischen Fußabdruck und fairem Handel möglich ist.

Der Nachhaltigkeitsgedanke funktioniert dabei von Anfang an: Verwendet werden

ausschließlich hochwertige Produkte, deren Herkunft bis zum Produzenten nachvollziehbar ist und die fair gehandelt werden. Ökologische Faktoren in der Lebensmittelherstellung fließen dabei direkt in die Preisgestaltung ein und überraschen so den einen oder anderen Gast: Kaffeekreationen mit Kuhmilch sind dann auch mal teurer als pflanzliche Alternativen wie Hafermilch.

## » NACHHALTIGKEIT KANN AUCH WIRTSCHAFTLICH PROFITABEL SEIN «

Grundsätzlich werden jegliche Reste von Lebensmitteln und Getränken vermieden. Aus aufgeschäumter und nicht verwendeter Milch werden beispielsweise Joghurt und Ricotta hergestellt. Die Spezialität des Cafés, der Croissant-Brot-Pudding, entsteht aus nicht verwerteten Backwaren und Milchresten der Woche und wird mit kanalisierten Schalen von wiederverwertetem



Obst garniert. Die Produkte durchlaufen im Isla Berlin verschiedene Verarbeitungsstufen – bis nichts mehr davon übrig ist. Ungewöhnlich auch das Ambiente: Das Inventar wurde andernorts auch schon mal verwendet, das Geschirr entsteht aus altem Kaffeesatz, der, mit Holzspänen vermischt, verpresst wird und sogar spülmaschinentauglich ist. Fair sind die Gründer auch bei der Entlohnung der Mitarbeiter: Diese können sich Anteile am Unternehmen erarbeiten oder sogar ein eigenes Isla eröffnen, denn die beiden wollen die Kreislaufwirtschaft als Franchise-System etablieren. Ziel ist es auch, mit der gleichen Idee und Vorgehensweise aus dem Café in ein richtiges Restaurant mit Bar hineinzuwachsen.

Für Peter Duran und Philipp Reichel ist Nachhaltigkeit ein Lebensstil und nicht nur ein Marketingbegriff. Sie wollen zeigen, dass Kreislaufwirtschaft nicht nur ein Öko-Label für den Betrieb ist, sondern dass ein solcher Betrieb auch profitabel wirtschaften kann.

➤ Andreas Türk



## ZWEITE CHANCE FÜR LEBENSMITTEL

**Im Restaurant Restlos Glücklich in Berlin-Neukölln kommt all das auf den Tisch, was woanders nicht mehr verkauft werden kann. Beim Gastro-Gründerpreis 2017 wurde das Konzept des Vereins für Wertschätzung von Lebensmitteln mit dem Social Award ausgezeichnet.**

Das Neuköllner Non-Profit-Restaurant Restlos Glücklich gibt Lebensmitteln eine zweite Chance – und setzt damit ein Zeichen in der Gastronomie. Die anspruchsvollen Menüs bestehen zu 95 Prozent aus aussortierten Lebensmitteln – krummen Möhren, Bananen mit braunen Stellen, Resten aus Fehlplärrungen bei Großbestellungen oder Produkten kurz vor dem Ablauf des Mindesthaltbarkeitsdatums. Die Gäste merken aber: Trotz Schönheitsmankos schmecken nicht-genormtes Gemüse, Obst & Co. köstlich. Es kommt nur auf die Kreativität bei der Zubereitung an. Das Restaurant, finanziert über Crowd-Funding, ist seit fast zwei Jahren geöff-

net und meistens ausgebucht. Zwei Köche, die Vereinsführung und der Restaurantleiter sind fest angestellt, das restliche Team arbeitet größtenteils ehrenamtlich. Dafür fließen alle Einnahmen zurück in ein Bildungsprogramm mit kostenlosen Workshops und Kochkursen für Kinder und Jugendliche. „Mit unserem Projekt möchten wir die Menschen zum Umdenken bringen“, sagt Gründungsmitglied Anette Keuchel. „Wir müssen Lebensmittel wieder mehr wertschätzen und verantwortungsvoller mit ihnen umgehen. Das Wegwerfen von komplett intakten Lebensmitteln darf keine Option bleiben.“

› Andreas Türk

Infos und  
Händler-  
nachweis:  
[kassen-gobd.de](http://kassen-gobd.de)

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

## PFANDSYSTEM FÜR MITNEHMGESCHIRR

Immer häufiger holen sich die Gäste ihr Essen in der Gastronomie ab. Dann wird eilig in Aluschalen oder Plastikbehälter verpackt. Auch wenn es dafür längst nachhaltigere Lösungen gibt, hat das Bistro Restlos in Erfurt eine noch bessere Idee: Dort gibt es ein Pfandsystem für die Mehrfachnutzung von Mitnehm-Behältnissen. Das vermeidet Müll, trägt aber auch zur Kundenbindung bei.

## UNITED AGAINST WASTE

Die Initiative United Against Waste e.V., von der gesamten Lebensmittelwirtschaft ins Leben gerufen, beschäftigt sich seit fünf Jahren mit der Vermeidung und Reduzierung von Lebensmittelabfällen in der Außer-Haus-Verpflegung. Die Internetplattform verfügt bundesweit über die umfangreichste Abfalldatenbasis mit detaillierten Analysen und hat festgestellt, dass ein Drittel der Lebensmittel in der Tonne landet. Da sich Deutschland dazu bekannt hat, die Sustainable Development Goals zu erreichen, muss die Menge der Lebensmittelabfälle bis zum Jahr 2030 um die Hälfte reduziert werden.

Um dieses gemeinsame Ziel zu erreichen, bietet United Against Waste im Internet vielfältige Informationen zur Vermeidung von Lebensmittelabfällen, darunter ein Abfall-Analyse-Tool und eine gemeinsam mit dem DEHOGA erarbeitete Checkliste.

[www.united-against-waste.de](http://www.united-against-waste.de)

## APP GEGEN VERSCHWENDUNG

Too Good To Go ist eine App zur Lebensmittelrettung. Mit ihrer Hilfe können überproduzierte Lebensmittel zum reduzierten Preis vermittelt werden. Nichts muss sinnlos entsorgt werden, die Kunden bekommen günstig eine leckere Mahlzeit – und der gastronomische Betrieb sogar noch Geld für die Reste. Aktuell beteiligen sich insgesamt schon knapp 6000 gastronomische Betriebe und über drei Millionen Nutzer. Dadurch wurden bereits 3,3 Millionen Mahlzeiten gerettet!

[www.toogoodtogo.de](http://www.toogoodtogo.de)

**KÜNSTLERSOZIALKASSE**

# ZUSATZKOSTEN FÜR KREATIVE

**Immer häufiger taucht im Rahmen von Betriebsprüfungen die Frage nach Zahlungen an die Künstlersozialkasse auf. Denn: Wenn Hoteliers und Gastronomen Künstler engagieren oder Kreativleistungen in Auftrag geben, muss dafür in der Regel ein zusätzlicher Betrag an die Künstlersozialkasse abgeführt werden.**  
**Hier die wichtigsten Fragen und Antworten:**

## **Was ist die Künstlersozialkasse?**

Die Künstlersozialkasse (KSK) sorgt mit der Durchführung des Künstlersozialversicherungsgesetzes (KSVG) dafür, dass selbstständige Künstler und Publizisten einen ähnlichen Schutz in der gesetzlichen Sozialversicherung genießen wie Arbeitnehmer. Selbstständigen Künstlern und Publizisten steht der gesamte gesetzliche Leistungskatalog zu. Sie müssen dafür aber nur die Hälfte der jeweils fälligen Beiträge aus eigener Tasche zahlen, die KSK stockt die Beiträge auf aus einem Zuschuss des Bundes (20 Prozent) und aus Sozialabgaben von Unternehmen (30 Prozent), die Kunst und Publizistik verwerten. Der Staat fördert mit der Künstlersozialversicherung die Künstler und Publizisten, die erwerbsmäßig selbstständig arbeiten, weil diese Berufsgruppe sozial meist deutlich schlechter abgesichert ist als andere Selbstständige.

## **Wie betrifft die Künstlersozialkasse mich als gastgewerblichen Unternehmer?**

Allgemein lässt sich sagen: Alle Unternehmen, die durch ihre Organisation, ihre besonderen Branchenkenntnisse oder ihr spezielles Know-how den Absatz künstlerischer oder publizistischer Leistungen am Markt fördern oder ermöglichen, gehören grundsätzlich zum Kreis der künstlersozialabgabepflichtigen Unternehmen. Wichtig ist: Es sind auch alle Unternehmen abgabepflichtig, die nicht

nur gelegentlich Werke oder Leistungen von freischaffenden Künstlern oder Publizisten für Zwecke des eigenen Unternehmens nutzen, um im Zusammenhang mit dieser Nutzung Einnahmen zu erzielen. Gelegentlich wird in diesem Fall definiert, dass weniger als vier Aufträge pro Jahr vergeben werden. Anders ausgedrückt: Wer mehr als drei Mal im Jahr künstlerische oder publizistische Aufträge vergibt, ist abgabepflichtig.

## **Wann muss ich an die Künstlersozialkasse zahlen?**

Zahlen muss man immer dann, wenn man Künstler und kreativ arbeitende Menschen gegen Entgelt beschäftigt. Dies bezieht sich auf Musiker bei einer Veranstaltung genauso wie auf den Grafiker, der einen Flyer gestaltet oder die Webseite programmiert hat.

## **Wann muss ich nicht an die Künstlersozialkasse zahlen?**

Nicht abführungspflichtig sind Unternehmen, die nur gelegentlich Künstler oder Publizisten beschäftigen. Die Grenze liegt hier bei drei Aufträgen im Jahr. Nicht gezahlt werden muss auch, wenn der Auftrag an eine GmbH, eine OHG oder eine KG erfolgt.

## **Wieviel muss ich an die Künstlersozialkasse zahlen?**

Bemessungsgrundlage der Künstlersozialabgabe sind alle in einem Kalenderjahr an

selbstständige Künstler und Publizisten gezahlten Netto-Entgelte inklusive aller Nebenleistungen. Unternehmer, die Leistungen selbstständiger Künstler/Publizisten in Anspruch nehmen, müssen an dem gesetzlich geregelten Meldeverfahren teilnehmen und die bezahlten Honorare und Entgelte melden. Für 2017 wird ein Betrag von 4,8 Prozent der gezahlten Netto-Beträge berechnet, für 2018 ein Betrag von 4,2 Prozent.

## **Wie werden die Zahlungen an die Künstlersozialkasse kontrolliert?**

Für Prüfungszwecke sind die vom Unternehmen geführten Aufzeichnungen auf Verlangen der Künstlersozialkasse oder der Prüfdienste der Deutschen Rentenversicherung vorzulegen. Die ordnungsgemäße Abwicklung der Zahlungen an die Künstlersozialkasse wird auch im Rahmen von Betriebsprüfungen kontrolliert. Die Künstlersozialkasse kann eine Betriebsprüfung in Form einer schriftlichen oder elektronischen Prüfung oder in Form einer Außenprüfung durchführen. Im Regelfall wird die KSK bei den abgabepflichtigen Unternehmen prüfen, ob die Künstlersozialabgabe in der richtigen Höhe entrichtet worden ist.

## **Wo kann ich mich informieren?**

Weitere Informationen gibt es unter [www.kuenstlersozialkasse.de](http://www.kuenstlersozialkasse.de). dort befinden sich auch die entsprechenden Meldeformulare.

# VON DER WM PROFITIEREN



**Bald rollt der Ball wieder:**  
Vom 14. Juni bis 15. Juli treffen sich in Russland die 32 besten Mannschaften zur Fußball-Weltmeisterschaft. Auch für Gastronomen eine ganz heiße Zeit, denn von der Euphorie können sie in besonderer Weise profitieren. Doch: Ein paar Dinge sind zu beachten.

Die vergangenen Welt- und Europameisterschaften haben gezeigt: Bei schönem Wetter haben die Deutschen Lust, in der Gemeinschaft zu feiern. Dann geht es raus zum Public Viewing, rein in den Biergarten. Wer dann mit der richtigen Technik und entsprechendem Ambiente punkten kann, steht auf jeden Fall auf der Gewinnerseite. Wenn Jungs Jungs dann auch noch richtig weit kommen, wird die WM auch in diesem Jahr wieder zu einem wichtigen Termin im Kalender der Gastronomie. Um das gemeinsame Fußballgucken unter freiem Himmel zu erleichtern, wurde von der Bundesregierung eine Lärmschutz-Verordnung beschlossen, die für den Zeitraum der Fußball-WM 2018 gilt. Danach werden die Lärmschutz-Auflagen während der Fußball-WM gelockert und die Open Air-Übertragung von WM-Spielen auf Großleinwänden auch nach 22.00 Uhr erlaubt. Die Ausnahmen werden in diesem Jahr aber ohnehin nur hin und wieder bemüht werden müssen, denn die meisten Spiele beginnen bereits am Nachmittag oder frühen Abend und werden vor Beginn der grundsätzlichen Nachtruhe um 22 Uhr zu Ende sein.

➤ Andreas Türk

BEI LIVE-ÜBERTRAGUNGEN IN DER GASTRONOMIE SIND FOLGENDE RICHTLINIEN ZU BEACHTEN:

## 1. Konditionen der GEMA

Da bei den Fußballübertragungen der WM-Song, die Nationalhymnen und in den Pausen Werbung mit Musik sowie Kommentare der Reporter öffentlich wiedergegeben werden, haben auch die Verwertungsgesellschaften GEMA, GVL und VG Wort urheberrechtliche Ansprüche.

Wer bisher noch keine GEMA-Lizenz für die Fernsehwiedergabe hat und jetzt einen Fernseher/Großbildschirm für die Zeit der Fußball-WM aufstellt, hat zwei Möglichkeiten der Lizenzierung:

- Entweder er meldet den Fernseher (z.B. für Juni und Juli = 2 Monate) bei der GEMA an und zahlt den regulären Tarif FS (Fernsehen).
- Oder er nutzt den unbürokratischen GEMA-Großbildschirm-Sondertarif (gültig vom 14.6. bis 15.7.2018), den der DEHOGA mit der GEMA ausgehandelt hat. Hierzu werden im Mai alle Gastronomen von der GEMA angeschrieben.

## 2. Konditionen der GEZ

Für das Aufstellen eines oder mehrerer Fernsehgeräte zur Fußball-WM müssen keine zusätzlichen GEZ-Gebühren gezahlt werden.

## 3. Konditionen der FIFA für Public Viewing

Die TV-Übertragungsrechte für die WM 2018 liegen bei der FIFA. Nach den FIFA-Regeln werden die Fußballübertragungen in Gastronomie und Hotellerie grundsätzlich nicht als gewerbliche Public-Viewing-Veranstaltungen angesehen. Für diese TV-Übertragungen muss daher grundsätzlich weder eine Gebühr gezahlt noch eine Lizenz beantragt werden!

Die Voraussetzungen sind allerdings,

- dass kein direktes oder indirektes (z.B. Verzehrzwang) Eintrittsgeld für die TV-Übertragung erhoben wird,
- dass keine Sponsorenrechte genutzt oder Sponsoren eingebunden werden,
- dass die Veranstaltung auf nicht mehr als 5000 Besucher ausgerichtet ist.

Liegen diese Voraussetzungen vor, dann bedarf es keiner kostenpflichtigen Lizenz! Nähere Informationen dazu unter <https://publicviewing.fifa.com/2018/default.html>

Ein Merkblatt mit den wichtigsten Informationen kann von den Mitgliedern des DEHOGA über die DEHOGA-Landesverbände angefordert werden.

## Dessert-Inspirationen von erlenbacher

erlenbacher holt das WM-Fieber vom Stadion auf den Dessertteller. Gemeinsam mit Andreas Scholz, dem Küchendirektor im Kongresshotel Esperanto in Fulda, hat der Backwaren-Profi trendige Rezepte kreiert. Damit erhalten Kuchen und Torten im Handumdrehen einen weltmei-

terlichen Look, wie beispielsweise eine frische Erdbeer-Buttermilch-Schnitte kombiniert mit Mangosmoothie und selbst kreierter Erdbeereis oder Tout au Chocolat mit sportlichem Design.

[www.erlenbacher.de](http://www.erlenbacher.de)



## Sitzgelegenheit mit WM-Feeling

Für die Fußball-WM bietet Kason mit seiner WM-Linie eine Garten-Garnitur, mit der sich Flagge zeigen lässt. Die klassische WM-Garten-Garnitur aus bewährtem massiven Eschenholz in Deutschland-Optik bietet im Außenbereich das passende Ambiente zur WM-Zeit. Durch die körpergerecht gebogenen Sitz- und Rückenbretter des Gartenstuhls erleben Gäste im Fan-Look ein angenehmes Sitzgefühl. Neben dem Gartenstuhl eignet sich auch der runde Gartentisch zur Gastfreundschaft im Fußball-Look für den Außenbereich von Gaststätten und Biergärten. Die Garten-Garnitur ist feuerverzinkt und klappbar.

[www.kason.de](http://www.kason.de)

## Schichtdessert in Schwarz-Rot-Gold

Volltreffer von Dr. Oetker Professional / Individual Solutions: Der „Pokal-Jäger“, das neue TK-Dessert in Schwarz-Rot-Gold, wurde eigens zur Fußball-WM im Sommer entwickelt. Das köstliche Triple aus geschwärzter Schoko-Mousse, Erdbeerfruchtzubereitung und einer feinen Creme mit Vanillegeschmack setzt mit seinem Schoko-Fußball-Dekor alles daran, den diesjährigen Genießer-Cup zu gewinnen. Neben seiner farbenfrohen Optik und dem einzigartigen Geschmack hat das leckere Schichtdessert einen weiteren Joker in seinen Reihen, der die Entscheidung bringen kann: das praktische Handling! Die tiefgekühlten Refills müssen nur in die Dessertgläser eingesetzt und über Nacht im Kühlhaus aufgetaut werden – um dann am nächsten Tag gekühlt serviert zu werden.

[www.oetker-professional.de](http://www.oetker-professional.de)



Schon bei der letzten WM waren die Geräte von Screen Visions im Einsatz.

## Optimale Bildqualität

Beamer und Leinwand sind klassisch für den Indoor-Bereich ausgerichtet und für den Einsatz im Freien weniger geeignet. Für draußen gibt es deshalb LED-Lösungen von großen bis kleinen Screens. Die Kosten für eine solche Investition lohnen sich aber meist nicht, sodass der Verleih eine effiziente Alternative sein kann. In diesem Bereich kann der Public-Viewing-Experte Screen Visions auf über 20 Jahre Erfahrung zurückblicken. Neben Konzerten, Festivals und weiteren Großveranstaltungen betreut das Expertenteam aus Stuttgart auch Gastronomen und Hoteliers, die ihren Gästen zur WM-Zeit und weiteren sportlichen Ereignissen ein Zusatzangebot liefern möchten. Dazu werden gastronomische Betriebe mit der nötigen Technik ausgestattet. Das Team bietet von der Beratung über die Planung und den Verleih der Technik bis hin zur Vermarktung von Werberechten auf den Screens alles aus einer Hand an.

[www.screenvisions.com](http://www.screenvisions.com)

## 25 Spiele in Ultra-HD

An jedem Spieltag der FIFA Fußball-Weltmeisterschaft 2018 überträgt Sky Deutschland jeweils das Topspiel des Tages in Ultra HD, darunter unter anderem alle Spiele der deutschen Nationalmannschaft, beide Halbfinals und das Finale. Freigeschaltet sind die Live-Übertragungen auf Sky Sport UHD für alle Sky Kunden in Deutschland, die den Sky+ Pro Receiver nutzen und die technischen UHD-Empfangsvoraussetzungen erfüllen. Mit gestochen scharfer Bildqualität in vierfach höherer Auflösung als bei HD bringt Sky den Zuseher so nah ran ans Geschehen wie niemals zuvor.

ULTRA  
HD

[www.sky.de](http://www.sky.de)



Foto: Löwen Entertainment

# GELDSPIELGERÄTE SIND EINE UMSATZCHANCE

**Die Aufstellung von Geldspielgeräten in der Gastronomie ist immer wieder in der Diskussion. Doch gerade für die getränkegeprägte Gastronomie können diese Geräte sowohl eine wichtige Einnahmequelle als auch ein Beitrag zur Gästebindung sein. Allerdings: Auf die Qualität der Geräte kommt es an.**

Aktuell dürfen Gastronomiebetriebe bis zu drei Geldspielautomaten in ihren Räumlichkeiten aufstellen. Dies wird sich allerdings ändern, denn ab dem 11. November 2019 ist bei neu zu erteilenden Geeignetheitsbescheinigungen zur Aufstellung von Geldspielgeräten in der Gastronomie die Zahl der aufstellbaren Geldgewinnspielgeräte auf zwei begrenzt. Da die Geeignetheitsbescheinigung von den Behörden auch immer wieder erneuert wird, kann nicht jeder Wirt von einem Bestandsschutz für seine bestehenden Geräte ausgehen.

## Wichtige Einnahmequelle

Dabei können die Geräte für die Gastronomie durchaus eine wichtige Einnahmequelle sein. Der Gastronom partizipiert in jedem Fall von den Einnahmen der Geldgewinnspielgeräte. Je nachdem, ob die Geräte selbst aufgestellt wurden oder eine Vereinbarung mit einem externen Geräteaufsteller vorliegt, ist der Gastronom an den Einnahmen beteiligt. Die Einnahmen ergeben sich aus dem eingeworfenen Geld abzüglich dem Teil des Geldes, der in Form von Gewinnen wieder an die Spielgäste ausgeschüttet wird.

Für viele Gastronomen ist das – neben dem Konsum der Gäste – eine wichtige Einnahmequelle.

## Geräte-Performance

Um das Geschäft auch künftig zu sichern, kommt es in Zukunft mehr denn je auf die Geräte-Performance an. Das bedeutet: Moderne Geräte, die performance- und leistungsstark sind, gewinnen mehr und mehr an Bedeutung. Doch nicht nur das: Die Technische Richtlinie 5.0 gilt bundesweit ab dem 11. November 2018 und schreibt neue Anforderungen an Geldgewinnspiel-Geräte wie die Digitale Signatur für Finanzdaten oder eine gerätebezogene Freischaltung vor. Die Geräte müssen darauf vorbereitet sein.

## Jugendschutz

Gerade die Freischaltung der Geräte für bestimmte Zielgruppen ist ein wichtiger Baustein in der Suchtprävention und dem Jugendschutz. Durch beide Argumente wird das Aufstellen von Geldgewinnspielgeräten immer wieder infrage gestellt. Die Vorschriften sind unbedingt einzuhalten, meint auch der DEHOGA Bundesverband zu diesem

Thema, der sich „ohne Wenn und Aber zur Einhaltung der gesetzlichen Jugendschutzbestimmungen“ bekennt. Aber mehr noch: „Die Gastronomen wissen um ihre besondere Verantwortung – vor allen Dingen gegenüber jungen Menschen.“ In der Gastronomie stünde das Spielen an Automaten unter der Aufsicht eines verantwortungsvollen Wirtes und der anderen Gäste. Das sei, so der DEHOGA, allemal besser als ein Verbot und eine daraus folgende Verlagerung des Spiegels, beispielsweise ins Internet. Der DEHOGA wörtlich: „Ein Verbot löst nicht das Problem der Spielsucht.“ Vor allem kleine Gastronomen, bei denen das Rauchverbot schon genügend Lücken geschlagen habe, seien dann die Leidtragenden.

Gastronomen, die schon Spielautomaten aufgestellt haben, sollten unbedingt die Zukunftsfähigkeit der Geräte überprüfen. Wer neu in das Thema einsteigen will, sollte neben den Verdienstmöglichkeiten auch prüfen, ob ein solches Angebot zur Zielgruppe passt. In bestimmten Fällen kann es eine sinnvolle und wichtige Ergänzung des Gastro-Konzeptes sein.

➤ **Andreas Türk**

NOVO

# UMSATZPLUS UND WENIGER BÜROKRAM.

Die Geräte der NOVO-Reihe bieten jetzt noch mehr Vorteile für jede Gastronomie-Aufstellung. Das neue Beleuchtungskonzept des **NOVO WALL** und des **NOVO STAND** mit den Blockbuster-Spielen sind bei Spielgästen sehr beliebt und stärken den Umsatz. Die perfekt auf die TR 5.0 ausgerichteten Gehäuse schaffen Verlässlichkeit und die neue Digitale Signatur senkt den bürokratischen Aufwand.

Weniger Administration, mehr Sicherheit und mehr zufriedene Kunden – wenn das keine Gründe sind, um mal mit Ihrem Vertriebsberater zu sprechen. Der kennt übrigens noch mehr Vorzüge der NOVO-Geräte und erklärt sie Ihnen gerne ausführlich.



[www.novo-multigamer.de](http://www.novo-multigamer.de)

Wir unterstützen





# GELDSPIELGERÄTE IN DER GASTRONOMIE: JETZT RICHTIG AUFSTELLEN

**Die Anforderungen an die Geräte – sowohl seitens des Gesetzgebers als auch seitens der Spieler – werden immer höher. Mit seinem Wandgerät Novo Wall setzt der Hersteller Löwen Entertainment neue Maßstäbe für die Gastronomie-Aufstellung – eine große Chance für Gastronomen und Automatenaufsteller.**

Die Gastronomie-Aufstellung wird in den kommenden Jahren an Bedeutung gewinnen. Dessen ist man sich bei Löwen Entertainment, einem der führenden Hersteller für Geldspielgeräte, sicher. Deshalb rückt das Unternehmen aus Bingen am Rhein den Geschäftsbereich verstärkt in seinen Fokus. „Wir sehen die Gastronomie als Zukunftsmarkt für die Aufstellung unserer Geldgewinnspiel-Geräte“, sagt Stefan Mathes. Mathes ist seit März 2018 unter anderem als Produktmanager für den Gastro-Bereich bei Löwen Entertainment zuständig. „Mit der anstehenden Umstellung der Geräte auf die Technische Richtlinie 5.0 werden die Karten neu gemischt“, so Mathes. Die Richtlinie gilt bundesweit ab dem 11. November 2018 und verlangt neue Anforderungen an Geldgewinnspiel-Geräte, wie die Digitale Signatur für Finanzdaten oder eine gerätebezogene Freischaltung. Dafür bietet Löwen Geräte, die all das zu 100 Prozent erfüllen.

Der Erfolgsgarant aus der Binger Entwicklungsschmiede für die Gastronomie-Aufstellung heißt Novo Wall. Das speziell für die Gastronomieaufstellung entwickelte Wandgehäuse zeichnet sich durch die hochwertigen Komponenten und eine hervorragende Betriebssicherheit aus. „Ich bin mir sicher, dass es zum Publikumsmagneten in jeder Gaststätte werden wird“, sagt Mathes. Denn mit seinen zwei HD-fähigen 24-Zoll-Monitoren, einem zeitlosen Design und neuartigem Beleuchtungskonzept hat das Gerät das absolute Hingucker-Potenzial. Für die Spielgäste bietet das Novo Wall durch sein Bedienpult mit einer neuen Tastenanordnung

die perfekte Ergonomie. „Das Gerät wird für die Wirtse ihr neuer, umsatztarker ‘Mitarbeiter’ werden“, ist Mathes überzeugt.

Für das Novo Wall bieten die Löwen jetzt ein unschlagbares Angebot nach dem Motto „Alt gegen neu – zukunftssicher in der Gastro“. Der Titel der Aktion: Tausch-Rausch. „Wir nehmen alte Kauf-Wandgeräte in Zahlung. Aufsteller erhalten von uns dafür ein Novo Wall zu sensationellen Konditionen“, beschreibt Andreas Hingerl, Vertriebsdirektor des Löwen-Crown-Vertriebs

die Gastro-Sonderaktion von Löwen Enter-

te von drei auf zwei – zumindest bei neu zu

erteilenden Geeigneteitsbescheinigungen – vorschreibt, kommt der Geräte-Performance eine immer wichtigere Rolle zu. „Mit dem Novo Wall ist man dafür bestens gerüstet“, so Mathes. Denn

auch bei den Spielen und Spiel-Paketen tragen die Löwen allen Ansprüchen der Gastronomie-Aufstellung Rechnung und entwickelten mit „gastrospezifisch“ eine Spiel-Philosophie, die sich exakt an den Bedürfnissen dieses Marktes orientiert. „Dabei stehen quasi seriellmäßig all unsere Blockbuster zur Verfügung – von Book of Ra über Sizzling Hot bis hin zu Faust. Das sind die Erfolgsgaranten für Gastronomen und Aufsteller zugleich“, sagt Mathes.

➤ **Andreas Türk**

[www.loewen.de](http://www.loewen.de)



Foto: Löwen Entertainment

## » GASTRONOMEN MÜSSEN SICH AUF NEUE ANFORDERUNGEN EINSTELLEN «

tainment. Die Gastro-Geräte können jederzeit in einer der Niederlassungen des Löwen-Crown-Vertriebs abgegeben und eingetauscht werden. Die Laufzeit für das neue Novo Wall beträgt zwölf Monate. Kunden sparen sich somit die gesamte Mietsonderzahlung des Novo Wall und kommen gleichzeitig in den Genuss einer verkürzten Laufzeit. „Das Angebot gilt, solange der Vorrat reicht!“, so Hingerl. Angesichts der gesetzlichen Änderungen, die zum 11. November 2019 in Kraft treten und eine Reduzierung der zulässigen Gerä-

tainment. Die Gastro-Geräte können jederzeit in einer der Niederlassungen des Löwen-Crown-Vertriebs abgegeben und eingetauscht werden. Die Laufzeit für das neue Novo Wall beträgt zwölf Monate. Kunden sparen sich somit die gesamte Mietsonderzahlung des Novo Wall und kommen gleichzeitig in den Genuss einer verkürzten Laufzeit. „Das Angebot gilt, solange der Vorrat reicht!“, so Hingerl.

Angesichts der gesetzlichen Änderungen, die zum 11. November 2019 in Kraft treten und eine Reduzierung der zulässigen Gerä-



Legale Spielhallen

halten sich an die Regeln.

Falsche Regulierungsanreize führen zu einer Ausweitung von unerlaubtem Glücksspiel in Schwarzmärkten. Die Deutsche Automatenwirtschaft ist der Garant für ein legales und vor allen Dingen sicheres Spielangebot. Bei uns gilt:

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

Weitere Informationen zum verantwortlichen Automatenspiel auf [automatenwirtschaft.de](http://automatenwirtschaft.de)



KEIN SPIEL  
OHNE REGELN

# 4 WEGE ZUR BETRIEBSFINANZIERUNG

**Der Finanzierungsbedarf von Hoteliers und Gastronomen ist enorm groß. Die Gäste erwarten immer wieder Innovationen und neue Konzepte, der Verschleiß an Möbeln und Einrichtungen ist hoch und in moderne Technik muss regelmäßig investiert werden. Das ist oftmals gar nicht so einfach. Doch es kann funktionieren.**

Das Gastgewerbe allgemein hat bei den Banken kein gutes Standing. Zu niedrig ist die Eigenkapitalquote kleiner und familiengeführter Betriebe, zu gering sind die Erlöse, aus denen sich Investitionen finanzieren lassen. Viele Banker winken daher ab, wenn sie Finanzierungsanfragen aus dem Gastgewerbe auf den Tisch bekommen. Das Rating sei zu schlecht, wird oftmals argumentiert. Was also können Unternehmer tun, um die notwendigen Finanzierungen auf die Beine zu stellen?

## Professionelle Betriebsführung

Ein Thema, auf das Experten immer wieder hinweisen, ist die Professionalität der Betriebsführung und der geplanten Investition. Klar strukturierte Business-Pläne, exakte Wirtschaftlichkeitsberechnungen und gut aufbereitete Unternehmenszahlen sind heutige Voraussetzung für eine erfolgreiche Finanzierung.

## Unternehmensdarstellung

Dazu gehört aber vor allem ein Unternehmer, der sich und seine Ideen bei den Banken darstellen, der sich mit den Zahlen auskennt und diese schlüssig präsentieren kann. Wer die Erstellung von Unterlagen und deren Präsentation selbst nicht kann, sollte sich professionelle Hilfe holen und bei der Erstellung der Unterlagen unterstützen lassen. Der Vergleich zum Bauwesen ist da ganz hilfreich: Mit einer Strichzeichnung auf dem Bierdeckel bekommt keiner eine Baugenehmigung – der Plan kommt meist von einem Architekten.

## Fördertöpfen

Hinzu kommt noch, dass es eine Vielzahl an Fördertöpfen gibt, bei denen investitionsfreudige Unternehmer Unterstützung finden können. Welche hier im Einzelfall infrage kommen, wissen qualifizierte Berater (siehe Interview). Und: Auch die Einbin-

dung solcher Förderungen in die Finanzierungsunterlagen ist ein Ausdruck von Professionalität, zeugt davon, dass der Unternehmer sich mit seinem Geschäftsmodell und der geplanten Investition intensiv auseinandergesetzt hat.

## Neue Wege

Wenn es über die klassischen Finanzierungswege über die Hausbank, über Förder- und Bürgschaftsbanken nicht mehr anders geht, gibt es natürlich auch neue, andere Wege. Crowdfunding ist ein Stichwort, bei dem das Internet ganz neue Perspektiven eröffnet. Für kleinere Investitionen ist auch Leasing oder Mietkauf eine Alternative, die die Bonität eines Unternehmens nicht belastet. Solche Angebote müssen aber im Einzelfall genau geprüft und sehr genau abgewogen werden. Und auch hier gilt: Lieber eine Beratung mehr als später draufgezahlt.

➤ Andreas Türk

# FINANZIERUNGSMODELL FÜR GERÄTE

**Die Waschmaschinen von Winterhalter müssen weder gekauft noch geleast werden – bezahlt wird nur dann, wenn die Maschine auch läuft. Jörg Forderer, Leiter Produktschulung bei Winterhalter, erläutert das System.**

**Gastgewerbe Magazin: Wie funktioniert die gebrauchsabhängige Finanzierung von Geräten?**

**Jörg Forderer:** Das Bezahlsystem Pay per Wash von Winterhalter ist das erste, bei dem die Spülmaschine ausschließlich dann bezahlt wird, wenn sie auch läuft. Dazu kauft der Gastronom Spülgänge im Paket ein und lädt sie auf die Maschine. Wenn alle Spülgänge aufgebraucht sind, können ganz einfach Neue gekauft werden. Entscheidet sich der Kunde für Pay per Wash wird im Vorfeld die Anzahl der benötigten Spülgänge pro Jahr geschätzt und daraus der Preis pro Spülgang ermittelt. Der

Preis ist dann all-inclusive, das heißt, auch Reinigungschemie, Wartung und eventuelle Reparaturen sind inbegriffen. Falls sich das Geschäft und damit das Spülgut aufkommen ändert, wird der Preis neu kalkuliert. Pay per Wash gibt es für alle Untertischmodelle der UC-Serie und neu auch für Durchschubmaschinen der PT-Serie.

## Welchen Vorteil hat das für den Unternehmer?

Bei Pay per Wash entfallen die Anschaffungskosten komplett. Für Gastronomie vor einer Neueröffnung oder auch im Filialgeschäft ist das finanziell eine große Erleichterung. Oder

denken Sie an Saisonbetriebe wie Biergärten, Eiscafés oder Strandbars: Die Maschinen werden nur dann bezahlt, wenn sie auch spülen. Das bedeutet höchste Spülqualität für alle – unabhängig vom Budget und mit maximaler Flexibilität.

## Was passiert bei Schäden oder wenn das Gerät nicht mehr gebraucht wird?

Bei Pay per Wash sind alle Kosten inklusive. Die können kurzfristig gekündigt werden. Das bedeutet: keine langfristigen Verpflichtungen und volle Flexibilität für die Gastronomen. ➤ Die Fragen stellte Andreas Türk

# MIT GUTER VORBEREITUNG IST FINANZIERUNG KEIN DRAHTSEILAKT

**Im Interview erläutert Carl Schulze-Berndt, Geschäftsführer der HOGA Betriebsberatung, worauf es bei einer Finanzierung ankommt und warum gute Kommunikation und aussagekräftige Unterlagen heute wichtiger denn je sind.**

**Gastgewerbe Magazin:** Viele Unternehmer wollen investieren, finden aber keine Finanzierungsmöglichkeiten. Woran liegt das?

**Carl Schulze-Berndt:** Zum einen haben sich seit dem Beginn der Wirtschafts- und Finanzkrise im Jahre 2009 die Voraussetzungen für eine Kreditgewährung aufgrund der sogenannten Basel-Kriterien insofern verändert, als in der Regel ohne Eigenkapital in entsprechendem Umfang kein Kredit gewährt wird. Außerdem gehört das Gastgewerbe aus Sicht der Banken heute mehr denn je zu den risikobehaftetsten Branchen.

**Welche Auswege gibt es? Wie muss man sein Unternehmen aufstellen, um Mittel am Kapitalmarkt zu bekommen?**

Die Banken setzen heute für die Gewährung von Krediten neben dem Vorhandensein von Sicherheiten 10 bis 20 Prozent Eigenkapital voraus. Insofern bleibt dem Betrieb, der einen Kredit benötigt und nicht über Eigenkapital in ausreichendem Umfang verfügt, nichts anderes übrig, als zunächst Eigenkapital aus betrieblichen Gewinnen aufzubauen. Im Einzelfall sollte das Unternehmen, ggf. mit Hilfe externer professioneller Fachberatung, wie sie die HOGA GmbH seit 50 Jahren anbietet, versuchen, die liquiden betrieblichen Überschüsse, den sogenannten Cash Flow, zu verbessern. Dazu gibt es durchaus unterschiedliche Stellschrauben, die es je nach Betriebsart, -größe und -struktur herauszufinden und dann auch in die betriebliche Praxis umzusetzen gilt.

**Sind neue Finanzierungsmöglichkeiten wie Crowdfunding eine Alternative?**

Crowdfunding als Finanzierungsart, im Gastgewerbe aufgrund oft höheren Inves-

titionsbedarfs eher ergänzend zu anderen Finanzierungsmöglichkeiten, ist durchaus eine Alternative, wenn auch in unserer Beratungspraxis relativ selten anzutreffen.

**In immer mehr Bereichen werden Leasing- oder Mietmodelle angeboten. Ist das eine Lösung? Was muss der Unternehmer beachten?**

Solche Angebote stellen sich auf den ersten Blick einfach und unkompliziert dar. Aber: bevor Investitionen auf Leasing- oder Mietbasis getätigt werden, sollten die jeweiligen Angebote differenziert hinsichtlich der Konditionen, die sich dahinter im Einzelfall verbergen, überprüft und gegebenenfalls mit banküblichen Kreditkonditionen verglichen werden. Nicht selten zeigt sich bei Betriebsanalysen in unserer Beratungspraxis, dass Leasing- oder Mietfinanzierungen wie auch teilweise sogenannte Lieferantenfinanzierungsmodelle weit überteuert sind und sich über mittel- bis langfristige Zeiträume sehr negativ auf die betriebliche Ertragskraft auswirken können.

**Was sollte bei einer Finanzierung auf jeden Fall beachtet werden?**

Um für künftige Finanzierungen grundsätzlich gut gewappnet zu sein, zeigt sich in unserer Beratungspraxis immer häufiger, dass es für den gastgewerblichen Betrieb in der heutigen Zeit mehr denn je darauf ankommt, einen regelmäßigen und konstruktiven Dialog mit seiner Hausbank zu pflegen. So sollte der Betrieb seine Hausbank stets unaufgefordert mit aktuellen und gut aufbereiteten Betriebsdaten versorgen. Zum Beispiel sollten etwaige drohende Rentabilitäts- oder auch Liquiditätsschwierigkeiten gegenüber der Bank von unternehmerischer Seite früh genug angezeigt und persönlich besprochen werden, und

nicht erst als sogenanntes Warnsignal von Seiten der Bank und damit negativ für das Rating des Betriebes angezeigt werden. Insofern sollte ein eher partnerschaftliches Verhältnis zwischen Betrieb und Bank aufgebaut werden.

Zusammengefasst nimmt heute aus Sicht der Bank vor allem auch die kaufmännische Qualifikation und Führung eines Betriebes einen sehr hohen Stellenwert ein. Etwaige diesbezügliche Defizite können in den meisten Fällen durch fachliche Fortbildung und professionelle Einzelberatung kompensiert werden. Vor allem professionell erstellte Businesspläne, die zeigen, dass sich eine geplante Investition und die damit verbundene Finanzierung auch rechnen werden, sind im Gastgewerbe für die Gewährung von Krediten einer gewissen Größenordnung eine Grundvoraussetzung. Und diese Businesspläne sollten nicht aus eigener Feder erstellt werden, sondern die Banken legen hier größten Wert auf Neutralität und fachliche Kompetenz durch Inanspruchnahme externer Fachberatung. Und diese Beratungen werden aus öffentlichen Mitteln gefördert. Für die HOGA-Beratungspraxis ist das nichts Neues: Wir begleiten gastgewerbliche Betriebe bei diesen Aufgaben seit Gründung unserer Gesellschaft im Jahre 1968, also seit 50 Jahren. Sofern das einzelne Unternehmen diese diversen Voraussetzungen geschaffen hat, wird es sich zeigen, dass sich das Thema Kapitalbeschaffung bei Weitem nicht mehr so schwierig wie in früheren Zeiten gestaltet.

› Das Interview führte Andreas Türk

**HOGA GmbH**

[www.hoga-muenchen.de](http://www.hoga-muenchen.de)

E-Mail: [info@hoga-muenchen.de](mailto:info@hoga-muenchen.de)

Telefon: 089 45 74 71 - 0



Foto: © marekuliasz - iStockphoto.com

# GELD VON DER CROWD STATT VON DER BANK

**Für Hoteliers und Gastronomen wird es immer schwieriger, für Investitionen Geld von den Banken zu bekommen. Unter dem Stichwort Crowdfunding hat sich eine neue Form von Finanzierungsmöglichkeiten etabliert, bei der das Geld über das Internet gesammelt wird und von Menschen stammt, die von der Idee und dem Konzept überzeugt sind. Tendenz: weiterhin stark wachsend.**

Crowdfunding lässt sich wohl am ehesten mit den Begriffen Schwarm- oder Gruppenfinanzierung übersetzen. Der Ablauf ist meist einfach: Der Unternehmer stellt sich und seine Idee, den benötigten Kapitalbedarf sowie die zu erwartenden Gegenleistungen auf einer der spezialisierten Plattformen im Internet vor – eine Art offene Ausschreibung im Internet, eine Einladung zum privaten Invest. Denn bei Crowdfunding kann jeder investieren.

## Unterschieden wird zwischen

- dem klassischen Crowdfunding, bei dem die Crowd eine non-monetäre Gegenleistung erhält,
- dem Spenden-Crowdfunding, bei dem es keine Gegenleistung gibt,
- dem Crowdinvesting, einer eigenkapitalähnlichen Beteiligung, bei der die Crowd eine Rendite erwartet, und
- dem Crowdloaning, das der Kreditfinanzierung am nächsten kommt und bei dem die Crowd eine verzinsten Rückzahlung erwartet.

Ein wichtiger Faktor für den Erfolg des Crowdfunding-Projekts ist die Präsentation

des Projektes durch Beschreibung, Illustrationen und Erklärungen: Diese muss qualitativ hochwertig, zuverlässig und überzeugend sein. Experten des Crowdfundings weisen darauf hin, dass Informationen über innovative Projekte oft unklar sind und eine aufwendige Einarbeitung für die meisten Sponsoren ein langwieriger Prozess ist, der oft mit keinem positiven Ergebnis endet. Je klarer also die Projektbeschreibung, desto leichter die Finanzierung.

In der Beschreibung gibt der Unternehmer die erforderliche Kapitalmenge an. Es gibt unterschiedliche Modelle, doch meist kommt die Finanzierung erst zustande, wenn die wirklich benötigte Geldmenge zusammengekommen ist. Wichtig dabei: Die durch Crowdfunding generierten Gelder sind zweckgebunden an die jeweilige Aktion bzw. das Projekt. Allerdings gibt es aktuell in Deutschland für Crowdfunding noch keine spezifische gesetzliche Grundlage. Die Vorgehensweise wird ausschließlich durch die Geschäftsbedingungen der Plattformen definiert.

Den Markt für Crowdfunding bilden die sogenannten Plattformen im Internet. Sie verbinden die Unternehmer mit den poten-

ziellen Investoren, die an sie glauben und bereit sind, das Projekt finanziell zu unterstützen. Das kann manchmal schnell gehen: Einzelne Projekte waren in der Vergangenheit schon nach wenigen Minuten finanziert. Die Statistiken von Kickstarter, einem der ersten Anbieter in diesem Bereich, zeigen, dass meistens nichts mehr passiert, wenn das Projekt den erforderlichen Betrag nicht in 60 Tage eingesammelt hat.

Der Markt der Plattformen ist inzwischen eher unübersichtlich: Im Jahr 2012 gab es weltweit rund 450 Crowdfunding-Sites und im Jahr 2016 ist diese Anzahl auf 2000 angewachsen. Eine Übersicht über die Anbieter in Deutschland findet man unter [www.crowdfunding.de](http://www.crowdfunding.de). Eine Recherche hier lohnt sich, denn verschiedene Plattformen haben sich auf verschiedene Themengebiete spezialisiert.

Der Markt für Crowdfunding als alternative Finanzierungsform ist stark wachsend. Nach einer Analyse des Portals [www.crowdfunding.de](http://www.crowdfunding.de) stieg die Zahl der Finanzierungen über die Crowd von 73,7 Millionen Euro im Jahr 2016 auf über 199 Millionen Euro im vergangenen Jahr.

> atk

**[www.crowdfunding.de](http://www.crowdfunding.de)**

## BEST PRACTICE

# „BIER-BONDS“ UND „SCHNITZELANLEIHEN“

**Nicht nur um die Finanzierung ging es beim Crowdfunding-Projekt rund um die Eröffnung des neuen „Henninger am Turm – Das Frankfurter Brauhaus“. Schon ab 100 Euro konnten potenzielle Gäste hier investieren. Das Ziel vor allem: Aus Gästen und Freunden Stammgäste machen.**

Freunde der Brauereikunst und Anleger auf der Suche nach fairer Rendite können über die vom Crowdfunding-Partner „Crowd-Desk“ betriebene Fundingpage ab 100 Euro in das Projekt investieren und so ein Teil des Projektes werden. „Ein Henninger Kaiser Pilsener hat 4,8 Prozent, und das ist auch die Rendite, die die Anleger pro Jahr bei einer Laufzeit von drei Jahren erhalten“, sagt Tobias Jäkel, Inhaber und Geschäftsführer der Brauhaus am Turm GmbH und MoschMosch GmbH.

Die Auszahlung des Darlehens erfolgt dabei am Ende der Laufzeit, wobei die Anleger jährlich eine Zinszahlung erhalten. Zusätzlich erhalten sie – je nach Anlagesumme – attraktive Prämien, darunter „Bier-Bonds“, bestehend aus Gutscheinen für Freibiere, und Original „Henninger-am-Turm“-Bierkrüge sowie „Schnitzel-Anleihen“ mit Gutscheinen für typische Brauhaus-Gerichte wie Schnitzel und einem 10-Prozent-Dauerrabatt auf Speisen und Getränke im Brauhaus. Bei dem Crowdfunding-Projekt geht



Über Crowdfunding wurde für das Brauhaus am Henninger Turm Geld für den Umbau gesammelt.

es jedoch nicht allein um das Finanzielle: „Das Geld hilft der Brauhaus am Turm GmbH natürlich auch, eigenständiger zu werden, aber hauptsächlich geht es darum, ein Gemeinschaftsgefühl zu entwickeln und Stammgäste zu gewinnen“, erklärt Matthias Schönberger, Jäkels Geschäftspartner und

ebenfalls Inhaber und Geschäftsführer der Brauhaus am Turm GmbH und Mosch Mosch GmbH. Das über die Fundingpage gesammelte Geld refinanziert einen Teil der für die Eröffnung des „Henninger am Turm“ nötigen Umbaumaßnahmen.

[www.henningeramturm.de](http://www.henningeramturm.de)

winterhalter®

## MEHR SICHERHEIT – MEHR EFFIZIENZ CONNECTED WASH





Foto: kapilendo

## BEST PRACTICE

# MIT GELD VON DER CROWD UNTERNEHMENSZIELE VERWIRKLICHEN

**Gastronomen und Hoteliers haben es bei Kreditvergaben oft schwer. Hohe Anforderungen von der Hausbank, verbunden mit viel Bürokratie, lassen immer mehr Unternehmer nach alternativen Finanzierungsmöglichkeiten suchen. Die gibt es im Internet. Auf dem Vormarsch sind Online-Kreditmarktplätze, über die private Investoren Geld verleihen.**

Innerhalb von 14 Tagen hat Silvio Beiler 750.000 Euro von privaten Investoren eingesammelt. „Mit dem Geld konnte ich vergangenes Jahr ein zweites und drittes Restaurant in Berlin eröffnen“, sagt der Franchisenehmer der Systemgastronomie-Kette L’Osteria. Der gelernte Koch hat einen Exklusiv-Vertrag für die Region Berlin und Brandenburg. Crowdfinanzierung nennt sich die Art der Geldbeschaffung, die Beiler für seine Expansion nutzte: Online-Kreditmarktplätze, wie im L’Osteria-Beispiel das Portal Kapilendo, präsentieren potenziellen Anlegern zur Finanzierung stehende Projekte, inklusive relevanter Angaben wie Zinssatz, Laufzeit und Rating. Überzeugt ein Vorhaben genügend Investoren und ist es vollständig finanziert, landet das Geld binnen Tagen auf dem Konto des Kreditnehmers. Tilgung und Zins laufen dann, wie bei der Bank, in konstanten Raten bis Laufzeitende.

Interne Zahlen, wie Umsatz oder Betriebsergebnis, für potenzielle Anleger im Netz offenzulegen, ist für manche Geschäftsinhaber noch gewöhnungsbedürftig. Für Beiler war diese Offenheit kein Thema. Dass immer mehr Unternehmer ähnlich denken, zeigen die Zahlen der Crowdfinanzierer: Die Gründer von Funding Circle haben seit März 2014

weltweit mehr als 4,7 Milliarden Euro an rund 40000 Unternehmen in Deutschland, Großbritannien, den Niederlanden und den Vereinigten Staaten vermittelt. Bei Kapilendo kommen die Kunden ausschließlich aus dem deutschen Mittelstand: Seit Sommer 2015 hat das Portal insgesamt 96 Projekte finanziert, dafür mehr als 21 Millionen Euro von der Crowd eingesammelt (Stand Ende März 2018).

„Erfolgreiche Kampagnen wie das L’Osteria-Projekt zeigen uns, dass Anleger bereit sind, in innovative und verständliche Geschäftsmodelle zu investieren“, sagt Kapilendo-Geschäftsführer Christopher Grätz. Dabei will der gelernte Bankkaufmann mit seinem Portal die Hausbank nicht ablösen: „Wir sehen unser Angebot eher als ein komplementäres Produkt in einem Finanzierungsmix, mit dem ein Betrieb zusätzlich Öffentlichkeit bekommt.“ Er könne sich auch vorstellen, dass Hoteliers oder Gastronomen einen Teil einer geplanten Investition über ihre Bank und einen Teil über die Crowd finanzieren.

Für eine Kreditanfrage bei Online-Finanzierern müssen Unternehmer meist Mindestumsätze nachweisen, und der Betrieb muss seit mindestens zwei Jahren am Markt beste-

hen. Das Wagnis für Investoren bewerten die Online-Plattformen anhand von Risikoklassen. Ein geringerer Zins geht mit einer geringeren Ausfallgefahr einher und umgekehrt. Die Faustregel für Anleger lautet wie immer: Höheres Risiko bedeutet auch höhere Renditechancen.

Wird das Ausfallrisiko als zu hoch bewertet, lehnen die Geldbeschaffer aus dem Internet Kreditanfragen ab. Dauert jedoch der Prüfungsprozess bei klassischen Banken im Schnitt vier bis sechs Monate, geben Online-Finanzdienstleister wie Lendico, Kapilendo oder Fundingcircle an, Anfragen innerhalb weniger Tage zu bearbeiten. Die Vorteile der Plattformen liegen darin, dass sie Prozesse digitalisieren, dadurch Kosten sparen und so teils günstigere Konditionen anbieten können als viele traditionelle Bankfilialen. Was bei aufgenommenen Projekten fast immer der Fall ist: Die Kredite sind zügig finanziert: „Für die ersten zehn Finanzierungen benötigten wir im Schnitt noch eineinhalb Monate. Heute liegt der Durchschnitt bei gut fünf Tagen. Es gibt Projekte, die innerhalb von Minuten finanziert sind“, freut sich Grätz über die Entwicklung.

**[www.kapilendo.de](http://www.kapilendo.de), [www.lendico.de](http://www.lendico.de)  
[www.fundingcircle.de](http://www.fundingcircle.de)**



## HOTLINE HOTELSOFTWARE MIT NEUER VERSION

Mit der Version 21 der hotline Hotelsoftware, die Mitte des Jahres erscheint, reagiert die SoftTec GmbH auf Kundenwünsche und die aktuellen Entwicklungen am Markt.

Da der Kundenkreis der hotline Hotelsoftware nicht nur in der Ferien-, sondern auch in der Geschäftsreisendenhotellerie ansässig ist, wird mit der Version 21 vor allem das Preissystem überarbeitet. Die Soft-

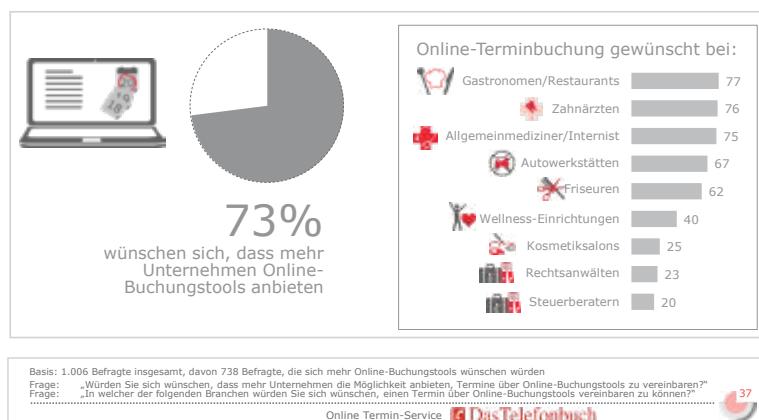
ware kann nun nicht mehr nur mit saisonzeitabhängigen Preisen arbeiten, sondern auch mit Tagespreisen umgehen sowie automatische Yielding-Regeln umsetzen.

Ein weiterer großer Punkt in der neuen Version ist die Reaktion auf die aktuelle Datenschutzgrundverordnung, damit die Kunden auf der sicheren Seite sind und datenschutzkonform arbeiten. [www.softtec.de](http://www.softtec.de)

## GÄSTE WOLLEN ONLINE RESERVIEREN

### Wunsch nach Online-Buchungstools - Konsumenten

Der Wunsch nach mehr Online-Terminbuchungstools ist groß, insbesondere für Gastronomen und Ärzte bzw. Zahnärzte



73 Prozent der Verbraucher würden nach einer Forsa-Umfrage im Auftrag von Das Telefonbuch gerne online Termine vereinbaren. Einen Tisch würden sogar 77 Prozent gerne online reservieren. Doch nur elf Prozent der Gastronomen bieten einen solchen Service aktuell an. „Gut aufgesetzte Online-Buchungstools bieten Gastronomen die Mög-

lichkeit, ihr Reservierungsmanagement noch effizienter zu betreiben. Davon profitieren nicht nur die Gäste, sondern auch das Service-Team“, so Michael Wolf, Geschäftsführer von Das Telefonbuch, dessen Unternehmen speziell kleinen und mittleren Unternehmen moderne Services anbietet, um fit zu sein für das digitale Zeitalter.

## ABHÄNGIGKEIT VON OTAS

Die Abhängigkeit der Hotels von Online-Plattformen nimmt weiter zu. Zu diesem Ergebnis kommt eine Studie der europäischen Hotelvereinigung HOTREC. Trotz aller Bemühungen der Hotels nimmt der Anteil der Direktbuchungen weiter ab.

Die Entwicklung ist nicht unbedeutend, denn gerade einmal drei Anbieter kontrollieren über 92 Prozent des OTA-Marktes in Europa. Während die beiden größten, nämlich Booking.com (66,4 Prozent) und Expedia (16,6 Prozent) im Jahr 2017 an Marktanteilen gewannen, verlor der drittgrößte Anbieter HRS (9 Prozent) in den letzten beiden Jahren weiter an Boden. Der Anteil der Übernachtungen, die über OTAs vermittelt wurden, stieg auf 26,1 Prozent (2015: 23,1 Prozent). Demgegenüber sank der Anteil des Direktvertriebs in der europäischen Hotellerie im Jahr 2017 auf 52 Prozent, im Jahr 2015 waren es noch 55,2 Prozent.

In Bezug auf die Zusammenarbeit mit den Online-Buchungsplattformen fühlt sich die Mehrheit der Hoteliers (50 Prozent) unter Druck gesetzt, Vertragsinhalte und Bedingungen (wie Stornierungsrichtlinien, Sonderrabatte, Online-Marketing und PPC-Werbung) zu akzeptieren, die man freiwillig nicht akzeptieren oder anbieten würde – vor allem kleine und unabhängige Hotels haben dieses Gefühl.

„Die Ergebnisse unserer Studie zeigen, dass Online-Vermittler mehr und mehr Kontrolle über den Hotelvertrieb gewinnen, die Abhängigkeit der Hotels zunimmt und sich die eigenen unternehmerischen Handlungsspielräume verringern“, so Markus Luthe, Vorsitzender der HOTREC Distribution Task Force. „Hotels müssen in der Lage sein, die Konditionen und Bedingungen ihrer eigenen Angebote frei festzulegen und über die werbliche Nutzung ihres geistigen Eigentums, z.B. des Markennamens, selbst zu entscheiden.“ **Weitere Informationen zur Studie: [www.hotrec.eu](http://www.hotrec.eu)**



## MIT DIGITALEN ANGEBOTEN GÄSTE BEGEISTERN

**In immer mehr Bereichen hält die Digitalisierung in der Hotellerie Einzug. Im Interview erläutert Kathleen Kasch, Direktorin im Lindner Hotel & Sports Academy in Frankfurt am Main, die Erwartungen der Gäste und digitale Trends.**

**Gastgewerbe Magazin:** In Sachen Digitalisierung geht es in der Hotelbranche mit großen Schritten voran, Online-Buchungen sind längst Standard und ständig kommen neue Innovationen hinzu. Welchen Einfluss hat die Digitalisierung auf Ihr Hotel?

**Kathleen Kasch:** Die Erwartungen unserer Gäste sowie unserer Mitarbeiter sind diesbezüglich stark gestiegen: „Höher, schneller, weiter“ ist das Motto. Angefangen bei der Buchung über die Booking-Engine auf der Lindner Website, auf der die Gäste auch 360-Grad-Aufnahmen der Hotels für einen virtuellen Rundgang finden, bis hin zu automatisierten Upgrade-Angeboten per E-Mail vor der Anreise, Bewertungsportalen und sozialen Netzwerken gibt es schon vor der Anreise viele digitale Berührungspunkte mit den Gästen. Aber auch die technische Ausstattung des Hotels mit schnellem WLAN, moderner Tagungstechnik wie beispielsweise Smartboards, und auch die Möglichkeit zum Self-Check-in bleibt äußerst wichtig.

### Wie gehen Sie damit um?

Das Ziel der Lindner Hotels & Resorts ist es, den Gast im Rahmen der Customer Journey den gesamten Weg von der Entscheidungsfindung bis zum Aufenthalt und noch darüber hinaus digital zu begleiten. Dabei spielen neben der eigenen Website und Social Media-Kanälen auch Suchmaschinen, Bewertungsplattformen und Reiseportale sowie natürlich digitale Services vor Ort und auch im Anschluss an den Aufenthalt eine Rolle.

### Gibt es aktuell hervorstechende Beispiele?

Um den Geschmack aller Gäste bezüglich Magazinen und Zeitungen treffen zu können, setzen wir im Lindner Hotel & Sports Academy auf den digitalen Lesezirkel sharemagazines. Als Ergänzung zu einigen Tageszeitungen, die wir aufgrund der Haptik nicht komplett durch die digitale Version ersetzt haben, bietet die App ein optimales Angebot. Dadurch können wir sowohl unseren internationalen Gästen aktuelle Zeitungen und Zeitschriften in der jeweiligen Landessprache als auch unseren deutschen Gästen eine viel größere Auswahl an Zeitungen und Magazinen anbieten.

### Wie wird das Angebot angenommen?

Unsere Gäste sind begeistert von dem Angebot. Nicht nur beim Frühstück sieht man

sie „blättern“, auch die Verweildauer in unserer Bar am Nachmittag und Abend ist dadurch enorm gestiegen. Neben der Tagespresse kommen vor allem Zeitschriften in den Rubriken Sport, Heim und Garten, aber auch Klatsch und Tratsch besonders gut an.

### Welche digitalen Trends werden sich vermutlich in Zukunft durchsetzen?

Die Digitalisierung ist nicht aufzuhalten und wird auch weiterhin in allen Bereichen unseres täglichen Lebens immer mehr Einzug halten. Alleine die WLAN-Funktion eines Backofens, die über den fertig gebackenen Kuchen informiert, fasziniert mich noch immer nachhaltig. Sie müssen wissen: Ich liebe Kuchen!

Bei den Lindner Hotels sollen zukünftig unter anderem digitale 3D-Modelle den Gästen mit einer VR-Brille schon vor der Anreise einen virtuellen 3D-Rundgang durch Lobby, Restaurant und Zimmer ermöglichen.

### Wie bereiten Sie sich darauf vor?

Die Lindner Hotels AG ist immer auf der Suche nach neuen Möglichkeiten, wie wir den Aufenthalt unserer Gäste noch angenehmer gestalten können, und setzt dabei auf das Know-how der eigenen Mitarbeiter, sowohl in den jeweiligen Fachabteilungen als auch über die interne Ideenbörse „Lion“ sowie auch durch den steten Austausch mit ihren großen Partnern wie der Telekom und externen Dienstleistern.

› Die Fragen stellte Andreas Türk





## PREMIUM-ZERTIFIZIERUNG FÜR RHODIUS

Bereits 2012 hat sich Rhodius, das Unternehmen aus der Vulkaneifel, als erster deutscher Mineralbrunnen einem umfangreichen zusätzlichen Prüfverfahren unterzogen und sich mit dem anspruchsvollen SGS Institut Fresenius Qualitätssiegel zertifizieren lassen. Auf dem Qualitätssiegel aufbauend wurde die Zertifizierung „Premiummineralwasser“ entwickelt. Diese steht insbesondere für eine regelmäßig und tiefgehend geprüfte Produktqualität sowie die soziale und ökologische Nachhaltigkeit des Unternehmens. Eine Zertifizierung, die am Gästetisch profitieren lässt: Rhodius Mineralwasser erfüllt strengere Anforderungen und durchläuft einen anspruchsvollen Prüfprozess als gesetzlich für natürliches Mineralwasser und Trinkwasser vorgeschrieben. So werden dauerhaft höchste Produktqualität sowie 100 Prozent Natürlichkeit und Reinheit sichergestellt.

[www.rhodius-mineralquellen.de](http://www.rhodius-mineralquellen.de)



Foto: RHODIUS GmbH & Co. KG



Foto: Bayreuther Bierbrauerei AG

## TEE IN SZENE GESETZT

Neue Teespezialitäten sollten innovativ inszeniert werden, um den Gästen Lust aufs Probieren zu machen. Eine stilechte Präsentation haben die Experten der Ostfriesischen Tee Gesellschaft speziell für das komplett überarbeitete Sortiment Loser Tee und Kännchenportionen (Tea Buddy) entwickelt. Ein hochwertiges Teatablett aus Nussbaumholz mit vier attraktiven Teedosen präsentiert die losen Tees. Dank der Sortenschilder kann der Gastronom frei wählen, welche vier Sorten losen Tee er im Angebot haben möchte. Quadratisch, praktisch und optisch ein Hingucker ist der neue Tea Buddy Holzwürfel von Meßmer ProfiLine. Aus hochwertigem Nussbaumholz gefertigt bietet er Platz für acht verschiedene Tea-Buddy-Sorten. Der Holzwürfel eignet sich zur Teepräsentation im Self-Service und macht ebenso auf der Theke eine gute Figur.

[www.profiline.org.de](http://www.profiline.org.de)



## MOSCOW MULE TRIFFT WARSTEINER

Inspiriert von der internationalen Barszene: Die Warsteiner Brauerei erfindet den Trend-Cocktail Moscow Mule neu und überrascht mit einem interessanten Moscow Mule Biermix: 80 Prozent Bier und 20 Prozent Erfrischungsgetränk mit Ingwer-, Limetten- und Wodka-Flavour bei 5,2 Prozent Alkohol ergeben eine fruchtig-würzige Kombination aus zwei Trendgetränken.

[www.warsteiner.de](http://www.warsteiner.de)



Foto: Warsteiner Brauerei

## BAYREUTHER HELL IN NEUEM KULTGEBINDE

Die Bayreuther Bierbrauerei AG bietet den Bierliebling Bayreuther Hell nun in der kultigen 0,33-Liter-Euroflasche an. Mit dem neuen Kultgebinde für bayerische Hellbiere gibt die Brauerei dem Hell-Segment noch mehr Schwung. „Der Freundeskreis unseres bayerischen HELL-Bieres wird immer größer und wir hören ganz genau hin, welche Bedürfnisse unsere Fans haben“, so Hans-Joachim Leipold, Vorstand der Bayreuther Bierbrauerei AG. „Endlich haben wir ein Gebinde gefunden, das die Emotion der Halbliter-Euroflasche versprüht, welche maßgeblich für den Hellbier-Trend verantwortlich ist. Zudem ist die Flasche extrem knuffig und liegt perfekt in der Hand.“ Gebräut wird das feine Helle – eine Komposition aus Honig, Karamell und blumigen Hopfennoten mit einem Hauch von Getreide – mit Liebe und Herzblut nach überliefertem Rezept und nach den Regeln bester bayerischer Braukunst.

[www.bayreuther-brauhaus.de](http://www.bayreuther-brauhaus.de)



# MIT DEM GETRÄNKEANGEBOT NEUE MASSSTÄBE SETZEN

**Mit szenigen und innovativen Getränken lassen sich Charakter und Individualität des eigenen Betriebs zum Ausdruck bringen. Von Trendsetting und Szenegetränken.**

Trends setzen und individuelle Stärken zeigen – der erfolgreiche Gastgeber sollte stets nach links und rechts schauen. Denn die vermeintlichen Trends von gestern können heute schon längst wieder überholt sein. Gut also, wenn man der Konkurrenz einen Schritt voraus ist. Und Konkurrenz gibt es viel. Nicht selten nennt ein Gastronom gleich mehrere Kollegen seine unmittelbaren Nachbarn, in deren Bars und Restaurants sich die Gäste im besten Fall nicht verirren sollten. Doch um möglichst viele Gäste anzulocken und vielleicht sogar zu Stammgästen werden zu lassen, bedarf es starker Argumente, die auch auf der Getränkekarte zu finden sein können.

## Neue Trends versus bewährte Linie

Die Branche ist reich an Erfindungsgeist und bringt immer wieder Innovationen zum Vorschein. Die Liste angesagter Getränke ist lang und vielseitig. Ob Smoothie, Limonade, Mate, Craft Beer oder Gin-Kreationen – Trends gibt es viele und so einige können sich halten und für ein andauerndes Umsatzplus sorgen. Doch als Gastronom kann man sich nicht zu jeder Saison neu erfinden, dies wäre ein nicht zuletzt

finanziell riskanter Aufwand, denn Einkauf und Marketing für ein neues Produkt bedeuten immer auch Kosten. Verlässliche Szenegetränke, die schon bei vielen Gästen gut angekommen sind, sind Lifestylemarken wie beispielsweise Sinalco oder die koffeinhaltige afri cola. Solch starken Marken locken szenegäste Freigeister an und überdauern die Saison.

Der eigenen Linie treu bleiben und trotzdem als ein Geheimtipp der Szene gelten scheint also ein gutes Konzept zu sein. Highlights lassen sich auf der Getränkekarte zum einen mit bekannten Markenprodukten setzen, andererseits können auch unbekanntere Erfrischungen überzeugen. Stammen diese aus der eigenen Region und haben den beliebten Handmade-Charakter, werden sich schnell probierfreudige Gäste finden. Gastronomen sollten auf ein individuelles Angebot setzen, das nicht identisch zur Bar von gegenüber ist. Denn es ist oft der Wunsch nach Individualität, der dem überzeugten Gast eine positive Bewertung entlocken kann.

## Getränketrend Natürlichkeit

Natürlichkeit und Gesundheit sind für immer mehr Gäste wichtige Faktoren. So muss das bestellte Getränk auch längst

nicht alkoholisch sein. Innovative, alkoholfreie Kreationen überzeugen immer häufiger. Wer dabei nicht allein auf die ausgewählte Markenqualität setzen möchte, der kann darüber hinaus den Trend Nachhaltigkeit und Natürlichkeit auf die Getränkekarte bringen. Gerade zum Sommer sind Selfmade-Getränke eine erfrischende Abwechslung für die Gäste. Eine hausgemachte Limonade beispielsweise ist schnell zubereitet und der gesunde Power-Smoothie kann mit Zutaten aus der Region kreiert und serviert werden.

## Fazit: die Mischung macht

Am Ende gilt wohl wie so oft: Qualität vor Quantität. Das eine besondere Getränk reicht oft aus, um ein Highlight anbieten zu können, das sich schnell herumspricht. Getränke machen einen wichtigen Teil des Umsatzes aus, entsprechend mit Bedacht sollte die Getränkekarte erstellt werden. Nicht jeder Trend muss aufgegriffen werden; schätzen Sie ab, welche Produkte zu „Ihrer Szene“ passen, sodass eine gute Mischung entsteht – aus Wässern, Säften, Alkoholischem, Softgetränken und dem ein oder anderen Schuss szeniger Innovation, die Ihre Individualität hervorheben kann.

> Ronja Plantenga

## Ingwer für Genießer

Exotisch und mit einer angenehmen Schärfe präsentiert sich Djahé Limun: Die Bio-Limonade mit frisch gepresstem Ingwersaft kommt ganz ohne künstliche Aromen, Konservierungs- und Farbstoffe aus. Das experimentierfreudige Familienunternehmen hat gleich zwei Neuzugänge im Sortiment. Zu der naturtrüben Ingwer-Zitrone gesellen sich nun auch Ingwer-Mango-Maracuja und Ingwer-Rhabarber.

[www.djahe.com](http://www.djahe.com)



Foto: Djahé GmbH

## Limonade trifft Gurke

Eine interessante Alternative zu Apfelschorle und Co. bietet sich mit Cucumis. Das Erfrischungsgetränk auf Gurkensaftbasis ist mit einem Hauch Basilikum verfeinert und 100 Prozent vegan. Auch in Kombination mit Gin kann Cucumis Gurke-Basilikum eingesetzt werden. Zwei weitere Geschmacksrichtungen: Lavendel-Bergamotte und Kamille-Honig.

[www.cucumis-drinks.com](http://www.cucumis-drinks.com)



Foto: Cucumis GmbH

# SZENIGE GETRÄNKE, SCHNELL GEMIXT



Foto: © mixformdesign - Stockphoto.com



Foto: Eckes-Granini Deutschland GmbH

## Schnelle Fruchtcocktails

Cocktails sind Klassiker unter den Getränken. Doch oft fehlt es an Zeit und Expertise für die fruchtigen Kreationen. Hier bietet Eckes-Granini Unterstützung mit den fünf neuen alkoholfreien granini Cocktails. Mit ihrer Hilfe können selbst in Stoßzeiten ruckzuck ein perfekter Moscow Mule, Pina Colada, Mai Tai, Sex on the Beach oder Mojito kreiert werden. Die neuen granini Cocktails sind konveniente Produkte, die sich deshalb besonders für kleine Hotels und Restaurants ohne Profi-Barkeeper eignen. Die Rezepturen wurden gemeinsam mit einem Profi-Barmann entwickelt, sodass die hohen Anforderungen der modernen Bar an Geschmack, Natürlichkeit und Ausgewogenheit gewährleistet sind. Zudem gilt bei allen Cocktails aus der Range die bewährte granini Qualitätssicherheit: Alle Sorten sind ohne künstliche Farbstoffe oder gentechnisch veränderte Zutaten und zudem vegan hergestellt. Neben dem einfachen Handling, der Qualität und Natürlichkeit haben die granini Cocktails noch einen weiteren Vorteil: Im Gegensatz zu frischen Zutaten ist eine konstante Kostenkalkulation möglich. So generieren sich ertragreiche Zusatumsätze günstiger als in der Eigen-Mixtur der Cocktails. Zudem sind den 1,0-Liter-Mehrwegflaschen aus Glas exakte Mixanleitungen als Hilfestellung für die schnelle Herstellung beigefügt. Anwendungsvideos und viele weitere Rezeptvariationen finden Gastronomen auf [www.granini-gastro.de](http://www.granini-gastro.de)

## Alpenländische Milchcocktails

Milch mal anders: Milchcocktails mit Gewürzen und Kräutern der Alpenregion. Vom Rote/Gelbe-Bete-Ingwer-Williamsbirne-Drink über den Marille-Löwenzahn-Drink bis hin zur Zwetschgenröster-Tannenspitzenhonig-Milch: Um das nährstoffreiche Traditionsliebensmittel „Milch“ neu zu interpretieren, hat der Bio-Koch Florian Lechner gemeinsam mit der Molkerei Berchtesgadener Land – als Alternativen zu Klassikern wie Kakao oder Milch mit Honig – sechs moderne Milch-Mischgetränke für den heißen und kalten Genuss mit traditionellen Zutaten der Alpenregion entwickelt. Florian Lechner erklärt: „Mit wenigen Zutaten kann ein Glas Milch zum zeitgemäßen „Superfood“ werden und hat dadurch seinen berechtigten Platz in der gesundheitsbewussten Ernährung und der modernen Gastronomie. Deshalb war es mir ein Anliegen, gemeinsam mit der Molkerei Berchtesgadener Land aufzuzeigen, wie das nährstoffreiche Traditionsliebensmittel Milch ganz einfach mit regionalen Zutaten der Alpenregion zum kreativen Milchdrink werden kann.“

[www.bergbauernmilch.de](http://www.bergbauernmilch.de)



Foto: Milchwerke Berchtesgadener Land Chiemgau eG



Foto: FRUTAROM

## WIBERG FLÜSSIG-PRODUKTE

Premium-Auftritt für das Wiberg Flüssigsortiment: In hochwertiger Handmade-Optik präsentiert sich die Produktrange rund um Essig, Öl, AcetoPlus, Dip-Sauce, Crema di Aceto und Chutney. Dabei steht das neue, anschauliche Design für Natürlichkeit und Nachhaltigkeit in der Flasche. Schriftzüge und die bekannten Icons auf der Vorderseite des Etiketts machen sofort deutlich, was der Inhalt alles kann. Die Farbe der Verschlussversiegelung am Flaschenhals verrät auch weiterhin die Zugehörigkeit zur Produktgruppe – ob Aceto Plus, Premium-Essig oder -Öl. So machen die Flaschen, bei gewohnter Qualität im Inneren, eine gute Figur vor den Gästen und helfen Küchen-Profis bei der schnellen Orientierung. [www.wiberg.eu](http://www.wiberg.eu)

## BUNTE HOT-DOG-VIELFALT



Foto: EDNA International GmbH

Der heiße Tipp für einen umsatztarken Sommer: Der Backwaren-Spezialist Edna bietet Hot-Dog-Buns, die dank ihrer Färbung in Rot und Schwarz für Aufmerksamkeit sorgen können. Die auffälligen Buns sind oben eingeschnitten und lassen sich dadurch besonders ansprechend anrichten. So können Profi-Köche ihrer Kreativität freien Lauf lassen und die farbigen Brötchen mit frischen Zutaten belegen und in Szene setzen. Vervollständigen lässt sich das Hot-Dog-Angebot mit dem Gourmet Hot Dog für die klassische Variante. [www.edna.de](http://www.edna.de)

## MIT „INHOUSE CONVENIENCE“ ZU NEUEN DESSERTKREATIONEN

Pacossieren heißt das Stichwort, wenn es um eine hohe Wertschöpfung in der Profi-Küche geht. Durch den innovativen „Allround“-Kücheneinsatz des Multitalents Pacojet, dessen einzigartiger Verarbeitungsprozess frische, tiefgefrorene Lebensmittel ohne auftauen zu ultrafeiner Textur mikropüriert, können diese in nahezu unbegrenzten Möglichkeiten voll verwertet und veredelt werden. Zum Sommer bietet Pacojet frische Dessertideen: Alle für Dessertkreationen vorstellbaren und essbaren Lebensmittel-Bestandteile können aroma- und farbintensiv verarbeitet werden. Damit kann die „klassisch finale Menükomponente“ als „Inhouse Convenience“ vorab mit dem Pacojet in kostengünstiger Eigenproduktion und Top-Qualität hergestellt werden. So könnte sich beispielsweise Außergewöhnliches wie Geräuchertes Popcorneis oder Schokolade-Seidentofu gut auf der Dessertkarte machen. Rezepte unter [www.pacojet.de](http://www.pacojet.de)



Foto: Pacojet AG

## FRUCHTIG-FRISCHE TORTENKREATION

Um eine sommerliche Variante erweitert der Backwaren-Spezialist Schöller Backwaren sein Torten-Segment: Die neue Torte „Panna-Cotta“-Orange erinnert an den Dessert-Klassiker aus Italien. Auf einem Mürbeteigboden liegen zwei lockere Biskuitböden. Dazwischen ist eine feine Vanille-Sahne-Füllung mit eingestruddelter Blutorangen-Fruchzubereitung. Bedeckt ist die Torte mit einer Vanille-Sahne-Füllung und mit Orangescheiben. Zusätzlich ist sie mit Mandelblättchen bestreut und randgarniert. Praktisch für Gastronomen: Die Torte enthält keine deklarationspflichtigen Zusatzstoffe, ist bereits fertig gebacken und tiefgefroren.

[www.froneri-schoeller.de](http://www.froneri-schoeller.de)

# MIT DEM PROFESSIONELLEN GRILL ZUM UMSATZPLUS

**Verschiedene Grillgeräte führen zu unterschiedlichen kulinarischen Ergebnissen. Die Anforderungen und Vorteile sollten bei der Anschaffung eines Grills bedacht werden, um mit dem perfekten Grillerlebnis überzeugen zu können.**



## Der Gasgrill

Die Zubereitung von Fleisch und Co. mit dem Gasgrill funktioniert ähnlich wie das Kochen mit Gas. Schnell ist der Gasgrill auf Betriebstemperatur und kann, entsprechend eingestellt, eine konstante Hitze beliebig lange halten. Je nach Geräteausstattung lassen sich verschiedene Hitzezonen unabhängig regulieren, sodass unterschiedliche Spezialitäten gleichzeitig auf den Punkt genau gebrillt werden können. Bei dem Einsatz des Gasgrills entsteht dabei kaum Rauch oder Qualm.



## Der Elektrogrill

Soll sich das Grillevent möglichst schnell und komfortabel gestalten, so kann ein Elektrogrill die richtige Wahl für den eigenen Betrieb sein. Mit Elektrogrills lässt sich in der Regel vergleichsweise sauber und komfortabel arbeiten: Oft sind die Einzelteile, darunter die Auffangschale für das Fett, einzeln entnehmbar und spülmaschinenfest. Mit dem Strom als Wärmequelle bleibt der Einsatz ohne großes Risiko, da nicht an einem offenen Feuer gearbeitet wird. Ohne die für den Holzkohlegrill typische Rauchentwicklung ist grundsätzlich unter Berücksichtigung der nötigen Sicherheitsvorkehrungen der Einsatz innerhalb des Betriebs sowie auch im Outdoor-Bereich möglich. Für den Einsatz im Frontcooking-Bereich bei geringen Platzverhältnissen kann ein Tischgerät wie beispielsweise ein Lavasteingrill mit geringen Abmessungen die richtige Wahl sein.

**Einsatz empfohlen:** sowohl im Außenbereich als auch innerhalb des Betriebs. Angeboten werden verschiedene Varianten wie Gasgrill-Tischgeräte oder Gasgrill-Standgeräte und diverse Auflagen für flexibles Arbeiten mit unterschiedlichen Zutaten.

### Vorteile im Überblick:

- ✓ präzise Hitzegradregulierung
- ✓ kaum Rauchentwicklung
- ✓ komfortables und schnelles Aufheizen
- ✓ große Auswahl an Gasgrillgeräten in verschiedenen Ausführungen und Abmessungen



Gleichzeitig lässt sich die Grilltemperatur sehr präzise regulieren.

Da bei dem Elektrogrill kein Fett in die Glut tropfen kann, ist ein Risiko durch sich entwickelnde gesundheitsschädliche Stoffe ausgeschlossen.

**Einsatz empfohlen:** im Indoor- und Outdoorbereich. Mit einer nahegelegenen Stromquelle und entsprechender Leistungskapazität des Grillgeräts kann ein Elektrogrill einem regelmäßigen Einsatz bei hohem Gästeaufkommen standhalten.

### Vorteile im Überblick:

- ✓ hohe Sicherheit ohne offenes Feuer
- ✓ keine gesundheitsschädlichen Stoffe und keine belastende Rauchentwicklung
- ✓ schnelle und präzise Zubereitungsmöglichkeit
- ✓ in der Regel einfach sauber zu halten



## Der Holzkohlegrill

Traditionelles Grillen über dem offenen Feuer – für viele bleibt der klassische Holzkohlegrill das beliebteste Grillgerät – einerseits wegen des Rituals des Feuerentzündens und des typisch rauchigen Ambientes, das die entzündete Kohle mit sich bringt, andererseits, weil diese Befeuerungsart dem Grillgut ein besonders ausgeprägtes rauchiges Aroma verleiht. Unabhängig von einer Strom- oder Gasquelle lässt sich der Holzkohlegrill flexibel platzieren. Allerdings schränkt die starke Rauchentwicklung in der Mobilität ein: Wer einen klassischen Holzkohlegrill einsetzen möchte, der muss auf ausreichenden Abstand zu den Gästebereichen achten und auch die Windrichtung bedenken, um Gäste vor einer störenden und gesundheitsschädlichen Rauchentwicklung zu schützen. Auch das offene Feuer und die damit einhergehende Brandgefahr bleibt zum Schutz der Gäste zu bedenken. Zudem sollten die schwierig zu regulierende Brenndauer und lange Abkühlzeiten der Kohle bei der Planung beachtet werden.

**Einsatz empfohlen:** bei seltenerem, aber gerne ausgedehntem Gebrauch, da das Grillen mit dem Holzkohlegrill im Vergleich zeitintensiver ist und gut geplant sein sollte, beispielsweise für Grillabende als Highlight des Monats – Themenschwerpunkt Grillen jeden 3. Freitag im Monat mit vorheriger Anmeldung durch den Gast.

### Vorteile im Überblick:

- ✓ typisches Grillaroma
- ✓ mobile Aufstellung unabhängig von einer Gas- oder Stromquelle
- ✓ in vielen Ausstattungen erhältlich, beispielsweise mit Überdachung oder eingeschobenem Warmhaltefach



## Tipp für die Profi-Zubereitung: Grillen im Heißluftdämpfer

Hohe Auslastungen und die Erwartung an eine gleichbleibende Qualität: Ist der Einsatz eines Profi-Grills und das zusätzliche Grill-Erlebnis eine möglicherweise zu große Herausforderung für den eigenen Betrieb, während Grillspezialitäten doch fester Bestandteil des Speiseangebots sein sollen, so bieten hochwertige Heißluftdämpfer eine gute Alternative für Gegrilltes. Um im Handumdrehen rundum knusprig gebräunte Hähnchen und saftige Steaks mit Grillmuster „wie vom Holzkohlengrill“ servieren zu können, bietet Lainox, im Deutschland-Vertrieb von Krefft Großküchentechnik, mit dem Grillblech „Speedy Chicken“ und dem Grillrost „Speedy Grill“ neues Heißluftdämpferzubehör. Mithilfe der Grillbleche lassen sich in 35 Minuten bis zu 96 Hähnchen und andere Geflügelsorten rundum gleichmäßig knusprig bräunen und von innen zart garen. Das Neuartige der Bleche: Sie sind aus einer Aluminiumlegierung mit praktischer Antihaftbeschichtung gefertigt und mit wärmeübertra-

genden Kegeln bestückt, auf die das Geflügel einfach aufgesetzt wird. Auf diese Weise wird gleichzeitig von innen gegart und von außen gebräunt. Auch das neue „Speedy Grill“ Grillgitter, das jeweils in einer Version für den Längs- und Quereinschub erhältlich ist, macht das Grillen einfach: Der zweiteilige, klappbare Grillrost für gegrilltes Fleisch, Fisch, Krustentiere und Gemüse wurde eigens für den Grillvorgang im Heißluftdämpfer konzipiert. Er bringt dank seiner Rundeisen mit erhöhter Stärke das typische Grillmuster von beiden Seiten an das Grillgut, ohne dass es dafür extra noch mal gewendet werden muss. Das Grillgitter ist aus einem speziell von Lainox entwickelten, hoch wärmeleitfähigen Material mit Dreifach-Antihaftbeschichtung gefertigt und garantiert in kürzester Garzeit exzellente Grillergebnisse. Die praktische Antihaftbeschichtung von „Speedy Chicken“ und „Speedy Grill“ reduziert den Aufwand und die Kosten für die Reinigung und Pflege auf ein Minimum.

[www.krefft.de](http://www.krefft.de)

## FAZIT:

Prüfen Sie die persönlichen Anforderungen an den Grill. Wie oft soll er zum Einsatz kommen? Welche Mengen sollen gegrillt werden? Wie viel Zeit darf das Grillen in Anspruch nehmen und welche Mitarbeiter können die Aufgaben am Grill sicher ausführen? Auch in Sachen Sauberkeit und Hygiene sind einzelne Geräte vor dem Kauf zu überprüfen. Ein ausführlicher Preisvergleich beeinflusst die Entscheidung, wobei die Preise stark von der Ausstattung und Größe des Grillgerätes abhängen. Grundsätzlich gilt: Einsparungen bei der Anschaffung können sich langfristig auf die Qualität des Grillguts auswirken. Eine höhere Investition mag zwar auf den ersten Blick nicht die bevorzugte sein, sollte aber eine höhere Leistungsfähigkeit sowie Sicherheit und Komfortabilität im Umgang am Grill bedeuten – Faktoren, die sich schnell bezahlt machen werden. Gastronomen sollten sich also vor dem Kauf ausführlich vom Fachmann beraten lassen.

› Ronja Plantenga



Fotos: OAMC - iStockphoto.com; KREFFT



## CHECKLISTE

### SICHERHEIT BEIM GRILLEN

**Besonders im Outdoor-Bereich wird das Grillen zum Event für den Gast. An die Sicherheitsvorkehrungen gedacht, steht einem reibungslosen Ablauf nichts im Wege.**

- ✓ Der Grill ist auf einer rutschfesten, ebenen Fläche platziert.
- ✓ Die Fluchtwiege rund um die Grillstation sind in alle Richtungen passierbar.
- ✓ Von herumlaufenden Kindern ist die Grillstelle zu jeder Zeit abgegrenzt.
- ✓ Es ist ausreichend Abstand zu brennbaren Materialien wie Bäumen und Pflanzen, Papier, Holz und Dekorationen vorhanden.
- ✓ Die Rauchentwicklung belastet die Gäste nicht. Der Grill ist so aufgestellt, dass der Rauch schnell entweichen kann.
- ✓ Der Grill ist so platziert, dass er zu jeder Zeit vom Personal beobachtet werden kann.
- ✓ Der Profi-Koch am Grill hat entsprechende Schutzkleidung an, die nur schwer entflammbar ist.
- ✓ Geeignete Anzünder in ausreichender Menge sind vorhanden, Mittel wie Benzin oder Spiritus sind zu meiden.
- ✓ Um den Gästetisch vor Rauch zu schützen, ist die Grillstation auf die Windrichtung abgestimmt.
- ✓ Heißer Dampf kann zu schweren Verletzungen führen, Sand ist im akuten Gefahrenfall Wasser als Löschmittel vorzuziehen.
- ✓ Ein Feuerlöscher sowie ein Erste-Hilfe-Kasten befinden sich in unmittelbarer Nähe zu der Grillstation.
- ✓ Keine heiße Asche entsorgen, die sich zwischen den Abfällen entzünden kann.

## 3 FRAGEN AN ... SIEGNER FLEISCH

**Als Lieferant von Fleisch- und Wurstprodukten kann Siegner Fleisch & Partner auf über 20 Jahre Erfahrung zurückblicken. Gastgewerbe-Magazin im Gespräch mit Michael Dostthaler, Geschäftsführer Siegner Fleisch & Partner, zum Trendthema Grillen.**

**Gastgewerbe-Magazin: Woran kann ein Gastronom die gute Qualität des Fleischs erkennen?**

**Michael Dostthaler:** „Mit Erfahrung, einem geschulten Auge in Verbindung mit Zeit und einem Gefühl für Qualität. Voraussetzung für eine gute Qualität ist: die Rasse, Zucht und Mast (diese Punkte fallen in das Aufgabengebiet des Landwirtes). Weiterhin sind der Transport, die Schlachtung, Kühlung und Zerlegung wichtig (Aufgabe des Metzgers). Jedoch ohne entsprechende zeit-aufwendige Reifung sind alle Bemühungen im Vorfeld umsonst.

Und zum Qualitätsfleisch im rohen Zustand: Das Fleischstück ist kompakt, nicht schlaff, hat eine appetitliche zartrosa Farbe, dies kann jedoch je nach Rasse und Alter des Tieres variieren. Angus- und Herford-Rinder sind etwas dunkler als zum Beispiel Süddeutsches Fleckvieh (sog. Simmentaler); je älter das Tier ist, umso kräftiger (rot) ist die Fleischfarbe. Für die Zartheit ist neben der entsprechenden Reifung die Fleischfaser ausschlaggebend und zu beachten. Kurz und dünn, so wäre es fein. Wie bereits jedem Fleischfachmann bekannt ist, darf eine entsprechende Marmorierung (=Einlagerung von Fett in die Muskulatur) nicht fehlen. Über die Ausprägung der Marmorierung lässt sich streiten, aber ohne Marmorierung sollte man das Stück nicht mal für den Hackbraten verwenden. Finger weg von Fleisch, das extrem dunkelrot (fast schon bläulich) ist und glänzt! Kommen beide Komponenten zusammen, ist beim Transport und/oder bei der Schlachtung etwas schiefgelaufen, oder das Tier ist anderweitig gestresst gewesen. Da sind Reklamationen vorprogrammiert.“

**Die Grillsaison bietet zusätzliche Verdienstmöglichkeiten. Ihr Tipp für das perfekte Grillangebot?**

„Beim Grillen steht in erster Linie der Genuss im Vordergrund, der Preis ist zweitrangig. Was hilft es, wenn ich günstig eingekauft habe, aber dem Gast das Genusserlebnis fehlt. Es muss aber nicht immer Roastbeef, Entrecote oder Filet sein. Es gibt einige Muskeln, die bei entsprechendem Zuschnitt und entsprechender Reifung eine tolle Alternative sein können, zum Beispiel das dünne (Flanchet) oder dicke (Aloyau) Bavette, das Onglet (Nierenzapfen) oder der Schulterfiletdeckel (Jodenhaas). Bei absoluten Steakfleischrassen, wie dem US Beef, kann man auch ohne Weiteres den Tafelspitz, das Bürgermeisterstück oder auch die flache Schulter zum Grillen verwenden. Hier hat man ein tolles Geschmackserlebnis, und der Preis zur Leistung stimmt auf jeden Fall – leider nicht regional, aber sonst perfekt.“

**Das perfekte Steak, worauf kommt es bei der Zubereitung an?**

„Das ist eine Philosophie für sich, schwieriger zu beantworten als die Aufstellung unserer Mannschaft bei der Fußball-WM. Es gibt 60 Millionen Trainer und ebenso viele Grillprofis. Wichtig ist eine hohe Anfangshitze, zum Poren-schließen, und am Schluss muss das Fleisch ruhen, entspannen, das ist wichtig, alles andere zwischendrin soll jedem selbst überlassen sein.“

› Die Fragen stellte Ronja Plantenga  
[www.siegener-fleisch.de](http://www.siegener-fleisch.de)

Zu einem erfolgreichen Grillerlebnis für den Gast gehört das perfekt gegrillte Fleisch. Abgerundet wird es mit hochwertigen Produkten vom Dip bis zur Beilage. Eine Auswahl:

## Hellmann's BBQ Sauce

Bei einem professionellen Barbecue darf eine Sauce mit typisch rauchigem Geschmack nicht fehlen. So hat Unilever Food Solutions seine Range der Hellmann's Saucen erweitert und bringt passend zu Beginn der Grillsai-

son die neue Hellmann's BBQ Sauce an den Gästetisch. Sie passt als Begleiter zu Burger, Steaks, Spareribs & Co. und ist dank ihrer Konsistenz auch zum Dippen geeignet.

[www.unileverfoodsolutions.de](http://www.unileverfoodsolutions.de)



Foto: Unilever Food Solutions



Foto: HOMANN Feinkost GmbH

## Salatdressings für Kreatives

Für kreative Spielräume rund um den Salat sorgt der Feinkost-Spezialist Homann mit seinen Salatdressings, zu denen sich die zwei neuen Sorten Kräuter und Joghurt-Kräuter gesellen. Damit stehen insgesamt acht Salatdressings im 4-Liter-Eimer sowie vier Varianten in der praktischen 875-ml-Profiltube zur Verfügung. Für ein noch einfacheres Handling wurde der runde Eimer durch einen eckigen abgelöst: Insbesondere die quadratische Verpackungsform 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. Ein sauberes Handling wird von der peelfähigen Siegelfolie mit Aufreißlasche unterstützt, die sich problemlos abziehen lässt. Zudem sind die Salatdressings ungeöffnet nicht kühlbedürftig.

[www.homann-foodservice.de](http://www.homann-foodservice.de)

## Beilage im Homemadestyle

Erst in Kombination mit den passenden Beilagen wird aus Gegrilltem ein exklusives Menü. Insbesondere Produkte mit starkem Homemade-Charakter, wie die Lamb Weston Connoisseur Fries, können auf dem Teller den Unterschied machen. Denn Produkte, die nicht nur hochwertig schmecken, sondern auch wie selbst gemacht aussehen, sind bei

den Gästen beliebt. Mit ihrem hohen Skin-on-Anteil sehen die Pommes aus wie selbst gemacht und schmecken kräftig-erdig nach Kartoffeln. Sowohl für trendige Casual- als auch Fine-Dining-Konzepte sind sie bestens geeignet und erfüllen dabei die Ansprüche einer schnellen Zubereitung.

[www.lambweston.eu/foodservice/de](http://www.lambweston.eu/foodservice/de)



Foto: Lamb Weston / Müller

## Ein Kräuterquark – drei Dips

Kreative Dips sind das i-Tüpfelchen zu einem ausgelassenen Barbecue. Als Basis für viele raffinierte Kreationen eignet sich der cremige Kräuterquark mit 40 % i. Tr. im Milchanteil mit herzhaften Gartenkräutern von Gastro. Ob zum Dippen von Fleisch, Fisch und Gemüsesticks oder als Beilage zur Folienkartoffel begleiten die schnell

zubereiteten Quarkmischungen die Grillsaison. Besonders praktisch: Der wiederverschließbare 5-kg-Eimer, der eine hygienische Aufbewahrung gewährleistet, ermöglicht das Portionieren bis zum letzten Löffel. Mediterran, Chili-Paprika und Zaziki – die Gastro Küchenprofis haben drei frische Dips kreiert, sodass mit ein und derselben Basis gleich drei verschiedene Geschmacksrichtungen bedient werden können. Zubereitungstipps finden Anwender auf

[www.gastro-foodservice.de](http://www.gastro-foodservice.de)



Foto: GASTRO Foodservice

Foto: © Evgenij And - iStockphoto.com



## MEHR GESCHMACK AM FLEISCH - MIT DEM RICHTIGEN AROMA

**Hochwertiges Fleisch sollte professionell gewürzt werden. Die trockene Alternative zu Marinaden: Rubs.**

### Rubs und ihre Vorteile

Bei der Verfeinerung des Grillfleischs kommt es auf die passenden Gewürze an. Zuvor in eine würzige Marinade eingelegt, können Profi-Köche ihren Spezialitäten eine besondere Note verleihen. Doch auch Rubs eignen sich, um dem Grillgut den nötigen Pepp zu verleihen. Der Unterschied des Rubs zur Marinade? Rubs bestehen meist aus trockenen Gewürzen, die in das Fleisch einmassiert werden, während Marinaden auf flüssigen Zutaten basieren. Rubs sind also eine trockene Variante der bekannten Marinade. Diese setzt sich aus vier Grundzutaten zusammen: Basis, Salz, Süße und Pepp. Der Vorteil: Das Quartett kommt ganz ohne zusätzliches Öl aus, da der Rub hervorragend an der Feuchtigkeit des Grillgutes haftet. Damit bieten Rubs eine tropffreie, fettärmere Alternative, die den Geschmack

der Grill-Highlights hervorbringt und für eine aromenstarke Kruste verantwortlich ist

### Rubs richtig einsetzen

Durch sanftes Einmassieren der Gewürzmischung dringen die Aroma der jeweiligen Geschmacksrichtung intensiv ein und garantieren einen saftigen und leckeren Genuss. Je größer das Grillgut, desto länger dauert die Einwirkzeit. Dabei sollte diese nur für ganz kleines Grillgut, wie beispielsweise Meeresfrüchte oder Fleisch-, Obst- und Gemüsespieße, weniger als 20 Minuten betragen. Wie auch bei der Marinade ist es grundsätzlich empfehlenswert, die Rubs für mehrere Stunden oder über Nacht einwirken zu lassen. Wird das Grillgut evakuumiert, entsteht das saftigste Ergebnis. Sobald die kulinarischen Spezialitäten auf dem Grill landen, karamellisiert der Zucker

aus der Gewürzmischung und bildet eine saftige Kruste, die das Grillgut vor dem Austrocknen schützt.

**Tipp:** Gerubbter Rosenkohl und Rote Beete? Nicht nur Fleischliebhaber kommen durch Rubs auf ihre Kosten, auch exotische Früchte oder Gemüsesorten lassen sich durch Rubs verfeinern. Der Gewürzspezialist Ubena empfiehlt: Knackiges Gemüse verfeinert mit dem fruchtig-scharfen Himbeere-Senf-Rub. Außerdem: Fischfilet mit der warm-süßlichen Schärfe des Knoblauch-Rubs oder ein Steak raffiniert gewürzt mit dem tomatig-fruchtigen Kräuter-Rub.

[www.ubena.de](http://www.ubena.de)



Foto: Ruchs Foodservice GmbH

## GRILLFLEISCH - AUF FRISCHE UND QUALITÄT KOMMT ES AN

**Gerade beim Kurzbraten und Grillen lohnt sich ein Blick auf die Qualität des Fleisches.**

Denn aus zweitklassigem Fleisch lässt sich auch bei professioneller Zubereitung kaum ein Gericht erster Güte kreieren. „Bis ein Steak oder Kotelett am Griller brutzelt, ist es vielen Einflüssen ausgesetzt, die für die Grilltauglichkeit ausschlaggebend sind. Diese Einflüsse beginnen bei der Haltung und Fütterung der Tiere, setzen sich bei Transport und Schlachtung fort und enden bei der lückenlosen Kühlkette bis zur Zustellung in die Küche“, erklärt Manfred Kröswang, Geschäftsführer des Frische-Lieferanten Kröswang. Qualitätsfaktoren bei Grillfleisch:

### Premium-Schweinefleisch

Bei der Schweinehaltung sind vor allem eine ausgewogene Fütterung mit qualitativ hochwertigen Futtermitteln und ausreichend Platz für die Tiere Grundvoraussetzung für eine gute Entwicklung des Tieres und somit des Fleisches. Ein einzigartiges Qualitätssicherungssystem mit umfassenden Kontrollen in allen Bereichen ist die Basis für gesunde Tiere, die bestes Fleisch liefern. Daneben sind ein kurzer Tiertransport und eine scho-

nende Schlachtung wesentlich für die gerade beim Grillen wichtige Fleischqualität. Werden die Schweine mit der sanften CO<sub>2</sub>-Betäubung geschlachtet, so bedeutet das für die Tiere weniger Stress bei der Schlachtung und für die Küchenchefs keine Probleme mit „wässrigem“ Fleisch, das beim Kurzbraten schrumpft. Ein letzter wesentlicher Punkt bei der Produktion ist das langsame Abkühlen des Fleisches, damit wird zarte Fleischqualität gewährleistet – denn zu schnell abgekühltes Fleisch wird zäh.

### ALMO-Almochsenfleisch

Dem Almo-Almochsen wird die nötige Zeit zum Wachsen gelassen – diesen Unterschied schmeckt man vor allem beim Grillen und Kurzbraten. Almos werden durchschnittlich 26 Monate alt, die Almhaltung bewirkt ein sehr langsames Wachstum, das Ergebnis ist ein besonders weiches, wunderschön mar-



Foto: KRÖSWANG GmbH

moriertes Fleisch. Durch das langsame Wachstum bilden die Almos einen sehr hohen intramuskulären Fettanteil und lagern mehr Geschmacksstoffe ein – für einen besonders ausgeprägten, typischen Rindfleischgeschmack. Neben den zarten Almo-Filets und dem gut marmorierten Almo-Rostbraten ist vor allem das Almo-Beiried bei Kröswang zum Klassiker geworden. Ein echter Hingucker auf dem Teller ist das neue Tomahawk-Steak, ein Rib Eye am extra langen Knochen. Der prägnante Knochen des Tomahawk-Steaks intensiviert den kernig-kräftigen Fleischgeschmack und ist ein Blickfang am Grill. [www.kroeswang.at](http://www.kroeswang.at)



# NEUE FOOD-SPEZIALITÄTEN IM EXPERTENTEST

Die Profitester haben zwei neue Produkte getestet und für Branchenkollegen bewertet. Dabei passen die Produkte zu aktuellen Trendthemen: eine Smokey Sauce, die das Grillangebot bereichern könnte, einerseits. Ein Low Carb Pizzaboden für alternative Ernährungsformen andererseits.

## DER PROFITESTER

Stimmen von  
Experten für Experten:

Heinz



» Für alle, die den  
rauchigen Bacon-  
geschmack mögen,  
einfach ideal. «

» Smokey und Bacon.  
Für die Grillsaison 2018  
ein Muss! «

» Überraschend anders  
bei gewohnt gutem  
Handling. «

Lizza



» Knusprig, nussig, lecker. «

» Eine gute Alternative  
zum Hefeteig. «

» Zurückhaltend im  
Geschmack bleibt viel  
Raum für die Toppings. «

Alle getesteten Produkte finden Sie auf  
[www.derprofitester.de/testergebnisse/](http://www.derprofitester.de/testergebnisse/)

### HEINZ SMOKEY BACONNAISE

Mayonnaise und Ketchup sind die Klassiker unter den Saucen. Doch in der Profi-Küche kann außergewöhnliche Feinkost zum Dippen, Braten und Verfeinern den Unterschied machen. Passend zur Grillsaison darf es dabei gerne rauchig werden, und so fand die neue Heinz Smokey Baconnaise ihren Weg in die Küchen der Profitester. Drin steckt eine vielversprechende Kombination: die Cremigkeit einer Mayonnaise gepaart mit dem würzig-rauchigen Geschmack von Bacon. Geschmacklich konnte die Sauce mit ihrer speziellen Note überraschen. „Smokey“ aromatisch hält die Sauce, was der Name vermuten lässt. Ein Profitester meint: „Die Baconnaise hält, was sie verspricht. Sie schmeckt rauchig, cremig und hat eine Note von Bacon. Sehr interessante Kreation.“ Die Einsatzgebiete der Sauce in den Profibetrieben: Durch das starke, rauchige Aroma fand das Produkt besonders bei Burgerkreationen und bei Grillfleisch Verwendung. Die experimentierfreudigen unter den Ex-

perten können sich weitere Kombinationen vorstellen und empfehlen die intensiv schmeckende Sauce auch als Dip zu Brot und Pommes oder als würzige Ergänzung zu herzhaften Speisen. Für eine leichte Dosierung wird die Feinkostsauce in der praktischen Squeeze-flasche – mit 875 ml Inhalt – angeboten.



**Fazit:** Diese Sauce will nicht gewöhnlich sein. Im Vergleich zu Mayo und Co. ist sie intensiv und cremig-rauchig. Eben anders und ausgefallen dürfte sie besonders das Küchen-Sortiment der mutigeren Profi-Köche bereichern, die mit ungewöhnlichen Aromen überraschen möchten. 70 Prozent der Profitester empfehlen die Heinz Smokey Baconnaise weiter. Eine Expertenstimme: „Überraschend im Geschmack – für eine innovative Küche hervorragend einzusetzen!“

[www.heinzfoodservice.de](http://www.heinzfoodservice.de)

### LIZZA LOW-CARB PIZZABODEN

Die Pizza ist ein Dauerbrenner auf der Speisekarte und bietet großen kulinarischen Spielraum. Doch ein klassischer Pizzateig hat viele Kohlenhydrate und entspricht nicht den Bedürfnissen vieler Gäste, die Wert auf eine gesunde Ernährung legen. Bei Lizza ist das anders. Der vorgebackene Pizzaboden aus Leinsamen und Chiasamen ist kalorienreduziert, bio, vegan, gluten- und laktosefrei, frei von Zusatzstoffen und Allergenen und eignet sich damit für Allergiker wie auch für gesundheitsbewusste Gäste. **Besonders positiv im Praxistest:** Mit dem alternativen Pizzaboden konnten die Profitester unterschiedlichste Kreationen im Handumdrehen zubereiten – im Pizzaofen oder Kombidämpfer

gebacken und experimentierfreudig belegt mit Schinken, Gemüse, Früchten oder nach Flammkuchenart.



Foto: Hersteller

**Fazit:** Lizza ist eine interessante Alternative, mit der sich zusätzliche Gäste anlocken lassen können. Dabei bleibt der Aufwand in der Profi-Küche gering, während nicht weniger Möglichkeiten zur Verfeinerung bleiben als bei einer herkömmlichen Pizza. Eine Profimeinung: „Einfach entnehmen, nach Belieben belegen und rein in den Ofen. Gesunde und leckere Alternative zu Pizza.“

[www.lizza.de](http://www.lizza.de)



## WÄSCHE - KLIMANEUTRALE MIETLÖSUNG

Umweltrelevante Themen werden für das Gastgewerbe wichtiger, denn immer häufiger ist der Gast sensibilisiert für Umweltbelastungen und ressourcenschonende Lösungen, die mit einem gastronomischen Konzept einhergehen. Hier knüpft der Service von Greif Textile Mietsysteme mit der klimaneutralen Mietwäsche an. Der Wäschespzialist berechnet die CO<sub>2</sub>-Emissionen, die für die Mietwäsche des jeweiligen Betriebs anfallen. Diese Emissionen werden dann von Greif kompensiert – über ein zertifiziertes Umweltprojekt. Konkret schafft Greif den Emissionsausgleich durch ein Aufforstungsprojekt zum Schutz der Wälder in Kolumbien. Der damit einhergehende Marketing-Clou für den Gastronomen: Ein unabhängiges Zertifikat attestierte dem Betrieb seine klimaneutrale Lösung, die so dem Kunden kommuniziert werden kann.



Foto: Walter Greif GmbH

[www.mietwaesche.de](http://www.mietwaesche.de)



Foto: BWT water+more Deutschland GmbH

## „HOW TO“-VIDEOS VON CONVOTHERM



Convotherm baut sein Schulungsangebot für Anwender weiter aus: Gastronomen können auf der Homepage und dem YouTube-Kanal des Unternehmens mehr als 52 „How to“-Videos finden. Die kurzen Filme geben Hilfestellungen und Anregungen zur effizienten Nutzung des Kombidämpfers. Gezeigt werden beispielsweise die Grundlagen der Bedienung oder die Zubereitung von besonderen Gerichten wie Truthahn, Prime Rib und Dim Sum. Ganz neu dabei sind Anwender-Videos zum neuen Convotherm mini easyTouch und der integrierten easyStart-Funktion. Schritt für Schritt werden detailliert die Arbeitsprozesse gezeigt, sodass diese ganz einfach am eigenen Kombidämpfer imitiert werden können.

[www.convotherm.com](http://www.convotherm.com)

## RIEBER FÜR NACHHALTIGKEITS-KONZEPT AUSGEZEICHNET

Anlässlich der diesjährigen Intergastra wurden 24 Preisträger in acht Kategorien feierlich mit dem Branchenpreis Grünes Band, Preis für Nachhaltigkeit im Außen-Haus-Markt, ausgezeichnet. Unter diesen konnte die Rieber GmbH & Co. KG in der Kategorie Unternehmenskonzepte den zweiten Platz erzielen. Als einer der führenden Anbieter von Küchen-Infrastruktur für die professionelle Gastronomie sowie den privaten Haushalt stehen bei allen Produkten und Lösungen von Rieber der nachhaltige Umgang mit Ressourcen im Mittelpunkt. Von der Produktentwicklung über den Produktgebrauch bis hin zum Kundennutzen und dem Umgang mit Lebensmitteln wird dieses Konzept gezielt verfolgt. Ökologisch, ökonomisch, sozial gedacht und vor allem zukunftsgerichtet konzeptioniert Rieber durch das digitale Organisationssystem Check seine Produktlösungen.

[www.rieber.de](http://www.rieber.de)

## KLUGER FILTER-KOPF FÜR BESTEN KAFFEE

Dass eine gute Wasserqualität für beste Kaffee- und Espresso-Spezialitäten entscheidend ist, weiß der Wasseroptimierungsspezialist BWT water+more längst. Sein neuester Clou ist ein Universal-Filterkopf mit maximaler Flexibilität und Bedienfreundlichkeit: BWT besthead FLEX. Der flexible Filterkopf passt auf alle Filterkartuschen von BWT water+more und macht Filterinstallation und -wechsel selbst auf kleinstem Raum – unter dem Tresen oder im Vending-Automaten – problemlos möglich. Der neue Filterkopf ist mit der cleveren Schnittstelle FLEX Insert ausgestattet, die sich werkzeuglos und ganz einfach montieren lässt. Konfektionierte Flex-Tube-Verbindungsschläuche sind bereits mit dieser Schnittstelle ausgestattet, die einfach in die Aufnahme am Filterkopf gesteckt und festgeclipt wird. Auf diese Weise gelingen elegante Verbindungen, die ohne Übergangsstücke auskommen und beliebig eingestellt werden können.

[www.bwt-wam.com](http://www.bwt-wam.com)



# MIT VITRINE & THEKE ZUM UMSATZPLUS

**Für die „optische Kostprobe“ gilt es, einige Voraussetzungen zu beachten. Das Ziel: eine attraktive, reizvolle Warenpräsentation, bei der die Qualität der Speisen lange erhalten bleibt.**

„Zeigen, was man hat“ – eine kluge Devise für Gastronomen, hinter der sich eine effektive Verkaufsstrategie verbirgt. Wer seinen Gästen Speisen offen präsentiert und schon optisch mit Frische überzeugt, der kann das eigene Image leicht mit nur einem Blick aufbessern. Zudem sind attraktiv in einer Theke oder Vitrine angerichtete Waren, anders als beim Studieren der Speisekarte, ein direkter Appetitanreger, der Lust auf kulinarische Erlebnisse machen und so für steigende Umsätze sorgen kann.

## Art der Auslage

Zunächst muss die Frage geklärt werden,

— Anzeige —

**Krefft**  
Ihr Großküchen-Partner

LAINOX  
ALPHATECH  
COMBIMAX  
MARENO  
CAM  
Polaris

KREFFT Großküchentechnik GmbH  
Tel. 0 72 22/15 977-40 · Fax -477 · info@krefft.de · www.krefft.de

wo und für welche Produkte eine Präsentation sinnvoll ist. Die Möglichkeiten sind vielfältig und decken vom Dessert bis zu warmen Speisen alle Optionen ab: Zur Auswahl stehen beispielsweise gekühlte und ungekühlte Vitrinen, Wärmeplatten, Snackpresenter oder Restaurantwagen. Klären Sie die Raumaufteilung und die Kapazitäten, sodass die Auslage vom Service ohne großen Aufwand betreut werden kann und zugleich für die Gäste gut sichtbar wird.

## Ein Erlebnis inszenieren

Betrifft der Gast ein Restaurant oder eine Bar, so hat er sicherlich schon eine Vorstel-

lung von dem ihn erwartenden Speisenangebot. Hier gilt es, Reize zu wecken und Highlights zu setzen, die den Gast überraschen. Wird die Theke als Blickfang genutzt und werden plötzliche Impulse beim Gast geweckt, so werden oftmals schnellere Entscheidungen getroffen.

## Warenplatzierung mit Strategie

Die Auslage ist eine Inspirationsquelle, die besonders dann funktioniert, wenn sie mit den Bedürfnissen des Gastes kompatibel ist. Wovon wird sich der Gast also überzeugen lassen können? Zu zusätzlichem kulinarischem Genuss wird er sich insbesondere dann verleiten lassen, wenn die Kombination passt. Die Nähe zu ähnlichen Produkten oder Speise- und Getränketafeln kann schnell überzeugen, die Bestellung auszudehnen. Ein Beispiel: Stehen die angebotenen Kaffeespezialitäten an der Bar angegeschrieben, so können Kuchen und Desserts schnell die Blicke auf sich lenken. Hier gibt



Foto: © Al\_Watt / iStockphoto.com

## KÜHLTECHNIK UND VITRINEN BEI GASTROHERO

Soll der gastronomische Betrieb mit Geräten zur Warenpräsentation und entsprechender Kühltechnik ausgestattet werden, so müssen technische Funktionen, aber auch die Größe und das Design auf den jeweiligen Bedarf abgestimmt werden. Eine große Geräteauswahl für unterschiedliche Produkt- und Platzanforderungen im professionellen Einsatz bietet GastroHero in seinem Online-Shop. Hier können Kühlgeräte und Verkaufstheken bequem online bestellt werden. Das Sortiment umfasst neben universell einsetzbaren Kühltheken beispielsweise auch Bartheken, Eiskühltheken sowie Kuchentheken in verschiedenen Ausführungen.

[www.gastro-hero.de](http://www.gastro-hero.de)



Foto: Gastro Hero

die Kuchenauslage in unmittelbarer Nähe direkte Impulse, das Kaffeeerlebnis auszudehnen und zum Latte Macchiato eine passende süße Beilage zu bestellen.

### Bewerben und kennzeichnen

Um welche Kreation genau handelt es sich, welche Zutaten sind enthalten oder wie hoch ist der Preis? Ist das Interesse der Gäste einmal geweckt, helfen zusätzliche Informationen, die sich eventuell direkt an der Auslage mit kleinen Beschriftungen an den Speisen beantworten lassen.

### Aufmerksamstarke Dekoration

Kreativ angerichtet, sprechen die Speisen in der Auslage für sich. Optimieren lässt sich die Präsentation zusätzlich in Abstimmung mit einer dekorativen Gestaltung, die auf saisonale Anlässe abgestimmt ist. Gäste reagieren auf be-

sondere Angebote und Aktionen. Hier kann mithilfe der Warenpräsentation sensibilisiert werden. Heben Sie beispielsweise die Frühlingstorte durch die Auslage hervor und kennzeichnen Sie das „Angebot des Tages“ gestalterisch.

### Tipp:

Vergleichen Sie bei der Wahl der Präsentationsform mögliche technische Features. Beispielsweise kann bei einer Kühltheke eine zuschaltbare Innenbeleuchtung die Aufmerksamkeit erhöhen. Auch die Produktsicherheit hat eine hohe Priorität. Die präsentierten Speisen sollten stets ihren Lagerungsbedingungen entsprechend ausgelegt werden, um qualitative Einbußen auszuschließen. So sollte beispielsweise die Kühltheke mit einem Umluftsystem für eine gleichmäßige Kühltemperatur ausgestattet sein. ➤ Ronja Plantenga

— Anzeige —

### 1-2-3.. FLIEGENFREI

auch Stechmücken, Wespen, Mostfliegen, etc.

Mit dem batteriebetriebenen automatischen Zerstöber wird Ungeziefer aus sämtlichen Räumen, auch Gasträumen ferngehalten.



Das geruchslose Spray ist für den Menschen völlig ungefährlich. Ein Gerät deckt bis 70 qm Fläche ab. Nach 24 Stunden ist der Raum insektenfrei, selbst bei geöffneten Fenstern und Türen.

**Wir haben auch andere Systeme für Küche, Produktion und sehr große Räume am Lager.**

**Rued**  
progastro

Heilsbergstr. 29-31  
D-78247 Hilzingen  
Tel: 07731-92 49 60  
Fax 07731-92 49 76  
[info@rued.info](mailto:info@rued.info)  
[www.rued.info](http://www.rued.info)

**8 Tage zur Probe**

Verkäufer gesucht



## KÜHLTECHNIK

# LÖSUNGEN FÜR PRODUKT-SICHERHEIT UND FLEXIBILITÄT

Produktvorstellungen aus der Kategorie Kühltechnik und Warenpräsentation.



## Zusatzgeschäft mit der Selbstbedienungsvitrine

In der Hotellerie lassen sich attraktive Take-away-Lösungen einbinden: beispielsweise im Frühstücksbuffet oder als Grab & Go Station in der Lobby. Die Selbstbedienungsvitrine Tropical Switch, im Vertrieb von NordCap, ist speziell für das Grab-&-Go-Geschäft konzipiert: Kundenseitig erfolgt die Selbstbedienung über Soft-Close-Entnahmeklappen. Diese schließen sich nach dem Öffnen in langsamer Geschwindigkeit selbst und gewährleisten so eine stressfreie Entnahme. Die Selbstbedienungsvitrine bietet den besonderen Vorteil, in kurzer Zeit von einer Wärme- auf eine Kühlvitrine umgeschaltet

werden zu können. Der einstellbare Temperaturbereich liegt dabei zwischen +2 und +65 °C. Die Vitrine wird bedienseitig über die Flügeltür aus Spionglas bestückt. Durch die schräg positionierten Zwischenborde und eine Rundumverglasung hat der Gast eine erstklassige Sicht auf das präsentierte Angebot. Besonders bei geringen Platzressourcen kann das Frühstücksbuffet so in die Höhe ausgedehnt werden anstatt in die Breite. Direkt unter der Vitrine lässt sich problemlos eine Flaschenrutsche integrieren – der vorhandene Platz wird so optimal genutzt.

[www.nordcap.de](http://www.nordcap.de)

## Mit der Standvitrine Umsatzchancen in der Lobby nutzen

Seinen Hotelgästen die Möglichkeit für einen Snack to go anzubieten ist nicht nur sehr aufmerksam, sondern lässt sich durch das richtige Equipment auch optimal in ein Lobby-Konzept einbinden. Denn die Lobby ist mittlerweile weit mehr als der Ort zum Einchecken. Zunehmend wird sie das Herzstück des modernen Hotellebens. Ein Gerät, das sich hervorragend in diese Lobby-Landschaft einfügt, ist die Standvitrine WK EC, vertrieben von NordCap. Die untere Auslage der umschaltbaren Vitrine kann wahlweise kühlen oder wärmen, das Zwischenboard kann entweder wärmen oder als Neutral-Element genutzt werden. Über eine rückseitige Schiebetür können die Snacks nachgefüllt werden. Über den ganzen Tag hinweg kann so ganz einfach das Speisenangebot in der Lobby ergänzt werden: morgens Joghurt, mittags Salate, abends Wraps. Durch das frontseitig hochklappbare Glas kann die Vitrine außerdem entweder als Selbstbedienungsvitrine oder als Servicevitrine genutzt werden.

[www.nordcap.de](http://www.nordcap.de)



Fotos: NordCap GmbH & Co. KG



## Elegante Kühlschränke auf engem Raum

Besonders in kleinen Bars und schmalen Küchen muss die vorhandene Nutzfläche optimal organisiert werden. Für mehr Flexibilität hat Saro Gastro Products sein Angebot um besonders schlanke Slim-Line-Kühlschränke ergänzt. Die eleganten Kühlgänge in glänzendem Schwarz oder mit Stahlpulverbeschichtung sind gut im Restaurant- oder Barbereich integrierbar. Die extra schmale Variante misst

gerade mal 403 Millimeter, das breitere Modell hat ein Maß von 448 Millimetern. Stabile Lenkrollen sorgen für Mobilität, sodass der Kühlschrank zur Reinigung schnell und einfach bewegt werden kann. Die gedämpfte LED-Beleuchtung wirkt nicht zu aufdringlich, und auf Wunsch lässt sich am Kopfteil des Slim-Line-Kühlschranks ein individuelles Branding anbringen.

[www.saro.de](http://www.saro.de)

## Kompaktes Multifunktionsgerät auf nur einem Quadratmeter:

Schockfrosten, Schnellkühlen, Auftauen, Warmhalten, Garen, und Gären: Der neue flexible Allesköninger der Marke Lainox, die in Deutschland von Krefft Großküchentechnik vertrieben wird, heißt NEO. Das Multifunktionsgerät, das es in vielen bedarfsgerechten Größen gibt, benötigt nur einen Quadratmeter Stellplatz, um vielfältige Zubereitungsschritte im gesamten Temperaturbereich von -40 °C bis +85 °C zu unterstützen. Mit nur einem Fingertipp auf das Bediendisplay kann NEO wahlweise schockgefrieren bei -40 °C auf bis zu -18 °C, schnellkühlen auf bis zu -3 °C, aber auch sofort umschalten in Garen oder Langzeitga-

ren bis +85 °C, in den Auftau- oder Warmhaltemodus sowie in die Gärunterbrechung. Auf diese Weise sorgt das Multifunktionsgerät für eine wirtschaftliche Geräteauslastung und entspannt die Arbeitsprozesse in der Küche. Die konstant hohe Speisenqualität gewährleistet es dabei mit gleichmäßigen Temperaturen, mit der Feuchtigkeitsregulierung und mit einer steuerbaren Lüftergeschwindigkeit. Bislang getrennte Prozesse von Lagerung und Kühlung sowie Speisenproduktion werden mithilfe von NEO zu einem stressfreien, fließenden und bei Bedarf ohne Weiteres auch zeitversetzten Ablauf.

[www.krefft.de](http://www.krefft.de)



— Anzeige —

**GASTRO HERO**  
So kauft man Gastronomiebedarf heute!

# GASTROBEDARF

✓ ONLINE. ✓ SCHNELL. ✓ GÜNSTIG.

[www.gastro-hero.de](http://www.gastro-hero.de)

0231 177 263 69



**e**  
TRUSTED  
SHOPS



**98%**

Kundenzufriedenheit  
unabhängig geprüft  
von eKomi



# AMBIENTE



## PORZELLAN ZUM GENÜSSE-TEILEN

In geselliger Runde kulinarische Genüsse teilen – dieser Sharing-Trend findet sich regelmäßig auch in der Szene-Gastronomie wieder. Damit die Häppchen zum Teilen am Gästetisch optisch zur Geltung kommen, präsentiert Tafelstern die neue Porzellankollektion Eatery: unterschiedliche Porzellanserien, die sich für viele Einsatzbereiche eignen. In den kleinen und großen Bowls sowie den tiefen Coupellern der Kollektion Delight werden beispielsweise komplette Gerichte serviert. Fingerfood-Spezialitäten arrangiert man auf den Platten der Kollektion, die viel Raum zum Anrichten bieten. So lassen sich die Artikel von Eatery mit den Teilen der Kollektion Delight von Tafelstern kombinieren. Für beide Linien wird der Werkstoff Noble China verwendet, der in einem eleganten Bone-White-Farnton kommt. [www.tafelstern.de](http://www.tafelstern.de)

## PORZELLAN IM LAGENLOOK

Ein unkomplizierter, authentischer Look: Kahla hat die klassischen Materialien gedeckter Tische mit dem Porzellan kombiniert. Der neue Dekor „linen & cotton“ – in dezenter Farbwelt in gedecktem Blau, Grün und Sand – spielt mit den Texturen von Leinen und Baumwolle und präsentiert sie in neuer Form: auf dem Teller statt neben und unter ihm. Die Leinen- und Baumwollelemente wurden auf den verschiedenen Tellern, Schalen und Platten der Serie Elixir in unterschiedlicher Form arrangiert. Wie immer bei Kahla ist die Ergänzung durch weiße Einzelteile aus der Kollektion sowie aus anderen Kahla Serien möglich. [www.kahlaporzellan.com](http://www.kahlaporzellan.com)



Foto: KAHLA/Lühringen Porzellan GmbH

## DER GEDECKTE TISCH - „HYGGE“



Der Trend der dänischen Gemütlichkeit inspiriert die Gästetische. Zum „hyggelige“ Lebensgefühl auf dem gedeckten Tisch finden sich viele Ideen unter den Neuheiten von Vega. Darunter die Geschirrserie Palana in Handmade-Optik: Die ungleichmäßig verteilten Sprengel und Kanten machen jedes Teil zum Unikat. Teller, Platten, Schalen und Becher gibt es in verschiedenen Größen. In den Trendfarben Anthrazit, Türkis und Lindgrün lädt das Geschirr zum Kombinieren ein. Zudem finden sich Porzellanserien in klassisch-chic bis modern-minimalistisch oder eine Bestecklinie in der beliebten Vintage-Optik.

[www.vega-direct.com](http://www.vega-direct.com)

## CIDER-GLÄSER

Fruchtig-frische Cider erfreuen sich zur warmen Jahreszeit steigender Gästeliebtheit. Das traditionelle englische Getränk gibt es in vielen Varianten: klassisch aus Äpfeln oder neu interpretiert aus Birnen, Johannisbeeren oder anderen Früchten. Passend dazu bringt Spiegelau das 4er-Set Cider-Gläser aus Kristallglas auf den Markt. Die bauchige Form lässt den vielfältigen Aromen genügend Platz, sich zu entfalten, und der Stiel ermöglicht eine möglichst lange Kühlung des prickelnden Fruchtweins. Die Cider-Gläser zeichnen sich durch eine klare Linie und hohe Bruchfestigkeit aus. Wie alle Spiegelau-Gläser sind sie spülmaschinenfest.



[www.spiegelau.com](http://www.spiegelau.com)



## WASCHEN IM EIGENEN BETRIEB

**Soll die Reinigung der Wäsche nicht ausgelagert werden, so sind hochwertige Wäschereimaschinen der Schlüssel zu effizienter Hygiene und Sauberkeit.**

Die regelmäßige Reinigung der anfallenden Wäsche in Hotel und Gastronomie zu bewältigen, ist eine wichtige Aufgabe, um dem Gast einen angenehmen Aufenthalt zu gewährleisten. So muss jeder Betrieb seine individuelle Lösung finden, die das Tagesgeschäft möglichst wenig beeinträchtigt und sich bezüglich Zeitmanagement, Organisation und Kosten lohnt. Neben dem externen Wäscherei-service kann auch die Einrichtung einer Inhouse-Wäscherei ihre Vorteile bieten.

### Die hauseigene Wäscherei kann sich auszahlen

Die Kosten für die Anschaffung der für den eigenen Betrieb nötigen Wäschereimaschinen sind zunächst nicht von der Hand zu weisen und stellen eine Investition dar, die zuvor genau kalkuliert werden sollte. Zu bedenken bleibt jedoch, dass sich die Kosten über die Jahre amortisieren können und zusätzlich enorm viel Flexibilität gewonnen wird. Dass es sich bei der hauseigenen Wäscherei um eine durchaus lohnende Investition handeln kann, weiß Sebastian Hatz, Vertriebsleiter der Gottlob Stahl Wäschereimaschinenbau GmbH: „Um Reinheit und Hygiene der Wäsche selbst bestimmen und kontrollieren zu können, ist eine hauseigene Wäscherei eine gute Lösung“, fasst er die Erfahrungen seiner Kunden zusammen. Wäsche kann flexibel nach Bedarf gewaschen, Lagerfläche reduziert, Verluste minimiert werden. Die Abhängigkeit von einem spezialisierten Dienstleister, damit einhergehende Organisationen und eventuelle Kompromisse bei der Terminplanung entfallen.

### Wichtigste Voraussetzung: ein zuverlässiger Partner

In der eigenen Wäscherei können Qualitätsansprüche durch die individuelle Wahl des Waschprogramms und der Waschmittelmenge eingehalten und selbst kontrolliert werden. Der zeitaufwendige Transport der Wäsche entfällt, Mitarbeiter, die in die Abwicklung eingebunden sind, werden für andere Aufgaben frei, die Lebensdauer der Wäsche kann sich verlängern. Mit einem guten Partner kann die Installation absolut bedarfsgerecht vorgenommen werden, auch im Hinblick auf Energieeffizienz und Nachhaltigkeit.

Ein von dem in das eigene Haus integrierten Konzept überzeugter Hoteldirektor ist Herr Albrecht vom familiengeführten Hotel zur Post in Rohrdorf (Bayern): Seit 2007 waschen sie ihre Wäsche mit Stahl intern. „Die Vorteile, die wir mit den Maschinen von Stahl gewonnen haben, möchten wir nicht mehr missen. Wir fühlen uns gut betreut, sind top ausgestattet und unsere Kunden loben Sauberkeit und den angenehmen Geruch unserer Wäsche. Besser geht es nicht!“ Neben hochwertigen Geräten für die professionelle Reinigung, von Waschmaschinen und Wäschetrocknern über Heißmangeln bis hin zu Faltmaschinen, umfasst der Service des Wäschereimaschinenexperten Stahl auch die ausführliche Planung und Beratung sowie den LieferService, die Aufstellung der Maschinen und technische Schulungen.

> Ronja Plantenga

[www.stahl-waeschereimaschinen.de](http://www.stahl-waeschereimaschinen.de)

### MIELE APP

DIE HAUSEIGENE WÄSCHEREI MIT DER APP IM BLICK



Damit die Abläufe in der hauseigenen Wäscherei reibungslos funktionieren und der Zeitaufwand minimiert werden kann, während die Kontrolle über die Waschvorgänge jederzeit vorliegt, bietet Miele seinen Kunden eine smarte Lösung an: Mit der App, die zunächst für Android-Geräte verfügbar ist, lässt sich jederzeit mobil abrufen, welche Waschmaschinen gerade in Betrieb sind und wie lange einzelne Programme noch laufen. Störungen werden in Echtzeit automatisch angezeigt, sodass unverzüglich für Abhilfe gesorgt werden kann. Für eine präzise Kalkulationsübersicht lassen sich im Archivbereich die Waschläufe mit ihren Programmen und Verbrauchswerten an Wasser und Energie über mehrere Tage hinweg aufrufen.

[www.miele-professional.de](http://www.miele-professional.de)

— Anzeige —

© 07333 804 840 | [waeckere.de](http://waeckere.de)

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

Spürbar Qualität

Waeckere



Foto: Hotelwäsche Erwin Müller

# LÖSUNGEN FÜR DEN TISCH: DIE RICHTIGE TISCHWÄSCHE

**Der gedeckte Tisch. Seine Gestaltung bestimmt maßgeblich über Ambiente und Wohlbefinden. Zudem ist die Wahl der Tischwäsche eine Frage der Funktionalität.**

Die Tischeindeckung gibt den Ton im Gastraum an und ist optischer Stimmungsgeber zu kulinarischen Genüssen. Zwischen vielfältigen Konzepten, Dessins und Materialien kann gewählt werden, sodass sich designstarke Highlights setzen lassen, ohne mit der eigenen Linie zu brechen oder funktionelle Einbußen machen zu müssen.

## **Tischwäsche - welches Konzept passt zum Betrieb?**

Bevor der Gastraum eingedeckt wird, bleibt zu klären, welche Anforderungen erfüllt werden müssen. Erwarten die Gäste einen klassischen oder festlichen Empfang, so sind Tischdecken im dezenten Dessin eine gute Wahl. Aber auch Tischläufer, Mitteldecken oder Platzsets haben ihre Vorteile.

Mitteldecken: Soll nicht die gesamte Tischplatte bedeckt sein, so können statt Tischdecken beispielsweise Mitteldecken eingesetzt werden. Diese werden in der Regel diagonal zur Tischkante ausgelegt. In Kombination mit einer großen Tischdecke kann mit Farben und Mustern gespielt werden: Es kann einerseits Ton in Ton oder aber mit stärkeren Kontrasten gestaltet werden. Dem Service kann der Einsatz der Mittel-

decke eine Arbeitserleichterung sein. Denn bei kleineren Verschmutzungen kann die Mitteldecke schnell ausgetauscht werden, ohne gleichsam den gesamten Tisch neu eindecken zu müssen.

Tischläufer: Zusätzlich zur Tischdecke oder allein können auch Tischläufer eingesetzt werden. Längs über den Tisch ausgelegt, sind Tischläufer eine gute Möglichkeit, die Tafel optisch zu verlängern. Andererseits lassen sich quer ausgelegt zwei gegenüberliegende Sitzplätze miteinander verbinden. Platzsets: Modern wird es mit dem Einsatz von einzelnen Platzsets. Direkt auf der Tischplatte ausgelegt oder aber in Kombination mit einem Tischläufer bieten sich viele Gestaltungsmöglichkeiten. Hinzu kommt der funktionale Nutzen: Schnell ausgetauscht, eignen sich Platzsets besonders dort, wo der Service durch eng getakteten Gästewechsel in kurzen Abständen neu eindecken muss.

## **Tischtextilien - trendig und funktional gedeckt!**

Grundsätzlich sollte auf eine angemessene Qualität der Textilien geachtet werden. Und dies nicht allein zu optischen Zwecken, denn hochwertige, langlebige Produkte werden sich schnell rentieren, wäh-

rend sich bei minderwertigen Produkten mit höherem Verschleiß die Kosten schnell summieren. Tischdecken und Co. sollten daher auf ihre Beschaffenheit geprüft werden. Spezialisierte Hersteller wie Erwin Müller, Mank oder Wäschekrone bieten eine große Auswahl an pflegeleichten, strapazierfähigen und schmutzabweisenden Materialien.

Soll auch der Tisch im Außenbereich eingedeckt werden, ist zudem die Witterung zu bedenken. Von Vorteil können hier beschichtete Tischdecken und Sets sein, die sich auch nach einem Schauer schnell abwaschen lassen. Außerdem kann Sonnenlicht zu schnellem Ausbleichen der Stoffe führen. Gastronomen sollten daher besonders für den Outdoor-Bereich auf farbbeständige Produkte mit guter Lichtbeständigkeit setzen.

## **Tipp**

Stimmen Sie die Tischwäsche optisch mit der Dekoration auf den Tischen und der Bestuhlung ab. Und auch die Servietten sind ein wichtiges Gestaltungselement. Sie runden das Konzept ab. Ist der Stil insgesamt schlicht, können farbenreiche Servietten zum optischen Highlight werden.

› Ronja Plantenga

## PRODUKTE

### TISCHWÄSCHE IM DENIM-STYLE

Lässig und chic zugleich: Die Tischwäsche-Serie San Francisco aus dem Hause Hotelwäsche Erwin Müller bietet nicht nur alle Vorteile wie eine „echte“ Jeans. Die Tischwäsche hat mit der typischen strapazierfähigen Doppelnaht und der aufgesetzten Tasche auf dem Tischset auch deren unverwechselbaren Kult-Look. Cool und gleichzeitig praktisch bietet die typische Jeans-Tasche Platz für Serviette und Besteck. Kissen im Jeans-Style und Stuhlauflagen mit seitlich angebrachtem Reißverschluss runden den Gesamt-Look ab. Darüber hinaus ist die Tischwäsche San Francisco aus 100 Prozent Polyester gefertigt und somit ein zuverlässiger Partner für Hoteliers und Gastro-nomen: Sie ist pflegeleicht, schnell trocknend und bügelleicht. Ein weiteres Plus: Die Farbe wäscht sich nicht aus.

[www.hotelwaesche.de](http://www.hotelwaesche.de)



Foto: Wäschekrone GmbH & Co. KG

### MIX UND MATCH IM AUSSENBEREICH

Der Außenbereich als Wohlfühlbereich: Die neue Mix und Match-Gartentischwäsche von Wäschekrone sorgt durch aufeinander abgestimmte Farben und Stoffe im Außenbereich für ein stilvolles Ambiente. Dabei trifft mehrfarbiges Streifendessin auf unifarbenen Gegenspieler in den gleichen gedeckten, eleganten Farben. In Kombination mit den dazu passend erhältlichen Kissenhüllen und Sitzkissen können Hoteliers und Gastronomien mühelos ein gleichermaßen harmonisches wie abwechslungsreiches Gesamtbild kreieren. Auch in den Details überzeugt die Tischwäsche: Eine leichte Pflege gewährleistet die Qualität aus 100 Prozent Dralon, welches zudem eine außergewöhnlich angenehme Haptik aufweist. Dank ihrer hohen Lichtechnik ist die fleckabweisende Tischwäsche zudem perfekt für die warmen Jahreszeiten mit vielen Sonnenstunden geeignet. Das Dessin „Uni“ ist in Elfenbein, Beige, Cappuccino, Pistazie, Moos, Taube und Petrol erhältlich, das Dessin „Gestreift“ in „Blau-beige-Gestreift“ und „Grün-beige-Gestreift“. Die Kissenhüllen in „Uni“ und „Gestreift“ sowie passende Stuhlkissen ermöglichen viele weitere Gestaltungsmöglichkeiten.

[www.wäschekrone.de](http://www.wäschekrone.de)



Foto: Hotelwäsche Erwin Müller

— Anzeige —

Textilservice  
made in  
Germany.

[www.mietwaesche.de](http://www.mietwaesche.de)

**Gef**   
Textile Mietsysteme



# SERVIETTEN - EINE FARBE DES GESCHMACKS

**Servietten bestimmen das Ambiente mit und sollten daher auf die Einrichtung abgestimmt sein. Aber auch den Geschmack des Essens kann die farblich passende Serviette am Gästetisch positiv beeinflussen.**

Um den Gästen in Erinnerung zu bleiben, ist es wichtig, das perfekte Erlebnis zu bieten – angefangen bei den kulinarischen Angeboten und einem zuvorkommenden Service bis hin zur Einrichtung mit Wohlfühlcharakter und optimaler Sauberkeit. Zum kulinarischen Gasterlebnis mit der passenden Serviette? – Dank der Kombination aus Genuss und Farbe!

Denn Farben können sowohl einen bedeutenden Einfluss darauf haben, wie ein Gast ein

Restaurant wahrnimmt, als auch darauf, wie er den Geschmack und die Aromen einer Mahlzeit erlebt. Um Gastronomen und Hoteliers einfache Mittel an die Hand zu geben, mit denen sie den Genuss ihrer Gäste beim Essen noch steigern können, hat Tork gemeinsam mit Linda Lundgren, Expertin für Farben und Food-Styling, eine Inspirationsbroschüre über das richtige Kombinieren von Essen und Servietten erstellt.

Darin finden sich zahlreiche Ideen, wie sich mit der richtigen Serviettenfarbe das Potenzial eines jeden zubereiteten Gerichts voll ausschöpfen lässt. „Wie schafft man es, dass eine Erdbeer-Mousse noch süßer und reichhaltiger schmeckt? Die Antwort lautet nicht, mit mehr Erdbeeren und mehr Zucker. Probieren Sie doch stattdessen einmal, dieses Dessert mit einer korallfarbenen Serviette zu servieren. Die Farbe unterstreicht tatsächlich die Süße und mindert die Bitterkeit – damit ist sie perfekt für süße Speisen“, erzählt Linda Lundgren.

## Geschmacksnuancen farblich unterstreichen

Das Zusammenspiel der Farben von Speisen und Gedeck ist eine einfache Möglichkeit, um sowohl das Geschmacks- als auch



das gesamte Restauranterlebnis zu verbessern. So lassen sich Servietten einerseits danach auswählen, ob sie mit der Einrichtung harmonieren, und zudem danach, welche Gerichte sie begleiten werden.

„Restaurants können ihre Kreativität nicht nur bei der Präsentation der Speisen auf dem Teller spielen lassen, sondern auch, indem sie ihre Tische passend zu jeder einzelnen Mahlzeit eindecken“, sagt Katharina May, Produktmanagerin bei Tork. „Dass

sich mit unseren LinStyle® Premiumservietten köstliche Gerichte besonders gut zur Geltung bringen lassen, zeigen wir mit vielen Beispielen in der neuen Broschüre.“ Gleichzeitig erweitert Tork die Farbpalette seiner LinStyle® Premium-Serviettenlinie und launcht vier neue Farbnuancen. Damit gibt es die Tork Premiumeinwegservietten, die deutlich weicher und voluminöser als herkömmliche Servietten und dazu noch besonders saugfähig sind, jetzt in den Trendfarben Minze, Koralle, Senf und Anthrazit.

## Kleine Farbkunde der Servietten

Minze lässt Gerichte weniger salzig schmecken und unterstreicht die kontrastierenden Farben Gelb und Orange, weshalb es ausgezeichnet zu Eiern, indischen Gerichten und Ähnlichem passt.

Koralle mindert Bitterkeit und lässt Gerichte süßer schmecken.

Rot- und Pintöne harmonieren perfekt mit Desserts, wobei sie Erdbeeren und andere rote Garnituren besonders gut zur Geltung bringen.

Senf hebt säuerliche Noten hervor, weshalb es sich prima mit Fisch und Meeresfrüchten kombinieren lässt. Außerdem passt diese warme Farbe hervorragend zu Grüntönen und harmoniert deshalb gut mit frischen Sprossen und Salaten.

Anthrazit bildet einen edlen Kontrast mit helleren Tischarrangements und Gerichten. Zudem lässt es mediterrane Gerichte mit zarten Farben reichhaltiger schmecken.

[www.tork.de](http://www.tork.de)



## YOUBED – DAS PERSONALISIERBARE HOTELBETT

**Guter Schlaf ist ein wichtiges Kriterium für die Gästezufriedenheit und ein erfolgversprechender Bewertungsfaktor für das Hotel. Für maximalen Schlafkomfort führt Hantermann nun YouBed in den deutschen Hotelmarkt ein.**

Guter Schlaf ist DER Schlüssel zum Erfolg für Hotels. Der Hotelausstatter Hantermann und YouBed treten jetzt den Beweis an: YouBed ist das erste personalisierbare Hotelbett für den deutschsprachigen Hotelmarkt. YouBed ist außerdem das einzige Bett der Welt, das einen variablen Härtegrad bietet, ohne die hervorragenden Komforteigenschaften des Taschenfederkerns zu beeinträchtigen. Der Härtegrad lässt sich leicht mit einer Handsteuerung einstellen. Der Benutzer kann zudem verschiedene Komfortzonen des Bettes, wie Schultern und Hüften, fein einstellen, um einen perfekten Schlafkomfort zu erreichen.

Viele Hotels und unabhängige Studien belegen signifikant positive Auswirkungen auf Kundenzufriedenheit, Auslastung, Zimmerraten und andere wettbewerbsfähige Unternehmenswerte.

Mit YouBed besinnt sich das Hotel auf seine Kernkompetenz – den guten Schlaf – und kann daraus auch noch Kapital schlagen: „Sleep Individually Different“ etwa ist eine spezielle Zimmerkategorie im Mövenpick mit YouBed, für die der Gast gerne mehr bezahlt als für ein normales Hotelzimmer. Durch höhere Raten sind auch die Leasingkosten kein Thema. In Schweden – dem Heimatland von YouBed – wurden inzwischen 70 Hotels ausgestattet, in ganz Europa sind es um die 150 Hotels. Auch im Mittleren und Fernen Osten ist YouBed auf dem Vormarsch.

Dr. Christoph Hantermann: „Für Hotels wird es im zunehmenden Wettbewerb immer wichtiger, sich durch Alleinstellungsmerkmale glaubhaft zu profilieren. Daher sind wir ständig auf der Suche nach Innovationen für unsere Kunden. Mit YouBed bieten wir dem Hotelier überzeugende Ar-

gumente für verstärkte Gästebindung, bessere Auslastung und höhere Zimmerraten. Gäste zahlen freiwillig bis zu 18 Euro mehr für eine Übernachtung im YouBed. Da YouBed Zimmer öfter ausgebucht sind, amor-

tisiert sich die Investition binnen kurzer Zeit. Selbst ohne höhere Zimmerrate punktet das Hotel mit neuen und zufriedeneren Gästen, Kundenbindung und besserer PR.“

[www.hantermann.com/exclusive/](http://www.hantermann.com/exclusive/)

— Anzeige —

**Hotelwäsche  
Erwin Müller**  
AMBIENTE SPÜREN

TEXTILIEN FÜR GASTRONOMIE, HOTELLERIE & CATERING



*Wir machen aus einem Aufenthalt eine Erinnerung.*

[WWW.HOTELWAESCHE.DE](http://WWW.HOTELWAESCHE.DE)



Foto: Estrel

## INTERVIEW

# MIETSYSTEM: WÄSCHEVERSORGUNG XXL IM ESTREL BERLIN

**Das Estrel in Berlin ist Deutschlands größtes Hotel. Ein reibungslos funktionierendes Konzept für die Wäscheversorgung des Riesen bleibt unerlässlich. Seit Juni 2017 arbeitet das Hotel mit Deutschlands größter und modernster Wäscherei, Greif Textile Mietsysteme in Berlin, zusammen.**

Täglich pendeln bis zu 60 Wäschecontainer zwischen den Stadtteilen Neukölln und Lichtenberg. „Für dieses Volumen haben wir uns einen zuverlässigen, schnellen und starken Partner gesucht – und mit Greif gefunden“, betont Thomas Brückner, General Manager und Geschäftsführer des Estrel. Deutschlands größtes Hotel hat einen riesigen Wäschebedarf. In allen Bereichen des Hotels – der Gastronomie und dem Congress- und Entertainment Center – werden täglich tonnenweise Bett- und Tischwäsche, Handtücher und Bademäntel abgefordert. Die Bearbeitung im eigenen Haus kommt für Thomas Brückner aus vielerlei Gründen nicht infrage.

### Warum hat sich das Estrel für eine „Außer-Haus-Lösung“ entschieden?

**Thomas Brückner:** „Der textile Mietservice entlastet uns von hohen Investitionen in Hoteltextilien und den umfassenden Wäschereimaschinenpark. Wir brauchen kein zusätzliches Personal für die Bearbeitung der Wäsche und keine Lagerflächen für die Aufbewahrung und Bevorratung der Bett-, Frottier- und Tischwäsche. Die „Außer-Haus-Lösung“ entbindet uns also von Tätigkeiten, sodass wir uns voll auf unsere Gäste konzentrieren können.“

### Welche Anforderungen stellen Sie an Ihren Textilservice-Partner?

„Aufgrund der Größe unseres Hotels muss der textile Dienstleister verschiedene Voraussetzungen erfüllen. Wir erwarten eine einwandfreie Qualität. Die Hoteltextilien müssen sauber und mängelfrei, korrekt geglättet und gefaltet sein. Wir erwarten einen pünktlichen und diskreten Wäschetausch außerhalb unserer Stoßzeiten: Die Lieferung der sauberen und die Abholung der gebrauchten Wäsche muss am späten Abend erfolgen. Dann wird der Hotelbetrieb nicht gestört und wir können außerdem unseren Gästen die prompte Bearbeitung ihrer eigenen Wäschearikel garantieren. Wir erwarten eine hohe Flexibilität. Wir wollen auch ohne Ankündigung Wäsche nachbestellen können. Kleinere Volumen müssen innerhalb eines halben Tages ebenso lieferbar sein wie 20 000 Mundservietten oder 3 000 Bademäntel. Wir erwarten Zuverlässigkeit, denn unser Hotel ist 365 Tage im Jahr belegt und muss täglich mit der richtigen Menge gepflegter Textilien versorgt sein.“

### Warum haben Sie sich für Greif Textile Mietsysteme entschieden?

„Wir schätzen Greif Textile Mietsysteme als starken, kompetenten, zuverlässigen und

verantwortungsbewussten Partner in unserer direkten Nachbarschaft. Das Unternehmen erfüllt dank seiner neuen, hochmodernen Wäscherei unsere sämtlichen Erwartungen und verfolgt eine vorbildliche Nachhaltigkeitsstrategie. Wir können uns daher sowohl auf eine lückenlose Textilversorgung als auch auf die Einhaltung höchster Umweltstandards verlassen.“

→ Aktuell beliefert Greif Textile Mietsysteme das Estrel Hotel mit Wäsche für 1125 Zimmer und Suiten, einen Wellness- und Fitness-Bereich, vier Restaurants und Sommergarten, drei Bars und 75 Tagungsräume. (Dazu kommt die Reinigung der hoteleigenen Berufskleidung und der Gästewäsche.) Mit dem geplanten Bau des Estrel Towers sollen zukünftig noch einmal 814 Zimmer hinzukommen.

> Ronja Plantenga

[www.mietwaesche.de](http://www.mietwaesche.de)

### Mieten statt Kaufen: Vorteile Textilservice

- ✓ geschlossener Servicekreislauf
- ✓ keine hohen Investitionen
- ✓ kein Waschen und Mängeln im Haus
- ✓ keine großen Lagerflächen nötig
- ✓ keine Reparaturkosten
- ✓ Austausch der Textilien bei Verschleiß

# NACHHALTIGE BETTWÄSCHE FÜR GUTEN SCHLAF

Mit Pure Eco bringt Blycolin das Prinzip der Nachhaltigkeit auf die Hotelbetten.



Foto: Blycolin

Guter Schlaf ist eines der wichtigsten Kriterien für einen gelungenen Hotelaufenthalt. Zudem spielen Nachhaltigkeit und ressourcenschonende Konzepte für den Gast eine zunehmende Rolle. Eine qualitativ hochwertige, nachhaltig produzierte Bettwäsche für den Gast vereint beides: Sie zeugt von der konsequenten Umsetzung des Nachhaltigkeitsgedankens des Hoteliers und fördert einen gesunden Schlaf. So bei den Wäscheprodukten der Kollek-

tion Pure Eco: Die Bettwäsche aus 100 Prozent biologischer Fairtrade-Baumwolle der Linie von Blycolin wird innerhalb der gesamten Produktionskette unter hoch standardisierten Arbeitsbedingungen vollständig ökologisch hergestellt. Dabei wurde die Pure Eco Linie gleich mit zwei Labels ausgezeichnet, die garantieren, dass die verwendete Baumwolle zu 100 Prozent organisch ist und aus fairem Handel, Fairtrade, stammt. Die Zertifizierung bedeutet einerseits Sicherheit für den Hotelier und ist zugleich für die Gäste ein dezentler Hinweis auf ein aktives Engagement für Mensch und Umwelt.

Mit den Wäscheprodukten können die Gäste sicher sein, dass sich keinerlei giftige und chemische Mittel in den Laken, Decken- und Kopfkissenbezügen befinden.

[www.blycolin.com](http://www.blycolin.com)



## Fachschulen / Ausbildung



Deutsche Hotelakademie

**DHA**

**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](http://www.dha-akademie.de)

## Immobilien: Verpachtung/Verkauf

**Festspielstadt Wunsiedel**

**Verpachtung „Luisenburg-Gastronomie Waldlust“**  
(Erlebniswelt „Luisenburg“)

Gastronomiebetrieb mit 7 Hotelzimmern, 4 Gastroräumen, 200-235 Sitzplätze, Biergarten.

**Information/Exposé:**  
Stadt Wunsiedel, Marktplatz 6, 95632 Wunsiedel, T.: 09232-602-0  
[www.wunsiedel.de](http://www.wunsiedel.de), [helmut.kauer@wunsiedel.de](mailto:helmut.kauer@wunsiedel.de)

Energieausweis:  
278 kWh / (m²a)



## DESIGNSTARKE STAHLWANNE IM STOFFKLEID

### Starkes Design für mehr Wohlfühlambiente im Gästebad von Bette.

Gepolsterter Stoff wirkt einladend und bequem. Dieser Materialvorteil lässt sich mit der designstarken Badkollektion BetteLux Oval Couture auch im Gästebad umsetzen: Die Badewanne von Bette besticht durch eine Kombination von glasiertem Titan-Stahl für den Korpus und einer Verkleidung der Wannenschürze aus gewebtem, wasser- und klimaresistentem Stoff. „Mit Bette Lux Oval Couture erhält das Bad eine wohnliche, gemütliche Atmosphäre, denn wie im Wohnzimmer wirkt gewebter, gepolsterter Stoff auch hier einladend und verführerisch bequem. Für den gewünschten Nutzen und den



hygienischen Umgang mit dem Wasser sorgt der glasierte Titan-Stahl“, erklärt Sven Rensinghoff, Marketingleiter von Bette. Für das innovative Design wurde die mit gepolster-

tem Stoff bekleidete Badewanne vom Badspezialisten Bette nun mit dem Prädikat Best of the Best beim Red Dot Award 2018 gewürdig.

[www.bette.de](http://www.bette.de)

Die nächste Ausgabe von GASTGEWERBE ... MAGAZIN erscheint am 13. Juni 2018

#### Vorschau

#### IM NÄCHSTEN HEFT ERWARTET SIE UNTER ANDEREM:



Foto: MEKO

##### Spülen und Hygiene

*Tipps und effiziente Lösungen für sauberes Geschirr – ressourcenschonende Lösungen für ein nachhaltiges Küchenmanagement.*



Foto: © pmustafa - iStockphoto.com

##### Sonderheft Frühstück und Brunch

*Über Konzepte und Lösungen für ein erfolgreiches Frühstücksangebot.*



Foto: Christian Goedeker jr. GmbH

##### Feinkost und Convenience

*Hochwertige Angebote mit geringem Aufwand: schnelle Tipps zur Kombination von fertigen und frischen Zutaten.*

#### 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](mailto:verlag@gastgewerbe-magazin.de) Internet: [www.gastgewerbe-magazin.de](http://www.gastgewerbe-magazin.de) Verlagsleitung: Thomas Lierz, Kay Gauer

#### Print & Online Redaktion

Newys GmbH - Der Profitester Christian Fiedler Kommunikation, Trend- & Marktforschung Am Hofe 10, 42349 Wuppertal Chefredaktion: Andreas Türk (ViSdP) Tel. (0921) 99009821; Mobil: (0172) 9227000 E-Mail: [tuerk@gastgewerbe-magazin.de](mailto: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](mailto:plantenga@gastgewerbe-magazin.de)

Miriam Grothe, Tel. 0202/ 247 988-15 E-Mail: [m.grothe@inproma.de](mailto:m.grothe@inproma.de)

Fotografin, Tel. 0202/ 247 988-12 E-Mail: [petra@schwarzexklusiv.de](mailto:petra@schwarzexklusiv.de)

#### Redaktion Nordrhein-Westfalen:

DEHOGA Nordrhein-Westfalen, Klaus Hüenthal DEHOGA-Center, Hammer Landstraße 45, 41460 Neuss, Tel. 02131/ 7518-10, Fax: 02131/ 7518-101

#### Redaktion Bayern:

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

Jetzt unter [www.gastgewerbe-scout.de](http://www.gastgewerbe-scout.de)



# FÜR ALLE, DIE DAS ORIGINAL LIEBEN.

COKE AUS DER KLASSISCHEN  
GLASFLASCHE.

