



Thomas Bettcher
Spiegelbild Gemein-
schaftsgastronomie

SEITE 2

WWW.CATERING.DE

DIE FACHZEITUNG FÜR FÜHRUNGSKRÄFTE DER GV-BRANCHE

CATERING MANAGEMENT

ISSN 0948 —9479
Forum Zeitschriften- und
Spezialmedien GmbH
86408 Mering, Postfach 1340
PVSt, DPAG, Entgelt bezahlt
B 10289

NR. 03/19
28. JAHRGANG
04. MÄRZ 2019
DEUTSCHLAND € 6,90



Marché international

Gamification als
Instrument der internen
Kommunikation. Seite 7

Speiseöle

Sparsam beim Braten,
aber großzügig bei
Salaten verwenden! Seite 10

Funke Medien

Mut zu Außergewöhnlichem
mit BistroEssART im
neuen Medienhaus. Seite 14

Internorga Spezial

Wir zeigen vorab
die Highlights der
Branchenmesse! Seite 19



KURZMELDUNGEN

TRINKHALME AUS NUDELN

Die Naturkostmesse Biofach in Nürnberg setzt nachwachsende und wiederverwertbare Verpackungen in den Blickpunkt. Die Weltleitmesse für Bio-Lebensmittel zeigt kompostierbare Lebensmittelpapiere oder Trinkhalme aus Nudeln. Es geht aber auch darum, grundsätzlich Verpackungen einzusparen. (dpa)

.....

GEMÜSEPROJEKT

Bonduelle hat die Produktlinie InFlavor Dehydrofrozen-Gemüse offiziell für seine Kunden im Food-Service-Bereich eingeführt. Das meldet die kanadische EnWave Corporation. Bonduelle nutzt als Lizenzpartner die von EnWave entwickelte Strahlungsenergie-Vakuum-Technologie (REV) zur Herstellung seines Tiefkühlgemüseangebotes. (dpa)

.....

HOHE RECYCLINGQUOTE

Mehr als 93 % aller PET-Flaschen finden nach Gebrauch ein neues Einsatzfeld. Das ist das Ergebnis einer aktuellen Studie im Auftrag des Forum PET. Potenzial sehen die Verantwortlichen allerdings im Ausbau des Flasche-zu-Flasche-Recyclings. Nur knapp ein Drittel des recycelten PET-Materials wird zur Herstellung neuer Flaschen verwendet.

ZAHL DES MONATS

Jeder 2. Deutsche

holt sich mehrmals in der Woche unterwegs einen Snack auf die Hand. Dabei ist Herzhaftes beliebter als süße Speisen. Männer ziehen warme Snacks vor, Frauen greifen lieber zu etwas Kaltem. (dpa)



Die Köche-Nationalmannschaften unter anderem aus Japan, Kanada, Schweden, Tschechien, Dänemark, Österreich, Schweiz und USA kamen zur Auslosung nach Stuttgart. Foto: Landesmesse Stuttgart GmbH

STARTSCHUSS FÜR DIE OLYMPIADE

Mit der Gruppenauslosung am 14. Februar eröffneten der Verband der Köche Deutschlands (VKD) und die Messe Stuttgart die Wettkampfsaison für die 25. IKA/Olympiade der Köche (14. bis 19. Februar 2020). Im Neuen Schloss in Stuttgart losten die Kunstturner und Olympioniken Fabian Hambüchen sowie Tabea Alt die Wettkampftage der Kochteams aus. Die älteste und größte internationale Kochkundaustellung findet im Rahmen der Intergastra, Leitmesse für Hotellerie und Gastronomie (15. bis 19. Februar 2020), statt. Vier Tage lang werden internationale Kochteams auf der Messe um den Sieg kämpfen. Besucher haben die Möglichkeit, beim Live-Kochen zuzuschauen und Gerichte aus aller Welt auf höchstem Niveau zu genießen.

Die IKA/Olympiade der Köche gibt am 14. Februar den Startschuss für das Olympiajahr 2020 auf der Intergastra. Getreu dem olympischen Messe-Motto #dabeiseinistalles treten rund 2.000 Köchinnen, Köche sowie Pâtissiers aus über 60 Nationen gegeneinander an und setzen von der Landeshauptstadt aus mit ihren Kochkreationen kulinarische Trends.

Damit sich die Teams ausreichend auf die Herausforderung im Februar des nächsten Jahres vorbereiten können, wurden jetzt die Einsatztage der 32 National- und 24 Jugendnationalmannschaften bestimmt. „Es freut uns, dass Teamvertreter aus Japan, Kanada, Schweden, Tschechien, Dänemark, Österreich, der Schweiz und den USA vor Ort waren. Sie wollten live dabei sein und sofort erfahren, an welchen Wettkampftagen sie antreten“, erklärt Daniel Schade, Vize-Präsident des VKD. Auch der Geschäftsführer der Messe Stuttgart, Ulrich Kromer von Baerle, sieht der IKA/Olympiade der Köche in Stuttgart erwartungsvoll entgegen: „Die Intergastra bildet mit ihrer strukturierten Hallenaufteilung und der außerordentlichen Bandbreite an Ausstellern aus Hotellerie und Gastronomie die ganze Welt der Gastlichkeit ab. Die IKA profitiert von diesem Fundament und wir profitieren von ihrer Internationalität.“

Prominente Unterstützung erhielten der VKD und die Messe Stuttgart von den beiden Losfeen und Olympioniken Tabea Alt sowie Fabian Hambüchen. „Es war für uns eine Ehre, hier zu sein. Wir kennen die Aufregung vor

den Wettkämpfen und fiebern jetzt schon mit den Teams mit“, weiß der Olympiasieger Fabian Hambüchen. Ausgelost wurden die Tage für das Restaurant of Nations (Nationalmannschaften, abends, Jugendnationalmannschaften, mittags) und das Restaurant of Community Catering (Gemeinschaftsverpflegung, mittags). Alle weiteren Wettkampftage für die einzelnen Teams ergaben sich dadurch automatisch. Die teilnehmenden Teams gliedern sich in Nationalmannschaften, Jugendnationalmannschaften, Regionalmannschaften, Teams der Gemeinschaftsverpflegung und Einzelaussteller auf.

Die IKA/Olympiade der Köche findet 2020 zum ersten Mal im Rahmen der Intergastra in Stuttgart statt. Köche und Pâtissiers treten dabei gegeneinander an und zeigen ihre Kochkreationen. Im fairen Wettstreit entstehen in diesem Rahmen seit 100 Jahren neue kulinarische Trends. Der Verband der Köche Deutschlands e.V. veranstaltet den internationalen Teamwettstreit im kommenden Jahr bereits in seiner 25. Auflage.

www.olympiade-der-koeche.com



EDITORIAL



Maxi Scherer, Chefredakteurin

It's Coffee-Time!

Wer etwas in der Gemeinschaftsgastronomie anbietet, wird heute mit Spezialisten verglichen. Dies gilt für Foodtrends genauso wie für die Kaffee-Ecke: Wertschätzung beginnt bei der Auswahl des Heißgetränks (es muss nicht Kaffee sein) und endet im Lounge-Sessel. Gut ist, dass es auch hier Spezialisten gibt, die sich auskennen und Gemeinschaftsverpflegern Lösungen an die Hand geben. Kompetenzen lassen sich auch zukaufen, ob im Bistro oder beim Office Coffee Service. Egal, welchen Weg man wählt, richtig dürfte der Satz unseres Interviewpartners auf Seite 2 sein: „Neue Angebote gelingen meist dann, wenn Menschen mit Leidenschaft dahinterstehen.“ Gute Leute und engagierte Personalführung sind fürs Gelingen notwendig. Für die Suche nach der richtigen Kaffee-Lösung in der Gemeinschaftsverpflegung bietet übrigens nicht nur die Branchenmesse Internorga einen breiten Einblick, sondern auch die Messe EuVend & Coffeena, die im Mai in Köln stattfindet (siehe Seite 16).

Herzlichst, Ihre

Maxi Scherer

Zukunft für Eiweißpflanzen



Blaue Süßlupine. Foto: UFOP e.V./Dietrich Habbe

Nur rund 1,5 % beträgt die Anbaufläche in Deutschland für heimische Körnerleguminosen wie Körnererbsen, Ackerbohnen, Süßlupinen oder Sojabohnen derzeit. Das sollte sich nach Ansicht der Union zur Förderung von Oel- und Proteinpflanzen e.V. (UFOP) ändern.

Wegen ihrer Fähigkeit zur Stickstoffbindung sind Körnerleguminosen ein wichtiger Baustein in der Fruchtfolge und daher für Landwirte interessant. Experten sehen aber vor allem ein großes Potenzial für Lebensmittel, denn Proteine aus Hülsenfrüchten sind eine gute Alternative zu tierischem Eiweiß. Entsprechende Mehle, Konzentrate und Isolate finden Einsatz beispielsweise in Suppen, Cremes, Eierspeisen, Backwaren, Nudeln, Getränken oder Joghurt.

Endlich Spargelzeit

www.sander-gruppe.com/spargel



Saisonale Produkte rund um
weißen und grünen Spargel

Sous-vide-gegarnte Menü-
komponenten von hoher Qualität

Pürrierter Spargel für den
Genuss in vertrauter Form

FRISCHE
MANUFAKTUR
SEIT 1974

IN DIESER AUSGABE

- Seite 4
Alles, was Recht ist
- Seite 9
Spargel
- Seite 12
Fleisch
- Seite 13
Gruß aus der Küche
- Seite 17
Seminare & Veranstaltungen
- Seite 32
Outdoor
- Seite 35
Branchenführer/Impressum

Neuer Schwung für 5 am Tag



Foto: BMEL

Vertreterinnen des Vereins 5 am Tag stellten im Januar gemeinsam mit Bundesernährungsministerin Julia Klöckner die neue EU-geförderte Kampagne „Snack 5“ vor. Ziel der Kampagne ist, Obst und Gemüse als den besseren Snack zu verankern.

Das Projekt ist mit einem Budget von rund 3 Mio. Euro ausgestattet und wird vom 5-am-Tag-Verein sowie dem österreichischen AgrarMarkt Austria getragen. Über einen Zeitraum von drei Jahren soll die Kampagne mit einer Vielzahl von Aktivitäten für den stärkeren Verzehr von Obst und Gemüse als Zwischenmahlzeit werben. Jährlich sollen sich allein in Deutschland je rund 400 Schulen und Betriebe beteiligen.

Apetito-App auf Bildungsmesse didacta



Foto: Apetito, Rheine

Mit ScApp hat Verpflegungsanbieter Apetito eine App für Schulen entwickelt, die die Kommunikation rund um den Schulalltag bündelt. Vertretungspläne, Speisepläne, Elternsprech-tage, Stundenpläne oder wichtige Neuigkeiten können hier übersichtlich für Lehrer, Schüler und Eltern geteilt werden. Die App soll mehr Schüler auf das Mittagsangebot aufmerksam machen. Außerdem stellt Apetito mit „Free From für Kids“ ein glutenfreies Tiefkühl-Angebot speziell für Kita- und Grundschul-kinder vor, die sich glutenfrei ernähren müssen. Apetito präsentiert sich mit dem Angebot unter anderem auf der Bildungsmesse didacta.

Prämierte Kochschmiede bei Sodexo



Dieter Gitzen, Sodexo & Nathanael Felix Echavarria. Foto: Sodexo

Sodexo wurde mit seinem Bildungskonzept Kochschmiede in der Kategorie „Corporate“ zum „Caterer des Jahres 2018“ gekürt. Mit der Kochschmiede will Sodexo dem Fachkräftemangel von innen heraus entgegenwirken. Erstmals wurden innerhalb von 15 Monaten ehemalige Küchenhilfen zu zertifizierten Köchen ausgebildet und im Januar in die Berufswelt entlassen.

Das Unternehmen kooperiert dabei mit dem gastronomischen Bildungszentrum der Industrie- und Handelskammer Koblenz und der Academy des Institute of Culinary Art. Von 15 Teilnehmenden haben zwölf die Weiterbildung erfolgreich beendet, die verbleibenden drei treten noch in diesem Jahr zur Nachprüfung an. Das Programm liegt damit deutlich unter der bundesweiten Abbrecherquote von knapp 50 % bei Kochausbildungen.

Mit seinem deutschlandweit einzigartigen Konzept sieht sich Sodexo in seiner Bestre-bung gestärkt, Küchenhilfen eine Zukunftsperspektive zu geben und Talente innerhalb des Unternehmens zu fördern.



Foto: SODA-Gruppe

Herr Bettcher, was passiert gerade in der gastronomischen Sparte Gemeinschaftsverpflegung?

Die öffentliche Gastronomie entwickelt sich momentan rasant. Ein neues gastronomisches Angebot, das so erfolgreich ist wie beispielsweise l'Osteria, macht etwas mit den Menschen. Die treffen dort auf eine neue Atmosphäre, ein andersartiges Ambiente, kombiniert mit anderen Qualitäten und anderen Serviceformaten. Dieses Erleben bringen sie mit in den Betrieb oder die

Gemeinschaftsverpflegung als Spiegelbild der Gesellschaft

Erst die Küche planen und dann überlegen, was gekocht wird – das war einmal. Bei der SODA™-Gruppe, einem Verbund aus drei Beratungsbüros in Bochum, Fürth und Schrobenhausen mit insgesamt 80 Mitarbeitern, geht man seit langem andersherum an die Entwicklung von Verpflegungssituationen im Außer-Haus-Markt. Erst wird ein Foodkonzept entwickelt, und dann übernehmen Fachplaner und Innenarchitekten die fachliche Umsetzung der Ideen. Mit diesem Vorgehen gilt SODA als eine der ersten Adressen für Konzeptentwicklung im gesamten Außer-Haus-Markt, von der öffentlichen Gastronomie und Hotellerie über die Gemeinschaftsverpflegung bis zu den Schnittstellen in den Handel. Hierzu zählen Kunden aus der Systemgastronomie wie Starbucks und Marché Mövenpick. In der Gemeinschaftsverpflegung wurden Benchmark-Projekte wie Arabeska in München oder die radikale Frischeküche bei der Brainlab AG von dem Büro begleitet.

Einer der Impulsgeber in der SODA-Gruppe ist Thomas Bettcher, Gesellschafter und Prokurist bei SODA in Bochum. Seit vielen Jahren hat sich der studierte Betriebswirtschaftler auf Gastronomieberatung spezialisiert. Mit CATERING MANAGEMENT sprach er über heutige Maßstäbe in der Gemeinschaftsverpflegung.

Campusgastronomie. Die Einstellung zu Ernährung, zu Essen und zu Qualitäten wird also nicht in der Kantine geprägt, sie kommt aus den Erfahrungen in der Freizeit. Unsere Gäste sind damit nicht solitär zu betrachten, sondern die Gemeinschaftsverpflegung spiegelt unsere Gesellschaft.

Wir glauben, dass sich dadurch auch das Qualitätsverständnis verändert hat und anspruchsvoller geworden ist, Essen hat endlich eine andere Bedeutung erhalten. Und das führt dazu, dass sich

die Gemeinschaftsverpflegung ausdifferenziert und mehr Profil erlangt.

Auf welche richtungsweisenden Trends sollte die GV eingehen?

Die öffentliche Gastronomie kann sich einfach spezialisieren und damit bestimmte Gästezielgruppen erreichen. In Unternehmen besteht dagegen in der Regel eine heterogene Gästestruktur. Die Gemeinschaftsverpflegung hat die Herausforderung, jeden Tag den gleichen Gästen Abwechslung und Viel-

falt auf hohem Niveau zu bieten. Deshalb sollte man sehr wohl abwägen, welcher Trend zu mir und meinen Gästen passt, damit es auch authentisch bleibt und operativ umsetzbar ist. Man sollte einfach damit vorsichtig sein.

Die meisten gastronomischen Trend-Angebote in der öffentlichen Gastronomie sind heute weit entwickelt und werden mit hoher Authentizität dargeboten. Wenn ich so etwas in der Gemeinschaftsverpflegung anbiete, werde ich mit den Spezialisten verglichen. Man muss sich die Frage stellen: Was traue ich mir zu, über welches Rezeptwissen und welche Kompetenzen verfüge ich, um einen geeigneten Trend authentisch umsetzen zu können. Nicht jeder Trend im Markt ist adaptierbar. Hinzu kommt: die Köpfe und Hände, die das umsetzen, sind entscheidend: Neue Angebote gelingen meistens dann, wenn Menschen mit Leidenschaft dahinterstehen.

Alternativ lassen sich Kompetenzen zu-kaufen, beispielsweise ein Coffee-Corner oder ein Bistro-Modul von einem bekannten Spezialisten. Das führt zu Wertschätzung und Kompetenzsteigerung des Gesamtangebotes. Natürlich gibt es Mega-Trends, die auf grundlegende Bedürfnisse eingehen. Gesunde Ernährung ist heute kein Geheimtipp mehr, die wird in der Gemeinschaftsverpflegung von den Mitarbeitern erwartet. Nicht mehr Kür, sondern Pflicht. Selbst in produzierenden Betrieben, den so genannten Blue-Collar-Berufen, liegt der vegetarische Anteil bei 20 bis 25 Prozent. Die sind nicht alle Vegetarier, aber was schmeckt, schmeckt.

Hat die GV nicht auch Hebelwirkung bei bestimmten Themen?

Die GV ist in manchen Bereichen Trendsetter. Viele Themen, die heute im öffentlichen Bewusstsein erst aufkommen, werden von Betreibern in der GV schon selbstverständlich umgesetzt. Der Verzicht auf Thunfisch ist so ein Beispiel. Ich finde es beeindruckend, wenn große Anbieter wie Innogy ihn vollkommen aus dem Angebot verbannen, weil es sich um eine bedrohte Tierart handelt. Die Gemeinschaftsverpflegung hat mit ihrer Mengenumsetzung tatsächlich einen größeren Hebel als die öffentliche Gastronomie.



Brainlab in München

PERSONALIA



Adel Tawil (40), Präsident der ZNS Hannelore Kohl Stiftung, ist Schirmherr des BGN-Integrationspreises 2019. Tawil begrüßt das Engagement der Berufsgenossenschaft Nahrungsmittel und Gastgewerbe, Menschen mit Behinderung in das Arbeitsleben zu integrieren.



Marco Christ (31), Geschäftsführender Gesellschafter der Christ Party & Catering GmbH in Dillingen, wurde in den Vorstand des Europäischen Event-Catering-Verbandes (EPCAS) gewählt.



Jutta Griess (65) ist neue Vorsitzende des DEHOGA Bezirksverbandes Oberbayern. Sie löst damit Franz Bergmüller ab, der sich nach zwölf Jahren von der aktiven Verbands-politik verabschiedete.



Markus Gruber (37) wurde zum 1. Januar 2019 als COO in die Geschäftsführung der Delegate Technology GmbH aufgenommen. Er wird das Unternehmen gemeinsam mit Geschäftsführer Martin Knopp (47) leiten.



Mit **Jens Kulke (44)** hat die Eloma GmbH am Produktionsstandort Bad Gottleuba-Berggießhübel einen neuen Geschäftsleiter Produktion & Logistik.



Robert Schambach (36) verstärkt seit 1. Februar 2019 als Chief Operating Officer (COO) das Management-Team des Online-Food-Delivery-Dienstes getnow. Schambach betreut den Bereich Operational Excellence sowie die Skalierung neuer Standorte.



Fabian Anzmann (28) besetzt die neu geschaffene Planstelle Digitalisierung beim HKI Industrieverband Haus-, Heiz- und Küchentechnik e. V. in Frankfurt a.M.



Bei Blanco Professional ist **Reinhold Henke (54, li.)** neuer Fachplaner-Betreuer der Geschäftseinheit Catering. **Wolfgang Palesch (55, mi.)** ist zusätzlich zu seiner Aufgabe als Market Director Middle East nun Africa Key Account Manager Global der Geschäftseinheit Catering. **Gérard Sinram (41, re.)** verstärkt als Key Account Manager Germany die Geschäftseinheit Catering.

Beraten Sie Ihre Kunden dahingehend oder kommt das von den Kunden selbst?

Wir beraten nicht aus unserer persönlichen Überzeugung heraus, sondern reagieren auf das, was Menschen heutzutage wichtig ist. Der Genuss ohne Reue steht heute beispielsweise stark im Vordergrund. Wir bitten unsere Kunden, ihre Haltung zu formulieren. Die Betriebsgastronomie ist ein Stück weit auch die Visitenkarte des Unternehmens. Sie soll die Werte des Unternehmens wiedergeben. Es hilft, wenn die Geschäftsleitung dies erkannt hat. Ich finde, die GV darf hier mehr Rückgrat zeigen. Vieles wird in den Küchen gut gemacht, beispielsweise werden Bio-Produkte bezogen oder regional eingekauft. Wir sagen unseren Kunden: Erzählt doch auch euren Gästen davon. Dieses Storytelling kommuniziert Werte und baut Vertrauen auf. In der GV hat man das häufig nicht auf dem Schirm. Es fehlt die Manpower und oft auch die Kompetenz, um die Kommunikations- und Marketingmaßnahmen umzusetzen.

Wie lässt sich das Dilemma der knappen Ressourcen lösen?

Digitale Möglichkeiten spielen uns da in die Hände. Man muss allerdings erst einmal ein Kommunikationskonzept erstellen und gegebenenfalls Dritte mit ins Boot holen, beispielsweise eine Agentur, die ein Profil erstellt und die Rahmenbedingungen schafft. Und dann braucht man effiziente Lösungen. Die sind im Bereich digitaler Kommunikationssysteme zu finden. Wenn das einmal steht, sind die Inhalte mit wenig Aufwand zu füllen. Wichtig ist aber, in-nezuhalten und zu überlegen, was man überhaupt kommunizieren möchte: Welches sind unsere Werte, wofür stehe ich im Markt und welche Philosophie leben wir in der Küche?

Wie wird sich GV verändern und wie müssen sich die Anbieter darauf einstellen?

Die Menschen werden immer individueller, hinsichtlich ihrer Einstellung zu Ernährung ebenso wie hinsichtlich der Arbeitszeiten. Ein Unternehmen hat zwar mehr Mitarbeiter, aber weniger Essensteilnehmer. Der Gast ist damit für die Gemeinschaftsverpflegung schwieriger zu greifen. Anbieter müssen deshalb mehr Informationen über die Gewohnheiten ihrer Gäste erlangen und auf dieser Basis ihr Angebot formulieren.

Das heißt, das Thema Kommunikationssystem kann man gar nicht hoch genug aufhängen?

Definitiv. Man muss versuchen, über digitale Möglichkeiten Wissen über die Gäste zu erlangen und mit diesem Wissen vorausschauend zu arbeiten, anstatt nur reaktiv auf den Gast zu warten. Mit Convenience, die gerne auch selbstgemacht sein kann, lassen sich beispielsweise Gerichte à la minute herstellen – eine gute Lösung für Tage, die ein bisschen unsicher sind hinsichtlich der Nachfrage oder für Essenszeiten außerhalb der Mittagspause.

Ein differenziertes Angebot montags und freitags hört sich trivial an, wird aber ebenfalls noch wenig gemacht, obwohl man weiß, dass an diesen Tagen weniger Gäste kommen. Auch kann man das Essen zum Gast bringen oder To-go-Lösungen anbieten.

Belastende Nachtarbeit

Arbeiten in der Nacht ist eine Belastung für den Körper und kann das Ernährungsverhalten verändern, so das Bundeszentrum für Ernährung. Grund sind körperliche, soziale und kulturelle Einflüsse.

So können Schichtarbeitende häufig nicht gemeinsam mit der Familie essen oder sie lassen durch Stress und fehlenden Hunger Mahlzeiten aus. Studien zeigen, dass Nachtarbeitende häufiger mehrere und auch kleinere Mahlzeiten über den Tag verteilt essen als Personen, die nachts nicht arbeiten.

Das geänderte Gästeverhalten betrifft also den gesamten Küchenprozess ...

Verschiedenste Bereiche der Küche sind betroffen: Die Entwicklung geht in die Richtung einer modulareren Küche, in der sich aus einer Basis verschiedenste Gerichte ausformulieren lassen: z.B. mit und ohne Fleisch auf Basis desselben Gerichts. Die Planung und Ausführung der Küche muss dafür differenzierter angelegt sein. Verstehen Sie mich nicht falsch: Das Basissortiment bleibt stoßzeitenorientiert. Die meisten Menschen gehen nach wie vor um 12 Uhr zum Mittagessen, weil sie eine Struktur im Tagesablauf brauchen. Aber diese Struktur verwässert zunehmend. Deshalb müssen wir uns an den 24/7-Öffnungszeiten orientieren, die wir aus der öffentlichen Gastronomie kennen. Ein Unternehmen als kleiner Mikrokosmos unserer Gesellschaft sollte im Rahmen seiner Möglichkeiten versuchen, das nachzubilden.

Das Interview führte Maxi Scherer



Arabeska im Arabellapark, betrieben von Leonardi

ZUKUNFT GV-Management

Gleich
mitbuchen:
Gin-Tasting
am Vorabend

Netzwerksymposium für Fach- und Führungskräfte
in der Gemeinschaftsverpflegung

16. April 2019 in Augsburg

SPONSOR



THEMA

Gemeinschaftsverpflegung quo vadis? Wo liegen die Herausforderungen und Hürden auf dem Weg zu einem guten und zukunftsfähigen Angebot in der Gemeinschaftsgastronomie? Und wie lassen sich unsere Geschäfte zu wirtschaftlichem Erfolg lenken? Diese Fragen werden wir auf unserem Netzwerksymposium erörtern.

KONDITIONEN

Preis: 390,- EUR

Abonnenten von CATERING MANAGEMENT zahlen nur 355,- EUR (zzgl. 19 % MwSt.) für die Teilnahme. (Jeder weitere Teilnehmer desselben Unternehmens erhält bei gemeinsamer Anmeldung 10 % Ermäßigung.) **Gin-Tasting am Vorabend für alle Teilnehmer: 45,- EUR** (zzgl. 19 % MwSt.) optional zubuchbar.

AGENDA



Markus Koll



Konrad Geiger



Andreas von Czapiewski



Daniel Vollmer

- 9.00 Uhr** Beginn der Veranstaltung
- 9.05 Uhr** Mittagstisch als Marke
Referent: Markus Koll, Geschäftsführer der Kaimug GmbH
- 9.55 Uhr** Kreislauf statt Farm to Fork: Nachhaltigkeit in der Praxis
Referent: Konrad Geiger, Bio-Kontor 7 GmbH & Co. KG
- 10.35 Uhr** Kaffeepause
- 11.00 Uhr** Digitalisierung im Beschaffungsmanagement
Referent: Andreas von Czapiewski, Geschäftsführer sellysolutions GmbH
- 11.45 Uhr** Digitalisierung im Hygienemanagement
Referent: Daniel Vollmer, Geschäftsführer Flowtify GmbH
- 12.15 Uhr** Mittagessen im Steigenberger Hotel Drei Mohren
- 13.15 Uhr** Fachkräftemangel in der Hospitality-Branche? Nicht bei guter Führung!
Referent: Götz Braake, W.I.R. gewinnt! GbR und FCSI-Mitglied

- 14.00 Uhr** Effektive Verfahren zur Krisenbewältigung: Maßnahmen für eine zukunftsfähige Restrukturierung
Referent: Dr. Utz Brömmekamp, Geschäftsf. Gesellschafter Buchalik Brömmekamp Unternehmensberatung GmbH
- 14.40 Uhr** Kaffeepause
- 15.10 Uhr** Das Gastrokonzept bei der Allianz Deutschland AG in München
Referent: Egmont Merté ist Verpflegungsleiter bei der Allianz Deutschland AG
- 16.00 Uhr** Podiumsdiskussion: Personalmanagement und Personalsuche in schwierigen Zeiten: Welche Qualifikationen benötigt die Gemeinschaftsverpflegung?
- 16.30 Uhr** Ende der Veranstaltung



Götz Braake



Dr. Utz Brömmekamp



Egmont Merté



Maxi Scherer

CATERING
MANAGEMENT

Netzwerken Sie schon am Vorabend!
Wir treffen uns zum Get-together.

Melden Sie sich zu unserem Gin-Tasting mit Cocktail-Workshop am 15. April 2019 an und netzwerken Sie bereits am Vorabend! Für alkoholfreie Alternativen ist natürlich gesorgt.

Gin
TASTING

Hotel Steigenberger
Drei Mohren, Augsburg

HIER ANMELDEN

Kristina Voss
Veranstaltungsmanagement
Telefon: +49 (0) 8233/381-252
E-Mail: kristina.voss@forum-zeitschriften.de
Oder unter: catering.de/veranstaltungen

Valess Minis
mit neuem Gewicht



Foto: Valess

Valess, die vegetarische Marke von Friesland-Campina, ist nicht nur im Handel stark vertreten, sondern auch in der Gastronomie nicht wegzudenken. Sehr beliebt sind die Valess Minis, beispielsweise als Topping auf Salaten oder als Fingerfood.

Die saftigen Valess Minis mit knuspriger, goldbrauner Panade stehen auch in Schulen und Kitas auf den Speisekarten, etwa als warme Hauptspeise zu Gemüsebeilagen oder Pommes frites. Das Einzelgewicht der Valess Minis wird nun auf Kundenwunsch der Außer-Haus-Gastronomie von 25 g auf 30 g pro Nugget erhöht. Ein Karton enthält damit 50 Nuggets à 30 g.

Snack Saucen in
neuer Verpackung



Foto: Homann

Die vier Homann Snack Saucen Holland Classic Style, Paprika Frischkäse, Joghurt Knoblauch und Sweet & Mustard präsentieren sich mit neuen Namen und im neuen Packaging. Sie sind kalt und warm einsetzbar und sogar backstabil.

Damit eignen sie sich für viele klassische Snacks wie Sandwiches, belegte Brötchen und Baguettes und punkten im Vergleich etwa zu Butter mit handfesten Vorteilen: Sie sind bereits gewürzt, immer streichfähig und in der praktischen Profitube, die auch mit geöffnetem Deckel sicher steht und kleckerfreies Arbeiten ermöglicht.

Saucen gekonnt
in Szene setzen



Foto: Debic

Saucen sind Komponenten, die auf vielfältige, spannende Weise angerichtet werden können. Die neuesten Techniken präsentiert die Premiummarke Debic, die mit Culinaire Original 20 % eine Kochsahne für die Zubereitung hausgemachter feiner Saucen im Angebot hat.

Beim Spiraleffekt wird beispielsweise der Teller auf ein Drehtablett gestellt und die Sauce aus einer Flasche langsam von der Tellermitte bis an den Rand aufgetragen. Ein Gittereffekt entsteht, wenn der Profi einen Kaviarmaker mit Sauce füllt, mittig auf den Teller platziert und die Sauce langsam herauspresst. Extravagant wird es mit dem Explosionseffekt – dabei wird die gewünschte Saucenmenge mit einem Löffel auf den Teller gegeben. Ein leerer Sahnesiphon, gefüllt mit einer Siphonkapsel, wird geladen und damit die Sauce besprüht, bis sie ein wildes Muster bildet.

Weitere Anrichtetechniken sind im Debic Magazin !D zu finden. Es steht auf der Debic-Website www.debic.com/de-de/id39 zum Download zur Verfügung und kann ebenfalls per E-Mail an info.de@debic.com angefordert werden.

SPEISEÖLE

Sparsam beim Braten, großzügig bei Salaten

Wer geschmackvolle Marinaden und köstliche Dressings zaubern will, sollte beim Öl nicht am Geld sparen. Das gilt nach Meinung von Sternekoch Peter Offenhäuser auch für die Gemeinschaftsverpflegung. CATERING MANAGEMENT fragte den Inhaber einer Münchner Kochschule nach seinen Tipps und Empfehlungen für die Auswahl und den richtigen Umgang mit Speiseölen. (Von Sabine Hartleif)



Deutschland ernähren sich aktuell rund 8 Mio. Menschen vegetarisch und 1,3 Mio. vegan. Das ist jeder Zehnte, Tendenz steigend. Bereits 56 % der in Deutschland lebenden Menschen essen bewusst seltener Fleisch und gehören somit zu den sogenannten Flexitariern. Die Gastronomie geht auf die Wünsche der Gäste ein. So zählte der Vegetarierbund Deutschland zu Jahresbeginn 296 komplett vegetarische (+13 % zum Vorjahr) und 122 vegane (+23 %) Restaurants in Deutschland. Vegetarisch-vegane Gerichte gehören heute wie selbstverständlich auf den Essensplan der Gemeinschaftsverpflegung. Die Gäste verzichten immer häufiger auf tierische Kost, wenn ihnen eine attraktive und leckere Alternative angeboten wird.

Deren Kreation fordert einerseits „neue“ Komponenten, andererseits Wissen und Erfahrungen der Köche/Köchinnen. Motivation, sich in einem Lehrgang des Gastronomischen Bildungszentrums Koblenz (GBZ) zu Experten dieser Form der Speisenzubereitung weiterbilden zu lassen. Gewürze nehmen hier eine führende Stellung ein. Fragen an den Dozenten und Küchenmeister Detlev Ueter:

Herr Ueter, was ist bei der Menüplanung zu beachten, wie viel vegan ist erforderlich?

Es muss nicht der ganze Speisenplan umgestaltet werden. Schon mit einzelnen Alternativen/Gerichten bedienen Sie diese Zielgruppe. Allerdings reicht es nicht aus, wenn Sie Fleischkomponenten durch Gemüse oder Tofu etc. ersetzen. Es ist vielmehr erforderlich, auf die Kundenwünsche mit einem zeitgemäßen, fantasiereichen Angebot einzugehen. Hierfür müssen engagierte Köche über grundlegendes Wissen verfügen. In unserem Lehrgang sensibilisieren wir die Teilnehmer für die Thematik, zeigen ihnen neue Produkte, geeignete Gartechniken und trainieren die Kreativität mit Gemüse & Co.

Die vegane Küche ist aufgrund der zusätzlichen Einschränkungen eine etwas größere Herausforderung. Ist sie damit auch kostspieliger?

Viel Gemüse, saisonal eingekauft und variationsreich zubereitet, ist in der Regel kostengünstiger als gutes bzw. Bio-Fleisch. Wichtiger als der direkt spürbare Wareneinsatz ist die Kundenzufriedenheit – und diese steigt dank einer gezielten Angebotserweiterung mit Sicherheit. Im Übrigen lassen sich selbst deutsche Klassiker fleischlos zubereiten. Zum Beispiel Wirsingroulade mit Quinoa gefüllt. Aber mir geht es nicht um den Ersatz, sondern um klare eigenständige Gerichte und Beilagen.

Und dafür setzen Sie besonders gerne „alte“ Gemüsesorten ein?

Ja, z.B. verarbeite ich Pastinaken zu einer Pastinakentarte oder Stilmus gerne zu einem Rahmgemüse mit einer knusprigen Krokette aus Steckrüben. Das Stilmusgemüse wird mit schwarzem Kardamom abgeschmeckt und bekommt dadurch ein leichtes Raucharoma.

Einer der Seminarschwerpunkte umfasst Wildkräuter und Wildgemüse. Nennen Sie uns bitte ein paar Tipps und Einsatzmöglichkeiten.

Brennnesselsuppe mit gebackener Linsentarte, Löwenzahnsalat mit einem pochierten Ei oder Bärlauch als Spinat serviert, indem dieser mit Olivenöl und Cherry-Tomaten angebraten wird. Das sind nur einige Beispiele aus meinem Programm. Auch einfache Gerichte und Beilagen lassen sich mithilfe von Basisgewürzen wie Salz und Pfeffer köstlich gestalten. Diese gibt es in einer ganzen Palette von Variationen mit teils großen Unterschieden. Zum Beispiel das selbst hergestellte Rosmarin-Zitronensalz oder den Bio-Orangenpfeffer; er sorgt für eine fruchtige Note an Ofenkartoffeln oder Grillgemüse. Auch der exotische



Foto: creating-web GmbH

Peter Offenhäuser

Peter Offenhäuser hat schon als Leibkoch des Königs von Saudi-Arabien gekocht; berühmte Persönlichkeiten wie Bill Clinton, Boxlegende Muhammad Ali, Formel-1-Weltmeister Mika Häkkinen, der King of Pop Michael Jackson, Tina Turner und die Rolling Stones sind in den Genuss seiner Kochkünste gekommen. Nach der erfolgreichen Gründung seiner eigenen Kochschule als Forum für Kochkultur und Lebensart in München widmet sich Offenhäuser seit kurzem einem neuen Projekt: Er nutzt die sozialen Netzwerke, um seine Kochleidenschaft sowie das Bewusstsein für gesunde, nachhaltige Ernährung an Interessierte weiterzugeben. Damit trifft er offenbar den Nerv der Zeit – der rege Zuspruch in den sozialen Medien beweist es.

[youtube.com/offenhaeuser](https://www.youtube.com/offenhaeuser)
[facebook.com/offenhaeuser](https://www.facebook.com/offenhaeuser)
[instagram.com/offenhaeuser](https://www.instagram.com/offenhaeuser)

Szechuanpfeffer harmoniert sehr gut zu gebratenem Blumenkohl mit Kurkuma.

Wie wichtig sind Beilagen für eine gesundheitsfördernde Ernährung?

Qualitativ hochwertige, frische Beila-

gen leisten einen wichtigen Beitrag zur Erhaltung der Gesundheit und Leistungsfähigkeit. Damit nehmen sie auch in der Gemeinschaftsverpflegung einen bedeutenden Stellenwert ein. Wichtig sind dabei die attraktive Präsentation und vor allem, dass es richtig gut schmeckt!

Rezept: Muschelnudeln mit Erbsen, Joghurt und Chiliflocken

Zutaten für 12 Personen:

1 kg Conchiglie (Muschelnudeln), 1 kg Erbsen, 1 kg griechischer Joghurt, 300 ml mediterranes Öl, 8 Knoblauchzehen in Scheiben geschnitten, 120 g Pinienkerne oder Cashewkerne, 2 bis 4 Teel. Chiliflocken, 80 g frisches Basilikum, 480 g Fetakäse (am Besten ganz cremiger vom türkischen oder griechischen Gemüsehändler), Salz, Pfeffer, Tomatenchips

Zubereitung:

Die Erbsen blanchieren und im Eiswasser abschrecken. Den Joghurt mit zwei Dritteln des mediterranen Öls, 200 g Erbsen und dem Knoblauch fein pürieren und danach passieren. Die Joghurtsauce in eine große Schüssel füllen. Die Nudeln parallel in reichlich Salzwasser kochen. Nun das restliche Öl mit



Foto: Offenhäuser

den Nusskernen und den Chiliflocken in der Pfanne rösten, bis diese goldbraun sind und die Flüssigkeit rötlich gefärbt ist. Die restlichen Erbsen im Dampf erhitzen. Die Nudeln abgießen und nach und nach mit der Joghurtsauce in der großen Schüssel vermischen. Nicht zu viel auf einmal, sonst gerinnt der Joghurt. Die Erbsen hinzufügen. Mit ordentlich Pfeffer und Salz abschmecken.

Ich benutze hierzu gerne mein Baconsalz. Den Nudelsalat auf Tellern anrichten und den Fetakäse darauf zerbröseln. Nun Basilikum darauf streuen und die Nusskerne mit Öl darübergerben. Mit den Tomatenchips garnieren.

Quelle: Peter Offenhäuser

EU VEND & COFFEENA 2019

Büros sind die Kaffeehäuser von morgen

Office Coffee Service (OCS) ist seit geraumer Zeit in aller Munde und einer der am stärksten wachsenden Märkte der Branche – nicht nur in Deutschland, sondern weltweit. Auf der EuVend & Coffeena 2019 präsentieren Unternehmen neue Lösungen und Einsatzmöglichkeiten des OCS.

Vor dem Hintergrund sich ändernder Arbeitswelten, immer flexibler gestalteten Arbeitszeitmodellen und dem daraus entstehenden fließenden Übergang zwischen Berufs- und Privatleben verändern sich auch die Bedürfnisse von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, aber auch von Kunden eines Unternehmens.



Hansjürg Marti,
Geschäftsführer von Schaeerer
Deutschland über den
derzeitigen OCS-Trend:

„Der Selbstbedienungsmarkt wächst, da der Coffee to go weiterhin im Trend liegt. Die Qualität der Kaffeespezialitäten aus einem Vendingautomaten soll dabei der aus einem Coffee Shop oder einer Kaffeebar in nichts nachstehen. Wir bemerken beispielsweise, dass die Nachfrage seitens der Operatoren nach Vendingkonzepten, die diesen Qualitätsanspruch erfüllen – sprich auf Frischmilch und frisch gemahlene Bohnen setzen – steigt.“

Hinzu kommen neue kollaborative Formen der Zusammenarbeit, die völlig andere Ansprüche an die Gestaltung von Büroräumen hervorrufen/stellen. Ob kreative Projekt Räume, offene Bereiche zur Kommunikation oder auch klassische Lobbybereiche, die Einsatzmöglichkeiten des Office Coffee Service sind vielfältig und tragen zum positiven Erscheinungsbild eines Arbeitgebers bei.

Qualitätsansprüche steigen

Auch auf der EuVend & Coffeena 2019 wird das Thema wieder eine wichtige Rolle spielen und eine Vielzahl der ausstellenden Unternehmen ist sich einig, dass OCS großes Potenzial hat: Der Geschäftsführer und Country Manager für Österreich und die Niederlande der Evoca Germany, Oliver Garn, zählt den OCS-Markt zu einem der am stärksten wachsenden Märkte in Deutschland und erklärt: „OCS wird nicht, sondern ist für Evoca ein wichtiges Thema mit Relevanz, denn eine gute Tasse Kaffee trägt immer zur positiven Stimmung der Mitarbeiter oder auch Kunden bei.“

Tobias Lange, Sales Director von Miko Kaffee, sieht dies ganz ähnlich und betont: „OCS hat heutzutage eine enorme Bedeutung, der Konsument liebt es, seinen hochwertigen Kaffee am Arbeitsplatz zu trinken. Auch in den kommenden Jahren wird der OCS-Markt weiter an Wachstum zulegen. Wir



Fotos: Koelnmesse

sehen sehr große Chancen in diesem Markt.“ Arbeitnehmer erwarten heutzutage allerdings nicht nur zeitgemäße Versorgung mit Heiß- und Kaltgetränken, sondern vor allem auch Qualität im Hinblick auf den Geschmack. Gestützt wird diese Entwicklung durch ein großes Angebotsspektrum: Von der kleinen Table-Top-Kapselmaschine bis zum Kaffeevollautomaten oder Standgerät, vom hygienischen Wasserspender

bis zum Kaltgetränke-Automaten, vom individuellen Wartungs- und Reparaturservice bis zum Rundum-sorglos-Paket ist eine Vielzahl von Angeboten und Leistungen erhältlich, die für jede Unternehmensgröße ein maßgeschneidertes Angebot ermöglicht.

Unabhängig davon, welche Lösung ein Unternehmen bei aller Vielfalt wählt: Die Qualität muss stimmen. Die Auswahl der Getränke, ihre Zubereitung sowie das Design und auch das Material der Geräte – im besten Fall nachhaltig – sind ebenso wichtige Faktoren wie die technische Zuverlässigkeit und Langlebigkeit. Anbieter professioneller OCS-Lösungen wissen das.

Gute Gründe für OCS

Aber warum entscheiden sich (immer mehr) Unternehmen für OCS? Die Vorteile liegen hier klar auf der Hand:

- OCS-Angebote tragen dazu bei, einen Raum zu schaffen, in dem sich Mitarbeiter treffen und austauschen können. Das fördert nicht nur eine angenehme Arbeitsatmosphäre und das Miteinander: Die Mitarbeiter müssen für ihre Kaffeepause das Büro nicht verlassen (etwa, um zum Coffee Shop an der nächsten Ecke zu gehen). Die Folge: eine erhöhte Präsenz am Arbeitsplatz und damit eine gesteigerte Produktivität.

- Apropos Produktivität: Die entspannende und anregende Wirkung gerade von Kaffee führt bei vielen Menschen zu einer verbesserten Leistungsfähigkeit. Die sprichwörtliche gute Tasse Kaffee hilft dabei, sich neu zu sortieren und Aufgaben mit neuer Dynamik anzugehen.

- Last but not least zeigt sich in OCS-Lösungen auch die Wertschätzung gegenüber den eigenen Mitarbeitern: Die Gratis-Versorgung mit Kaffee, Tee, Wasser oder auch Snacks drückt eine Form der Anerkennung aus – mit positiven Auswirkungen auf Einsatzbereitschaft und Betriebsklima.

eu vend & coffeena

KÖLN, 9.–11. MAI 2019

DIE INTERNATIONALE FACHMESSE FÜR VENDING & KAFFEE

ALLES AUF EINEN BLICK:
WWW.EUVEND-COFFEENA.DE

JETZT ONLINE
TICKETS KAUFEN:
EUVEND-COFFEENA.DE/TICKETS
UND 50 % SPAREN

Kuchenmeister: Neue Kooperationen

Kuchenmeister ist Vertriebspartner von Dr. Oetker im Vending-Sektor und deckt mit dem Vitalis Kraftfutter zwei wichtige Bereiche ab: die Themen Funktionalität und Gesundheit. Das Kraftfutter ist eine neue Art, Müsli unterwegs zu genießen. Erhältlich ist es in zwei Geschmacksrichtungen. In Pur und in Schoko. Der Snack hat einen echten Mehrwert, denn er unter-



Foto: Kuchenmeister

stützt eine zeitgemäße eiweißhaltige Ernährung und hilft, Muskeln zu erhalten. Ebenfalls neu vorgestellt wird auf der EuVend das Grafschafter Croissant: lockere, leichte Kuchenmeister-Croissants werden mit 14 g des Original Grafschafter Goldsaft-Zuckerrübensirups gefüllt und mit einer feinen Apfelnote abgerundet.

Halle 9.1,
Stand E060

Tchibo: Konzepte zur SB-Kaffeeversorgung



Foto: Tchibo Coffee Service

Ob für die Verpflegung von 20 Mitarbeitern oder die Gäste eines ganzen Mitarbeiterrestaurants: Der Tchibo Coffee Service präsentiert auf der EuVend hochwertige und renditestarke SB-Kaffeeversorgungen und passende Konzepte – vom Kaffeevollautomaten

über Filterkaffee- und Kapselmaschinen bis hin zum Siebträger. Dazu gehören die starke Markenkraft von Tchibo und renommierte Partner, die unter einem leistungsstarken Dach zusammengeführt werden.

Halle 9.1, Stand C011

Animo: OptiMe



Foto: Animo

Animo stellt das neueste Mitglied der Familie vor: die OptiMe. Mit einer empfohlenen täglichen Ausgabe von bis zu 125 Tassen pro Tag ist die kompakte Maschine vollständig personalisierbar und für kleine sowie mittlere Unternehmen gedacht, die der Kaffeeausgabe ihren persönlichen Stil verleihen möchten.

Die Maschine kann durch verschiedene Materialien, Farben und Add-ons angepasst werden und bietet umfangreiche Optionen für die Seiten- und Rückwände, OptiLight-LED-Beleuchtung, Hintergrund und (kommerzielle) Werbung auf dem Bildschirm sogar während des Brühvorgangs.

OptiMe kann mit einem Frischmilch-Modul mit einer innovativen und zuverlässigen Milchpumpe für viele Espresso-Getränke, einschließlich Cappuccino und Latte Macchiato, ausgestattet werden. Sie ist leise im Gebrauch und liefert innerhalb von Sekunden den perfekten Milchschaum.

Halle 9.1, Stand D027



INTERNORGA-HIGHLIGHTS 2019

Places to be im Überblick

In wenigen Wochen wird Hamburg wieder zum Gastro-Hotspot: Vom 15. bis 19. März 2019 verwandelt sich das Gelände der Hamburg Messe und Congress GmbH in eine über 100.000 m² große Eventfläche für Marktführer und Newcomer, die auf die Top-Entscheider der Branche treffen.

Gastros
SWITZERLAND

Invisible Induction Buffet Solutions
Induct Warm 130+

Vorbei sind die Zeiten, in denen Sie aufwendig Buffets auf-, abbauen und reinigen müssen. Die unsichtbar verbauten Warmhaltesysteme von Gastros lassen sich perfekt an die Innenarchitektur ihrer Speiseausgabe anpassen.

Die Funktionalität des InductWarm 130+ besticht durch den individuellen Einsatz unter Stein, Glas und sogar Holz. Eine sehr gute Alternative zu herkömmlichen Warmhaltesystemen durch den Einsatz von intelligenter Induktion. Durch den Einsatz von Dynamic Power Control (DPC, Intelligente Steuerung der Energiezufuhr) können alle induktionstauglichen Gefäße genutzt werden. Die Induktionstechnik erspart sehr viel Energie, da Sie nur dann Energie verbraucht, wenn sie auch wirklich benötigt wird. Das IW 130+ verfügt über die Möglichkeit zur Fernwartung, so dass der Anwender eine hohe Produktsicherheit bekommt. Zusätzlich verfügt das IW 130+ über frei programmierbare Leistungs- und Temperaturstufen für unterschiedliche Food Konzepte.

15.-19. März 2019,
10-18 Uhr
Besuchen Sie uns in
Halle 4, Stand 510

Gastros Switzerland AG
Buckhauserstrasse 1
CH-8048 Zürich
Schweiz

Tel.: +41 44 545 32 40
Email: info@gastros.swiss
www.gastros.swiss

Handgefertigt: Craft Beer Arena

Während der Trend der Craft Spirits noch recht jung ist, sind handwerklich gebraute Biere inzwischen aus dem Außer-Haus-Markt nicht mehr wegzudenken. Zahlreiche Mikrobrauereien haben ihre Erfolgsgeschichte in der Craft Beer Arena gestartet, die seit vier Jahren eines der absoluten Highlights auf der Internorga ist. 2019 präsentieren rund 30 Brauer aus ganz Europa, darunter renommierte und junge Unternehmen, über 150 kreative Biere und laden zum Fachsimpeln ein.

Halle B4.OG

Heiß: Grill & BBQ Court

Die neuesten Grillgeräte, spannende Aktionen und Vorführungen sowie Austausch und Tastings unter Experten – der beliebte Grill & BBQ Court auf der Internorga findet zum dritten Mal in Kooperation mit dem Grill-Kontor Hamburg statt. Aufgrund der hohen Nachfrage wurde die Fläche im Freigelände sowie in der Halle A2 vergrößert und bietet den Besuchern einen Überblick über die aktuellen Trends im Grill-Segment. Vor Ort präsentieren sich nationale und internationale Anbieter von Küchentechnik und -ausstattung sowie von Pits und Smokern, Kühlräumen und Caterings.

Halle A2 und Freigelände zwischen A2 und A3

Zukunftsträchtig: Pink Cube

Das Trendforum Pink Cube liefert als Diskussionsplattform und Treffpunkt zahlreiche Impulse und Inspirationen.

Karin Tischer, renommierte und europaweit gefragte Trendforscherin und Inhaberin des Forschungs- und Entwicklungsinstituts food & more in Kaarst, stellt spannende Gastro-Konzepte und Neuheiten vor und wirft einen Blick auf die Trends von morgen.

Übergang zwischen B1 und B2 EG

Vergrößert: Craft Spirit Lounge

Nach der erfolgreichen Premiere 2018 geht die Craft Spirit Lounge mit verdoppelter Fläche und 18 Ausstellern erneut an den Start.

Hier können Gastronomen und Hoteliers sich von handgefertigten Spirituosen für ihre Getränkekarte inspirieren lassen – präsentiert und verkostigt werden edle Destillate wie Gin, Whiskey, Rum, Obstbrand, Kümmel oder Wodka.

Halle B4.OG

Trendy: Newcomers Area

Der Place to be für aufstrebende Unternehmen im Außer-Haus-Markt ist die Newcomers Area, in der rund 20 Aussteller das Fachpublikum von ihren Produkten überzeugen können. Vom Rührer in 15 Sekunden über gesunde Zuckeralternativen aus aller Welt, nachhaltig produzierte Arbeitskleidung und das weltweit erste Online-Netzwerk für Imker und Bienenfreunde – im Fokus der Trendschmiede stehen 2019 neuartige, umweltschonende Produktionsverfahren, transparente Lieferketten sowie gesunde Lebensmittel und kreative Gastro-Servicekonzepte.

Halle B4.OG

Neu: Bellavita Expo

Dolce vita im hohen Norden: Die Internorga holt die italienische Fachmesse Bellavita Expo erstmalig nach Deutschland.

Die führende Fachmesse für italienische Food- & Beverage-Produkte außerhalb Italiens präsentiert landestypische Spezialitäten. Unter den Ausstellern finden sich sowohl kleine italienische Manufakturen als auch bekannte Marktführer.

Eingang Süd OG

Digitale Neuheiten des Außer-Haus-Marktes

Digitale Produktlösungen verändern den Außer-Haus-Markt und die Bedürfnisse der Gäste. Um zukunftsfähig zu bleiben, sind Gastronomen gefordert, die digitalen Möglichkeiten für den eigenen Betrieb zu prüfen. Die Internorga 2019 bündelt alle Neuheiten in diesen Bereichen und bietet Unternehmen eine wichtige Orientierungshilfe. Über die letzten Jahre ist Delivery zu einem bedeutenden Umsatztreiber in der Gastronomie herangewachsen. Laut einer aktuellen Studie* nutzt bereits jeder fünfte Deutsche Online-Lieferdienste. Die speziellen Anforderungen an die diversen Food-Delivery-Services sind daher fester Bestandteil aktueller Gastro-Konzepte. Doch es ist nicht nur die steigende Zahl der Online-Essensbestellungen, die die zunehmende Digitalisierung im Außer-Haus-Markt aufzeigt. Auch Optionen zu Vorab-Bestellungen und -Zahlungen sind in Zeiten knapper Mittagspausen gefragt und spiegeln das veränderte Konsumverhalten der Gäste.

Innovativ wettbewerbsfähig

Claudia Johannsen, Geschäftsbereichsleiterin der Hamburg Messe und Congress GmbH, betont die Notwendigkeit des Umdenkens in der Branche: „Disruptive Geschäftsmodelle verändern den Außer-Haus-Markt immer wieder aufs Neue. Umso wichtiger ist es, sich über

Innovationen zu informieren. Um wettbewerbsfähig zu bleiben, müssen sich Unternehmer aus der Gastronomie und Hotellerie den digitalen Möglichkeiten annehmen und sie gewinnbringend für sich einsetzen. Was heute und morgen alles möglich ist, präsentieren wir auf der Internorga 2019.“ „Die großen Möglichkeiten digitaler Technologien erfordern von Gastronomen ein Umdenken“, bestätigt auch Franz Klein, Präsident des Dehoga Hamburg, und ruft die Mitglieder dazu auf, die digitale Veränderung der Branche aktiv mitzugestalten. Digitalrestaurants wie die DataKitchen Berlin nutzen die technischen Möglichkeiten, indem die zubereiteten Speisen über einen digitalisierten Automaten zum Gast gelangen. Bestellt werden diese über die Internetseite oder eine App.

Zeitersparnis bei allen Prozessen und Abläufen sowie Effizienzsteigerung ohne Qualitätsverlust sind für Betriebsleiter Christian Hamerle klare Vorteile der digitalen Struktur. Zudem schenke die innovative Technik den Gästen mehr Zeit für sich.

Anforderung und Angebot analysieren

Das steigende Interesse seitens der Gäste an bequemen und simplen Restaurantkonzepten sowie die Notwen-

digkeit effizienter Arbeitsprozesse in der dynamischen Gastrobranche führen dazu, dass das Angebot digitaler Lösungen wächst. „Uns ist es gelungen, zur Internorga 2019 eine Vielzahl von Anbietern aus dem Digitalsektor zu gewinnen, dadurch können wir einen umfassenden Marktüberblick bieten“, sagt Claudia Johannsen. In welchem Umfang ein Unternehmen von technischer Unterstützung profitieren kann, hängt von Faktoren wie Umsatz und Mitarbeiterzahlen ab. Um das richtige System für den eigenen Betrieb zu finden, bedarf es einer umfassenden Analyse der individuellen Anforderungen und Ziele sowie des aktuellen Angebots.

* <https://yougov.de/news/2017/03/31/studie-bereits-jeder-funfte-nutzt-online-essenbest/>



Foto: Hamburg Messe und Congress/Katrin Neuhauser

Jan Scheidsteger ist gerne dort, wo das Leben pulsiert. Foto: Malte Babion

MODERNE GASTRONOMIE-KONZEPTE

Wohlfühlen, staunen – mit Freu(n)den wiederkommen

Jan Scheidsteger, gelernter Koch, studierter Hotel- und Gastronomiemanager, Weltreisender und „Regisseur“ machte auf dem GBZ-Trendforum (Koblenz) Mut und Lust zur Entwicklung moderner Gastronomie-Konzepte. Fragen an den Inhaber von beyond. (Von Ulrike Kossessa)

Herr Scheidsteger, was ist der Code erfolgreicher Gastronomie-Konzepte?

Sie stellen die Bedürfnisse des Menschen in den Mittelpunkt und konzentrieren sich bei der Konzepterstellung auf eine fest definierte Zielgruppe. Beispiel „Alexander“, erfolgreiche IT-Fachkraft in einem Software-Unternehmen. Er kommt in der Mittagspause in Ihr Lokal, möchte zügig etwas Gutes essen und ohne Wartezeit bezahlen. Heute hat er es eilig, findet sich aber hier gut bedient, denn er weiß, dass er bei Ihnen Effizienz, klare Strukturen und Modernität erwarten kann!

Jenny ist Studentin der Literatur und trifft sich mit ihren beiden besten Freundinnen. Da gibt es viel zu erzählen. Sie wählt heute ein Café, in dem sie gemütlich sitzen kann. Das Ambiente ist einladend und naturverbunden. Sie mag frische, gerne vegetarische Speisen und hausgemachte Limonaden. Bilder vom Treffen und den liebevoll angerichteten Speisen postet sie. Zwei Typen und zwei unterschiedliche Bedürfnisse – wobei letztere morgen schon wieder ganz anders

aussehen können. Denn Alexander und Jenny wählen ihre Location je nach Anlass, Stimmung und Gesellschaft.

Wichtig ist, dass Ihre Gastronomie klare Signale und Botschaften aussendet. Stellen Sie den Menschen in den Mittelpunkt und packen Sie konzeptionelle Überlegungen viel mehr auf die psychologische Ebene. Falls Sie bereits eine Location haben, dann postieren Sie sich zu verschiedenen Tageszeiten vor die Tür und beobachten: Welcher Typ Mensch kommt an meiner Location vorbei? Gibt es Büros, Geschäfte? Wie sehen Wohnbebauung und soziale Strukturen aus? Was geht hier? Welche Zielgruppe/Persona kann ich ansprechen? Erst wenn diese Frage beantwortet ist, beginnen Sie mit der von A bis Z durchdachten Planung in puncto Speisen, Einrichtung und Mitarbeiter.

Inwieweit kann ich mich an gastronomischen Trends orientieren?

Trends bieten Orientierung, haben aber auch nur eine begrenzte Halbwertszeit von fünf bis zehn Jahren. Oft ist das, was als Trend mediale Aufmerksamkeit erreicht,

nur ein Hype, der in ein bis zwei Jahren wieder verschwindet. Wesentlich ist, zu schauen, was ist der Trend hinter dem Hype? Die Dynamik der Welt fordert den Blick auf globale gesellschaftliche Entwicklungen und unterschiedlichste Zielgruppen. Mit der Menge an Optionen und der Reizüberflutung können viele Menschen nicht umgehen, sie erschweren den Blick nach vorne. Dabei bietet der permanente Veränderungsprozess enorm viel Potenzial für Kreativität und neue Ideen. Die Menschen, vor allem die jungen und jung gebliebenen, sind neugierig und offen, lassen sich begeistern und kommunizieren bzw. multiplizieren ihre Erfahrungen. Es gibt viele gastronomische Konzepte, die ausgesprochen erfolgreich sind.

Wo ist zurzeit am meisten Bewegung zu spüren?

Unter den Systemgastronomen gibt es einige sehr aufgeschlossene Vorbilder, die ihre Angebote beständig nachschärfen (müssen); Messen und Auswerten sind hier elementar. Dabei stehen Individualität und System nicht im Gegensatz zueinander. Ich bin der Ansicht, dass Markengastronomie mit System einzigartig sein

kann und den Markt bereichert. Auf der anderen Seite sind es vor allem die Individual-Gastronomen, Startups zunehmend auch in kleineren Städten, die schnell, aus dem Bauch heraus neue Ideen entwickeln. Was hier mutig und experimentierfreudig angegangen wird, findet im Erfolgsfall Nachahmer, auch in der Systemgastronomie.

Was ist ein Erfolg versprechender Trend?

Teilen. Die Menschen teilen gerne, ihre Erfahrung, Bilder und ihr Essen. Verschiedene Speisen, Beilagen und Dips in kleinen Portionen/Schalen, verlockend in der Mitte des Tisches drapiert, sind für alle da. Das steigert Neugier und Vorfreude. Der Essensgenuss wird zum gemeinsamen, kommunikativen Erlebnis.

Sie haben auf dem GBZ-Trendforum zehn Thesen formuliert. Eine davon heißt „Das Restaurant wird zum Spielplatz für Erwachsene“. Wie kann das aussehen?

Das Leben ist anstrengend genug. Machen Sie Ihr Restaurant zur Spielwiese,

Über den Gastronomen

Jan Scheidsteger entwickelt mit seiner Firma beyond ganzheitliche Gastronomie-Konzepte auf der Basis von menschlichen Bedürfnissen. Das nach eigenen Angaben einzigartige Vorgehen orientiert sich zu 100 % am Gast. Gestützt wird der Prozess durch weltweite Beobachtungen richtungsweisender Trends und ein Netzwerk von Spezialisten. www.beyond-gastronomy.com

holen Sie den Erwachsenen aus dem Alltag heraus, wecken Sie das Kind in ihm. Kindliche Freude und Lachen tun einfach gut. Bieten Sie ihm Spielmöglichkeiten an, beim Essen und Trinken, mit Pipetten und Verstecken, überraschen Sie ihn mit Pizza in Herzform, einem Geschicklichkeitswettbewerb oder einer Verlosung.

So bleibt das Erlebte nachhaltig in Erinnerung und spricht sich dank Social Media dann auch meist ganz schnell herum.

IHRE KANTINE IST AUSGEFALLEN?

Egal ob durch Betreiberwechsel, Wasser- oder Feuerschaden, Renovierung oder Neubauverzögerung: Celebrate Streetfood bietet Ihnen kurzfristig einen flexiblen und äußerst kostengünstigen Ersatz. Wir freuen uns auf Ihre Anfrage!

☎ 0800 5213213

🌐 www.celebratestreetfood.de

CELEBRATE
STREET
FOOD



Fotos: Celebrate Streetfood

CELEBRATE STREETFOOD

„Wir sind die Möglichmacher“

Hinfahren, Klappe öffnen, Speisen ausgeben: Foodtrucks dringen in die Gemeinschaftsverpflegung vor – als schneller und flexibler Kantinenersatz mit Kosteneinsparungen im sechsstelligen Bereich.

Ein Feuer- oder Wasserschaden macht das Betriebsrestaurant von heute auf morgen unbenutzbar, der Betreiber der Kantine wechselt, eine Renovierung steht an oder der Neubau dauert länger als erwartet – genau dann kommt Celebrate Streetfood zum Einsatz. Das sind Jan Dinter, Oliver Meiser und ihr rund hundertköpfiges Team, das innerhalb kürzester Zeit mit seinen Foodtrucks für einen Kantinenersatz sorgt. So beispielsweise im Mercedes Benz Autohaus mit Besucherzentrum am Salzufer in Berlin. Hier wurde im Herbst 2018 über einen Zeitraum von vier Wochen die Küche des Mitarbeiter- und Besucherrestaurants saniert. „Wir sind mit dem Truck direkt ins Gebäude hineingefahren und haben von

für Airplus International in Neu-Isenburg im Herbst 2018 kamen insgesamt vier Foodtrucks über fünf Monate zum Einsatz, als von heute auf morgen aufgrund eines Wasserschadens in der Großküche des Betriebsrestaurants eine Ersatzlösung gebraucht wurde. „Innerhalb von zwei Stunden haben wir täglich ca. 500 Mittagsgespeisen über die Tresen gereicht“, erinnert sich Dinter.

14 autarke Trucks

Gebucht wird Celebrate Streetfood als Caterer mitsamt Trucks und Küchenteam oder nur die Trucks selbst – deutschlandweit. „Findet beispielsweise ein Umbau im Restaurant eines Unternehmens statt,

„Unsere Trucks sind mobile Küchen, die keine kulinarischen Grenzen kennen.“

Montag bis Sonntag täglich zwischen 75 und 100 Gäste bewirten“, erzählt Jan Dinter, der Gründer und Geschäftsführer von Celebrate Streetfood. Bei einem Einsatz

können die bisherigen Küchenmitarbeiter ganz normal weiter beschäftigt werden – sie wechseln lediglich ihren Einsatzort“, schildert Dinter das Konzept und spricht



dabei ganz bewusst von den Fahrzeugen als mobile Küchen. „Acht unserer insgesamt vierzehn Trucks haben wir 2017 mit dem Self Cooking Center von Rational ausstatten lassen. Damit kann man vom perfekt gegrillten Rinderfilet über die Lasagne bis hin zur Pizza alles frisch direkt vor Ort zubereiten.“ 10 bis 15 % der Gerichte sind Streetfood, die restlichen 85 % sind bekannte Kantinengerichte. „Die Gäste sollen sich schließlich nicht komplett

3 Fragen an Jan Dinter, Gründer von Celebrate Streetfood



1. Das Wetter ist nicht immer sonnig. Wie gehen Sie damit bei Ihrem Food Truck-Konzept um?

Für alle Fälle bieten wir Zeltkonstruktionen an, die entweder den überdachten Weg vom Truck ins Unternehmensgebäude gewähren oder direkt als Gastraumalternative dienen – bei kalten Temperaturen auch beheizt.

2. Warum sind Food Trucks im Vergleich zu Containern als Interimslösung attraktiv?

Der wohl größte Vorteil liegt ganz klar in der Kosteneinsparung, die sich in Abhängigkeit des Umfangs im sechs- bis siebenstelligen Bereich bewegen. Spannend ist dies für alle Beteiligten, die im Schadensfall die Kosten tragen müssen

– vom Haus-Caterer über den Arbeitgeber bis hin zum Versicherer. Zudem sind wir extrem schnell und bieten einen Ersatz innerhalb von 24 Stunden.

3. Sie sind mit Ihren Trucks im Event-Catering sehr erfolgreich unterwegs. Warum nun ein weiteres Standbein in der Gemeinschaftsverpflegung?

Wir haben aus dem Bedarf eines Kunden von uns heraus entdeckt, dass wir Betriebsrestaurants eine kostengünstigere und schnellere Interimslösung bieten können als der gesamte Wettbewerb. Mit unserer Erfahrung als Event-Caterer machen wir bundesweit Gäste vor Ort glücklich, wenn bei einer der rund 13.000 Kantinen in Deutschland Not am Mann ist.

Food Truck Village @ Internorga



Auf dem Vorplatz der Messe, damit direkt unter dem Hamburger Fernsehturm, werden im Food Truck Village Streetfood vom Feinsten sowie zukunftsweisende Konzepte der mobilen Kantine präsentiert. Es präsentieren sich sowohl Food-Trucks, deren Inhaber schon lange Erfahrung im Straßenverkauf mitbringen, als auch absolute Neulinge, die über die Food-Trucks ins Gastro-Geschäft einsteigen. Genau das macht die Geschichten der Food-Truck-

cker so spannend. Im „Truckers' Talk“ gibt es die Möglichkeit, von den Food-Truck-Betreibern einen Einblick in das Food-Truck-System und ihre bisherigen Erfahrungen zu erhalten.

Darüber hinaus besteht die Möglichkeit, einen leeren Food-Truck zu besichtigen – und so vielleicht selbst auf den Geschmack zu kommen und in das mobile Geschäft einzusteigen.

Eklatante Kosteneinsparungen

Ein weiterer Vorteil der Trucks gegenüber der altbekannten Containerlösung als Kantinenersatz: „Wir sind mit ihnen wesentlich schneller vor Ort, haben geringe, technische Anforderungen und müssen keine Baugenehmigungen einholen“, so Dinter. „Allein bei unserem Kunden Airplus hätte es sechs Monate gedauert, um das Setup aufzubauen. Nach konzerninternen Abstimmungen, war innerhalb kürzester Zeit die Ersatzlösung eingerichtet – und unser Kunde hat zudem rund 350.000 Euro eingespart!“ So

Vom Street-Food-Truck zum Kantinenersatz

Im Jahr 2013 gründeten Jan Dinter und Oliver Meiser die Burrito-Bande, mit der sie die Frankfurter Lunch-Szene mit sogenannten Mittagsüberfällen aufmischten. Ihre Trucks ploppten an den Business-Hotspots auf und machten die City-Welt der Mittagspäuser bunter und frischer – mit Qualitätsburritos und -burgern mit Pulled Pork oder Beef. Noch im Gründungsjahr kamen erste Cateringaufträge für Firmenfeiern und Roadshows hinzu. Heute besitzen die Gründer und Geschäftsführer 14 Food-Trucks und acht Live-Cooking-Stationen für In- und Outdoor-Caterings. Allein 2018 haben sie mit ihrem Team über 1.000 Events becatert und dabei über eine viertel Million Gäste bewirten. 2019 wollen sie weiter mit ihrer Kantinenersatz-Lösung alles aus einer Hand und ohne Subunternehmer oder Franchisenehmer den Markt der Gemeinschaftsverpflegung erobern.