

24

STUNDEN
GASTLICHKEIT

FACHMAGAZIN FÜR GASTRONOMIEKONZEPTE



KOCH DES JAHRES: DIE FINALISTEN | ERFOLGSKONZEPTE | SPÜLPROBLEME LÖSEN

AUSGABE: 05124

HEFTPREIS: 9,00 € (INLAND) | 10,50 € (AUSLAND)

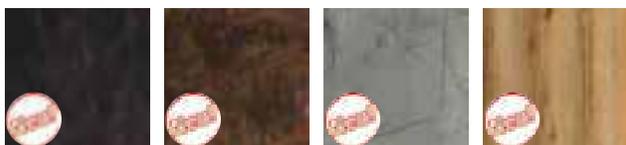
ABC WORLDWIDE

www.abc-worldwide.de



Aktion: Titan & Moon
ab 50 Stk. 54,95 € | ab 100 Stk. 49,95 €

Compact 2024 ab 15 Stk. -10%



New Slate

Oxide

Marmara

Sumava Oak



Marmor blanco

Ashen oak

Aged oak

Terrazzo



Marble

Kiruna oak



Borkum
Gestell

Verschiedene Loungesets direkt verfügbar.



79,95 € ~~68,95 €~~



Triton
in 2 Farben

119,95 € ~~99,90 €~~



Sol
in 2 Farben

49,95 € ~~37,95 €~~



Nora



Rhea



Pluto



Ceres

59,99 € ~~54,90 €~~



Marie

49,95 € ~~42,95 €~~



Tina

69,95 € ~~64,95 €~~



Dea



Kallisto



Schluss mit
wackelnden Tischen!

69,95 € ~~64,95 €~~



Rhea Anthrazit

66,90 € ~~54,95 €~~



Spring mocca

99,95 € ~~69,95 €~~



Oberon



Dione

Preise zzgl. MwSt. Gültig so lange der Vorrat reicht

48455 Bad Bentheim Gildehaus

Tel: +49 (0) 5924-78279-0

Fax: +49 (0) 5924-78279-15

auch OUTLET -

Produkte auf abc-worldwide.de

Besuchen Sie unsere 1800m² Ausstellung, es lohnt sich!



Stockholmer Str. 26

www.abc-worldwide.de

info@abc-worldwide.de



Jeanette Lesch
Chefredakteurin

Das Problem des Fachkräftemangels ist kein neues. Aber, es ist ein akutes Problem, das die Branche vor erhebliche Herausforderungen stellt. Während der Corona-Pandemie hat sich die Situation drastisch verschärft: Viele Beschäftigte haben die Branche verlassen und sind in andere Dienstleistungssektoren gewechselt. Die Zahl der offenen Stellen in Hotel- und Gastronomieberufen übersteigt bei Weitem das verfügbare Personal. Dies führt zu eingeschränkten Öffnungszeiten, reduzierten Speisekarten und einer erhöhten Arbeitsbelastung für die verbleibenden Mitarbeiter. Kurz gesagt: Der Personalmangel gefährdet die Existenz vieler Betriebe. Die Ursachen für den Mangel liegen dabei tief. Neben den harten Arbeitsbedingungen – darunter u. a. Schichtarbeit und niedrige Löhne – sind es auch strukturelle Probleme, die die Attraktivität der Berufe in der Gastronomie mindern. Junge Menschen entscheiden sich zunehmend gegen eine Karriere in dieser Branche, was den Fachkräftemangel weiter verschärft.

Aber: Es gibt auch (junge) Talente, die für die Branche brennen. Die schon als Kind unbedingt Küchenchef werden wollten und nun auf dem besten Weg dahin sind. Sechs davon stellen wir in dieser Ausgabe (S. 10 ff.) vor. Denn aktuell bereiten sie sich für das große Finale des renommierten Wettbewerbs „Koch des Jahres“ vor.

Können also Koch-Wettbewerbe vielleicht als Motivation dienen, um junge Talente für die Branche zu gewinnen? Die Antwort: Ja, sie können. Wettbewerbe wie „Koch des Jahres“ sind nicht nur prestigeträchtige Veranstaltungen, sondern auch wichtige Plattformen, um Leidenschaft und Exzellenz zu fördern. Sie bieten Köchen die Möglichkeit, ihre Fähigkeiten zu zeigen, kreative Grenzen zu überschreiten und sich mit Gleichgesinnten zu messen. Der Nervenkitzel, der mit der Teilnahme an einem Wettbewerb verbunden ist, kann das Feuer für den Beruf entfachen und aufrechterhalten.

Wettbewerbe allein werden das Problem des Fachkräftemangels natürlich nicht lösen, aber sie sind ein wichtiges Werkzeug, um junge Menschen für den Beruf zu begeistern und sie langfristig in der Branche zu halten. Wir sind jedenfalls schon sehr gespannt darauf, wer das Rennen um den Titel dieses Jahr machen wird und drücken allen Finalisten die Daumen!



Sie wollen uns Ihre Meinung sagen – zur 24 Stunden Gastlichkeit, den Inhalten oder den Produkten? Liken Sie uns auf Instagram und schreiben Sie mit uns! @24stundengastlichkeit

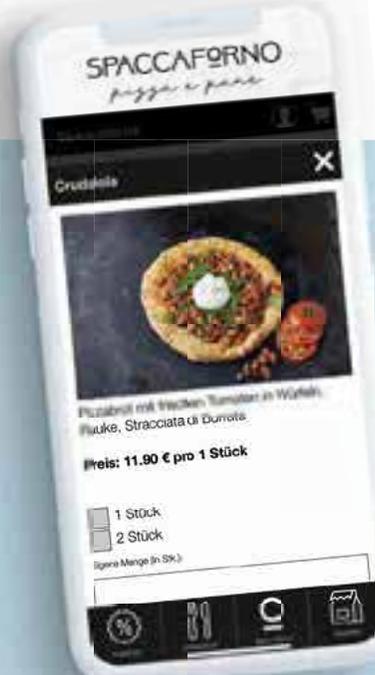
Talente!



DIE GASTRO BESTELL APP



Deine eigene
provisionsfreie
APP-Lösung
mit **Webshop.**



Kostenvorteil für
Abonnenten des
Fachmagazins

24
STUNDEN
GASTLICHKEIT

Sparen Sie bis zu
360,-€ jährlich!



www.diebestellapp.de

14

#spürbargrün



20

Schnitzel



36

Spültechnik



26

Scirocco, Berlin

Kurz notiert

- 06 **Branchenblick**
- 08 **Termine**
- 09 **Kooperation**

Wettbewerb

- 10 **Koch des Jahres:**
Das sind die Finalisten!

#spürbargrün

- 14 **Kolumne:**
Nachhaltigkeit als Strategie
in der Krise

Fachthemen

- 16 **Desserts:**
Krönender Abschluss
- Schnitzel:**
- 20 Goldgelbe Hülle
- 22 Schnitzel satt
- Spültechnik:**
- 36 Wo bleibt der Mitarbeiter?
- 39 5 Spülprobleme sauber gelöst

Erfolgskonzepte

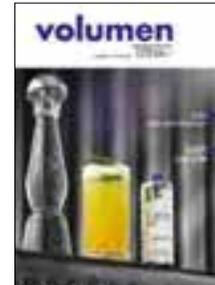
- 26 **Sciocco, Berlin:**
Frischer Wind am Ku'damm
- 28 **DiningRuhm, Wien (A):**
Wenn Japan auf Peru trifft
- 30 **Wachter Foodbar,
Priem am Chiemsee:**
Mit Herz und Verstand
- 32 **Fat Monk, München:**
Bowls für den Bauch
- 34 **Steel Vintage Bikes Café,
Berlin:**
Steel-echt



Die Eröffnung des Stores am Kaufingerter in München markiert den Startschuss für die Expansion des urbanen Bowl-Konzeptes Fat Monk – Deli Bowls in Süddeutschland.
Bild: Fat Monk

Rubriken

- 40 **Markt & Trend**
- 42 **Impressum / Branchenpartner**



In dem Rezept „Bucking Bull“ kommt die Red Bull White Edition gut zur Geltung.
Bild: Red Bull Deutschland

TRINKtime

- 44 **News**
- 46 **Rum:**
Eine Reise an den Zuckerrohrgürtel
- 50 **Produkte**

GOGREEN

Der Umwelt zuliebe auf chlorfrei gebleichtem Papier gedruckt. Der Versand dieses Heftes erfolgt CO₂-neutral mit dem Umweltschutzprogramm GoGreen der Deutschen Post.

Der gesamten Auflage dieser Ausgabe liegt eine Beilage der Cent Direktvertriebs GmbH, Himmelkron, bei. Wir bitten um freundliche Beachtung.

Glänzende Sparoffensive beim Energieeinkauf



Eine Kooperation mit der
JOHANNES SCHUETZE HOLDING AG

Zahlen Sie auch zu viel für Strom & Gas?

Die Art des Einkaufs und das Volumen entscheidet über den Preis. Konditionen, die ein einzelner Betrieb nie erreichen kann, schaffen viele gemeinsam. Dafür gibt es jetzt die **Kooperation 24 Stunden Gastlichkeit** mit der **Johannes Schuetze Holding AG**. Dahinter steht ein ebenso überzeugendes wie einzigartiges Bündelungskonzept. Alle Infos auf der Webseite und dort **letzte Rechnung zur Sparanalyse hochladen!**



Scannen, informieren, Rechnungsupload & sparen!

www.blgastro.de/24-energie



INSZENIERUNG VON FRISCHEM FISCH

Das mehrfach preisgekrönte niederländische Gastrokonzept Pesca Theatre of Fish kommt nach Deutschland. Es ist bekannt für seine kreativen Fischspezialitäten und kulinarischen Erlebnisse und feiert mit dem Westfield Hamburg Überseequartier im Oktober 2024 Premiere. Pesca gehört zur jungen niederländischen Gastro-Gruppe Younique Concepts, die mehrere Restaurantkonzepte betreibt. Als „Theatre of Fish“ inszeniert Pesca frischen Fisch in Theateratmosphäre mit einer lebendigen Customer Journey sowie sehr hoher Qualität der Speisen. Bis dato ist das Konzept nur in Amsterdam (seit 2016) und in Rotterdam (seit 2022) live zu erleben. Mit der Eröffnung in Hamburg und einem weiteren Opening in Nizza startet das niederländische Unternehmen seine internationale Expansion. www.pesca.restaurant/en/

AUSZUBILDENDE GESUCHT!

49 % der Ausbildungsbetriebe der Deutschen Industrie- und Handelskammer können nicht alle ihrer Ausbildungsplätze besetzen. Vor diesem Hintergrund haben die Experten von Pens ihre Indexstudie (aus April 2024) zum Fachkräftemangel aktualisiert und ergänzt (Juni-August 2024). Dazu analysierten sie die Anzahl der Stellenangebote für jede Branche auf der Jobplattform Indeed sowie die jeweilige Vakanzzeit und vergaben daraus eine Punktzahl von 10. Die Gastronomie liegt in der Studie mit 25.004 offenen Stellen auf Platz 11 im Fachkräftemangel-Ranking. Da hier nach 30 Tagen noch 56,80 % der ausgeschriebenen Stellen unbesetzt sind, und nach 90 Tagen immer noch mehr als ein Drittel (34,75 %) frei sind, erhielt diese Branche eine Gesamtpunktzahl von 4,41/10. www.pens.com/de



KI-LEITFADEN FÜR DIE BRANCHE

Künstliche Intelligenz (KI) ist aus unserem Alltag nicht mehr wegdenken. Auch im Gastgewerbe ist sie von entscheidender Bedeutung und wird in Zukunft unverzichtbar sein. Winnow hat deshalb einen praktischen Leitfaden mit dem Titel „Der Leitfaden 2024 zu KI im Gastgewerbe“ entwickelt, der einen umfassenden Überblick über die verschiedenen Einsatzmöglichkeiten bietet. Der Leitfaden enthält wertvolle Inhalte, die den Nutzern dabei helfen, KI effektiv in ihren Betrieb zu integrieren, darunter etwa die wichtigsten Vorteile von KI-Anwendungen. Die wichtigsten Punkte sind dabei betriebliche Effizienz und Kostenersparnis, Verbesserung des Kundenerlebnisses, Nachhaltigkeit und Umweltschutz sowie Mitarbeiterbindung. www.winnowsolutions.com

NOCH MEHR BRANCHENBLICK



Unser Branchenportal ist die zentrale Anlaufstelle für kompetent recherchierte Fachinformationen aus allen Bereichen des Außer-Haus-Markts. Wir liefern online noch mehr Marktinfos, Hintergrundberichte, Reportagen und Branchen-Nachrichten. Ergänzend gibt es einen Newsletter, der euch zwei Mal in der Woche auf den neuesten Stand bringt. So bleibt ihr in jedem Fall auf dem Laufenden. www.blgastro.de

WECHSEL IN DER GESCHÄFTSFÜHRUNG

Nach 30 Jahren beim Dehoga Nordrhein hat Geschäftsführer Markus Odenbach zum 31. Juli 2024 den Verband verlassen, um in den Ruhestand zu gehen. Sein Nachfolger Andreas Höffken (im Bild I.) ist ein „alter Bekannter“ – er war zu Beginn seiner Karriere, Anfang der 2000er-Jahre, schon einmal für den Dehoga tätig. Zu seinen Aufgaben werden neben den Bereichen Recht und Personal die Beratung des Ehrenamts sowie die politische Unterstützung des Präsidiums mit seinen Geschäftsführerkollegen Christoph Becker und Thomas Kolaric gehören.





BITCOIN ALS ZAHLMITTEL

Das Berliner Restaurant Horváth markiert einen bedeutenden Wendepunkt in der Gastronomieszene: Ab sofort akzeptiert es als erstes Zwei-Sterne-Restaurant in Deutschland Bitcoin als Zahlungsmittel. Küchenchef Sebastian Frank setzte sich erstmals in der Corona-Pandemie mit der Währung auseinander. Seine Auseinandersetzung damit, wie unser Geldsystem funktioniert und wo Geld herkommt, brachte die Erkenntnis, nicht weiter ausschließlich auf traditionelle Finanzinstitute vertrauen zu wollen. Die Beschäftigung mit Bitcoin half ihm, das Geldsystem besser zu verstehen. Er verkaufte seine Wertpapiere und steckte alles in Bitcoin. Schließlich kam ihm der Gedanke, Bitcoins nicht nur zu kaufen, sondern auch zu verdienen. Das schien am einfachsten und in gewisser Weise am authentischsten zu sein. Durch einen Podcast erfuhr er von dem Zahlungsdienstleister Lipa, der auf der BTC2023 in Innsbruck Zahlungen für die Gastronomie abwickelte. Nun hat das Horváth Lipa in das Restaurant integriert, sodass man dort mit Bitcoin onchain oder per Lightning bezahlen kann. Die ersten Zahlungen wurden bereits abgewickelt.

BERLIN FEIERT FOOD WEEK

Vom 7. bis 13. Oktober 2024 findet die diesjährige Berlin Food Week statt. Das Food-Festival feiert seine zehnte Ausgabe und zeigt auch im Jubiläumsjahr, wie sich Genuss und Nachhaltigkeit verbinden lassen. Zahlreiche dezentrale Veranstaltungen in der ganzen Stadt zeigen gastronomische Vielfalt, innovative Food-Start-ups, Inspiration für den Gastro-Nachwuchs, die Ernährung der Zukunft und Starköche aus der ganzen Welt. Highlight ist das Pop-up-Restaurant Food Clash Canteen, das anlässlich des Jubiläums ins Festivalprogramm zurückkehrt. Auf der Speisekarte stehen ikonische Gerichte, die von den bekannten Sterne-Köchen Rosina Ostler, Marco Müller sowie Thomas Imbusch neu interpretiert und als zeitgemäßes Casual Fine Dining serviert werden. www.blgastro.de/24_stunden_gastlichkeit/berlin-food-week-2024/

24 STUNDEN GASTLICHKEIT 5/2024

NEUER GASTRO-GESELLSCHAFTER

Die Reba Immobilien AG wagt den Schritt in die Gastronomie und wird Gesellschafter der neu gegründeten Old Oak GmbH. Mit diesem Schritt setzt die AG auf innovative Gastronomiekonzepte und unterstützt die Old Oak GmbH bei ihrem Markteintritt. Letztere hat sich zum Ziel gesetzt, ein gastronomisches Highlight zu schaffen, das Burgerliebhaber und Genießer gleichermaßen begeistert. Der Fokus liegt auf handgemachten Burgern, die mit frischen, hochwertigen Zutaten und viel Liebe zum Detail zubereitet werden. Dafür plant das Unternehmen eine gezielte Expansion: Zunächst sind Standorte im Raum Kassel in Hessen sowie im Werra-Meißner-Kreis vorgesehen. Diese Regionen wurden aufgrund ihrer dynamischen Entwicklung und des hohen Potenzials für innovative Gastronomiekonzepte ausgewählt. www.reba-immobilien.ch



Bilder: Pesca, Winnow, Dehoga Nordrhein, Restaurant Horváth/Steffen Sinzinger, Old Oak GmbH

GELATO	PASTRY	COFFEE	BAKERY	PIZZA
<p>Die B2B-Veranstaltung für die Eiscreme-, Feingebäck&Schokolade-, Kaffee-, Backwaren- und Pizza-Communitys. Ein Ort, an dem Zutaten Trends vorgeben, Produkte sich weiterentwickeln und Technologien und Geräte die Zukunft der Out-of-Home-Branche prägen.</p>		<ul style="list-style-type: none"> MATERIALIEN, WERKZEUGE UND TECHNOLOGIEN ZUTATEN UND HALBFERTIGWAREN TIEFKÜHLWAREN UND VERZEHRFERTIGE PRODUKTE VERPACKUNGSLÖSUNGEN UND -MASCHINEN DESIGNKONZEPT, EINRICHTUNG UND DIENSTLEISTUNGEN 		
<h1>SIGEP</h1>				
<h2>WORLD</h2>				
<p>18.-22. Januar 2025 Rimini Messegelände, Italien</p> <p>sigep.it</p>			<p>The World Expo for Foodservice Excellence</p>	

ORGANISIERT VON



ERHALTEN SIE IHR KOSTENLOSES TICKET



IN ZUSAMMENARBEIT MIT



madeinitaly.gov.it

Okt

Webinar – Profitexte für Ihre Website

Wann: 7. Oktober 2024
 Wer: Dehoga
 Info: www.dehoga-akademie.de

Seminar – Wunderbare Welt der Saucen

Wann: 8. Oktober 2024
 Wo: Weeze
 Wer: Chefs Culinar
 Info: www.chefsculinar.de

Seminar – Expertenküche iCombi: Wild

Wann: 14. Oktober 2024
 Wo: Altenbach
 Wer: Rational
 Info: www.rational-online.de

Seminar – Pflanzliche Fleischalternativen als Proteinquelle

Wann: 16. Oktober 2024
 Wo: Berlin
 Wer: Transgourmet
 Info: www.transgourmet.de

Messe – Südback

Wann: 26. bis 29. Oktober 2024
 Wo: Stuttgart
 Wer: Messe Stuttgart
 Info: www.messe-stuttgart.de/suedback

Seminar – Zeitgemäße Küche: Sous-vide-Garen und Vakuum-Sensor-Technik

Wann: 29. Oktober 2024
 Wer: VKD
 Wo: Krefeld
 Info: www.vkd.com

Nov

Seminar – Sous-Vide: Erstklassige Qualität ohne Stress

Wann: 4. November 2024
 Wo: Bad Überkingen
 Wer: Dehoga
 Info: www.dehoga-akademie.de

Seminar – Kaffee

Wann: 6. November 2024
 Wer: Seeberger
 Wo: Ulm
 Info: www.seeberger-professional.de

Messe – Alles für den Gast

Wann: 9. bis 13. November 2024
 Wer: RX Salzburg
 Wo: Salzburg (A)
 Info: www.gastmesse.at

Seminar – Grillen & Smoken Winteredition

Wann: 12. November 2024
 Wo: Weeze
 Wer: Chefs Culinar
 Info: www.chefsculinar.de

Webinar – Basiskurs HACCP

Wann: 14. November 2024
 Wer: Transgourmet
 Info: www.transgourmet.de

Webinar – So starten Gastgeber den Instagram-Turbo

Wann: 15. November 2024
 Wer: Dehoga
 Info: www.dehoga-akademie.de

Seminar – Scharfe Messer schneiden besser

Wann: 29. November 2024
 Wer: VKD
 Wo: Urbach
 Info: www.vkd.com

Dez

Seminar – Wirtschaftlichkeit in der Küche

Wann: 2. Dezember 2024
 Wo: Saarbrücken
 Wer: Dehoga
 Info: www.dehoga-akademie.de

Webinar – Welcher Zusammenhang besteht zwischen Zivilisationskrankheiten und Ernährung

Wann: 3. Dezember 2024
 Wer: VKD
 Info: www.vkd.com

Seminar – MKN hautnah erleben: FlexiChef, FlexiCombi und SpaceCombi

Wann: 11. Dezember 2024
 Wo: Oberschleißheim
 Wer: MKN
 Info: www.mkn.com



So werden Energiepreise gesenkt

Schon vor einigen Jahren haben Gastronomen von erheblichen Einsparungen durch die Vermittlung neuer Energieverträge über die Johannes Schuetze Holding AG berichtet. Daraufhin hat sich unser Verlag entschlossen, für seine Leser eine Kooperation zu vereinbaren. „Als Fachredaktion ist es unsere Aufgabe, das Ohr nah an der Branche zu haben und über relevante Themen zu berichten“, erklärt Harry Lietzenmayer, Geschäftsführer der B&L MedienGesellschaft. „Wir werden jetzt einen Schritt weitergehen, um zusätzliche Mehrwerte für unsere Zielgruppe, die Gastronomen, zu generieren. Den Startschuss machen wir mit der Kooperation für den

kostengünstigen Energieeinkauf nach dem Bündelungsprinzip der Johannes Schuetze Holding AG.“

Einkaufsprinzip schließt Risikofaktoren aus

Das grundsätzliche Prinzip ist so logisch wie einfach: Wenn für viele gemeinsam eingekauft wird, reduzieren sich durch den Skaleneffekt die Preise drastisch. Als Basis für die Kalkulationen gelten für Stadtwerke und andere Energieversorger die Preise an den Energiebörsen. Wird der richtige Zeitpunkt abgepasst, können erhebliche Kosten eingespart werden.

Dafür bündelt die Johannes Schuetze Holding AG pro Ausschreibung große Mengen, damit diese Einkaufsmechanismen

genutzt werden können. Um punktgenau einzukaufen, bedarf es einer Einkaufsvollmacht, denn ein günstiger Zeitpunkt ist schnell verpasst. Damit das für die jeweiligen Vollmachtgeber risikolos ist, wird vorher ein Referenzpreis ermittelt und in der Vollmacht festgehalten. Dieser darf dann durch die Johannes Schuetze Holding AG nicht überschritten werden.

Den Start macht immer eine Analyse der letzten zwei Rechnungen, die Gastronomen für Strom und/oder Gas erhalten haben. Dies gelingt ganz einfach auf der entsprechenden Landingpage zur Kooperation, auf der die Dokumente vertraulich und unverbindlich hochgeladen werden können. www.blgastro.de/24-energie

Wer wird Koch des Jahres?

Am 21. Oktober 2024 kämpfen wieder sechs Finalisten im Kameha Grand in Bonn um den Titel „Koch des Jahres“. Wir stellen die Kandidaten vor!

Sechs Spitzenköche dürfen im Oktober ihre kulinarischen Fähigkeiten unter Beweis stellen, während sie in einem knallharten Wettbewerb gegeneinander antreten. Entstehen werden dabei innovative Geschmackskombinationen, aber auch traditionelle Gerichte mit einem modernen Dreh. Vor den Augen einer hochkarätigen Jury, bestehend aus renommierten Gastronomie-Experten und Gourmet-Kritikern, kommt es auf der Bühne zu einem epischen Showdown, der die Grenzen der Kochkunst neu definiert.

Doch wer sind eigentlich die sechs Finalisten, die um den Titel „Koch des Jahres 2024“ kämpfen, wo kommen sie her und wie kamen sie in die Branche? Wir stellen die Ausnahmetalente auf den folgenden Seiten vor.



DIE QR-CODES VERRATEN NOCH MEHR INFORMATIONEN ÜBER DIE SECHS FINALISTEN.



Christoph Ehler

Position: Souschef, Leonardo Royal Hotel, Nürnberg
Alter: 35

Warum bist du Koch geworden?

Nach meiner Mittleren Reife habe ich in München eine Ausbildung zum Chemisch-technischen Assistenten gemacht. In diesem Beruf habe ich mich aber nicht wohl gefühlt. Bei einem Beratungsgespräch durch das Arbeitsamt wurde ich gefragt, was ich mir denn vorstellen könnte, den Rest meines Lebens zu arbeiten. Da mein Bruder bereits ausgebildeter Hotelfachmann war, dachte ich mir bloß „wenn mein Bruder im Service ist, dann stell ich mich halt in die Küche“. Ich bin also eher in die Branche gestolpert...

Welche drei Eigenschaften braucht man deiner Meinung nach für die Arbeit in der Branche?

Geduld, Leidenschaft und Disziplin.

Vervollständige den Satzanfang: Gastronomie ist...

...in meinen Augen, das interessanteste und spannendste Gewerbe, das es gibt. All die unterschiedlichen Charaktere, die man kennenlernt, der Stress, der einen anspricht, über sich selbst hinauszuwachsen und der Spaß mit den Kollegen, die mit einem im selben Boot sitzen, sind unbezahlbar.

Warum hast du dich bei Koch des Jahres beworben?

Meine Assistentin Entihal Khatib und ich standen bereits im vergangenen Jahr im Finale, da wollten wir es dieses Jahr wieder probieren, weil es uns so viel Spaß gemacht hat.

Welches Learning nimmst du aus dem Vorfinale mit?

Man sollte versuchen, so strukturiert und sauber wie möglich zu arbeiten. Die langen Wege und der ungewohnte Arbeitsplatz machen einem sonst einen Strich durch die Rechnung.

Wie bereitest du dich auf das Finale vor?

Wir kochen bei der Arbeit immer wieder Kleinigkeiten im Stil, wie wir auch beim Wettbewerb kochen, damit wir sicherer in dem werden, was wir machen. Und dann werden wir jede freie Minute unser Menü trainieren.

Wovor hast du innerhalb des Wettbewerbs den größten Respekt?

Sowohl vor der Jury als auch vor dem Können der anderen Teilnehmer.



Alexander Högner

Position: Küchenchef, Herzog, München
Alter: 31

Warum bist du Koch geworden?

Ich suchte nach etwas Handwerklichem und Kreativem und fand es in der Küche wieder. Die Leidenschaft fürs Kochen wurde zusätzlich von meiner Mama geprägt.

Was reizt dich an der Branche?

Die Möglichkeit, international Fuß zu fassen, die Kulinarik anderer Länder zu entdecken und zu verstehen.

Was sind die Nachteile?

Mache dir deine Nachteile zu deinen Vorteilen. Sehe das Glas halbvoll, anstatt halbleer. Du hast frei, wenn der Großteil arbeiten muss.

Welche drei Eigenschaften braucht man deiner Meinung nach für die Arbeit in der Branche?

Fleiß, Zielstrebigkeit und Emotionen.

Vervollständige den Satzanfang: Gastronomie ist...

...bewegend, verbindet Menschen und ist zugleich die wundervollste Theaterinszenierung.

Warum hast du dich bei Koch des Jahres beworben?

Um mir selbst etwas zu beweisen.

Welches Learning nimmst du aus dem Vorfinale mit?

Zeitmanagement und weiterhin Ruhe bewahren.

Wie bereitest du dich auf das Finale vor?

Indem ich mich täglich auf verschiedenste Art und Weise inspirieren lasse.

Wovor hast du innerhalb des Wettbewerbs den größten Respekt?

Platz- und Zeitmanagement.

Vervollständige den Satzanfang: Ich werde Koch des Jahres, weil...

...ich mich seit langer Zeit mit diesem fantastischen Wettbewerb auseinandergesetzt habe und jetzt aufgrund meines Könnens und meiner Erfahrung in der Lage bin, den Sieg nach Hause zu bringen.



Florian Kornexl

Position: Küchenchef, Gasthaus Kornexl, Untergriesbach (Bayern)
Alter: 25

Warum bist du Koch geworden?

Durch unseren Familienbetrieb war ich als Kind und Jugendlicher schon mit dem Kochen in Verbindung.

Was reizt dich an der Branche?

Dass man jeden Tag neue Herausforderungen hat und nie weiß, was der Tag bringt und kein Tag dem anderen ähnelt.

Was sind die Nachteile?

Ganz klar, die Hitze im Sommer in der Küche.

Welche drei Eigenschaften braucht man deiner Meinung nach für die Arbeit in der Branche?

Engagement, Durchhaltevermögen und einen leichten Dachschaden.

Vervollständige den Satzanfang: Gastronomie ist...

...kein Job, sondern eine Berufung.

Warum hast du dich bei Koch des Jahres beworben?

Wir haben uns durch die Newcomer-Challenge aus dem letzten Finale direkt für das Vorfinale 2024 beworben.

Welches Learning nimmst du aus dem Vorfinale mit?

Dass man die Zeit nicht unterschätzen sollte und lieber eine Komponente weniger als zu viel macht.

Wie bereitest du dich auf das Finale vor?

Wir werden uns ein Menü überlegen und fleißig daran tüfteln, bis wir mit dem Ergebnis zufrieden sind.

Wovor hast du innerhalb des Wettbewerbs den größten Respekt?

Vor dem mangelnden Platz in den Kochstationen und den Kampf gegen die Zeit.

Vervollständige den Satzanfang: Ich werde Koch des Jahres, weil...

...wir mit dem größten Engagement und bester Vorbereitung in das Finale ziehen werden. Wir sind ein super Team, das sich blind versteht – das bringt uns einen riesigen Vorteil.



Ivan Lazarenko

Position: Küchenchef, Hallo Emil, Stuttgart
Alter: 36

Warum bist du Koch geworden?

Ich wollte schon mit sechs Jahren Koch werden. Nach ein, zwei anderen Stationen hat mich das Schicksal in die Gastronomie gebracht.

Was reizt dich an der Branche?

Freiheit, Kreativität und glückliche Gäste. Die Möglichkeit, meine Leidenschaft auf dem Teller zu präsentieren, motiviert mich.

Was sind die Nachteile?

Lange und manchmal familien-unfreundliche Arbeitszeiten.

Welche drei Eigenschaften braucht man deiner Meinung nach für die Arbeit in der Branche?

Ausdauer, Stressresistenz und viel Geduld.

Vervollständige den Satzanfang: Gastronomie ist,...

...Menschen durchs Essen zu verbinden.

Warum hast du dich bei Koch des Jahres beworben?

Schon in der Schule habe ich als Kapitän von unserem Basketball-Team das Kräftenessen geliebt. Das Gefühl, alles zu geben und sich mit den Besten zu messen, spornt mich heute wie damals an.

Welches Learning nimmst du aus dem Vorfinale mit?

Im Vorfinale konnte ich mein Zeitmanagement und meine Organisation auf die Probe stellen. Für das Finale konnte ich so einige Abläufe nochmal optimieren.

Wie bereitest du dich auf das Finale vor?

Mit einer kulinarischen Reise durch Südfrankreich, beginnend mit einer der legendärsten Bouillabaisse in St. Tropez.

Wovor hast du innerhalb des Wettbewerbs den größten Respekt?

Vor dem Moment, wenn es heißt: „Light, Camera, Action“ – auf der Bühne die Ruhe zu bewahren und das, was ich kann, abzurufen.

Vervollständige den Satzanfang: Ich werde Koch des Jahres, weil...

...ich mit Leidenschaft, Innovation und Präzision koche und bereit bin, die Jury und das Publikum zu begeistern.



Simon Scheuerlein

Position: Küchenchef, Bayerischer Hof, Spalt (Bayern)
Alter: 26

Warum bist du Koch geworden?

Von klein auf bin ich mit den Gerüchen, der Leidenschaft und dem Handwerk in einer Küche groß geworden. Die Möglichkeit, mit der eigenen Kreativität jeden Tag neue Gerichte mit eigenem Stil zu entwickeln und dabei die eigene Leidenschaft einfließen zu lassen, hat die Entscheidung, Koch zu werden, beeinflusst. Diese Entscheidung ist nach wie vor jeden Tag meine Motivation, das Beste zu geben, um dem Gast eine schöne Zeit bei uns im Restaurant zu ermöglichen. Es wurde mir, wenn man so will, in die Wiege gelegt.

Welche drei Eigenschaften braucht man deiner Meinung nach für die Arbeit in der Branche?

Leidenschaft, Ehrgeiz und das Herz am richtigen Fleck.

Vervollständige den Satzanfang: Gastronomie ist...

...für mich die schönste Branche, die es gibt. Weil man nie auslernt, und sich immer weiterbilden kann. Von vielen Gästen gibt es enorme Wertschätzung für unsere Arbeit, bei der wir täglich mit Menschen arbeiten und diesen eine schöne Zeit bei uns ermöglichen. Die Welt steht Gastronomen offen, wer will, kann überall auf der Welt arbeiten und dabei die jeweilige Kultur und das Land erleben. Der Zusammenhalt in einem Team – sei es im Gourmetrestaurant, Hotel oder auf der Skihütte – ist einzigartig. Gastronomie ist Mannschaftssport und nur so macht es allen Spaß.

Warum hast du dich bei Koch des Jahres beworben?

Ich persönlich liebe den Wettkampf und die damit verbundenen Herausforderungen. Das Schöne dabei ist, dass man während der Vorbereitung mit der Aufgabe wächst und immer wieder Neues lernt. Natürlich möchte ich meine kulinarischen Fähigkeiten unter Beweis stellen und mich dabei mit den Besten der Branche messen. Es ist auch eine weitere Möglichkeit, meinen eigenen Stil zu finden bzw. weiterzuentwickeln und neue Gäste für unseren Familienbetrieb zu begeistern.

Vervollständige den Satzanfang: Ich werde Koch des Jahres, weil...

...ich mich bestmöglich auf das Finale vorbereite und die Jury mit meinen kulinarischen Fähigkeiten, meiner Liebe zum Kochen begeistern und überzeugen werde.



Jaspar Wcislo

Position: Souschef, Restaurant Agata's, Düsseldorf
Alter: 27

Warum bist du Koch geworden?

Ich habe schon als Kind meiner Oma und meiner Mutter über die Schultern geschaut und spätestens als Jugendlicher nach einem Schulpraktikum als Koch war es quasi um mich geschehen. Es gab für mich dann nur noch das Thema Kulinarik und das Kochen.

Was reizt dich an der Branche?

Eine Branche, die polarisiert, begeistert, die Menschen zusammenbringt und es dreht sich alles um Genuss, Leidenschaft, um die schönste Nebensache der Welt: Essen und Trinken.

Welche drei Eigenschaften braucht man deiner Meinung nach für die Arbeit in der Branche?

Disziplin, Teamwork und Loyalität.

Vervollständige den Satzanfang: Gastronomie ist...

...die attraktivste Branche der Welt, sie verbindet so viele Menschen miteinander, ehrliche Arbeit, direktes Feedback und eine Branche, die sich immer weiterentwickelt.

Warum hast du dich bei Koch des Jahres beworben?

Ich durfte letztes Jahr schon bei Marcel Förster als Assistent mitmachen und der Wettbewerb hat mich extrem begeistert. Ich wollte mich unbedingt dieses Jahr nochmal bewerben. Und Marcel unterstützt mich als Assistent.

Welches Learning nimmst du aus dem Vorfinale mit?

Wir müssen als Team sehr konzentriert und fokussiert sein, der kleinste Fehler kann einen den ganzen Wettkampf kosten und trotz vorheriger Proben kommt es immer anders, als man es plant. Spontaneität, Kreativität und das Vertrauen in die eigenen Fähigkeiten, das nehmen wir auf jeden Fall mit aus München!

Wie bereitest du dich auf das Finale vor?

Natürlich werden wir unser Menü Probekochen, das sprechen auf der Bühne wird vor der Familie geübt und alles ins Detail geplant. Aber wer uns kennt, weiß auch, dass uns eine gewisse Ruhe und Gelassenheit bisher immer geholfen hat, wir machen uns nicht verrückt und vertrauen auf unsere Fähigkeiten. Wir wollen mit viel Spaß im Gepäck nach Bonn reisen.



Nachhaltigkeit als Strategie in der Krise

Nachhaltigkeit ist nicht nur etwas für gute Zeiten.
Sie kann als wirksame Strategie dienen, um Kosten zu senken
und den Betrieb langfristig zu stabilisieren.

Die Zeiten in der Gastronomie sind nicht einfach. Doch gerade in Krisenzeiten können bewusste Entscheidungen über den Erfolg eines Betriebes entscheiden. Denn Nachhaltigkeit ist nicht nur etwas für gute Zeiten. Sie kann als wirksame Strategie dienen, um Kosten zu senken und den Betrieb langfristig zu stabilisieren.

In diesem Artikel beleuchten wir deshalb konkrete Nachhaltigkeitsmaßnahmen, die ohne große Investitionen umsetzbar sind und gleichzeitig Ihr Budget schonen.

Effizienter Umgang mit Lebensmitteln

Eine der einfachsten und effektivsten Methoden, um Kosten zu senken, ist der bewusste Umgang mit Lebensmitteln. Die vollständige Verwertung von Zutaten und eine gute Planung können nicht nur die Umwelt schonen, sondern auch Ihre Ausgaben reduzieren.

Verwerten Sie alles: Brotreste können zu Croutons, Brotchips oder Brotpudding verarbeitet werden. Aus Gemüseresten, Schalen und Abschnitten lassen sich hochwertige Fonds oder Brühen kochen, Gemüsechips oder Pesto machen. Reifes Obst eignet sich zur Herstellung von Marmeladen, Kompott oder Smoothies. Aus Kaffeesatz lässt sich Kaffeeликör herstellen. Durchforsten Sie das Internet nach Zero-Waste-Rezepten (siehe Link am Ende).

Vermeiden Sie Lebensmittelverschwendung: Dabei helfen kleine Tricks wie die Anpassung von Teller- und Portionsgrößen oder auch digitale Lösungen wie Delicious Data, mit deren Prognosen sich Lebensmittelabfälle reduzieren lassen.

Saisonale und regionale Produkte können frischer und günstiger sein und unterstützen dabei die lokale Wirtschaft. Fermentieren und Einwecken von saisonalen Zutaten ermöglicht es, Produkte umweltfreundlich ganzjährig zu nutzen.

Vegane Fleischalternativen können aktuell noch etwas teuer sein – pflanzliche Basiszutaten wie Gemüse, Hülsenfrüchte und Obst sind jedoch deutlich günstiger als Fleisch und Fisch. Mit ihnen können Sie Ihren Gästen die Qualität von Bio-Produkten bieten und kommunizieren und gleichzeitig die Preise erschwinglich halten.

Einfache Sparmaßnahmen im Betrieb

Auch im Betrieb selbst können einfache Maßnahmen ergriffen werden, um Ressourcen effizienter zu nutzen und Kosten zu senken.

Der Wechsel zu LED-Lampen kann den Energieverbrauch der Beleuchtung um bis zu 80 Prozent senken. Diese Investition amortisiert sich schnell durch eine längere Lebensdauer und einen geringeren Stromverbrauch.

Einfache Maßnahmen wie etwa der Einbau von wassersparenden Armaturen können den Wasserverbrauch drastisch reduzieren. Ein Gastronom erzählte mir einmal, dass er die Wasserzufuhr der Toilettenspülung leicht gedrosselt hat und dadurch jährlich mehrere hundert Euro an Wasserkosten einsparen konnte. Auch die Aufbereitung und Nutzung von Grauwasser ist eine Möglichkeit, Ressourcen zu schonen.

Wenn das Budget für neue, energieeffiziente Küchengeräte fehlt, können bereits kleine Veränderungen, wie das regelmäßige Entfrosten von Gefriergeräten, spürbare Einsparungen bringen. Durch das Entfernen von Eis arbeitet das Gerät effizienter und verbraucht weniger Energie.

Wenn möglich, investieren Sie in eine Kompostiermaschine. Organischer Abfall kann dadurch in wertvollen Kompost umgewandelt werden, der als Dünger genutzt werden kann. In einigen Fällen kann der Prozess auch zur Erzeugung von Biogas beitragen, das in Ökostrom umgewandelt werden kann. Durch die Verringerung des Abfallvolumens können Sie Entsorgungskosten sparen.

Falls Sie die Möglichkeit sehen, den Gast zum Mitspielen zu bewegen, schaffen Sie Einweg komplett ab. Der Umstieg auf Mehrwegverpackungen spart langfristig Kosten, da diese immer wieder verwendet werden können, im Gegensatz zu Einwegverpackungen, die kontinuierlich nachgekauft werden müssen.

QR-Codes für digitale Speisekarten sparen Druckkosten und erlauben es Ihnen, Preise und Angebote schnell und einfach anzupassen.

Nachwuchs fördern, Gäste begeistern

Nachhaltigkeit bedeutet auch, in die Menschen zu investieren, die in Ihrem Betrieb arbeiten. Die Förderung von Nachwuchskräften kann auch eine erfolgreiche Marketingstrategie sein.

Lassen Sie Ihre jungen Talente kreativ werden, indem Sie Events organisieren, bei denen Ihre Auszubildenden die Hauptrolle spielen. Das Azubi-Dinner im „Bonvivant“ in Berlin, bei dem die Nachwuchskräfte im Juli ein komplettes Menü gestalten und servieren durften, war binnen kurzer Zeit ausgebucht und bekam von den Gästen Standing Ovations.



Balázs Tarsoly
bringt über 15 Jahre Erfahrung in der Markenentwicklung im Bereich der Systemgastronomie mit. Er ist Gründer und Geschäftsführer der auf Food und Nachhaltigkeit spezialisierten Kreativ-Agentur Branding Cuisine. Mit dieser ist er Veranstalter des Weltverbesserer-Wettbewerbs für nachhaltige Food und Gastro-Konzepte und Autor des Buches „CO₂lution – Gemeinsam. Klima wandeln. Jetzt.“

Motivierte Mitarbeitende anziehen

Die neue Generation von Mitarbeitenden sucht nach Arbeitgebern, die ethische Werte vertreten. Dies bietet eine besondere Chance für Betriebe, die sich bereits auf Nachhaltigkeit fokussieren oder den Schritt in Richtung vegetarisch-vegan gehen wollen. Wagen Sie den Schritt! Während viele in der Branche über Mitarbeitermangel klagen, haben vegane Betriebe in der Regel keine Probleme, motivierte Mitarbeitende zu finden, die Ihre Gäste glücklich machen. Im Gegenteil: Die Bewerber stehen bei ihnen Schlange.

Nachhaltigkeit kann also eine Chance sein – für die Umwelt, Ihr Team und Ihre eigene Bilanz.



Wie kann die Umsetzung von Zero Waste im Betriebsalltag aussehen? Küchenchef Thomas Behrens aus Hannover zeigt anhand des Beispiels Blumenkohl, wie am Ende der Verarbeitung nur 16 Gramm des Gemüses übrigbleiben.



Link: https://blgastro.de/24-stunden_gastlichkeit/zero-waste-blumenkohl/

Krönender Abschluss



Desserts sind mitunter richtige Kunstwerke. Doch was braucht es, damit auch Sie ein solches Kunstwerk auf den Teller bringen können? Sebastian Kraus, einstiger Patissier des Jahres, verrät es.

Ein Dessert krönt die Speisefolge und ist dazu da, den kulinarischen Genuss des Gastes zu vervollkommen. Man muss die Sinne also verwöhnen. Einer, der weiß, wie das geht, ist Patissier Sebastian Kraus. Jede seiner Kreationen ist das Ergebnis einer langen Reise; von der Schreinerei über renommierte Sterne-Restaurants bis hin zum Gewinn des Titels „Patissier des Jahres 2019“. Im Interview spricht er mit uns über wahre Dessertkunst, die wichtigsten Techniken und Fehler, die möglichst nicht auf dem (Dessert-)Teller landen sollten.

Herr Kraus, welche Faktoren machen Desserts überhaupt zu einem Kunstwerk? Wie wichtig sind Geschmack und Textur im Vergleich zur Optik eines Desserts?

Der Geschmack steht bei mir immer an erster Stelle, damit einher geht immer die Textur. Die Optik steht erst mal dahinter, darf aber auch nicht vernachlässigt werden, weil das Auge ja bekanntlich immer mitisst. Spricht es mich optisch nicht an, gehe ich mit einer völlig anderen Haltung ans Essen.

Welche Techniken sind Ihrer Meinung nach entscheidend, um ein Dessert zu einem Kunstwerk zu machen?

Für mich sollte immer ein gewisses fachliches Können zu erkennen sein: Techniken, wie eine perfekt gestochene Nocke oder eine schöne, locker-leichte Fruchtmousse. Das Wichtigste ist aber das perfekte Zusammenspiel von Aromen und Texturen.

Können Sie eine einfache Technik erläutern, die auch weniger erfahrenen Köchen hilft, ihre Desserts aufzuwerten?

Für mich ist eine Hippe ein gutes Beispiel. Eine Technik, die man eventuell noch aus der Ausbildung kennt. Heutzutage kann man sie in optisch sehr ansprechende Formen bringen. Das Angebot für Hippen-Formen ist fast unendlich groß, von Blättern über Blüten und Ringen in allen Größen kann man sich da einiges aussuchen.

Ich kann also mit wenig Kosten schnell ein Produkt in großen Mengen herstellen, welches, wenn es richtig eingesetzt wird, ein Dessert immer schonmal optisch aufwertet und ein bisschen Crunch mitbringt.

Welche Zutaten und Werkzeuge sind unverzichtbar für die Kreation von hochwertigen Desserts? Worauf können Sie nicht verzichten?

Früchte! Deshalb dominiert auch in jedem meiner Desserts eine Frucht bzw. bildet die Basis. Die Auswahl treffe ich anhand der Jahreszeit und der Verfügbarkeit sowie der Qualität, in der ich die Früchte beziehen kann. Wobei ich seit diesem Jahr Ambassador für Boiron bin, und dank der erstklassigen Fruchtpürees zu jeder Zeit noch leichter leckere Desserts mit Früchten in bester Qualität herstellen kann. Früchte bringen einfach immer Leichtigkeit in ein Des-

sert, sehen immer gut aus, wenn man sie in Szene zu setzen weiß und bringen eine natürliche Säure und Süße mit. Was will man mehr? Einfach absolute Allrounder.

In puncto Werkzeug würde ich meinen Kopf und meine Hände nennen, aber auch eine kleine Winkelpalette zum Anrichten oder ein guter Ofen dürfen nicht fehlen.

Wie wichtig ist die Präsentation eines Desserts und welche Rolle spielt sie im Gesamterlebnis eines Menüs?

Das Dessert darf in der Menüfolge den anderen Gängen in nichts nachstehen. Es sollte ein krönender Abschluss sein. Die Präsentation darf aber nie vom Geschmack und dem Dessert an sich ablenken.

Bei den Petit Fours sieht es da schon wieder ganz anders aus. Es ist das Letzte, was die Gäste sehen und essen und sollte damit in Erinnerung bleiben. Hier war mir schon immer wichtig einen Wow-Effekt zu kreieren und die Gäste nochmal etwas zu überraschen.

Haben Sie Tipps, wie man Desserts ansprechend und künstlerisch auf dem Teller arrangieren kann?

Meine Devise ist, Desserts immer in die Höhe zu bauen. Das hat viele Vorteile: Ich kann zum Beispiel mit dem Besteck schnell und einfach durch das Dessert gehen und habe alle Komponenten zusammen im Mund. Es sieht zudem filigran aus und wirkt automatisch leichter.

Ich mache mir beim designen eines Desserts Gedanken zum Zusammenspiel der verschiedenen Aromen, Temperaturen und Haptiken im Mund. Muss der Gast sich alle Komponenten selbst auf einem verstreuten Teller zusammensuchen, kann ich nie sicher sein,

„Zucker ist nicht grundlegend falsch und hat auch seine Berechtigung, sollte aber gezielter eingesetzt werden.“

ob der Gast alles so mit dem Besteck erwischt und damit schmeckt, wie ich mir das gedacht habe.

Welche häufigen Fehler beobachten Sie bei weniger geübten Profis, und wie können diese vermieden werden?

Es ist oft zu viel Kreativität, die ein Dessert schlecht wirken lässt. Man sollte sich immer die Frage stellen: Was macht Sinn auf dem Teller und was nicht. Bestes Beispiel sind oftmals Kleinigkeiten, wie Blüten oder Kresse. Wie oft bekomme ich ein Minzblatt oder eine ganze Blume auf einem Dessert vorgesetzt, obwohl es geschmacklich da überhaupt nichts zu suchen hat. Dekorativ macht es meist Sinn nur ein oder zwei Blütenblätter auf das Dessert zu legen und zu

Bild: Melanie Bauer Photodesign

ANZEIGE

Kreativität trifft Inspiration: mit Lotus Biscoff®

Das köstliche Biscoff®-Karamellgebäck mit knusprigem Biss begeistert seit Generationen Kaffeeliebhaber rund um den Globus. Doch der Klassiker bietet noch mehr als nur den perfekten Kaffeebegleiter. Für die Profi-Küche bietet er fantastische Möglichkeiten, **besondere Gebäck- und Dessert-Kreationen** zu zaubern, die für wahre Genussmomente sorgen.

Das vielfältige Biscoff®-Sortiment hält spannende Inspirationen für deine Kreationen bereit: Ob die knusprigen Biscoff®-Crumbs, cremige Topping-Sauce oder Creme, das **einzigartige Geschmackprofil** lässt sich unkompliziert auf verschiedenste Anwendungen übertragen und setzt so jeden Trend gekonnt in Szene. Die Biscoff®-Creme lässt sich mühe-



los in die Profi-Küche einbinden und verleiht klassischen Rezepten wie Panna Cotta eine aufregende Note. Die Biscoff®-Crumbs sind perfekt als Zutat oder Topping für eine cremige Mousse geeignet und sorgen bei Tiramisu für ein ganz besonderes Geschmackserlebnis. Auf diese Weise können sich **Profis differenzieren** und ihren Kreationen mit dem

bewährten und beliebten Biscoff®-Sortiment das gewisse Extra verleihen.

Das macht Lust auf Neues: Verwöhne deine Gäste mit einem leckeren Dessert inspiriert von Lotus Biscoff®.

Entdecke unser Profi-Sortiment:





Rezepte



Hafer-Trifle mit Knusper-Cashews und Roter Grütze

Zutaten (für 10 Portionen):

75 g Cashewkerne, 15 ml Ahornsirup,
800 g Frischli Hafer Rote Früchte,
400 g Frischli Rote Grütze

So wird's gemacht:

Zuerst die Cashewkerne mit dem Ahornsirup erhitzen und karamellisieren lassen. Dann die Hälfte vom Hafer Rote Früchte auf die Gläser aufteilen, Rote Grütze darüber geben. Mit dem restlichen Hafer Rote Früchte abschließen und mit den karamellisierten Nüssen garnieren.



Rosmarin-Lavendel-Panna-Cotta

Zutaten (für 10 Portionen):

1 kg Milram Panna Cotta • 2 g Lavendelblüten (getrocknet) • 16 g Rosmarinzwige
• 10 g Lavendelzweige (getrocknet)

So wird's gemacht:

Zuerst die Panna Cotta in einem Topf unter Rühren auf 50°C erhitzen. Anschließend die Lavendelblüten und 10 g der Rosmarinzwige in die warme Panna Cotta geben und etwa 15 Minuten ziehen lassen. Dann die Rosmarinzwige entfernen. Die Masse so weit abkühlen lassen, dass sich die Lavendelblüten gleichmäßig unterrühren lassen. Anschließend die Panna Cotta in Dessertgläser füllen und drei Stunden lang kühl stellen. Abschließend die Rosmarin-Lavendel-Panna-Cotta stürzen und mit Lavendelzweigen und den restlichen Rosmarinzwigen dekorieren.

der geschmacklich alles dominierenden Minze gibt es tolle Alternativen, wie etwa Zitronenmelisse, Zitronen-Verbene oder verschiedene Kressen, die aber auch zum Dessert passen sollten und nicht nur der Optik wegen ausgewählt werden.

Welche aktuellen Trends sehen Sie in der Dessertwelt und wie setzen Sie diese in Ihren Kreationen um?

Trends kommen und gehen. Einer der sich aber schon länger hält und den ich sehr wichtig finde ist die Reduktion von Zucker. Ein Dessert sollte aber immer noch ein Dessert bleiben und eine gewisse Süße mitbringen. Zucker ist nicht grundlegend falsch und hat auch seine Berechtigung, sollte aber gezielter eingesetzt werden. Ich verwende oft natürliche Süßungsmittel, etwa Honig, die Süße von Früchten oder unraffinierten Rohrzucker, wie etwa Muscovadozucker.

Woher nehmen Sie Ihre Inspiration für neue Dessert-Kreationen?

Da gibt es einige Ursprünge: Oftmals sind es einfache Eindrücke, darunter zum Beispiel Gerüche, Gefühle, Farben, aber auch Erinnerungen aus der Kindheit.

Ein Dessert aus Beeren, Heuaromen und Brennnessel kam mir beispielsweise beim Wandern im Spätsommer in den Sinn. Am Wegesrand wachsen oft wunderbare, reife Beeren zwischen Brennnesseln am Wegesrand. Dazu hat man dann noch den Duft nach gemähten Wiesen und der Heuernte in der Nase. Diese Symbiosen in der Natur passen auch oft auf dem Teller zusammen.

Danke für das Gespräch!

Jeanette Lesch

Bilder: Frischli Milchwerke, DMK – Mirram Food-Service

„Das Dessert darf in der Menüfolge den anderen Gängen in nichts nachstehen. Es sollte ein krönender Abschluss sein. Die Präsentation darf aber nie vom Geschmack und dem Dessert an sich ablenken.“



Noch mehr Tipps und Tricks rund um Dessertkunst bekommen Sie von unseren Branchenpartnern online unter: www.blgastro.de/24_stunden_gastlichkeit/desserts-tipps-und-rezepte



Unsere Region

DAS NEUE REGIONAL-LABEL VON TRANSGOURMET

Mit unserem neuen Regional-Label „Unsere Region“ finden Kundinnen und Kunden bei Transgourmet ab sofort Produkte aus ihrer Region. Hierfür kennzeichnen wir handwerklich erzeugte Produkte oder Waren aus traditioneller Herkunft, die aus einem Umkreis von maximal 100 km um den Standort unseres Kunden stammen. Entdecken Sie die Geschichten einiger unserer Lieferanten und Partner.



AUF GUTE NACHBARSCHAFT!

Erfahren Sie mehr über Regionalität bei Transgourmet.

www.transgourmet.de/unsere-region



Goldgelbe Hülle

Rund ums Huhn führt Hanna Feinkost eine Auswahl an panierten Produkten, darunter Nuggets und Cordon Bleu. Sie zeigen, dass auch aus Hähnchenfleisch facettenreiche Schnitzel entstehen können.



Luckmann, Leitung Marketing und Produktentwicklung, Gerrit Baumert, Produktentwicklung, sowie Michael Wittwer, Vertriebsleiter National, und Patrick Schuster, Key Account Manager und leidenschaftlicher Koch, im Interview verraten.

Sie bieten u. a. ein Hähnchenschnitzel Wiener Art, ein Hähnchen-Brustfilet Cordon Bleu sowie ein Hähnchenbrustfilet im Knuspermantel. Welche Vorteile bieten diese für Gastronomen/Köche, welche auch für den Gast?

Michael Wittwer: Hanna stellt als Spezialist für Hähnchen-Convenience-Artikel seit über 50 Jahren innovative Produkte im TK-Bereich her, die sowohl den Küchenchef als auch den Gast begeistern. Gerade auf dem Gebiet der panierten Produkte befinden wir uns im Marktvergleich qualitativ auf einem sehr hohen Niveau. Dadurch, dass die Produkte tiefgefroren sind, hat der Küchenchef Vorteile auch im Bereich der Lagerhaltung und der flexiblen Anwendung.

Je nach Bestelleingang in der Küche lassen sich die Hähnchenprodukte schnell und unkompliziert aus dem TK-Zustand heraus zubereiten und servieren. Für den Gast ist es von Vorteil, dass er durch den Einsatz

von Convenience-Artikeln Gerichte mit verschiedenen Schnitzelvarianten auf der Karte finden kann. Hier spielt natürlich die hervorragende Qualität und der authentische Geschmack eine übergeordnete Rolle. Unsere Produkte enthalten wirklich nur die Zutaten, die für den einzigartigen Genuss wichtig sind.

Außen knusprig und innen saftig: Die panierten Produkte von Hanna Feinkost stellen Hähnchenfleisch in den Mittelpunkt. Erhältlich sind dabei sowohl gegarte als auch ungegarte Produkte, die sich sowohl klassisch in Tellergerichten – beispielsweise mit Kartoffelstampf und Gurkensalat – oder auch im Snackgeschäft als Füllungen in Wraps gut machen. Im Sortiment sind so etwa Hähnchen-Brustfilets im Knuspermantel mit krosser Cornflakes-Panade oder mit Panade nach Panko-Art sowie gefüllte Varianten wie das Cordon Bleu oder die Hähnchen-Schnitze „Diana“ mit Brokkoli-Käse-Füllung. Ebenso im Portfolio sind Snackprodukte wie Chicken Crossies aus naturgewachsenen Hähnchen-Innen-



SNACKTAUGLICH: HÄHNCHENSCHNITZEL IN DER SEMMEL

filets oder Chicken Snips oder Bärs, die in Nugget- bzw. Bärenform für große und kleine Gäste daherkommen.

Welche Vorteile die Convenience-Produkte im Gastronomiealltag für Koch und Gast bieten und wie facettenreich die panierten Klassiker serviert werden können, hat das Hanna Feinkost-Quartett Simone

HOMANN

Foodservice

Die müssen Sie probieren!**MICHAEL WITTWER,**
VERTRIEBSLEITER
NATIONAL**SIMONE LUCKMANN,**
LEITUNG MARKETING
UND PRODUKT-
ENTWICKLUNG**GERRIT BAUMERT,**
PRODUKT-
ENTWICKLUNG**PATRICK SCHUSTER,**
KEY ACCOUNT
MANAGER

Simone Luckmann: Aktuell sind wir wieder einmal dabei, unsere Produkte bzgl. der Deklaration noch cleaner zu machen. Der ultimative Vorteil sowohl für den Küchenchef als auch für den Gast ist die Halal-Zertifizierung aller Produkte aus dem Hause Hanna, gemäß dem Credo „Gemeinsam sorglos genießen“.

Getreu dem Motto „Ein Produkt dreimal anders“ – wie lassen sich Ihre panierten Produkte weniger klassisch servieren? Gibt es hier kreative Ansätze, wie sich diese anders als das „traditionelle“ Tellergericht mit zum Beispiel Bratkartoffeln und Preiselbeeren kreativ in Szene setzen lassen?

Gerrit Baumert: Der Vorteil der TK-frischen Convenience-Produkte liegt klar auf der Hand: Sie sind immer verfügbar und zu fast allen „Schandtaten“ bereit“. Neben der klassischen Anwendung lassen sich unsere Hähnchenspezialitäten immer auch trendorientiert einsetzen. In Streifen geschnitten, können Salate, Wraps und sogar Bowls mit einer hochwertigen Eiweißkomponente entsprechend aufgewertet werden.

Gerade frische Bowls haben sich innerhalb weniger Jahre zu absoluten Snack-Bestsellern entwickelt. Kein Wunder, sind sie doch einfach individualisierbar, superkreativ und obendrein noch leicht, gesund und megalecker!

Zu welcher Art der Zubereitung raten Sie Gastronomen bei Ihren panierten Produkten? Was ist ggf. zu beachten, damit die Produkte möglichst wenig (unnötiges) Fett aufnehmen?

Patrick Schuster: Als Hersteller ist uns natürlich wichtig, dass unsere Produkte

nicht nur auf eine Weise zubereitet werden können, sondern dass wir die unterschiedlichsten Küchenausstattungen bedienen können.

Für Fritteuse und Pfanne eignen sich besonders unsere ungegarten Varianten gut. Die Panade wird lecker knusprig, zieht aber in der Fritteuse auch mehr Fett. Ohne Zugabe von Fett lassen sich unsere gegarten Spezialitäten zubereiten, beispielsweise im Kombidämpfer. In Privathaushalten, aber auch zunehmend im professionellen Bereich nehmen Airfryer einen wichtigen Platz ein. Auch hierfür eignen sich gegarte Artikel bestens.

Inwieweit lässt sich das Schnitzel auch außerhalb der gewohnten Verzehrssituation anbieten? Bieten sich hier ggf. andere Produkte aus Ihrem Haus besser an?

Simone Luckmann: Für ein besonderes Frühstücksbuffet eignen sich in meinen Augen vor allem eher kleinstückige Produkte wie unsere Chicken Crossies aus reinem Hähnchen-Innenfilet. Oder der Klassiker: Mini-Frikadellen. Auch hier bieten wir einen tollen Artikel an, eine leckere Frikadelle mit ca. 25 Gramm, fast wie von Mutti gemacht.

Im Snackbereich lassen sich unsere Schnitzel-Spezialitäten hervorragend für alles Belegte nutzen – Brötchen, Burger, Baguettes und Sandwiches. In Streifen geschnitten eignen sich die Schnitzel auch gut im Wrap.

Kreativ eingesetzt, lässt sich ein vielseitiges Menü-Konzept auf Grundlage weniger, guter Produkte erstellen.

Danke für das Gespräch!**Sarah Hercht**

Chicken Crossies mal anders: Ein Rezept, bei dem die beliebten Nuggets auf Cranberries und karamellisierte Zwiebeln in einer Pita treffen, findet sich in unserer Rezeptdatenbank:

www.blgastro.de/rezept-archiv_neu

**Jetzt Musterbox anfordern!**www.homann-foodservice.de



Schnitzel satt

In den HeimWerk-Restaurants von Archibald Graf von Keyserlingk dreht sich alles rund ums Schnitzel. Dabei kommt der beliebte Klassiker auch mal weniger klassisch auf die Teller.

Schnitzel – vom Kalb oder vom Schwein nach Wiener Art, besonders knusprig in Cornflakes-Panade oder verfeinert mit Bergkäse, Kurkuma, Hanfsamen oder als Münchner Variante in Meerrettich-Senf-Panade – all das und noch mehr bietet die Speisekarte der HeimWerk-Restaurants von Archibald Graf von Keyserlingk, die je zweimal in München und in Düsseldorf sowie einmal in Berlin zu finden sind. Schnitzel-Fans können hier aus einer satten Auswahl an neun plus fünf Schnitzeln wählen – in den zwei Portionsgrößen „Snack“ und „NorMahl“; ergänzend stehen auch Schnitzel-Burger auf der Speisekarte. Neben den tierischen Klassikern können sich auch Vegetarier und Veganer beim Besuch eines der fünf Restaurants über ein Schnitzel freuen: Serviert wird zum Beispiel ein veganes Sellerieschnitzel in Kichererbsen-Petersilienpanade, ein Schwammerlschnitzel vom Kräuterseitling oder Zucchini-schnitzel (beide vegetarisch).

Die Traditionsschnitze hat bei Archibald Graf von Keyserlingk also auch in Zeiten von veganer Wurst und Fleischersatz eine Zukunft, der mit seinen kreativen Schnitzel-Variationen von tierisch

bis vegan eine breite Gästeklientel anspricht. Dabei ist das klassische Schnitzel vom Kalb die beliebteste Variante. Von den vegetarischen bzw. veganen Schnitzeln sind das Sellerie- und das Maisschnitzel sehr beliebt. Letzteres besteht aus einem Mais-Kidneybohnen-Teig, verfeinert mit Limette, das in einer veganen hauseigenen Panade fein ausgebacken wird.

Skalierbare Schnitzel

Einer der Erfolgsfaktoren der HeimWerk-Restaurants: Archibald Graf von Keyserlingk, Geschäftsführer der Münchner Gast & Wirt GmbH, die diese betreibt, hat ein hochwertiges Slow-Food-Konzept mit regionalen Zutaten und Fleisch aus artgerechter Tierhaltung entwickelt, das vom Speisenangebot bis zum Interior Design mit kostenloser Wasserzapfstelle und stilvollem Altholzambiente skalierbar und reproduzierbar ist. HeimWerk steht darüber hinaus für handwerkliche Küche statt Fertigprodukte und künstliche Aromen. Vor dem Hintergrund des anhaltenden Fachkräftemangels ist dieser Anspruch an eine hohe Eigenfertigung nur möglich „durch die

SCHNITZEL

laufende Schulung der Mitarbeiter, eine gute Zusammenarbeit im Team und eine starke Unternehmenskultur“, nennt der Geschäftsführer wichtige Faktoren. „Eine gute Arbeitsorganisation und eine hohe Effizienz in den Arbeitsabläufen sind hier die Voraussetzung“, ergänzt er.

„Der Speiseklassiker Schnitzel wird durch Variationen in der Panade oder durch neue kreative Schnitzel-Produkte in eine neue Dimension gehoben“, hebt Archibald Graf Von Keyserlingk hervor. „Durch das Angebot der zwei verschiedenen Größen, zusammen mit unserem Baukastenprinzip (keine festen Gerichte), ermöglichen wir unseren Gästen eine Individualisierbarkeit von Menge und Kosten.“ Da die Gerichte im Baukasten angeboten werden, können Gäste diese nach Gusto zusammenstellen – als Beiwerk stehen u. a. Kartoffelsalat, Süßkartoffelpüree, gedünstetes Gemüse oder gemischter Blattsalat zur Auswahl.

Die Preisspanne spiegelt die Vielfalt wider, die HeimWerk zu bieten hat: Als günstigstes Gericht auf der Karte gibt es das vegane Sellerie-Schnitzel und die vegetarischen Zucchini-Schnitzel (jeweils 10 Euro in der normalgroßen Portion), während das Bergkäseschnitzel vom Kalb das teuerste Gericht ist (20 Euro).

Wer nur einen kleinen Appetit statt normalen Hunger verspürt, der kann als Portionsgröße den „Snack“ wählen, der halb so groß wie die Hauptgericht-Variante ausfällt. Der Grund für die Möglichkeit der Portionsgrößenwahl: „Ein Sharing von Speisen wird so vereinfacht und unnötige Speiseabfälle vermieden.“ Insgesamt würde mehr „NorMahl“ bestellt, die Snacks seien hingegen besonders bei Frauen und zur Mittagszeit beliebt, weiß Archibald Graf Von Keyserlingk. „Auch Gruppen bestellen gerne unterschiedliche Snacks, um sich durch die Speisen durchzuprobieren – für ein gemeinsames Snacking-Erlebnis“, berichtet er.

Qualitätsfrage

Als offizieller Unterstützer von Slow Food Deutschland e.V., die sich für den Erhalt der bäuerlichen Landwirtschaft, des traditionellen Lebensmittelhandwerks und der regionalen Arten- und Sortenvielfalt einsetzen, ist die Wertschätzung und der Genuss von Lebensmitteln bei HeimWerk durch und durch spürbar – sowohl



DAS KONZEPT IST VOM SPEISEANGEBOT BIS HIN ZUM INTERIOR DESIGN SKALIER- UND REPRODUZIERBAR.

Bilder: HeimWerk Restaurants

UNSERE Klassiker

FÜR EINZIGARTIGE GENUSS-ERLEBNISSE!

halal * gelingsicher * lecker

 **Hanna**
GEFLÜGEL-GENUSS PUR





So wird der Außer-Haus-Markt noch nachhaltiger!

Nutzen Sie unsere Checklisten, um Ihren Betrieb noch konsequenter nachhaltig auszurichten.

Thematisch gegliedert finden Sie hier Tipps für die Bereiche:

- Unternehmensführung/Management:**
u. a. Nachhaltigkeit im Unternehmensprofil, Mitarbeitergesundheit
- Beschaffung/Einkauf:**
u. a. Regionalität, Bio-Ware, Importprodukte
- Speisenangebot:**
u. a. moderater Fleischanteil, reduziertes Angebot
- Herstellung/Speisenproduktion:**
u. a. Bedienerverhalten, intelligente Leistungsoptimierung
- Gästekommunikation:**
u. a. Ernährungsaufklärung, Maßnahmen gegen Lebensmittelverschwendung

Alle Checklisten stehen auf www.gvmanager.de zum Download zur Verfügung. In der Rubrik **#spürbargrün** finden Sie zudem weitere Tipps rund um Nachhaltigkeit im Außer-Haus-Markt.



„Das perfekte Schnitzel hat zartes, saftiges Fleisch, das dünn geklopft in einer knusprigen Panade frisch am Herd ausgebacken wird.“

Die hohe Qualität zeigt sich auch bei der Produktion bzw. Zubereitung der vegetarisch-veganen Varianten, obwohl vegetarische und vegane Schnitzel ihm zufolge noch nicht so viel nachgefragt werden, wie Schnitzel mit Fleisch „Sie sind aber ein wichtiger Grund, dass das HeimWerk bei Vegetariern und Veganern sehr beliebt ist. Auch bei Gruppen gibt es häufig Vegetarier oder Veganer, sodass jeder aus der Gruppe im HeimWerk fündig werden kann“, nennt er einen wesentlichen Grund. Das kann die Entwicklung von neuen Schnitzel-Varianten durchaus mehrere Monate dauern. „Fleischerzeugnisse basieren häufig auf hochverarbeiteten Zutaten, die künstliche Zusatzstoffe aufweisen und auch geschmacklich natürlichen Produkten unterlegen sind. Deshalb entwickeln wir unsere vegetarischen und veganen Speisen selber“, betont Archibald Graf von Keyserlingk auch den hohen Anspruch an die pflanzenbasierten bzw. rein pflanzlichen Schnitzel.

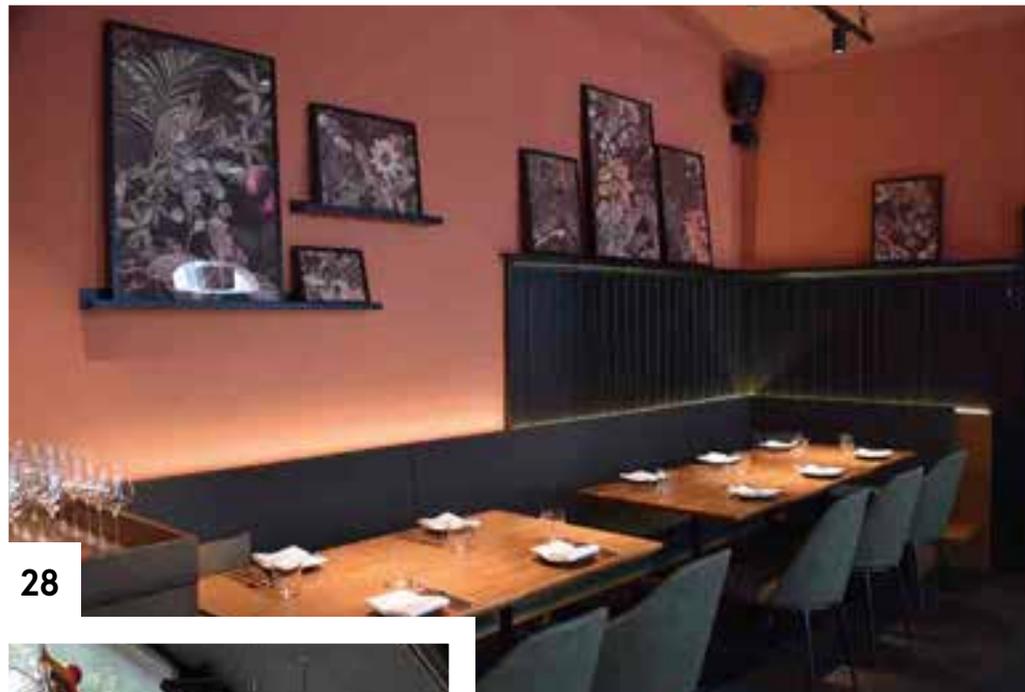
Nur bei der Frage nach der Zubereitung von den qualitativ hochwertigen Grundprodukten bleibt er vage: „Das bleibt unser Geheimnis“. Wer dem perfekten Ergebnis auf dem Teller also nachgehen will, für den lohnt sich ein Besuch im HeimWerk-Restaurant – inklusive Schnitzelgenuss.

Sarah Hercht

bei der Gestaltung der Restaurants als auch transparent auf der Speisekarte und der Website – sind der Qualitätsanspruch „artgerechte Tierhaltung“ sowie die Lieferanten ausgewiesen. Für die Münchner Standorte stammen Schnitzel und Hühnerfleisch so etwa von der Landmetzgerei Gassner in Evenhausen bzw. von Hubers Landhendl im österreichischen Pfaffstätt.

Bei seinen Fleischlieferanten achtet der Geschäftsführer darauf, dass diese für Tierwohl einstehen, auch wenn sich die höhere Fleischqualität in einem etwas höheren Preis zeige, als bei Schnitzeln aus Fleisch mit minderer Fleischqualität. Diesen zu zahlen, ist er aber bereit, da die Fleischqualität ganz entscheidend für das perfekte Schnitzel sei, das laut Archibald Graf von Keyserlingk „zartes, saftiges Fleisch hat, das dünn geklopft in einer knusprigen Panade frisch am Herd ausgebacken wird“.

Erfolgskonzepte der Gastlichkeit



Wir stellen Ihnen gastronomische Betriebe und deren Konzepte vor.
Lassen Sie sich inspirieren!

Frischer Wind am Ku'damm

Sie gilt als eine der besten Berliner Adressen: der Ku'damm im mittleren Abschnitt. Mit der dortigen Eröffnung der Brasserie „Scirocco“ brachte die Peak Hospitality GmbH im Mai 2024 ihr neuestes Projekt an den Start.



Dieser Ort könnte nicht schöner sein. Es ist eine unglaubliche Location, die danach ruft, wieder richtig gut genutzt zu werden. Wir hatten einen super Start. Unsere ersten drei Monate hier machen uns schon glücklich. Nun werden wir weiter optimieren“, sagt Felix Brandts, CEO der Peak Hospitality Group. Mit der Eröffnung der Brasserie „Scirocco“ weht hier ein buchstäblich neuer Wind, der Wüstenwind aus Nordafrika, der die feine Küche nordafrikanischer und südeuropäischer Prägung nach Berlin bringt. Felix Brandts erklärt: „Unser Vorgänger hier – das Reinhard’s – war ein Klassiker in Berlin und ein überaus erfolgreiches Restaurant. Uns ging es nicht darum, Altes zu kopieren. Auch deshalb sind wir hier mit einem komplett neuen Konzept angetreten.“

Wo früher schweres Dunkelrot dominierte, überwiegt jetzt lebendiges und leichtes Grün. Klare Linien, etwas Kunst und Klassik tauchen das Scirocco in ein einladendes und gleichzeitig dezent lässiges Ambiente. Auf zwei Etagen mit geplanten 500 Plätzen, derzeit noch um die 400, davon knapp ein Drittel Outdoor auf Balkon und Terrasse, soll hier eine hochwertige Gastronomie rund um den Tag etabliert werden. Beginnend mit dem Frühstücksangebot, auch für die Gäste des benachbarten Hotel Bristol, folgend Lunch, vor allem auch für Gäste aus den umgebenden Büros, nachmittags mit Kaffee und Kuchen und zum Abend feines Dinner. „Wir fahren hier also vier verschiedene Konzepte“, sagt Felix Brandts. Darüber hinaus bietet ein Eventbereich Platz für bis zu 50 Gäste. Wie eine klassische Brasserie bietet das Scirocco kleine und große Vorspeisen (etwa „Ochsenbacken-Kroketten“), Hauptgerichte, darunter Suprême de Poulet



FELIX BRANDTS SETZT AUF PARTNER WIE COSTA COFFEE.

Rôti: Geröstete Hühnerbrust in Estragon-Butter mit Gemüse und Mandeln, oder Merguez Sausage: Würstchen marokkanischer Art, Senfpüree, gegrillter Padron sowie Beilagen und Desserts.

Gewusst wie

Felix Brandts sieht seine Peak-Hospitality-Projekte oftmals auch aus der Gastperspektive – er betreibt u. a. auch das „Papillon“ am Zoo und ist für den F&B-Bereich im Schlosshotel Grunewald verantwortlich – und verrät: „Ich habe nie hinter der Bar gestanden oder Kochen gelernt, aber ich liebe es, das ‚Puzzle‘ zusammensetzen und die besten Leute an die richtigen Positionen zu bringen. Und ich gehe gerne vorne weg.“ Das Leuchten in seinen Augen ist nicht zu übersehen. Der Bankkaufmann und studierte Betriebswirt erzählt, dass ihm die klassischen BWL-Aufgabenbereiche nach dem Studium zu langweilig wurden. „Und seit ich mit Gastronomie angefangen habe – das ist jetzt 17 Jahre her – möchte ich das ‚große Ganze‘ aufbauen.“ Die Peak Hospitality Group gründete er im Jahr 2017. Zur Gruppe gehören inzwischen 240 Mitarbeitende, davon sind 82 im Scirocco beschäftigt.

Gemeinsam gewachsen

„Wir wollen uns entwickeln. Und das geht nur mit großen und zuverlässigen Partnern“, sagt Felix Brandts, „viele sind seit 17 Jahren dabei, zum Beispiel Getränkehersteller.“ So auch Coca-Cola. Das Unternehmen sei von Anfang an dabei, auf die Expertise von Costa Coffee setze er seit drei Jahren. „Uns überzeugt das Gesamtpaket: Mir ist der Kontakt zu den Ansprechpartnern und dem Netzwerk wichtig. Und auch, gemeinsam etwas voranzubringen.“

Ich schätze solche Partner wie Costa Coffee, die Projekte und neue Konzepte verstehen, uns bei deren Entwicklung begleiten und mit uns die besten Lösungen suchen. Unabhängig davon, muss für uns die Qualität der Produkte natürlich immer stimmen.“

In Abstimmung mit Costa Coffee wurden zwei Kaffeefullautomaten aufgestellt, die dem Ansturm zur Frühstückszeit gerecht werden. Sie stehen auf rollbaren Containern, auf denen auch die Tassen und Zubehör Platz finden. Nach dem Frühstück lassen sie sich mühelos wegrollen. „Das Tages- und Abendgeschäft decken wir dann über die Siebträgermaschinen ab. Für diese Maschinen haben Experten von Costa Coffee unsere Mitarbeitenden in einem Barista-Training geschult“, sagt Felix Brandts. Außerdem ein Pluspunkt: Costa Coffee bietet ein – auch betriebswirtschaftlich interessantes – Mietmodell für seine Gastronomie-Kunden.

Gut geplant

Mit aktuell 500 bis 700 Gästen am Tag schaut Felix Brandts zuversichtlich in die Zukunft. „Wir legen das Augenmerk auf Qualität. Und ich verrate auch kein Geheimnis, wenn ich sage, dass wir uns international ausrichten möchten, das heißt, wir wollen uns mit den Metropolen der Welt messen; und gerne unseren Teil dazu beitragen, dass sich die Berliner Gastro-Szene weiterentwickelt – und auch mal vor die Welle kommt und nicht immer nur dahinter bleibt“, sagt er.

Auch wenn gerade noch am Scirocco-Konzept gefeilt wird, gehen die Planungen bereits weiter: In benachbarten Räumlichkeiten soll bald eine Eisdielen- und außerdem ein Fischrestaurant eröffnen.

Heike Sievers



Scirocco – Berlin

Brasserie mit feiner nordafrikanisch und südeuropäisch geprägter Küche.

ERFOLGSFAKTOREN

- Augenmerk auf Qualität
- Freundlichkeit der Mitarbeitenden
- Know-how der Gruppe
- Lage
- Zuverlässige Partner

INHABER

PEAK HOSPITALITY GROUP

MITARBEITER

SITZPLÄTZE

82 400

WWW

WWW.SCIROCCO-BERLIN.COM

INSTAGRAM

SCIROCCO.BLN

NEU DABEI

Nikkei heißt die kulinarische Fusionsküche japanischer Einwanderer in Peru. Sascha und Marcel Ruhm zelebrieren sie in ihrem Restaurant in Wiens 4. Bezirk auf ihre Art jeden Tag neu.

Wenn Japan auf Peru trifft

Für das DiningRuhm, ihr erstes eigenes Restaurant, haben Sascha und Marcel Ruhm, ihre Führer in verschiedene Länder und weltberühmte Restaurants ausgestreckt, bevor sie es dann 2016 eröffneten.

Die beiden Niederösterreicher, die in Wien als die Gastro-Brüder bekannt sind,

haben ihre Lehrzeit gemeinsam im renommierten Landhaus Bacher verbracht.

Nikkei-Küche

Ihrem kreativen Anspruch und Qualitätsbewusstsein entsprach die Nikkei-Küche, eine frische, leichte Fusionsküche, die ohne schwere Zutaten wie Butter oder Sahne auskommt. Ursprünglich stammt sie von Japanern, die sich um 1900 in Peru niederließen. Dort entwickelte sich die zweitgrößte japanische Gemeinde Südamerikas. Ihre kreative Küche kombiniert traditionelle Kochtechniken der alten Heimat mit Produkten der neuen: darunter vielfältige

Chilisorten, Limetten oder frischer Fisch. Erstmals in Berührung kamen die Brüder auf ihren gastronomischen Wanderjahren damit etwa 2010 beim japanischen Starkoch Nobu Matsuhisa in Mykonos und St. Moritz. Danach lernten sie in anderen Michelin-Restaurants viele unterschiedliche Kochstile kennen. Doch die Begegnung mit der japanisch-peruanischen Fusionsküche und ihren vielfältigen Möglichkeiten ließ sie nicht mehr los und inspirierte sie zu Gerichten wie Sashimi vom Kingfisch mit Jalapeños und Yuzu-Soja-Sauce, Rib Eye Steak von der Kalbin mit peruanischer Anticucho-Sauce oder außergewöhnlichen





DiningRuhm – Wien (A)

Restaurant mit frischer, leichter japanisch-peruanisch inspirierter Fusionsküche mit zum Teil regionalen Produkten.

ERFOLGSFAKTOREN

- Nikkei-Küche
- eigene Sushibar
- hohe Serviceorientierung
- langsames Wachstum
- zweites Standbein

INHABER

MARCEL & SASCHA RUHM

MITARBEITER

14 – 22

SITZPLÄTZE

115

WWW

WWW.DININGRUHM.AT

INSTAGRAM

DININGRUHM



SASCHA & MARCEL RUHM

Süßwasserfischen, etwa kalt geräucherte Lachsforelle mit gebeiztem Eidotter.

Erlebnis für die Gäste

„Uns ist es wichtig, dass der Kellner genug Zeit hat und einen Bezug zum Gast findet“, betont Sascha Ruhm. Dazu gehöre es, Gerichte und Weine zu erklären, herauszufinden, wieso der Gast gekommen sei. Dieses serviceorientierte Konzept schlage sich auch in einer hohen Zahl treuer Stammkundschaft nieder.

Ein wichtiger Aspekt der Nikkei-Küche ist zudem das Family-Style-Konzept. Die kleinen Gerichte werden in der Mitte des Tisches geteilt. Auch Sushi-Towers dienen dem Sharing-Style – so bekommen die Gäste mehr Vielfalt.

In den ersten zwei Jahren stießen die Sushi-Wochen auf so großen Anklang, dass sich die Ruhms zu einer dauerhaften klimatisierten Sushibar mit offener Schauküche entschlossen. Die Pandemiephase wurde zum Ausbau eines Lagerraums genutzt. Dazu bekam das Team Zuwachs, denn für die Sushibar werden fix zwei bis drei Sushiköche, ein weiterer Kellner sowie eine Person hinter der Bar benötigt.

Profis für die Sushibar sind schwer zu finden. Neben einem japanischen Sushikoch, der schon lange dabei ist, bildet Marcel Ruhm seine Sushiköche selbst aus. Er selbst hat in einer renommierten Sushibar in São Paulo seine Fertigkeiten vervollständigt.

Seit 2023 haben die Ruhms ihr zweites Restaurant ZentRuhm (140 Sitzplätze, plus Schanigarten mit ca. 50 Plätzen) im 1. Bezirk eröffnet. Dort gibt es eine komplett andere Karte, die von Häppchen und kleinen Pizzen zum Teilen bis zum Vier-Gang-Menü reicht.

Verena Wagner

Sushi-Kreationen. Am Anfang waren sie nur zu dritt, um ihre Ideen umzusetzen. „Wir wollten erstmal probieren, was funktioniert und sind mit 20 bis 25 Sitzplätzen gestartet, obwohl der Platz für mehr ausgereicht hätte“, erinnert sich Sascha Ruhm. „Die erste Ausgabe war nicht unser Gehalt, sondern gescheitete Steakmesser für die Gäste.“ Anfangs gab es nur eine kleine Karte, die alle paar Wochen wechselte. Aus den Nachfragen der Gäste sind mit den Jahren die Signatures entstanden und es entwickelte sich das Menü aus den Rennern. Hinzu kamen Specials und Saisonales. „Marcel ist das Koch-Genie. Ideen haben wir beide, aber Marcel ist der Praktiker, der das umsetzt“, erzählt Sascha Ruhm, der als Sommelier die umfassende Wein- und Sakekarte kuratiert.

Ihr Lehrmeister Nobuyuki „Nobu“ Matsuhisa hat bereits 1988 das erste Nikkei-Restaurant in Beverly Hills aufgesperrt, in dem Robert de Niro gern zu Gast war. Es folgte ein Lokal in New York unter gemeinsamer Regie, das Celebrities und Filmstars frequentierten. In Folge hat der Starkoch weltweit mit Luxushotels zusammengearbeitet und diesen Trend maßgeblich verbreitet. Heute gibt es sein Konzept international in 30 Locations in Franchise sowie davon inspirierte Ableger weltweit. „Wir wollten nie eins zu eins das gleiche machen. Wir kreieren eigene Rezepte, indem wir sie etwa mit heimischen Produkten kombinieren oder andere Einflüsse einfließen lassen“, sagt er.

So sind authentische Rezepte entstanden wie Foie Gras & Crispy Rice Teriyaki, mit gegrilltem Sushi-Reis, Gänseleber und Süßkartoffelpüree. Und statt klassischer Ceviche findet sich auf ihrer Karte Oyster Passionsfrucht Ceviche.

Auch in der Sushi-Zubereitung gehen die

Brüder eigene Wege. Während die meisten Nikkei-Restaurants eher klassische Sushis anbieten, gibt es im DiningRuhm an die 30 hausgemachte Toppings und Dressings in einzigartigen Kombinationen mit Sushirollen wie die Tuna Truffle mit Black Tiger Prawn, Avocado, Tamago Creamy Truffle Sauce, Black Truffle. Die Chefs Recommendation sind Nigiri aus heimischen



Mit Herz und Verstand



In Prien am Chiemsee hat Dominik Wachter 2022 die Wachter Foodbar eröffnet, die sich durch eine nachhaltige und regionale Küchenphilosophie auszeichnet. Sie basiert auf der ganzheitlichen Verwertung von Lebensmitteln.



Nachhaltige Ernährung bedeutet mehr als die Verwendung regionaler und saisonaler Produkte. Es bedeutet auch die umfassende Verwertung des jeweiligen Produkts. Als Trends haben sich in diesem Zusammenhang die Konzepte „Nose to Tail“ und „Leaf to Root“ etabliert, die alles Essbare an Tier und Pflanze – vom Kopf bis zum Schwanz, vom Blatt bis zur Wurzel – auf den Teller bringen wollen.

Nach diesem Ansatz lebt und arbeitet auch Spitzenkoch Dominik Wachter. Er hat vor zwei Jahren das renommierte Restaurant Wachter Foodbar in Prien am Chiemsee eröffnet. Sie zeichnet sich durch eine nachhaltige und regionale Küchenphilosophie aus, die auf der ganzheitlichen Verwertung von Lebensmitteln basiert – und das zweite Jahr in Folge einen Michelin-Stern verteidigen darf.

Von Tieren und Pflanzen

Die Konzepte „Nose to Tail“ und „Leaf to Root“ sind nicht neu: Der From-Nose-to-tail-Pionier Fergus Henderson hat schon in den 1990er-Jahren für dieses Konzept sensibilisiert. Für Dominik Wachter gehört es einfach zum guten (Küchen-)Ton: „From Nose to Tail“ oder bei den Vegetariern ‚From Leaf to Root‘ ist für mich eine allgemeine Arbeitseinstellung und gehört in die Sterneküche genauso wie ins Wirtshaus oder auch in die heimische Küche. Das ist auf gut Deutsch ein normales, nachhaltiges Arbeiten, was überall seinen Platz finden sollte. Ich selbst habe diese Art des Kochens schon während meiner Ausbildung bei Thomas Mühlberger kennengelernt. In dem kleinen Betrieb musste man wirtschaftlich arbeiten. Wenn man so arbeiten muss und will, dann gehört das natürlich dazu – allein aus Respekt zum Produkt. Man hat nicht nur Edelteile zu verarbeiten. Nach meiner Auffassung ist das gesamte Tier edel und nicht nur das Filet.“ Eine Herausforderung, die von ihm als Koch volle Konzentration auf das Handwerk und die entsprechende Zubereitung fordert. Und manchmal auch Verzicht, wenn ein Tier zum Beispiel einfach zu groß ist: „Bei ‚Nose to Tail‘ verarbeiten wir ja das gesamte Produkt. Bei einem Ochsen etwa wäre das schwierig. Wir haben nur 23 Sitzplätze und da würde viel zu viel Fleisch anfallen.“

Das Produkt ist der Star

Während er das Fleisch für seine Küche vom Metzger aus der Region bezieht, sucht und sammelt der Spitzenkoch als naturverbundener Mensch seine pflanzlichen Lebensmittel in der nahen Umgebung auch gerne mal selbst, um diese dann zu verarbeiten. „So



Wachter Foodbar – Prien am Chiemsee

Nachhaltige Foodbar mit modernem Tresenkonzept und Wohlfühlatmosphäre, in der ausgewählte Speisen im Vordergrund stehen.

- **Tresenkonzept**
 - **Qualität**
 - **Regionalität**
 - **Saisonalität**
 - **Menü**
- **kleines Team**
- **Private Dining**

INHABER & KÜCHENCHEF
DOMINIK WACHTER

MITARBEITER

4

SITZPLÄTZE

23

WWW
WWW.WACHTER-FOODBAR.DE

INSTAGRAM
WACHTER_FOODBAR

schätzt man das Produkt viel mehr. Wenn ich ein Produkt über einen Onlineshop bestelle, fehlt der Bezug zur Ware. Wenn ich jedoch durch die Wälder gehe und dort Pilze sammle, ist die Verbindung zum Lebensmittel eine vollkommen andere. Dann geht man damit um wie mit einem Schatz. Diese Liebe des Kochs zum Lebensmittel sollte der Gast im Idealfall auf dem Teller sehen und schmecken“, ergänzt der Priener. Und das tut er. Doch neben der Liebe zum Lebensmittel braucht es für Dominik Wachter noch



etwas anderes: „Als Koch kann man nur so gut kochen, wie das Produkt ist.“ Die Qualität der Lebensmittel ist für ihn das A und O. Das Produkt steht immer im Mittelpunkt. „Mein ehemaliger Chef hat bei Eckart Witzigmann gelernt und da hieß der Leitspruch: Das Produkt ist der Star und niemals der Koch!“, berichtet der Spitzenkoch. Dieser gilt auch für sein Restaurant. Das Gericht auf dem Teller kann nur so gut sein wie die Qualität des Produkts. „Ich habe einen kleinen Laden, verfüge kaum über Lagermöglichkeiten. Das zwingt mich zum regionalen Arbeiten – anders geht es gar nicht. Ich habe gar nicht die Möglichkeit, im großen Stil einzukaufen. Also kaufe ich so nah wie möglich und so oft wie nötig ein“, erklärt er. Als gebürtiger Priener seien die Verbindungen zu Lieferanten, Gärtnern und auch Fischern vorhanden und gewachsen. Man kenne und schätze sich hier gegenseitig.

Dominik Wachter wird aber nicht nur von den Einheimischen geachtet, sondern auch von renommierten Kritikern, erfahrenen Gourmets und jungen, neugierigen Gästen. Sie alle schätzen die feinen kulinarischen Kreationen, die Spaß machen und Emotionen schaffen, aber auch das Tresenkonzept, das dem Team ermöglicht, dem Gast stets auf Augenhöhe zu begegnen und somit einen besonders familiären und vertrauten Umgang zu haben. „Die Vorteile unseres eher ‚kleinen‘ Restaurants sind, dass wir noch mehr unsere Philosophie, unsere Idee und unsere Leidenschaft dem Gast vermitteln können. Ich nenne die Foodbar immer mein kleines Wohnzimmer und versuche zusammen mit meinem Team, jeden Gast bei uns herzlich willkommen zu heißen. Wir schaffen somit eine recht familiäre Atmosphäre und bringen dennoch frischen Wind in den Chiemgau“, fasst Dominik Wachter sein Erfolgskonzept zusammen.

Bowls für den Bauch



Die Eröffnung des Stores am Kaufingertor in München markiert den Startschuss für die Expansion des urbanen Bowl-Konzeptes Fat Monk – Deli Bowls in Süddeutschland und bringt damit die bewährte kulinarische und gastronomische Expertise aus Österreich auf den deutschen Markt.

Reis, Teriyaki-Dressing, Lachs, Edamame, Mango, Avocado-Mash, Karotte, Wasabi-Mayo, Shredded Nori, Erdnüsse – und fertig ist die Salmon Wasabi Bowl, eine von derzeit acht Signature-Bowls, die ernährungsbewusste Gäste seit dem 20. Juni 2024 im Fat-Monk-Store in München genießen können. Die Eröffnung des Stores am Kaufingertor markiert den Startschuss für die Expansion des urbanen Bowl-Konzeptes Fat Monk – Deli Bowls in Süddeutschland und bringt damit die bewährte kulinarische und gastronomische Expertise aus Österreich auf den deutschen Markt.

Denn hinter der Marke steht die in der Branche bekannte Gastrofamilie von Josef Donhauser. Letzterer hat gemeinsam mit seinem Team und aus voller Überzeugung und Leidenschaft ein urbanes, gesundes aber dennoch schnelles Bowl-Konzept entwickelt, welches auf eine Fusion aus Poke-, Nourish- und Buddha-Bowls setzt, die mit saisonalen Zutaten verfeinert werden. Geboten werden hochwertige und ernährungsbewusste Bowls, die sich durch hohe Produktqualität und ausgewählte Lieferanten auszeichnen. Gäste können dabei zwischen den bereits erwähnten Signature-Bowls wählen oder sich ihre individuelle Bowl ganz nach Geschmack und Ernährungsroutine selbst zusammenstellen.

Immerhin haben alle Individualisten und Entscheidungsfreudigen dank der riesigen Auswahl an Zutaten ganze 1,4 Milliarden Möglichkeiten ihre Bowl selbst zu kreieren und sich dabei zu verwirklichen.



Fat Monk – München

Das urbane Bowl-Konzept setzt auf eine Fusion aus Poke-, Nourish- und Buddha-Bowls, die mit saisonalen Zutaten verfeinert werden.

Die Bowls bestehen dabei immer aus einer Kohlenhydratbasis, hochwertigen Proteinen, frischem Gemüse und Obst, knusprigen Toppings und veganen Mayos nach hauseigener Rezeptur. Besonders beliebt sind dabei nach eigenen Angaben extravagante Zutaten wie Chilikraut, eingelegte Gemüsesorten oder Süßkartoffelpüree.

Immer wieder neue Kreationen

Das Konzept ist inspiriert durch internationale Bowl-Rezepte, die saisonale Zutaten sowie traditionelle und heimische Rezepte und Zubereitungsarten wie Einwecken oder Einlegen verbinden. „Bei unseren wechselnden Specials ist uns der saisonale Bezug besonders wichtig, wodurch es hier durchaus zu Abweichungen kommen kann“, erklärt Philipp Zinggl, Chief Restaurant Officer bei der DoN Group. Die Speisekarte ändert sich mit den wechselnden saisonalen Specials vier Mal im Jahr. Darüber hinaus erweitert die Marke die Speisekarte auch unterjährig mit neuen Produkten und probiert immer wieder neue Kreationen aus, um auch schnell auf Trends am Markt reagieren zu können.

Darüber hinaus wird mit lokalen Lieferanten, darunter Früchte Feldbrach oder Otto Pachmayr, und renommierten Partnern wie dem Neni oder Planted bei Fat Monk Frische und Produktqualität in den Fokus gerückt. Dazu hebt sich die Marke mit veganen Mayos und Dressings sowie einem umfangreichen Angebot an pflanzlichen Proteinen vom Markt ab. „Wir treffen so eine sehr gesundheits- und ernährungsbewusste Zielgruppe – Werte, die in Deutschland und Österreich immer wichtiger werden“, ergänzt Philipp Zinggl.

Neben der Vielzahl an (gesunden) Individualisierungsmöglichkeiten ist aber auch

die schnelle Verfügbarkeit der hochwertigen Mahlzeit ein Pluspunkt, der den anspruchsvollen Gast mit wenig Zeit überzeugt.

Nachhaltigkeitsbestreben

Die Bowls können vor Ort genossen oder als Take-away mitgenommen werden. Zusätzlich gibt es die Möglichkeit, online vorab zu bestellen und die Bowl am Pickup-Fenster schnell und bequem abzuholen. „Wir setzen dabei auf ein bargeldloses Zahlungssystem und bieten mit der Fat Monk-App ein einfaches Bestell- und Abholerlebnis direkt vom Smartphone aus“, erklärt der Chief Restaurant Officer.

Mit lediglich zehn Sitzplätzen ist das Konzept ohnehin eher auf das Togo-Geschäft ausgelegt. Die Lage mitten im Zentrum sowie die frequentierte Passage ringsum mit Büros ist vielversprechend – man erwartet sich dadurch ein sehr starkes Mittagsgeschäft. Spannend werde dagegen das Abendgeschäft, welches in touristischen und zentralen Lagen für gewöhnlich schwächer ausfällt.

Nichtsdestotrotz verfolgt die DoN Group als Österreichs größtes privat geführtes Cateringunternehmen in allen Geschäftsbereichen ein hohes und gelebtes Nach-

haltigkeits- und Umweltbewusstsein. Dies trifft die Produkt- und Sortimentspolitik, die Auswahl der Lieferanten bis hin zu Verpackungs- oder Marketingmaterialien. „Diesen Ansatz verfolgen wir natürlich – wo es möglich ist – auch bei Fat Monk. So gibt es als Alternative für Einwegbowls auch eine eigene Mehrwegbowl, die Fat Monk-Reuseabowl. Die Bowl besteht zu 98 Prozent aus nachwachsenden Rohstoffen mit 40 Prozent Holzanteil und Bio-Kunststoff“, erklärt Philipp Zinggl. Auch bei der Lebensmittelschwendung setzt die Marke auf



JOSEF DONHAUSER & PHILIPP ZINGGL

ERFOLGSFAKTOREN

- Deli-Konzept
- hochwertige Qualität
- Grad an Individualisierung
- schnelle Verfügbarkeit
- Lage mitten im Zentrum

INHABER
DON GROUP

MITARBEITER

SITZPLÄTZE

3

10

WWW
WWW.FATMONK.COM/DE

INSTAGRAM
FATMONK_DELIBOWLS

einen etablierten Partner: „Mit Too Good To Go arbeiten wir bereits in Österreich zusammen. Eine Ausweitung auf den deutschen Markt ist gerade in Evaluierung“, ergänzt er.

Apropos Ausweitung: Die Eröffnung des Stores am Kaufingertor in München markiert lediglich den Startschuss für die geplante Expansion des urbanen Bowl-Konzepts in Süddeutschland, denn noch im Laufe des Herbstes soll ein zweiter Standort am Stachus öffnen. Die weitere Expansion mit rund 30 Stores im Jahr soll gemeinsam mit Franchisepartnern vorangetrieben werden.



Den Geruch von
Fahrradreifen
und einen Hauch
Kettenölduft
nimmt man hier
nur am Eingang der
Fahrradwerkstatt
wahr. Wer im
benachbarten „Steel
Vintage Bikes Café“
sitzt, ist umgeben von
chic restaurierten
Rennrädern, dem
Aroma frisch
gebrühten Kaffees
und dem Duft feiner
Pancakes.

Steel-echt

Das Steel Vintage Bikes Café in der Berliner Mitte befindet sich zwischen Brandenburger Tor und Potsdamer Platz, einer Gegend, die erst in den vergangenen Jahren von den Touristen entdeckt wurde. In einem der typisch-repräsentativen DDR-Plattenbauten haben das stylische Café und die Werkstatt seit knapp acht Jahren ihren Platz gefunden. Die Kombination von Fahrradwerkstatt, Store und Café war eher ein Zufall, erinnert sich Inhaber Alexander Bisaliev.

Seine Fahrradliebe begann schon früh. Vor 14 Jahren, nach seinem Informatik-Studium und während des ersten Jobs bei einem Online-Start-up, fragte er sich, ob er wohl doch besser sein Hobby zum Beruf machen sollte. Dabei ging es ihm vor allem um die Restaurierung klassischer Rennräder. Gemeinsam mit einem Partner gründete er eine Fahrradwerkstatt mit Onlineshop. Später brachte eine Freundin die Idee der Kombination mit einem Café von einer England-Reise mit: gesagt, getan!

Klasse Kombi

Aus der Werkstatt-GbR ist inzwischen eine GmbH geworden, die er allein managt. Und zu der zwei Standorte gehören und der Online-Rad-Shop. Der größere der beiden Standorte befindet sich nahe des Brandenburger Tors, der zweite, etwas kleinere, hat keine angegliederte Werkstatt, liegt auch in Berlin-Mitte.

Im Café sitzt man zwischen chic renovierten Rennrädern in einem eher puristisch-stylischen Ambiente. Der hintere Teil des Cafés ist ein Shop für Trikots, Mützen,

Handschuhe, Bücher, Socken, Taschen, natürlich auch als Vintage-Varianten ... und Rennräder! Auch eine eigene Kollektion, etwa Trikots und Handschuhe, gibt es hier, die wird in Italien gefertigt. Und nicht zu vergessen: der selbst geröstete Kaffee. Alexander Bisaliev sagt: „In unserem zweiten Geschäft haben wir einen kleinen Röstofen, der schafft 6 Kilogramm in der Stunde und so kommen wir mit zweimal rösten pro Woche gut hin. Die Kunden können den Kaffee außerdem auch hier zum Mitnehmen kaufen.“

Die Logistik zwischen den beiden Läden ist gut durchdacht. So wird in dem kleineren, der über eine größere Küche verfügt, beispielsweise der Bacon gebraten, das Granola hergestellt, und der überwiegende Teil des Kuchenangebots gebacken.

Die Cafés sind vor allem für ihr Brunch-Angebot bekannt: feine Pancakes, Rührei, Omelette, Sandwiches und zur Mittagszeit viele Pasta- und Bowl-Angebote. Alex Bisaliev lacht: „Das sind vor allem auch Speisen, die ich selbst gern esse, vieles mit Eiern.“ Der Fokus liege auf gesundem und leckerem Essen. Und natürlich auf Qualität, sagt der Inhaber. „Wir bringen uns zum Beispiel, wenn wir wegen Fahrrädern in Italien sind, auch gute Weine und Olivenöl direkt von dort mit.“

„Unsere Erfahrungen mit dem Konzept könnte man übertragen.“



ALEXANDER BISALIEV

Das Fahrradgeschäft fasst er so zusammen: „Wir haben im Laufe der Jahre gute Beziehungen zu Sammlern in ganz Europa aufgebaut. So können wir die besten Räder erwerben, die jemals auf den Straßen unterwegs waren. Jedes Vintage-Fahrrad, das wir kaufen, wird sorgfältig auf seine Echtheit und seinen Zustand geprüft. Das bedeutet, dass es datiert und bis zum Hersteller zurückverfolgt werden kann. Wir statten die Räder dann mit Komponenten aus, die der Zeit entsprechen, in der sie ursprünglich gefahren wurden. Und dabei ist uns jedes Detail wichtig.“

Weiterradeln

Sein Team besteht aus 40 Mitarbeitern (Zweirad-Techniker und andere Angestellte in der Fahrradwerkstatt mitgezählt), davon sechs in den Küchen. „Beim Küchen- und Servicepersonal haben wir verschiedene Konzepte ausprobiert. Aktuell fahren wir gut damit, die Teams wechseln zu lassen, auch wenn im kleineren Geschäft eher jeder alles können sollte“, sagt Alexander Bisaliev. Die Verweildauer seiner Gäste schätzt Alexander Bisaliev auf etwa 1,5 Stunden, der Durchschnittsbetrag liege bei 15 Euro. „Es gibt ja auch die Gäste, die einfach einen Kaffee trinken und ein Stück Kuchen essen, während sie auch ihr Rad warten, das gerade in der Werkstatt ist“, sagt er.

Die Gegend um das Café gehört inzwischen zu den gut touristisch besuchten in Berlin. So ist es nicht verwunderlich, dass er den Touristen-Anteil der Gäste mit 70 Prozent beziffert. Die u. a. sehr guten Bewertungen bei TripAdvisor und Google locken weitere Gäste an. „Wir machen aktiv keine Werbung, bespielen jedoch Social Media, in Eigenregie“, er schmunzelt, „und haben auch da viel gelernt: Inzwischen haben wir zwei Kanäle, nämlich das Radgeschäft vom Café und seinem Essen getrennt. Denn wir haben zwei unterschiedliche Zielgruppen.“

Auch nach 14 Jahren gehen Alexander Bisaliev die Ideen nicht aus. Zum Beispiel lässt ihn die Zusammenarbeit mit vielen Herstellern, die Handschuhe, Schuhe, Mützen, ja sogar zwei Bücher für die Café-Kollektion produziert haben, einerseits global denken, andererseits gäbe die Produktion dieser Artikel das durchaus her. „Warum also sollten wir nicht mit Partnern in anderen Ländern zusammenarbeiten? Unsere Erfahrungen mit diesem Konzept könnten man übertragen“, schaut er zuversichtlich in die Zukunft. **Heike Sievers**



Steel Vintage Bikes Café – Berlin

Café und Vintage-Rad-Store an zwei Berliner Standorten – mit umfangreichem Onlineshop für Radfans.

ERFOLGSFAKTOREN

- **Beständigkeit und Klarheit „dranzubleiben“**
- **Reflexion und stetige Verbesserung**
- **Kombination auf Café und Store**
- **Qualität des Angebots**

INHABER

ALEXANDER BISALIEV

MITARBEITER

SITZPLÄTZE

40 300

WWW

WWW.STEEL-VINTAGE.COM/DE

INSTAGRAM

BIKECAFEBERLIN



Warme, feuchte
Luft, monotone
Bewegungen – wie
kann der Arbeitsplatz
an der Spülmaschine
ergonomischer
gestaltet werden?

Wo bleibt der Mitarbeiter?

Steigt die Raumtemperatur, sinkt die Leistungsfähigkeit um 30 bis 50 Prozent. Ein Zusammenhang, der gerade in Verbindung mit den oft kuschelig-warmen Spülbereichen aufhorchen lässt. Und ein Punkt, den auch Führungskräfte auf der Agenda haben. Denn laut der Erfahrung von Björn Geromiller, Vertriebsleiter von Meiko Deutschland, ist die Nachfrage nach ergonomischen Spülmaschinen und Zubehör deutlich gestiegen. „Das zeigt, welche zentrale Rolle die Gesundheit am Arbeitsplatz und der Schutz der Mitarbeitenden für die Gastronomie heute spielt“, erläutert er. „Mit einem Ergonomiekonzept können Fehlzeiten durch arbeitsbedingte Gesundheitsprobleme reduziert werden, die Effizienz steigt und vor allem ist Ergonomie auch ein wichtiges Mittel im Kampf gegen den Personalmangel“, ergänzt Björn Geromiller.

Stellschraube Prozess

Doch muss es immer gleich eine neue Spülmaschine sein oder gibt es auch andere Stellschrauben für ergonomischeres Arbeiten? Diese Frage steht im Zentrum der

„Unsere Kunden erwarten einfache Lösungen, die vom eigenen Personal bedient und gewartet werden können und einfach zu reinigen sind.“

Thomas Loos

Dienstleistung Meiko eRgonOmics, die mit der Schreibweise auf den miteinhergehenden Return on Invest, den ROI, hinweist. Da auch die Organisation des Spülprozesses eine große Rolle spielt, wird dieser von Meiko durch Prozess- und REFA-Spezialisten vor Ort analysiert. Wie wird eine Maschine beladen? Wie sieht die durchschnittliche Zusammensetzung der Arbeitsteams in der Spülküche aus? Wo sind die größten Belastungen? Volle Spülkörbe, schwere Hauben, Arbeiten über Eck – es gibt viele Bewegungsabläufe, die durch ihr Gewicht oder ihre ständige Wiederholung im Laufe der Zeit belastend sind. Generell gilt es,

Wege und Wartezeiten möglichst kurz zu gestalten. Zusätzlich ist ein Augenmerk darauf zu legen, besonders belastende Bewegungen zu reduzieren.

„Bereits durch die Analyse und die anschließende Optimierung einer bestehenden Küchenorganisation verbessert unser Expertenteam nicht nur die Ergonomie in Profiküchen, sondern steigert auch die Effizienz um durchschnittlich 15 bis 20 Prozent“, resümiert Björn Geromiller.

Stellschraube Technik

Kennt man die Probleme der Kunden, kann man auch als Technikerhersteller gezielter in

Bild: B&L MedienGesellschaft/Midjourney

HOBART

HÖCHSTLEISTUNGEN
IN IHRER KÜCHE

YES, WE COOK!



coming soon

die Produktentwicklung gehen. So können Prozesse und Technik besser ineinandergreifen. Das Ergebnis sind clevere Features, wie die klappbare Tür der Topf- und Utensilienspülmaschine M-iClean PF-S von Hersteller Meiko „Diese macht das Bücken über die Tür beim Reinigen überflüssig“, veranschaulicht Björn Geromiller. Details wie die integrierte Schlauchrolle der Bandtransport-Spülmaschine M-iQ von Meiko sorgen zudem für Arbeitssicherheit, wenn ein Schlauch nicht als Stolperfalle durch den Raum gezogen wird.

Um die körperlichen Belastungen auf ein notwendiges Minimum zu reduzieren, kann generell laut Elke Vollmer eine Voll- und Teilautomatisierung von Spültechnik einen wichtigen Beitrag leisten: „Betriebe müssen ihre Pforten schließen, da sie zu wenig Personal haben. Deshalb ist es umso wich-



AUTOMATISIERUNGSMODUL: SMART LOAD VON HOBART



Ausgewählte Features für eine bessere Spül-Ergonomie

- **Automatisierungsmodul für Bandspülmaschinen:** Ein der Spültechnik vorgeschaltetes Modul taktet z. B. Teller und Schalen automatisch in die Bandspülmaschine ein. Die Besonderheit: Das Feature verringert die körperliche Belastung des Personals, da die Handbewegung auf einer Ebene erfolgt und kein Beugen, Bücken oder Drehen des Oberkörpers notwendig ist.
- **Krokodilklappe:** Die meisten Speisereste sammeln sich im Zulauf-Bereich der Maschine an. Eine hochklappbare Zulauf-Abdeckung von Hobart sorgt für schnelle Zugänglichkeit und eine unkomplizierte Reinigung.
- **Besteckabhebemagnet:** Mit Hilfe eines Besteckabhebemagneten werden Bestecke automatisch der Besteckspur der Spülmaschine zugeführt und auslaufseitig in einen darunter bereitgestellten Besteckkorb ausgeworfen.
- **Automatische Tablettabstapelung:** Bei teil- und vollautomatisierten Anlagen, beispielsweise von Hobart, werden die am Auslauf ankommenden Tablett durch die automatische Tablettabstapelung übernommen und direkt in den entsprechenden Spenderwagen gestapelt. Wird der volle Wagen gewechselt, überbrückt eine Zwischenabstapelung.

tiger, die Arbeit in der Spülküche so leicht wie möglich zu gestalten, um diese Arbeitsplätze wieder attraktiver zu machen“, erklärt die International Marketing & Communication Managerin bei Hobart. In der zunehmenden „Intelligenz“ und der damit verbundenen Automatisierung von Spülmaschinen sieht sie eine Entwicklung, die in der Zukunft noch weiter voranschreiten wird. Was seit Längerem möglich ist: Mithilfe der patentierten TwinLine-Spülorganisation von Hobart lassen sich Tablett auf einem separaten Transportband spülen und im Anschluss direkt in einen beigestellten Tablettwagen aufstapeln. „Dies bedeutet eine große körperliche Entlastung“, betont Elke Vollmer.

Sowohl im Portfolio von Hobart (Smart Load) als auch von Meiko (M-iFlow) gibt es ein der Spültechnik vorgeschaltetes Modul, welches dafür sorgt, dass verschiedenes Spülgut, wie Teller und Schalen, automatisch in die Bandspülmaschine eingetaktet wird. Danach wird das Geschirr automatisch gedreht, bei Meiko M-iFlow zusätzlich kurz mechanisch vorgereinigt und von Speiseresten befreit, und dann in die Spülspur eingetaktet.

„Der Personalbedarf am Maschineneinlauf wird mindestens halbiert. Eine einzige Person steuert den gesamten Einlauf, egal ob in Schwachlast- oder Spitzenzeiten“, erläutert Björn Geromiller zu M-iFlow von Meiko, das sich auch nachrüsten lässt.

Stellschraube Robotik?

Gipfelt die Automatisierung nicht vielleicht auch in Robotik? Ein Thema, an dem viele Spülmaschinenhersteller schon seit einigen Jahren dran sind. Ob Robotik oder Automatisierung, laut Elke Vollmer geht es ums Endergebnis: „Es geht darum, die Bedienung zu vereinfachen bzw. das Ergebnis unabhängig vom Faktor Mensch sicher zu

stellen, oder Ressourcen effizienter einzusetzen.“ Entsprechend stehe Hobart der KI sehr aufgeschlossen gegenüber und wolle mit dem richtigen Maß und Sachverstand die Vorteile erschließen. „Sicherlich ist die KI in der Lage, den einen oder anderen Mangel an Wissen, Ausbildung oder Personal auszugleichen. Wir sehen die Technologie aber als unterstützendes Element, nicht als ein ersetzendes“, resümiert sie.

Laut Thomas Loos, Head of Global PBU Clean Professional warewashing solutions der Meiko-Gruppe, erfülle Robotertechnik einfach noch nicht den Stand der Dinge. „Derzeit erwarten unsere Kunden einfache Lösungen, die vom eigenen Personal bedient und gewartet werden können und einfach zu reinigen sind. All das erfüllt unsere neue Technik, Robotertechnik dagegen nicht“, resümiert er. Davon abgesehen, sprechen auch die Kosten (noch) eine eindeutige Sprache. **Claudia Kirchner**



Blick über den Tellerrand: Wo bleibt der Mitarbeiter?

„Der Faktor Mensch sollte in Großküchen an erster Stelle stehen!“, betont Daniela Aug. Doch die Leiterin der Küche im Franziskus Hospital Bielefeld hat in der Praxis andere Erfahrungen gemacht. „Ich stelle immer wieder fest, dass die Hersteller die betrieblichen Abläufe nicht berücksichtigen und die Ergonomie zu kurz kommt, sei es bei der Bandportionierung oder im Spülbereich.“ Dabei treibt dieses Thema nicht nur Daniela Aug um: „Als Präsidentin des Verbandes der Küchenleitung spreche ich hier für viele, viele Kollegen.“

5 Spülprobleme sauber gelöst



Ob Teeränder, Stärkereste oder Wasserflecken – die gängigsten Herausforderungen beim gewerblichen Geschirrspülen kennt jeder. Doch wie lassen sich diese lösen? Wir haben nachgefragt.

1. WAS TUN BEI KAFFEE- UND TEE-RÜCKSTÄNDEN IN TASSEN?

Präventiv empfiehlt Winterhalter den Einsatz eines Reinigers mit bleichendem Inhaltsstoff, wie etwa den Reiniger F 300.

Sind Tassen bereits verfärbt, sollte eine Grundreinigung durchgeführt werden. „Dazu mit unserem Grundreiniger A 12 und dem menügeführten Grundreinigungsprogramm arbeiten. Hier wird der Anwender Schritt für Schritt angeleitet“, erläutert Jörg Forde-
rer von Winterhalter.

2. WARUM BILDEN SICH WASSER-FLECKEN AUF BESTECK?

Flecken auf dem Besteck entstehen durch Salze und Mineralien im Wasser. Daher ist beim Spülen von Besteck grundsätzlich eine Wasseraufbereitung empfehlenswert. Osmosegeräte entziehen dem Wasser bis zu 98 Prozent aller Salze und Mineralien, damit bleiben keine Flecken auf dem Besteck zurück. Die Geräte gibt es als externe Varianten oder in die Spülmaschine integriert.

Hobart bietet für seine Spülmaschinen beispielsweise nachrüstbare Umkehrosmoseanlagen, Voll- und Teilentsalzungs Patronen. Darüber hinaus gibt es von dem Hersteller seit Kurzem das optionale Feature **Besteck Premium**

für Untertischspülmaschinen. Dank eines speziellen Korbes, der sporadisch gerüttelt wird, vermeidet es, dass Besteckteile wie im Flachkorb übereinanderliegen, und sorgt für eine fleckenfreie Trocknung.

3. WAS TUN GEGEN SCHLIEREN AUF GLÄSERN?

Schlieren auf einem Glas können mehrere Gründe haben:

- 1. Reiniger- oder Klarspülerrückstände:** Hier sollte die Nachspülung und die Dosierung der Spülchemie vom Kundendienst geprüft werden.
- 2. Glaskorrosion** (erkennbar dadurch, dass sich die Schlieren nicht wegpolieren lassen): Das Glas ist kaputt und sollte ersetzt werden.
- 3. Flecken durch Salze und Mineralien:** Hier schafft eine Wasseraufbereitung Abhilfe.

4. WIE LASSEN SICH STÄRKERESTE VERMEIDEN?

Stärkereste auf Porzellan entstehen hauptsächlich durch hohe Temperaturen beim Vorspülen. Eiweiß und Stärke verkleben mit dem Spülgut, sodass der eigentliche Spülgang die Verschmutzung nicht mehr lösen kann. Je häufiger derartiges Spülgut die Maschine passiert, desto fester „backen“ die ange-

trockneten Speisereste auf der Oberfläche an. Auch hier ist eine Grundreinigung zu empfehlen, beispielsweise mit dem Reiniger A20 von Winterhalter.

Präventiv gilt: Porzellan mit Temperaturen unter 40°C kalt vorspülen. Darüber hinaus sind auch Intensivprogramme mit einer um 50 Prozent verlängerten Spülzeit hilfreich sowie die Nutzung passender Intensivreiniger.

5. LASSEN SICH WASSERRÜCKSTÄNDE AUF KUNSTSTOFF VERMEIDEN?

Die Trocknung ist eines der Hauptprobleme beim Spülen von Kunststoff. Das liegt an den speziellen Eigenschaften des Materials, es kann im Gegensatz zu Porzellan und Glas viel weniger Wärme speichern. Für perfekte Ergebnisse sollten daher beim Kunststoffspülen Maschine, Trocknung, Körbe und Chemie aufeinander abgestimmt werden.

■ **Maschine:** Wasserdruck verringern (wegen des geringen Eigengewichts), Temperatur erhöhen, um die Trocknung zu fördern.

■ **Körbe:** Für Becher, Bowls und Deckel gibt es von einigen Herstellern speziell entwickelte Körbe, die das Umkippen verhindern.

■ **Chemie:** Spezielle Klarspüler fördern die Trocknung der Kunststoffteile.



RÄUCHERLACHS AUS ALGEN

BettaFish erweitert sein Produktportfolio um eine der beliebtesten Fischarten weltweit: BettaFish Sal-Nom. Die pflanzliche Alternative zum heiß geräucherten Lachs wird auf Basis von europäischen Bio-Meeresalgen, Ackerbohnen- und Erbsenproteinen hergestellt. Auf die Verwendung von Soja und Weizen verzichtet das Start-up. Wie das tierische Original verspricht Sal-Nom einen authentischen Geschmack nach Meer im klassischen Lox Bagel oder in einer cremigen Pasta. Erhältlich ist das Produkt in Gläsern à 120 g. www.bettafish.com



EXPRESS ESPRESSO MARTINI

Der Espresso Martini ist eine Ikone unter den Drinks und mittlerweile ein absolutes Must-have auf jeder Cocktailkarte. Dallmayr bringt den Klassiker jetzt als praktischen Pre-Mix im 3-l-Stand-up-Pouch auf den Markt. Ob im Barshaker oder mit dem innovativen Nitro-Gerät – der Cocktail lässt sich in kürzester Zeit zubereiten. Er schmeckt und riecht typisch nach Kaffee, allerdings mit spannendem Twist und einem Alkoholgehalt von 15,3 Vol.-%. Das Getränk selbst enthält keinen Martini, sondern Vodka, Dallmayr Espresso Likör, Dallmayr Cold Brew Espresso und Rohrzuckersirup. www.dallmayr.com/de



KUCHEN MIT ENERGIEKICK

Vandemoortele hat drei neue Kuchen to go unter der Marke Pâtisserie du Chef im Sortiment. Die Kuchen in den Sorten Nutty Cake, Grainy Cake und Choco Cherry Cake liefern neben dem Genussmoment auch einen Energiekick, da sie reich an Nüssen, Saaten und Beeren sind. Gleichzeitig sind sie frei von künstlichen Aromen, Konservierungs- und Farbstoffen. Durch den formstabilen Boden und die handliche Größe eignen sich die vorgeschneittenen Kuchen optimal für den Außer-Haus-Verzehr. Nach vierstündigem Auftauen sind sie 72 Stunden haltbar. www.vandemoortele.de



ZUM SPÜLEN

Welbilt, Mitglied der Ali Group, hat sein Sortiment mit der Marke WMAXX erweitert und dringt damit in das Segment Spültechnik vor. Zur Verfügung stehen dabei das Untertischmodell Optimaxx 500, die Durchlaufspülmaschine Maxx Hood und die Gerätespülmaschine Utensils Maxx. Sie alle verfügen über intelligente Features, darunter das Water Control System, welches den Wasserverbrauch reduziert, sowie ein doppelwandiges Gehäuse aus AISI 304, welches Wärmeverluste minimiert und für einen leisen Betrieb sorgt. www.welbilt.com



STIMMUNGSVOLL & INFORMATIV

Als Gastro-Komplettausstatter ist Cent immer bestrebt, innovativ zu sein und der Kundschaft ein aktuelles und preiswertes Sortiment zu präsentieren. Im Zuge des 25. Jubiläums ist das Unternehmen bereits im Laufe des Jahres – und nicht wie üblich erst zu Jahresbeginn – in der Lage, interessante Neuheiten zu bieten. Dazu gehören u. a. die neuen LED-Lampen, die sowohl indoor wie outdoor eine wirkliche Bereicherung darstellen – optisch wie auch funktionell ein leuchtendes Beispiel für sinnvolle Deko. Die Variante „Michelle“ in Schwarz und mit integriertem Akku kommt etwa mit drei aufsteckbaren Kreidetafeln daher, sodass Gäste nicht nur in stimmungsvollem Licht sitzen, sondern gleichzeitig über Angebote informiert werden können. Das Modell „Barcelona“, ebenfalls in Schwarz und mit Akku, ist stufenlos dimmbar. Die Standard-Lichtfarbe ist weiß, bei Betätigung des oberen Knopfes wird das Licht grün, um den Service anzufordern. Mit zunehmender Wartezeit wird das Grün intensiver. www.cent-online.de



FÜRS BBQ

Develey Food Service bietet seine Barbecue-Sauce in einer großen Gebindevielfalt an: Mit dem Develey-Dispenser können die Gäste ihre Gerichte selbst verfeinern und mit dem 20-ml-Portionsbeutel auch to go genießen. Der 5-kg-Eimer ist für Profianwender, wenn es ums Grillen geht, da die Sauce optimal für die Heißenwendung geeignet ist. Die 875-ml-Flasche verwenden Food Professionals aufgrund ihrer guten Dosierbarkeit auch gerne für vegetarische oder vegane Burger und Wraps oder zum Anrichten von Speisen. www.develey-foodservice.de



HALAL-ZERTIFIZIERT

Der Produktionsstandort für zahlreiche Fastfood-Backwaren der Marke Schulstad Bakery Solutions von Lantmännen Unibake Germany wurde im 1. Halbjahr 2024 als „halal“ zertifiziert. „Wir freuen uns über die Zertifizierung aller Artikel von Schulstad Bakery Solutions, die wir dort produzieren“, sagt Marketingleiterin Annette Trostheide. Dazu zählen der Hamburger Sesam Bun und der Rustikal Bun, die bereits in ethnischen Gastronomie-Betrieben eingesetzt werden. Auch die neuen Better Buns sind halal-zertifiziert. www.lantmannenunibake.de



ÄSTHETIK DER GASTFREUNDSCHAFT

Mit „Mando“ präsentiert Vega einen eleganten und funktionalen Outdoorstuhl, der die Ästhetik von Gastfreundschaft neu definiert. Hergestellt aus massivem, FSC®-zertifiziertem Eukalyptusholz, kombiniert er Nachhaltigkeit mit Stil. Die spezielle Lackierung schützt das Holz und verleiht ihm Wetterfestigkeit, während das Rope-Geflecht dem Stuhl eine leichte und luftige Anmutung verleiht. Der Stuhl ist zudem stapelbar. www.lusini.com/de-de/



VEGETARISCHER ZWIEBELKUCHEN

Dinghartinger bringt die TK-Produktneuheit „Vegetarischer Zwiebelkuchen“ auf den Markt, die sich vor allem durch einen hohen Zwiebelanteil (49 Prozent), hochwertige Zutaten (Zwiebel, original Gouda-Käse, Vollei sowie Sauerrahm), meist aus regionalem Bezug, und einem hohen Convenience-Grad auszeichnet. Das Produkt wird in der Packungsgröße 3 x 2.000 g angeboten. www.dinghartinger.de



VEGANE BUTTERALTERNATIVE

Optima Brat Gold vegan von Walter Rau Lebensmittel eignet sich als spritzfreie Alternative zu geklärter Butter, Butter und Butterschmalz. Durch die hohe Erhitzbarkeit von bis zu 220°C ist das vegane Öl zum Braten, Sautieren, Rösten, Abschmelzen und Dünsten herzhafter wie auch süßer Speisen verwendbar. Es zeichnet sich durch einen langanhaltenden Buttergeschmack aus und ist durch die halbflüssige Konsistenz gut dosierbar. Das ungekühlt lagerbare Produkt gibt es in der 2-l-PET-Flasche oder der 10-l-Bag-in-Box. www.walter-rau.de



AUS DER KASTENFORM

Eier, Milch, Mehl und viel Butter – das sind seit Jahrhunderten die Zutaten für Brioche. Es passt zum Frühstück oder zum Kaffee, je nach Geschmack bestrichen mit Butter, Konfitüre, Marmelade oder Nuss-Nougat-Creme. Da Brioche wenig Zucker enthält, ist es auch ein guter Begleiter zu Herzhaftem. Passend dazu präsentiert Aryzta das Produkt Butter-Brioche (400 g). Es ist in der traditionellen Kastenform gebacken und lässt sich dadurch leicht portionieren. Die Spezialität aus Hefeteig ist fertig gebacken und tiefgekühlt. www.aryzta.de

Gastro-Geräte

www.superverkauft.de

Logogeschirr

**Firmengeschirr
mit Logo**



Wir liefern Ihr Hotel- oder Gastrogeschirr!
www.firmengeschirr-mit-logo.de



**FÜR
GEMEINNÜTZIGE
ORGANISATIONEN**
NGO EMPOWERMENT
+ NACHHALTIGE PRODUKTE
www.socialproduct.de

**fleisch
net.de**

**SOS-KINDERDORF
STIFTUNG**



**WERDEN SIE
ZUKUNFTSSTIFTER!**

Nachhaltig und langfristig helfen
www.sos-kinderdorf-stiftung.de

Tischwäsche

Mank
www.mank.de



DESIGNED PAPER PRODUCTS

Verbände



Bundesverband
Schnellgastronomie
und
Imbissbetriebe e. V.,
Köln

Ihr Fachverband!
Tel: 02 21/ 46 10 20
Fax: 02 21/ 46 58 82

**Eilige Anzeigen
unter**

Tel. (089) 370 60-200
Fax (089) 370 60-111



Hilf mit deiner Spende:
www.wwf.de/plastikflut

WWF-Spendenkonto:
IBAN DE06 5502 0500 0222 2222 22

STOPP DIE
PLASTIK
FLUT

Das Profi-Portal

praxisnah
marktorientiert
informativ

24gastlichkeit.de

blgastro

Impressum
18. Jahrgang 2024

24
STUNDEN
GASTLICHKEIT



Offizielles Organ des Bundesverbandes
Schnellgastronomie
und Imbissbetriebe e.V. (BVI), Köln



Redaktioneller Partner von
Deutsches Netzwerk Schulpflege e.V. (DNSV), Berlin



Redaktioneller Partner des Verbandes der
Fachplaner Gastronomie – Hotellerie –
Gemeinschaftsverpflegung e.V., Berlin



Redaktioneller Partner des Institute of Culinary Art

Verlag: B&L MedienGesellschaft mbH & Co. KG

Verlagsniederlassung München

Postadresse: Postf. 21 03 46, 80673 München

Hausadresse: Garmischer Straße 7, 80339 München

Tel. (089) 370 60-0 Fax: (089) 370 60-111

Internet: www.blmedien.de, www.24gastlichkeit.de, E-Mail: muc@blmedien.de

Verlagsleitung München:

Bernd Moeser

(089) 370 60-200

Basak Aktas (Stellvertretung)

-270

Chef vom Dienst (verantwortlich i.S.d.P.):

Michael Teodorescu

-175

Chefredakteurin:

Jeanette Lesch

-140

Autoren:

Sarah Hercht, Sebastian Heuser, Claudia Kirchner, Heike Sievers, Balázs Tarsoly, Verena Wagner

Mediaberatung:

Sebastian Lindner (Leitung)

-215

Gerhild Burchardt

-205

Fritz Fischbacher

-230

Concetta Herion

-240

Rocco Mischok

-220

Bernd Moeser

-200

Kilian Roth

-246

Gültige Anzeigenpreisliste: Nr. 17 vom 1.1.2024

Anzeigenabwicklung:

Felix Hesse

-261

Layout:

Michael Kohler

-258

Liane Rosch

-254

Rita Wildenauer

-254

Abonnentenbetreuung:

Basak Aktas (verantwortlich) (b.aktas@blmedien.de)

-270

Roland Ertl (r.ertl@blmedien.de)

-271

Bezugspreis:

Erscheint zweimonatlich (6 Ausgaben/Jahr). Abonnementpreis: Deutschland jährlich

45 €, Ausland jährlich 52 €. Einzelpreis: Deutschland 9,00 €, Ausland 10,50 €.

Jahrespreis im Koppelabonnement mit „Schulverpflegung“ 48 € und mit „Kaffee & Co.“ 48 € (alle Preise

inkl. Versandkosten und MwSt.). Der Abopreis für Verbandsangehörige des BVI, des VdF sowie des DNSV

ist im Mitgliedsbeitrag enthalten. Kündigungsfrist: Schriftlich 4 Wochen vor Ablauf des Bezugsjahres.

Druck: RADIN PRINT doo, Zagreb, Gospodarska 9, 10431 Sveta Nedelja, Kroatien

Bankverbindung:

Commerzbank AG, Hilden

IBAN: DE 58 3004 0000 0652 2007 00

BIC: COBADEFFXXX

Gläubiger-ID: DE 13ZZZ00000326043

Für unaufgefordert eingesandte Manuskripte übernimmt der Verlag keine Gewähr. Namentlich gekennzeichnete Beiträge geben nicht immer die Meinung der Redaktion wieder. Nachdruck und Übersetzung veröffentlichter Beiträge dürfen, auch auszugsweise, nur mit vorheriger Genehmigung des Verlages erfolgen. Im Falle von Herstellungs- und Vertriebsstörungen durch höhere Gewalt besteht kein Ersatzanspruch. Für den Inhalt der Werbeanzeigen ist das jeweilige Unternehmen verantwortlich.

Geschäftsführer der B&L MedienGesellschaft mbH & Co. KG, 40724 Hilden:

Harry Lietzenmayer, Stephan Toth, Björn Hansen

Gerichtsstand: Hilden

ISSN: 1864-3728

Der Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung

von Werbeträgern angeschlossen.



volumen

Ausgabe 3/2024 der **TRINK***fine*



RUM

Reise nach Martinique

REZEPT

Bucking Bull

Filigran und facettenreich

Als Teil der Master-Edition der Birkenhof-Brennerei stellt der Luk Handcrafted Vintage-Korn eine gelungene Symbiose aus Whisky- und klassischer Kornbrennerei dar. Für ihn reift ein milder Kornbrand schonend in Cognacfässern. Sein Gegenstück, der über die Whisky-Brennblase destillierte Weizenbrand, lagert in Pinot-Noir- und Ex-Bourbonfässern. Das Ergebnis: ein vielschichtiger, geschmeidiger Vintage-Korn, dessen Farbe an in der Sonne gereifte Weizenfelder erinnert. Sein Aroma erinnert an getrocknete Früchte, dezentes Getreide, Tabak und Vanille. Nun wurde er zum zweiten Mal im Rahmen der Meiningen International Spirits Awards als „Korn des Jahres“ ausgezeichnet. www.birkenhof-brennerei.de



Rezept

Bucking Bull (by Max Maier)

Zutaten: 45 ml Clase Azul Blanco Coffee Infused*, 20 ml Kaffir Lime – Passionfruit – Cordial*, 10 ml Lime, Red Bull White Edition, Garnitur: Limettenblatt

Zubereitung: Alle Zutaten shaken, in ein Highball-Glas geben und mit der Red Bull White Edition (Kokos) auffüllen.

*Clase Azul Blanco Coffee

Zutaten: 700 ml Clase Azul Blanco, 25 g Kaffeebohnen

Zubereitung: Die Kaffeebohnen leicht anbrechen und in einen Plastikbeutel mit Tequila geben. Vakuumieren und bei 55°C für 45 Minuten ziehen lassen. Dann filtern.

*Kaffir Lime – Passionfruit – Sirup

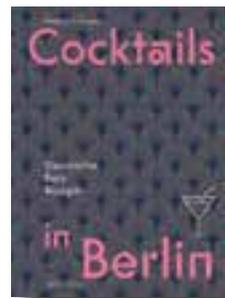
Zutaten: 500 g Passionsfrucht-Püree, 350 g Zucker, 5 g Kaffir-Limettenblatt

Zubereitung: Alles vakuumieren und dann bei 60°C für 90 Minuten ziehen lassen. Danach filtern und abfüllen.

Michael C. Bienert Cocktails in Berlin

Geschichte – Bars – Rezepte

Die Cocktailkultur in Berlin kann auf eine lange und spannende Geschichte zurückblicken. Der Autor erzählt, wie der Cocktail im 19. Jahrhundert die Stadt eroberte, und schildert die große Blütezeit der Bars in den 1920er- und 1930er-Jahren. Dabei führt er den Leser an legendäre Orte wie die Bar des Eden-Hotels oder das Kakadu und stellt historische Cocktails vor, die dort einst auf



der Karte standen. 50 Rezepte, zahlreiche Abbildungen und knapp 20 Porträts von aktuellen klassischen Bars machen das Buch zu einem unterhaltsamen und informativen Wegbegleiter für alle, die sich für gut gemixte Drinks begeistern. Erscheint am 15. Oktober 2024; **BeBra Verlag, Berlin, 224 Seiten, 28 €.**

Übrigens:
News rund um
Spirituosen gibt
es auch auf
Instagram!



Sommelier-Fortbildung bekommt Update

Ab Oktober 2024 wird eine neue IHK-Rechtsverordnung in Kraft treten, die das Berufsbild des Sommeliers auf eine modernisierte und praxisorientierte Grundlage stellt. Die renommierte Fortbildung zum IHK-geprüften Sommelier, die für ihre hohe Qualität in der Gastronomie bekannt ist, wird als „Geprüfter Berufsspezialist Sommelier“ auf das Niveau 5 des Deutschen Qualifikationsrahmens (DQR) angepasst. Der neue Rahmenplan der Fortbildung konzentriert sich auf eine gezielte Management-Entwicklung kombiniert mit tiefgreifenden Weinkenntnissen. Zu den neuen Themen- und Prüfungsgebieten gehören: „Gäste beraten, betreuen und bewirten“ sowie „Management des Restaurants“. Zudem werden die handlungsspezifischen Qualifikationen in den Bereichen Marketing und Getränkekunde wesentlich ausgeweitet. www.iwi-sommelier.de





Edles Design, exklusive Vielfalt.

Mit der Gourmet-Linie im edlen Facetten-Design bietet Staatl. Fachingen Mineralwasser-Genuss auf höchstem Niveau. Eine exklusive Vielfalt in den attraktiven Sorten MEDIUM, STILL und NATURELL – und diese in den Gastronomie-Gebinden 0,25l, 0,5l und 0,75l. Da bleiben beim Geschmack und den Einsatzmöglichkeiten keine Wünsche offen. Abgerundet wird das Angebot durch eine hochwertige Gastronomie-Ausstattung, die der Qualität der Gourmet-Linie in nichts nachsteht. Darüber hinaus wird die Marke kontinuierlich kommunikativ und durch individuelle Maßnahmen für die Hotellerie und Gastronomie unterstützt.

**STAATL.
FACHINGEN**

Das Wasser. Seit 1742.



Eine Reise an den

Die Klimaanlage des weißen Pick-ups läuft auf Hochtouren. Jean-José Martial fährt durch den dichten Dschungel im Norden Martiniques und umfährt dabei die größten Schlaglöcher. Er bremst vor einem großen Feld. Auf diesem werden gerade neue Zuckerrohrsetzlinge gepflanzt. Im Hintergrund verhüllen Wolken den Gipfel des Mont Pelé. Der Vulkan ist die höchste Erhebung der Insel und macht den Boden im Norden besonders fruchtbar.

Jean-José Martial nimmt etwas Erde in die Hand und zerreibt sie zwischen den Fingern. „Trocken“, sagt er fachmännisch mit ernster Miene und lacht, „dabei hat es heute Morgen in Strömen geregnet.“ Aber das Wasser versickert, die oberste Schicht trocknet schnell in der Sonne. Erst darunter liegt das mineral- und nährstoffreiche Gestein, das das Wasser speichert und dem Zuckerrohr seinen Geschmack verleiht. Angebaut wird blaues Zuckerrohr, es gibt aber auch schwarzes, rosafarbenes und vieles mehr.



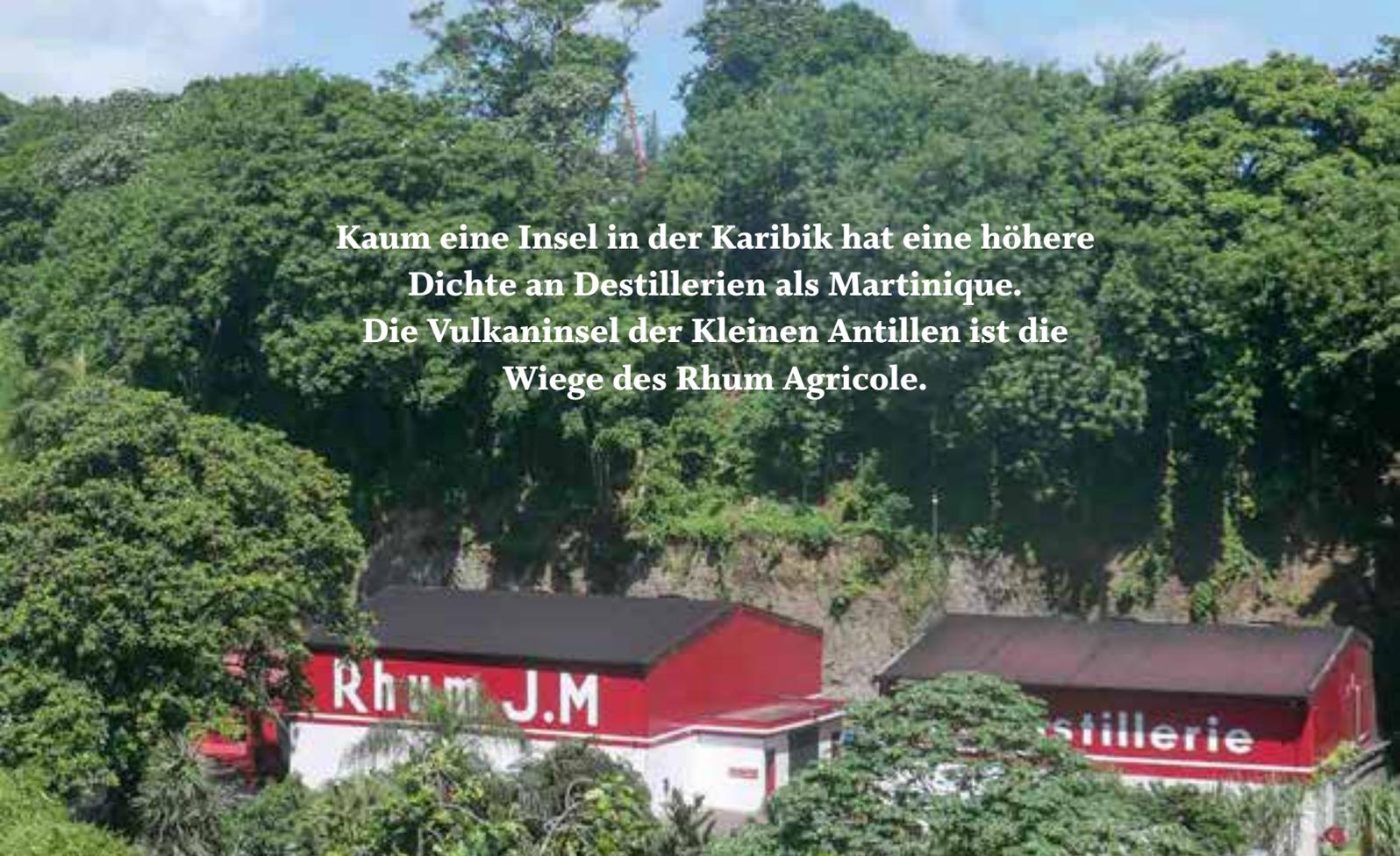
Jean-José Martial, Rhum J.M., ist verantwortlich für den Zuckerrohranbau.

Dass die verschiedenen Sorten mehr als nur schickes Beiwerk für das Flaschenetikett sind, weiß Peter Schütte. Der ehemalige Leiter der Dortmunder Barschule führt bundesweit Veranstaltungen zum Thema Rum durch. „Ich habe bei den Schulungen immer verschiedene Zuckerarten dabei. Dann können die Teilnehmenden den Unterschied direkt schmecken.“

Es ist wie beim Wein und Weinbrand, da haben Trauben Einfluss auf das Endprodukt, bei Melasse und Rum ist das nicht anders. Das Terroir, die Sonne und der Brennvorgang spielen ebenfalls eine Rolle für das Ergebnis, das aus dem kleinen Hahn der Destille in die Holzfässer oder Edelstahl tanks fließt.

Kaum eine Insel in der Karibik hat eine höhere Dichte an Destillieren als Martinique. Die Vulkaninsel der Kleinen Antillen ist die Wiege des Rhum Agricole. Rum wird hier nicht wie üblich aus Melasse, sondern direkt aus dem Saft des Zuckerrohrs gebrannt. Grund dafür war das Zuckerembargo, mit dem Napoleon die Engländer bestrafen wollte. Leider, oder zum Glück, ging der Schuss nach hinten los. Letzt-

Kaum eine Insel in der Karibik hat eine höhere Dichte an Destillerien als Martinique. Die Vulkaninsel der Kleinen Antillen ist die Wiege des Rhum Agricole.



Zuckerrohrgürtel

endlich führte das Gesetz zum Zusammenbruch der Zuckerindustrie auf Martinique. Das Zuckerrohr war da und gedieh in diesem Klima hervorragend. Wer die Geschichte Frankreichs kennt, weiß, was passiert ist.

Sie haben den Rhum geografisch geschützt, ihren eigenen Maßstab gesetzt und etabliert. Seitdem ist Rhum Agricole geschützt und AOC-zertifiziert.

Alles, was zur Kostendeckung beiträgt, ist willkommen

Adam Smith, der Begründer der Nationalökonomie, war vom Rum begeistert. Das lag nicht an der Spirituose und ihrer Wirkung. Ihn faszinierte die wirtschaftliche Doppelnutzung des Zuckerrohrs. Mit dem Verkauf des Rums deckten viele Plantagenbesitzer die Betriebskosten ihrer Plantagen, sodass der gesamte Zuckerertrag ein Reingewinn war.

Wer von der Destille Rhum J.M an der Atlantikküste auf der kurvenreichen Straße durch den Dschungel in Richtung Süden fährt, wird von den klimatischen Unterschieden auf der

kleinen Insel überrascht. Die Niederschlagsmenge im Norden ist zehnmal höher als im touristischen Süden. Das beeinflusst die Qualität des Zuckers.

Der authentische Geschmack des Rhum Agricole kommt am besten in den ungelagerten weißen Rums zur Geltung. Dann hat er den typisch grasigen und frischen Geschmack.

Rum gibt es schon lange, aber in den vergangenen 15 Jahren ist seine Beliebtheit noch gestiegen und damit auch das Konsumverhalten. Heutzutage wird nicht mehr alles bezahlt, die Leute wollen wissen, was sie trinken und woher es kommt. Durch die Pandemie hatten die Menschen mehr Zeit, sich mit Spirituosen und dem, was sie kaufen, zu beschäftigen. Die



Die Aussaat der Zuckerrohrpflanzen erfolgt manuell mit maschineller Unterstützung.

Rum

Bars waren geschlossen, und das führte dazu, das Bargänger sich eine Hausbar einrichteten, wenn sie noch keine hatten. Wer zu Hause einen Cocktail für seine Gäste mixt, will natürlich wissen, was er da anbietet und recherchiert genauer, ob die Flasche Rum für 90 Euro die Investition wert ist.

Davon profitieren natürlich die kleinen Hersteller, die ihre Rohware in den Anbaugebieten einkaufen und vor Ort in ihre Fässer füllen. Man darf in diesem Zusammenhang nicht vergessen, dass auch die großen Hersteller einen Markt bedienen. Man kann es verurteilen, wenn Hersteller nachsüßen und färben, es gibt schließlich einen Markt dafür. Viele Verbraucher wollen sicher sein, dass sie immer den gleichen Rum bekommen und dass er immer gleich schmeckt.

Ob französisch, spanisch oder doch lieber britisch, der Geschmack muss stimmen. Ob das Solera-Verfahren sinnvoll ist oder nicht, muss jeder für sich entscheiden. Wer wenig Platz hat und eine gleichbleibende Qualität garantieren will, kann darauf zurückgreifen.

Sebastian Heuser



auf den Seychellen sind es nicht nur wirtschaftliche Gründe. Da sie den Rum nicht lange lagern müssen, verdunstet weniger Rum in den Fässern; mehr Ertrag bei gleicher Ernte. Außerdem reduzieren sie ihren CO₂-Fußabdruck, weil sie keine Fässer auf die kleine Insel importieren müssen. Das Verfahren benötigt weniger Holz.

Hampden Estate

Ohne Rum aus Jamaika geht es nicht. Während in manchen Destillieren die Gärung sieben Tage dauert, kann sie hier bis zu 15 Tage dauern – mehr als doppelt so lange wie bei herkömmlichen Produktionen. Verantwortlich dafür sind wilde Hefen, die dem Rum ein besonderes Aroma verleihen. Der besonders hohe Esteranteil ist typisch für Jamaika und macht die daraus hergestellten Rums besonders schwer und aromatisch komplex. Der ausdrucksstarke Rum ist mit seinen kräftigen Aromen bei Barkeepern als Whiskysersatz in Cocktails sehr beliebt.



Cocuyo

Max und Enno aus Leipzig wollten eigentlich nur Rum herumliegen lassen, um schlechte Witze über herumliegenden Rum zu machen. Das Ergebnis kann sich nicht nur sehen lassen, sondern hat auch Hand und Fuß. Der weiße Rum erinnert an den Rhum Agricole, direkt aus dem Zuckerrohr, enorm frisch mit dem typisch grasigen Aroma mit etwas Limette. Die Leipziger haben sich mit ihren Blends schon lange auf dem Markt behauptet und lassen sich auch von neuen Kreationen nicht entmutigen.



Eminente Reserva

Kuba wird von den Einheimischen „Isla del Cocodrilo“ genannt, weil der Umriss der Insel einem Krokodil ähnelt. César Marti ist der jüngste kubanische Maestro Ronero, Rum Master und hat mit dem Eminente Reserva einen kräftigen Rum gemischt. Es gibt immer wieder Stimmen, die behaupten, dass Rum in Kuba in alten, ausgelagerten Fässern ausgebaut wird. Man kann davon ausgehen, dass die großen Hersteller auf Kuba wissen, wie sie an gute Fässer kommen. Die Haptik der Flasche erinnert an Krokodilhaut.



Takamaka

Rum wird durch hydrodynamische Kavitation behandelt. Dabei werden kleinen Eichenholzstückchen unter hohem Druck die Holzaromen entzogen. Klingt dubios, ist aber legal und wird in der Weinindustrie schon lange praktiziert. Kritiker behaupten, der Rum werde künstlich aromatisiert. Jede Medaille hat zwei Seiten und für die kleine Destillerie



A1710

Eine kleine, junge Brennerei auf Martinique an der Atlantikküste: Die Destillerie brennt im Pot-Still-Verfahren auf einer Alambic aus der Gascogne. Sie ist nicht AOC-zertifiziert, sodass das frisch geschlagene Zuckerrohr länger fermentieren kann, was sich positiv auf die Aromenvielfalt auswirkt. Das Zuckerrohr wird von Hand geschnitten. Alte Fässer aus Frankreich und den USA werden vor Ort zerlegt, gemischt und wieder zusammengesetzt, sodass der Rum später nicht mehr gemischt oder in andere Fässer umgefüllt werden muss.



TRADITIONELL

FEINE SPIRITUOSEN

hohlfassgereift



Birkenhof Brennerei

Produkte



Reifer Bourbon

Jim Beam Black präsentiert sich in neuem, modernem Look und mit verfeinertem Geschmacksprofil: Die neu aufgelegte Premium-Variante ist für sieben Jahre gereift und besticht durch einen veredelten Geschmack. Mit feinen Noten von Karamell, Vanille und warmen Eichenaromen bietet das neue Liquid ein intensives und sanftes Geschmackserlebnis für Bourbon-Liebhaber. Die neue, modern matt-schwarze Umverpackung mit haptischen sowie goldenen Akzenten strahlt Qualität und Raffinesse aus. www.jimbeam.com



Monaco-Mixer

Die steigende Nachfrage nach Aperitifs, Spritz-Varianten und Drinks für den ganzen Tag war für Aqua Monaco Anlass, in drei neuen Produkten das Thema Aperitif mit einer ganz eigenen Stilistik zu interpretieren. Die neue Mixer-Linie ist in der Zusammenarbeit mit Bartendern entstanden. Der italienische Aperitif-Klassiker Chinotto zeigt als Mixer mit Mandarinengeschmack neue Möglichkeiten auf. Die Mischung aus Mandarine, Chinotto und ein wenig Chinin bildet eine Balance aus fruchtig-frischen und herb-trockenen Geschmacksnoten. Dieser Mixer eignet sich für Kombinationen mit einer Vielzahl von Spirituosen, darunter Aperol, Campari, Tequila, Rum, Wermut, Lillet oder Wodka. Basil Bergamot präsentiert sich als Mischung aus frischen Basilikum- und spritzigen Bergamotte-Zitrusnoten. Basilikum eignet sich als moderner Klassiker für leichte Drinks und Highballs – wie für Basil-Smash-Cocktails, einer Vielzahl von Optionen mit Prosecco, Champagner, Weißwein sowie die Verwendung mit Wodka, Rum und Cognac. Die Aqua Monaco Version des süß-sauren Grapefruit Mixers bietet Pink Grapefruit Geschmack, hohen Fruchtanteil und ausgewogene Säure, mit einer leichten Salznote – perfekt zum Mixen von Palomas mit Mezcal und Tequila, leichten Aperitifs und zahlreichen anderen Drinks. www.aquamonaco.com



Cocktail-Eiweiß

Giffard Egg White bietet zwei Zutaten in einem Sirup: Eiweiß und Rohrzucker. Eiweiß ist eine ideale Zutat für Cocktails: es bringt Konsistenz sowie cremige Struktur und mildert Bitterkeit oder Säure. Das Produkt bietet sich für das Mixen von Cocktails mit Eiweiß (z. B. Sours) an. Der gewünschte Geschmack, die Textur und der Schaum kann schnell, einfach und lebensmittelsicher erzielt werden. www.giffard.com

Rauch-Rebellion

Über 80 Jahre Erfahrung und handwerkliches Können vereint in einem Whisky, der schwache Geschmacksknospen herausfordert: Smokehead von den schottischen Ian MacLeod Distillers macht seinem Namen alle Ehre. Fans schwerer Raucharomen kommen mit dem temperamentvollen Islay Single Malt voll auf ihre Kosten. Und zwar ohne dabei viel ausgeben zu müssen. Smokehead Original wirbt mit einem UVP von 34,90 Euro jetzt erstmals in einer Version mit zugänglichen 40 Volumenprozent neue Fans. Sein Profil aus erdigem Torfrauch, intensiver Würze und Honigsüße überzeugt.

www.whic.de/smokehead



HUBL

1.4301 CRAFT

FOR BREWERS

GERMANY

Die eigene Craft-Beer-Brauerei

Weltneuheit für die Gastronomie

Brauen war nie einfacher! Bis zu 100 Liter eigenes Bier brauen.
Individuell oder nach bewährten Rezepten.

Brauen mit intuitiver Steuerungstechnik, leichter Menüführung,
geringem Wareneinsatz und wenig Platzbedarf.

Das übersichtliche Handbuch und die vollautomatische Reinigung
runden diese einzigartige Bierbrauanlage aus Edelstahl ab.





Koch des Jahres
DER WETTBEWERB

DER LIVE-WETTBEWERB DES JAHRES
THE GRAND FINALE
21. OKTOBER - KAMEHA GRAND BONN

AB 12:00 UHR

DIESE HIGHLIGHTS ERWARTEN SIE:

- DER SPANNENDSTE **LIVE-WETTBEWERB** DER BRANCHE
- **MARKTPLATZ DER INNOVATIONEN** MIT DEN NEUESTEN TRENDS DER BRANCHE UND EXKLUSIVEN SONDERAKTIONEN
- EINZIGARTIGE NETZWERKMÖGLICHKEITEN
- **LEGENDÄRE KÜCHENPARTY** MIT LIVE-BAND UND DJ
- KULINARISCHE HIGHLIGHTS
- INTERNATIONALE **STARKÖCHE** HAUTNAH

UNSERE SPONSOREN



PARTNER VON

24
STUNDEN
GASTLICHKEIT



TICKETS

