

Markus Hannig
**Mise en place
für Desserts**

SEITE 23

DIE FACHZEITUNG FÜR FÜHRUNGSKRÄFTE DER GV-BRANCHE

CATERING

MANAGEMENT



Olympiade der Köche

Nationalmannschaften trainierten
in Augsburg

Seite 2

Austria-Campus Wien

Betriebsrestaurant der Superlative
für 10.000 Menschen

Seite 6

Starke Marke

Starbucks-Konzept für die
Care-Verpflegung

Seite 15

Desserts, Eis und Kuchen

Klein, schokoladig, kalt, warm –
und mit Gemüse!

Seite 19



KURZMELDUNGEN

NEUER METRO-ONLINE-MARKTPLATZ

Der Großhandelspezialist Metro startet den ersten B2B-Online-Marktplatz speziell für die Hotel-, Restaurant- und Catering-Branche in Deutschland. Gastronomen finden unter www.metro.de über 20.000 Non-Food-Artikel auch anderer Anbieter.

.....

SALAD BAR IN KÖLN

Das belgische „Feel Good Food“-Restaurant Exki eröffnet jeweils eine Salad Bar in seinen beiden Filialen in Köln. Zusätzlich zum konventionellen Salatangebot können Gäste die frisch zubereiteten Zutaten nach Geschmack auswählen – to go oder zum Verzehr im Restaurant.

.....

UMSATZSTÄRKSTER EVENTCATERER

Aramark und Gastro Team Bremen führen die Liste der umsatzstärksten Eventcaterer an. Um den Vorsprung in diesem Segment weiter auszubauen, ist seit September der neue Blog „What's next, Aramark?“ online, in dem sich alles um Stadien, Messen, Festivals, Konzerte und Events dreht.

ZAHLE DES MONATS

620,- €

620 Euro erhält ein Koch-Azubi im ersten Lehrjahr in Mecklenburg-Vorpommern. Den höchsten Ausbildungslohn gibt es in Hessen: 1035 Euro brutto im Monat im dritten Lehrjahr.



Dr. Ursula Würzer-Faßnacht, Geschäftsführerin des Studentenwerks München (Mitte), Gregor Fricke, Leiter der Abteilung Hochschulgastronomie des Studentenwerks München (2. v. l.), Dr. Wolfgang Herrmann (Präsident der TU München) sowie Axel Frühauf (2. v. l., Geschäftsführender Gesellschafter Meck Architekten) im Free-Flow-Bereich der neuen Mensa Garching.



EDITORIAL



Maxi Scherer, Chefredakteurin

Wandel im Denken

Vielleicht haben Sie's gemerkt: Selbst bei Veranstaltungen, die im Namen das Wörtchen „Food“ tragen, dreht sich vieles um digitale Daten. Kein Wunder also, dass diese bei Einladungen von Technik-Herstellern erst recht Thema sind. Alle sind sich erstaunlich einig: Nur wenn ein Umdenken erfolgt und die Digitalisierung gemeinschaftlich angegangen wird, können sich deutsche bzw. europäische Anbieter gegenüber US-Firmen und China behaupten, auch in unserer Branche.

Ein Umdenken ist ebenfalls im Klimaschutz nötig. Die in Verruf geratene Verpackung verursacht einen erheblich kleineren Anteil am Treibhausgas als die tagtäglich konsumierten Lebensmittel. Da lässt sich nichts machen? Oh doch! Hätten Sie gewusst, dass ein Spargel, per Flugzeug eingeflogen, bald das Zehnfache an CO₂ verursacht wie einer, der per Schiff zu uns kommt? Noch besser ist es, wenn er in der Region wächst. Der direkte Vergleich wird durch digital verfügbare Daten auch objektiv möglich und bleibt nicht nur gefühlte Wahrheit. Die Entscheidung, welchen Spargel Sie nehmen, liegt also ganz allein bei Ihnen. Wissen ist wie immer Macht: Für Köche wie für Gäste.

Herzlichst, Ihre

VISIONÄRE CAMPUS-MENSA

Am Forschungscampus Garching bei München hat eine Mensa eröffnet, die in mehrfacher Hinsicht zukunftsweisend ist. Es handelt sich um die größte Selbstbedienungs-Mensa in Deutschland. Mit mehr als 7.500 Beschäftigten und knapp 17.000 Studierenden ist der Forschungscampus Garching im Norden von München eines der größten Zentren für Wissenschaft, Forschung und Lehre in Deutschland. Hier sind in einzigartiger Konzentration naturwissenschaftliche und technische Forschungseinrichtungen zu finden: Der größte Standort der Technischen Universität München, der Ludwig-Maximilians-Universität München, Institute der Max-Planck-Gesellschaft, der Bayerischen Akademie der Wissenschaften, die Europäische Südsternwarte sowie zahlreiche weitere renommierte Institute und Unternehmen. Unter anderem befindet sich hier das Maier-Leibnitz-Laboratorium, das die Forschungen in den Exzellenzclustern „The Munich Center for Advanced Photonics“ und „Origin and Structure of the Universe“ unterstützt und auch zu Experimenten des CERN in Genf, des Gran-Sasso-Untergrundlabors in Italien oder der GSI in Darmstadt beiträgt. Mit der neuen Mensa ist der Forschungscampus nun technisch und kulinarisch auf dem

neuesten Stand: Die lichtdurchfluteten Räumlichkeiten bieten den Gästen circa 2.000 Sitzplätze, bis zu 7.300 Essen können täglich produziert werden. Das Angebotsspektrum ist besonders groß und reicht von klassischen Gerichten über einen Grill- und einen Pizzaschalter sowie eine Walk-Theke bis hin zur großen Salat- und Dessertauswahl.

Bei der Ausgabe wird ein eigens entwickeltes Selbstbedienungs- und Bezahlkonzept eingesetzt. So können sich die Gäste im vielfältigen Free-Flow-Bereich ihr Essen in der gewünschten Menge nach Gusto selbst zusammenstellen. Gezahlt wird an den 24 Selbstbedienungskassen nach Gewicht. Dabei kommuniziert das Geschirr von Hersteller Seltmann-Weiden direkt mit der Kasse, die mittels Barcode auf der Unterseite erkennt, welche Speise gewählt wurde. Und das alles mit nur wenig Hilfe des Gastes. „Wir haben viele Jahre an einem System gefeilt, das technisch umsetzbar ist, einfach in der Bedienung und dem Gast gleichzeitig volle Flexibilität bietet“, erklärt Gregor Fricke, Leiter der Abteilung Hochschulgastronomie beim Studentenwerk München. „Mit dem neuen, auf allen Ebenen ineinander greifenden System haben wir einen Fortschritt erreicht, der für die Branche wegweisend ist.“ Der Freistaat Bayern finanzierte die neue

Mensa mit rund 45 Mio. Euro. Der zweigeschossige Bau bietet auf mehr als 5.000 m² Platz für insgesamt 1.750 Personen. Der Entwurf für das Haus stammt von dem Münchener Büro Meck Architekten, das 2012 in einem Architekturwettbewerb den 1. Preis gewann. Nach Baubeginn hat es drei Jahre gedauert, bis die Mensa fertig war. Entstanden ist ein Solitärbaubaukörper, der prägnant von der Mitte des Campus aus erhebt wird. Der Präsident der TU München, Dr. Wolfgang Herrmann, erinnerte in seiner Rede zur Eröffnungsfeier auch an die Anfänge des Garching-Campus. Die alte Mensa war 1978 für 2.000 Studenten gebaut worden.

Welche Möglichkeiten der gastronomischen Vielfalt eine hochmoderne Küche bietet, das konnten zur Eröffnung der neuen Mensa Garching am 11. September alle Gäste miterleben. Garnelenspieße vom Grill auf Wokgemüse standen dabei genauso auf dem Speiseplan wie knuspriger Flammkuchen aus dem Ofen oder echter bayerischer Schweinebraten mit Biersoße.

Die Neue Mensa in Garching ist Teil des Best Practice Programms der Best Practice Tour München, die CATERING MANAGEMENT am 7. November 2019 veranstaltet. Informationen dazu auf Seite 10 sowie unter www.catering.de/veranstaltungen.

Jetzt mitmachen & gewinnen!

Zusammen mit Lavazza verlost CATERING MANAGEMENT 2 x 2 Plätze für ein Kaffee-Seminar im Training Center von Lavazza Frankfurt im Wert von 350 Euro p.P.
Infos auf Seite 14.

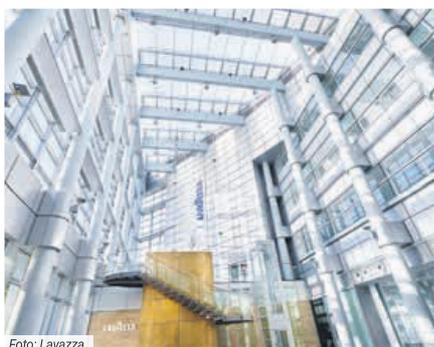


Foto: Lavazza



Glutenfreier Apfelstrudel - Fortschritt eng verbunden mit „Altbewährtem“

Dinghartinger Apfelstrudel GmbH
Gangsteig 12
85652 Landsham-Pliening

Website: www.dinghartinger.de
Email: info@dinghartinger.de
Tel.: +49 (0) 89 / 99 15 01 - 0

IN DIESER AUSGABE

Seite 6 - 9
ObjekteinrichtungSeite 26
Grüß aus der KücheSeite 28
Seminare und VeranstaltungenSeite 30
BerufsbekleidungSeite 30
Alles, was Recht istSeite 32
Professionelle BodenbelägeSeite 35
Branchenführer/Impressum

Gastro-Gründerpreis: Jetzt anmelden!



Hauptgewinner 2019: Team des Münchener Cafés „Über den Tellerrand“. Foto: Hamburg Messe und Congress / Nicolas Maack

Der deutsche Gastro-Gründerpreis von Leaders Club Deutschland, INTERNORGA und Orderbird geht in die nächste Runde: Gesucht werden erneut die innovativsten Gastro-Konzepte aus Deutschland, Österreich und der Schweiz. Auch 2020 winken den fünf Finalisten Sachpreise sowie Serviceleistungen im Gesamtwert von jeweils über 10.000 Euro, unter anderem eine Gastro-Kasse inklusive Jahreslizenz, 12-monatige Begleitung durch einen Mentor der Jury und Gründungsberatung. Der Hauptgewinner, der anschließend auf der INTERNORGA 2020 vom Fachpublikum gewählt wird, darf sich zudem auf Startkapital in Höhe von 10.000 Euro freuen.

Bis zum 30.11.2019 können sich interessierte Existenzgründer unter www.gastrogruenderpreis.de anmelden und ihr Konzept vorstellen.

Prüfung von Speiseplänen: BMEL fördert Online-Tool



Dr. Katrin Müller, Dr. Christiane Brunner und Sophia Weisensee (v. l.). Foto: Bildquelle: ©Kern

Mit einem Betrag in Höhe von 235.261,62 Euro fördert das Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL) das Vorhaben „Entwicklung eines Online-Tools zur Überprüfung und Erstellung von Speiseplänen“. Über die Zusage freuen sich die Projektmanagerinnen von der Vernetzungsstelle Kita- und Schulverpflegung Bayern, Dr. Katrin Müller und Sophia Weisensee.

Kinder und Jugendlichen profitieren von einem ausgewogenen und gesundheitsförderlichen Mittagessen. Für Kitas und Schulen stellt die Gestaltung eines Speiseplans zur Mittagsverpflegung aber immer noch eine große Hürde dar. „Mit dem Online-Tool bieten wir eine konkrete, einfache, schnelle und kostenlose Hilfestellung zur Überprüfung und Erstellung von Speiseplänen“, sagt Dr. Christiane Brunner, Leiterin der Vernetzungsstelle Kita- und Schulverpflegung Bayern am Kompetenzzentrum für Ernährung (Kern) in Kulmbach. „Hierfür ziehen wir die Qualitätsstandards für die Kita- und Schulverpflegung der Deutschen Gesellschaft für Ernährung heran.“ Das Tool richtet sich an hauswirtschaftliches Personal, Verpflegungsbeauftragte in Kitas und Schulen, Caterer und Küchenleiter.

BGN warnt vor Telefon-Abzocke

Die Berufsgenossenschaft Nahrungsmittel und Gastgewerbe (BGN) warnt vor unseriösen Anbietern von Dienstleistungen zur Prüfung von Elektrogeräten sowie von Produkten rund um den Arbeitsschutz. Mehrere Mitgliedsunternehmen berichteten von entsprechenden Anrufen, die den Anschein erwecken, sie handelten im Auftrag des BGN. Die Berufsgenossenschaft betont, dass keine der Firmen mit ihrer Billigung handelt und warnt ausdrücklich davor, sich auf diese Angebote einzulassen. Informationen erteilt die BGN unter der telefonischen Hotline 0621/4456-3517.



Auf Events wie der Transgourmet-Messe „essenz“ können die Teams bereits ihr Können vor Live-Publikum unter Beweis stellen. Fotos: CM/gio

VKD KÖCHE-NATIONALMANNSCHAFTEN

(Fast) startklar für Olympia

Die Köche-Nationalmannschaften des Verbands der Köche Deutschlands treten im kommenden Jahr bei der IKA/Olympiade der Köche gegen Teams aus aller Welt an. CATERING MANAGEMENT hat ihnen im September beim Trainingslager in Augsburg in die Töpfe geschaut. (Von Karoline Giokas)

Es brutzelt, es dampft, verschiedenste Aromen verschmelzen zu einem betörenden Potpourri für die Nase – wenn die deutschen Köche-Nationalmannschaften des VKD einmal loslegen, sind sie voll in ihrem Element. Es sind zwei Teams, Junioren und Senioren mit insgesamt 30 Mitgliedern, die unter dem Dach des Verbands an verschiedensten Kochwettbewerben teilnehmen. Ihre Fertigkeiten dafür perfektionieren sie regelmäßig in gemeinsamen Trainings. „Hier teilzunehmen bedeutet, einen zweiten Fulltimejob auszuüben“, erklärt Daniel Schade, Vizepräsident des VKD. Denn jedes der Mitglieder ist ehrenamtlich tätig. „Gerade in heißen Phasen wie jetzt ist das sehr anstrengend. Wir sind viel in Deutschland unterwegs und sehen unsere Familien seltener als sonst.“ Vor zwei Wochen waren sie noch im Trainingslager in Leutersdorf bei Chemnitz, heute (Mitte September) kochen sie im Studentenwerk Augsburg. Hier werden Texturen getestet, Saucen abgeschmeckt und kleine Amuse-Gueule perfektioniert,



Mit voller Leidenschaft dabei – den Köchen der Deutschen Nationalmannschaften wird viel Fingerfertigkeit abverlangt.

erklärt Schade. „Gemeinsam mit Transgourmet wollen wir das ändern und darüber aufklären, was wir machen.“

Vorbereitungen ein Jahr im Voraus

Die Trainingslager selbst dienen der Vorbereitung für die Teilnahme bei der IKA/Olympiade der Köche, einem der größten und ältesten Kochwettbewerbe der Welt, der 2020 in Stuttgart im Rahmen der Intergastra-Messe

können – es soll ihnen einfach auch gut gehen, wenn sie schon ihre ganze Freizeit für unsere Teams opfern.“ Rund ein Jahr im Voraus, direkt nach Weihnachten, haben die beiden Mannschaften angefangen, an den Menüs für die IKA/Olympiade der Köche zu feilen und zu trainieren. Jeder Handgriff muss bis zum Wettbewerb im Februar 2020 sitzen, nichts wird dem Zufall überlassen. Bei der Entwicklung der Gerichte gilt es zuallererst, die Vorgaben der Ausschreibung zu betrachten: „Genauso müssen wir aber auch aktuell angesagte Foodtrends integrieren und die Machbarkeit unter Berücksichtigung der Kosten klären“, erklärt Schade. Nächstes Jahr haben die Nationalmannschaften beim Wettbewerb ein Drei-Gänge-Menü für 110 Personen zu zaubern sowie einen sogenannten Chef's Table – sieben verschiedene Speisefolgen für 12 Personen, die mitten zwischen den Kochboxen der Teams serviert werden. Darunter ist auch komplett veganer Gang – weltweit einmalig.

Die Jugend-Nationalmannschaften haben ein Drei-Gänge-Menü für 60 Personen sowie ein IKA-Buffer zu erstellen.

Herausfordernde Speisenkomponenten

Die größte Herausforderung für die Teams sei es, sich schon lange vor der IKA/Olympiade der Köche mit den Lebensmitteln auseinanderzusetzen. „In Zeiten der Nachhaltigkeit haben die

Teams die Aufgabe, regionale Lebensmittel der Saison zu verarbeiten“, erläutert Ronny Pietzner, der Teammanager der Köche-Nationalmannschaften. „Gar nicht so einfach, dieses Ziel während der Trainingsphasen im Sommer umzusetzen.“ Noch bis zu acht Wochen vor dem Wettbewerb auf der Intergastra wird an den Menüs gefeilt. „Die Grundsubstanzen sind recht schnell entschieden, das Knifflige ist, an den feinen Nuancen experimentieren und auf dem Teller zu erproben, ob alles zusammenpasst.“

Mit Spaß gegen den Fachkräftemangel

Bei allem Wettbewerbsbegehrt wollen die beiden VKD-Teams

misst, besteht die Chance, neue Freundschaften sowie nützliche Kontakte zu knüpfen und erfährt einen unglaublich tollen Teamspirit“, so die 24-Jährige. Ob in den sozialen Medien, bei Live-Events oder im Trainingslager – das grundlegende Motto der VKD-Mannschaften ist „We are one team“. Und genau dieses möchten alle Beteiligten auch nach außen kommunizieren: „Mit der Teilnahme an Wettbewerben wie der IKA/Olympiade der Köche möchten wir dem enormen Fachkräftemangel, der uns in der Gastronomie tagtäglich begleitet, entgegenwirken“, betont Ronny Pietzner. „Wir wollen junge Nachwuchstalente finden, die Lust und Leidenschaft haben, sich für diesen Beruf zu entscheiden. Es macht mir richtig Spaß, unsere Mitglieder zu sehen, die mit viel Emotionen diesen Berufsstand nach vorne tragen und darstellen. Wir kön-

„Ein komplett veganer Gang – weltweit einmalig auf der Olympiade der Köche.“

jedoch nicht den Spaß am Beruf verlieren. „Man wächst unheimlich an sich selbst und bekommt

nen stolz darauf sein, inzwischen mit einer Kadergröße von rund 30 Teilnehmern an Wettbewer-



Damit jeder Handgriff beim großen Wettbewerb sitzt, festigen die Köche alle Zubereitungsschritte regelmäßig im Trainingslager.

tolle Inspirationen“, erzählt Lena Schmitz, die Teamkapitänin der Köche-Jugendnationalmannschaft. „Trotzdem man sich permanent mit der ganzen Welt

ben wie der IKA/Olympiade der Köche an den Start gehen zu können.“ Und mit diesen ebenfalls ein Plätzchen auf der Siegtreppe zu erhalten.

Der VKD...

... ist Gründer und Förderer der deutschen Köche-Nationalmannschaft und Köche-Jugendnationalmannschaft (bis 25 Jahre). Bei großen kulinarischen Wettbewerben wie der IKA/Olympiade der Köche und dem Culinary World Cup treten die Köchinnen und Köche aus Deutschland gegen Nationalmannschaften aus der ganzen Welt an. Das nächste große Ziel beider Teams ist die IKA/Olympiade der Köche in Stuttgart vom 14. bis 19. Februar 2020.

FACHSYMPOSIUM IN DÜSSELDORF: FOODKONZEPTE IN DER GV

Da stellt sich die Geschmacksfrage!

Gesundheit und Klimaschutz: Diese beiden Themen zogen sich beim Fachsymposium Foodkonzepte in der GV durch fast alle Vorträge. CATERING MANAGEMENT war der Veranstalter in Düsseldorf.

Wie schmeckt die Zukunft? fragte Prof. Fritz-Gerald Schröder in seinem Vortrag im Rahmen des Fachsymposiums Foodkonzepte in der GV in Düsseldorf und ging der Frage nach, wie Geschmack eigentlich entsteht. Die Antwort war für viele erhellend. Vor allem vom Gehalt an Zucker und Säure hänge es ab, ob der Mensch ein Lebensmittel als gut empfinde. Doch nicht nur auf der Zunge wird der Geschmack wahrgenommen, auch die Nase hat ihren Anteil, ebenso spielt das Aussehen für das Geschmacksempfinden eine große Rolle. Zucker, Säure und braune Farbe: Bei Cola wurde alles richtig gemacht! Brauchbare sensorische Fähigkeiten sind dagegen nur bei 7 bis 10 % der Bevölkerung vorhanden, ein Großteil der Geschmacksknospen wird erst in der Kindheit gebildet, ist aber dann im Erwachsenenalter schon wieder rückgebaut. Setzt man ihnen ein Bier mit falschem Etikett vor, so halten die meisten Menschen ein Billig-Bier für ihr Lieblingsbier. Fazit des Professors: „Betrügen ist so einfach!“ Darüber hinaus hält er die Haltung bezüglich regionalem Einkauf für völlig schizophren. „Jeder will frisch und regional“, die Zahlen würden aber zeigen, dass Importe bei Lebensmitteln zunehmen und regionales Obst kaum so guten Anklang fände wie vorgeschnittenes Obst aus fernen Ländern. „Der frische Apfel schmiert gerade ab“, so der Professor zu den Abverkaufszahlen.

Doch Frische und Regionalität kommt in der Gastronomie durchaus an. Christoph Degenhardt, Betriebsleiter bei Sodexo, stellte in seinem Vortrag das Berliner Restaurant „Dave B.“ des Caterers vor. Das Konzept „Take 5“ mit fünf verschiedenen Angeboten in einem Restaurant warf auch die Frage auf, wie man Erlebnisse schafft: Kreativität, Exklusivität und Qualität seien wichtige Schlüsselfaktoren dazu. Kreativ ist definitiv die Benennung der Food-Angebote. „OMG“ beispielsweise bedeutet: Oh mein Gott, was ist das los? „Die Präsentation ist besonders wichtig.“ Degenhardt sprach auch über die Preisgestaltung im Dave B. Kleine und große Preise im Mix, so dass jeder Gast etwas für sich findet, ist das Erfolgsrezept.

Bonvita: Mitarbeiter in die Eigenverantwortung

Den Küchenchef in die Eigenverantwortung zu nehmen ist das Konzept der Bonvita 360° Hospitality Group,

das Geschäftsführer Werner Echls vorstellte. Das Familienunternehmen wurde erst 1999 gegründet und macht heute 30 Mio. Umsatz mit vier Gastro-Marken. Jede Einrichtung wird als GmbH geführt, in das das Ehepaar Echls 51 %, der Kochprofi im jeweiligen Betrieb aber 49 % der Anteile einbringt. Auf diese Weise werde der Küchenleiter direkt am Gewinn beteiligt, sodass er selbst dafür Sorge, dass der Betrieb effizient und erfolgreich arbeite. Bonvita bietet dabei zu hohem Prozentsatz Bioqualität an, 30 bis 40 % der Ware wird regional eingekauft. Dabei hält Echls nichts von zentralen Speiseplänen und zentraler Order. „In unseren Betrieben gibt es hundert verschiedene Speisepläne.“ Eine Umsetzung von neuen erfolgsversprechenden Ideen funktioniert nach seiner Ansicht nur, wenn der, der es kocht, auch selbst verantwortlich ist. Aber auch beim normalen Mitarbeiter geht es Echls darum, schlafende Potenziale zu wecken. „Warum soll eine Spülkraft sich nicht zu einer guten Thekenkraft weiterentwickeln können?“, fragte Echls. Geht nicht gibt es bei ihm nicht.

Eternity: 80 % CO₂ sparen durch die Wahl des Lebensmittels

Für Aufsehen und viele Fragen sorgte Manuel Klarmann, Mitbegründer der Schweizer Eternity AG, die via Lebenszyklusanalyse von Lebensmitteln die größte Datenbank mit CO₂-Äquivalenten weltweit betreibt. Diese Daten finden über eine App bereits Eingang in die Warenwirtschaftssysteme und Speisepläne diverser Caterer und Gastronomen. Verwundert zeigte sich Klarmann jedoch über das mangelnde Interesse von Bevölkerung und Politikern an diesem Thema. „Essen ist absolut verdrahtet, absolut zentral, aber der Zusammenhang zum Klimaschutz wird komplett ignoriert. Bei der CO₂-Produktion verursachen wir ein Drittel allein durch Lebensmittel.“ Ziel sei es, pro Person von 2 bis 3 t pro Jahr auf 1 t zu reduzieren. „Es ist völlig klar, dass wir unseren Ernährungsstil ändern müssen“, so Klarmann. Dabei ließe sich zwischen 50 und 64 % der Emissionen relativ leicht reduzieren. Nur 19 % des Einsparpotenzials liege in der Küche selbst. Zu 80 % dagegen mache die Wahl des Lebensmittels den Unterschied in der Produktion von Treibhausgasen. Die Diät der Zukunft müsse nicht vollständig auf Fleisch verzichten. Aber pro Woche dürfe der Durchschnittsbürger nicht mehr als eine Portion jeweils von



Viele Fragen und rege Diskussionen.

rotem und weißem Fleisch sowie von Fisch enthalten. Im Durchschnitt müssten die Preistationen bis 2030 auf 35 g Fleisch reduziert werden.

Küchenleiter Mathias Lehmann-Rickmers zeigte auf, wie er durch straffe Organisation und die Nutzung aller Ressourcen bei Personal, Fläche und Geräteauslastung seine Klinikküche in der Rheumaklinik für Kinder- und Jugendliche in Garmisch auf maximale Effizienz getrimmt hat. 4 Euro pro Tag beträgt

der Wareneinsatz, 2 Euro fallen auf das Mittagessen (CATERING MANAGEMENT berichtete).

Gesoca: Mit Subventionssteuerung zu Gesundheit

Christian Feist von Gesoca sprach dagegen über den Gesundheitszustand der Menschen in Deutschland, der durch schlechtes Essen verursacht wird. „Gesundheit fängt lange vor der Tofu-Wurst an“, erklärte Feist. Er führte den Zusammen-



Christian Feist, Martin Friedrichs, Maxi Scherer, Werner Echls und Manuel Klarmann auf dem Podium (v.l.)

hang zwischen Verhältnissen und Verhalten an, soll heißen: Den Griff zu gesundheitsförderlichem Essen kann man durch das richtige Setting und die Heranführung des Gastes herbeiführen. Gesoca hat sich dies zum Geschäftsmodell gemacht: Durch Subventionssteuerung werden die mittels einer App als gesund bewerteten Speisen attraktiver für den Gastronom und damit wird die Angebotsgestaltung entsprechend hin zu gesundem Mittagessen beeinflusst. Nach der ab-

schließenden Diskussionsrunde nahmen die Fragen an die Referenten gar kein Ende. Dies lag auch daran, dass mehr als die Hälfte der Teilnehmer schon am Vorabend ins Gespräch gekommen war. CATERING MANAGEMENT hatte, unterstützt von der Firma isi, am Vorabend auf die MS Allegra eingeladen, wo Molekularkoch Giuseppe Messina ein mehrgängiges Menü kredenzte und die Firma Amidori vegetarische Burger zum Verkosten anbot (max)

Best Practice Tour Stuttgart 2020 Gemeinschaftsverpflegung auf Achse 18. Februar 2020

Besuchen Sie mit uns einen Tag lang ausgewählte Großküchen der Gemeinschaftsverpflegung im Raum Stuttgart, darunter die neuen Food-Wellen bei Daimler. Als krönenden Abschluss nehmen Sie am Tisch Platz bei der IKA/Olympiade der Köche und sind live dabei, wenn sich im Rahmen eines 17-Uhr-Wettbewerbs Mannschaften verschiedener Staaten in der Kochkunst messen.

**Die Plätze sind begrenzt.
Melden Sie sich jetzt an!**

Save
the date
18.02.2020



Fotos: Inne-gasttra, IKA



Vorabend Get-together in vergnügter Stimmung auf der MS Allegra am Rheinufer mit Giuseppe Messina (Mitte) Fotos: CM/max/kvo



Das Programm finden Sie unter:
www.catering.de/veranstaltungen



Hier anmelden!

Ihr Plus als Abonnent von Catering Management:
Nehmen Sie zu vergünstigten Konditionen teil!



(Stand September 2019, Änderungen vorbehalten)

Die Best Practice Tour richtet sich an Verantwortliche und Leiter von Großküchen der Betriebsgastronomie, der Gastronomie sowie der Hotel- und Facility Management, F&B-Verantwortliche, Cateringdienstleister, Event-Caterer, Einkaufs- und Wirtschaftsleiter, Fachplaner, sowie Händler aus den Bereichen Betriebsrestaurant, Großgastronomie, Hotellerie, Krankenhäuser, Altenheime, Berufsfachschulen, Verbände, Studentenwerke, Schulküchen, Küchen der Behörden und der öffentlichen Hand, Vertriebsgastronomie sowie Fernküchen.

Partner:
CATERING
MANAGEMENT

Anmeldung:

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

Oder unter
catering.de/veranstaltungen



Foto: CM

GANZ OHNE

Entkoffeinierter Kaffee ist in vielfältigen Varianten erhältlich. Ist er auch gesünder?

Seite 12



Foto: Starbucks

KAFFEE IM KLINIKUM

Das neue Starbucks-Konzept setzt im Krankenhaus Reinbek dem schlechten Kaffee-Klischee ein Ende.

Seite 15



Foto: Sajjawal/stock.adobe.com

HYGIENE AM AUTOMATEN

Wird die Kaffeemaschine nicht professionell gepflegt, bringt auch die beste Bohne nichts.

Seite 17

BARISTAKUNST

Auf eine Tasse mit dem Milchschaum-Meister

Im Januar wurde er zum deutschen Latte-Art-Meister gekürt, gerade erst ist er aus Kopenhagen zurück und nun voller Tatendrang – denn seit September arbeitet der 27-jährige Yuri Marschall für das dänische Label Copenhagen Coffee Lab & Bakery, das insgesamt zwei neue Kaffeehäuser in Hamburg eröffnen will. (Von Karoline Giokas)

Nahe der holländischen Grenze geboren, zog Yuri Marschall vor rund 15 Jahren mit seiner Familie nach Hamburg. Nach dem eher kreativ ausgerichteten Studium entdeckte er sein Faible für das Gastgewerbe und begann seine Laufbahn mit der Ausbildung zum Restaurantfachmann im 25 hours Hotel Hamburg Hafencity. Als ein Kollege im Frühstücksgeschäft für einen Gast ein Herz in den Milchschaum zauberte, war es um den Wahlhamburger geschehen – er entdeckte seine kreative Ader bei der Zubereitung von Kaffeespezialitäten.

Yuri, wie wird man denn Latte-Art-Meister?

Durch mehrere Anläufe (Yuri lacht). Ich habe mir mehr oder weniger alles selbst beigebracht, denn das Problem ist, dass es nach wie vor keine richtige Ausbildung zum Barista gibt, ebenso wie beim Beruf des Barkeepers. Das finde ich schade, denn genug Materie bietet dieser Beruf schließlich. Stattdessen eröffnen aber immer mehr Kaffeeschulen, die das nötige Wissen vermitteln. Auf den Gedanken, bei Wettbewerben teilzunehmen, kam ich nach meiner Ausbildung, als ich für das Elbgold Café & Rösterei Schanze in Hamburg gearbeitet habe. Hier gab es Kol-

und Australier sind auf diesem Gebiet sehr versiert und den Europäern, bis auf einzelne Ausnahmen, weit voraus.

Auf diese Weise wurde innerhalb der letzten Jahre auch der Trend zur Nachhaltigkeit und zum Veganismus in den Kaffeehäusern beflügelt und vorangebracht. Gerade die junge Generation unterstützt dieses. Somit bekommt das Pro-

Nein, überhaupt nicht. Klar weiß ein Barista viel über sein Handwerk und auch klassische Gemeinschaftsverpflieger sollten gewisse Kniffs und Tricks kennen, um einen leckeren Kaffee zuzubereiten. Grundwissen über Faktoren wie die Brühtemperatur und den Mahlgrad der Bohnen sollte jeder haben, der sich im Kaffeegeschäft bewegt. Für mich ist aber eine gute Bohne die entscheidende Voraussetzung, um einen Qualitätskaffee anbieten zu können. Welche Maschine zum Einsatz kommt, ist zweitrangig, denn das Equipment verbessert den Kaffee selbst nicht, sondern kann höchstens die letzten Prozentpunkte aus den Bohnen herauskitzeln.

Manche Kaffeetrends wie der Pink Latte oder Kaisermelange sind bereits aus 2018 bekannt, haben sich aber erst in diesem Jahr richtig etabliert, warum?

Man kann diesbezüglich die Kaffeebranche mit der Mode vergleichen – auch hier brauchen neue Trends fast immer ein Jahr, bis sie von den Zielgruppen angenommen werden. Probiert ein Kaffeehaus beispielsweise den Pink Latte aus und wird er von den Gästen gut angenommen, macht das die Runde auf Social Media. Das Ganze wird dann zum Selbstläufer und andere Kaffeespezialisten wagen sich an das Produkt.

Wie magst du deinen Kaffee?

dukt Kaffee ganz automatisch sehr viel Aufmerksamkeit – ohne, dass es selbst dazu auffordert. Ich bin überzeugt: hier liegt noch sehr viel Potenzial, denn die Bohne ist ein tolles Produkt, das doppelt so viele Aromen aufweist wie Wein.

Was macht für dich eine gute Tasse Kaffee aus?

Es gibt inzwischen eine unglaubliche Vielfalt an verschiedenen Kaffeesorten mit facettenreichen Aromen. Ich persönlich wünsche mir ein ausgewogenes Verhältnis, bei dem kein einzelnes der Aromen im Geschmack dominiert. Eine ausbalancierte Tasse ist für mich, wenn eine gewisse Bitterkeit auf eine süße Fruchtigkeit in einem schönen harmonischen Verhältnis aufeinander treffen.

Muss man unbedingt Barista sein, um dem Gast einen hochwertigen Kaffee bieten zu können?

Es gibt kaum ein Motiv, das dem Latte-Art-Meister nicht gelingt. Hier hat er Meister Yoda porträtiert. Foto: Yuri Marschall



legen, die sich für die Kaffeemeisterschaft 2015 in München vorbereitet haben – da war es um mich geschehen und ich habe bei jeder folgenden Meisterschaft sowie kleineren Competitions mitgemacht. Erst war ich Viertplatziertes, dann Sechster und dieses Jahr hat's dann mit dem Titel geklappt.

Welchen Stellenwert hat heutzutage die Präsentation von Kaffee?

Als ich vor rund acht Jahren die erste Begegnung mit Latte Art hatte, machte man um kunstvolle Bilder im Milchschaum noch lange keinen so großen Hype. Vor allem die sozialen Netzwerke leisten aber inzwischen ihren Beitrag dazu, den Trend des Latte Art zu publizieren.

Mir hat es beim Training sehr geholfen, z.B. auf Instagram zu sehen, was Latte-Art-Künstler auf der anderen Seite der Welt zustande bringen. Vor allem die Asiaten



Foto: Sinan Muslu

„Grotesk, aber ich bin Fan von handgebrühtem Filterkaffee, ganz pur, ohne Milch.“

Da bin ich sehr puristisch veranlagt – zu Hause trinke ich beispielsweise nur Filterkaffee und unterwegs ziehe ich mir meist Espresso. Ich bin Fan von Kaffee, der gut genug ist, um ihn eben pur zu trinken.

Grundsätzlich glaube ich, dass Kaffee als Geschmack künftig in vielen Mixgetränken zum Einsatz kommen wird. Die Bohne bietet so viele facettenreiche Geschmacksnuancen, die sich wunderbar für Getränke wie Espresso Tonic oder Cold Brew Tonic anbieten. Zudem ist Kaffee auch sehr gesund – was der aktuellen Trendbewegung entspricht.

Gewinnen Sie einen iSi Nitro!

Kreativität und Stickstoff sorgen für eine sanfte Revolution im Glas. Kaffee, Tee, Cocktails: Mit dem iSi Nitro werden aus klassischen Getränken attraktive Nitro-Drinks. Schnell. Einfach. Und völlig flexibel! Mit dem iSi Nitro stehen alle Möglichkeiten für die Zubereitung von Nitro Cold Brew Coffee und Nitro Cold Brew Coffee Cocktails sowie Nitro Tee und Nitro Tee Cocktails offen. Der Kreativität sind keinerlei Grenzen gesetzt, und die Ergebnisse sind geschmacklich sowie visuell überzeugend. Sie erhalten einen iSi Nitro mit einem Fassungsvermögen von 1 l sowie 16 dazugehörige iSi-Nitro-Kapseln. Weitere Infos unter www.isi.com/kulinarik Teilnahme unter www.catering.de



Toppings für Vending, Office-Service & Catering

Die perfekte Krönung für Ihre Kaffeespezialitäten!

www.grubon.de

Vertrieb durch: H. Schoppe & Schultz GmbH & Co. KG · Heinrich-Hertz-Strasse 28-30 · 23909 Ratzeburg · Tel. 04541 8632-0 · info@schoppe-schultz.de

ISLA BERLIN

Praktisch ganz ohne – ohne Müll

Man nehme einen passionierten Barista und einen auf nachhaltige Wirtschaft spezialisierten Akademiker – heraus kommt eines der nachhaltigsten Café-Konzepte des Landes: das Isla in Berlin. (Von Karoline Giokas)

Philipp Reichel hatte bereits lange Erfahrung im Kaffeegeschäft, leitete das Kaffee 9 in der Markthalle Neun in Berlin Kreuzberg und konnte sich seit 2016 sogar als selbstständiger Kaffeeröster einen Namen schaffen – inzwischen beliefert er mit seiner eigenen Röstung „Vote“ 20 bis 25 Gastronomie- und Cafebetriebe im Berliner Raum. Als vor rund drei Jahren Peter Duran im Kaffeegeschäft der Markthalle dazu stieß, änderte sich Philipps Blickwinkel auf das Gastronomiegewerbe. „Peter hatte eigentlich gar keine Erfahrung mit Kaffee, innerhalb von zwei Jahren habe ich ihm aber geholfen, die Bohne in ihrer Gesamtheit inklusive ihrer Verarbeitung zu verstehen“, erinnert sich der heute

33-Jährige. Mit der Zeit ist aus der Geschäftsbeziehung eine innige Freundschaft entstanden und Philipp wurde auf die Ideen seines Freundes aufmerksam. „Peter hat im niederländischen Utrecht nachhaltige Wirtschaft studiert und versuchte dann sein Verständnis für Nachhaltigkeit peu à peu in unserer Arbeit im Kaffee 9 einzubinden. In einem doch recht großen Unterfangen wie der Markthalle war das in der Praxis aber oftmals schwer umsetzbar.“

Aus eigener Herstellung

Zufriedengeben wollten sich die beiden Visionäre damit nicht. Also setzten sich beide zusammen, tütelten ein gutes halbes Jahr an einem Businessplan und feilten an

einem Konzept. „Wir wollten ein ganz neues Café eröffnen, eines, dessen Betrieb ganz und gar auf dem Prinzip der nachhaltigen Kreislaufwirtschaft basiert“, erklärt der ursprünglich studierte Ton-techniker Philipp. Mit Peter als „praktischem Hirn“ und Philipp als Geschäftsführer für bürokratische Angelegenheiten, Marketing und Kommunikation haben die beiden Jungunternehmer nun mit dem Isla ein Café erschaffen, das praktisch keinen Müll produziert. Bestes Beispiel: Jedes Café hat täglich gewisse Mengen von Milchresten durch die Herstellung von Kaffeespezialitäten wie Latte Macchiato oder Cappuccino aufzuweisen. „Bei uns sind das jeden Tag rund 5 bis 10 Liter. Wir füllen sie in Gläser ab und stellen aus diesen unseren eigenen Joghurt und Ricotta her“, erläutert Philipp die Methode. „Klar, das ist überhaupt nicht modern und eine sehr alte Herangehensweise, aber so werden die Lebensmittel Teil unseres Produktionskreislaufes und kein Tropfen verschwendet.“ Ebenso verbackt das 3-köpfige Küchenteam Fruchtfleisch, das z.B. beim Pressen von frischen Säften entsteht, im hauseigenen Brot. Nicht einmal der Kaffeesatz wird weggeworfen, sondern an ein Berliner Unternehmen namens Kaffeeform weitergereicht (siehe Kasten). „Dieses stellt daraus Geschirre her, das wiederum in unserem Café zum Einsatz kommt.“

Wirtschaftlichkeit in ihrer Gänze

Die Zahlen bestätigen den Erfolg des Konzeptes: „Allein durch die Produktion unserer Milchprodukte aus Resten schaffen wir es im Monat ein bis zwei Teilzeitkräfte zu bezahlen“, erklärt Philipp. Die beiden Kaffeeprofis haben jedoch von Anfang an nie mit dem Begriff nachhaltiger Kreislaufwirtschaft hauiert. „Die Idee der Nachhaltigkeit setzen wir in unserem Café wie selbstverständlich im täglichen Betrieb um“, erklärt der Geschäftsführer. „Es kommt bei den Gästen nachweislich besser an, wenn



Peter Duran (im Service) und Philipp Reichel (an der Kaffeemaschine) kommen mit ihrem Zero-Waste-Konzept bei den Gästen an. Fotos: Isla Berlin



Über 80 % der Lebensmittel des Islas kommen direkt aus der Berliner Region – den Joghurt fürs Müsli stellt das Team aus Milchresten selbst her.

Facts

Adresse: Hermannstraße 37, Berlin
Plätze: 30 bis 35 innen, bis zu zusätzliche 10 auf der Terrasse im Innenhof
 Die Karte wechselt wöchentlich – zum Verkauf stehen auch Kaffee, Tee und Backwaren
Öffnungszeiten: Mo – Fr 8 bis 18 Uhr
 Sa – So 9 – 18 Uhr

kosten drastisch reduziert“, so Philipp. Es entstehen zwar täglich Diskussionen über höhere Preise, „unsere Gäste wissen die Qualität und vor allem offene und ehrliche Transparenz aber zu schätzen.“ Aus letzterem rührt auch der Name des Cafés: Während es auf der Herrmannstraße im Stadtteil Neukölln extrem laut und geschäftig zugeht, herrscht im Isla entspannte Stimmung. „Das Café ist ein erholsamer Zufluchtsort, eine von allen Seiten einsehbare Ruheinsel für alle, die eine Auszeit vom Trubel suchen.“

sie davon erfahren, nachdem sie bereits von der Qualität des Food & Beverage überzeugt wurden.“ Dabei unterliegen der Idee der sogenannten Kreislaufwirtschaft des Islas drei Prämissen: „Wir hinterfragen immer, was Kreislaufwirtschaft eigentlich ist. Das geht damit los, so weit wie möglich regional zu agieren.“ Über 80 % der Lebensmittel des Cafés kommen direkt aus der Berliner Region. Im Weiteren werden alle Lebensmittel einer Nutzwertanalyse unterzogen. „Können wir ein Produkt nicht bis zu 80 % komplett verarbeiten, fällt es aus unserem Analyseraster und wird nicht eingekauft. Wir wollen schließlich Zero Waste.“ Eine Möhre vom regionalen Bauern wird beispielsweise im Ganzen verarbeitet – auch aus dem Grün wird z. B. ein Pesto hergestellt. Zu guter Letzt hegen Philipp und Peter hohe Ansprüche an die Qualität ihrer Waren. „Würden unsere Möhren beispielsweise aus konventionellem Anbau stam-

men, wären sie gedüngt und wir könnten das Grün nicht verwenden. Also bevorzugen wir Produkte aus nachhaltiger Bio-Landwirtschaft.“

Insel der Ruhe

Höhere Einkaufspreise der Lebensmittel balancieren die Cafébesitzer aus. „Schließlich haben wir beispielsweise unsere Abfall-

Look & feel

Oft wundern sich die Gäste des Café Isla über das Geschirr, das hier im Einsatz ist. „Es sieht komisch aus und fühlt sich komisch an. Blicken unsere Gäste dann unter die Tasse kommt meist der Aha-Effekt“, schildert Cafébetreiber Philipp. Denn die Kaffeetassen stammen vom Berliner Unternehmen Kaffeeform, das Kaffeesatz zur Produktion verwendet. Weitere Infos unter www.kaffeeform.com



Foto: Kaffeeform



Unser Meisterwerk für anspruchsvolle Kunden



Black&White|4

Die Black&White4 ist ein Kaffeevollautomat der Superlative. Unser innovatives Multitalent ist optimiert auf den Einsatz im Profibereich und bietet Ihnen zahlreiche Vorteile:

- frei konfigurierbare Ausstattung
- passende Stellfläche für jeden Einsatzbereich
- einzigartiges Design
- intuitive Bedienung
- herausragende Milchschaum-Technologie
- perfektioniertes Modulsystem
- einfachste Reinigung
- Telemetrie-System ThermoplanConnect

Verlassen Sie sich auf die Thermoplan Exzellenz – Tasse für Tasse für Tasse.

www.thermoplan.eu

thermoplan
Swiss Quality Coffee Equipment



Seit mehr als 25 Jahren steht das Lavazza Training Center für umfassende Forschung und fundierte Schulung in der Kaffeebranche. Stets im Fokus: Beste Kaffeequalität und das Erlernen der perfekten Espresso-Kunst.

Das besondere Studienzentrum fördert mit seinem Angebot die Kaffeekultur auf italienischer und internationaler Ebene ganzheitlich. Rund 30.000 Teilnehmer besuchen inzwischen jährlich die Kurse der über 50 weltweiten Training-Center. Alle Schulungszentren sind identisch aufgebaut und bieten dieselben Services und Schulungen wie das Gründungszentrum in Turin. Kaffeeliebhaber interessieren sich dabei die Wahl zwischen klassischen Trainings, also individuellen Kursen für Gas-

Hier wird Espresso-Kompetenz zur Kunst

tronomen und Espresso-Experten, einer Beratung, bei der Management-, Marketing- und Verwaltungskennnisse für Espresso-Kunden service vermittelt werden, oder der Beleuchtung aller Aspekte der Espresso-Kultur und deren Umsetzung in der Gastronomie sowie Bereitstellung von Produktlösungen und Servicematerialien für alle Caffè-Bar-Konzepte.

Im Mai 2019 erhielt das Lavazza Training Center in Frankfurt die Zertifizierung der Specialty Coffee Association (SCA) als Premier Training Campus. Durch diese können nun Gastronomen zu Barista nach SCA-Standard ausgebildet werden.

Zusammen mit Lavazza verlost CATERING MANAGEMENT 2 x 2

Plätze für ein Kaffee-Seminar im Wert von 350 Euro p.P. in einem der neuesten und modernsten Training Center, in der Frankfurter Zentrale von Lavazza Deutschland. Das Seminar dauert ca. 5 h (von 10 bis 16 Uhr), beinhaltet Mittagessen und bietet folgende Highlights:

- Einleitung zum Lavazza Training Center
- Die Wertschöpfungskette des Kaffees: Vom Anbau bis zum

- Röstkaffee
- Kaffee-Know-how praxisnah: Die Zubereitung des perfekten Espresso und Cappuccinos
- Coffee Design: Experimentelle Kreationen mit Kaffee, z.B. Coffee Caviar
- Caffè-Cocktails: Kaffee mal anders – ein kleiner Caffè-Aperitif zum Abschluss

Die Anreise erfolgt auf eigene Kosten. Teilnahme unter: www.catering.de



Foto: Lavazza

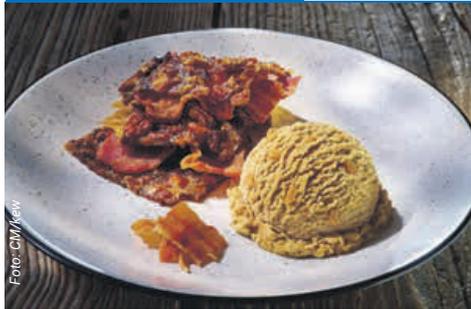


Foto: CM/View

DESSERT-TRENDS

Süß zu salzig, Bier zum Eis – neue Dessertkreationen versprechen spannende Geschmacksexplosionen.
Seite 22



Foto: Pixabay

GESCHMACKS-KICK

Kuchen oder Eis aus Gemüse und Kräutern – ein Trend, der sich durchsetzt?
Seite 24



Foto: Burgis

INNERE (KNÖDEL)WERTE

Für eine Überraschung beim Knödelgenuss können verschiedene Füllungen sorgen.
Seite 27

KUCHEN UND BACKWAREN

Klein und schokoladig

Der Wunsch nach Natürlichkeit, Regionalität und Gesundheit bestimmt vermehrt den Absatzmarkt für Kuchen. Vollkornbackwaren, fruchtige Zutaten sowie Minis mit niedrigen Stückgewichten nehmen diese Trends auf. (Von Dörte Wehmöller)



Beliebte Klassiker: Blechkuchen in allen Varianten. Foto: Dr. August Oetker Nahrungsmittel KG

Allen Trends zum Trotz verlieren die Klassiker unter den Kuchen nicht an Bedeutung. Traditionelle Obst-Kuchen und vor allem Gebäcke mit Apfel bleiben Top-Seller. „Insgesamt stellen wir fest, dass unsere Kunden großen Wert auf hochwertige Zutaten und einen Home-made-Charakter legen“, so das Marketing von Dr. Oetker Professional. Auch Käse- und Blechkuchen gehören zu den Klassikern. Ein Kuchenangebot muss ansprechend sein und ist dann attraktiv, wenn es abwechslungsreich ist und verschiedene Bedürfnisse und Geschmäcker bedient. „Dabei darf es aber nicht überladen wirken. So können unterschiedliche Portions- und Stückgrößen dem individuellen Appetit gerecht werden. Gleichzeitig sorgt eine vielfältige Auswahl dafür, dass für jeden Geschmack etwas dabei ist. Fruchtige Varianten gehören genauso in eine gut sortierte Auswahl wie schokoladige oder sahnige Angebote“, so die Experten.

Süß ja, aber nur wenig

Im Betriebsrestaurant Café Agora der Linde AG in Pullach darf ein

Kuchenangebot nicht fehlen. Täglich gehen dort 2.000 Mittagessen im Cook & Serve über den Tresen. Die rund 3.400 Mitarbeiter finden Platz in einem offen gestalteten



Der Karottenkuchen ist ein Hingucker auf dem Kuchenbuffet. Foto: Dr. August Oetker Nahrungsmittel KG

Gebäude, das sowohl Restaurant als auch Café und Lounge beherbergt. In den vergangenen Jahren hat sich die Kuchennachfrage deutlich nach unten verändert. Kurt Stümpfig, Head of Catering Services, muss das wissen. Seit mehr als 25 Jahren leitet er bei Linde die Betriebsgastronomie. „Anfang der 90er Jahre haben wir täg-

lich 200 bis 300 Stücke Kuchen verkauft. Heute haben wir deutlich mehr Gäste, doch der Absatz ist auf 30 bis 50 Stück pro Tag gesunken.“ Stümpfig erklärt das mit

einem veränderten Essverhalten. „Die klassische Kaffeepause als dritte Pausenzeit im Arbeitstag hat an Bedeutung verloren und damit auch das Stück Kuchen.“ Auch die Portionsstücke seien kleiner geworden. „Heute bewegen wir uns bei 80 bis 120 Gramm je Kuchenstück.“

Karrierekiller Schokolade

Viele Gäste fürchten die zusätzliche Kalorienportion. „Stattdes-

sen noch etwas scheint wichtig: „Viele erscheinen es fast unangemessen, viel Süßes oder Kuchen zu essen. Ähnlich wie Alkohol haben Zucker und Schokolade einen ne-

gativen Touch. Fast möchte ich sagen, sie sind Karrierekiller.“

Veganer Kuchen als Spezialität

Beim Kuchenangebot fahren Kurt Stümpfig und sein Team dreigleisig. „Einen Kuchen backen wir täglich selbst, außerdem werden wir von einem regionalen Handwerksbäcker jeden Tag frisch beliefert. Für kurzfristige Anfragen halten wir ein kleines TK-Sortiment vor.“

veganes Angebot, das durch einen veganen Kuchen vervollständigt wird. Für Kurt Stümpfig eine besondere Spezialität. „Unsere veganen Kuchen machen wir selbst, weil wir nichts vergleichbar Gutes am Markt gefunden haben.“ Ein bis zwei Bleche davon verkauft das Café täglich. „Wir haben eine feste Abnehmerschaft, die aus unterschiedlichen Gründen vegan essen möchten. Und unsere Belegschaft besteht aus Nationen aus aller Welt, deren Speisevorschriften wir mit einem veganen Angebot bestens bedienen können.“

Reissirup und Kokosbutter

Gebäckt wird ohne Zucker, stattdessen mit Reissirup und hochwertiger Kokosbutter. Jahreszeitlich angepasst ergänzen verschiedene Obstsorten den veganen Kuchen, der fast zu 100 % in Bio-Qualität ist. Der Bio-Anteil des gesamten Speisenangebots liegt bei über 70 %. Als Getreide verwendet die Küche Urkorn. „Wir vermeiden Weizen wo es geht, denn nach unserer Ansicht sind die Weizenhybride, die heutzutage angeboten werden, nicht besonders verträglich.“ Einkorn, Emmer oder Kamut werden ersatzweise eingesetzt. „Wir schauen, dass wir möglichst weizenfrei anbieten.“ Ansonsten geht Kuchen auf Vorbestellung im-

„Ähnlich wie Alkohol haben Zucker und Schokolade einen negativen Touch. Fast möchte ich sagen, sie sind Karrierekiller.“

sen zählt hochwertiger Kaffee, der mit der Minischokolade als süßem Kick ergänzt wird“, so Stümpfig. Außerdem sind Tee- und Kaffeeküchen dezentral an den Arbeitsplätzen eingerichtet, was den Weg in die Kaffeelounge ersetzt. Und

Kuchen gibt es als Zwischenverpflegung, als Dessertvariante nach dem Mittagessen und im Konferenzservice. „Dort sind insbesondere Fingerfood-Kuchen gefragt“, berichtet Kurt Stümpfig. Im Café Agora gibt es ein durchgängiges

mer dann, wenn es besondere Anlässe zu feiern gibt. „Zum Glück haben wir zwei Konditoren in unserem Küchenteam, die z. B. für Mitarbeitergeburtstage ein Kuchenangebot zur Verfügung stellen.“

Tipps für ein attraktives Kuchenangebot



Head of Catering Services bei der Linde AG in Pullach. Foto: Linde AG

„Lieber nur zwei oder drei Sorten anbieten, dafür aber hochwertig. Jahreszeitlich angepasste frische Obstkuchen und auch etwas Schokoladiges sollte dabei sein. Ein abwechslungsreiches Angebot ist wichtig und es muss optisch etwas hermachen. Am Dessertbuffet bieten wir kleine Kuchenwürfel à 40 Gramm an, die mit Obstsalat kombinierbar sind. So lässt sich die Lust auf Süßes mit dem Wunsch nach Frische vereinbaren.“

iSi Nitro
Der revolutionäre iSi Nitro mit den iSi Nitro Chargers veredelt Cold Brew Coffee, Tee und Cocktails mit einer einzigartig samtig-weichen Cremigkeit.

Der iSi Nitro ist mobil und von Strom unabhängig.

iSi Nitro Chargers
VKE: 16 Stück/Pck.
www.isi.com/kulinarik



KARTOFFEL

Leckere Knolle

Über die Kartoffel ist noch längst nicht alles gesagt. Zwei Fragen zur tollen Knolle verraten Neues und räumen mit Mythen auf.

Kartoffeln werden völlig zu Unrecht oft noch als Dickmacher verpönt. Das weiß auch Dieter Tepel, Geschäftsführer Landesverband der Kartoffelkaufleute Rheinland-Westfalen: „Gekochte Kartoffeln mit Schale haben auf 100 Gramm nur 0,1 Gramm Fett und 70 Kalorien. Damit sind es nur halb so viele Kalorien wie die gleiche Portion gekochte Nudeln. Zudem stecken Kartoffeln voller Vitamine und Mineralstoffe und machen lange satt. Sie eignen sich also wunderbar für eine gesunde Ernährung.“

Herr Tepel, wie viele Kartoffeln machen satt?

Von Kartoffeln kann man eigentlich nicht genug bekommen. Um nach dem Abendessen aber nicht zu viele Reste übrig zu haben, helfen ungefähre Richtlinien für Portionsgrößen: Werden die vielseitigen Knollen als Hauptgericht verspeist, zum Beispiel als Bratkartoffeln, sättigen etwa drei bis vier mittelgroße Kartoffeln, also circa 300 bis 400 Gramm. Als Beilage reichen etwa zwei bis drei mittelgroße Kartoffeln.

Können Kartoffeln mit Schale gegessen werden?

Die meisten wissen: Frühkartoffeln, die ab Ende Mai in den Handel kommen, können mit Schale gegessen werden. Doch wie sieht es mit den anderen Kartoffeln aus? Wenn es einmal schnell gehen soll, können die meisten Kartoffeln nach dem Kochen mit Schale gegessen werden. Denn das in der Schale vorhandene Solanin ist bei normalem Verzehr unbedenklich. Gelagerte und gekeimte Kartoffeln, ebenso Knollen mit grünen Stellen sollten immer geschält werden. Auch Schwangere, Kinder, alte oder kranke Menschen greifen besser zu geschälten Kartoffeln.



Dieter Tepel, Geschäftsführer Landesverband der Kartoffelkaufleute Rheinland-Westfalen. Foto: privat



Rezept

Für den Superfood-Kartoffelsalat

- Zutaten:**
 900 g Kartoffeln
 6 EL Öl
 2 TL Kreuzkümmel (gemahlen)
 360 g Quinoa
 150 g Pistazien
 1 Bund frische Petersilie
 1 Bund Minze
 360 g Karotte
 12 Frühlingszwiebeln
 2 Dosen Kichererbsen,
 225 g Datteln
 225 g Granatapfelkerne
 Für das Dressing:
 150 ml Olivenöl
 4 EL Zitronensaft
 2 bis 3 EL brauner Zucker
 1 TL Salz
 1/2 TL Chiliflocken

Zubereitung: Ofen auf 200 °C vorheizen. Quinoa in einem Sieb waschen und in einen Topf mit Salz-

wasser geben. 10 Minuten bissfest kochen. Kartoffeln waschen, schälen und in Würfel schneiden. Öl und den Kreuzkümmel mit dem Salz mischen, die Kartoffelwürfel hinzugeben. Ein Backblech mit Backpapier auslegen, die Kartoffelwürfel darauf verteilen, für 30 Minuten in den Ofen geben. Nach der Hälfte der Zeit die Kartoffelwürfel wenden. Karotten schälen und in feine Stifte schneiden. Datteln entkernen und hacken. Pistazien (ggf. schälen und) hacken. Kichererbsen abtropfen. Petersilie und Minze hacken. Frühlingszwiebeln waschen und in Ringe schneiden. Die Zutaten für das Salatdressing in eine Schüssel geben und verrühren. Alle Salatzutaten in ein oder mehrere Einmachgläser schichten oder in einer Schüssel nebeneinander legen. Dressing portionsweise hinzugeben, den Salat schütteln oder umrühren und servieren.



Kartoffel-Kulinarik – Vielfalt schmecken

Foto: Genussakademie Bayern



Am 3. November fällt der Startschuss für eine neue Veranstaltungsreihe der Genussakademie Bayern. Geplant ist es, einmal im Quartal ein Event zu organisieren, bei dem ein bestimmtes Produkt im Fokus steht. Das Motto der ersten Veranstaltung am Heinersreuther Hof lautet „Kartoffel-Kulinarik – Vielfalt schmecken“. Hier wird sich alles um die Vielfalt der Sorten, der Aromen und dem Einsatz in der Küche der tollen Knolle drehen. Im Fokus der Veranstaltung stehen der Genuss und Geschmack, aber auch die Nachhaltigkeit. Um die Sortenvielfalt der Kartoffel zu verdeutlichen, wird der Kartoffelexperte Peter Glandi-

en „Tartuffli“, rund 30 verschiedene Sorten vorstellen. Die Gastronomen von Caspar Plautz betreiben am Münchner Viktualienmarkt einen kreativen und nachhaltigen Kartoffelimbiss und werden den Besuchern die Gelegenheit bieten unterschiedliche Sorten zu verkosten. Zudem wird der Sternekoch Felix Schneider vom Restaurant „Sosein“ seinen regionalen und nachhaltigen Küchenstil anhand einer Kartoffelkreation präsentieren. Vorträge zu regionalen Kartoffelsorten, beispielsweise dem Bamberger Hörnchen und Aktionen für Kinder sind ebenso geplant. Mehr Infos unter www.genussakademie.bayern

Flottes Kartoffel-Risotto

Das neue Schne-frost Kartoffel-Risotto kann analog zum gelerntem Reis-Klassiker als eigenständiges Gericht für die Tellermitte genutzt werden. Gerade als Hauptdarsteller zeigt das Kartoffel-Risotto seine ganze Vielfalt und bereichert vor allem auch das vegetarische Speisenangebot. Zusammen mit gerösteten Süßkartoffelwürfeln, grünem Spargel und nussigen Pinienkernen entsteht z.B. ein modernes, vegetarisches Gericht, das Gäste überrascht und begeistert. Aber auch Garnelen, Lachs, Pilze, Spargel oder Erbsen passen zum neuen Kartoffel-Risotto ebenso gut wie

zum gelerntem italienischen Klassiker. Darüber hinaus kann die neue Kartoffelspezialität auch als hochwertige Beilage (z.B. als Begleiter eines saftigen Flank-Steaks) eingesetzt werden. Die Zubereitung des Schne-frost Kartoffel-Risottos kann im Kombidämpfer oder Kochtopf erfolgen. Der Inhalt des Beutels ist flexibel portionierbar, so dass sich im Handumdrehen auch eine einzelne Portion zubereiten lässt. Dabei haben die kleinen Kartoffelwürfel von 5 x 5 mm eine spürbare Konsistenz und garantieren so ein authentisches Geschmacks-Erlebnis.



Foto: Schne-frost

BÜRGER Profiküche bietet:

- Vegane Maultaschen, Spätzle, Schupfnudeln, gefüllte Pasta und Linsenlasagne
- Zudem über 70 fleischfreie Menükomponenten
- Gekühlte und tiefgefrorene Convenience-Produkte ohne geschmacksverstärkende Zusatzstoffe

BÜRGER
PROFIKÜCHE

BÜRGER GmbH & Co. KG – Zeiss-Str. 12 – 71254 Ditzingen
 Tel. 07156 3002-0 – Fax 07156 3002-2066
www.buerger-profikueche.de

DBL gewinnt Red Dot Award

Die aktuelle Kampagne von Mietdienstleister DBL „Helden sollten nicht warten“, sondern immer einsatzbereit sein, hat die Jury des Red Dot Awards überzeugt: Sie zeichnete das Konzept für hohe Designqualität und Kreativität im Bereich „Brands & Communication Design 2019“ aus. Der Award ist mit seinen Einreichungen von Designern, Unternehmen und Organisationen aus über 70 Nationen einer der größten und renommiertesten Designwettbewerbe weltweit. „Wir standen vor der Herausforderung, die komplexe Dienstleistung des textilen Mietservices, die von der Beratung über die individuelle Ausstattung der Profis bis zur fachgerechten Wäsche reicht, mit einem Key Visual darzustellen“, so Dirk Hirschmüller, DBL-Geschäftsführer Marketing und Vertrieb. „Und hier führten uns die Helden des Arbeitsalltags, die wir täglich mit sauber gepflegter und sicherer Berufsbekleidung beliefern, schnell zur Idee der Superhelden. Der Red Dot Award ist nun eine tolle Bestätigung für unsere Idee – und unseren Mietservice.“



Foto: DBL

Modern, sportlich und bequem



Foto: Jobeline

Die neuen Berufsschuhe Performance von Jobeline verleihen dem Job-Look einen stylischen Anstrich – ob in Schwarz oder Weiß. Die Lederschuhe im klassischen Turnschuh-Style trumpfen aber nicht nur durch ihr sportlich-schlichtes Design auf, sondern überzeugen auf ganzer Linie mit bequemem Tragekomfort und ausgezeichneten Features. Die Berufsschuhe für sie und ihn sind wasserabweisend, antistatisch und bieten Sicherheit und Haftung dank SRC-zertifizierter Sohle auf feuchten und rutschigen Böden. Die ergonomische EVA-Zwischensohle sorgt für optimale Dämpfung und damit für einen gelasseneren Tag bei jeder Bewegung. Eigenschaften, die auch die Sicherheitsschuhe Performance Pro auszeichnen. Ausschließlich in Schwarz erhältlich, sind sie aber zusätzlich mit robusten Alu-Sicherheitskappen ausgestattet und schützen so optimal, wenn es besonders sicher sein muss. Mit Breeze im Sneaker-Style hält man die Dinge am Laufen. Der sportliche Sneaker vereint alle Extras, die einen guten Arbeitsschuh auszeichnen: intelligente Funktionen und eine rutschsichere, modern gestaltete Sohle. Vor allem das Coolmax-Innenfutter sorgt für Frische bei jedem Schritt. Es transportiert die Feuchtigkeit optimal ab und ist super atmungsaktiv. Dazu ist der Schuh für Damen und Herren leicht zu pflegen und extrem haltbar.



Foto: alexklich/stock.adobe.com

Trend 1: Wohlfühlen

Das Wohlfühlen in der eigenen Berufsbekleidung sollte selbstverständlich sein. Doch waren in der Vergangenheit viele Materialien nur auf Langlebigkeit ausgerichtet. Beschäftigte von heute möchten hautverträgliche Gewebe tragen und wünschen sich viel Bewegungsfreiheit bei ihrer Arbeitskleidung. Das wird mit dehnbaren Materialien und Stretcheinsätzen erreicht. Berufsbekleidung soll aussehen wie Freizeitkleidung, aber auch genauso bequem sein.

Der Freizeitlook hat Berufsbekleidung dahingehend beeinflusst, dass sie eine gewisse Lässigkeit mitbringen muss. Gleichzeitig ist Arbeitskleidung viel modischer geworden. Die Schnitte haben sich in allen Branchen zu einer schlanken Passform entwickelt. „Eine besondere Herausforderung liegt dabei in der Entwicklung der Schnittmuster: Denn Mitarbeiter müssen

trotzdem eine optimale Bewegungsfreiheit haben und auch körperlicheren Trägern muss die Kleidung einwandfrei passen“, erklärt Ildikó Erhard.

Trend 2: Nicht-Farben und Akzente

Mitarbeiter möchten auch bei der Arbeit modern gekleidet sein. Die Farbe spielt dabei eine zentrale Rolle. Es gilt: Gedeckte Farben wie Anthrazit sind die Favoriten der meisten Unternehmen.

„Der Trend geht ganz klar zu ‚Weniger ist mehr‘“, sagt Erhard. „Wir arbeiten seit einiger Zeit verstärkt mit Nicht-Farben wie Grau, Anthrazit und Schwarz. So können wir leuchtende Farben als unaufdringlichen Akzent nutzen. Oder umgekehrt: Durch Akzente in neutralen Farben werden die Linienführung und die Passform des Kleidungsstücks herausgestellt. Das Ergebnis ist ein Look, der das Logo des jeweiligen Unternehmens betont und richtig cool wirkt.“

Trend 3: Unternehmensdarstellung

Bei immer mehr Unternehmen steht in Sachen Berufsbekleidung der betriebseigene Auftritt im Vordergrund: Die Kleidung soll das eigene Unternehmen bewerben, zum Beispiel über Logos und Corporate Design. Oft wird auch die Farbe nach Unternehmensdesign gesucht. „Die Berufsbekleidung soll modern und professionell aussehen und dadurch zeigen, dass das Unternehmen immer auf dem neuesten Stand ist“, so Ildikó Erhard.

Trend 4: Nachhaltigkeit

Nachhaltig, umwelt- und sozialbewusst möchten sich immer mehr Unternehmen darstellen. Recycelfähige Berufsbekleidungsstücke sind ein großes Zukunftsthema. Auch nachhaltige Beschaffung spielt eine immer bedeutendere Rolle, gerade bei größeren Unternehmen und in der öffentlichen

Verwaltung. Mit Berufsbekleidung wie Fairtrade-zertifizierter Kleidung können Unternehmen ihre eigene Nachhaltigkeitsbilanz verbessern und durch das Fairtrade-Logo an der Kleidung ihr Verantwortungsbewusstsein zeigen. Die Designerin ist davon überzeugt, dass der Trend hin zu nachhaltiger Arbeitskleidung zukünftig noch stärker wird. Auch langlebige Textilien spielen eine wichtige Rolle, schließlich soll Berufsbekleidung lange halten und nicht ständig aufgrund mangelnder Haltbarkeit entsorgt werden müssen. „Wir gestalten bei CWS langlebige Kollektionen im Mietservice, das heißt, sie müssen über einen längeren Zeitraum gut aussehen. Das ist eine Herausforderung, die uns immer wieder kreativ werden lässt“, erklärt Erhard.

Trend 5: Intelligente Textilien

Die wichtigste und selbstverständlichste Erwartung an Berufsbekleidung ist die Funktionalität. Neben all den Funktionen, die eine gute Arbeitskleidung erfüllen muss – wie ausreichend Taschen, reflektierendes Material, Kniepolster –, ist vor allem das richtige Gewebe für die Funktionalität entscheidend. Der Zukunftstrend heißt Smart Textiles – intelligente Textilien. „Ich kann mir vorstellen, dass die Kleidung Alarm schlägt, bevor eine Chemikalie die Schutzkleidung durchdringt, wenn die Vitalwerte des Trägers in Gefahrenzonen zu stark abweichen oder die Raumtemperatur stark ansteigt“, so Erhard. Es gibt viele interessante, Schutz bietende Informationen, die die smarten Textilien an den Träger oder sogar darüber hinaus kommunizieren können. Selbstregulierende Kleidung kann schon heute bei steigender Körpertemperatur und Feuchtigkeit das optimale Mikroklima auf der Haut so erhalten, dass sich die Arbeitskleidung nicht verschwitz anfühlt. Das ist ein entscheidendes Kriterium für das persönliche Wohlfühlen.

Modisch und verantwortungsbewusst



In der neuen Gastro-Moda-Kollektion 2019/20 ist das Trendmuster Glencheck in den Farben Beige und Grau zu finden. Foto: Greiff

In seiner Gastro-Moda-Kollektion bietet Greiff Mode hochwertige und verantwortungsvoll produzierte Berufsbekleidung für Cuisine und Service. Von Kostümen und Anzügen über Schürzen und Westen bis hin zu Kochjacke und Accessoires. Eine zentrale Rolle spielen dabei die Arbeitsbedingungen in den Produktionsbetrieben. Um die Einhaltung der weltweit anerkannten ILO-Kernarbeitsnormen ge-

währleisten zu können, führt Greiff in Zusammenarbeit mit der Fair Wear Foundation regelmäßige Kontrollen durch. Darüber hinaus setzt das Unternehmen bei der Herstellung seiner Berufsbekleidung zunehmend auf nachhaltige Rohstoffe. Derzeit sind unter anderem Fairtrade-zertifizierte Baumwolle und Fasern aus recycelten Materialien im Einsatz.

Ausgezeichnete Workwear

Kaya & Kato ist mit dem neuen staatlichen Textilsiegel Grüner Knopf ausgezeichnet worden. Der Grüne Knopf ist das staatliche Siegel für sozial und ökologisch hergestellte Textilien. Ein vergleichbares Siegel wie den Grünen Knopf gibt es bisher nicht. Die ausgezeichneten Produkte müssen 26 anspruchsvolle Sozial- und Umweltstandards einhalten – von Abwassergrenzwerten und dem Verbot gefährlicher Chemikalien bis hin zu Mindestlöhnen und dem Verbot von Kinder- und Zwangsarbeit. Das Besondere: Einzelne Vorzeigeprodukte reichen nicht aus, das gesamte Unternehmen wird anhand von 20 Kriterien geprüft. Der Staat legt die Kriterien für den Grünen Knopf fest, unabhängige Prüfstellen kontrollieren die Einhaltung der Stan-

dards. Wenn notwendig, werden auch die Produktionsstätten vor Ort überprüft. Der Prüfprozess wird ebenfalls überwacht, darum kümmert sich die staatliche Deutsche Akkreditierungsstelle – die „Prüfer der Prüfer“.



Schickes Design mit innovativen Stoffen, z. B. aus recyceltem Plastikmüll. Foto: Kaya & Kato

ALLES, WAS RECHT IST

KLARE ABGRENZUNG SCHAFFT GEHALTSUNTERSCHIED

Manche Tarifverträge sehen für Mitarbeiter von Cateringbetrieben eine andere Entlohnung vor als für Mitarbeiter, die nicht in einem Cateringbetrieb tätig sind. Das kann Lohnunterschiede von mehreren hundert Euro ausmachen. Deswegen ist nicht nur für die betroffenen Arbeitnehmer, sondern insbesondere für deren Arbeitgeber die Abgrenzung, also die Klärung des Begriffs „Catering“ im tariflichen Sinne, von Belang.

Aktuell wird dabei gerade von Seiten der Gewerkschaft im Interesse ihrer Mitglie-

der die Frage aufgeworfen, ob es schon ausreicht, dass der Arbeitgeber das Wort „Catering“ in seiner Firma führt (z.B. „Meier Cateringservice GmbH“). Die Antwort ist ein klares Nein. Tarifverträge ordnen Betriebe nicht nach ihrer Firmierung, sondern nach ihrem Tätigkeitsschwerpunkt in die eine oder die andere Gehaltsstaffel.

Welche Voraussetzungen konkret im Einzelnen erfüllt sein müssen, ergibt sich entweder ebenfalls aus dem Tarifvertrag. Oder es wird, wenn das nicht der Fall ist,

auf das allgemeine Branchenverständnis zurückzugreifen sein. Dies hat beispielsweise der DEHOGA Bundesverband schon vor Jahren unter Rückgriff auf Überlegungen des Statistischen Bundesamtes so umschrieben: Caterer liefern in einer Produktionszentrale zubereitete verzehrfertige Speisen sowie Getränke an bestimmte Einrichtungen (z.B. Fluggesellschaften, „Essen auf Rädern“) oder Personengruppen und für bestimmte Anlässe (z.B. Hochzeiten und andere Feiern oder Feierlichkeiten). Die Definition ist als Oberbegriff auch heute noch zutreffend, wenn-

gleich sich zunehmend spezielle Fallgruppen herausbilden (Care-Catering, Business-Catering, Event-Catering Service etc).

Wenn also beispielsweise eine Gesellschaft Träger verschiedener Kantinen ist, die allerdings nicht zentral beliefert werden, sondern vor Ort Lebensmittel erwerben, verarbeiten und zum Verzehr an Ort und Stelle anbieten, dann fallen deren Arbeitnehmer auch dann nicht unter die Gehaltsstaffel für Cateringmitarbeiter, wenn die Gesellschaft etwa aus Marketinggründen sich als „Caterer“ bezeichnet.



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