



Prof. Dr. Juliane Fuchs

**Duales Studium
Systemgastronomie-
Management**

SEITE 2

Bargeldlos bezahlen

Wird kontaktlos die neue Normalität am Automaten in der GV?

Seite 6

Raum für Kommunikation

Coroplast inszeniert sein Betriebsrestaurant neu im Lounge-Stil.

Seite 10

Süßes Catering

Ein rollendes Eis-Café setzt auf exotische Kreationen zum Schleckern.

Seite 18

Kaffee-Spezial

Kaffeebar-Konzepte, Trend-Getränke und nachhaltige Ideen

Seite 25



KURZMELDUNGEN

COCA-COLA ÜBERNIMMT COSTA

Coca-Cola greift mit der Übernahme der britischen Café-Kette Costa im Markt für Heißgetränke an. Der US-Getränkemulti legt dafür mehr als 5 Mrd. Dollar auf den Tisch und dringt in einen bisher von Starbucks dominierten Markt vor. (dpa)

.....

PAPSTAR AUF NEUEN WEGEN

Der Anbieter von Einweggeschirr und Verpackungen will mit den Managed Services von ChannelAdvisor die Expansion auf Marktplätzen sowie sein Digital-Marketing vorantreiben und gehört damit zu einem Pool von mehr als 2.800 führenden Händlern und Marken, die auf diese Lösung setzen.

.....

KAFFEE- PARTNERSCHAFT

Der Kaffee Campus der Deutschen Röstergilde geht auf der COTECA vom 10. bis 12. Oktober 2018 zum zweiten Mal an den Start. Insgesamt präsentieren rund 200 Aussteller aus 40 Nationen in Hamburg ihre Produkte, Dienstleistungen und Neuheiten dem internationalen Fachpublikum in Halle A4.

.....

ZAHL DES MONATS

1,7%

mehr Lehrlinge verbuchte das Bäckerhandwerk 2017 im Vergleich zum Vorjahr. Seit 2006 konnte die Branche somit erstmals wieder steigende Zahlen beim Nachwuchs vermelden. (dpa)



Foto: jotily/stock.adobe.com

Eine Milliarde für Mensen

Das Deutsche Studentenwerk (DSW), der Verband der 58 Studenten- und Studierendenwerke in Deutschland, erneuert seine Forderung nach 1 Mrd. Euro an staatlichen Zuschüssen im Rahmen eines gemeinsamen Bund-Länder-Hochschulsozialpakts für den Ausbau und die Sanierung der Mensa-Kapazitäten der Studenten- und Studierendenwerke.

Zur Eröffnung der diesjährigen DSW-Mensaagung, dem Jahrestreffen der Mensa-Expertinnen und -Experten beim Studierendenwerk Bonn, erklärte DSW-Generalsekretär Achim Meyer auf der Heyde: „Dem Ausbau der Studienplatzkapazitäten der vergangenen Jahre muss angesichts der kontinuierlich hohen Studierendenzahlen nun zwingend auch ein Ausbau der Mensakapazitäten folgen.“

Forderung: Gemeinsamer Bund-Länder-Hochschulsozialpakt

Sowohl die zeitlichen und organisatorischen Anforderungen in den Bachelor- und Masterstudiengängen als auch die rechtlichen, technischen und organisatorischen Vorgaben für die Essensproduktion in der Hochschulgastronomie machten Investitionen in die Substanz und den Ausbau der rund 400 Studentenwerks-Mensen zwingend erforderlich, so Meyer auf der Heyde.

Für die kommenden Jahre beziffert das Deutsche Studentenwerk den Finanzbedarf für die wichtigsten Ausbau- und Sanierungsmaßnahmen auf rund 1 Mrd. Euro. 400 Mio. Euro werden für Ausbau- und weitere 450 Mio. Euro für Sanierungsmaßnahmen der Mensen veranschlagt; für den Ausbau der Cafeterien werden 80 Mio. Euro und für deren Sanierung 70 Mio. Euro benötigt.

Die Mittel sollen für die Ertüchtigung von Kältetechnik und Lüftung, den dringend nötigen Austausch von energieintensiven Geräten sowie die Erweiterung der Räume und Bestuhlung eingesetzt werden. Die hochschulgastronomischen Einrichtungen der Studenten- und Studierendenwerke sollen so langfristig als Versorgungs-, Kommunikations- und Lernorte für die Studierenden ausgebaut und erhalten werden.

964 hochschulgastronomische Einrichtungen

73 % der Studierenden essen im Laufe einer Studienwoche durchschnittlich dreimal in der Mensa ihres Studenten- oder Studierendenwerks. 37 % der Studierenden sind Mensastammgäste. Dies ergibt die aktuelle, 21. Sozialerhebung des Deutschen Studentenwerks (DSW) zur wirtschaftlichen und sozialen Lage

der Studierenden, die der Verband der Studenten- und Studierendenwerke zum Beginn seiner diesjährigen Mensatagung, vorstellte. Mehr als 70.000 Studierende haben sich daran beteiligt. Gemäß dieser nutzen Männer die Mensa häufiger als Frauen, jüngere Studierende häufiger als ältere. Für gut die Hälfte der Studierenden ist das Mittagessen die Tageshauptmahlzeit. Die intensivste Mensanutzung haben internationale Studierende (79 %). Die Zufriedenheit der Studierenden mit der Mensa ist hoch. 63 % äußern dies gegenüber dem Preis-Leistungs-Verhältnis.

„Studium und Mensa, das gehört zusammen“, kommentiert Meyer auf der Heyde die Daten. „Aber viele Mensen der Studenten- und Studierendenwerke müssen dringend ausgebaut und saniert werden. Wir benötigen dringend zusätzliche staatliche Unterstützung für den Erhalt und den Ausbau der Mensakapazitäten.“

Laut DSW betreiben die Studenten- und Studierendenwerke an Deutschlands Hochschulen 964 hochschulgastronomische Einrichtungen, darunter rund 400 Mensen sowie Cafeterien, Restaurants, Bistros und Kaffeebars mit insgesamt 236.420 Sitzplätzen. Die Studenten- und Studierendenwerke gehören zu den größten Gemeinschafts- bzw. Außerhaus-Verpflegern Deutschlands.

Neue Studie: Kulturrevolution auf dem Teller

Die Weltbevölkerung wächst und damit auch die Notwendigkeit, die wachsende Anzahl an Menschen zu ernähren. Fleisch spielt in den Industrieländern aktuell eine herausragende Rolle bei der Proteinzufuhr. Bereits heute beansprucht die Fleischproduktion mehr als drei Viertel der weltweiten Agrarflächen. Mehr Menschen bedeuten zukünftig noch mehr Nahrung – für Mensch und Tier. Grund genug, um sich die Alternativen genauer anzuschauen. Steaks aus der Retorte, Powergemüse oder Insekten: Am Horizont ziehen einige Entwicklungen herauf, die einen Beitrag zur Lösung des Proteindilemmas anbieten und darauf hinweisen, dass alternative Protein-

quellen deutlich an Bedeutung gewinnen werden.

Jedoch stellt sich die Frage, ob und wie sich diese Proteine aus bisher nicht oder nur wenig genutzten Ressourcen überhaupt vermarkten lassen. Das Forschungsinstitut concept in research + consulting hat in Zusammenarbeit mit Food Professionals eine quantitative (1.027 Befragte) und qualitative Studie zum Kulturwandel in der Ernährung vorgelegt. Sie zeigt, dass bei allen alternativen Proteinquellen die Verbraucher mehr oder minder starke Vorbehalte äußern, z. B. wird das im Labor gezüchtete Fleisch als zu experimentell angesehen. Die Ungewohntheit führt zu Ängsten, dass mit dem Produkt



Foto: Phodo Design/stockphoto.com

körperliche Folgen einhergehen. Auch hochgezüchtete Pflanzen lösen die Befürchtung aus, dass sie womöglich gesundheitlich bedenklich sind. Außerdem wecken solche „power plants“ zumindest in psychologischer Hinsicht die Besorgnis, nicht die gleiche Qualität wie Fleisch als Proteinlieferant aufzuweisen.

Besonders interessant aus psychologischer Sicht ist der Verzehr von Insekten. In weiten Teilen der Menschheitsgeschichte dienten Insekten als Projektionsfläche für Untugenden (Plagen, Zerstörung), zudem sind sie als Parasitenüberträger und Krankheitsüberträger verurteilt. Auf der anderen Seite haben Menschen in Bezug auf Insekten

keinerlei Hemmung zu töten – anders als bei Wirbeltieren. Gelänge es, Insekten anders zu vermarkten, könnten sie durchaus einen Teil des Proteinmarktes für sich besetzen. „Die Historie hat gezeigt, dass auch im ersten Moment ungewöhnliche, für manche sogar eklige Speisen mit der Zeit akzeptiert werden – man denke nur an Sushi“, so Volker Köhnen, Geschäftsführer von Food Professionals. Das Marketing aller alternativen Proteinquellen müsste an erster Stelle Orientierung schaffen, indem die Sicherheit der Produkte unter Beweis gestellt wird. Wichtig ist z.B. ein sauberes, transparentes Labeling. www.ernaehrungsrevolution-proteinquellen.de



EDITORIAL



Maxi Scherer, Chefredakteurin

Nachwuchs binden

Das Nachwuchs- und Ausbildungsthema ist omnipräsent. Dabei hat jeder Sektor der Verpflegungsbranche seinen eigenen Schwerpunkt. Die Vending-Automatenwirtschaft ringt darum, potenziellen Azubis ihren noch jungen und kürzlich erst den Bedürfnissen angepassten Ausbildungsberuf bekannt und schmackhaft zu machen; in der Systemgastronomie muss es gelingen, Mitarbeitern die Möglichkeiten der Weiterbildung zu offerieren und sie damit an diesen Branchensektor zu binden (siehe Seiten 2 und 3).

Mit attraktiven Arbeitszeiten hat die Gemeinschaftsgastronomie bei Bewerbern ein Pfund in der Hand, mit dem sie punkten kann. Doch in der GV sind heute Profis gefragt, die nicht nur kochen können, sondern gleichzeitig prozessorientiert denken. So mancher gelernter Koch kann diesen Spagat nicht meistern, weil ihm eine systemische Ausbildung fehlt. Sei es durch Weiterbildungen oder durch gute Teamführung, Interesse und Spaß an der Arbeit fördert die Bindung an die gesamte Branche. Und die nützt allen Sparten der Gastronomie.

Herzlichst, Ihre



IN DIESER AUSGABE

 Seite 5
 Alles, was Recht ist

 Seite 7
 Fachsymposium Foodkonzepte

 Seite 16
 Seminare und Veranstaltungen

 Seite 17
 Food Professional

 Seite 25
 Kaffee-Spezial

 Seite 31
 Branchenführer/Impressum

Drei Sterne für Sander-Schulverpflegung



Foto: Sander-Gruppe

Im Rahmen der Tage der Schulverpflegung 2018 in Polch (Rheinland-Pfalz) wurden drei von Sander belieferte bzw. bewirtschaftete Schulen mit dem dritten Stern geehrt – die Pfarrer-Toni-Sode-Grundschule Nentershausen, die Freiherr-vom-Stein-Realschule plus Nentershausen und die Grundschule Heilig-Kreuz in Weiler bei Bingen. Überreicht wurden die Auszeichnungen von Julia Klöckner, der Bundesministerin für Ernährung und Landwirtschaft.

„Wir sind sehr stolz auf diese Auszeichnungen, denn sie unterstreichen, dass wir auch bei den jüngsten Gästen auf höchste Qualität und Frische bedacht sind. Insgesamt haben wir bereits fünf Schulen im Prozess bis zum dritten Stern begleitet und unterstützt“, freut sich Martin Vogel, Bereichsleiter Operative für die Kita- und Schulgastronomie bei Sander.

VfL und Aramark verlängern bis 2028



Foto: Aramark

Die langjährige Partnerschaft zwischen dem VfL Bochum 1848 und seinem Stadion-Caterer Aramark wird vorzeitig bis 2028 verlängert. Der Catering-Dienstleister bleibt bis dahin exklusiver Partner bei den regulären Heimspielen des VfL und allen weiteren Sonderveranstaltungen, wie etwa Events oder Konferenzen im VIP-Bereich. Schon seit 2003 steht Aramark als gastronomischer Partner den Blau-Weißen mit seinem innovativen Veranstaltungsservice und umfangreichem Know-how zur Seite.

Mit bis zu 350 Mitarbeitern pro Spieltag versorgt der Catering-Dienstleister Fans und Gäste im gesamten Vonovia Ruhrstadion, inklusive der Kioske und VIP-Bereiche.

Eurest gewinnt dreimal Platz eins

Die Compass Group und ihre Kaffeebar-Marke Caffè Dallucci sind im Rahmen des Deutschen Kunden-Award 2018 in einer objektiven Verbraucherstudie von der Deutschen Gesellschaft für Verbraucherstudien mbH (DtGV) prämiert worden. In der Branche der Kantinenbetreiber erreichte sie in der Kategorie Preis/Leistung den ersten Platz. Caffè Dallucci wurde in der Branche der Coffee-Shops in den Kategorien Kundenzufriedenheit und Kundenbehandlung mit dem ersten Platz prämiert. „Als Marktführer in der Betriebsgastronomie ist es unser Anspruch, neben bestem Service auch innovative und trendige Konzepte anzubieten – und das zu bezahlbaren Preisen“, sagt Carsten Bick, Vorsitzender der Geschäftsführung der Compass Group Deutschland. Er lobt vor allem die Mitarbeiter in den Betrieben und Cafés vor Ort, die „unsere Gäste täglich topmotiviert und mit größter Leidenschaft“ bedienen.

HUG
www.hug-foodservice.ch

We ♥ your creativity!

Karl Zierers GmbH Tel. 06181 18046-0
www.karl-zierers.de

BUNDESVERBAND DER SYSTEMGASTRONOMIE

„Starker Wirtschaftsfaktor!“

Die Sorgen um Nachwuchskräfte sowie die Imagepflege der Branche bestimmten die Reden beim Mittagsempfang des Bundesverbands der Systemgastronomie e.V. (BdS) in München. Die Branche verzeichnet starkes Umsatzwachstum und einen Zuwachs an Mitgliedern im Verband.



Angeregte Gespräche beim Mittagsempfang des Bundesverbands der Systemgastronomie e.V. (BdS)

Bis auf den letzten der 150 Plätze gefüllt war der Theresiensaal im Pschorr am Münchener Viktualienmarkt. Der Bundesverband der Systemgastronomie e.V. (BdS) hatte zum jährlichen Mittagsempfang geladen. Unter den Gästen waren auch politische Vertreter wie Dr. Wolfgang Heubisch, FDP-Stadtrat und Staatsminister a.D. und Verbandsvertreter von der Bundesvereinigung der Deutschen Arbeitgeberverbände (BDA), des Bundes für Lebensmittelrecht und Lebensmittelkunde e.V. (BLL) und des Zentralverbands der deutschen Werbewirtschaft ZAW e.V.

Traditionell dient der Mittagsempfang dem Austausch und Netzwerken füh-

render Kenner und Köpfe der Systemgastronomie. Die große Resonanz seitens der Mitglieder und Gäste zeigt deutlich die Relevanz sowie das Wachstum des BdS. Auf dieses Wachstum ging auch BdS-Hauptgeschäftsführerin Andrea Belegante in ihrer Begrüßungsrede ein: „Wir haben mehr als doppelt so viele Mitgliedsmarken, zweistelliges Umsatzwachstum und 10 % mehr Mitgliedsunternehmen im Vergleich zu 2013.“ Doch eine Zahl stach besonders hervor: Die BdS-Mitgliedsunternehmen beschäftigen über 115.000 Mitarbeiter.

Der Bundesverband der Systemgastronomie e.V. (BdS) ist als Arbeitgeber-



Mirko Silz (Geschäftsführer von L'Osteria und BdS-Präsidiumsmitglied), Dr. Wolfgang Heubisch (Münchener Stadtrat und Staatsminister a.D.), Sandra Mühlhause (BdS-Präsidentin) Fotos: BdS

und Wirtschaftsverband die umfassende Branchenvertretung der Systemgastronomie Deutschlands. Er vereint die relevanten Player der Systemgastronomie, zu denen unter anderem die Marken Autogrill, Burger King, KFC, McDonald's, Nordsee, Pizza Hut, Starbucks, Vapiano, L'Osteria aber auch neuere Konzepte wie beispielsweise GinYuu, Five Guys oder Meatery zählen. Die BdS-Mitgliedsmarken erwirtschafteten 2017 mit über 105.000 Beschäftigten rund 5,7 Mrd. Euro in mehr als 2.800 Standorten. Der BdS ist ein Verband mit zwingender Tarifbindung für seine Mitgliedsrestaurants.

Duales Studium Systemgastronomie-Management als wichtiger Meilenstein im Ringen um Nachwuchs

Highlight des Mittagsempfangs war die Verleihung des Deutschen Systemgastronomie-Preises. Die diesjährigen Preisträger sind Prof. Dr. Juliane Fuchs sowie Jürgen Rachold von der Berufsakademie Sachsen – Staatliche Studienakademie Plauen für die Entwicklung und Etablierung des speziell auf die Systemgastronomie zugeschnittenen dualen Studiengangs „Systemgastronomie-Management“. BdS-Vizepräsident Alexander van Bömmel gratulierte und begründete die Wahl: „Die Systemgastronomie in Deutschland hat im letzten Jahr knapp 14 Mrd. Euro Umsatz erwirtschaftet. Das wirtschaftliche Gewicht unserer Branche ist nicht von der Hand zu weisen. Es ist an der Zeit, dass sich auch die Ausbildung unserer neuen Führungskräfte und Manager der Zukunft gezielt diesem Wirtschaftssektor annimmt.“ Auch verwies er auf den Wert der dualen Ausbildung: „Nur Hirnschmalz und Wissen reichen nicht. Wir brauchen Mit-Denker und Mit-Arbeiter in unserer Branche.“ Hierfür sei ein duales Studium der richtige Weg, weil es fachliches Wissen von Anfang an mit



Dr. Juliane Fuchs ist Professorin für den neuen dualen Studiengang Systemgastronomie-Management in Plauen.



Die Geschäftsführerin des BdS, Andrea Belegante, freute sich über die vielen Teilnehmer.

der Praxiserfahrung verbinde. Er forderte die Verbandsmitglieder auf, junge Kräfte auch auf die Möglichkeiten der Weiterbildung hinzuweisen und ihnen damit den Einstieg in die Branche schmackhaft zu machen.

Pierre Nierhaus, Experte für Gastronomiekonzepte und -trends, rundete den Mittagsempfang mit einem inspirierenden Vortrag zu Trends und der Zukunft der Systemgastronomie ab. Seine Botschaft: „Klares Profil – und den Gast zum Star werden lassen!“ (max)

Vorbild Dänemark: Einwegpfand auf Säfte und Nektare

Das deutsche Pfandsystem für Einweg-Getränkeverpackungen ist einzigartig und dient seit 2003 als Vorbild für ähnliche Systeme weltweit. Durch das Pfand werden nahezu alle Getränkeverpackungen sortenrein im Handel zurückgegeben, landen nicht in der Umwelt und werden recycelt. Doch das System hat einen gravierenden Schwachpunkt: Für Einweg-Getränkeverpackungen, die Säfte und Nektare beinhalten, gilt die Pfand-Regelung nicht. Deshalb landen viele der circa 1 Mrd. unbepandeter Plastikflaschen aus dem Saft- und Nektarbereich in der Umwelt oder im Restmüll. Mit dem aktuellen Beschluss der dänischen Regierung, das Einwegpfand ab 2020 auf Säfte und Nektare auszuweiten, zieht das Nachbarland am einstigen Vorbild Deutschland vorbei.

Die Deutsche Umwelthilfe (DUH) fordert dazu auf, schnellstmöglich nachzuziehen.

In der Vergangenheit wurden technische Probleme bei der Sortierung und dem Recycling als Grund zum Ausschluss von Säften und Nektaren aus der Pfandpflicht angeführt. PET-Saftflaschen enthalten eine zusätzliche Polyamid-Sperrschicht, die dem Schutz des Produktes dient. Da solche Multilayer-Flaschen früher nicht ohne weiteres von anderen PET-Flaschen getrennt werden konnten und das Recycling beeinträchtigten,

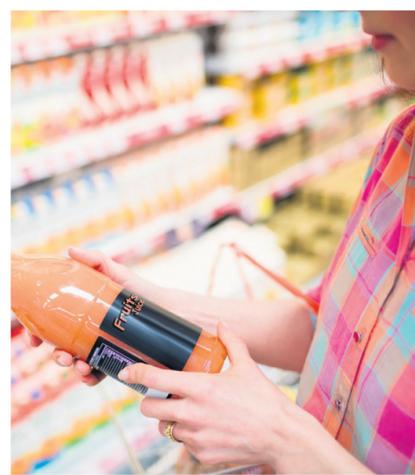


Foto: WavebreakMediaMicro/stock.adobe.com

entschied sich die Bundesregierung damals gegen eine Bepfandung.

Neben Saftflaschen sollten nach Meinung der DUH auch Getränkekartons endlich mit einem Pfand von 25 Cent belegt werden, nachdem ihre Sonderstellung als „ökologisch vorteilhafte Verpackung“ im Zuge des 2019 in Kraft tretenden Verpackungsgesetzes aufgehoben wird. Durch die Erhebung eines Pfands könnten jährlich allein in Deutschland 2,7 Mrd. Getränkekartons für ein hochwertiges Recycling gesammelt werden. Derzeit ist die Sammelquote niedrig: Nur rund 60 % der Getränkekartons werden tatsächlich für ein Recycling im gelben Sack erfasst. Mit Pfand läge die Sammelquote deutlich über 90 %.

PERSONALIA



Seit September 2018 ist **Peter Schmidt** bei der Compass Group Deutschland und der Eurest Deutschland als Arbeitsdirektor und Geschäftsführer für den Bereich Personal tätig. Damit berichtet der gelernte Jurist direkt an Carsten Bick, den Vorsitzenden der Geschäftsführung.



Zum August 2018 hat **Frank Westermann** (47) seine Tätigkeit als zukünftiger Geschäftsführer der Igefa Handelsgesellschaft mbH & Co. KG aufgenommen. Zuletzt war der Münsteraner als Vorsitzender der Regionalleitung Regio Bus Bayern tätig.

FiltaFry Europe eröffnet eine neue Hauptverwaltung in Ulf (NL). Nachdem **Frank Hartong** (links) als Business Development Manager bereits seit einigen Monaten für Partner und Vertrieb zuständig ist, hat ab sofort **Nico Slutter** (59) die Funktion des Finance-Office-Managers inne, der bisher als Steuerberater gearbeitet hat.



Hubertus M. Mühlhäuser, Direktor, Präsident und CEO bei der Welbilt Inc., hat das Unternehmen zum 31. August 2018 verlassen. **Josef Matosevic**, bereits seit 2015 im Unternehmen tätig, wurde als Interims-Präsident und -CEO ernannt. Zuletzt hatte er die Rolle des Executive Vice President und COO von Welbilt inne.



Heiko Antoniewicz ist Nationalheld 2018

Heiko Antoniewicz hat bei der Chef-Sache in Düsseldorf zum dritten Mal in der Kategorie Impulsgeber den ersten Preis bekommen. Ebenso erzielte er den ersten Platz in der Kategorie „Nationalheld 2018“.

Der Starkoch zeigte sich fassungslos: „Diese große Ehre macht mich unglaublich stolz und dankbar, ich bin völlig überwältigt. Mein Team und ich freuen uns unglaublich über diese Auszeichnungen und nehmen sie als Ansporn auch weiterhin immer unser Bestes zu geben. Es ist eine große Ehre für mich, in den Reihen der „Best-of-the-Best Chefs“ zu stehen.“

ALLES, WAS RECHT IST

UNVERHOFFT KOMMT OFT: VERSICHERUNG PRÜFEN!

Luftfahrtunternehmen bedienen sich gerne eines Caterers zur Verpflegung der Fluggäste, so auch in dem Fall, der der Entscheidung des Amtsgerichtes Köln vom 12. Mai 2014 zugrundelag (Aktenzeichen 142 C 600/13). Dort hatte ein Mitarbeiter des Catering-Unternehmens einen Akku in einem Hot-Meal-Ofen vergessen. Dieser geriet während des Fluges in Brand, das Flugzeug musste zur Brandlöschung zwischenlanden. Die Maschine kam deswegen erst mit mehrstündiger Verspätung am Zielflughafen an. Die Fluggesellschaft setzte kein Ersatzflugzeug für die auf den Anschlussflug gebuchten Passagiere ein, sondern ließ sie warten.

Deswegen wurde sie von einigen Passagieren dieses Fluges auf Zahlung einer Ausgleichschädigung nach der Fluggastverordnung verklagt und vom Gericht auch in Höhe von 400 Euro je Passagier verurteilt.

Nicht bekanntgeworden ist, ob die Fluggesellschaft im Anschluss den Caterer in Regress genommen hat. Es liegt auf der Hand, dass der Caterer für seinen grob fahrlässigen handelnden Mitarbeiter einstehen muss und zunächst für die unmittelbar am Flugzeug eintretenden Schäden haftet. Es spricht viel dafür, dass er der Fluggesellschaft aber auch den Folgeschaden erstatten muss. Denn auch er beruht adäquat kausal auf dem Verhalten des Mitarbeiters: Hätte er den Akku nicht vergessen, wäre es nicht zur Zwischenlandung und damit nicht zur Verspätung und der darauf beruhenden Pflicht der Fluggesellschaft gekommen, eine Ausgleichszahlung zu leisten.

Diskutieren lässt sich allenfalls die Frage, ob die Fluggesellschaft nicht ein Mitverschulden trifft, weil sie kein Ersatzflugzeug gestellt hat. Dann wäre ja

die Ausgleichszahlung auch vermieden worden. Eine dahingehende Pflicht kann allenfalls dann angenommen werden, wenn der Einsatz einer Ersatzmaschine keinen unverhältnismäßigen Aufwand verursacht hätte. Außerdem müsste man sich dann zu Lasten des Caterers über einen angemessenen wirtschaftlichen Ausgleich für die Kosten der Ersatzmaschine unterhalten.

Der Fall zeigt, dass es im Tagesgeschäft zu erheblichen Haftungssituationen kommen kann, an die man im Vorfeld gar nicht denkt. Im Fall des AG Köln hatten nur zwei Passagiere geklagt – der Schaden hätte leicht wesentlich höher ausfallen können, wenn mehr Passagiere ihren Anspruch geltend gemacht hätten.

Deswegen ist auch eine regelmäßige Prüfung der eigenen Versicherungssituation elementar.



Rechtsanwalt Walther Grundstein ist Partner in der Kanzlei Grundstein & Thiele, Rechtsanwälte und Notare in Frankfurt am Main. Die Kanzlei ist spezialisiert auf Gastronomierecht und Arbeitsrecht und betreut Arbeitgeber wie Arbeitnehmer gleichermaßen. Foto: Nikot

Metro trennt sich von Real



Foto: real

Metro hat angekündigt, sich von der Supermarktkette Real zu trennen, um sich ganz auf das Großhandelsgeschäft zu konzentrieren. Völlig überraschend kommen die Verkaufsabsichten nicht. In den vergangenen Jahren war immer wieder über einen Verkauf der chronisch renditeschwachen Tochter spekuliert worden. Metro sei bereits verschiedentlich wegen eines Real-Verkaufs kontaktiert worden, habe aber abgelehnt, sagte Koch. Der Konzern sei dazu „noch nicht bereit“ gewesen. Probleme bei Real und die anhaltende Schwäche im Russland-Geschäft hatten zuletzt deutliche Spuren in der Metro-Bilanz hinterlassen. Im dritten Quartal sank der Umsatz des Handelsriesen um 3,7 % auf knapp 9 Mrd. Euro. Der Nettogewinn schmolz um 23,3 % auf 57 Mio. Euro zusammen. Nun sieht Koch jedoch den richtigen Zeitpunkt für einen Verkauf gekommen. Die Supermärkte mit großer Fläche, die vor allem an den Stadträndern liegen, haben in den vergangenen Jahren eine Reihe von Umstrukturierungen durchlaufen. Das Unternehmen hat seine Konzepte mehrfach angepasst und zahlreiche verlustreiche Läden geschlossen.

Sozialabgaben: Wichtiger Erfolg des DEHOGA

Der Bayerische Hotel- und Gaststättenverband DEHOGA Bayern begrüßt den Beschluss des Koalitionsausschusses, in den ersten 70 Tage kurzfristiger Beschäftigung dauerhaft auf Sozialabgaben zu verzichten. „In den letzten Monaten haben wir uns sehr stark in vielen persönlichen Gesprächen mit Vertretern der Bundes- und Staatsregierung sowie in Stellungnahmen und Schreiben für die Entfristung der zum Jahresende auslaufenden 70-Tage-Regelung kurzfristig Beschäftigter engagiert“, so Angela Inselkammer, Präsidentin DEHOGA Bayern. „Gerade für unsere personalintensive und stark von Saisonarbeit geprägte Branche wäre eine Rückkehr zur 50-Tage-Regelung ein harter Schlag gewesen. Eine dauerhafte Regelung bietet den Wirten und Hoteliers nun endlich Sicherheit“, ergänzt Dr. Thomas Geppert, Landesgeschäftsführer des DEHOGA Bayern.

Im Zuge der Einführung des Mindestlohns 2015 wurde zunächst eine Übergangsregelung geschaffen, nach der kurzfristig Beschäftigte statt zwei Monate oder maximal 50 Arbeitstage drei Monate oder 70 Arbeitstage beschäftigt werden konnten, ohne dass der Arbeitgeber Sozialabgaben leisten musste. Zum Jahresende wäre diese Regelung ausgelaufen, was eine Rückkehr zur 50-Tage-Regelung bedeutet hätte.

Jetzt online: Infos zu den zehn Regeln der DGE

Die im letzten Jahr aktualisierten zehn Regeln der DGE für eine vollwertige Ernährung stehen ab sofort in einer ausführlichen Version ansprechend gestaltet mit Tipps und Informationen online. Diese ausführlichere Version der zehn Regeln enthält Hintergrundinformationen zu den empfohlenen Lebensmittelmengen und wie sie erreicht werden können. Auch präventive Aspekte stellt sie dar und ergänzt sie um Tipps zur Nachhaltigkeit und weiterführende Links.

Unverändert ist die wissenschaftliche Basis für die zehn Regeln. Dazu gehören u.a. die D-A-CH-Referenzwerte, Erkenntnisse aus evidenzbasierten Leitlinien, wissenschaftlichen Stellungnahmen und Positionen. Eine vollwertige Ernährung liefert bei entsprechender Lebensmittelauswahl eine bedarfsgerechte Menge an Kalorien und Nährstoffen, ist gut sättigend und gesundheitsfördernd. Außerdem lässt sie Spielraum für individuelle Vorlieben.

Die DGE empfiehlt eine abwechslungsreiche Lebensmittelauswahl, in der pflanzliche Lebensmittel wie Gemüse, Obst und Vollkornprodukte die Basis bilden. Die Ergänzung mit tierischen Lebensmitteln wie Milch und Milchprodukten, Eiern und Fisch hilft dabei, die ausreichende Versorgung mit Nährstoffen sicherzustellen. Als Teil der vollwertigen



Foto: Daniel Vincek/stock.adobe.com

Ernährung kann zudem eine kleine Menge Fleisch die Versorgung mit lebensnotwendigen Nährstoffen erleichtern. Bei den Fetten spielt die Qualität eine besondere Rolle. Pflanzliche Öle und Fette sollten bevorzugt werden, da sie eine günstige Fettsäurezusammensetzung haben. Zucker sowie Salz lassen sich oft einsparen. Zuckergesüßte Lebensmittel sind nicht empfehlenswert. Das gilt insbesondere für zuckerhaltige Getränke wie Limonaden. Ideale Durstlöcher sind Wasser und ungezuckerte Kräuter- und Früchtetees.

Die DGE empfiehlt in ihren zehn Regeln, Lebensmittel schonend zuzubereiten, um den natürlichen Geschmack und die Nährstoffe zu erhalten. Damit der Genuss nicht zu kurz kommt, sollte man sich Zeit beim Essen nehmen. Und nicht zuletzt gehören eine vollwertige Ernährung und Bewegung zusammen. Die DGE rät, sich täglich 30 bis 60 Minuten zu bewegen.

Vollwertig und ausgewogen ist auch nachhaltig: Eine pflanzenbetonte Ernährungsweise belastet die Umwelt und das Klima weniger als die durchschnittlich übliche Ernährungsweise in Deutschland. Weitere Aspekte zu entsprechenden Lebensmitteln und vollwertiger Ernährung sind in den ausführlichen Informationen zu den zehn Regeln und beim DGE-Ernährungskreis enthalten. Weitere Infos unter www.dge.de/10Regeln



winterhalter®

Die neuen Untertischspülmaschinen der UC-Serie.

MEISTERSTÜCK

Geschaffen für Sie. Für die Zukunft bereit.

Weitere Infos unter:
www.winterhalter.de/uc

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

Zu gut für die Tonne! Bewerbungsfrist gestartet



Foto: Thoma Imo/BMEL

Bundeministerin Julia Klöckner hat die Bewerbungsphase für die vierte Runde des „Zu gut für die Tonne“-Bundespreises gestartet. Vergeben wird er in den Kategorien Landwirtschaft & Produktion, Handel, Gastronomie sowie Gesellschaft & Bildung sowie – ganz neu 2019 – in der Rubrik Digitalisierung. Zusätzlich werden zwei Förderpreise vergeben, die mit je 10.000 Euro bzw. 5.000 Euro dotiert sind, so dass insgesamt sieben Auszeichnungen verliehen werden. Am Wettbewerb kann jeder teilnehmen: Unternehmen, Gastronomen, Landwirte, wissenschaftliche Einrichtungen, Behörden, Kommunen, Vereine, Initiativen ebenso wie Privatpersonen. Ziel ist es, die vermeidbaren Lebensmittelabfälle bis zum Jahr 2030 zu halbieren. Das Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL) würdigt mit dem Preis bereits seit 2016 herausragende Ideen und Projekte zur Reduzierung von Lebensmittelabfällen. Bewerbungen sind bis zum 31. Oktober 2018 unter www.zugutfuertonne.de/bundespreis möglich.

Veltins in Mercedes-Benz-Arena



Foto: Veltins

Die Privatbrauerei C. & A. Veltins hält von nun an die exklusiven Ausschankrechte in der Mercedes-Benz-Arena Berlin. Die Kooperation mit der Anschutz Entertainment Group beinhaltet darüber hinaus zusätzliche Werberechte in der Arena, aber auch eine weitere Präsenz auf dem neu entstehenden Mercedes-Platz zwischen Veranstaltungsort und Spreeufer. Die Mercedes-Benz-Arena ist mit ca. 130 Veranstaltungen und gut 1,4 Mio. Besuchern pro Jahr die zweitgrößte Multifunktionsarena Deutschlands. Seit Mitte September fließt das frische Veltins bei zahlreichen Musik- und Sportveranstaltungen aus den rund 150 Zapfhähnen in der Arena. Auch in der Verti Music Hall gleich nebenan sollen es 100 Veranstaltungen pro Jahr werden. „Wir rechnen in Berlin mit einem zusätzlichen Fassbierbedarf von insgesamt bis zu 6.000 Hektolitern pro Jahr“, berichtet Marketingchef Herbert Sollich (2. v. rechts).

FSGG feiert Umbau und Erweiterung

Die Frank Schwarz Gastro Group (FSGG) ist auch 2018 auf Expansionskurs. Ab dem neuen Schuljahr werden auf dem Duisburger Großmarkt täglich über tausend Gerichte für die gesunde Schul- und Kitaverpflegung produziert. Aus diesem Grund muss die Produktionsküche erweitert werden. Gleichzeitig entstehen im Rahmen der Umbaumaßnahme „The Butcher's Kitchen“, in der ab Spätherbst neue kulinarische Kurse rund um das spannende Thema Fleisch und Wurst angeboten werden, sowie ein neues KochStudio mit insgesamt drei Kochinseln. Anfang November soll der Umbau pünktlich mit Beginn des Weihnachtsgeschäftes mit einer großen Küchenparty offiziell eröffnet werden.



Gemeinsam mit der GfK hat die Deutsche Kreditwirtschaft einen Terminalrahmen entwickelt, der den Kunden mit einfacher, klarer Kommunikation intuitiv durch das kontaktlose Bezahlen leitet.

EURO-KARTENSYSTEME

Bargeldlos in die Zukunft

Der digitale Wandel spiegelt sich auch in der Art wider, wie die Menschen künftig bezahlen wollen. Ingo Limburg, Vorstandsmitglied der Initiative Deutsche Zahlungssysteme (IDZ) und Leiter Marketing & PR Euro Kartensysteme, über den Stand bargeldloser Bezahlmöglichkeiten am Automaten und bislang ungenutzte Potenziale für Automatenbetreiber in der Gemeinschaftsverpflegung. (Von Karoline Giokas)

Herr Limburg, bargeldlose Bezahlverfahren sind für große Handelsunternehmen inzwischen Standard: Welche Chancen ergeben sich für Operatoren, die Automaten in der GV bedienen?

Weniger Bargeld reduziert Vandalismusrisiko und Bargeldlogistik – und damit insgesamt die Kosten. Mit der Girocard erreichen Operatoren die breite Masse in Deutschland: Von mehr als 100 Millionen Girocards sind schon heute mehr als 35 Millionen kontaktlosfähig, bis Ende 2019 werden es rund drei Viertel sein. Kontaktlos bezahlen können Kunden damit aktuell rund 60 Prozent aller Girocard-Terminals. Damit hat das kontaktlose Bezahlen mit der Girocard das Potenzial, zur neuen Normalität zu werden. Vending-Operatoren setzen somit auf modernste und gleichzeitig etablierte Bezahltechnologie.

Wie reagieren die Kunden am Automaten auf die kontaktlose Bezahlmöglichkeit?

Kunden nehmen die Funktion so schnell an, wie keine andere neue Funktion der Girocard je zuvor. Im Mai 2018 waren bei den Girocards der Sparkassen und Volksbanken Raiffeisenbanken je bereits über 10 Prozent aller Transaktionen kontaktlos. Denn kontaktlos Bezahlen ist besonders im Kleinbetragsbereich bis 25 Euro sehr schnell und bequem, da in der Regel keine PIN-Eingabe nötig ist. Zudem ist jetzt ein günstiger Zeitpunkt – die Kunden sind bereit für einen Wandel beim Bezahlen.

Im Zuge der Digitalisierung kommt es gerade im Bereich des Payments ab und an nicht unbedingt darauf an, jeden Trend direkt mitzugehen. Im Massenbezahlumfeld muss alles zusammenspielen und sicher sein. Das erwartet der Kunde. Neun von zehn Kunden setzen großes oder sehr großes Vertrau-

en in die Bezahlverfahren der Banken und Sparkassen. Diese Verantwortung übernehmen wir gerne und dieses Asset gilt es zu pflegen.

Wie verbreitet ist Cashless Payment am Automaten?

Am Automaten läuft vieles noch bar – auch aus Gewohnheit. Umfragen der GfK zeigen aber, dass viele Kunden gerne am Automaten bargeld- und kontaktlos zahlen möchten. Im Oktober 2017 gaben etwa 34 Prozent der Kartenutzer an, dass ihnen das Angebot kontaktloser Girocard-Zahlungen an Automaten gut gefällt. Unter den Nutzern von Warenautomaten sind das sogar schon 45 Prozent. 34 Prozent mögen wenig erscheinen, aber gerade in Deutschland neigt man eher zu Skepsis, wenn etwas nicht alltäglich ist. Zum Vergleich: Kurz vor dem Start von Girocard kontaktlos lehnten in einer GfK-Befragung 45 Prozent die Nutzung der Technologie ab. Nach nur sechs Monaten sank dieser Wert auf 20 Prozent. Jeder zweite, der eine kontaktlose Karte besitzt, hat diese inzwischen auch schon benutzt. Insofern bin ich sicher, dass kontaktlos zur neuen Normalität wird und dann selbstverständlich auch am Automaten benutzt wird. Wenn wir die Befragung im nächsten Jahr wiederholen, wird dort definitiv eine größere Zahl stehen.

Passen Automatenbetreiber ihre Systeme bereits an Cashless Payment an oder sehen Sie hier Handlungsbedarf?

Wir sehen etwa im ÖPNV schon erste Unternehmen, die kontaktloses Bezahlen mit Girocard anbieten oder umrüsten, etwa die BVG in Berlin. Zudem testet die Deutsche Kreditwirtschaft in einem Pilotprojekt mit verschiedenen Netzbetreibern, Terminalherstellern und Automatenaufstellern sogenannte Terminals ohne PIN-Pad, kurz TOPP. Das sind Terminals ohne Steckleser für Karten und ohne PIN-Pad. Sie sind klei-

ner und lassen sich oft leichter einbauen oder nachrüsten. Außerdem können die Terminals von außen kaum verschmutzt oder beschädigt werden und sind so wartungsärmer. Nach wenigen Monaten haben wir bereits mehr als 100 Terminals in Betrieb, weitere rund 100 sind in Umrüstung oder in Planung. Das Interesse von Seiten der Operatoren ist also durchaus gegeben.

Warum zögert so mancher, diese modernen Bezahlverfahren zu implementieren?

Automatenbetreiber arbeiten mit besonderen Voraussetzungen. Zur Umrüstung gehört ja mehr als nur der Einbau. Der Automat muss dazu in der Lage sein. Passt es baulich? Wie ist die Einbindung ins Automatensteuerungssystem? Ist eine Online-Anbindung möglich? Und das sind nur einige der Voraussetzungen. Auch uns sind diese bewusst und ein Grund für das Pilotprojekt. Und selbst, wenn man alldem Rechnung getragen hat, muss der Kunde, wenn er allein vor dem Automaten steht und einen Kaffee möchte, mit dem Bezahlprozess zurechtkommen, ohne dass ihn jemand anleitet. Deswegen haben wir immer offen darüber gesprochen, dass ein Automat nicht die erste Stelle sein kann, an der ein Kunde mit kontaktlos in Berührung kommt. Er wird vorher mindestens einmal kontaktlos bezahlt haben. Gleichwohl ist der Bezahlprozess (noch) neu und muss intuitiv sein.

Die Sicherheit der Kundendaten wird im Zuge der neuen Bezahlmöglichkeiten heiß diskutiert. Welche Rolle spielt dabei die neue Richtlinie PSD2?

Die PSD2 hat das Thema Sicherheit neu ins Licht der Öffentlichkeit gerückt. Sie schreibt etwa für elektronische Zahlungen auch im Online-Handel eine Kundenauthentifizierung über zwei Faktoren vor: aus den Kategorien „Besitz“ (z. B. einer Girocard), „Wissen“ (z. B. PIN) oder „Inhärenz“ (z. B. Fingerab-



Ingo Limburg, Vorsitzender der Initiative Deutsche Zahlungssysteme und Leiter Marketing & PR Euro Kartensysteme

druck). Das ist gelebte Praxis, die Sie von der Zahlung mit Girocard und PIN längst kennen.

Für Automaten sind besonders die Ausnahmen davon relevant: Etwa bei kontaktlosen Kartenzahlungen bis 50 Euro kann nach der PSD2 i. d. R. auf die Zweifaktor-Authentifizierung verzichtet werden. Das schafft die rechtliche Grundlage für die Zahlung mit Girocard ohne PIN bis 25 Euro und ermöglicht das TOPP und damit die Girocard-Zahlung an Automaten.

Hintergrund: PSD2

Die zweite Zahlungsdiensterichtlinie (PSD2) soll Sicherheit und Wettbewerb beim Bezahlen fördern – im stationären Handel, aber besonders auch online. Zentrales und wohl meistdiskutiertes Element ist die einheitliche Regelung des Zugangs zu Kontoinformationen für Drittanbieter (Zahlungsauslösedienste oder Kontoinformationsdienste) wie Anbieter von Finanz- oder Bezahl-Apps. Drittanbieter können im Auftrag des Kunden Übersichten über alle Konten des Kunden erstellen bzw. Zahlungen beim Institut auslösen.

Seit Ende Mai 2018 sind in Kassel die ersten 40 TOPP-Terminals (Terminal ohne PIN-Pad) von CCV in den Selbstbedienungsmaschinen für kalte und warme Getränke, Snacks und Lebensmittel des Vellmarer Automatenaufstellers R. Malsch in Betrieb.

Im Rahmen des Pilotprojekts der Deutschen Kreditwirtschaft zeichnet Card4Vend als Fullservicedienstleister für den Netzbetrieb und die Hardware bis hin zur Onlinekommunikation verantwortlich. „In einem Pilotprojekt ist es wichtig, ständig im Austausch mit allen Beteiligten zu stehen, um die neuen technischen Herausforderungen zu meistern“, so Marco Malsch, Inhaber von R. Malsch e.K.

Automaten mit TOPP



In der Klinik Bad Wildungen können Gäste bargeldlos Bezahlen am Automat mit TOPP. Foto: Card4Vend

Verkaufsautomaten. „Zusammen mit der Card4Vend konnten wir dies pragmatisch und zügig umsetzen.“ Die Automaten stehen unter anderem im Berufsbildungszentrum, in Kliniken und in unterschiedlichen Betrieben zur Versorgung von Mitarbeitern bereit. Erste Ergebnisse zeigen, dass der Konsument häufiger als bisher die Girocard kontaktlos am Automaten einsetzt. Für den Vending-Operator gewinnt die kontaktlose Bezahlung am Automaten

immer mehr an Bedeutung, denn ein reduzierter Bargeldbestand verringert beispielsweise den Aufwand für die Bargeldentsorgung sowie das Vandalismusrisiko. Dazu steigern Spontankäufe den Umsatz, da es keine Mindestumsätze gibt und so auch Kleinstbeträge (technisch möglich ab 1 Cent) einfach und bequem bezahlt werden können. „Durch viele konstruktive Gespräche mit Operatoren konnten wir unsere Marktmodelle bedarfsgerecht und kundenorientiert weiterentwickeln“, zieht Anne Meil, Geschäftsführerin von Card4Vend, ein erstes Resümee. „Selbst für das Kleinstpreissegment in der Betriebsverpflegung stehen nun kostengünstige Preismodelle zur Verfügung, die fast an das Niveau der GeldKarte grenzen.“ Seit Anfang Juli haben zudem mehrere Mitglieder des Bundesverbands Deutscher Tabakwaren (BDTA) rund 50 Terminals von CCV zum kontaktlosen Bezahlen an ihren Zigarettenautomaten in Kassel und Dortmund installiert. Die verschlankten Terminals kommen ohne PIN-Pad und ermöglichen Bezahlvorgänge einfach durch Auflegen der physischen Girocard sowie mit der digitalen Girocard im Smartphone für Beträge bis 25 Euro – i. d. R. ist keine PIN-Eingabe nötig und die Altersverifikation erfolgt in nur einem Schritt. „Ohne PIN-Pad lassen sich die Terminals wesentlich leichter in verschiedene Automatentypen einbauen oder nachrüsten“, erläutert Arne Meil, Geschäftsführer von Card4Vend.

FOODSERVICE
SÜDBAYERN

E C+C großmarkt

Erfahren Sie mehr...

...über weitere Seminare und Angebote unter www.edekacc.de/messe, bei Ihrem Außendienst oder in Ihrem Markt

7. + 8. 11. 18

7.11. - 9.00 bis 17.00 Uhr
8.11. - 9.00 bis 16.00 Uhr

EDEKA C+C MESSE
Messe Augsburg, Halle 1



Fotos: CM/max

CATERING-MANAGEMENT-FACHSYMPOSIUM

Foodkonzepte unter der Lupe

Zum zweiten Mal veranstaltete CATERING MANAGEMENT das Fachsymposium „Foodkonzepte in der GV“, diesmal in Köln. Die Referenten sprachen über den Respekt vor der Rohware, über Transparenz und Authentizität im Angebot sowie über den richtigen Umgang mit den Mitarbeitern.

Die Kommunikation mit dem Gast, die Liebe zum Produkt, Transparenz, Regionalität und Nachhaltigkeit: Die Themen, die beim Fachsymposium „Foodkonzepte in der GV“ aufs Podium kamen, waren vielfältig. Der gemeinsame rote Faden zog sich jedoch durch jeden der Vorträge: Erfolgreich ist ein gastronomisches Ziel nur dann, wenn der Gast es annimmt. „Der Wurm muss dem Fisch schmecken und nicht dem Angler“, mahnte Jean-Georges Ploner in seinem Eingangsvortrag. Er appellierte an die Teilnehmer, nicht ihre persönlichen Vorlieben in den Vordergrund zu stellen, sondern sich daran zu orientieren, was der Kunde möchte. Zwei wichtige Trends griff er in seinem Vortrag heraus: „Hygge“, also Gemütlichkeit und Ursprünglichkeit im Angebot und im Ambiente, sowie die Technisierung, bei der Elemente aus der industriellen Produktion für den Gast erlebbar werden. Als Beispiele zeigte er im Film für den Gast sichtbare Salatmischer sowie das Unternehmen WhatsBeef, das

xieren. „Die nimmt man mit, aber nur für ein bis zwei Jahre, dann sind sie vorbei.“ Stattdessen gelte es, sich so flexibel aufzustellen, dass das Unternehmen sich mit dem Markt mitentwickeln könne. Er führte Beispiele von marktführenden Unternehmen an, die innerhalb weniger Jahre vom Markt nahezu verschwanden.

Auch verwies er auf Statistiken, die zeigen, dass zwar 80 % der Gäste Innovationen wünschen, aber nur 30 % diese dann auch ordern, wenn es um die Kaufentscheidung geht. „Das ist normal, das sind Menschen!“ Darauf müsse sich der Gastronom eben auch in seinem Angebot einstellen: Das Neue zeigen und anbieten, aber den Hauptumsatz mit ganz herkömmlichen Produkten machen, die vielleicht auf neue Weise präsentiert werden. Für Trends im Angebot und in der Arbeitsorganisation riet er, sich an der Sterneküche zu orientieren, viele Ideen von dort fänden mit ein paar Jahren Verzögerung den Weg in die breite Masse. Sterneköche arbeiteten extrem viel und seien ganz vorne mit dabei, wenn es

„Sterneköche sind ganz vorne mit dabei, wenn es darum geht, sich das Leben als Koch leichter zu machen.“

Um Regionalität und Nachhaltigkeit ging es in mehreren Vorträgen. Horst M. Kafurke, Leiter der Betriebsgastronomie bei Innogy, zeigte beispielsweise auf, wie man in seinem Unternehmen nach einer Kartoffelsorte gesucht hatte, die mit ihren Kocheigenschaften für sämtliche Kartoffelgerichte verwendbar ist. Heute wird diese von einem Bauern aus der Region geliefert, der feste Verträge mit dem Unternehmen hat. Otto Geisel, Initiator des Focus-Kontinentests vom Verein Food & Health, erzählte von einem schwäbischen Gemeinschaftsverpfleger, dem finanzielle Unterstützungen durch das Unternehmen gekürzt worden waren. Dieser machte aus der Not eine Tugend: Um trotzdem qualitativ hochwertiges Fleisch anbieten zu können, startete der Caterer mit der Haltung von Tieren im Eigenbetrieb und verwertet sie heute ganzheitlich. Niels Mester und Florian Kerl von Kochwerk by Otto zeigten auf, wie sie durch geschickte Angebotslenkung vegetarische Gerichte mit einem besonders hohen Abnahmeanteil erzielen.

Otto Geisel sprach allerdings auch darüber, wie regionales Angebot, beispielsweise aufgrund der Fütterung von Schlachtvieh mit

sem sehr schnell, wenn irgendetwas nicht ganz stimmig sei.

Zertifizierung sorgt für frischen Wind

Selbstbewusst zeigte sich Amedeus Hajek, Geschäftsführer beim Hamburger Caterer AlsterFood. „Wir haben alles anders gemacht, als es das Lehrbuch vorgibt“, beschrieb er den Umbau seiner Zentralküche vom reinen Support eines Care-Betriebes zum Rundumanbieter für Betriebsverpflegung, Kindergärten, Schulen, Flüchtlingsverpflegung und Klinikbetriebe. Statt aus dem Catering-Geschäft auszustiegen, gelang es ihm, durch Menschenführung und Teamgeist frischen Wind in das Unternehmen zu bringen und die Umsätze anzukurbeln. Unter anderem legte er den Anwesenden das Thema Zertifizierung nahe: Jede Zertifizierung bringe Verbesserungsprozesse in Gang, die dem gesamten Unternehmen zugutekämen und zahle sich damit innerhalb kürzester Zeit aus. Dabei seien die entstehenden Kosten in der Regel gering.

Bei hervorragender Bewirtung durch das Steinger Hotel Köln netzwerkten die gut 80 Teilnehmer in den Pausen fleißig. Dies wurde auch durch die beiden Partnerunternehmen unterstützt, die in der Pause ihre Produkte zum Probieren anboten: die Firma Schne-frost reichte Kartoffel- und Stüßkartoffel-Spezialitäten und die Firma GS Schmitz bot Wurstspezialitäten an. Die Veranstaltung wird im nächsten Jahr wiederholt. (max)

„80 % der Gäste wünschen sich Innovationen, nur 30 % kaufen sie dann auch.“

Order und Bezahlen schon erledigt, bevor die Speise produziert wird. Ploner warnte davor, sich zu sehr auf Mikro-Trends zu fi-

darum ginge, sich das Leben leichter zu machen – zum Beispiel durch den effizienten Einsatz von Küchentechnik.

BACKOFEN RÖSTINCHEN RUSTIKAL!

Trendige
Kartoffelspezialitäten

Die beliebte Rösti-Spezialität in neuer, handgemachter Optik. Fein gewürzt und in hochwertigem Rapsöl vorgebacken.

- ✓ Eine knusprige Kartoffel-delikatesse für viele Gelegenheiten
- ✓ Jetzt tiefkühlfrisch in High Convenience – ideal für Combidämpfer, Backofen, Fritteuse und Pfanne

www.schne-frost.de

Mini-Gugelhupfe



Foto: Aryzta

Der Gugelhupf ist mit seiner charakteristischen Form ein Kuchenklassiker. Die Coup de pates Mini Gugelhupfe Schoko und Natur minimieren die Grammatur (40 g) auf eine Größe, in der Rührkuchen vielfältig angeboten werden kann: zum Frühstück, als Kaffeegedeck, als Komponente auf einem Dessertteller oder auch für die Tagungsverpflegung. Die Produkte werden sortenrein im Karton angeboten. Bereits fertig gebacken, werden diese nur 30 Minuten bei Raumtemperatur aufgetaut und überzeugen durch die angenehme Saftigkeit und die lange Standzeit von 24 Stunden.

Grießbrei: Basis für cremigen Genuss



Foto: frischli

Ob warm oder kalt, mit Früchten oder einfach pur – der neue Grießbrei von frischli lässt sich in jedem Betrieb und für jede Zielgruppe neu variieren und anders kombinieren. frischli stellt Gastronomen, Caterern und GV-Profis mit dem Grießbrei im 5-kg-Eimer ab Oktober 2018 eine tolle Basis für cremigen Genuss zur Verfügung. Mit nur 1,5 % Fett und 6 % zugegebenem Zucker ist der Grießbrei bestens für die senioren- sowie die kindgerechte Ernährung geeignet. Das Neuprodukt kann kalt serviert oder in Topf, Kessel oder Kombidämpfer als warme Süßspeise zubereitet werden. Der Grießbrei schmeckt wie selbstgemacht und ist kennzeichnungsfrei für Zusatzstoffe, direkt aus dem wiederverschließbaren 5-kg-Eimer servierfertig und ungekühlt haltbar.

Nutella im Spritzbeutel



Foto: Hellma

Nach Nutella in Portion für den Frühstückstisch und den neuen Großgebinden mit 3 kg und 1,35 kg Inhalt stellt Hellma nun einen weiteren Foodservice-Artikel vor. Der praktische Nutella-Spritzbeutel eignet sich – ebenso wie die Großgebinde im Eimer – ideal für die Weiterverarbeitung der beliebten Nuss-Nugat-Creme in den Küchen von Hotels, Gaststätten sowie in Bäckereien, Kantinen und Großküchen in Krankenhäusern, Alten- und Pflegeheimen. So lassen sich mit dem praktischen Spritzbeutel zahlreiche Nachspeisen und Desserts, Eis, Kuchen oder auch Croissants, Hefeschnecken und Donuts einfach und schnell verfeinern. Durch die Beutelform ist kein Umfüllen von Nutella mehr nötig.

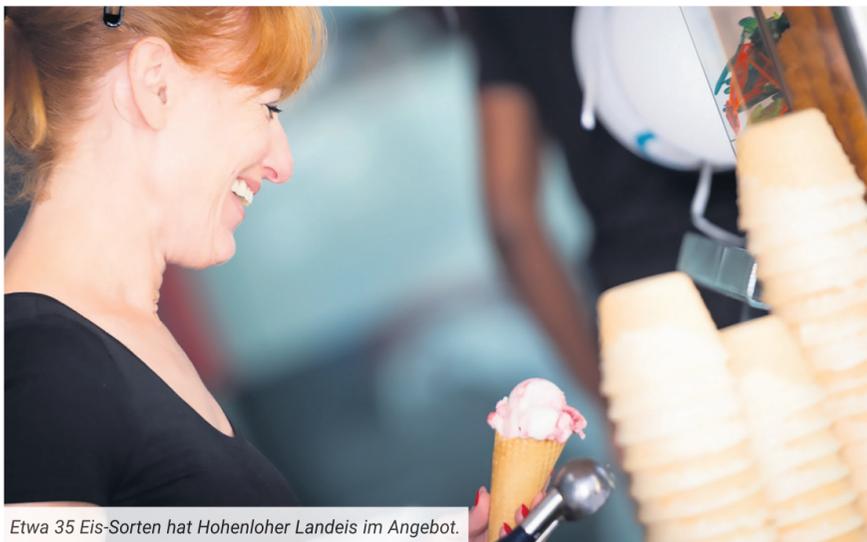


Zum Fuhrpark gehört auch ein nostalgischer VW-Eis-Bus aus dem Jahre 1985. Foto: Hohenloher Landeis

EIS-CATERING

Rote Bohnen schlecken

Das rollende Eis-Café von Thorsten Bissantz aus Künzelsau hat auch im Winter geöffnet. Dann schlägt die Stunde von Zimt-, Spekulatius- und Malaga-Eis. Und auch ganz exotische Wünsche setzt der Eis-Caterer auf Wunsch um: Das Rote-Bohnen-Eis ließen sich chinesische Kunden auf der Zunge zergehen. (Von Andrea Wohlfart)



Etwa 35 Eis-Sorten hat Hohenloher Landeis im Angebot.

Jeder Deutsche verputzte im vergangenen Jahr 113 Kugeln Eis. Angesichts des Supersommers dürfte es in diesem Jahr einen ordentlichen Schlag oben drauf geben. Die süße Erfahrung hat auch im Winter ihren Auftritt – wenn auch etwas verhaltener. Dann dominieren eher die warmen Geschmacksnoten wie Zimt oder Rosinen und die Evergreens Schoko und Vanille. Diese Erfahrung macht Thorsten Bissantz, der Eis-Caterer „Hohenloher Landeis“ aus Künzelsau.

Herr Bissantz, wie wird man Eis-Caterer?

Mein Vater Klaus, ein gelernter Drucker, übernahm 2002 das Eis-Café von einem Verwandten und erfüllte sich damit einen Traum. Dazu gehörte auch ein Dessert-Catering mit Mousse und Cremes, die zu 90 Prozent frisch zubereitet wurden. 2011 sagte mein Vater zu mir ‚Schmeiß du den Laden‘ und so übernahm ich dann das Geschäft. Ich bin Einzelhandelskaufmann. Um es profitabler zu machen, haben wir uns seit 2014 nur noch aufs Catering

konzentriert und hier vor allem mit Speiseeis. Personal- und Mietkosten fielen auf diese Weise weg und mein Vater und ich schmeißen nun den Laden zusammen mit vier Aushilfen. Wir haben zwar immer noch eine 7-Tage-Woche, doch die fühlt sich nun entspannter an.

Mit welcher Ausstattung arbeiten Sie und wer sind Ihre Kunden?

Wir haben inzwischen sechs Eis-Theken im Catering, das sind schön gestaltete Anhänger, mit denen wir zu unseren Kunden fahren. Wir beliefern so Betriebsrestaurants, Eventlocations, Familienfeiern oder Firmenfeste. Das Panorama-Catering in Bad Mergentheim ist ein Testlauf für eine Firma, ansonsten beliefern wir wöchentlich Cafés, Eisgärten und ein Brauhaus. In der Hitzeperiode haben wir das Eis-Catering für die Firma Würth gemacht und Eis geliefert für alle Mitarbeiter – von der Früh- bis zur Spätschicht. Das bedeutete 1.000 Besucher innerhalb von acht Stunden. Wir haben da 3.500 Kugeln Eis rausgehauen. Den

Fuhrpark müssen wir ständig erweitern und in der Hochsaison haben wir oft zwei bis drei Hochzeiten an einem Tag zu beliefern. Wir stellen die Eistheke vor Ort ab und meist kümmert sich jemand von der Familie oder von den Kunden ums Verteilen.

Wie schaut es mit dem Angebot aus? Welche Sorten Eis sind beliebt?

Zu Zeiten des Eis-Cafés hatten wir bis zu 100 Eissorten, jetzt kommen wir mit rund 35 aus. Bevorzugt werden die Klassiker Schoko und Vanille oder Zitroneneis. Im Winter kommen die Weihnachtsfeiern und dann sind Zimt- und Spekulatius-Eis oder Malaga-Eis gefragt. Beliebt ist auch unser „Zwetschgen in Portwein Varigatto“, das heißt, das Mus hinterlässt sichtbare Spuren im Eis. Wir richten uns da ganz nach den Wünschen unserer Kunden. Einmal wollte eine Firma ihren chinesischen Gästen eine Freude machen und bestellte Rote-Bohnen-Eis. Kidneybohnen, war mein erster Gedanke und der zweite: Es gibt Grenzen. Aber ich habe dazuge-

lernt. Es sind süße rote Bohnen, die es in ganz Asien gibt.

Wie war der Geschmack?

Es war eine interessante Geschmackserfahrung, ein Eis mit einer geringen Süße. Die Kugeln hatten eine braune Farbe und im Mund hatte das Eis die Konsistenz wie ein Mus. Wir in Europa tun uns mit so etwas Exotischem schwer.

Gibt es zwischen Winter- und Sommereis einen Unterschied? Etwa in der Konsistenz? Gibt es Geschmackstrends?

Nein, zwischen Winter- und Sommereis gibt es in der Konsistenz keinen Unterschied. Beide sind cremig. Im Sommer dominieren die frischen, im Winter eher die warmen Geschmacksnoten wie Zimt oder Rosinen.

Ich habe festgestellt, dass die jeweiligen Trends bei uns Caterern verzögert ankommen. In diesem Jahr war zum Beispiel Erdbeere-Minze bzw. -Basilikum gefragt, das war glaube ich vor zwei Jahren Eis des Jahres. Lactosefrei ist ein Thema: Wir bieten Fruchteis auf Wasserbasis, Schokoladeneis aus Zartbitter-Schokolade für Veganer. Glutenfrei ist das Eis ohnehin, es sei denn, es sind Stückchen von Spekulatius oder Zitronenkuchen drin. Wir gehen allerdings nicht jeden Trend mit.

Welche Zutaten verarbeiten Sie?

Wir nehmen möglichst Zutaten aus der Region. Die Milch zum Beispiel kommt vom Bauern aus einem Nachbarort, die Erdbeeren vom Großhändler aus Heilbronn. Wichtig sind uns die Qualität und Frische und so beziehen wir die Zitronen auch aus Amalfi in Italien, weil sie die besten sind.

Welchen Stellenwert hat das Wintereis bei Ihnen im Catering?

Mit Wintereis machen wir etwa ein Prozent des Umsatzes oder anders ausgedrückt: Wir verkaufen 200 Kilo im Winter und bis zu 20 Tonnen Eis im Sommer. Die ruhigere Zeit nutzen wir, um die Technik zu überarbeiten.



Thorsten Bissantz
Alle Fotos: Hohenloher Landeis

Hohenloher Landeis

Thorsten Bissantz (36 Jahre) übernahm 2011 das Eis-Café von seinem Vater Klaus (66 Jahre), spezialisierte sich als Dessert-Caterer und firmiert seit 1. Januar 2018 als Eis-Caterer „Hohenloher Landeis“ im ostfränkischen Künzelsau. Thorsten Bissantz hat das Handwerk von seinem Vater erlernt und sich mit Europas besten Eismachern im Wettbewerb erfolgreich gemessen. Der Firmenname ist Programm. Auf regionale Herkunft der Zutaten wird großen Wert gelegt. Zum Fuhrpark gehören heute mobile Eistheken für jeweils bis zu sechs Sorten Eis, ein Multi-trailer für Crepe und Eis sowie ein nostalgischer VW-Eis-Bus aus dem Jahre 1985.

Neue Blechkuchen und ein Klassiker

Hohe Konditoren-Kunst mit Ecken, Kanten und feinsten Rundungen: Die drei neuen Blechkuchen-Varianten aus der Profi-Line der Conditorei Copenrath & Wiese bieten von allem nur das Beste. Dazu bereichert mit dem runden Käsekuchen ein wahrer Klassiker das Backwarensortiment von Dr. Oetker Professional. Die Convenience-Spezialisten vertreiben die Köstlichkeiten exklusiv im deutschen Außer-Haus-Markt. Die Variante Apfel-Sahne besticht durch knackige Apfelstücke auf hellem Rührteig. Sie sind mit Sahnecreme bedeckt und mit gehobelten Mandeln bestreut.

Die Sorte Schoko-Kirsch enthält saftige Kirschen, eingebettet in lockeren Schokorührteig und abgerundet durch goldgelb gebackene Streusel. Bei der Donauwelle, einer der beliebtesten Sorten von Copenrath & Wiese, liegen die fruchtigen Sauerkirschen in marmoriertem Rührteig. Alles ist überzogen mit Sahnecreme mit Vanilleschmack und dunkler Schokocremeglasur. Die Ver-



Foto: Dr. Oetker

packungen sind etwas kleiner und bieten Platz für zwölf tiefgekühlte, leckere Stücke (6 cm x 9 cm). Durch ihre grafische Gestaltung sind sie auch für die Cash-&-Carry-Märkte des Großhandels geeignet.

Der runde Käsekuchen mit knusprigem Mürbeteig überzeugt mit einem Belag aus cremigem Frischkäse, der mit Vollmilch und Sahne verfeinert ist. Vollendet wird das Ganze durch einen Hauch Vanille- und Zitronengeschmack. Alle vier Neuheiten müssen nur im Kühlhaus oder bei Zimmertemperatur aufgetaut werden.



Knödel mit Pfifferlingen. Foto: Ablig

OB SÜSS ODER HERZHAFT

Knödel rollen in die Tellermitte

Der „Kloß mit Soß“ hat seine Liebhaber überall, auch wenn die Leidenschaft zu dem Bratenbegleiter regional unterschiedlich stark zum Tragen kommt. Für Tischgäste, die Abwechslung lieben und fleischfreie Gerichte bevorzugen, rücken Knödel nun auch zunehmend in die Tellermitte. (Von Ulrike Grohmann)

Knödel oder Klöße gehören fest zur heimischen Küche – doch schon beim Namen beginnt die Uneinigkeit. Die Sprachgrenze verläuft ungefähr entlang des Mains: Südlich des Flusses gibt es vor allem Knödel, nördlich dominieren die Klöße. Auch wenn Klöße je nach Rezept aus einem Teig ganz unterschiedlicher Zusammensetzung bestehen, sind meist solche aus Kartoffeln gemeint. Sie können als Hauptgericht, als Beilage, Suppeneinlage oder auch süß als Dessert serviert werden und sind ein wichtiger Bestandteil besonders der süddeutschen, ostdeutschen, österreichischen und böhmischen Küche sowie der Küche Südtirols. In den Regionalküchen gibt es Kartoffelknödel aus rohen und aus gekochten Kartoffeln, mit herzhafter oder süßer Füllung versehen, mit weiteren Zutaten vermischt wie Spinat- oder Speckknödel. Dazu kommen noch die vielen weiteren Knödel: Semmelknödel, Serviettenknödel, Grießklößchen, Germknödel, Mehlklöße und Zwetschgenknödel – von Leberknödeln oder Markklößchen erst gar nicht zu sprechen. Da die Herstellung der runden Gebilde – ganz gleich aus welchem

Rohstoff – eine arbeitsintensive Sache ist, greifen Küchenchefs in Gastronomie und Gemeinschaftsverpflegung gern auf die umfangreichen Sortimente professioneller Hersteller zurück.

Umfangreiches Convenience-Sortiment

Zur Verfügung steht die geformte Ware in frischem oder tiefgekühl-



Die KnödelConnection verzeichnet im Jahresverlauf einen gleichbleibend hohen Absatz. Foto: KnödelConnection

tem Zustand, auch Teige zum Selbstformen sind im Angebot. Knödel sind ein Convenience-Produkt, auf das Profiküchen bauen können: schnell und einfach zuzubereiten, gelingsicher und standstabil.

Die leckere Kugel auf ihre Rolle als

Beilage zu reduzieren, würde ihr nicht gerecht werden. Nicht nur bei Vegetariern rückt der Knödel gern einmal in die Tellermitte. Traditionell gehört der Semmelknödel mit Schwammerln in der Pilzsaison auf jede Karte. Darüber hinaus servieren Küchenchefs ihren Gästen zunehmend auch kreative Gerichte mit Knödeln und Klößen ohne Fleisch. Kombiniert mit Salaten, Gemüse und Früchten, ab-

geschmeckt mit aromatischen Gewürzen entstehen neue und überraschende kulinarische Köstlichkeiten.

Sonntag ist Knödeltag

In Franken ist am Sonntag Knödeltag, das sagt zumindest Robert Werner. Und er muss es wissen, versorgt er doch täglich 800 bis 850 fränkische Tischgäste mit einem warmen Mittagessen. Robert Werner ist als Küchenchef in Nürnberg gemeinsam mit seinem Team für die Verpflegung der Patienten verantwortlich. Zusätzlich wird Außer-Haus-Essen an Senioreneinrichtungen, Kindertagesstätten und das Diakonissenhaus geliefert. Nicht zu vergessen die rund 200 Angestellten des Krankenhauses, die sich im Mitarbeiterrestaurant Stärkung und Genuss versprechen. „Hier in der Region ist das klassische Sonntagsgessen

Schweine- oder Rinderbraten mit Sauce und Klößen“, sagt Robert Werner. Dann soll es aber auch der traditionelle Kartoffelknödel sein. Auch Spinatknödel oder Semmelknödel mit Waldpilzen sind ein überaus beliebtes Essen – der Franke sieht diese Variationen gern an Wochentagen auf seinem Teller. Gerne lässt sich der Küchenchef bei der Zubereitung seiner Gerichte von kreativen



Die KnödelConnection beliefert zwei Drittel der Festzelte beim Münchner Oktoberfest. Foto: KnödelConnection

Ideen der Hersteller inspirieren. Bei einer Wochenaktion in der Mitarbeiterverpflegung stand jeden Tag ein anderer Knödel auf der Speisekarte. Dass zudem ein Mitarbeiter eines regionalen Herstellers den Anbau der Kartoffeln und die Herstellung von Knödelprodukten erläutern konnte, sei auf äußerst positive Resonanz gestoßen. Als Verpflegungsverantwortlichem und Einkäufer sind Robert Werner Nachhaltigkeitskriterien sehr wichtig – auch die Tischgäste seien zunehmend sensibilisiert. Qualitativ hochwertige Lebensmittel, deren Rohstoffe in der Region angebaut und verarbeitet werden, stehen hoch im Kurs. Da macht der Knödel keine Ausnahme.

Die bayerischen Beilagen-Beschaffer

Den Siegeszug der regionalen Küche hat sich die 2012 gegründete KnödelConnection GmbH, mit Sitz in Regensburg und Auslieferungsort München zunutze gemacht. Gastronomen, die nicht mehr alles selbst machen können, müssen sich nicht mehr an verschiedene kleine Einzelanbieter wenden, sondern haben in der KnödelConnection einen Anbieter gefunden, der sich auf alle bayerischen Beilagen spezialisiert hat. Das Sortiment beruht auf den Produkten von regionalen Herstellern. Innerhalb kürzester Zeit hat sich die KnödelConnection beispielsweise zu einem wichtigen Lieferanten bayerischer Volksfeste entwickelt. „Wir beliefern mittlerweile zwei Drittel der Festzelte beim Oktoberfest“ sagt der Geschäftsführer der KnödelConnection, Jens Wagner. „Zur Wiesnzeit verlassen unser Lager auf dem Münchener Großmarkt gut 88.000 Kilogramm Knödelprodukte in verschiedenen Variationen – das wären umgerechnet rund 1 Mio. Stück Knödel. Wir sprechen alle bayerischen Gastro-Betriebe an,

Caterer, Betriebsrestaurants, Krankenhäuser und Altenheime. Eben alle, die Kartoffelprodukte einsetzen.“

Bayern hat immer Knödelsaison

Ist der Knödel im Norden der Republik eher ein Saisonprodukt zur Festtagszeit, verzeichnet die KnödelConnection im Jahresverlauf

men unterstützt die Gastronomen beispielsweise mit Aktionsideen, um den Knödel in die Mitte des Tellers zu rücken. Viele Küchenchefs, sowohl in der Gastronomie als auch in der Gemeinschaftsverpflegung oder im Krankenhaus, greifen diese Ideen auf und servieren verschiedene Variationen von Knödeln als fleischloses Gericht, beispielsweise mit Salat und typischerweise mit Pilzragout.

Jens Wagner erklärt: „Bei solchen Servierideen kommen auch eher ungewöhnlichere Sorten wie Rote-Bete-Knödel oder Spinatknödel zum Einsatz. Diese Nischenprodukte – zumindest im Vergleich zum klassischen Kartoffelknödel – sind vor allem in der vegetarischen und gesundheitsbewussten Küche klar auf dem Vormarsch.“

Thüringer Kloßmuseum

In Heichelheim (bei Weimar) gibt es im Thüringer Kloßmuseum viel Neues, Kurioses und Besonderes zu entdecken.

So findet man nicht nur zahlreiche Ausstellungstücke, Antworten auf außergewöhnliche Fragen (z. B.: „Kannte Goethe Klöße?“), sondern auch den wahrscheinlich größten begehbaren Kloß mit einem Film zur Kloßherstellung sowie den wohl kleinsten Kloß der Welt.

Hauptlieferant für die KnödelConnection ist Burgis. Das Unterneh-

Thüringer Nationalgericht

Nicht nur im Süden werden Knödel und Klöße geschätzt. Auch in Mitteldeutschland gehören die kugeligen Kartoffelprodukte zu den Klassikern der deftigen Hausmannskost. Klöße sind das Nationalgericht Thüringens. Für die Original Thüringer Klöße wird die Kartoffelmasse aus rohen Kartoffeln sehr stark ausgepresst. Traditionell wurde das im Haushalt mit Hilfe eines Kloßsäckchens und einer Kloßpresse erledigt. Für den Einzelhandel und die Gastronomie übernimmt das heute die Ablig Feinfrost GmbH und vertreibt unter der Marke Heichelheimer Thüringer Kartoffelklöße.

Thüringer Vertrags-Landwirte bauen spezielle Kartoffelsorten an, sogenannte Kloßkartoffeln, die auf Grund der hohen Stärkegehalte ideal zur Herstellung von Thüringer Klößen geeignet sind. „Durch das starke Auspressen wird den Kartoffeln viel Wasser entzogen“ erläutert Torsten Langbein, Vertriebsleiter der Ablig Feinfrost, „somit können

die Thüringer Klöße sehr viel Soße aufnehmen“. Und das ist gewünscht, denn auch in Thüringen ist der Kloß die klassische Begleitung zu deftigen Fleischgerichten am Sonntag. Der kursierende Spruch „Ein Sonntag ohne Klöße verliere viel von seiner Größe“ hat in diesem Landstrich nichts von seiner Bedeutung verloren.

Zwar stehen auch im Sommer oft traditionelle Gerichte mit Thüringer Klößen auf den Speisekarten der Gastronomie, so Torsten Langbein, doch die Hauptsaison für Klöße beginnt hier mit der Martinsgans und reicht bis in die Osterzeit. Für die Gastronomie und Gemeinschaftsverpflegung sind tiefgekühlte Thüringer Klöße die zeitsparende Variante. Der in Thüringen üblichen Praxis, Kloßscheiben gebraten zu servieren, kommt Ablig nun sogar mit Kloßpommes entgegen – bereits geschnittene Kloßstifte, die nach einem Besuch in der Fritteuse goldgelb knusprig serviert werden.

LAWVA

Schnell zum Alpenschmaus!

Mit unseren gefüllten Germknödeln, Kaiserschmarrn und Pfannkuchen bringen Sie schnell und unkompliziert alpenländischen Genuss auf den Tisch. Eine perfekte Basis für individuelle Verfeinerungen ganz nach Ihrem Geschmack. So gut wie hausgemacht!

LAWVA Hefeknödelspezialitäten GmbH
09526 Olbernhau/Sachsen • www.lawa-frische.de

Rezeptidee Spinatknödel Orient



Foto: Burgis

Für das Burgis-Rezept Spinatknödel Orient benötigen Sie folgende Zutaten (10 Personen):

- 20 Burgis Spinatknödel (pro Person 2 Knödel)
- 5 Orangen
- 500 g Cocktailtomaten
- 5 rote Zwiebeln (grob gewürfelt)
- 4 Stauden Baby Mangold
- 1 Zehe Knoblauch
- 500 ml Orangensaft
- 120 g Mandeln (geschält)
- 1 kg Hokkaidokürbis
- 2 Mangos (gewürfelt)
- Zimt, Kardamom, Kreuzkümmel, Nelke, Salz, Honig und Pfeffer
- Kartoffelstärke nach Bedarf
- etwas Joghurt und frische Minze zum Garnieren

Zubereitung:

Orangen filetieren, das restliche Obst und Gemüse in grobe Stücke schneiden. Alles zusammen mit den Gewürzen und dem Orangensaft für 30 Min. bei 180 °C schmoren. Leicht gesalzenes Wasser zum Kochen bringen und die Burgis Spinatknödel für mind. 15 Min. im geschlossenen Topf köcheln lassen. Anschließend den Orangen-Gemüsesud mit etwas Stärke abbinden. Die Spinatknödel mit dem orientalischen Gemüse anrichten und mit Joghurt und etwas frischer Minze garnieren. Tipp: Für die, die es heiß mögen, bringen Ingwer und Chili die passende Schärfe ins Gericht.

Das Kanne Café im Klinikum Friedrichshafen lädt zum gemütlichen Plausch im Bodensee-Flair ein - Krankenhaus-Atmosphäre weit gefehlt! Fotos: Compass Group/Kanne Café



KANNE CAFÉ & COMPASS GROUP

Mit allen Sinnen genießen

Mit dem Erwerb der Kanne Café im Frühjahr 2018 möchte die Compass Group ihre Strategie, moderne Kaffeebarkonzepte in Krankenhäusern und Kliniken zu etablieren, weiter vorantreiben – und Gästen damit eine neue Cafeteria-Kultur wie im öffentlichen Sektor nahebringen.

Im Kamin knistert ein Feuer, Pendelleuchten in minimalistischem Design schaffen mit gedämpftem Licht entspannte Stimmung. Die Gäste genießen im Hochlehner sitzend ihre Kaffeespezialität und lassen den Blick auf ein Wandpanorama mit Segelregatta auf dem Bodensee schweifen – so ungezwungen entspannt wie in einem trendigen Coffeeshop kann ein Cafébesuch auch in einem Krankenhaus sein. „Hinsichtlich des Verpflegungsangebotes im Healthcare-Bereich hat in den vergangenen Jahren ein starkes Umdenken stattgefunden. Verstaubte Konzepte funktionieren nicht mehr, stattdessen orientiert man sich auch hier inzwischen sehr an der erfolgreichen öffentlichen Gastronomie“, erklärt Carsten Bick, Geschäftsführer der Compass Group Deutschland, den Wandel.

Starkes Joint Venture

Bick möchte für Patienten ebenso wie für Besucher Wohlmomente schaffen. „Uns ist wichtig, den Gästen einen Ort anzubieten, an den sie sich zurückziehen können, um eine Zeit lang alle Sorgen rund um die Krankheit aus dem Sinn zu bekommen.“ Zu diesem Zweck hatte die Compass Group bereits Anfang des Jahres Kanne Café aus Dersum bei Papenburg erworben. Deren moderne Cafés reihen sich perfekt in das bestehende Service- und Markenportfolio des Marktführers für Betriebsgastronomie ein. „Mit Kanne Café haben wir uns einen starken Partner ins Boot geholt, der Marktführer im Bereich Café und Bistros in Krankenhäusern ist. Gemeinsam mit unserem Know-how als Caterer in der deutschen Betriebsgastronomie wollen wir nun in den nächsten Jahren die modernen Kaffeebarkonzepte in Krankenhäusern weiterentwickeln und vorantreiben.“ Erst im Juni 2018 wurde im

Universitätsklinikum Magdeburg eine neue Cafeteria unter dem Markendach Kanne Café eröffnet. Der Vorstand des Klinikums hatte einen Partner für die Gastronomie gesucht, der viel Erfahrung mit modernen Konzepten auf diesem Gebiet mitbringt. Seit Mitte März wurde das Foyer zu einem modernen einladenden „Come In“ mit Cafeteria, Shop, Lounge sowie einer Spielecke umgestaltet. „Das Team von Kanne Café hat eine wunderbare Cafeteria geschaffen. Hier werden die Erwartungen an eine moderne Versorgung von Gästen und Patienten durch hohe Standards übertroffen“, lobt Dr. Kerstin Stachel, die Kaufmännische Direktorin des

Universitätsklinikums Magdeburg. „Wir wollten einen Platz schaffen, der als Dreh- und Angelpunkt unserer kulinarischen Versorgungen dienen kann. Das ist wunderbar gelungen.“

Wohlfühl-Konzept

Die Kanne Cafés, die allesamt öffentlich zugänglich sind, folgen dem „Konzept der Sinne“ – dabei bilden die angebotenen Speisen und Getränke, der Service sowie das Ambiente eine Einheit, die Wohlbefinden ermöglichen soll. Der Gast steht im Mittelpunkt und soll getreu dem Motto „Wir leben Service“ ein besonderes Erleb-

nis abseits des Krankenhausalltags erfahren. „Deshalb erhalten unsere Mitarbeiter regelmäßig Schulungen. Auch diese sollen sich schließlich rundum wohlfühlen und ihr Befinden nach außen an die Gäste durch ihre besondere Dienstleistung weiterreichen“, so Bick. Ob süße Leckereien wie hausgemachte Blechkuchen, Donuts oder Muffins, Herzhaftes wie belegte Ciabattas oder kalte und warme Getränke – alle Speisen können entspannt vor Ort verzehrt oder mitgenommen werden. Neben klassischen Kaffeespezialitäten wie Cappuccino und Milchkaffee erfreuen sich vor allem die Eisspezialitäten von Kanne-Partner Giovanni L. – Gelato de Luxe, insbesondere auch die Geschmackssorten Lemon Cheesecake, Blueberry Muffin und Salted Coffee Crunch, großer Beliebtheit. An mittlerweile mehr als zehn Standorten kooperiert Kanne Café mit der Eis-Manufaktur, die 2014 zum zweiten Mal für die „weltbesten Eiscremes“ ausgezeichnet wurde.

Harmonie pur

Im Bereich des Gastraumes und dem Verkauf setzt das Kanne-Konzept auf einem modernen Lounge-Charakter durch eine Mischung aus warmen Farben, dezentem Licht und wertigem Mobiliar aus natürlichen Materialien wie Holz, Stein und Glas. „Neubauten oder ältere Strukturen, direkt im Eingangsbereich oder in einer versteckteren Lage positioniert – das Kanne-Café-Konzept legt zwar bestimmte Standards fest, jedes Café selbst ist aber in seiner jeweiligen Umgebung ein Unikat

und auf die speziellen Bedürfnisse vor Ort ausgerichtet“, so Bick. Dafür setzt die Compass Group auf die Kompetenzen von Hermann Kanne, der sein 30-jähriges Know-how als Investor, Planer und Einrichter von Kaffeebars mit seinem Unternehmen Kanne Immobilien einbringt und weiterentwickeln möchte. „Es ist ein wesentliches Element, den Gründer und früheren Inhaber für uns gewonnen zu haben und den Markt weiterhin gemeinschaftlich zu bearbeiten“, betont Bick. (gio)

Kanne Café vs. Caffè Dallucci

Die Compass Group hat den Kaffeebar-Markt bereits vor dem Erwerb von Kanne Café mit ihrem Konzept Caffè Dallucci bedient. Im Gegensatz zu Kanne Café folgt dieses jedoch einem italienischen Kaffeebarkonzept mit Fokus auf den Kaffee und somit schmalere Sortimentsangebot. Mit heute 55 Standorten kommt es vor allem im Business- und Industrie-Bereich zum Einsatz, teilweise auch in Healthcare-Einrichtungen.

Kanne Café basiert auf einem traditionellen, aber modern interpretierten Cafeteria-Konzept, das ein breiteres Verpflegungssortiment und einen größeren Retail-Shop inkludiert. Es wird ausschließlich im Healthcare-Bereich eingesetzt.



Wie in einem modernen Coffeeshop bestellen die Gäste ihre Getränke und Speisen einfach an der Theke.

Schaerer feiert 25-jähriges Jubiläum



Foto: Schaerer

Die deutsche Tochtergesellschaft des international tätigen Schweizer Kaffeemaschinenherstellers Schaerer feiert in diesem Jahr ihr 25-jähriges Firmenjubiläum. Seit der Gründung im Jahr 1993 hat Schaerer mit Sitz in Lonsee-Ursprung mit einer jährlichen Wachstumsrate von durchschnittlich 7 % eine sehr gute Entwicklung hingelegt. Neben dem kontinuierlichen Ausbau des Geschäfts in der klassischen Hotellerie/Gastronomie sieht Hansjörg Marti insbesondere in den Segmenten Vending und OCS (Office Coffee Service) weiterhin großes Entwicklungspotenzial im deutschen sowie österreichischen Markt. „In beiden Ländern vertreiben wir unsere Kaffeemaschinen über Partner und konnten unser Netz in den letzten fünf Jahren von 90 auf 120 Händler ausbauen – viele der neuen Partner sind dabei Operator bzw. in der Vending-Branche tätig.“

Zu den Stationen zählten die Hoteres in Japan, die Hotelex in China, die Specialty Coffee Expo in Seattle und die Vietnam Café Show in Ho-Chi-Minh-Stadt. Und es stehen noch zwei weitere Stopps an: die World of Coffee in Amsterdam und die PIR Expo in Moskau. Bei jedem Halt informierte Perger in Vorträgen über die Bedeutung automatischer Kaffeemaschinen für Barbesitzer und Baristas. In praktischen Workshops verdeutlichte er zudem, was die Maschinen leisten können und stellte den Zuschauern auf diese Weise die neueste Maschine auf persönliche Art und Weise vor.

Ein Kontinent, viele Reaktionen

Die Roadshow reiste lange Zeit durch Asien und die Reaktionen auf die c'2 Cameo fielen dabei unterschiedlich aus. Das Publikum in Japan begeisterte der Super-Automatisierung sehr offen und nahm die in sich logische Technologie als etwas wahr, worüber man nicht lange nachdenken muss. Diese Einschätzung wurde von vornehmlich vietnamesischen Tourismusbetreibern und Hotelketten geteilt. Sie sehen sich mit Problemen konfrontiert, sachkundiges Personal für die pro-

fessionelle Kaffeezubereitung ausbilden und beschäftigen zu können. Da in Japan aber bereits jetzt ein hohes Level an Automatisierung herrscht und die Einwohner eine große kulturelle Vorliebe für Kaffee haben, interessierte sich das Publikum auch sehr für die menschliche Seite hinter

dem Kaffee. Die c'2 Cameo zeigte, dass sie diese beiden Welten miteinander kombinieren kann: Zum einen produziert sie hochklassigen Kaffee auf Knopfdruck, zum anderen entlastet sie Baristas bei ihrer Arbeit, die sich dadurch mehr auf die Interaktion mit den Kunden und den Ser-

vice konzentrieren können. In China war wiederum klar, dass das Land großen Stolz für eigene florierende Kaffeespezialitäten-Industrie empfindet. Daher herrschten zu Beginn noch vereinzelt Zweifel daran, ob eine super-automatische Maschine wirklich gute Qualität liefern kann. Doch die Cameo überzeugte das begeisterte Publikum in einem rasant wachsenden Markt schnell von ihrem Können.

Der globale Trend

Trends unterscheiden sich von Land zu Land, aber eine Botschaft war klar und bei jedem Event dieselbe: Die Menschen wünschen sich ein Zusammenspiel aus Geschmack und Textur. Sie möchten eine Maschine, die wunderbar aussieht und dabei auch sonst alles bietet: Qualität, Geschwindigkeit und Konstanz – bei jeder Tasse. Sie wollen also die ideale Maschine und die c'2 Cameo zeigte, dass sie diesen hohen Ansprüchen gerecht werden kann – sowohl für große Ketten und Büros als auch für Kaffeebars.

Der nächste Stopp der Roadshow ist die „World of Coffee 2019 in Amsterdam. Weitere Infos unter www.eversys.com

Globetrotter Kaffeemaschine

Im Rahmen der Cameo-Roadshow von Eversys ist Star-Barista Matt Perger mit dem Vertriebsteam von Eversys und der Espresso-Maschine c'2 Cameo über 32.000 km um die Welt gereist.



Markenbotschafter Matt Perger zeigt während der Eversys-Roadshow praktische Tipps an der c'2 Cameo. Foto: Eversys