

CHEFTASTE

DIE STIMME FÜR GASTRONOMIE | HOTELLERIE | GEMEINSCHAFTSVERPFLEGEUNG.

NO 11 | 2025

intergast

*All Eis
on us*

*Unsere
Eisdealer*

Sascha Stemberg
Philipp Vogel
Denise Wachter
The Crazy Cheese

TOPF SECRET

Du wolltest schon immer den beliebtesten Suppenklassiker Thailands auf die Karte nehmen? Wir haben die Lösung für dich. Die **Homestyle Edition** Tom Kha Suppe ist deine Basis für jede Variante.



Homestyle
EDITION



TOM KHA GAI

mit Hähnchenbrustfilet

PIMP
IT

TOM KHA GUNG

mit Riesengarnelen



SCAN DICH
IN UNSERE
REZEPTWELT!

FOLGE UNS AUF:



#INTERGAST

Eis ist Qualität, die Herzen schmilzt.

Wir alle tragen Erinnerungen an ganz besondere Eismomente in unserem Leben mit uns. Ob als süße Belohnung, kleiner Trost, familiäres Ritual oder magischer Begleiter beim ersten Date. Kaum ein anderes Lebensmittel schafft es, Generationen, Emotionen und Erinnerungen so selbstverständlich zu verbinden. Es klingelt in unseren Ohren wenn wir hören: „Drei Bällche im Hörnche!“ Eis ist Kindheit auf der Zunge, Fernweh in der Waffel und Sehnsucht im Becher. Wer eine Kugel ausgibt, schenkt ein Stück Leichtigkeit.

Gerade in unserer Branche sind es kleine Glücksmomente, die den Unterschied machen. Eis ist dabei nicht nur Nostalgie, sondern längst **Bühne für Innovationen** und Können. Ob Mut zu ungewöhnlichen Kreationen, vegane Sorten, Eisbuffets oder neue To-go-Erfindungen. Du punktest nicht, indem du auf TikTok-Trends aufspringst und dabei nur an die Marge denkst. Eis kann überraschen, Eis braucht Hingabe, Wissen und den Mut, für Qualität einzustehen. Ob echte Früchte, handgerührte Sorbets oder frische Zutaten aus der Region. **Es ist der Geschmack, der aus Gästen Stammgäste macht, der bleibt und Erinnerungen schafft.**

Dass die Gäste heute geprägt sind von Social Media, Fine Dining und globalen Foodtrends, das wissen wir. Umso wichtiger ist jetzt die Frage: **wie begegnen wir dieser Situation?** Wie stellen wir uns auf den Gast ein? Welche Trends gehen wir mit? Passend dazu haben wir für euch **Matthias Gfrörer** und **Simon Bantle** im Interview.

Peter Jauch erklärt uns den Hype um Espresso Martini und Philipp Vogel nimmt uns mit auf ein charmantes Speed-Dating. Frische Impulse liefern uns on top **DEHOGA Rheinland-Pfalz Präsident Gereon Haumann** und **Dr. Marcel Klinge, Vorstandssprecher & Co-Founder der DZG.**

Aber keine Sorge, kulinarisch verwöhnen uns **Schmorde, Markus Suntinger** und **Sascha Stenberg** mit sommerlichen Rezepten, die eure Gäste regelrecht dahinschmelzen lassen.

Ihr **Ralf Lambert**,
Geschäftsführer
INTERGAST

06

EINLEITUNG
All Eis on us

08

GELATO KULT
Gelato Inferno

10

HOTTE EIS TRENDS
Iced Matcha Mieze

12

EIS AROUND THE WORLD
Bereit zum Löffeln

14

**KALTE KUGEL,
HEISSER UMSATZ**
Sweet Deal

16

3 BRANCHEN – 3 WEGE
Eine Portion Glück

MAIN COURSE

CHEF TASTE gibt Themen, die der Branche am Herzen oder schwer im Magen liegen, so viel Raum wie nötig. Hier werden keine halben Sachen gemacht!



All Eis on us

Eis ist Feelgood pur. Es trifft mitten ins Herz, zaubert Erinnerungen an Kindheit und Sonne und bringt gleichzeitig den Kassenzettel zum Glühen. 2023 spülten 543,7 Millionen Liter industrielles Speiseeis ganze 2,94 Milliarden Euro in die Kassen – zwei Drittel davon wurden außer Haus vernascht. Weniger Menge als im Jahr davor, aber mehr Umsatz. Wie kommt's? Die Deutschen essen weniger, greifen dafür aber endlich tiefer in die Tasche für Qualität, Handwerk und Erlebnis.

WAS IST DAS GEHEIMNIS DER KALTEN VERFÜHRUNG?

Vielleicht ist es die Fähigkeit, sich ständig neu zu erfinden. Auf der einen Seite feiern wir das klassische einfache Spaghetti-Eis, das Generationen sozialisiert hat und noch immer bei Jung und Alt Kassenschlager ist. Auf der anderen Seite gibt es immer wieder trendige Kreationen wie Mochi-Eis, Rolled Ice Cream, Lolli-Eis, Gelato con Brioche, vegane und proteinreiche Varianten und natürlich die gehypten Matcha-Eis-Latte-Kombinationen. Vielleicht ist es aber auch der Fakt, dass die Kaltspise für uns ein „Safe Space“ ist. Eine Sommer-Rückspultaste, Erinnerung und unverfälschter Genuss. **Kein anderes Lebensmittel verkauft ein derartiges Gefühl von Leichtigkeit und Glück.**

DIE MARGE?

Hängt ganz klar mit der Qualität und dem Storytelling zusammen. Premium statt Plörre, Handwerk statt Massenware, Erlebnis statt Einheitsbrei. Der **Durchschnittspreis** einer Kugel Eis in Deutschland lag 2024 bereits bei 1,90 €, Tendenz steigend. Du kannst mit kreativen Sorten und Eiskreationen wie Pilzeis oder Kaviar-Popsicles punkten oder setzt auf Natürlichkeit und Bio. Denke immer daran: Dein Angebot muss zu dir, deinem Ort und deinen Gästen passen.

Wir zeigen dir, was Eis im Foodservice wirklich leisten kann, nehmen internationale Vorbilder unter die Lupe, zeigen Trends auf und geben dir Handlungsempfehlungen, denn **dieses Lebensmittel ist der systemrelevanteste gemeinsame Nenner für alle Generationen und Kulturen.** Für Kinder ist es Belohnung, für Senioren Erinnerung, für das Büro sozialer Schmierstoff und in der Gesundheit Therapie.

Gelato grnfermo



Bevor sich Iced Matcha Latte, Cronut oder Dubai-Schokolade auf die Hot List der leckersten Auszeiten gekämpft haben, gab es: Spaghetti-Eis, Banana Split und Amarena-Becher. Na, jetzt läuft uns wohl allen das Wasser im Munde zusammen?! Diese eiskalten Klassiker sind dabei nicht bloßer Trend aus alten Zeiten, sie sind ein ewiges Versprechen – von Sommer, Sorglosigkeit und Sahne ohne Reue. Genau das, was wir jetzt wollen.

HEUTE MIT „EXTRA SAHNE!“

Gehen wir zurück in die kultigen 70er und 80er. Die Jahre der Rollerdiscos, der Schlaghosen und des Löffelvergnügens. Ikonen wie **Banana Split**, **Amarena-Becher** und der **Coupe Dänemark** sind Pflichtprogramm für jedes Sonntagsoutfit. Serviert in dicken Gläsern mit Waffel, Kirsche und einem **Kalorien-Selbstbewusstsein**, das wir oft bewundern. Doch kaum ein Eisbecher hat mehr Popkultur-Potenzial als das Spaghetti-Eis – erfunden 1969 in Mannheim von Dario Fontanella. Ein bisschen Vanilleeis durch die Spätzlepresse, Sahne als Fundament, Erdbeersauce wie Ketchup und weiße Schokoraspiel als Parmesan-Double.

Übrigens haben wir ein wenig Angeberwissen parat: Das Wort „**Eisdiele**“ ist typisch deutsch und entspringt einer Zeit, in der viele italienische Familien, die nach dem 2. Weltkrieg nach Deutschland einwanderten, Eiscafés und kleine Eisverkaufsstellen eröffneten. Meist in schmalen und kleinen Räumlichkeiten. So kam es zu dem populären Begriff.

EIS MIT STI(K)EL

Doch nicht nur die Eisdiele, sondern auch die Eisindustrie erlebte ihre goldenen Zeiten und erinnert sich. Egal ob „Brauner Bär“, „Ed von Schleck“ oder „Bum Bum“ – wir haben alle unsere eigenen Erinnerungen zu diesen Kassenschlagern und so ist es kein Wunder, dass uns genau diese Sorten wieder in den Kühltruhen und auf den Eiskarten des Kiosks von nebenan begegnen. **Eis mit Nostalgie-Effekt ist eine selbstbewusste Botschaft.** Retro funktioniert dabei nicht, weil wir zurückwollen, sondern weil wir wissen, was gut war und wie man es heute besser macht.

SO, UND WIE SIEHT'S DIE WISSENSCHAFT?

Laut dem Verband der italienischen Eishersteller Uniteis ist Eis heute für über **85 % der Deutschen ein Moment der Entspannung** und für 78% ein Symbol der Geselligkeit. Auch laut einer aktuellen Studie des Zukunftsinstituts steht Eis auf **Rang 3 der meistgenannten emotionalen Genusspunkte nach Brot und Kaffee**. Also worauf warten? Ob Kult-Becher oder Eis am Stiel – diese Flashbacks verkaufen Gefühl und schmelzen einfach jedem das Herz weich.

Iced Matcha Mieze

Willkommen im Sommer 2025, willkommen im Schmelztiegel der Eis-Revolution. Schluss mit drei Kugeln im Becher und „Hallo“ zu Matcha, veganem Eis am Stiel und den kreativsten Eis-Ideen wie flambiertes, gekraztes oder gesundes Eis. Die neue Generation schleckt lieber Kurkuma, Spirulina und Matcha statt Konventionen. Weg mit der Komfortzone und rein ins coole Game.

PICK YOUR FAVOURITE

Das neue **Clubsandwich** wird um Eis als Basis erweitert – egal ob Matcha-Waffeln meets cremiges Cookie-Eis, Purple-Yam mit Brownie-Füllung oder Mochi-Cheesecake-Varianten. Der USP? **Textur, Farbe, Geschmack und Story.** Die Sandwiches sind einfach umzusetzen und dabei so gefragt. Alles to go, kalkulierbar und maximal individuell. Wie wäre es mit Matcha-Hörnchen, Yuzu-Salzkaramelleis mit Black Sesam und fluffiger Erdbeersahne on top? Oder Franzbrötcheneis mit Schuss, Ziegenmilch-Rosmarin-Honig, Parmaschinken-Rucola-Melone oder Birne-Parmesan. Neue Premium-Eislinien von **Tim Mälzer & Co.** erobern zusätzlich die Herzen der Foodies, denn wenn die Kochkünste bereits über alle Grenzen hinaus bekannt sind, kann ihr Eis ja nur schmecken.

NEUE ERLEBNISSE

Nicht nur, was wir essen, sondern auch, wie wir Eis genießen, unterliegt Trends. So feierte die Portion am **Stiel** bereits **2023 ihren 100. Geburtstag** und ist beliebter denn je. In Deutschland laut Verkaufszahlen unangefochten die Nr. 1 unter den kleinen Eisportionen. Es folgen **Waffeltüte, Sandwich und Becher.** Kein Wunder, dass Unternehmen wie **Mellow Monkey** immer erfolgreicher werden. Ihre Idee ist echtes Gaumenkino. Konsequente gute Zutaten, geröstete Marshmallows außen, darunter eiskalte Schokolade und ein innerer Eiskern.

SO GANZ OHNE?

Insbesondere coole pflanzliche Produkte wachsen stark. Laut Studien ist ein jährliches Plus von über **12 % bis 2027** zu erwarten, deutlich mehr als beim traditionellen Milcheis. Marken wie **NOMOO, Luicella's Ice Cream** oder **iceDate** machen es vor. Für Gastro-Profis heißt das: dranbleiben, ausprobieren und anpassen. Regionale Signature-Sorten, vegane Alternativen und technikgestützte Abläufe sichern Wettbewerbsvorteile.

Passend dazu haben wir **Max von Ballabeni Icecream** gefragt, was gerade Trend am Tresen ist und wie es zu der Kooperation mit **Jan Hartwig** kam.

„Ganz klar: **Dubai-Schokolade, Matcha und zuckerfrei.** Wir gehen allerdings nicht alle Trends mit. Der einzige Trend, der sich dauerhaft durchsetzen wird, ist Qualität und Respekt vor den Grundprodukten. Seit der Gründung von Ballabeni Icecream haben wir bewusst noch nie Erdbeereis angeboten. Keine Erdbeerpflanzen-Sorte auf dem Markt hat unseren Ansprüchen genügt. **„Mieze Schindler“** war bei uns schon immer ein Running Gag: unglaublich aromatisch, aber absurd teuer und schwer zu bekommen. Jan Hartwig hatte Zugang zu genau dieser Sorte für seine Desserts. Als er uns fragte, ob wir gemeinsam ein Eis entwickeln wollen, war schnell klar: Das probieren wir. Das Ganze war nicht aus wirtschaftlichem Interesse: Der Warenwert pro Kugel liegt bei ca. 5,00 €, verkauft wurde sie für 3,60 €. Es geht nicht um den Profit, sondern darum, unseren Gästen zu zeigen, wie Erdbeere wirklich schmecken kann.“



Max Schmiegel, Alberto Ballabeni, Jan Hartwig



Bereit zum Löffeln



Ganz egal, ob du gerade im toskanischen Abendlicht dein Gelato schleckst, in Tokio Matcha-Mochi zerbeißt oder als Schwede mit der Eistüte unter der Winterdecke kuschelst: Eis ist kein Dessert. Eis ist ein globales Lebensgefühl.

PREMIUM AMORE

In **Italien**, dem Mutterland des europäischen Speiseeises, wird Gelato fast wie ein Sakrament verehrt. Jede Region, jede Gelateria eine Kathedrale des guten Geschmacks. Hier zählt nicht Quantität, sondern: „Qualität, baby!“. Wenig Luft, intensive Aromen und oft sogar **gratis Schlagsahne**. Pistazie aus Bronze? Klar. Tartufo aus Kalabrien? Oh yes! Sizilianisches Granita zum Frühstück? Dolce Vita in seiner reinsten Form eben. Ein großer Trend ist hier die Rückbesinnung auf das Handwerk.

COOL STATES

Währenddessen ist das Eis in den **USA** laut, bunt, XXL und süchtig nach Toppings. Aber wusstet ihr, dass bereits die Gründerväter George Washington und Thomas Jefferson es schätzten? Kein Wunder, dass Generationen später Eis derart feiern und die USA beim Konsum an der Weltspitze liegt. Um 1900 erfand man den Eisbecher mit Sirup, uns besser bekannt als **Sundae**. Der Milchshake, Ice Cream Truck und die beliebte Sorte Cookie Dough sind ebenfalls alles Legenden aus den Staaten, die auch wir schon längst lieben gelernt haben. Das US-Militär setzte im 2. Weltkrieg sogar Eis gezielt zur Moralstärkung der eigenen Truppen ein.

ZWISCHEN ZEN-GARTEN UND TURBO-TREND

Asien isst anders und Eis eben auch. In Japan war im Heian-Zeitalter **Kakigōri** (feingeschabtes Eis mit Sirup) der **kaiserlichen Elite** vorbehalten. Erst im 19. Jahrhundert eroberte dort das Milcheis die Insel. Doch was Japaner von Europäern unterscheidet, ist ihre Liebe zu ungewöhnlichen Zutaten und Konsistenzen. Ob Matcha, Sesam, Yuzu, Wasabi oder Süßkartoffel. Der heimliche Star: **Mochi-Eis** bestehend aus Reisteig mit gefrorenem Herzen und heute rund um den Globus viral. In China dagegen sucht man vergeblich Familienpackungen. Eis ist hier Event und kein Vorratsgut. Ob Bubble-Tea-Eis mit Tapioka-Perlen, Chili-Schoko, gesalzenes Entenei oder **Tintenfisch-Softeis**, je schriller, desto besser. Fazit: asiatisches Eis ist Identität, Experiment und Storytelling pur.

UND DIE SKANDINAVIER?

Willkommen im hohen Norden. Ob **Schweden, Norwegen** oder **Dänemark** – hier wird 365 Tage im Jahr Eis geschleckt, als gäbe es kein Morgen. In Finnland hat sogar 1/3 der Haushalte immer Eis vorrätig. Es könnte ja jemand zu Besuch kommen. Achtung – ein **Eistrend aus Dänemark** hat es uns besonders angetan: das „Gammeldags Is“. Kugeln, Softeis, Marmelade, Sahne und Schokokuss werden hier zu Kalorienbomben geschichtet. In Norwegen dagegen krönen **Streusel** jedes Kügelchen und in Schweden kommt niemand an **Lakritz-Eis** und Piggelin (Birneis der Kindheit) vorbei. Eis ist in Skandinavien fester Bestandteil der Milchkultur.

Sweet Deal

In einer Welt, in der selbst Butter zur Luxusware wird, bleibt eine Kugel Eis das demokratischste Statussymbol der Republik. Im Zeitalter der Burnouts und Tik-Tok-Dopaminjunkies ist Eis der letzte, ehrliche Dopamin-Booster. Aber Schluss jetzt mit Nostalgie, lasst uns abrechnen!

Ganze **543 Millionen** Liter Speiseeis haben wir Deutschen 2023 vernichtet. Da sind pro Kopf etwa 116 Kugeln oder anders gesagt: einmal pro Woche lebenslang eine Kugel. Die Umsätze dazu? Knacken mit **2,94 Milliarden** Euro den Eisdeckel. Ein Plus von sogar mehr als 10 %, obwohl weniger gegessen wurde. Logisch, denn wenn alle Preise aufgrund der Inflation steigen, steigt auch der Umsatz. Die Marge? Die bleibt ein verdammt cooles Geschäft.

QUALITÄT IS(S)T TRUMPF

Wer heute noch glaubt, mit billiger Standardware zu überleben, wird schneller aus dem Geschäft geschleckt als ein Softeis bei 40 °C im Schatten. Die neue Währung heißt: **Qualität, Kreativität, Authentizität**. Der Gast ist bereit, für volle Aromen und echte Zutaten auch mehr zu zahlen. Und was heißt das für dich? Handwerkliche Gelato-Qualität ist das neue Statussymbol der Gastro. Weniger Luft, mehr Geschmack, echte Zutaten und volle Kontrolle über Rezepturen. Basilikum trifft Zitrone, Karamell küsst Himalaya-Salz – und keiner sagt: „Das ist zu teuer.“

Das beste Beispiel liefert **René Frank**, der in seinem Berliner Sternerrestaurant Coda „Caviar Popsicle“ bestehend aus Kaviar und Jerusalem-Artischocken-Eis plus Pekannuss-Ganache anbietet. Ok, das Ganze geht auch wesentlich einfacher und alltäglicher. Selbstgemachte Saucen, Krokant, Sweets oder Crumbles kosten weniger, bieten aber genauso Gesprächsstoff am Tresen. Oder nehmen wir die Sorten: Biete lieber 12 Sorten an, die begeistern und kalkulatorisch durchdacht sind, als 30 mit Verlustbringern.

PROFI BOOST

Mache Transparenz zur Marke: Wer Rohstoffe, Frische und Handwerk erklärt, baut sich garantiert eine Stammkundschaft auf. Niemand wird meckern, wenn du kommunizierst, dass echte sizilianische Pistazie statt billiger Aromen verwendet wird. Auch kannst du Add-ons einsetzen wie hausgemachte Waffeln, ausgefallene Kaffee- und Matchakreationen und weitere Mini-Desserts. Jeder Zusatzverkauf bringt Marge und macht deine Eisdielen zur Destination für jedermann. Wie wäre es z. B. mit der Sorte des Monats? Statt Vanille und Schoko wie immer könntest du mit einer Sorte überraschen, wie Omas Apfelkuchen oder Honig vom Nachbarn. Der Effekt: Es wird über dich gesprochen, **Emotionen werden geweckt** und aus neugierigen Erstschlammern werden Stammkunden. Weiterer Tipp: **selbstgemachte Waffeln** statt Standardbecher. Knusprig, zimtig, frisch und unwiderstehlich lecker. **Probier's aus!**



Eine Portion

Fassen wir zusammen: Gelato ist mehr als Dolce Vita, Kulturgut, Umsatzmaschine oder Kreativlabor. Die Frage ist jetzt, wer es versteht, Eis in seiner Branche auf das nächste Level zu heben. Ob Gastronomie, Hotellerie oder Gemeinschaftsverpflegung, wir beleuchten die Bedeutung und zeigen euch Best-Practice-Beispiele.

GASTRONOMIE: ZEIG WER DU BIST UND WAS DU HAST!

Die klassische Eisdiele erfindet sich neu. **Geschmackslandschaften** statt Massenware, Bezug zur Heimat statt null Identität. Unverzichtbar: Die Inszenierung. Es muss nicht die ultramodernste Ladeneinrichtung sein, denn da Eis pure Emotion ist, sollte man diese mit Erinnerungen füllen. Setze auf ein Motto. Ob farbenfroh, viele mediterrane Blumen und bunte Tische, die zum Verweilen einladen oder provenzalisch angehauchte stille Eis-Örtchen, trau dich, deine **Produkte zu inszenieren!** Wenn jetzt noch das Topping oder die ungewöhnliche Servierform im Restaurant mit essbaren Blüten, am Tisch angegossenen Saucen und interessanten Pairings stimmt, hast du gewonnen. Aufwändig dekorierte Premium-Desserts erzielen übrigens eine Marge von etwa 70–80 % und die Dessert-Bestellquote steigt.

HOTELLERIE: BESTER SCHLECKPLATZ

Wo sonst kann man Eis so leicht zum Erlebnis manövrieren? Im Hotel hast du das eigene **Restaurant, die Bar, den Pool, das Buffet oder das Rooftop**. Ja, sogar beim Weihnachtsbrunch kannst du einen nostalgischen Eiswagen im Foyer platzieren und mit Sorten wie Glühwein-Tonkabohne oder Karamell-Popcorn für große Augen sorgen. Im Sommer locken Sorbet-Cocktails, **Boozy Milkshakes** wie z. B. der Cereal Milk White Russian aus Las Vegas oder sogar **kostenloses** Eis am Pool gegen die 40 Grad. In asiatischen und amerikanischen Resorts sind Eiscreme-Sozialstunden populär, in denen das Management persönlich Eis an Gäste ausgibt, um den Austausch und den Wohlfühlfaktor zu fördern.

GEMEINSCHAFTSVERPFLEGUNG: EIS MIT HERZ

In Kitas, Seniorenheimen und Pflegeeinrichtungen entfaltet Eis seine größte **Superkraft**. Es bringt Menschen zusammen, sorgt für Freude und Gesundheit. Ob **strahlende Kinderaugen** beim Eisausflug um die Ecke oder Freudenstränen, wenn sich Senioren dank mobilem Eiswagen an früher erinnern. Selbst in Kliniken spielt die eiskalte Überraschung eine enorme Rolle bei Heilung und Therapie. Gibt man z. B. direkt im Aufwachraum nach Operationen ein Wassereis wie in den Kliniken Esslingen oder Herford-Bünde, ist der Einsatz von Antiemetika geringer und die Regeneration ist wesentlich schneller.

WAS ZEIGT DIR DAS? EGAL, WO DU DICH BEFINDEST, EIS SCHAFFT EMOTIONALE MOMENTE.

Glück





Neue Produkte für Ihre Kreativität



CHEF
Basis für weiße Buttersauce
6 x 1,02 kg
Art. Nr. 12431974
1,02 kg ergibt ca. 9,8 L



CHEF
Rinderjus
6 x 600g
Art. Nr. 12576751
600 g ergibt ca. 10 L



CHEF
Schweinejus
6 x 600g
Art. Nr. 12588809
600 g ergibt ca. 10 L



CHEF
Kalbsjus
6 x 660g
Art. Nr. 12576721
660 g ergibt ca. 11 L



CHEF
Geflügeljus
6 x 600g
Art. Nr. 12576732
600 g ergibt ca. 10 L

MASTER CHEF EDITION



ECHTER GENUSS GEHT NUR DURCH 100 % AUTHENTIZITÄT.

Weil Premium die Basis für mehr Tierwohl und mehr Qualität ist. Bei MASTER CHEF EDITION Rind, Garnele und Lamm geben wir Einblick in Herkunft, Haltung und die Menschen dahinter.



FOLGE UNS AUF:



22

BESSERWISSE
Peach Please!

24

DAS GEFÄLLT
Endless Summer

26

DRINK THIS
Ganz schön nüchtern hier

28

**SCHMORDES
KÜCHENQUICKIE**
Let's Taco bout it!

30

MEET THE TRUTH
Sweet and Dirty Martini

QUICK 'N' DIRTY

Du magst es schnell und alles an einem Ort? Wir liefern dir leckere & hotte News, brisante Blickwinkel, Angeberwissen und so viele Extrawürste, dass dir ganz schwindelig wird.

Peach *please*



Vergiss das alte Klischee der 90er. Pfirsich hat wieder Attitüde und schießt verdammt scharf ein in unsere Geschmacksknospen: saftig, sexy, voller Health-Benefits und absolutem Insta-Vibe. Mal fermentiert, mal flachgelegt und mit seinem steinharten Charakter das wohl sinnlichste Gastro-Aphrodisiakum 2025.

Ganz schön *haarig*

Schon mal überlegt, warum der Pfirsich so samtig haarig ist? Das liegt an den Trichomen, die so vor Schädlingen, Sonnenbrand und Wasserverlust schützen. Tipp: Je flauschiger, desto höher der Zuckergehalt.

Peach *sells*

Studien zeigen, dass sich Fruchtgerichte mit **saisonalen Bezeichnungen** wie z. B. „Pfirsichtraum“ oder „Peachy Summer Bowl“ bis zu 20 % besser verkaufen, denn Kunden reagieren emotional auf bekannte Sommerfrüchte.

Haute *couture*

In Japan wird die Sorte Hakuto (übersetzt: „weißer Pfirsich“) auf Auktionen für bis zu **300 Euro pro Stück** gehandelt – einzeln verpackt, mit perfektem Flaum und handverlesener Süße. Ein Geschenk der Ehre, das zu Hochzeiten oder Geschäftsabschlüssen überreicht wird. Peach, but make it haute couture.

Detox *diplomiert*

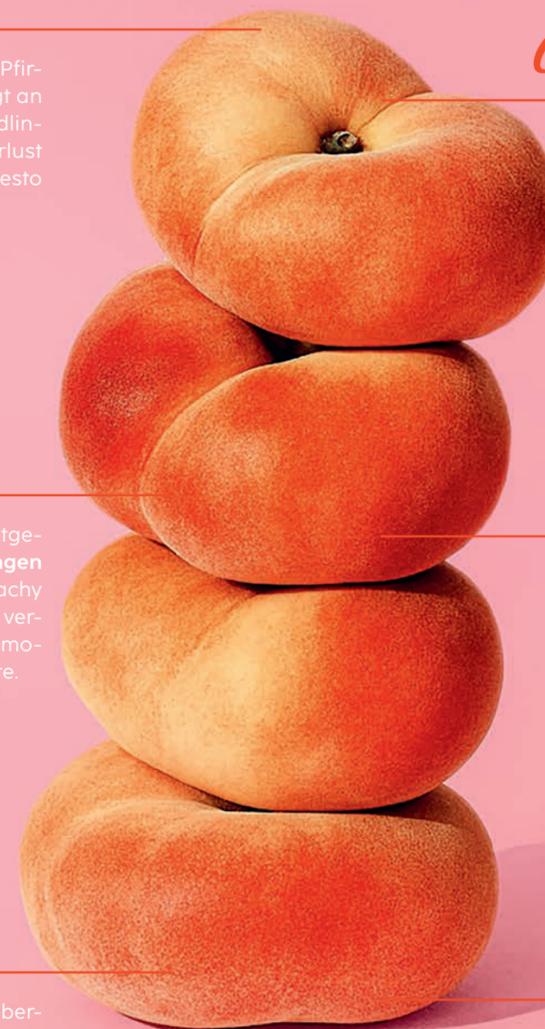
Bei nur ca. **40 Kalorien** pro Frucht liefert der Pfirsich reichlich Vitamin C, Beta-Carotin und Kalium. Kurz gesagt: Der Sommer-Snack wirkt sich mega positiv auf deinen Sommerbody aus.

Love *legends*

In der chinesischen Mythologie steht der Pfirsich für **ewiges Leben**. Also wenn Liebe durch den Magen geht, dann bitte mit Steinfrucht, Unsterblichkeitsbonus und dem aromatischsten Happy End seit es Obst gibt.

Flach- *gelegt*

Der Plattpfirsich – auch Saturn-, Teller- oder Paraguayo-Pfirsich – sieht aus wie ein **Unfall im Obstkorb**, schmeckt aber wie Haute Cuisine auf Steinobstbasis. Seine Form ist kein Gag, sondern Genetik: eine uralte Mutation mit überraschend hoher Aromadichte.



ENDLESS SUMMER



01

Wer Tisch und Garten deckt, deckt Emotion. Mach's nicht nur hübsch – mach's unvergesslich mit Farben, Formen und Materialien, die Geschichten erzählen. Deine Gastro wird so zur Oase für alle, die raus wollen – aus dem Alltag und aus dem Stress hinein in ein bisschen Ibiza- und Amalfi-Feeling.



02



03



04



05



06

Ganz schön nüchtern hier

0,0 % ist das neue 100 % – und zwar an Geschmack, Style und Anspruch. Warum? Generation Z und Millennials konsumieren bewusster und legen immer mehr Wert auf Selbstfürsorge und mentale Gesundheit. Die Kombination aus diesen Idealen, neuen Technologien und gesellschaftlichem Wandel macht Non-Alcohol-Produkte zum absoluten Trend für die kommenden Jahre.



Li-La-Laune

Der **Vogelfrei-Gin**, der keiner ist, kommt mit Geschmacksaromen wie Zitrus, Lavendel und Beere daher. Dank **Anthocyanen leuchtet der Drink** in hypnotischem Violett. Wer dahintersteckt? Die Jungs von Heimat Distillers aus dem beschaulichen Schwaigern. On top: Destilliert mit Zisternenwasser.

www.heimat-distillers.de



Call me Mama

Drink Mamas Pineapple klingt harmlos. Ist aber ein tropischer Knockout. Wo andere nur herkömmliche Limo servieren, ist sie das frischeste Geschmackserlebnis des Sommers. Die Kombi? **Bio-Kokoswasser** plus Bio-Ananassaft. Karibik für deine Cocktail-Schale im Handumdrehen.

www.drinkmamas.com



Filter-Kur

Sorry Captain Morgan und Co. Hier kommt eine Konkurrenz ohne Umdrehungen: **Sober Spirits**. Mit einem echten Rum aus der **französischen Karibik**, dem in Grasse sanft der Alkohol entzogen wird. Danach gibt's ein edles Finish mit französischer Eichenrinde – weltweit prämiert.

www.soberspirits.com



Matcha Baby

Dieser Drink ist für all diejenigen, die sich Fokus statt Flattermann wünschen. Die nicht auf Süßstoff-Shots stehen, sondern auf smarte Pflanzenpower. **Brite** bringt deine Gedanken ohne künstlichen Hokus Pokus auf Linie. Matcha, Guarana, grüner Tee und echter Fruchtsaft sorgen für High und Chill.

www.valuefood.de



Buonissimo!

POLLY serviert den ersten Italian Spritz ohne Filmriss. Bittersüßer Rausch aus Orange & Enzian, so sommerlich wie der erste **Aperitivo in Palermo**. **Perfekt für Gastro-Pros**, die ihren fahrenden Gästen mehr anbieten wollen. Gemixt mit No-Alc-Prosecco, Eis & etwas Style der Italian Buddy des Sommers.

www.drinkpolly.de



Homestyle
EDITION

LET'S TACO BOUT IT

Wenn unser Homestyle Edition Chili con Carne die Taco-Shell küsst, entsteht weit mehr als nur ein Snack. Es ist eine Ansage: sommerlich, feurig-frisch, aromatisch und kompromisslos. Eine Füllung mit Tiefgang, die alle Köpfe verdreht. Warum Messer & Gabel zücken, wahre Geschmacksexplosionen gehören nicht auf den Teller, sondern auf die Hand.



**FIESTA CON
SCHMORDE**

GREEN VELVET LOVE

Cremige Avocado mit Limette und Koriander sind zusammen so samtig, dass jeder Biss nach Sommer und Siesta schmeckt.

PINK PICKLED POWER

Süß-sauer eingelegte Zwiebeln, die jedem Taco einen geschmacksintensiven Uppercut verpassen.

DARK CHOC MAGIC

Rauchige Bitterschokolade und samtige Gewürze verschmelzen zu einer Geschmacksexplosion.



Ab zu
jeder Menge
Taco-Glück!





SWEET AND DIRTY

Die Geburtsstunde des Espresso Martini ist legendär. Ende der 1980er betrat ein später weltberühmtes Model den Fred's Club in Soho und verlangte nach einem Drink mit den Worten: „Wake me up, then fuck me up!“ Damals stand Dick Bradsell hinter der Bar und kombinierte erstmals Wodka, Espresso, Kaffeelikör und etwas Zucker. Kein Wunder, dass der Drink schnell in Metropolen wie London, Sydney und New York zum Inventar gehörte. Nach einer Durststrecke explodiert heute die Beliebtheit. Warum wird dieser Drink so gehyped?

Kaffeekultur als Cashcow

Was als Wodka-Koffein-Kick begann, ist heute Vertreter der Kaffee-Genusskultur. **Kaffee wird endlich zelebriert.** Single-Origin-Bohnen, Direct Trade, Brew Bars, Aromaprofile, Terroir und Extraktionszeit. Dieser Anspruch an die Bohne macht vor dem Shaker nicht halt. Das Ergebnis ist ein Cocktail, der so vielschichtig ist wie ein Flat White, aber doppelt wirkt: eben als **Digestif und Wachmacher.** Es ist schick, ihn zu trinken und er ist Bühne für Brands, Bars und Business. Ob als Ready-to-Drink-Cocktail oder in der Gastro mit Cold Brew, salzigem Karamell und Parmesan. Sogar Underberg hat **erstmalig in 177 Jahren** die 2 cl-Flasche um den Espresso „Herbtini“ erweitert.

Urbaner Vintage-Kick

In deutschen Städten wie Hamburg und Berlin beobachten immer mehr Bartender & Mixologen, dass sich der Espresso Martini zum **stylishen After-Dinner-Ritual** gemausert hat. Der fancy Drink ist von Café über Hotelbar bis hin zum Sternerestaurant oder auf dem Festival zu finden. Warum? Man verspürt beim Trendgetränk einen Hauch Retro-Chic der 80er und 90er. Irgendwie ist es cool, genau das zu feiern, was einst die Eltern durch ihre Disco-Nächte begleitete. Dazu verkauft sich der Cocktail wie geschnitten Brot, nur cremiger. Kostenpunkt **zwischen 12-18 Euro** bei einem Wareneinsatz von unter 5 Euro. Klingt verdammt gut.

Espresso Martini 2.0

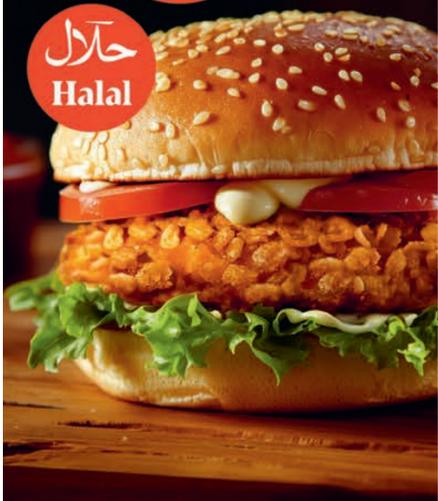
4 cl	dunkler Rum aus Jamaika, wie Appleton 12 years
4 cl	Kaffeelikör mit wenig Zucker
1	Espresso.

„Instagrammable, energizing und ein multifunktionales Umsatzwunder – der Espresso Martini ist kein Trend mehr, sondern Bestandteil von stilvollem Feiern. Er funktioniert rund um die Uhr, egal wo, also what's not to love? Wer mit Wissen bei seinen Gästen glänzen will: Die drei Kaffeebohnen on top stehen für Glück, Gesundheit und Wohlstand.“

Peter Jauch
Genussarchitekt



NEU

حلال
HalalDanish Crown
PROFESSIONALCRISPY CHICKEN
BURGER

- Echte Hähnchenbrustfilet-Stücke
- Knusprig-knackige Panade aus Flakes
- Würzig pikant im Geschmack
- Vorgegart und damit küchenfertig
- Grammatik: 90 g + 120 g

Jetzt entdecken!



www.danishcrownprofessional.de

WALTER GOTT
ICE FACTORYTHE
PERFECT
ICE FOR
EVERY
DRINK!Entdecken Sie unser
breites Sortiment!
ice-factory.dePremium
BLACK
LABEL
BakeryPREMIUM DONUTS
Genuss der
Extraklasse!

- **ERLESENE PREMIUM-ZUTATEN:** reichhaltige Toppings und angesagte Geschmackskompositionen
- **EINZIGARTIGES 3-FACH-TOPPING:** aus Glasur, Dekor und Filierung
- **KÖSTLICHE 2-FACH-FÜLLUNGEN:** für doppelten Genuss
- **OPTIMAL VERPACKT MIT 4 TRAYS:** einfach einzeln entnehmen, auftauen und servieren

BAKER & BAKER

dedicated to delight

www.bakerandbaker.eu

ITALIENISCH
GENIESSEN
Authentischer Geschmack
für Ihre Küche!ORO
DI
PARMA

La vita è ORO.



ORIGINAL ITALIENISCH

100 % sonnengereifte Tomaten aus Italien –
traditionell verarbeitet für besten Geschmack.

DIE ORO DI PARMA PRODUKT-VIELFALT

Für schnelle Küche oder kreative Rezepte –
das passende Produkt für jeden Anspruch.

LA VITA È ORO – GEMEINSAM GENIESSEN

ORO di Parma steht für echten italienischen
Genuss, der Menschen verbindet – für unver-
gessliche Gerichte & echte Genussmomente.

Weitere Informationen →

DAL 1877
Barilla®
FOR
PROFESSIONALSSELEZIONE
ORO CHEFDER ZUVERLÄSSIGE PARTNER FÜR
DEN HEKTISCHEN KÜCHENALLTAGHohe Kochtoleranz
Gelingsicher im Kochprozess
dank einer robusten TexturFlexible Handhabung
Perfekt zum Vorkochen oder
zum Kochen à la minuteOptimiert für Double-Cooking
Jetzt bis zu 48 Std. gekühlt haltbar
und in 40-60 Sek. regeneriertIdeal für Take-Away
Mindestens bis zu 30 Min.
Al-dente-QualitätMehr zu unseren
Produktlösungen auf
barillafoodservice.de

36

GAUMENFREUDEN

Sascha Stenberg

38

KÜCHENROMANZE

Speed-Dating mit Philipp Vogel

40

BATTLE

Reife Leistung

42

SIGNATURE DISH

Jung und Wild: Markus Süntinger

44

**SCHMORDES
KÜCHENQUICKIE 2**

Tüte auf. Teller voll.

46

NEXT CHEFS

Das gab's noch nie
beim Koch des Jahres

KITCHEN STORIES

Wahnsinns-Rezepte, eine schmucke Bande angesagter Kollegen, Foodstories und Food-Wiki machen dich zu einem wahren Gastrohelden der Branche. Sahnehaube statt Gürkchen!

Sascha Stemberg

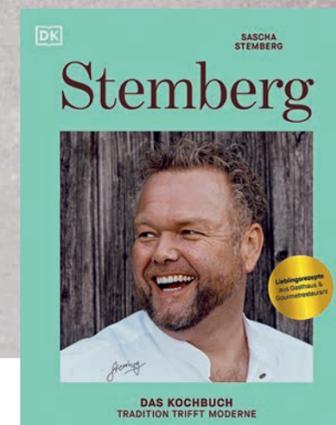


Was passiert, wenn 160 Jahre Gastgeberleidenschaft, ein Michelin-Stern und eine ordentliche Portion Rock'n'Roll in einem Kochbuch landen? Richtig: Eine Liaison aus bodenständiger Heimatliebe und moderner Raffinesse von Sascha Stemberg – kulinarischer Rebell aus Velbert. Stemmis Küche ist wie er selbst: authentisch mit klarer Haltung und einem feinen Gespür für Geschmack. Dabei wollte Sascha einst gar kein Koch werden. Uns läuft das Wasser im Mund zusammen, wenn wir von Blutwurst trifft Hummer oder Königsberger Klopse mit Amalfi-Zitrone lesen.

„Zwei Küchen von einem Herd – bei uns ist Rambazamba, geschmacklich & atmosphärisch!“

Ceviche vom Lachs

MIT AVOCADO UND GRAPEFRUIT



STEMBERG – DAS KOCHBUCH
Sascha Stemberg | DK Verlag



Easy Michelin, Baby!
Rezept schnappen,
Eindruck schinden.

SPEED-DATING



KURZ.
WILD.
KOMPLETT.

Vergiss alles, was du über Sterneküche weißt. Philipp Vogel – Küchenchef und Managing Director im Orania.Berlin – ist Macher und Mann mit Mission. Seine legendäre X-Berg Duck ist längst Kult; sein Weg führte ihn von Köln über Shanghai und Wien nach Kreuzberg. Immer auf der Suche nach dem nächsten Kick, mixt er Streetfood mit Haute Cuisine und bringt so Berlin auf den Teller. Kreativ, kompromisslos und nie abgehoben. Bist du bereit für ihn?

WAS WOLLTEST DU ALS KIND SCHON IMMER WERDEN?

Ganz klar **Architekt**, aber dafür hätte ich fleißiger in der Schule sein müssen. Im zweiten Leben aber bitte Architekt und dann baue ich ein irres Gebäude, über das die ganze Welt spricht.

DU DARFST EIN GERICHT VERBIETEN, WELCHES VERSCHWINDET FÜR IMMER VON DER BILDFLÄCHE?

Du, ganz ehrlich, ich bin da tolerant. Es gibt Dinge, die ich nicht esse, aber deshalb verbieten? Nein. Was ich verbieten würde, wäre **schlechte Tierhaltung** und was nicht mit Liebe zubereitet ist.

WOFÜR GIBST DU DEINER MEINUNG NACH DEFINITIV ZU VIEL GELD AUS?

Schuhe! Ich komme nicht drumherum, wenn ich ein **geiles Paar Schuhe** sehe. Bevor ich laufen gehe, werden z. B. die besten Laufschuhe, High-End-Sportflasche etc. gekauft.

HATTEST DU JE EINEN „F*CK IT, ICH MACH WAS ANDERES“-MOMENT?

Puh, den habe ich irgendwie immer wieder. Ich überlege so oft, warum Menschen manche Arbeitsabläufe seit tausend Jahren immer und immer wieder wie gelernt machen. Ich denke mir dann: Warum kann man es nicht leichter und anders machen? Warum so stur?

SAG MAL: IST DEIN EGO EIGENTLICH MEDIUM, RARE ODER WELL DONE?

Medium rare, alles andere sollte ganz klar verboten werden.

DEIN SCHÄRFSTER KRITIKER?

Das ist einfach zu beantworten: Das sind **meine zwei Frauen** im Leben. Das eine ist meine Mutter und das andere meine Ehefrau. Beide positiv, aber holen mich auch immer wieder auf den Boden der Tatsachen zurück.

WEN WÜRDEST DU GERNE MAL BEKOCHEN?

Also Angela Merkel durfte ich schon bekochen. Eine ganz tolle Frau, die unheimlich viel bewegt hat. Gerne würde ich auch für **Jan Ullrich** oder **Jan Frodeno** kochen.

Natürlich freu ich mich auch über den aktuellen Bundeskanzler, denn nach Merkel war auch Scholz da und der Hatrick sollte mir gewährt werden.

PHILIPP VOGEL



Sternekoch & Hotelier
mit Küchendirektor-Posten

SÜSS ODER SALZIG?

Ich brauche nach dem Salzigen immer noch etwas Süßes und nach dem Süßen etwas Salziges. Davon kann man definitiv eine **Fettleber** bekommen.



HIER GEHT'S ZUM
KOMPLETTEN
BATTLE

REIFES



GENUSS



CRAZY CHEESE

aka Roland Ludomirski
@the_crazy_cheese_manufacture
www.crazy-cheese.com

Der **Liebeskäse** hat mehr Affären hinter sich als so mancher Sternekoch. Er kennt keine Monogamie, nur Genuss-Orgien.

Käse macht dick! Ganz klar Augenrollen deluxe. Wer das noch glaubt, hat die kulinarische Kontrolle über sein Leben verloren.

Käse + Champagner in der Kombi sind mein heiliges Gebot! Funkelnde Perlen, cremiger Käse – besser wird's nicht. Wer braucht schon Brot, wenn er Bubbles haben kann?!

Käse niemals im Supermarkt kaufen. Das wichtigste Ritual: **Käse verdient Beratung, Zeit und Liebe.** Im Supermarkt liegen sie oft traurig herum, an einer richtigen Käse-Theke werden sie gefeiert!

Ja, wenn man ihn ohne Brot genießt! **Pur ist das beste Erlebnis** statt anderem Schnickschnack, der den Geschmack nur übertüncht.

Ich wäre der **Geile Bock Deluxe**. 100% Ziegenquoda, cremig, mild und mit angenehmer Würze.

VS.



MICHAEL WÜHLE

Käsesommelier, Food Creator, TV-Experte
@michael.wuehle_cheeseartist
Podcast: Ist doch alles Käse!

WENN KÄSE SPRECHEN KÖNNTE, WER HÄTTE DIE SPANNENDSTE STORY?

Valençay Käse. Ein französischer Weichkäse aus Ziegenrohmlach, dem nachgesagt wird, dass er seine abgekappte Pyramidenspitze Napoleon Bonaparte zu verdanken hat.

BEI WELCHEM KÄSE-VORURTEIL VERDREHST DU DIE AUGEN?

Käse ist ungesund! Dieses Vorurteil wird viel zu pauschal ausgesprochen, denn es gibt genug Lebensmittel, die in großen Mengen ungesund sein können!

KÄSE + ... IST DEIN HEILIGES GEBOT?

Gin! **Käse mit Gin** zu kombinieren ist nicht nur eine Herausforderung, sondern sehr lehrreich! Man lernt so unglaublich viel über beide Seiten und schmeckt, wie sich beide in der perfekten Kombination ergänzen!

WELCHES RITUAL WIRD IN DEUTSCHLAND FAST NIE BEACHTET?

Wichtigstes Thema: die Temperatur! Käse braucht **Zeit im Sinne von Temperatur**, um seinen vollen Geschmack zu entfalten! Meistens werden die Käse direkt aus dem Kühlschrank geholt und gegessen.

SIND KALORIEN BEI KÄSE EGAL?

Fette sind Geschmacksträger und ein Käse ohne **Fett schmeckt natürlich** nicht so gehaltvoll wie ein „light“ Käse.

WENN DU EIN KÄSE WÄRST, WELCHER WÄRST DU?

Definitiv ein mindestens 15 Monate gereifter **Le Gruyère AOP** mit Reifekristallen. Würzig, pikant, aber mit cremigem, verspieltem Charakter.

JUNG. weit voraus. WILD.

Er hätte das Pflichtprodukt Tom Kha der Homestyle Edition veredeln können, doch stattdessen zauberte er ein Dessert, das niemand kommen sah, aber keiner vergessen wird. Markus Suntinger hat beim Koch des Jahres Halbfinale in Bonn gezeigt, dass gedankliche Regeln zum Brechen vorbestimmt sind. Er ist der neue Mut in der Küche.

FÜR MUTIGE
GIBT'S HIER DIE
GESCHMACKS-
EXPLOSION
ALS REZEPT!



Homestyle
EDITION

Du möchtest als Koch Menschen für einen kurzen Moment all ihre Sorgen vergessen lassen. Wie kommst du so jung zu dieser Denkweise?

Die Tatsache, dass Essen mehr als die Befriedigung des Bedürfnisses nach Hunger ist, ist ein **Prozess aus Gedanken und Gefühlen**, den ich selber erlebt habe. Immer wieder war auch der Austausch mit anderen Köchinnen und Köchen ein Teil davon. Ich hatte Glück, in einer Familie aufzuwachsen, wo zum einen Essen immer einen hohen Stellenwert hatte und zelebriert wurde und zum anderen habe ich früh von meiner Mutter und Schwester mitbekommen, **Dinge zu hinterfragen**. Nicht zuletzt war meine Zeit im **Alchemist** Kopenhagen auch eine Erfahrung für mich, die mich in der Hinsicht vieles gelehrt hat. Essen ist Emotion, Geschichte und Gefühl.

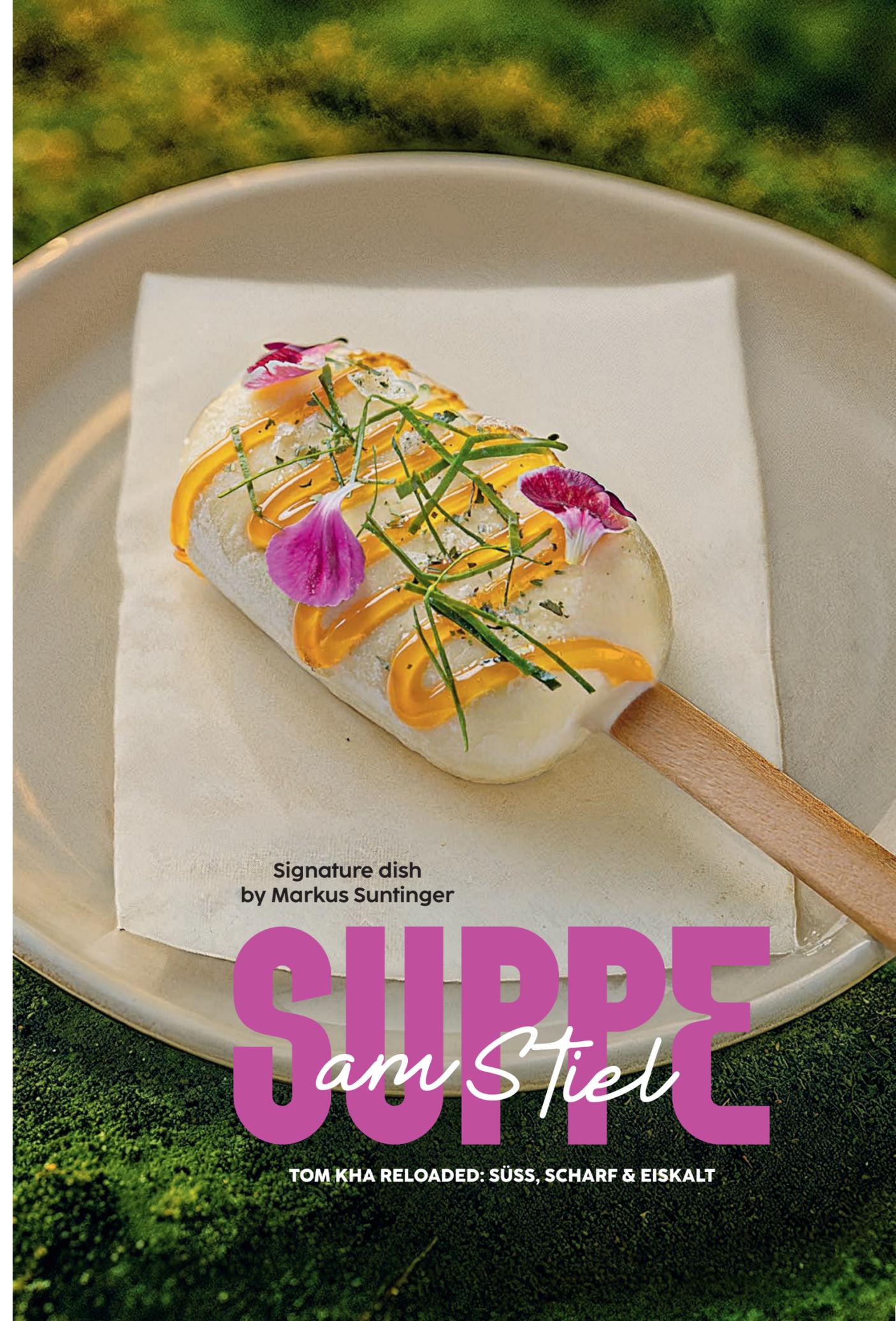
Sagst du, **Digitalisierung** bremst oder fördert eher die eigene Kreativität?

Anfangs hatte ich ein paar Bedenken bezüglich KI. Wird mein Job irgendwann ersetzt? Es wird vermutlich Menschen geben, die sich mit der bloßen Nahrungsaufnahme zufriedengeben; dennoch glaube ich fest daran, dass es auch immer Menschen geben wird, die auf **echtes Handwerk, die Persönlichkeit des Kochs und eine emotionale Verbindung zum Essen** setzen. Deswegen können und sollten wir versuchen, mit statt gegen die KI zu arbeiten. Für Kalkulationen, neue Ideen oder passende Pairings ist es praktisch. Solange man selber immer der „**Großteil des Gerichts**“ bleibt, glaube ich, ist KI in der Küche von Vorteil.



Was würdest du einem jungen Menschen mitgeben, der daran denkt, in der Küche kreativ werden zu wollen?

Ich sollte an der Stelle vielleicht den vernünftigen, ausgelernten Koch raushängen lassen, aber das passt absolut nicht zu mir. Ich musste selber die Erfahrung machen, dass mir oft gesagt wurde, ich sollte doch erstmal die **Basis für Kreativität** schaffen und mich mit den Grundlagen des Kochens auseinandersetzen. Ich glaube, es ist nur bedingt der richtige Weg. Der Großteil meiner Kreationen damals war kulinarisch nicht wirklich sinnvoll, aber ich habe genau dadurch gelernt und nicht durch korrekte Herangehensweise. Junge Menschen in der Küche **sollten mehr wagen**. Natürlich wirst du aus einem Fisch nie ein Kalb machen, aber wenn du eine Idee oder einen Gedanken in deinem Kopf hast, wie ein Fischgericht aussehen könnte, dann **schnapp dir deine Messer**, zieh deine Kochjacke an und leg los.



Signature dish
by Markus Suntinger

SUPPE am Stiel

TOM KHA RELOADED: SÜSS, SCHARF & EISKALT

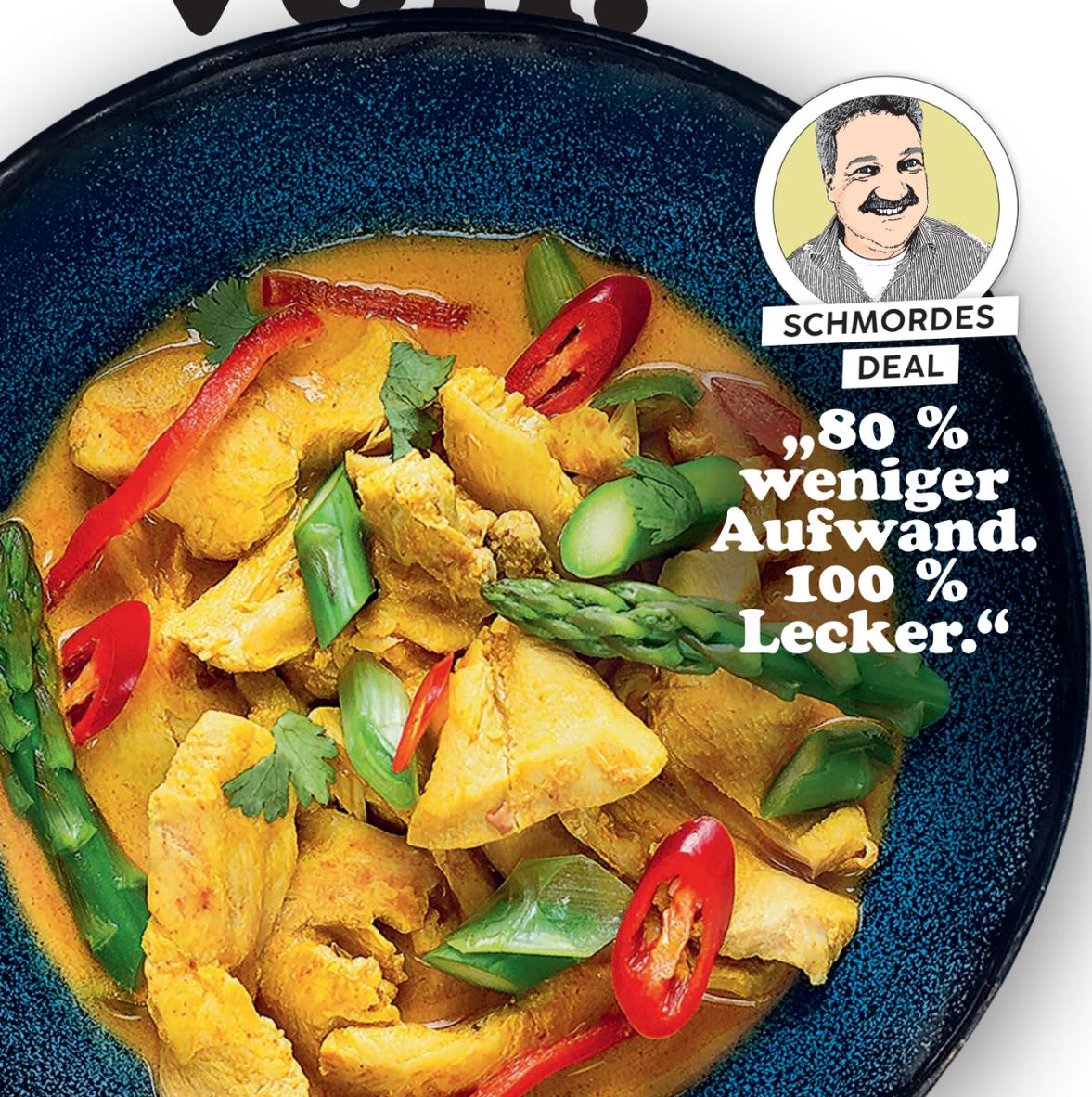
Tüte auf. Teller voll.

Saisonale Gerichte sind ein Muss. Frische bedeutet oft auch hohen Wareneinsatz und unklare Kalkulation sowie weniger Fachpersonal. Fehlt dir eine Komponente? Mit unserer High-Convenience-Range der Marke Homestyle Edition bekommst du saisonale Highlights ohne Küchenchaos. Das Beste: Du bist und bleibst der Boss!



**SCHMORDES
DEAL**

**„80 %
weniger
Aufwand.
100 %
Lecker.“**



Unsere Rezeptur für deinen Erfolg:

Budgetsicherheit & exakte Kalkulation:

Keine Schwankungen, volle Kontrolle.

100 % Geschmack & Top-Qualität:

Erstklassig & einfach immer lecker.

Beste Zutaten aus der Region:

Authentische Frische, die man schmeckt.



READY FÜR
DAS GANZE
SORTIMENT?



Frische von 4-7 Wochen:

Saisonale Highlights, flexibel verfügbar.

Kosten- & Zeitersparnis:

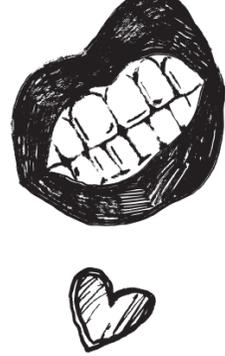
Mehr Effizienz, weniger Aufwand.

Zubereitung schnell & gelingsicher:

Erfolgsrezepte ohne Stress.



DAS GAB'S NOCH NIE!



Regeln und Rekorde sind da, um gebrochen zu werden. Sieben Finalisten, 10-jähriges Jubiläum und eine neue Location on top gibt es beim diesjährigen Finale des Koch des Jahres. Am 16. & 17. November steigt in der spektakulären Grand Hall Zollverein auf Essen das kulinarische Jahres-Feuerwerk. INTERGAST stellt als exklusiver Partner den Innovations-Markt, der mit neuesten Gastro-Trends der bekanntesten Hersteller lockt und natürlich darf auch die legendäre Küchenparty danach nicht fehlen.

DEINE STIMME ENTSCHIEDET

Wo einst Kohle gefördert wurde, lodert bald ein anderes Feuer: Das Finale von Koch des Jahres 2025 verwandelt die ehrwürdigen Hallen des Zollvereins in einen Schmelztiegel aus Inspiration, purem Genuss und reichlich Mut. Und du? Du bist nicht nur Zuschauer, sondern kannst am 16. November bereits als Juror in der **Chefs Challenge Night** die Assistenten der sieben Finalisten dabei unterstützen, Newcomer des Jahres zu werden und sich somit ein Ticket für das Halbfinale 2026 zu sichern. Am Montagmorgen kommt der Moment, auf den alle gewartet haben. Die **Finalisten** treten an zum Showdown. Ihre Teller sind geprägt vom 10-jährigen Jubiläumsmotto „**Koche dein Leben**“.

SAVE THE DATE:

16. & 17. November 2025
Grand Hall Zollverein, Essen

DU WILLST ALLE DETAILS?

www.kochdesjahres.de



HELGE STRAUB-SCHILLING



JULIO PIZARRO



FABIAN HÖCKNER



MASARU OAE



ERWIN DILLMANN



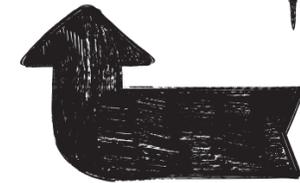
DANIEL WALLENSTEIN



NIKLAS REINHOLZ



HOL' DIR DEIN TICKET MIT 50% RABATT „KDJSAVE50“



WAS IST DENN HIER LOS

Auch die Jury kann sich mehr als sehen lassen – mit sterntragenden Juroren wie Sebastian Frank, Tim Boury, Nick Bril, Thomas Bühner oder Marco Müller. Aber das ist ja noch nicht alles! Der Markt der Innovation by INTERGAST lädt zum Austausch ein. Mit dabei sind die neuesten Trends von Herstellern wie Hendi, BigFood, Debic, Naarmann, Bürger, Moin, Philadelphia, De Buyer, Hügli, Surgital, Homann und Hilcona. On top wird euch in gewohnter Manier **Schmorde** und seine Crew mit Live-Cooking verwöhnen. Geleitet werden darf dann am Abend des 17. November bei der legendären Küchenparty mit DJs, Live-Acts und jeder Menge Leckereien. Auf nach Essen für das beste Essen des Jahres!





Qualität, Geschmack
und Vielfalt bei
Wurst und Schinken
für Großverbraucher.



Henkelmann GmbH & Co. KG
Wetterweg 2 · D-34471 Volkmarsen
www.henkelmann.de

APOLLO
Geflügel

PLUS



FÜR MEHR
TIERWOHL.
FÜR MEHR
NACHHALTIGKEIT.

- Stallhaltung PLUS (Haltungsform 2)
- Unterstützung der Europäischen Masthuhn-Initiative
- Antibiotikafreie Aufzucht
- Clean Label
- Keine Geschmacksverstärker
- Halal zertifiziert



HEIMER

Wild | Geflügel | Tiefkühlkost

Mehr Genussvielfalt
unter: heimergmbh.de



STALLHALTUNG
PLUS

Folgen Sie uns auf Social Media!



Vegeta

KRÄUTERSEITLING-
DIE NATÜRLICHE
ALTERNATIVE



- Absolut vielseitig
- schmeckt heiß & kalt
- als Tellermitte oder als Snack!



Vegeta Prinzip

- OHNE:
- ✓ deklarationspflichtige Zusatzstoffe auf Speisekarten*
 - ✓ künstliche Farb- und Konservierungsstoffe*
 - ✓ Hefeextrakt

* gemäß Lebensmittelzusatzstoff-Durchführungsverordnung

vegeta.de



Frischer
Pasta-Genuss
für jeden Tag



praktische
1000g
★★★

Bringen Sie mehr Abwechslung mit den Pasta-Spezialitäten von Steinhaus auf den Tisch. Vorblanchiert lassen sie sich unkompliziert zu tollen Gerichten zubereiten – ob klassisch gekocht, gedämpft, alla panna oder auch direkt als Nudelauflauf al forno – das ist Pasta-Genuss für jeden Tag!

www.steinhaus.net



GLUTEN-FREI!

Lunch-Hit

HIGHLIGHT FÜR IHRE MITTAGSKARTE!

- ★ Gnocchi für trendige mediterrane Menüideen
- Eine Kartoffelspezialität nach italienischer Rezeptur aus frischen Kartoffeln und feinen Gewürzen.
- Schne-frost Gnocchi eignen sich besonders für die schnelle Zubereitung als leckeres Pfannengericht oder im Combidämpfer, z.B. mit Salbeibutter, feinen Parmesanspänen und Pinienkernen.

Mehr Infos:
www.schne-frost.de

KARTOFFELN. IDEEN. GENUSS.



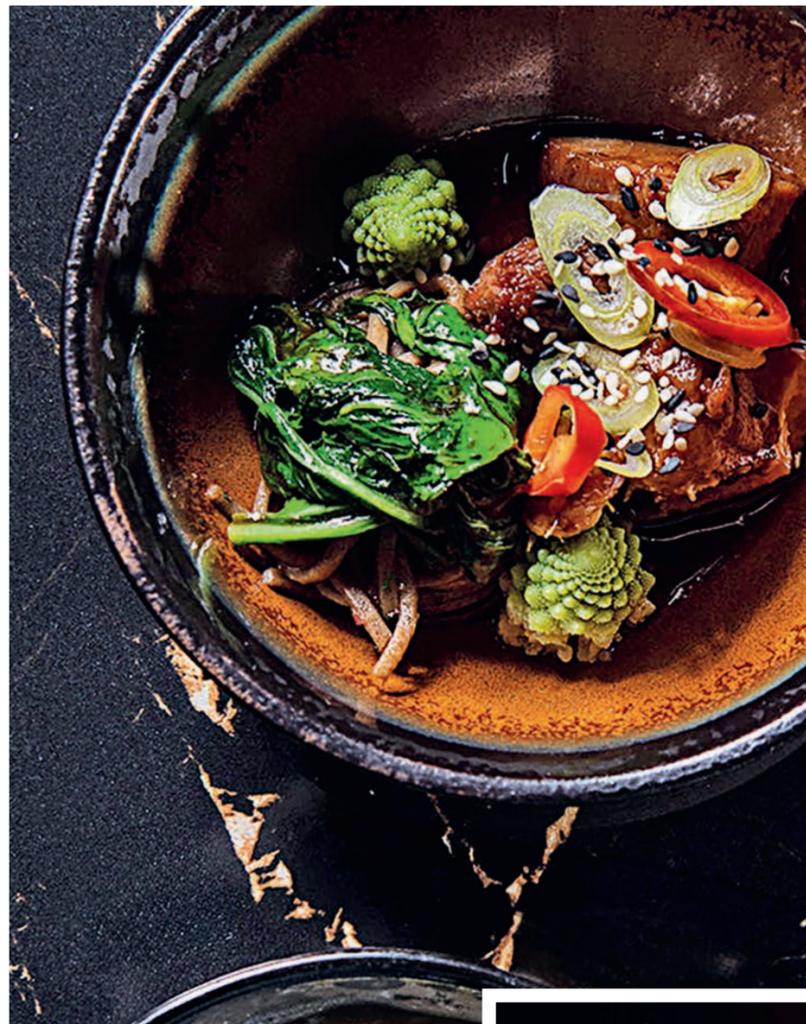
54	APPETIT AUF MEHR Stars are born
56	HALTUNGSSACHE Jetzt mal Klartext!
58	LET'S CELEBRATE 55 Jahre Fuß
60	HOCHGEKOCHT Die neue Spezies „Gast“
62	ON-OFF-BEZIEHUNG Food.Fame.Future.
64	AUF EIN WORT 7% Luft zum Atmen
66	IMPRESSUM Wer zu wem?

SUPPURT YOUPUR LOCALS

Statt langweiliger Küche gibt's hier einen Mix aus den geilsten Locations sowie Trends und News für die Hotellerie. Nicht zu fassen, dort drüben stehen sogar mega spannende Vorreiter und Weggefährten, eben alles Local Heroes.

STARS ARE BORN

Vergesst die weißen Tischdecken! Hier kommen unsere Fine-Dining-Tipps des Sommers. Unperfekt, welt offen und wunderbar. Diese Küchen wollen nicht gefallen, sondern begeistern. Mit Kombucha statt Kompromissen, mit Wald, Wiese und Wasabi und mit Köchen, die Bock auf Haltung haben.



ATAMA

Leidenschaft, Handwerk und ein Schuss Fernost im französischen Fundament, das ist **Atama by Martin Stopp**. Bereits aus dem LOUIS in Saarlouis bekannt, inszeniert Martin in seinem eigenen Kehrdichein Menüs, die spielerisch und kreativ überraschen. Da wären **Erdbeerkombucha mit Fenchel, Safran und Dill** oder **bretonischer Hummer mit Spitzmorcheln und Blumenkohl-Couscous**. Die Zutaten kommen direkt vom eigenen Hofgut oder aus dem Netzwerk regionaler Erzeuger. Unbedingt das Ambiente nebst der Küche bestaunen! Übrigens ist das Atama gerade als „Opening of the year“ direkt mit **zwei Sternen** ausgezeichnet worden. Respekt!

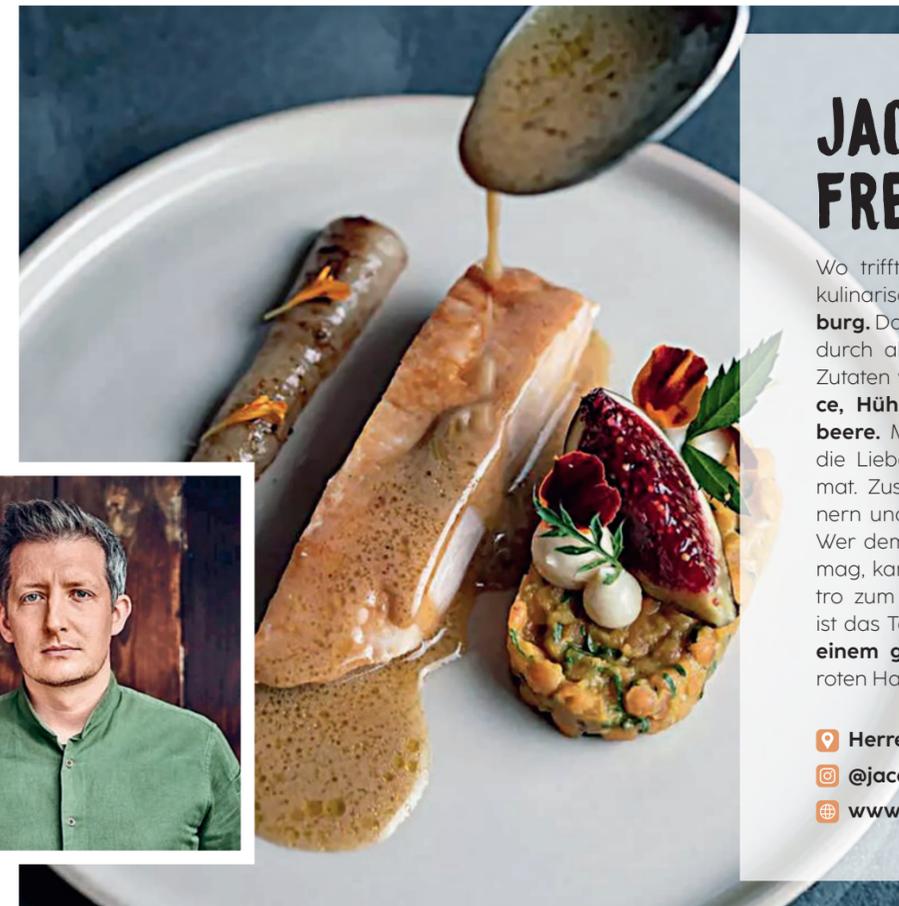
📍 Ensheimer Str. 20/St. Ingbert
📷 @atama_by_martinstopp
🌐 www.atama.de



JACOBI FREIBURG

Wo trifft badische Bodenständigkeit auf kulinarische Rebellion? Im **Jacobi Freiburg**. Das Menü führt dich einmal komplett durch alle Geschmäcker der Region mit Zutaten wie **Zander, Lamm, Grüner Sauce, Hühnerfrikassee, Melisse und Erdbeere**. Man merkt überall im Restaurant die Liebe zur Gastronomie und zur Heimat. Zusammenarbeitet wird mit Partnern und Erzeugern aus der Umgebung. Wer dem Team beim Arbeiten zuschauen mag, kann durch ein großes Fenster Gastro zum Erlebnis machen. Ausgezeichnet ist das Team bereits mit **einem roten und einem grünen Michelin-Stern** und zwei roten Hauben im Gault & Millau.

📍 Herrenstraße 43/Freiburg
📷 @jacobi-freiburg.de
🌐 www.jacobi-freiburg.de



WILDE KLOSTERKÜCHE

Kleines Dorf, großer Genuss ist in Brandenburgs Neuzelle Programm. Küchenchef **Christian Bauer** und sein lockeres Team servieren saisonale, regionale Küche aus Brandenburg und Berlin mit ordentlich Pfiff. Blickt man auf die Karte, findet man z. B. tolle 6-Gang Sommermenüs mit Zutaten wie **Kimchi mit Neuzeller Apfelbier und Ziegenfrischkäse, Fisch, Brokkoli und Kaviar** oder Spinat mit Vanille, Ricotta und Milchgelee. Das Ambiente? Gemütlich mit Blick auf das historische Kloster und einem Touch Berliner Coolness. Kein Wunder, dass das Restaurant jüngst mit **einem grünen Michelin-Stern** prämiert wurde. Unbedingt als Wochenendtrip einplanen!

📍 Bahnhofstrasse 18/Neuzelle
📷 @wildeklosterkueche
🌐 www.wildeklosterkueche.de



JETZT MAL KLARTEXT!

Sie hat gegründet, vernetzt und polarisiert. Mit ihrer Idee von CHEF:IN, einer wegweisenden Initiative, Deutschlands Spitzenköchinnen sichtbar zu machen, zieht frischer Wind in die Gastro-Szene ein. Wir treffen die Gründerin Denise Wachter und reden mit ihr über Haltung, Küchenrealität und Kalkül.

Denise, glaubst du, dass der so oft diskutierte Fachkräftemangel auch ein Führungsproblem ist?

Absolut. Wenn Menschen in der Gastronomie systematisch schlecht behandelt, unterbezahlt und überarbeitet werden, ist es kein Wunder, dass sie sich andere Berufe suchen. Viele unserer CHEF:IN-Köchinnen beweisen, dass es anders geht: **faire Arbeitszeiten, respektvolle Führung, Work-Life-Balance.** Dort, wo das passiert, gibt es weniger Personal-mangel.

Darf man Menschen nach ihrem Trinkgeldverhalten bewerten?

Wer systematisch schlecht oder gar nicht Trinkgeld gibt, zeigt eine bestimmte **Haltung gegenüber Menschen**, die ihm dienen. Das sagt schon etwas über den Charakter aus – nicht alles, aber etwas.

Lass uns über CHEF:IN reden. Wie kam es zu dieser Initiative?

Als Foodjournalistin sehe ich seit über 10 Jahren, wie talentierte Köchinnen arbeiten – aber viel zu selten in den Schlagzeilen stehen. Die Diskrepanz zwischen **vorhandenem Talent und mangelnder Sichtbarkeit** war für mich irgendwann unerträglich. CHEF:IN ist meine Antwort darauf: eine Plattform, die diese außergewöhnlichen Frauen endlich ins verdiente Rampenlicht rückt.

Was muss passieren, damit es CHEF:IN in zehn Jahren nicht mehr braucht?

CHEF:IN wird überflüssig, wenn es völlig selbstverständlich ist, dass Frauen in

Führungspositionen der Spitzengastro-nomie stehen. Wenn die Watch List nicht mehr nötig ist, weil **Köchinnen genauso sichtbar** sind wie ihre männlichen Kollegen. Wenn **strukturelle Probleme** wie fehlende Kinderbetreuung, unfaire Arbeitszeiten und toxische Führungskultur gelöst sind. Wenn die nächste Generation von Köchinnen nicht mehr gegen Windmühlen kämpfen muss, sondern einfach kochen kann.

Was könnte das andere Geschlecht von weiblicher Führung lernen?

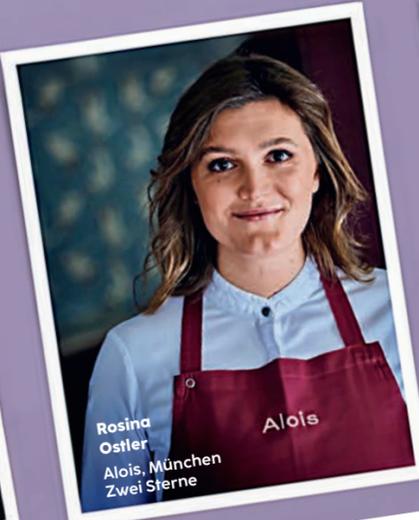
Empathie ist keine Schwäche, sondern eine Stärke. Viele unserer CHEF:IN-Köchinnen zeigen, dass man ein Team mit Respekt und auf Augenhöhe führen kann, ohne zu schreien oder zu demütigen. Sie schaffen es, kreative, inklusive Arbeitsumfelder zu entwickeln, in denen sich Menschen wohlfühlen und Höchstleistungen bringen. Das ist kein „weiches“ Management – das ist einfach **intelligentere Führung.**

Gibt es einen Kommentar, der dich wirklich verletzt hat?

Was mich immer irritiert, ist, dass sobald man sich für Frauen einsetzt, das im Umkehrschluss bedeuten soll, **man würde Männer bashen.** So ein Unsinn. Wenn wir über die außergewöhnlichen Leistungen von Köchinnen sprechen, nehmen wir niemandem etwas weg – wir **machen nur sichtbar**, was bereits da ist. Diese reflexartige Defensive zeigt mir, wie nötig unsere Arbeit ist. Gleichberechtigung ist kein Nullsummenspiel.



Nathalie Leblond
Les Deux, München
Ein Stern



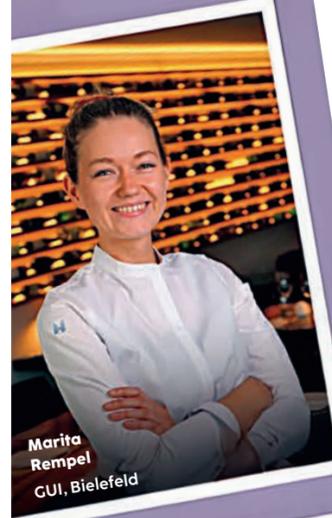
Rosina Ostler
Alois, München
Zwei Sterne



Sonja Baumann
Neobiota, Köln



Julia Komp
Sahila, Köln
Ein Stern



Marita Rempel
GUI, Bielefeld



Alina Meissner-Bebrout
Bi:Braud ein Stern
und Edda, ULM



Zora Klipp
Weidenkantine
und Blattgold,
Hamburg



Denise Wachter, Gründerin



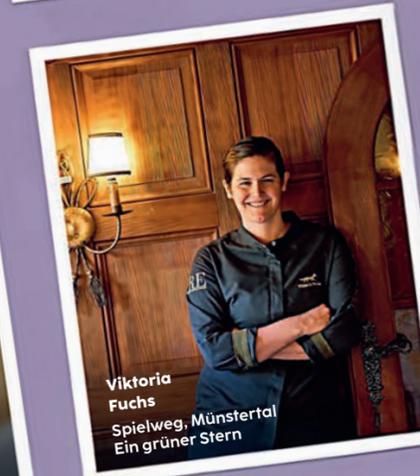
Sophia Rudolph
LOVIS, Berlin



Sarah Hallmann
Hallmann & Klee, Berlin
Ein Stern



Cornelia Fischer
Überfahrt, Tegernsee
Ein Stern



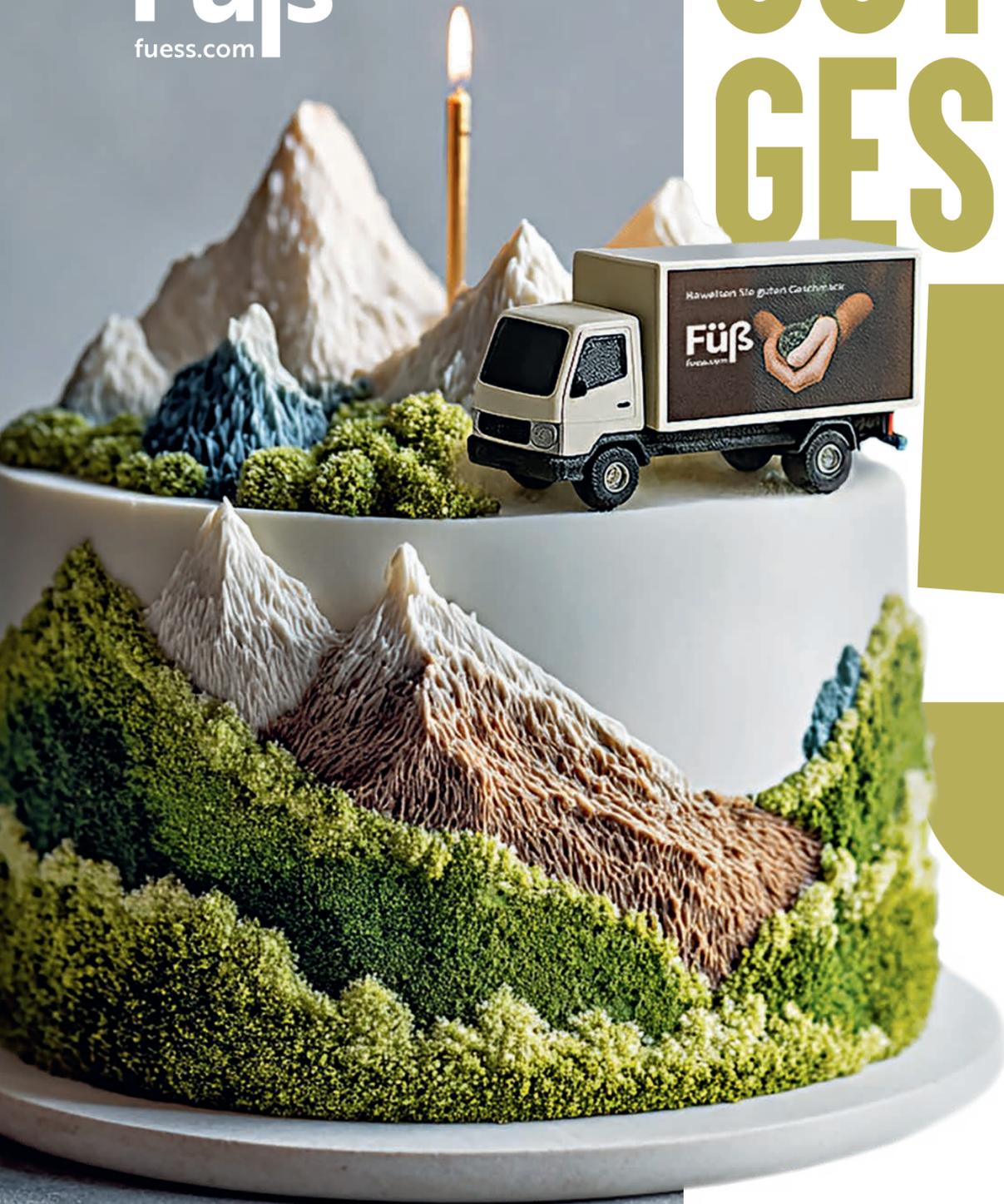
Viktoria Fuchs
Spielweg, Münstertal
Ein grüner Stern

CHEF:IN

Die Initiative CHEF:IN präsentiert online eine „Watch List“ der einflussreichsten Küchenchefinnen Deutschlands. Mit dabei sind z.B. **Julia Komp, Leitner, Zora Klipp, Julia Komp, Viktoria Fuchs** oder **Alina Meissner-Bebrout.** Durch Events, das immer größer werdende Netzwerk und eben die Sichtbarkeit für alle Frauen in der Gastro-Szene entstehen so neue Ideen und Konzepte, die die Gastro-welt aufrüttelt.

Draußen saftig grüne Weiden und Wiesen, das leise Läuten der Kuhglocken und Summen der Bienen, drinnen der Duft von aromatischem Rinderfilet auf dem Grill – und im Kühlhaus stapeln sich geschmackvolle Lebensmittel bis unter die Decke. Seit 1970 wissen Allgäuer Küchenchefs: Wer Gäste glücklich machen will, bestellt bei

Füß
fuess.com



**GUTER
GESCH**

5

MACK

5
**SEIT
JAHREN**

VOM WILDSPEZIALISTEN ZUR GENUSSCHALTZENTRALE

Bei Füß stehen Menschen mit Handschlag und Haltung für guten Geschmack. Ob Sternehotel am See, Alpe oder Wirtshaus im Dorf. Füß bringt Frische, auf die Verlass ist und das seit 55 Jahren. **Gegründet von Helga und Adolf Füß** als Fleischerei in Burgberg, gewachsen über Sonthofen nach Immenstadt und heute Herzstück der Allgäuer Food-Szene. 2023 wurde mit dem eigenen digitalen Warenwirtschaftssystem ein neues Kapitel aufgeschlagen: **Noch mehr Auswahl, schnellere Lieferung, mehr Überblick für Küchenprofis.**

Chef **Herbert Füß** führt das Familienunternehmen in zweiter Generation, hält Kurs zwischen Tradition und Hightech – immer mit Liebe zum Handwerk und Respekt für den Gast. Seit Beginn des Jahres ist das Geburtstagskind Füß INTERGAST-Mitglied. Grund für uns, zu gratulieren und nach seinem Erfolgsrezept zu fragen.

WIE FÜHLT SICH DER START ALS INTERGAST- MITGLIED AN UND WAS ERWARTET IHR VON DIESER ZUSAMMENARBEIT?

Der Start als INTERGAST-Mitglied fühlt sich sehr gut an. **Die Zentrale bietet ein großes Portfolio** an Dienstleistungen und wir haben Zugriff auf 1200 Eigenmarken-Artikel, was das Dreifache von vorher ist. Die ganze IT-Unterstützung mit Webshop und Modulen hatten wir auch vorher noch gar nicht.

WELCHER KUNDE / LIEFERANT HAT DICH IN 55 JAHREN AM MEISTEN ÜBERRASCHT?

Wir haben so viele Kunden, die die **Partnerschaft mit uns leben** und sich super weiterentwickelt haben. Bei den Lieferanten haben wir auch viele tolle Partnerschaften, auf die wir stolz sind.

GIBT ES EINEN TRAUM ALS UNTERNEHMER, DEN DU DIR NOCH ERFÜLLEN MÖCHTEST?

Nein, da ich alles für mich persönlich erreicht habe, was ich mir **je erträumt** hätte. Ein tolles Team, auf das ich sehr stolz bin, eine wunderschöne Firma, die mich jeden Tag mit Stolz erfüllt und anspruchsvolle Kunden, die ich mag.

HAST DU DENN EINEN WUNSCH AN DIE GASTRO?

Die Gastronomie benötigt wieder **bessere Rahmenbedingungen**, damit sie von ihrem hohen Arbeitseinsatz wieder gut leben kann. Aktuell geht es in die falsche Richtung.

WIE WEIT GEHT DIE DIGITALISIERUNG IM FOOD-SERVICE IN DEN NÄCHSTEN JAHREN?

Wir selbst haben die letzten Jahre schon sehr viel digitalisiert. Unsere Prozesse wie z. B. **belegloses Arbeiten** oder die **automatische Verbuchung von Kreditoren und Debitoren** sind neu. Pick-by-Voice für die Kommissionierung wird auch genutzt. Die digitale Reise wird weitergehen. Trotzdem pflegen wir auch immer das Zwischenmenschliche im Kontakt mit Lieferanten und Kunden, denn beides ist wichtig!

Herbert Füß,
Geschäftsführer



DIE NEUE SPEZIES

Gast

„Bitte ohne dies, aber mit jenem. Habt ihr auch...? Was ist dazu passend euer Signature-Drink? Wie lange dauert es? Ein Foto bitte noch von mir und bitte ganz langsam die Sauce für die Story angießen!“
Willkommen im Jahr 2025. Gäste bewegen sich irgendwo zwischen perfektem Tellerfoto und tiefer Sehnsucht nach Genuss und Sinn.

AUTHENTISCH BITTE, ABER PRONTO!

Moment mal, wieso geben Gäste eigentlich mehr Geld aus, obwohl sie seltener essen gehen? Weil Essen heute kein Snack mehr ist, sondern ein Statement. Laut BMEL 2024 legen satte **91 % der Gäste** höchsten Wert auf **gesunde Ernährung**. Fermentiertes, Bowls und alkoholfreie Cocktails katapultieren Umsätze nach oben und was auf dem Teller landet, symbolisiert deinen Anspruch an **Identität, Ethik** und **Lifestyle**. Dazu darf es gerne regional, nachhaltig und handmade sein. Auch bei Getränken verschiebt sich das Spielfeld. Alkoholfreier Gin oder Ingwer-Shots punkten mehr als Long Island Iced Tea und Verwandte. Ganze 15 % mehr Umsatz als noch vor drei Jahren sind mit dem Sober-Trend zu verzeichnen.

WIRTSCHAFTLICHE REALITÄT

Die neue Wertewelt kostet natürlich auch mehr. Bessere Zutaten, digitale Systeme, geschulte Fachkräfte; alles Investitionen, die sich auszahlen. Die Formel lautet ganz simpel: **Qualität + Authentizität = höhere Akzeptanz der Preise**. Das Personal bekommt dazu weit mehr an Bedeutung. Die Mitarbeiter werden zu Experten, müssen Social Skills beherrschen und dazu am besten Ernährungswissenschaftler sein. Sie werden zu Markenbotschaftern des Unternehmens, in welchem sie arbeiten und streamen gleichzeitig die neue Karten rauf und runter, damit noch mehr neue Gäste kommen.

Wir fragen bei Küchenchef und Newcomer des Jahres 2022, **Simon Bantle**, vom Goldenen Engel in Ithringen nach. Das traditionsreiche Gasthaus steht für bodenständige klassisch-französische Gastronomie. Ihm gegenüber steht der erfahrene **Matthias Gfrörer** mit seiner bedingungslos nachhaltigen Gutsküche vor den Toren Hamburgs.

GÄSTE SIND HEUTE WEDER TYPISCHE

Gourmets
**NOCH REINE SMART-
PHONE-JUNKIES.**

SIMON, WIE SIEHST DU DEN GAST VON HEUTE UND WIE BEGEGNEST DU IHM?

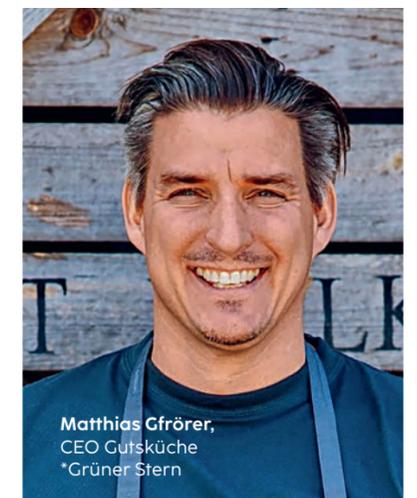
Der Gast heute ist anspruchsvoller. Es wird mehr auf gesunde Ernährung geachtet. Darauf, **was man isst, woher es kommt und in welchen Mengen** man isst. Ich habe das Gefühl, es müssen keine übermäßig großen Portionen mehr sein, sondern lieber frisch und gesund gekocht werden. Es wird mehr auf Herkunft und Regionalität der Produkte geachtet als früher. Daher mein Rezept für das Zwischenmenschliche mit dem Gast: **Überrasche ihn mit Kleinigkeiten**, ohne ihn zu überfordern. Gäste lieben es unkompliziert, freuen sich dann aber natürlich über einen WOW Effekt.



Simon Bantle,
Küchenchef Restaurant
und Hotel Goldener Engel

MATTHIAS, DEINE EMPFEHLUNG FÜR DEN GAST VON MORGEN?

Um unsere zukünftigen Gäste glücklich zu stimmen, setzen wir nicht nur auf größtenteils eigene Produkte vom Hofgut Wulksfelde mit guter Geschichte dahinter, sondern auch auf **Saisonalität und Nachhaltigkeit**. Meiner Meinung nach ist Nachhaltigkeit in die Mitte der Gesellschaft gerückt. Anders als früher. Grund ist das Umdenken bei Massentierhaltung und dem, was man kauft bzw. isst. Wir sehen daher, dass sich unsere Gäste und vor allem die Jüngeren sehr stark an nachhaltigen Stories und freundlichem Service orientieren.



Matthias Gfrörer,
CEO Gutsküche
*Grüner Stern



Wo trifft Social-Media-Gastro auf Spitzenköche, wo wird Pizza zum Event, KI zum neuen Standard und Wein zum Netzwerkmoment? Natürlich auf dem OMR-Festival. Und mittendrin? Wir. Für euch. Denn wer wissen will, wie Gastro morgen schmeckt, muss dahin, wo heute über Zukunft diskutiert wird. Also Schürze um, Sinne auf Empfang – hier kommt unser Deep Dive durch die OMR 2025!

Vergesst alles, was ihr über klassische Gastro-Messen wisst. OMR ist ein digitaler Jahrmak, ein Think-Tank und eine Bühne für alles und alle, die hungrig auf Zukunft sind. Ob KI-gestützte Kalkulation, smarter Einkauf, Social-Media-Storytelling, Pricing, Personal und Gästeerlebnisse; nichts bleibt nur analog. Auf der OMR werden die neuesten Erkenntnisse und Ideen diskutiert und direkt am Publikum getestet. Natürlich heißt das für uns: nichts wie hin. Wir waren 2 Tage mit über 67.000 weiteren Besuchern und 1.000 Ausstellenden und Partnern für euch vor Ort.

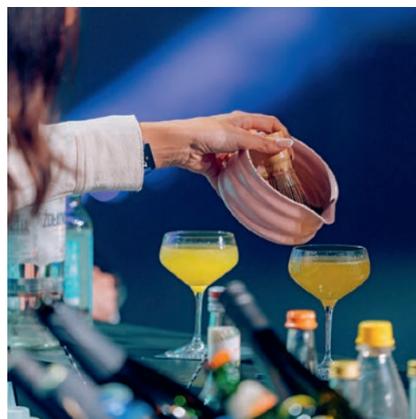
MENÜ FÜR MACHER VON MACHERN

Sobald die Lichter der Blue Stage abends ausgingen, verwandelte sich die Bühne in die heiß begehrte Food Stage mit Sebastian Merget als Host. Geladen waren Größen wie Alexander Herrmann, Sepp Schellhorn, Kemal Üres, Alina Meissner-Bebrou, Heiko Antoniewicz oder Julian Claßen aka Julienco. Sie diskutierten über Branchentrends wie Influencer-Marketing 2.0, Kreativität als USP, Gamification, wie KI die Küche verändert, den Wandel der Gastro, Stress in der Küche, Geheimnisse hinter perfekten Menüs und die Kunst, herausragenden Service zu kreieren. Auch mega spannend: Was passiert, wenn eine starke Personality und eine kreative Brand aufeinandertreffen? Wie bringt Show-Charakter den Algorithmus zum Kochen?

FOOD

FAMILY

FUTURE.



Beim „Pizza Roulette“ entschied das Publikum, welche schräge Pizzakreation am Ende gewann, der „Vier Flaschen Wein-Talk“ lieferte spannende Insider-Stories und Praxistipps und wir bekamen Einblicke in das Catering der Formel 1, das die F1-Elite rund um den Globus mit Qualität und herausragenden Leckerbissen versorgt. Fakt ist, dass wir viele nützliche Insights von Machern und zukunftsdenkenden Menschen für euch mit nach Hause nehmen konnten. Doch eins soll uns allen immer in Erinnerung bleiben: Ryan Reynolds brachte es auf der Bühne auf den Punkt, als er sagte: „Perfektionismus ist eine verdammt Krankheit. Man sollte immer bereit sein zu versagen, um gut zu sein.“

WARUM PFLICHTPROGRAMM

Die OMR ist Schmelzriegel, Labor, Reality-Check und Entertainment pur. Es werden die Food-Trends von morgen diskutiert, getestet und direkt auf die Branche losgelassen. Wer wissen will, wie moderne Gastronomie funktioniert, holt sich hier Impulse, Kontakte und vor allem Lust auf Veränderung. Und auch im kommenden Jahr sind wir wieder für euch am Start, wenn es am **5. und 6. Mai 2026** wieder heißt: Ready für Zukunft?

MEHR DETAILS UND TICKETS
GIBT'S AUF WWW.OMR.COM

Die Branche jubelt. Laut Koalitionsvertrag von Union und SPD wird die Umsatzsteuer ab 1. Januar 2026 dauerhaft auf 7% gesenkt. Auch an Arbeitszeitengesetzen soll gerüttelt werden. Wissenschaftlich betrachtet ist die Entscheidung ein Drahtseilakt. Es drohte das Gaststerben und zeitgleich ist die Wende ein Beweis, dass die Gastronomie systemrelevant und zugleich am Limit ist. Sind die Aussichten Pflaster oder echte Heilung?

Während der Pandemie wurde der Steuersatz auf Speisen vor Ort auf 7% gesenkt. Seit Januar 2024 ist man politisch wieder zurückgerudert auf die gewohnten 19%. Doch Corona-Hilfszahlungen wurden teils zurückgefordert, viele Mitarbeitende sind nie wieder in die Gastronomie zurückgekehrt und von explodierenden Energiekosten und weiteren Steuererhöhungen darf man erst gar nicht anfangen. Was Verbände und Gastronomen laut fordern, ist längst überfällig. Wirte leben ihre Passion für guten Geschmack. Sie stehen für Leben und sind Orte der Begegnung, die Gäste sich leisten können sollten.

Wir fragen bei Gereon Haumann, Präsident DEHOGA Rheinland-Pfalz und Dr. Marcel Klinge, Vorstandssprecher & Co-Founder der DZG nach, wie sie die politischen Entscheidungen bewerten.



AB ZU
NOCH MEHR
KLARTEXT!



Dr. Marcel Klinge,
Vorstandssprecher &
Co-Founder der DZG

Gereon Haumann,
Präsident DEHOGA
Rheinland-Pfalz

GEREON, WIE SIEHST DU DIE 7%?

Die Einführung der reduzierten MwSt. von 7% auf Speisen ab dem 1. Januar 2026 ist eine richtige und wichtige Entscheidung der neuen CDU/CSU geführten Bundesregierung. Damit wird **Steuergerechtigkeit** geschaffen. Die Gäste profitieren davon gleich dreifach: erstens wird ihr Lieblingslokal damit im **Fortbestand gesichert**, zweitens bleiben die **Preise stabil** und drittens können die Gastgeber in die Qualifizierung ihrer Mitarbeiter und/oder die Qualität ihrer **Betriebe investieren**.

WO SOLLTE DIE KOALITION EVTL. NACHBESSERN?

Die Einführung einer **Wochenhöchst-arbeitszeit** statt einer Tageshöchst-arbeitszeit begrüße ich außerordentlich! Durch die Umsetzung der europäischen Arbeitszeitchrichtlinie wird dadurch endlich das möglich, was in vielen europäischen Ländern längst Praxis ist. Damit wird auch dem Wunsch vieler Mitarbeitenden nach **flexibleren Arbeitszeitmodellen** entsprochen und zudem den Gästen die Möglichkeit gegeben, häufiger und länger in ihre Lieblingslokale einzukehren.

MARCEL, IST JETZT ZEIT FÜR DANKBARKEIT ODER FÜR WEITERE UNBEQUEME FORDERUNGEN?

Wir sollten auf jeden Fall aktiv kommunizieren, dass wir dankbar sind für die Entlastungen und aufzeigen, was am Ende Positives mit dem Steuergeld passiert. Weitere Ideen gibt es natürlich, wie z. B. die **Ausweitung der 7% auf Getränke**, die unseren rund 40.000 Bars, Cafés und Kneipen wirklich helfen würde.

DURCHHALTEN BIS JANUAR 2026 ODER DURCHSTARTEN?

Am besten wäre es natürlich, wenn die angekündigten Entlastungen – neben der Umsatzsteuerreduzierung sollen z. B. auch die Energiekosten sinken – **schon im Sommer 2025** umgesetzt werden würden. In diesen Monaten wird bei uns der größte Umsatz gemacht. So oder so müssen wir in Berlin aber dafür sorgen, dass die **Standort- und Betriebskosten** nicht noch weiter steigen. Dies gilt insbesondere für die erst jüngst gestiegenen **Sozialversicherungskosten**, die die Gastwelt mit ihrem überdurchschnittlichen Personalkostenanteil besonders stark belasten.



WÜRZ DICH GLÜCKLICH!

Werde zum Würzprofi und hol dir jetzt unsere bewährten **Cuisine Noblesse** Gewürze im neuen, bunten Design, das sofort Spaß beim Kochen macht.



IMPRESSUM

HERAUSGEBER

INTERGAST
Grossverbraucher-Service
Handelsgesellschaft mbH
Hanns-Martin-Schleyer-Str. 2
77656 Offenburg
E-Mail: info@intergast.de
www.intergast.de

GESCHÄFTSFÜHRER

Ralf Lambert

KONTAKT | HERAUSGEBER

Anette Hill

CHEFREDAKTION

Herz & Keule
Bettina Schneider
www.herzundkeule.de

KONZEPTION & GESTALTUNG

Baum & Garten GmbH
Jan Burlon-Baumgärtner,
Hamburger Allee 45
60486 Frankfurt am Main
www.baumundgarten.com

KREATION & ART DIREKTION

Ester Krevskaja

REINZEICHNUNG & LEKTORAT

msg medien-service-gmbh
www.m-s-g.de

BILDNACHWEISE

INTERGAST, Alamy Shutterstock, Stocksy, Unsplash, AdobeStock, iStock, Midjourney, ChatGPT, Ballabeni Icecream, Klevering, Bloomingville, Kave Home, Byron design, Printworksmarket, Heimat Distillers, Drink Mamas, Sober Spirits, Drink Polly, Value Food, Peter Jauch, Sascha Stenberg / @Mario Stockhausen, Philipp Vogel, Markus Suntinger, Melanie Bauer, Christian Poschner, Atama, Jacobi, Wilde Klosterküche, Denise Snieguolė Wachter / @Jana Mai, Füß / @Marco Mehl, Simon Bantle, Matthias Gfrörer, Dominik Schreiner, Nicolas Neumüller, Angi Regenbrecht, Julian Huke, Ronny Barthel, Laura Riske, Dr. Marcel Klinge, Gereon Haumann

DRUCK

Braun & Sohn Druckerei GmbH & Co. KG
Am Kreuzstein 85
63774 Maintal

Der Inhalt dieses Produktes ist urheberrechtlich geschützt. Nachdruck oder die Übernahme von Inhalten auf andere Websites sowie die Vervielfältigung auf Datenträger dürfen, auch auszugsweise, nur nach schriftlicher Zustimmung durch INTERGAST erfolgen.

DIE NÄCHSTE CHEF TASTE ERSCHEINT IM OKTOBER 2025.

Since 1878 **Marie Thumas**
Professional



Das Gemüse ist vorgewürzt und die meisten davon auch vorgekocht, so dass es nur kurz und einfach aufgewärmt und serviert werden muss. Es ist unglaublich einfach.

Das Gemüse von Marie Thumas strotzt nur so vor Geschmack. Wir haben unser Know-how eingebracht, damit Sie mühelos köstliches, gewürztes Gemüse servieren können. Lecker und einfach.



Das sorgfältig ausgewählte Gemüse wird zu einzigartigen, köstlich gewürzten kulinarischen Gemüsemischungen verarbeitet. Das Ergebnis? Ein Geschmackserlebnis, wie Sie es noch nie erlebt haben.

CONTACT US

Besuchen Sie unsere Website



oder schreiben Sie uns eine E-Mail info@mariethumas.eu, um weitere Informationen zu erhalten



Kinderleicht:

Essensbestellung, die jedem schmeckt.

Das Digital-Upgrade für
die Gemeinschafts-
verpflegung &
Gastronomie

Schluss
mit Chaos
in der
Mensa!



Alle IGON-Vorteile
gibt's hier!

