CHEFDE CUSINE



ECHT DIGITAL!

MEHR RAUM, MEHR KUNDE, MEHR GENUSS

MÄNNERSACHE | JETZT WIRD ABGERECHNET!
SMART KITCHEN & LIVING | MIT ALEXANDER KUMPTNER



LIEBE LESERIN, LIEBER LESER.

GERADE DER GROSSHANDEL ALS BINDEGLIED ZWISCHEN DEN EINZELNEN WERTSCHÖP-FUNGSSTUFEN MUSS MÖGLICHKEITEN NUT-ZEN UND AUFZEIGEN, DIE DIE DIGITALISIE-**RUNG MIT SICH BRINGT. DIE GEFAHR IST, DASS** WIR SONST VON TRENDS, DER DIGITALEN PLATTFORMWIRTSCHAFT UND DER DAMIT VERBUNDENEN PREISTRANSPARENZ ÜBER-**ROLLT WERDEN. UNS IST BEWUSST. DASS DER** WETTBEWERBSDRUCK SOMIT PERMANENT STEIGT, UND GERADE BEI DIESER ENTWICK-LUNG IST UNSER ALLER HANDELN GEFORDERT.

In vielen Unternehmen steht die digitale Transformation bereits auf der Agenda, aber viele wissen auch nicht, wie sie dieses Thema überhaupt angehen sollen. Digitalisierung ist nicht nur gleichzusetzen mit raffinierten neuen IT-Lösungen, einer Digitalstrategie oder smarten Gadgets von morgen.

Digitalisierung beginnt in unseren Köpfen und in der Offenheit gegenüber Veränderungen. Oder hätten Sie noch vor zehn Jahren daran gedacht, mit einer Uhr oder dem Smartphone im Restaurant zu bezahlen? Ganz sicher nicht. In vielen Unternehmen sitzen bereits Digital Natives, die mit solchen Neuerungen ganz selbstverständlich umgehen, da sie eben mit diesen Entwicklungen groß geworden sind. Doch genauso gibt es Generationen, die z.B. von der Floppy Disc bis heute zur Cloud alles an Speichermedien kennenlernen durften und sich immer wieder neu anpassen mussten. Diese Mitarbeiter gilt es bei diesem Change Prozess zu motivieren und mitzunehmen, damit sie den Nutzen der Digitalisierung erkennen.

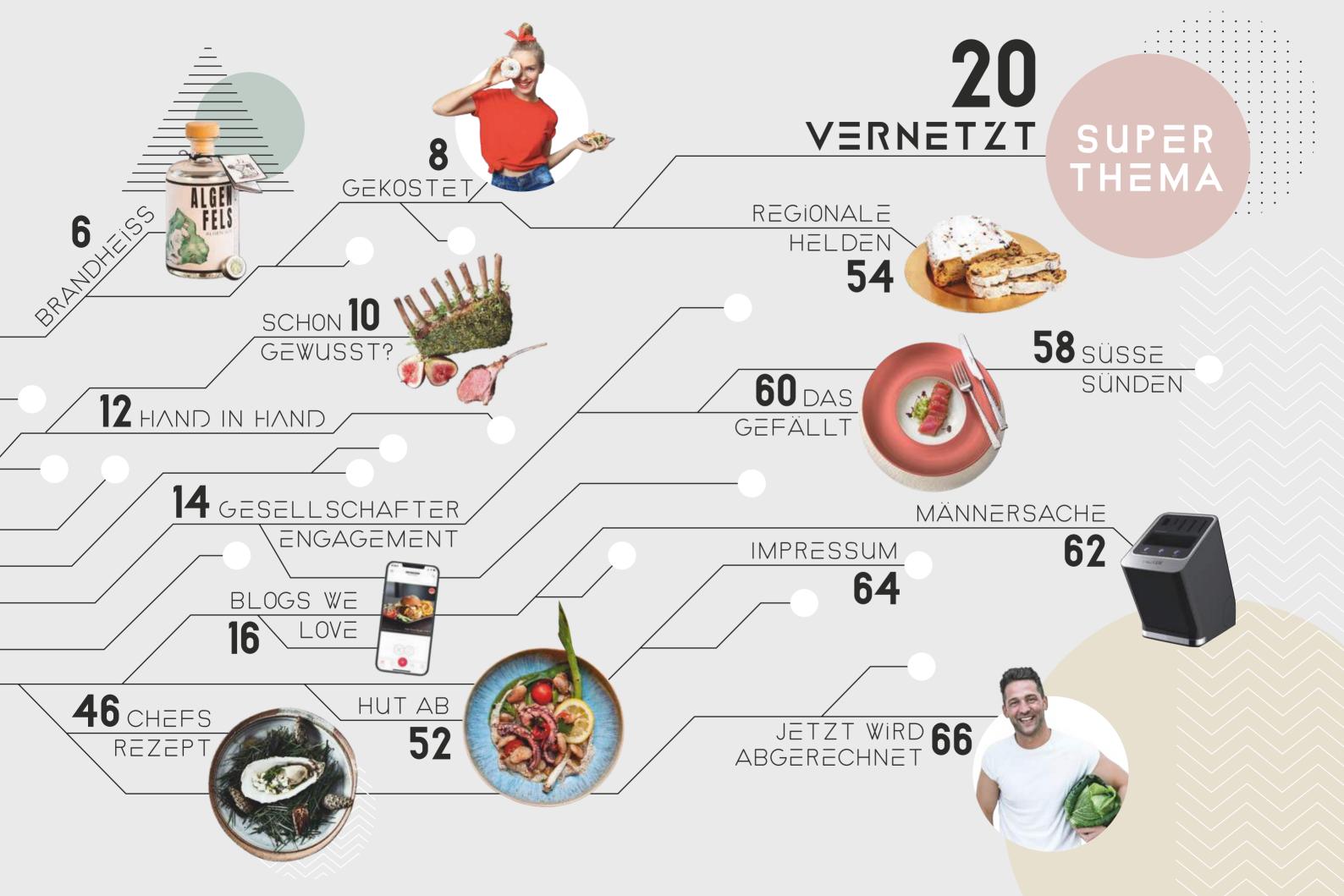
Befassen wir uns mit Unternehmensstrukturen, so müssen wir ebenfalls begreifen, dass Digitalisierung ganz neue Chancen, Absatzwege und Kundenbeziehungen schaffen kann. Groß geschrieben werden in diesem Zusammenhang Prozessoptimierungen für schnellen und reibungslosen sowie transparenten Warenfluss und kundenseitig der Servicegedanke. Wollen wir Innovationen auf den Weg bringen, Kunden glücklich machen und allen Beteiligten entlang der Food-Wertschöpfungskette ein Stück weit Optimierung bieten, so müssen wir unsere

Kunden kennen und unsere Stärken bündeln.

12 HOT STORIES

In dieser Ausgabe nehmen wir Sie in 12 HOT STORIES mit auf die Reise in die digitale Transformation und zeigen Ihnen, wie digital Sie bereits sind, sein können und werden könnten. Außerdem zeigen wir, wie digital einige unserer Gesellschafter bereits arbeiten und denken, und schauen genussvoll in den Herbst/Winter.

> Ihr Ralf Lambert Geschäftsführer INTERGAST



WIE WARS DENN DAMIT?

WIR SCHLEMMEN UNS MIT VOLLGAS IN DEN HERBST!

SO LECKER SIND DIE AUSGESUCHTEN TRENDS UND INNOVATIONEN IM REGAL. DABEI SCHMECKEN SIE NICHT NUR. SON-DERN ÜBERZEUGEN DAZU OFTMALS AUCH MIT ECHT HELDENHAFTEM UND NACH-HALTIGEM HINTERGRUND. WENN DIE TAGE WIEDER KÜRZER WERDEN, WIR UNS DEN SÜNDEN AUF DEN TELLERN DIESER **WELT OHNE REUE WIDMEN UND NACH** HERZENSLUST SCHLEMMEN, DANN KOM-MEN DIESE FOOD NEWS GENAU RICHTIG. PROBIEREN GEHT ÜBER STUDIEREN!

Das ist der Grundgedanke von Original Beans. Das Unternehmen sucht, schützt und verarbeitet die edelsten und seltensten Kakaosorten der Welt zu exklusiver, purer Schokolade und **pflanzt** für jede **verkaufte Tafel einen Baum** im Regenwald. Die Mission geht auf, denn die besten Köche, Patissiers, Hotels und Hobbyköche aus aller Welt verbindet der gemeinsame Genuss von Schokolade und Original Beans. Sie verwenden Kakaos und Kuvertüren der Bio-Schokoladen-Firma.

72 g, www.originalbeans.de



MARINE EXOTIK

500 ml, www.algenfels.de

Handcrafted Premium Dry Gin auf der Basis von Mikroalgen? Genauso spannend wie es klingt. Bei der Herstellung des Gins ist die Chlorella-Alge der Star unter den zahlreich enthaltenen hochwertigen Botanicals. Ein Hauch marine Exotic. Zusätzlich finden Süßholz, Orangenblüten, Kardamon und ein Hauch von 7itrusfrüchten hier Platz, Entwickelt wurde der Gin von Start-up Phytolinc, einem jungen Spin-off der Uni Köln



MEHR UMAMI BITTE!

270 g, www.antoniewicz.org

Natürliche Geschmacksverstärker kom men in fast allen Lebensmitteln vor und haben eine lange Tradition. Liquid Flavour ist ein flüssiges Würzmittel, das ausschließlich aus naturbelassenen Komponenten hergestellt ist. Es hebt und potenziert den Eigengeschmack aller Speisen und unterstützt damit den 5. Geschmackssinn: Umami. Es ist universell einsetzbar und unterstreicht Aromenharmonien optimal, somit kann der Salzgehalt in den Speisen um ein erhebliches Maß reduziert werden.



DAS BESTE AUS DEN ALPEN

350 g, www.aromica.de

Für alle Köche, die keinen Zugriff auf ein "kleines frisches Beet" haben. leisten Premium-Kräuter hervorragende Dienste. Die Kompositionen der AROMICA® Alpin-Linie tragen die wertvolle Natur Südtirols in sich und sind ein echtes Erlebnis für Gaumen und Auge. Wir lieben den außergewöhnlichen Latschenzucker.



240 g, www.daregal.com

Frische Akzente beim Anrichten auf dem Teller gewünscht? Die tiefgekühlten Coulis von cooleaze sind nicht nur optisch ein richtiger Farbklecks, sondern schmecken auch wirklich sehr intensiv und runden Gerichte aromatisch ab. Die Rote Bete und der Ingwer harmonieren mit der nordischen Küche, Fleisch und Fisch, Sandwiches und Wurzelgemüse





Größte Vielfalt weit und breit

- Vertraute **Qualität** aus den besten **Anbaugebieten**
- Verlässliches Handling mit Standstabilität für die Profiküche
- Umfangreiches Sortiment an Spezialitäten und außergewöhnlichen Mischungen für garantierte Abwechslung

NEU im Sortiment!







AUS 2 MACH 1

LECKER TRENDY HYBRID-FOOD-HYPE ...

HEUTE LIEBER SUSHI ODER BURRITO? CROISSANT ODER DOCH LIEBER EINE WAFFEL? ODER EINE SAFTIG-KROSSE PIZZA AUS DER ... FRITTEUSE? JA, RICHTIG GELESEN. DIE AUFKLÄRUNG GIBT ES SPÄTER. WAS WIR ABER VORNEWEG SAGEN KÖNNEN, IST, DASS HYBRID-FOOD EINE DER LECKERS-TEN UND SPANNENDSTEN KÜCHENEMANZIPATIONEN IST. ERST WAR ES NUR EIN TREND AUS BIG APPLE. JETZT SIND DIE SKURRILEN KREUZUNGEN AUCH BEI UNS AUF DEM VORMARSCH.

ALLER ANFANG: DIE CRONUT-REVOLUTION

Die Grundidee hinter dem so futuristisch klingenden Begriff "Hybrid-Food" ist dabei ebenso genial wie simpel: Kulinarische Leckerbissen werden zu einer ganz neuen Food-Kreation vereint.

Heraus kommen dabei sogenannte Zwitter mit Namen wie Cragel, Cronut, Cruffin oder auch Croiffle. Den weltweit ersten Erfolg mittels Hybrid-Food hatte die "Dominique Ansel Bakery" im Jahr 2013. Sie patentierte die einfache Kombination aus Donut und Croissant mit dem Namen Cronut. Auch heute stehen die Kunden noch stundenlang vor der Bäckerei, um den leckeren Kringel zu erwerben. Bis zu 50 EUR werden von Fans dieses unnachahmlichen Snacks

aus der bekannten Bäckerei hingelegt. Natürlich komen auch in Deutschland immer mehr Cronut-Doubles auf den Markt – natürlich unter neuem Namen. Eine weitere Abwandlung ist übrigens der **Macaronut** aus New sisch daherkommt, stellt der Macaron eine edle französische Süßspeise dar. In Kombination mit frischen Früchten einfach

NOCH NICHT GENUG? JETZT KOMMEN BURGER-BABY UND PTZZABOY!

r letzte Schrei in New York ist der sogenannte Ramen-Burger. Dabei werden die japanischen Nudeln kross **Jebraten** und dienen so als Ersatz für das Brötchen. ce und frische Salate ihren Platz. Eine äußerst ere Burger-Variante! Wer gerne Pizza isst, dem sei die Pizza frittiert wird. Bereits in der Nachkrieosküche verdienten sich so verarmte Hausfrauen Geld hinzu, denn das Holz für große Pizzaöfen war knapp und die Fritteuse

ODER DOCH LIEBER SUSHT ALS BASIS?

Sushi ist längst viel mehr als Trendfood. Es kombiniert Reis mit verschiedensten Meeresfrüchten, Fisch und Gemüsesorten. Als wenn dies nicht schon lecker genug wäre, gibt es nun neue Hybrid-Food-Kreationen wie den Sushi-Donut. Der Geschmack bleibt aber das japanische Fingerfood bekommt eine neue Größe; beim Dekorieren sind der Kreativität keine Grenzen gesetzt.

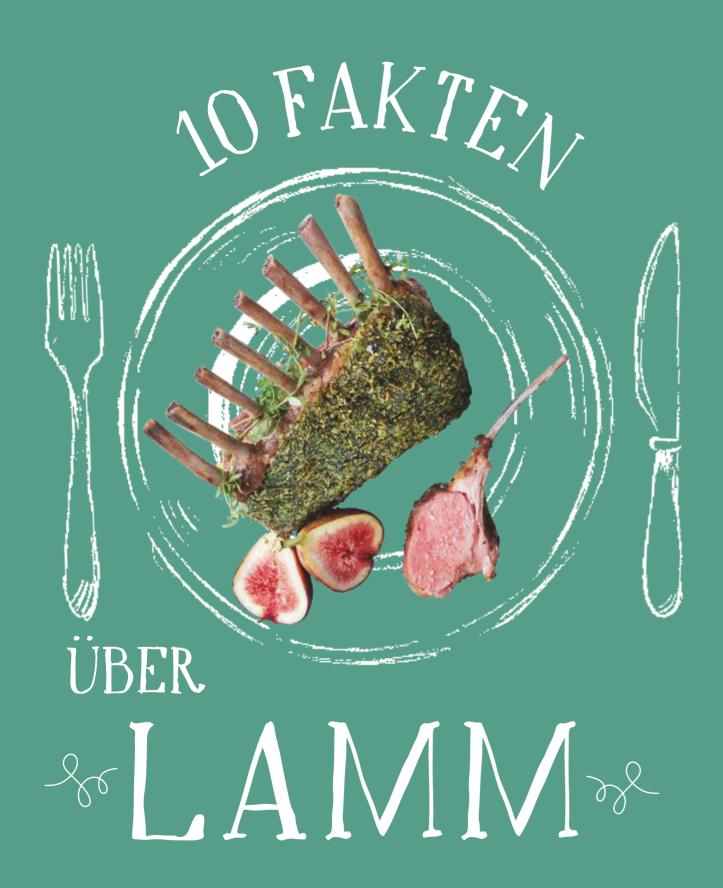


HYBRID IST SO HEALTHY!

Das kreative Ende der Fahnenstange ist längst nicht erreicht. könnten auf Bruffin, Cragel, Croliner, Choco-Kebab viele weitere leckere Food-Kompositionen eingevität gibt es mehr und mehr Blumenkohl-Pizza, Pasta-Zoodles

(Spaghetti aus Gemüsesorten für eine vegane oder kalorienärmere Ernährung) oder auch **Chia-Pudding** mit exotischen und heimischen Früchten als Standard im Außer-Haus-Markt. Kombinieren Sie doch einfach nach Lust und Laune und erfinden Sie Ihren ganz eigenen Zwitter. Vielleicht stehen auch schon bald bei Ihnen die Kunden Schlange?!





NEUSEELAND-LAMM

Seit dem 18. Jahrhundert ist **Neuseeland** ein **wichtiges Land für die Schafzucht**. In kaum einem anderen Land herrschen so ideale Voraussetzungen dafür wie hier: viel Weideland und ein ideales gemäßigtes bis subtropisches Klima. Dank der überwiegend traditionellen Haltung gilt das Fleisch als besonders mager und nährstoffreich.



SPORTSKANONEN

Mit ganzen 28,3 g Eiweiß pro 100 g ist Lammfleisch nicht nur für Sportskanonen ein **Top-Eiweißlieferant** und unterstützt so den Muskelaufbau und die -regeneration.

KRAKENBLICK Schon länger sind sich Biologen einig, dass sich bei

Pflanzenfressern wie Lämmern bzw. Schafen die Augen an der Seite des Kopfes befinden, damit sie ein panoramaartiges Sichtfeld haben. Auch sind ihre Pupillen anders als bei Raubtieren und Menschen: horizontal und rechteckig – wie bei Kraken.



Die Nachfrage nach Lammfleisch weist ein ausgesprochenes Saisonprofil auf. Mehr als ein Fünftel der jährlichen Einkaufsmengen der privaten Haushalte entfiel 2018 allein auf die drei Wochen vor Ostern. Der Großteil davon wurde unmittelbar vor den Feiertagen gekauft.

ÄUSSERSI

Je dunkler das Fleisch, desto höher ist der Anteil an Eisen Auch enthält Lammfleisch viele wichtige Mineralstoffe und **Spurenelemente** wie Kalium, welche entwässernd wirken und den Herzmuskel stärken können.

SHEEP-VIEW 360

Eine Frau von den Färöern wollte ihre Insel erfassen, wie es Google Streetview auch tut. Sie stattete jedoch **Schafe mit Kameras** aus und nannte das Ergebnis Sheep-View 360°.

WANN WIRD EIN LAMM EIN SCHAF?

Aus dem herzigen Wollknäuel. Lamm wird nach einem Jahr das Schaf. Als Lammfleisch gilt das Fleisch von Tieren die **zwischen dem 8. und 12. Monat** geschlachtet werden. Dieses Fleisch ist hellrot, leicht mit Fett durchzogen sowie zart und feinfaserig.

ICH BIN DER STÄRKERE!

Nach der Schur erkennen sich Schafe nicht mehr wieder und **fechten** erneut die Rangordnung aus.



'eltweit gibt es rund eine Milliarde Schafe und Lämmer mit etwa 900 verschiedenen Rassen und Schlägen.



Das Osterlamm symbolisiert Jesus im Neuen Testament "Agnus Dei" – das Lamm Gottes – genannt.







WIR WISSEN, WAS IM LAGER ABGEHT!

DIGITALISIERUNG MACHT LOGISTIK SCHNELLER, SICHERER UND EINFACHER

INNERHALB DER LOGISTIK NIMMT DIE LAGERLOGISTIK EINE ENORME ROLLE EIN, DENN HIER LAUFEN PROZESSE ZUSAMMEN: WAREN KOMMEN AN, WERDEN SORTIERT, GELAGERT UND FÜR DEN KUNDEN KOMMISSIONIERT. BESTELLUNGEN AUS DER GASTRONOMIE KOMMEN DABEI OFT SEHR KURZFRISTIG UND MÜSSEN INNERHALB VON 24 STUNDEN AUSGELIEFERT WERDEN. WIR SPRECHEN MIT UNSEREN GESELLSCHAFTERN FRIEDRICH WALTHER VON FRISCHDIENST WALTHER UND MICHAEL STADTFELD VON WASGAU C+C ÜBER TRENDS.

HERR WALTHER, WELCHE DIGITALEN TECHNO-LOGIEN BZW. ANWENDUNGEN SETZT WALTHER FRISCHDIENST AUSSERDEM IM LAGER EIN?

Wir haben seit Umbau ein Lagerverwaltungssystem im Betrieb und wissen so immer, wo sich die Ware im Lager befindet. Außerdem sind wir so komplett beleglos. Seit über zwölf Jahren setzen wir außerdem **Pick-by-Voice** für die Kommissionierung ein. In Richtung Warenausgang haben wir seit drei Monaten den elektronischen Lieferschein im Einsatz. Pick-by-Vision wäre aus unserer Sichtweise nicht optimal, da man bei verschiedenen Temperaturzonen im Lager außer Nebel so manches Mal nichts sehen würde.

SEIT DREI JAHREN ARBEITEN SIE MIT DEM ZWEI-GASSIGEN AUTOMATISCHEN TIEFKÜHLLAGER. WIE HAT DIESES SYSTEM DEN ARBEITSALLTAG VERÄNDERT?

Die Kommissionierung hat sich wesentlich verändert. **Die Ware geht nun zum Mann und nicht der Mann zur Ware.** Im Klartext heißt dies, dass der Kommissionierer die Produkte vom System auf Tablaren ausgelagert bekommt, die er für den jeweiligen Auftrag benötigt. Wege entfallen so, es muss keine Leiter mehr zu Hilfe genommen werden und die Arbeitsplatzhöhe ist nun **ergonomisch** von Vorteil für den Mitarbeiter. Gehen wir vom Kundennutzen aus, fahren wir eine extrem hohe Trefferquote, da nur genau das Tablar mit der benötigten Ware ausgelagert wird. Falsche Artikel sind somit beinahe unmöglich. Auch die Effizienz beim Handling der unterschiedlichen Produktgrößen und Gewichte konnte so gesteigert werden.

WIE AUTOMATISIERT SIEHT DER WARENEINGANG VON HEUTE AUS?

Wir drucken z.B. keinen Wareneingangsschein mehr. Unsere Gabelstapler sind mit **Terminals** ausgerüstet, der jeweilige Mitarbeiter ruft die Bestellung auf und gleicht dann die Ware mit der jeweiligen Bestellung ab. Die Einlagerung erfolgt dann nach Auftrags- und Positionsreihenfolge unter Berücksichtigung von Chargen und Mindesthaltbarkeitsdaten. Der komplette Warenfluss im Lager kann so verfolgt werden.





HERR STADTFELD, WIE DIGITAL IST WASGAU C+C BEI DER KOM-MISSIONIERUNG? NUTZEN SIE EINE DER PICK-BY-METHODEN?

Wir haben die Kommissionierung von der klassischen Variante des Richtscheins digitalisiert, indem wir diesen durch ein iPad in Kombination mit einem **Fingerscanner** ersetzen. Dies optimiert den Prozess vom Bestelleingang bis hin zur Auslieferung und minimiert potenzielle Fehlerquellen. Durch diese Veränderung erhöht sich der Servicegrad gegenüber den Kunden, da wir während des gesamten Prozesses eventuelle Fehlartikel früh erkennen, das Monitoring erhöhen und dies an unsere Kunden kommunizieren, um Alternativen anzubieten. Als **nachhaltig** agierendes Unternehmen **sparen wir durch die Umstellung zusätzlich Papier** ein und schonen somit die Umwelt.

WELCHE DIGITALEN TECHNOLOGIEN KÖNNTEN IN NAHER ZUKUNFT EIN THEMA BEI WASGAU C+C WERDEN?

Die **elektronische Frachtbegleitdokumentation** steht bei uns auf der Agenda. Im Bereich der Kundenansprache/Werbung setzen wir schon jetzt künstliche Intelligenz ein und erstellen aktuell eine Self-Scanning-App für unsere Abholkunden. Digitale Technologien optimieren unsere Prozesse, unterstützen uns im Vertrieb und somit bei unseren Kunden. Ausserdem schaffen sie Ressourcen.

WIE WIRD DIE DIGITALISIERUNG DAS ARBEITEN IHRER MEINUNG NACH VERÄNDERN?

Die Digitalisierung wird die Arbeit erleichtern und **schafft Freiräume** für andere Tätigkeiten. Jährlich erwarten uns immer wieder neue Herausforderungen, sei es aus rechtlichen Gründen oder aber aufgrund von sonstigen unser Unternehmen betreffenden Einflüssen. Um diesen neuen Situationen gerecht zu werden, analysieren wir bestehende Arbeitsprozesse und prüfen, ob Digitalisierung unterstützt oder aber der Prozess in Gänze digital abgewickelt werden kann.



- + Gefrier- und backstabil
- + Ungekühlt haltbar
- + Ohne Zusatz von
 Farbstoffen
 Aromen
 Geschmacksverstärkern

Mehr auf www.develey-foodservice.de

#Germany START

JETZT ALS JUNGGRÜNDER DURCHSTARTEN!

IN ZEITEN DER DIGITALISIERUNG IST ES WICHTIG, DIE JUGEND - UNSERE ZUKUNFT - ZU FÖRDERN UND ZU UNTERSTÜTZEN. AUF DER EINEN SEITE BELEGT DEUTSCHLAND IM BEREICH UNTERNEHMERISCHE BIL-**DUNG AN SCHULEN IM INTERNATIONALEN VERGLEICH** NUR RANG 42 VON 54 UNTERSUCHTEN NATIONEN. AUF DER ANDEREN SEITE WÜRDE MEHR ALS DIE HÄLFTE DER BEI EINER YOUGOV-STUDIE BEFRAGTEN 16- BIS 25-JÄHRIGEN GERNE EIN EIGENES UNTER-NEHMEN GRÜNDEN, WEISS ABER NICHT WIE. HIER KOMMT DIE NON-PROFIT-ORGANISATION STARTUP TEENS INS SPIEL. MARIE-CHRISTINE OSTERMANN, GESCHÄFTSFÜHRENDE GESELLSCHAFTERIN VON RULLKO GROSSEINKAUF GMBH & CO. KG, LEITET NICHT NUR DAS FAMILIENUNTERNEHMEN GEMEINSAM MIT IHREM VA-TER. SONDERN GRÜNDETE MIT EINIGEN BEFREUNDETEN SELBSTSTÄNDIGEN DIE PLATTFORM "STARTUP TEENS".





INWIEWEIT SPIELT DIE DIGITALISIERUNG GERADE BEI JUNGEN GRÜNDER/INNEN EINE ROLLE?

Die Digitalisierung eröffnet jungen Gründer(inne)n einfache und kostengünstige Wege, um Produkte und Dienstleistungen zu entwickeln, zu testen und zu vertreiben. Die meisten bei Startup Teens eingereichten Geschäftsideen sind digital. Die Jugendlichen können sich schnell eine erste Website bauen und mit ihrem Geschäft oder einem Prototypen loslegen. Immer mehr junge Menschen können inzwischen auch selbst programmieren. Über die Vernetzung im Internet können sie Kunden gewinnen. Auch das Bezahlen geht online. Die Digitalisierung eröffnet riesige Chancen gerade für junge Menschen, die noch nicht so viel Startkapital haben. Dazu kommt das Wissen, das online vermittelt und gewonnen werden kann. So kam auch die Idee zu Startup Teens: einer kostenlosen Online-Plattform für Jugendliche, um sie schon früh für Unternehmertum zu begeistern.

GERADE DEUTSCHLAND, MIT
EINEM BREITEN MITTELSTAND
UND VIELEN GUT AUSGEBILDETEN
KLUGEN KÖPFEN, BIETET BESTE
VORAUSSETZUNGEN FÜR EINE
DIGITALISIERTE WIRTSCHAFT.
WIE UNTERSTÜTZT STARTUP TEENS
JUNGE INNOVATIVE KÖPFE, IHREN
WEG ZU FINDEN?

Startup Teens bringt
Teenagern im Alter
von 14 bis 19 Jahren
kostenlos unternehmerisches Denken
und Handeln bei.
Dies geschieht über
vier Säulen. Im
Start-up Teens Online-

Training lernen Jugendliche

über einen YouTube-Kanal das unternehmerische Handwerkszeug in kurzen Videos, produziert vom Online-Nachhilfe-Star "The Simple Club". Sogar Philipp Lahm machte hier bei mehreren Videos mit. Bei den Startup Teens Events und Ideen-Workshops werden Jugendliche von gestandenen Unternehmern inspiriert und entwickeln mit ihnen eigene Geschäftsideen. Über das Mentoring stehen über 450 Mentoren den Jugendlichen langfristig zur Seite, um sie bei der Umsetzung ihrer Geschäftsidee zu unterstützen. Und bei der jährlichen Startup Teens Challenge können Teenager in sieben Kategorien je 10.000 Euro Startkapital für ihre Geschäftsidee gewinnen.

Es liegt an sehr vielen Eltern, die ihren Kindern von der Selbstständigkeit abraten und ihnen sagen, stattdessen besser etwas "Si-

cheres" und "Seriöses" zu ma-

WORAN LIEGT ES, DASS IMMER NOCH WENIG JUNGE LEUTE UNTERNEHMERTUM ALS OPTION VOR AUGEN HABEN? LIEGT DIES AN DER ERZIEHUNG UND AN UNSEREM SYSTEM?

chen. Es liegt aber auch an sehr vielen Lehrern, die ihren Schülern raten, nach der Ausbildung kein Unternehmen zu gründen. Die meisten Eltern und Lehrer sind selbst auch keine Unternehmer. Oft wird in der Schule das Fach Wirtschaft nur wenig oder gar nicht unterrichtet. Sowohl über die Eltern als auch über die Schule bekommen Kinder nur selten Kontakt und positiven Input zum Unternehmertum. Unternehmer sein wird ihnen in der Regel nicht vorgelebt oder als etwas Negatives dargestellt. Die Menschen in Deutschland streben überwiegend nach Sicherheit. Studien zeigen, dass sehr viele Jugendliche gerne Beamte werden möchten. Das Risiko einer Selbstständigkeit betrachten viele als nicht erstrebenswert und wenig attraktiv.

WAS WÜNSCHT SICH EURE ORGANISATION FÜR DIE ZUKUNFT VON UNTERNEHMERN, DEM SYSTEM UND JUNGEN MENSCHEN?

Von Unternehmern wünschen wir uns vor allem mehr Sichtbarkeit und Engagement in der Öffentlichkeit. Unternehmertum muss

fentlichkeit. Unternehmertum muss nahbar und anfassbar sein, um po-

sitiv wahrgenommen zu werden. Jugendliche **brauchen inspirierende Vorbilder**, denen sie nacheifern können. Vom System wünschen wir uns ein **flächendeckendes Schulfach Entrepreneurship**. Wirtschaftliches und unternehmerisches Grundwissen muss selbstverständlich sein. Von den jungen Menschen wünschen wir uns, dass sie weniger Sorge vor dem Scheitern haben und mutig ihren eigenen Weg gehen, gerne als zukünftige Gründer, Unternehmensnachfolger oder Intrapreneure. Sie sind unsere Zukunft.



Der Herbst wird orauge!

Mit Süßkartoffel-Schupfnudeln von BÜRGER, einer modernen Alternative zum schwäbischen Klassiker. Die bringen Farbe auf den Teller!

Das Rezept für **Süßkartoffel-Schupfnudeln mit gebratenem Feldsalat und Kürbiskernpesto** und über 150 weitere Rezeptideen finden Sie auf

www.buerger-profikueche.de



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







UNBESTREITBAR IST DAS GASTGEWERBE NICHT NUR EIN FORDERNDES UND STRESSIGES, SON-**DERN VOR ALLEM AUCH KOMPROMISSLOSES** GEWERBE. DIE EINEN REDEN UND REDEN. DIE ANDEREN HANDELN. KLICKEN. CONNECTEN UND **NUTZEN DIE POWER DES SOCIALIZINGS. GERICHTE** WERDEN IM SOCIAL NET GETEILT. VERABREDUN-GEN EBENSO DORT VEREINBART. UND AUCH DIE BEWERTUNGEN WERDEN ONLINE FÜR DIE WELT VERÖFFENTLICHT.

7-7

Gerade weil alles schnell, konstant und zuverlässig gemacht, geliefert und gearbeitet werden muss, ist die Gastrobranche ebenso anspruchsvoll wie ihre Gäste. Und das muss sie auch bleiben, damit eine optimale Qualität der Produkte garantiert werden kann. Gerade was die Optimierung der Effizienz diverser Prozesse in allen möglichen Branchen angeht, stellt die Digitalisierung eine enorme Chance dar. Nehmen wir das Thema "Kontaktpunkte von Gast und Gastronomie", zeigt uns dies, wie sehr sich die Kommunikation von analog zu digital verändert hat. Viele Gäste, die mit einem Unternehmen in Kontakt treten, sammeln vor Kontaktaufnahme Informationen zur Entscheidungsfindung im Internet. Die Gäste begeben sich auf die sogenannte Customer-Journey, eine Reise durch die digitale Welt, auf der sie immer wieder mit Unternehmen in Berührung kommen und die sich über die Inspiration, Informationssuche bis hin zum Weiterempfehlen und Teilen des Erlebnisses ausdehnt.

Bleift nur die Frage: Muss jedes Destaurant. jede Bar und jeder Bäcker seine Waren Instagram-Tauglich präsentieren oder mit Foodies und Rlogs kooperieren?

Es wird immer einzelne Gastronomen geben, die bereits so kultig und authentisch sind, dass sie kein Social Media benötigen, doch selbst die Berghütte in hintersten Hinterland würde umso einiges kultiger werden, wenn sie die Onlinewelt an ihrem Alltag, ihren Events teilhaben lassen würde. Wer weiß, welcher Gast der nächste ist ... Besser, man ist für die Zukunft gewappnet.

Jeder will InsiderTipps

Digitale Influencer, Neueröffnungen und Events tummeln sich allesamt in den sozialen Medien, und das Minute für Minute. Um nicht an Präsenz zu verlieren, muss ständig etwas passieren aufseiten der Gastronomie Dabei spielen Vertrauen und Empfehlungsmarketing eine enorm wichtige Rolle. User folgen schneller Usern mit vielen Abonnenten, vielen Likes und viel Interaktion. Hier kommen Influencer wie Foodquide ins Spiel. Sie geben Insidertipps für die jeweiligen Städte, und das auch noch äu-Berst lecker präsentiert. Regelmäßig werden neue Motive mit knackigem Gemüse, leckeren Bowls, saftigen Beeren oder köstlichen Backwaren gepostet. Angaben zu Gericht und Restaurant inklusive. Die Restaurantplanung oder sogar Entdeckungstour durch die jeweilige Stadt kann starten!

>>>



BESTE QUALITÄT **VOM MARKTFÜHRER***



Für unsere Krautspezialitäten verwenden wir ausschließlich Kraut aus nachhaltigem Anbau, das mit viel Erfahrung nach familieneigenen Rezepturen verarbeitet wird. Dadurch bekommmen unsere Krautspezialitäten den abgerundeten Geschmack, dem sie ihren Namen "Mildessa" verdanken.

Rezept-Tipp: Fixe Krautschupfnudeln

Zutaten für 10 Portionen:

Mildessa Fix, fertig gewürzt und gegart

200 g Speckwürfel Öl zum Braten Petersilie zum Garnieren



Speckwürfel und Schupfnudeln in Öl knusprig braten. Mildessa Fix hinzufügen und kurz durchziehen lassen. Verfeinern nach Geschmack, anrichten und mit Petersilie garnieren

*IRI Handelspanel, Verkauf in Wert und Menge, LEH total, 1. HJ 2019

>>>



IN DER "FOOD-**GUIDE"APP SWIPT** MAN SO LANGE NACH LINKS UND RECHTS, BIS DIE PERSÖNLICHE **ESSENSVORLIEBE** GEFUNDEN IST. KLINGT WIE TIN-DER FÜR ESSEN? SO KÖNNTE MAN ES BESCHREIBEN,

NUR DASS DIE APP EINEN VIEL HÖHEREN NUTZEN HAT. DENN IST DAS ESSEN PER FOTO ERST EINMAL AUSGEWÄHLT, MUSS MAN SICH NICHT VON DER APP WEGBEWEGEN, SONDERN SIEHT MIT EINEM WISCH ÖFFNUNGSZEITEN. PREISNIVEAU. KONTAKT ODER KANN SOGAR DIREKT EINEN TISCH RESER-VIEREN. NEUGIERIG GEWORDEN? WIR SPRECHEN MIT DEM ERFINDER MALTE STEIERT. DER SOGAR MIT DIESER IDEE IN DER TV-SHOW "HÖHLE DER LÖWEN" INVESTOREN GEWANN UND SEITDEM SO EINIGE NEUE VISIONEN AUF DIE BEINE ZUSÄTZLICH STELLT.

ENTDECKEN

High Noon Burger, 8,50 (

IMMER MEHR USER VERLASSEN SICH BEI IHRER WAHL DER **GASTRONOMIE AUF EURE EMPFEHLUNGEN. STELLT EURE IDEE** HINTER FOODGUIDE DOCH EINMAL KURZ VOR!

Uns gibt es seit 2015 als europaweites Netz für Foodies und Kulinariker. Angefangen in Hamburg als kleiner Foodblog hat sich das Netzwerk von Foodies für Foodies stetig weiterentwickelt. Das Besondere bei uns ist, dass es rein nutzergenerierter Content ist. Echte Menschen sprechen echte Empfehlungen aus. Auf Instagram haben wir knapp 130 Accounts, darunter viele europäische Großstädte. Unsere größten Städte sind London, Paris, Amsterdam, Hamburg, Berlin etc. Insgesamt interagieren knapp zwei Millionen Menschen so mit uns. Zusätzlich gibt es Food-Events, eine App und auch ein eigenes Print-Magazin mit Gutscheinen. Wir versuchen so Menschen sehr schnell zu einem neuen Esserlebnis zu führen.



Die Frage ist ganz toll, denn genauso briefen wir immer unsere Mitarbeiter. Wir gehen das ganz locker wie folgt an: "Oma, du machst dein Telefon auf. Hast ja auch Bärenhunger und bist mit deinen Freundinnen Marianne und Inge auf einem kurzen Barcelona-Trip. Ihr habt keine Lust, schon wieder am Hbf. zu essen (nichts gegen das Gastrokonzept), also machst du unsere App auf. Die App ist von Locals für Locals. Ihr bekommt mithilfe von Foodguide von echten Locals Essenstipps, swipt zwei- bis dreimal hin und her, bis ihr das Richtige gefunden habt, könnt euch sofort den Weg, die Öffnungszeiten und die Preise anzeigen lassen, seid happy, Bauch ist gefüllt, ihr macht selber ein Bild von eurem Essen und fertig. So einfach ist das Prinzip. Schnell, unkompliziert und auf nahezu jede Stadt anwendbar.

WIE VIELE MENSCHEN ARBEITEN MITTLERWEILE FÜR EINE STADT?

Maximal haben wir pro Großstadt mindestens einen Brand-Ambassador, auch Redakteur genannt. Das sind Foodies, Hobbyköche oder Studenten. In verantwortungsvolleren Städten wie Hamburg, Berlin, München, Zürich oder Amsterdam haben wir sogar mehrere Angestellte, da wir dort auch mit Gastronomen gemeinsame Aktionen starten. als Student im Marketing. Natürlich musste ich mir

WIR SELBST KENNEN EUER INSTAGRAM-**PROFIL UND NUTZEN ES SCHON SEIT** LÄNGERER ZEIT, UM ETWAS NEUES IN DER STADT ZU ENTDECKEN. WIE KAM DIE IDEE **VON INSTAGRAM HIN ZUR APP?**

Die Idee von Instagram zur App gab es von Anbeginn, aber erst mal mussten wir die Community aufbauen. Wir haben die Inhalte der Instagram-Accounts dann in die App hochgeladen und für die Community freigeschaltet. In der App konnten dann so Fotos. Empfehlungen, Preise und mehr von jedem Community-Mitglied hochgeladen werden. Insgesamt müssten es mittlerweile knapp 70.000 bis 80.000 Gerichte sein, die hochgeladen sind. Dabei ist ca. die Hälfte von Gastronomen.

WAS HAT SICH SEIT DER "HÖHLE DER LÖWEN" BEI EUCH VERÄNDERT?

Einiges tatsächlich. Wir haben nicht nur ein wenig Geld für Realisationen bekommen, wir konnten auch weitere Themen wie das "Taste-of-Magazin" und die kulinarische Stadtführung "Taste Tours" voranbringen. Bis zur "Höhle der Löwen" hatten wir nur Instagram und eine App. Auch haben wir "Respondo" herausgebracht. Eine Gastronomie-Software für Onlinebewertungen. In einer sogenannten Dashboard-Solution bündeln wir alle Bewertungen von foursquare, tripadvisor, Facebook, Instagram etc. Man kann so ein bisschen schneller antworten und verpasst keine Bewertung mehr. Man kann mit Chatbots antworten, Vorlagen erstellen und vieles mehr. Auch die City-Touren treiben wir weiter voran. So lernen Menschen ab 89 Euro in vier Stunden Food-Safari die jeweilige Stadt auf ganz neue Art kennen.

WIE FÜHLT ES SICH AN. SO VIEL **VERANTWORTUNG AUF EINMAL ZU HABEN?**

Es hat sich sukzessive aufgebaut. 2016 kamen die ersten Praktikanten, dann kam der erste feste Mitarbeiter, dann Investoren, und seither wachsen wir Schritt für Schritt. Ich war vorher Freelancer und hatte eigentlich überall mal reingeschnuppert. War bei Red Bull, habe Musik-Events betreut oder war dann Hilfe von außen holen, um der Verantwortung gerecht zu werden. Es fühlt sich aber doch ganz cool an, dass man so viel auf die Beine gestellt hat. Das Wichtigste daran ist: Ich habe frei entschieden, ob ich das alles möchte oder eben nicht.

VERNETZT

Foodquide ist auf dem Weg,

die weltgrößte Community für Food

& Travel zu werden. Die Vision hinter

Foodguide ist so klar, wie auch schwierig: für

suchende Foodies immer das perfekte Essen,

den perfekten Drink oder die perfekte Locati-

on finden, Foodies rund um den Globus zu

vernetzen und Genuss zu teilen. Eine

bessere und leckere Welt per



Ihre Sicherheit bei der Deklaration auf Speisekarten!

Alle unsere Produkte sind frei von deklarationspflichtigen Zusatzstoffen auf Speisekarten. Und 90 % der Produkte sind sogar zusätzlich frei von Aromen und Hefeextrakt; sie tragen unser Siegel o.K.-Plus und verschaffen Ihnen Sicherheit in puncto Vermeidung von



SUPER THEMA

uon Bettina Schneider



ECHT DIGITAL!

12 HOT STORIES

MEHR RAUM, MEHR KUNDE, MEHR GENUSS!

In 12 HOT STORIES erhalten Sie in dieser Ausgabe enorm spannende Einblicke in die überaus vielfältigen Themenbereiche der digitalen Transformation. Angefangen bei der Frage: "Weißt du eigentlich, wie digital du bist?" über die Erklärung der zentralen Rolle von **BiG DATA** bis hin zu vielen spannenden Interviews mit oben beschriebenen digitalen Vorreitern. Wir zeigen auf, wie digital viele einzelne Bereiche der Lebensmittelkette bereits sind und wo Handeln entscheidend für den Erfolg sein wird. Zentraler Punkt der Digitalisierung ist das sogenannte DiGiTAL MINDSET des Menschen, denn nur mit diesem ist Digitalisierung überhaupt umsetzbar. INTERGAST begleitet Sie auf dem Weg in die Zukunft und des Jetzt, damit Sie Schritt für Schritt auf Erfolgskurs bleiben, mehr Raum für sich und Ihre Kunden schaffen und Genuss leben und erlebbar machen.

DIGITALE SOUVERÄNITÄT WAHREN

Die deutsche Gesellschaft wird digitaler, immer mehr Menschen zählen bereits zu den **DIGITAL NATIVES.** Sie wachsen in das Zeitalter der Digitalisierung hinein, ohne diese als Umstellung überhaupt zu bemerken. Andere sind digitale Vorreiter und treiben Innovationen voran. Diese gesellschaftliche Entwicklung verdeutlicht die zunehmende Bindung an die digitale Welt und zeigt auch zugleich das Risiko des ANSCHLUSSVERPASSENS auf. Menschen und Unternehmen, die die Augen vor dem digitalen Wandel verschließen, verlieren den Anschluss.

DENK CHANCENORIENTIERT!

Es gilt daher Kompetenzen zu vermitteln, auszubauen und digitales Wissen in der Gesellschaft zu bilden und verankern. Aussagen wie "Klassische Medien sind für mich ausreichend" oder "Internet ist mir zu kompliziert" müssen der Vergangenheit angehören. In Anbetracht der zunehmenden Geschwindigkeit des technischen Fortschritts, der stärkeren AUTOMATISIERUNG und VERNETZUNG wird es immer wichtiger, auf breiter gesellschaftlicher Basis chancenorientiert zu denken und handeln.

STELLEN WIR UNS ZU BEGINN **DIE FRAGE: "WO STEHEN WIR?"** DAS HEUTIGE LEBEN IST KAUM NOCH VORSTELLBAR OHNE SMART-PHONES UND ANDERE DIGITALE TECHNO-LOGIEN. OB KOCHEN MITTELS ONLINE ABRUF-BARER REZEPTDATENBANK AUF DEM TABLET. EIN **KURZES TELEFONAT FACE TO FACE, DAS DIGITALE** TRACKING DER BESTELLUNG ODER DER VERNETZTE KÜHLSCHRANK. DER ALARM GIBT. WENN EINE ZUTAT RAR WIRD. KURZ EINE E-MAIL SCHREIBEN, DEN NÄCHSTEN TERMIN PLANEN, DIE NEUESTEN NACHRICHTEN CHECKEN. DEN KONTOSTAND ABFRAGEN ODER MIT DER WELT IM SOCIAL WEB KOMMUNI-ZIEREN – ALL DAS ERLEDIGEN WIR HEUTE ORTSUNABHÄNGIG UND RUND UM DIE UHR DANK DIGITALISIERUNG.

> Der Digitalindex der Deutschen steigt 2018 auf 55 Punkte (Studie D21-Digital-Index, 2018), Dieser Index drückt als Durchschnittswert auf einer Skala von 0 bis 100 aus, dass die Digitalisierung in der Mitte der Gesellschaft angekommen ist und die Offenheit bei allen Altersschichten vorhanden ist.

WEISST DU EIGENTLICH, WIE DIGITAL DU BIST?

IN DEN VERGANGENEN JAHREN WURDEN UNS UNTERSCHIED-LICHSTE DIGITALE TECHNOLOGIEN MIT AUF DEN WEG GEGE-BEN. SELES DAS MOBILE INTERNET ÜBER DIE KÜNSTLICHE INTELLIGENZ, DAS INTERNET DER DINGE BIS HIN ZU AR. VR ODER BLOCKCHAIN. ALL DIESE ERFINDUNGEN SIND NICHT MEHR NUR FIKTION EINES GUTEN FILMS. SONDERN BEREITS REALITÄT IN UNSEREM ALLTAG. ÄHNLICH WIE IM 19. JAHR-HUNDERT DIE AUSBREITUNG DER ELEKTRIZITÄT,

> DAS AUTO ODER DIE INDUSTRIALI-SIERUNG UNSERE GESELL-SCHAFT UND WIRTSCHAFT ENORM VERÄNDERT HABEN, SO IST DIES HEUTE DER **MEGATREND** DIGITALI-SIERUNG.

Es begann Anfang der 90er-Jahre mit der Verbreitung des Internets. Plötzlich gab es E-Mail und Suchmaschinen. Später dann sogar Online-Routenplaner, Chatprogramme, erste Plattformen, bei denen man sogar Menschen rund um den Globus virtuell begegnen konnte. Doch irgendwann wurde es immer schneller und rasanter. Jetzt begleiten uns Highspeed-Internet, das Internet der Dinge, KI, Chatbots, Big Data und Robotics durch den Alltag, Autonomes Fahren und Sharing-Modelle verändern unsere Mobilität, Technologien wie Blockchain oder Unternehmensbeteiligungen über sogenannte ICOs (Initial Coin Offerings) verändern den Finanzmarkt. Ideen bleiben nicht länger nur Ideen, sondern werden dank Plattformen publik und finden Unterstützer. Auch verändert die Digitalisierung die Zukunft traditioneller Berufe in der Gesundheitsbranche. Unter dem Begriff E-Health werden bereits jetzt die elektronische Gesundheitsakte, Telemedizindienste, Vitaldatenüberwachung mittels Wearables.

Gesundheits-Apps, Online-Apotheken und bald auch das elektronische Rezept zusammengefasst. Doch all dies macht unsere Gesellschaft ebenso alä-

WELCHE AUSWIRKUNGEN HAT DIGITALISIERUNG AUF UNSERE ZUKUNFT?

Wo das Physische verschwindet, hat die Verfügbarkeit Einzug gehalten. Heute wird unabhängig von Ort, Zeit und Gerät gestreamt oder Daten werden aus der Cloud abgerufen. Gleichwohl verändert sich auch das Konsumverhalten des Menschen. Seien es der digitale Sprachassistent und der vernetzte Lautsprecher im privaten Bereich, vernetzte **Wearables**, smarte Geräte im Haushalt, Daten, die in der platzsparenden **Cloud** abgelegt werden und von überall abgerufen werden können, oder Connected Video inklusive



KONNEKTIVITÄT WIRD ZUR **SCHLÜSSELEIGENSCHAFT** IN ALLEN BEREICHEN.

DIE REVOLUTION iST JETZT!

Diese digitale Transformation, in der wir uns gerade befinden, wird unsere Gesellschaft in den nächsten fünf bis zwanzig Jahren in einer Art und Weise und in einer Geschwindigkeit verändern, wie es das noch nie in der Gesellschaft gegeben hat. Gerade wir in Deutschland sind hochindustriell und aut ausgebildet. Unser Mittelstand ist stark aufgestellt.

Jedoch nutzen wir noch nicht im vollen Umfang dieses vorhandene Potenzial aufgrund von Vorurteilen, aber genau diese Vorurteile sollten wir als "Zünd-

stoff" für den nötigen Wandel nutzen. Routinearbeiten können in Zukunft digitalisiert werden. Wenn wir es schaffen, die Wertschöpfung durch Roboter und Algorithmen zu erkennen und zu nutzen, könnten wir sogar in der Arbeitswelt durchaus zu einer 20-Stunden-Woche gelangen, was nicht gleich weniger Lohn bedeutet, sondern eher eine ausgewogene Work-Life-Balance und eine höhere Bedeutung der einzelnen menschlichen Rolle im Unternehmen.

Wenn wir auch den Vorteil der De-Materialisierung in Form von digitalisierten Ressourcen wie Text, Bild, Wissen, Studien, Konzepten und Vorlagen erkennen, können wir so Kosten mehr und mehr senken, umweltschonender agieren, schneller reagieren und kleine Unternehmen können schnell zu Global Playern werden. Die Vernetzung von Menschen. Prozess. Service und Daten ermöglicht neue Geschäftsmodelle und Wertschöpfungsketten über die Grenzen von Unternehmen. Ländern und Branchen hinaus.

VERNETZT

Plattformen sind ein wichtiger Bestandteil unserer Wirtschaft, Medien, Politik und Gesellschaft geworden. Sie bringen Angebot und Nachfrage effektiver zusammen und können so bestehende Märkte beflügeln oder völlig neue Märkte schaffen. Branchen verschmelzen, geographische Grenzen werden aufgelöst.





BIG DATA BEDEUTET ÜBERSETZT "GROSSE DATENMENGEN" – UND GENAU DAVON WERDEN TAG FÜR TAG WELTWEIT MILLIONEN ERHOBEN. SEI ES IM INTERNET. IM SOCIAL WEB. PER SMARTPHONE. BEIM ZAHLEN MIT KUNDEN- UND BANKKARTEN, MIT FITNESSTRACKERN, IM SMART HOME, IN BEHÖRDEN UND UNTERNEHMEN ODER PER ÜBERWACHUNGSSYSTEME AUF DER STRASSE UND IN ÖFFENTLICHEN GEBÄUDEN: OFT UNBEMERKT WERDEN UNSERE DATEN SO ERHOBEN UND ANALYSIERT.

DER DATA-SCIENTIST ALS ÜBERSETZER

Damit Daten für die Unternehmen auch wirklicher Mehrwert werden, **braucht es Mitarbeiter** mit Übersetzerfähigkeiten, die eine Schnittstellenfunktion einnehmen. Hier kommt der Data-**Scientist** ins Spiel. Einer der wohl gefragtesten und sexiesten Jobs unseres 21. Jahrhunderts. Was seine Aufgaben sind? Data-Scientists entscheiden anhand der eigenen Erfahrungen und Soft Skills und der festgelegten Business-Ziele, welche gesammelten Daten zur Auswertung relevant sind und wie diese auch sinnvoll strukturiert werden können. Sie stellen Zusammenhänge zwischen den Daten her, die auf den ersten Blick vielleicht gar nicht so eindeutig sind. Im nächsten Schritt erfolgt dann das sogenannte **Data-Mining**, also die **Generierung von Wissen aus den** Rohdaten. Bestimmte Algorithmen erzeugen bestimmte Muster von großen Datenmengen und gruppieren diese. Der Mensch kann das zwar auch, jedoch bedienen sich Data-Scientists intelligenter IT-Lösungen, um schneller zum Ziel zu kommen, im Anschluss übernimmt dann wieder der Mensch selbst und interpretiert die nun sortierten Daten vor einem unternehmerischen Kontext. **EIN BEISPIEL:** Mit einer kostenlosen Bibliothek an einfach umsetzbaren Maßnahmen für weniger **Food-Waste** ist das Food-Save-Kit unseres Partners United Against Waste jetzt als Hilfsmittel in der Hosentasche griffbereit. Das Kit beinhaltet zwei neue Apps, die zur Sensibilisierung und Bildung der Branche beitragen und sowohl auf Betriebsebene als auch dem einzelnen Mitarbeiter den Einstieg in die Reduktion von Food-Waste erleichtern. Die Waste-Tracker-App ist ein kostengünstiges Analysetool zur unkomplizierten Messung der Lebensmittelabfälle nach dem Prinzip: Gewicht des Abfalls einmal täglich messen, in der App eintragen und Daten ana-

Dieses Beispiel zeigt, wie hilfreich Daten für den Erfolg eines Unternehmens sein können und wie wichtig die Datenanalyse für die reibungslose Kommunikation ist. Auch in der Landwirtschaft werden immer häufiger Daten gesammelt, kombiniert und analysiert. So kann der komplette Lebenszyklus der angebauten Pflanzen z.B. optimiert werden, die Umwelt geschont und die Höfe rentabler sein.

KEIN HYDE, SONDERN ZUKUNFT!

Gerade in der Gastronomie und Hotellerie helfen Daten, Gäste besser kennenzulernen und individuelle Lösungen kreieren zu können. Gezielte Kundenbindung heißt der Service der Zukunft. Viele digitale Helfer wie digitales Ordern, Zusammenstellen, Bezahlen und Liefern an Rande dieser Customer-Journey sind dabei bald Standard. Service heißt jetzt und in Zukunft auf die Wünsche und Bedürfnisse von Gästen einzugehen, ihr Leben und ihren Alltag so angenehm, genussvoll und optimiert zu begleiten wie nur möglich und keine Zeit zu vergeuden. Jedes Unternehmen kann für sich entscheiden, welche Datenanalyse den bestmöglichen individuellen Service für seine Kunden und Gäste ergibt.

MIT DATEN WIRKLICH GELD VERDIÉNÉN

Klar ist, dass Daten hochinteressant für die Wirtschaft sind, denn über unser Kauf-, Such- und Interaktionsverhalten können so personenbezogene Profile erstellt werden, welche wiederum helfen optimierte und gezielte Angebote zu erstellen. Ist Ihnen selbst schon einmal aufgefallen, dass Sie per Smartphone auf google.de evtl. nach einem bestimmten Produkt gesucht haben und nur wenige Stunden später haben Sie eine gezielte Kaufempfehlung in ihrem E-Mail-Postfach oder ein Ad im Blickfeld auf ihrem Desktop? Genau das ist das Marketing-Prinzip von Big Data. Doch um diese riesige Datensammellust verwerten zu können, bedarf es leistungsfähiger IT-Lösungen, Systeme und Personal, um die riesige Datenmenge zu sortieren, auszuwerten und aufzubereiten

VERNETZT

Im Rahmen von Digitalisierung haben wir auch mit steigendem Speicherbedarf zu kämpfen. Die Entwicklung neuer Methoden zum Speichern von Daten ist daher ein wichtiges Thema. Die Zukunft könnte biologischer Struktur sein: kleinste platzsparende DNA. Weiterer Vorteil ist, dass dieser Speicher dauerhaft ist. Denken wir nur an die DNA von Dinosauriern, können wir diese auch heute noch entziffern. Die Forschungen laufen auf Hochtouren.

"NAVIGATION: OHNE UMWEGE IN DIE ZUKUNFT BiTTE!"

ODER WIE UNTERNEHMEN JETZT DIGITAL WERDEN



TALEN TRANSFORMATION? WIE KÖNNEN WIR DIESE BEWÄLTIGEN? ES GIBT FRONT-RUNNER, DIE VORNEWEG FÜHREND IN DIGITALISIERUNG SIND. DOCH ES GIBT NOCH VIEL MEHR UNTERNEHMEN. WELCHE UNENTSCHLOSSEN SIND UND DENEN DER MUT FEHLT, DIGITALISIERUNG ÜBERHAUPT UMZUSETZEN. WIR SPRECHEN MIT MICHAEL PACHMAJER, AUTOR DES BESTSELLERS "D. QUARKS. DER WEG ZUM DIGITALEN UNTERNEHMEN" UND DIREKTOR IM CONSULTING BEI PWC, ÜBER STRATEGIEN UND MUT.

HERR PACHMAJER. WIE SIEHT IHRER MEINUNG NACH EINE OPTIMALE VOR-BEREITUNG AUF DIE DIGITALE TRANSFORMATION IN DER GASTRONOMIE AUS? DAS GASTGEWERBE HINKT ANDEREN BRANCHEN LEICHT HINTERHER.

Wir müssen verstehen, dass die Transformation unseres Geschäftes ein ganz normaler Vorgang ist, der sich ständig wiederholt. Schon immer haben sich Unternehmer/-innen darum kümmern müssen, mit welchen Produkten und Dienstleistungen sie in Zukunft genauso erfolgreich sein werden wie in der Vergangenheit. Wie sie unter sich verändernden Bedingungen ihre Geschäftsmodelle anpassen oder neu erfinden müssen. Im digitalen Zeitalter kommt nun der Faktor Geschwindigkeit maßgeblich hinzu: Geschwindigkeit bei sich ändernden Kundenerwartungen, bei der Implementierung disruptiver Geschäftsmodelle sowie bei der Entwicklung neuer Technologien. Die Welt verändert sich rasant und bei uns

entsteht ein Gefühl der Unsicherheit über unsere Zukunft. Die Schlüsselfrage lautet also: Wie finden wir Orientierung in einer unsicheren Welt? Eine Antwort darauf ist, dass wir ein Bild, eine Vorstellung entwickeln müssen, wie die Gastronomie in Zukunft aussehen soll

Ein positiv besetztes Zukunftsbild ist wichtig, da ich dann erst weiß, was ich in meinem Geschäft verändern muss. Sie bauen schließlich auch kein Haus ohne einen visualisierten Plan Ihres Architekten. Erst wenn Sie diesen Plan. Ihr Zukunftsbild, klar vor Augen haben, können Sie die Frage beantworten, welche Fähigkeiten im Unternehmen aufgebaut werden müssen, damit das Zukunftsbild erfolgreich umgesetzt werden kann.

MEINER ERFAHRUNG NACH SIND DABEI DREI KOMPETENZBEREICHE AUSSCHIAGGEBEND: INNOVATIONS-. PIATTFORM-& KUITURKOMPETENZ

WAS RATEN SIE DEM GASTRONOMEN? ~~~~

Überlegen Sie, was die Kunden, die zu Ihnen kommen, am meisten nervt. Beseitigen Sie diese Nerv-Punkte. Fangen Sie mit den Veränderungen in Ihrem Unternehmen möglichst ohne Verzögerung an und vor allem dann, wenn es Ihnen wirtschaftlich aut geht. Es ist wesentlich einfacher, ein Unternehmen in Zeiten wirtschaftlichen Aufschwungs zu verändern als in der Krise nur noch zu reagieren. Werfen Sie einen Blick in Ihre Unternehmensgeschichte und lernen Sie, wie in der Vergangenheit Veränderungen gemeistert wurden. Diese Transformationserfahrungen sind ein fester Bestandteil Ihrer kulturellen DNA. Machen Sie sich das bitte bewusst.

WIE SIEHT DIE ROLLE DER FÜHRUNGS-SPITZEN IN UNTERNEHMEN BEI NEUEN **DIGITALEN WEGEN AUS?**

>

Die Führungsspitzen sind für die digitale Transformation eines Unternehmens verantwortlich. Einzig und alleine. Eine Verantwortung, die sie nicht delegieren können. Eigentümer/-innen, Vorstände, Geschäftsführungen müssen sofort damit beginnen, neue Fähigkeiten aufzubauen - auf technologischer, prozessualer, organisatorischer und personeller Ebene. Die zunehmende technologiebedingte Veränderungsgeschwindigkeit übt großen Druck auf die Menschen und ihre Anpassungsfähigkeit im Unternehmen aus. Der **Aufbau von adaptiven** Strukturen und Kompetenzen im Unternehmen ist daher die große Aufgabe, vor der die jeweilige Führungsspitze steht.



KANN DIGITALISIERUNG PROBLEMLÖSER FÜR GLOBALE HERAUSFORDERUNGEN WIE DEMOGRAFISCHER WANDEL. PER-SONALENGPÄSSE ODER WUNSCH NACH ABSOLUTER PERSONALISIERUNG SEIN?

~~~~

Die Digitalisierung ist ein Megatrend und keine Allzweckwaffe, um alle unsere Probleme zu lösen. Die von ihnen angesprochenen Probleme haben Ursachen, die dringend beseitigt werden müssen. Und nicht alle Ursachen haben etwas mit der "Digitalisierung" zu tun. Ansonsten wären sämtliche gesellschaftlichen Probleme mit vorhandener Technologie zu lösen. Was, nebenbei gesagt, die Vordenker im Silicon Valley genau so formulieren. Die glauben zum Beispiel, dass Algorithmen bessere Entscheidungen treffen können als unsere Regierungen. Das halte ich demokratietheoretisch für einen gefährlichen Ansatz. Für mich hat Technologie eine Unterstützungsfunktion, sie kann z. B. personalisierte Services oder nutzerzentrierte Arbeitsabläufe schneller realisieren oder gar erst ermöglichen. Aber der Einsatz von Technologie ist kein Selbstzweck, sondern folgt den Anforderungen, die wir Menschen definieren.

SIE SIND DIEJENIGEN. IHREN MITARBEITERINNEN UND MITARBEITERN ORIEN-TIERUNG GEBEN MÜSSEN. DIE MIT INNERBETRIEB-IICHER BIIDUNG DAFÜR ZU SORGEN HABEN DASSES KEINE DIGITALISIERUNGS-VERIIERER GIBT!

Viele Führungskräfte vergeuden ihre Zeit damit, zu planen. Mit Plänen, die ihnen eine vermeintliche Sicherheit für die Zukunft geben sollen. Der bessere Weg ist aber, das Wissen und die Erfahrungen der eigenen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zu nutzen und ein Partnernetzwerk aufzubauen, um schneller fehlende Kompetenzen an Bord zu holen. Und den Mut zu haben. Entscheidungen, die sich als falsch herausgestellt haben, schnell wieder zu korrigieren.

Michael Pachmajer gehört zu den profiliertesten Pionieren im Bereich Digitale Transformation und ist Dozent an der Goethe Business School. Pachmajer steht für Perspektivwechsel und Grenzgänge zwischen Wirtschaft und Politik. 2016 erschien sein Buch "d.quarks. Der Weg zum digitalen Unternehmen" (Murmann Publishers). Es wurde als Managementbuch des Jahres ausgezeichnet.





ZUR ERREICHUNG VON BETRIEBLICHEN ZIELEN IST DIE DIGITALISIERUNG AUS KEINEM MODERNEN UNTERNEHMEN MEHR WEGZUDENKEN. VON DER PLANUNG DES SPEISEN-ANGEBOTS BIS ZUR LÜCKENLOSEN ABRECHNUNG VON KÜCHENLEISTUNGEN – OHNE EIN LEISTUNGSFÄHIGES **EDV-SYSTEM SIND DIE KOMPLEXER WERDENDEN** AUFGABEN KAUM NOCH ZU ORGANISIEREN. INTERGAST GEHT DEN ZUKUNFTSSCHRITT **DER DIGITALISIERUNG GEMEINSAM MIT** SEINEN KUNDEN UND BIETET EDV-LÖSUNGEN AN. EXKLUSIV AN DIE BEDÜRFNISSE DER KUNDEN AN-

Was vor vielen Jahren mit dem ersten internetbasierten Onlineshop für Großküchen und einem à la carte F&B Management-System begann, wird heute durch ein benutzerfreundliches und ganzheitliches INTERGAST ON-LINE Küchen-Management-System erweitert. Egal ob Einkaufsmanagement, Speisenmanagement, Auftrags- und Qualitätsmanagement oder Controlling: Viele nutzerfreundliche Features innerhalb dieser EDV-Lösungen ermöglichen eine rundum zufriedene Beziehung von Großhändlern, Kunden und Gästen. Nicht nur, dass der Webshop rund um die Uhr geöffnet hat und so für eine optimale Warendisposition sorgt, mit dem Modul CHECK DE CUISINE z.B. behalten Anwender immer den vollen Überblick über Checkliste, Temperaturdaten, Warnungen, Aufgaben und Nachrichten von Kollegen. Wie das genau funktioniert?

GEPASST.

### EINFACH ABHAKEN: CHECK DE CUISINE

Klar ist der Notizzettel oder das Formular in gedruckter Form gelernt, gewohnt, und schnell von A nach B weitergegeben, doch da hört die Vernetzung auch bereits auf. Die Daten befinden sich nur auf diesem einen Blatt Papier. Bearbeiten, Teilen oder Speichern ist schlichtweg unmöglich. Digitale Systeme können genau diese Nachteile kompensieren. Der Daten- und Informationsaustausch wird gewährleistet. Prozessabläufe werden beschleunigt und vereinfacht, Kosten, Zeit und Papier gespart, Effizienz und Transparenz sind gegeben. Es kann sogar an offene und erledigte Checklisten erinnert werden. Wir sprechen mit Markus Heimbuch, Leiter Vertrieb Kundensysteme online von INTERGAST.



#### WELCHE DIGITALEN MÖGLICHKEITEN GIBT ES Z.B. IM BEREICH HACCP IN DER KÜCHE **VON INTERGAST?**

Wir bieten mit Check de Cuisine unseren Kunden eine sehr umfangreiche Onlinelösung für den Bereich HACCP und Hygienemanagement an. Der Anwender kann sich seine eigenen Checklisten anlegen, die Prüfpunkte, Arbeitsanweisungen, kritische Lenkungspunkte etc. enthalten. Das Einsatzgebiet ist hier unbegrenzt. Egal ob Küche, Housekeeping, Facilitymanagement oder Restaurant. Daneben gibt es ein Krisenmanagement, Temperaturmonitoring, Geräte-, und Schulungsverwaltung, Auditmöglichkeiten etc.

#### GIBT ES SCHNITTSTELLEN MIT APPS FÜR MEHR KONNEKTIVITÄT UND FLEXIBILITÄT?

Im Programm stehen schon verschiedene Schnittstellen zu anderen Softwareprodukten zur Verfügung. Auf Kundenwunsch finden hier beständige Erweite-

WIE IST DIE RESONANZ UNTER GESELLSCHAFTERN UND PARTNERN IM HINBLICK AUF DIE DIGITALE TRANSFORMATION UND EINZELNE EDV-MODULE? GIBT ES MODULE. DIE **BESONDERS GUT ANGENOMMEN WERDEN?** 

Besonders nachgefragt werden unsere Module offener Webshop für alle Lieferanten unseres Kunden, die Rezeptverwaltung, die Inventur und das Cateringmodul. Die Module sind in ihrem Umfang unterschiedlich groß, daher bekommt er sehr umfangreiche Unterstützung durch einen Projektleiter von INTERGAST.

#### ENTSCHEIDET SICH EIN UNTERNEHMEN FÜR MO-DULE VON INTERGAST ON-LINE, GIBT ES SCHULUN-GEN VOR ORT UND ONLINE? WIE SIEHT DIE IMPLE-MENTIERUNG AUS?

Der Anwender bekommt den Webshop inklusive Inventurmodul von unserem Mitglied kostenfrei zur Verfügung gestellt und kann somit auch direkt mit der Benutzung loslegen. Der Webshop ist an sich selbsterklärend aufgebaut. Auf Wunsch kann der Anwender dann jedes weitere Modul nach Bedarf auf dem Webshop aufsetzen. Hierbei wird er natürlich von INTERGAST unterstützt. Außerdem kann der Kunde die Projektsoftware von INTERGAST kostenfrei nutzen. In der Betreuung gibt es dann die Wahlmöglichkeit zwischen Vor-Ort-Terminen oder Austausch und Schulung per Fernwartung und TeamViewer.

### SIND SIE SCHON ON-LINE?







## DER DRITTE ORT IN DER DIGITALEN WELT:

STATIONÄRER HANDEL 4.0



### EINKAUFEN SOLL KUNDEN BINDEN

Kunden haben heute mehr Zugriff auf Informationen als je zuvor. Entsprechend schwer ist es für Händler geworden, Kunden mit relevanten Angeboten zu erreichen und auch zu binden. Zwar gehen Prognosen davon aus, dass bis 2022 rund 4,5 Prozent aller Lebensmittel in Westeuropa online geordert werden, was ein jährliches Wachstum von 15 Prozent bedeutet, aber gerade diese Entwicklung zeigt, dass der stationäre Handel umdenken muss. Doch wie schafft man es, die heutige Sofortkultur und den Wunsch nach Individualität zu verknüpfen?

### DER SCHLÜSSEL LIEGT IM "DRITTEN ORT"

Ein sozialer Treffpunkt mit einem Einkaufserlebnis der Superlative. Doch was zählt dazu? Dass Einkaufen und Genießen zusammengehören. Ist der Supermarkt bereits von außen einladend gestaltet, animiert er die Kunden auch einzutreten. Sind sie dann im Store, sind Inspirationen, tolle Angebote und gleichzeitig eine Erholung vom Alltagsstress von Bedeutung, um eine gewisse Verweildauer zu erzielen. Preise und Sortimente allein reichen nicht mehr aus. Die gesamte Customer-Journey muss stimmig, der Anspruch des Supermarkts deutlich sichtbar sein. Differenzierungen von herkömmlichen Einkaufsmärkten werden mittlerweile über Verwendung aufwendiger Materialien, durchdachte Lichtkonzepte, Düfte passend zur Abteilung wie Kaffee oder Kosmetik, Animationen von Sound und AR erreicht. Mit Hilfe von KI und Datenanalysen wird der Handel außerdem intelligenter und vorausschauender. Wir kennen die Wirkung der Multisensorik bereits aus dem Marketing: Die Kommunikation wird immer sinnlicher, berührender und menschlicher. Der Einzelhandel profitiert von diesen Markenerlebnissen und der dazugehörigen vorher aufgebauten Kommunikation. Er hat nur den entscheidenden Vorteil, dass er sensorische Erlebnisse schaffen kann, wo der Digitalisierung noch Grenzen gesetzt sind. Im Supermarkt können Emotionen und Erlebnisse über das Personal, Haptik der Verpackungen und die visuelle Gestaltung geweckt werden.

# AUCH DIE DIGITAL PLAYER ERKENNEN DAS POTENZIAL VON NEW RETAIL

Nicht nur, dass Digital Player wie Amazon eigene Hightech-Stores aus dem Boden stampfen, sie übernehmen auch stationäre Ketten. Amazon kauft die komplette Biomarktkette Whole Foods Market, Alibaba zeigt mit seinen innovativen Hema-Supermärkten, wie Big Data das Einkaufserlebnis umkrempelt. Bei letzterer Neuerfindung des Supermarkts sollen sogar in den kommenden fünf Jahren bis zu 2000 dieser Stores aufgebaut sein. Die Basis: das Smartphone. Hema ist dabei ein breit sortierter Supermarkt mit Schwerpunkt auf Frische – bis hin zu lebenden Fischen. Aber jetzt wird es spannend, denn Kunden können selbst wählen, ob der Fisch mit in den Einkaufskorb wandert oder von einem Koch frisch zubereitet wird, um ihn dann zu Hause zu verspeisen. Jeder Artikel lässt sich via Smartphone einscannen, man bekommt nähere Infos und immer wieder Produktempfehlungen. Bezahlt wird per Smartphone und eigener App. Amazon Go ist ein weiteres Vorbild des vernetzten Handels. Gestützt durch smarte Technologien, wie KI, Kameras und Sensoren, werden Kunden automatisch beim Betreten des Amazon-Go-Ladens über eine App auf dem Smartphone erkannt, füllen ihren Warenkorb und checken ohne lästiges Anstehen an der Kasse den Einkauf aus. Vollautomatisch.



### Vegetarische Bolognese Sauce

Eine köstliche Sauce mit Tomaten, Karotten, Zwiebeln, Sellerie und in kleine Stücke gehackten Champignons als idealer Fleischersatz.

Mit dieser vegetarischen Sauce bereiten Sie in kürzester Zeit eine leckere vegetarische Spaghetti Bolognese oder ein anderes vegetarisches Nudelgericht zu.

Greenyard Prepared Belgium nv It Kanaal-Noord 2002 3960 Bree Belgium T +32 89 47 38 00 info@greenyardprepared.com www.greenyardprepared.com



for a healthier future
Prepared





INWIEWEIT IST SOCIAL MEDIA HEUTZUTAGE MITVERANTWORTLICH FÜR EIN

SCHEITERN ODER DEN ERFOLG EINES GASTRONOMISCHEN KONZEPTES?

Meiner Meinung nach ist Social Media kein Grund für ein Scheitern, sondern eher ein Erfolgsgrund. Es ist

definitiv ein Erfolgsgarant, wenn das Konzept im Hintergrund stimmt. Man kann so sehr schnell Menschen errei-

chen, die man sonst nicht alle auf einmal ansprechen könnte. Man bekommt sogar kostenlose Werbung, wenn das

Essen schmeckt, das Ambiente gefällt oder Ähnliches. Was damals Mundpropaganda war, ist heute ein Instagram-Post.

#### WIE SIEHST DU INFLUENCER-MARKETING IN DER FOOD-BRANCHE?

Ich finde es **teilweise Schrott**. Es ist nicht authentisch, was zumindest große Influencer angeht und große Kampagnen betrifft. Ich finde es nicht mehr schön und cool, wenn mir eine Fitness-Influencerin sagt, wie lecker Produkte schmecken. Jeder merkt schnell, dass sie oder er für die Postings bezahlt wurden, und es hat einfach einen negativen Beigeschmack. Absolut nicht mehr glaubwürdig! Wir von den Guerilla Chefs werden eher auf Microinfluencer gehen. Lieber auf 10–15 kleinere Influencer setzen, die hinter dem Produkt und der Sache stehen.

#### WIE DIGITAL SIND DIE GUERILLA CHEFS?

Wir sind komplett digital. Wir haben unseren eigenen Member-Bereich mit einer eigenen Kommunikationsplattform, unabhängig von anderen Plattformen. Hier kommunizieren Köche und alle, die es einmal werden wollen. Egal, ob man Fragen zu einem Rezept hat oder an einem Event teilnehmen will. Daneben haben wir die Guerilla Online Academy. Hier lernen die Guerillas von anderen Guerillas. 90 % unserer Abläufe sind digital und online. Wir sind sogar, denke ich, der Inbegriff der digitalen Kommunikation in der heutigen Zeit. Immer an den neuesten Trends, immer am Puls der Zeit versuchen wir dort online für unsere Branche das auszuprobieren und den anderen Guerillas zu zeigen, was wir in der Welt kosten und sehen. Ich frage oft online bei den anderen Community-Mitgliedern nach, ob dies und jenes überhaupt sinnvoll ist, und so erforschen wir ganz einfach Trends. Wir schaffen mit dieser Community das Bindeglied zwischen motivierten Guerillas und den Unternehmen der Food-Industrie, von Catering bis Food-Service.

### WAS KOMMT DEINER MEINUNG NACH INSTAGRAM? VIDEO-PLATTFORMEN WIE TIKTOK, ODER HAST DU EINE GANZ NEUE VISION UND IDEE?

Das ist eine Frage, bei der ich nur sagen kann, dass man keinen Anfang und kein Ende sieht. Instagram wird mit Sicherheit mehr und mehr optimiert. Vielleicht kommt etwas Besseres, aber wir sollten alle lockerer mit Instagram umgehen. Social Media ist ein Teil von uns, ein Teil eines Unternehmens. Es ermöglicht durch ein kleines Fenster durchzuschauen und am Leben des Unternehmens und von uns allen teilzuhaben. Wir müssen nur anfangen, Social Media als Teil des Unternehmens zu sehen und nicht künstlich aufgesetzt zu betrachten, um gewisse Marketingstrategien einzuhalten.





KÖNIG KUNDE &

PROZESSOPTIMIERUNG

·

# SERVICE SELLS!

DAS DIGITALE REZEPT FÜR DIE CUSTOMER JOURNEY VON MORGEN!

#### HALLO JULIA, ZUALLERERST STELLT SICH DIE FRAGE, WIE DU AUF DIE IDEE GEKOMMEN BIST, SO JUNG "GASTRO-MARKTPLATZ" ZU GRÜNDEN?

~~~~

Ich habe erst in einer Agentur Kunden aus dem Food-Service betreut und anschließend vier Jahre auf der Herstellerseite im Marketing gearbeitet. Auf beiden Seiten ist mir aufgefallen, dass ein hoher Aufwand betrieben wird, um **Neuprodukte zu vermarkten**, und trotzdem viele Gastronomen gar nicht erreicht werden. Im letzten Jahr stand ich dann im März auf einer Messe und habe mich gefragt: "Warum gibt's das eigentlich noch nicht digital?"

DER VORTEIL VON "GASTRO-MARKTPLATZ"? ~~~~

Auf Gastro-Marktplatz.de dreht sich alles um neue Lebensmittel und Getränke für die Gastronomie. Meine "Online-Messe" ist 24/7 geöffnet, kostenfrei zugänglich und bietet ohne hohen Zeitaufwand Inspiration. Du als Gastronom kannst **up to date** bleiben und erfährst das ganze Jahr über von Neuheiten. So ist es auch kein Problem mehr, wenn du aus Zeitgründen mal eine Messe verpasst oder eine Anzeige zu einem Neuprodukt übersehen hast. Im Idealfall hast du aber die Anzeige gesehen, nähere Infos zum Produkt von meiner Seite und gehst dann gezielt zur Messe, um das Produkt zu verkosten. Ich selbst sehe mich dabei als **Schnitt**stelle zwischen Gastronom und Hersteller, weil ich mich mit beiden Seiten intensiv austausche, damit mein Konzept funktioniert. Bei Instagram schreibe ich rund um die Uhr mit Gastronomen, um ihre Bedürfnisse besser zu verstehen und "offline" vernetze ich mich natürlich stark mit den Herstellern, um an interessante Produkte zu kommen.

KÖNNTE MAN DEINEN ONLINE-MARKTPLATZ MIT INFLUENCER-MARKETING NUR FÜR DEN B2B-BEREICH GLEICHSETZEN?

~~~~

Als Influencer wirst du meist von einem Hersteller dafür bezahlt, dass du eine Empfehlung für ein Produkt aussprichst und dann vom Verkauf des Produktes über einen Link profitierst. Sicherlich "beeinflusse" ich einige Gastronomen dadurch, dass ich neue Produkte zeige, aber ich würde mich nicht bezahlen lassen, damit ich eine Kaufempfehlung ausspreche. Daher lehne ich jede Anfrage in diese Richtung und auch Werbung über Banner etc. auf Instagram und meiner Website ab. Du glaubst gar nicht, wie oft solche Anfragen bei mir reinflattern. Mein Ziel ist es, möglichst viel Inspiration zu bieten und jedem selbst die Entscheidung für oder gegen ein Produkt zu überlassen.

**WIE MUSS DER HANDEL DEINER MEINUNG NACH** REAGIEREN, UM DEN KUNDEN VON MORGEN BEDIENEN ZU KÖNNEN? MUSS DER HANDEL NOCH AUTOMATISIERTER WERDEN, UM SCHNELLER REAGIEREN ZU KÖNNEN?

Ich denke nicht, dass allein die Schnelligkeit der Schlüssel zum Erfolg ist, sondern das **stärkere Eingehen auf die Kundenwünsche**. Dazu gehören für mich das aktive Einholen von Feedback, das Einbeziehen von Kunden in Prozesse und vor allem die Kommunikation mit den Kunden, um Ihre Bedürfnisse besser zu verstehen. Schneller ist grundsätzlich gut, aber die Menschlichkeit sollte dabei nicht verloren gehen.

### Die drei Elemente eines **Dessert-**Highlights haben Sie alles richtig gemacht!

Überraschung, Verwunderung. Begeisterung - erlebt der Gast zum Abschluss eines Menüs diese Emotionen, haben Sie alles

Diese drei Elemente machen aus jedem Dessert ein Highlight:

#### 1. Herausragendes Angebot

Ihre Karte ist Ihr leistungsstarkes Verkaufstool. Intelligentes Design, durchdachte Formulierungen, cleveres Pricing und mehrere Portionsgrößen zur Auswahl bieten dem Gast einen echten Mehrwert. Das Ergebnis? Zeigt sich - positiv - beim Kassensturz.



Sie haben Fragen? fach eine E-Mail an ifo.de@debic.com

#### Individuelle Zubereitung

Ihre Handschrift in jedem Gang - das zeichnet Sie aus. Die Debic Dessertbasen – als zuverlässige Grundlagen – garantieren Ihnen immer ein perfektes Endergebnis. Auch unter Zeitdruck bleibt so Zeit für Ihre persönliche Handschrift, Säure, Alkohol und feste Zutaten wie Nüsse oder Schokoladenraspeln? Ist alles möglich!

www.debic.com

#### 3. Spannende Inszemierung

Kreativ, persönlich, anders. Das ist das Rezept, mit dem Ihr Dessert die Gäste und deren Follower auf Instagram & Co. begeistert. Angerichtet, um eine Geschichte zu erzählen, mit visuellen und geschmacklichen Kontrasten sowie spannenden Texturen.





GEHEURES POTENZIAL FÜR NAHEZU ALLE LEBENSBEREICHE UND BRANCHEN. DIGITALI-SIERUNG OPTIMIERT NICHT NUR LOGISTISCHE PROZESSE, VEREINFACHT UND VERSCHÖNERT NICHT NUR DIE CUSTOMER-JOURNEY, SONDERN IST AUCH EIN WICHTIGER SCHLÜSSEL IN DER LANDWIRTSCHAFT FÜR TIERWOHL, ERTRÄGE UND SICHERUNG VON ERNTEN.

YOUR WORK!

DIE EVOLUTION VON LOGISTIK & LANDWIRTSCHAFT

### WAREHOUSE 4.0

MIT WEARABLES & INFORMATIONSTRANSPORT IN DIE ZUKUNFT

Innerhalb der gesamten Logistik nimmt gerade die Lagerlogistik eine herausragende Stellung ein, denn hier laufen einige Prozesse zusammen: Waren kommen an, werden sortiert, gelagert und anschießend wieder an Kunden versandt. Sämtliche Prozesse werden dabei mehr und mehr digital optimiert. Schritt für Schritt werden alte Technologien vernetzt und automatisiert. Mithilfe automatischer Identifikation über Sensoren können beispielsweise schon relevante Daten bei Wareneingang automatisch und papierlos in das Warenwirtschaftssystem übertragen werden. Über WLAN und Bluetooth kommunizieren alle Stationen miteinander und liefern Daten und Standorte der Waren in Echtzeit. Auch wird immer mehr die analoge Pickliste zum Kommissionieren

durch digitale Prozesse abgelöst. Sogenannte Wearables wie Datenbrillen oder Datenhandschuhe sorgen für Zeiteffizienz, ersparen lange Suchen und reduzieren Fehlerquoten. Dabei gilt es, die verschiedenen Pick-by-Technologien wie "Pick-by-Vision", "Pick-by-Light", "Pick-by-Voice" oder "Pick-by-Scan" für das Unternehmen bestmöglich anhand der Menge und Größe seiner Produkte auszuwählen. Doch was bedeutet dies für die Arbeitnehmer/-innen? Moderne Technologien und Assistenzsysteme können schwere oder auch eintönige und ermüdende Arbeiten verrichten. Um jedoch Überforderung oder Arbeitsverdichtung und ständiger Erreichbarkeit vorzubeugen, ist es daher umso wichtiger, Mitarbeiter zu schulen und ihnen ein neues Mindset zu geben.







# GROSSKÜCHE 4.0 UND DIGITALE PROZESSOPTIMIERUNG

HEUTE BEGEGNEN EINEM IN GROSSKÜCHEN BEGRIFFE WIE PROZESSOPTIMIERUNG, FOOD-WASTE UND CLOUD-LÖSUNGEN. DER ARBEITS-PLATZ SAMT KOCH IST LÄNGST AUF KLEINE SMAR-TE FLÄCHEN OPTIMIERT.

OB GASTRONOMIE ODER GEMEINSCHAFTSVERPFLE-GUNG: VERNETZTE KÜCHEN KÖNNEN KONTROLLE UND VERWALTUNG GLEICHERMASSEN ÜBERNEH-MEN, WARTUNGSINTERVALLE ANZEIGEN UND SO-GAR SELBSTSTÄNDIG TECHNIKER KONTAKTIEREN. VERKAUFSZAHLEN UND WARENEINSATZ KÖNNEN ANALYSIERT WERDEN GENAUSO WIE LIEFERWEGE DOKUMENTIERT WERDEN KÖNNEN.

GROSSKÜCHENTECHNIK "MADE IN GERMANY" MISCHT WELTWEIT GANZ VORNE MIT. WIR SPRECHEN MIT VOLKER BREMERICH, GESCHÄFTSFÜHRER DER PROHOGA GMBH & CO. KG. HIER HAT MAN SICH NICHT NUR AUF DEN FOOD-SERVICE BESCHRÄNKT, SONDERN BERÄT GLEICH BEI KÜCHENPLANUNG UND EDV-MODULEN MIT.



HALLO HERR BREMERICH, WIE SIEHT DIE DIGITALE KÜCHE VON HEUTE BEREITS AUS? INWIEWEIT WERDEN PROZESSE VERNETZT, SO DASS DIE GASTRONOMIE VORTEILE DARAUS ZIEHEN KANN?

Die meisten am Markt erhältlichen Großküchengeräte sind zwischenzeitlich vernetzbar. Aus meiner Sicht besteht der Vorteil für den Gastronomen darin, die **Prozesse so zu optimieren und zu kontrollieren**. Einer der wichtigsten Punkte ist sicherlich die **Dokumentation der gesammelten Daten**, um wiederum den gesetzlichen Vorschriften zu entsprechen, bspw. für Hygienenachweise oder Temperaturmessprotokolle.

### WELCHEN MEHRWERT HABEN GASTRONOMEN DURCH DIE UMRÜSTUNG?

Die **Produktivität wird** durch die Digitalisierung **gesteigert**. Eine automatisierte Ablauforganisation sorgt für schnellere und effektivere Abläufe in der Produktion und Verteilung der Speisen. Aus wirtschaftlicher Sicht muss auch erwähnt werden, dass der Gastronom einen geringeren Personaleinsatz planen muss und somit **Personalkosten einspart**, zumal die Personalsuche, insbesondere was Fachkräfte betrifft, für die Gastronomie immer schwieriger wird – es fehlt einfach an Nachwuchs! Oft ist es auch schon der stetige Verbesserungsprozess durch die Digitalisierung, der uns hilft, **Ressourcen und somit die Umwelt zu schonen**, da wir kein oder kaum mehr Papier benötigen. Das spart dem Gastronomen nicht nur Kosten, sondern trägt auch zu einer positiven Außenwirkung bei.

#### WIE SIEHT DIE DIGITALE ORGANISATION VON WARENFLUSS UND LEBENSMITTELN IM KOMPLETTEN FOODFLOW-PROZESS GENAU AUS?

Nach der Bedarfsermittlung kommen wir ins Spiel. Wir bieten unserem Kunden die Möglichkeit, in unserem Shop unter www.prohoga.de rund um die Uhr sieben Tage in der Woche virtuell einzukaufen! Der Kunde kann auf einen hinterlegten, gesammelten und dokumentierten Artikelstamm zurückgreifen, der speziell für diesen Kunden hinterlegt wird, oder eben auch auf das gesamte Sortiment. Wir gewährleisten somit unserem Kunden einen schnellen und bereits optimierten Einkauf. Und das bei circa 30.000 Artikeln! Die Bestellung kann jederzeit mit verschiedenen Endgeräten erfolgen, ohne auf einen Standort angewiesen zu sein. Über eine Schnittstelle erhalten wir nach Abschluss der Bestellung den Auftrag direkt auf sogenannte MDE-Geräte, die unsere Mitarbeiter nutzen, um die Ware für unseren Kunden zu kommissionieren. Unser Mitarbeiter kann hiermit den Lagerort und den Warenbestand einsehen und somit Laufwege planen und im Vorhinein optimieren – was wiederum den Zeitbedarf und die Kosten senkt. Während des kompletten Einkaufsprozesses und der Auslieferung garantieren wir unserem Kunden einen hygienischen Warenfluss mit optimalen Lagerbedingungen und Temperaturen, welche wir durch unsere IFS-Zertifizierung dauerhaft digital überwachen und dokumentieren. Ab hier erfolgt die Übergabe der Lebensmittel an unseren Kunden und falls vorhanden auch in dessen digitale Organisation.

#### WELCHE INNOVATIONEN SIND AUF DEM VORMARSCH FÜR DIE BETRIEBSOPTIMIERUNG?

Wie erwähnt, bieten einige Hersteller bereits Geräte an, die sich **in eine Cloud einfügen** und kompatibel zusammenfügen **lassen**. Die Möglichkeit, verschiedene Systeme wie das Warenwirtschaftssystem, die Zeiterfassung oder die laufenden Bezahlvorgänge zu kombinieren und unabhängig vom Standort einzusehen, sind einzelne Bausteine, die künftig zur Betriebsoptimierung beitragen werden. Die somit gewonnenen Daten können einfach in ein Verhältnis gesetzt werden,

bspw. wann finden die meisten Bezahlvorgänge statt und wie sieht dagegen der Personaleinsatz aus. Das sind die Stellschräubchen, die zu einem besseren Ergebnis führen. Des Weiteren gibt es vermehrt **Geräte, die eigenständig mit dem Hersteller kommunizieren** können, um einen Techniker für eine Wartung anzufordern oder die Verbrauchsmaterialien wie Reinigungsmittel vollautomatisch zu bestellen. Die Digitalisierung nimmt also immer mehr Einzug in den Küchenalltag.

## DIGITALISIERUNG AM GAST

MEHR ANALOGER GENUSS DURCH ONLINE -TOOLS

ONLINE-RESERVIERUNGSSYSTEME. CLOUDBASIERTE KASSENSYS-TEME. NEUESTE PAYMENT-TECHNOLOGIEN. POS-ANBINDUNGEN UND DIGITALE KUNDENBINDUNGSSYSTEME: ALLES WEGE DER DIGITALISIERUNG. NAH AM GAST UND NAH AM GAS-TRONOMEN. IM KONTRAST ZU ANDEREN BRANCHEN WIE FINANZDIENSTLEISTUNGEN ODER DEM HANDEL HINKT DIE GASTRONOMIE DER DIGITALEN TRANSFORMATION NOCH LEICHT HINTERHER. DAS LIEGT DARAN. DASS DIE GASTRONOMIE EINE TRADITIONELLERE BRANCHE MIT OFT VIELEN KLEINEN FAMILIENBETRIEBEN IST. DANK DIGITALER TOOLS LASSEN SICH JEDOCH PROZESSE BEI ALLEN ORGANISIEREN UND KÜNFTIGE ERFOLGE IN DER GASTRONOMIE-SZENE FEIERN.

> DIGITALER MEHRWERT

> > ~~~~

Egal ob traditionelle Gastronomie oder iunge wilde Food-Pioniere: Innerbetriebliche Abläufe lassen sich überall optimieren, um die Kommunikation zwischen Gast und Gastronom so schmackhaft wie nur möglich zu machen. Viele Gastronomen rüsten jetzt auf, denn durch die Digitalisierung werden nicht nur Effizienz und Umsatz gesteigert, sondern auch der Kundenkontakt optimiert. Unabdingbar für eine Branche, die einem enormen Wettbewerbsdruck standhalten muss.

BITTE KUNDEN- & BENUTZERFREUNDLICH!

Nicht nur in der Küche muss es schnell gehen, auch die Kommunikation mit dem Kunden sollte reibungslos und smart ablaufen. Dabei geht es nicht darum, den persönlichen Kontakt zum Gast wegen digitaler Gadgets zu verlieren, vielmehr werden Prozesse effizienter gestaltet und der Restaurantbesuch wird dadurch noch kundenfreundlicher. Von den bereits erwähnten Reservierungssystemen bis hin zu Sprachassistenten – der Markt bietet einige effektive Tools, die ohne großen Kostenaufwand eingesetzt werden können. Schauen wir uns das Mobile Payment an: Absolut im Trend liegt bargeldloses Bezahlen mit Diensten wie Apple Pay oder Google Pay. Dabei bleibt der Aufwand, dies einzurichten, für Kunden wie für Gastronomen sehr gering. Auch eine digitale Speisekarte oder die Möglichkeit, bereits vorab den Mittagstisch beguem per App zu bestellen und bezahlen, liegt auf der Hand, denn Schnelligkeit ist Trumpf. Wer schnell Anreize setzt, gewinnt das Duell.



DER ERSTKONTAKT ·

Bestes Beispiel sind der digitale Gastro-Auftritt im WWW, Social Web und auf Reservierungstools. Wird man heute als Restaurant nicht online gefunden, kann man sich kein neues Publikum erschließen. Leider wahr. Wie kommen jetzt Gast und Gastronom zusammen? Wir können nicht nur per Smartphone oder Tablet unser Restaurant auf diversen Reservierungsseiten auswählen, sondern Chatbots und Sprachassistenten machen es uns mittlerweile noch einfacher. Siri, Alexa und Co. ermöglichen eine unkomplizierte Restaurantsuche und reservieren im nächsten Schritt auf Wunsch einen Tisch. Im begehrten Clove Club in London bucht der Gast z.B. vorab ein Ticket zu der gewünschten Dinnerzeit, wählt das Menü inklusive möglicher Weinbegleitung aus und erhält dann ein Reservierungsangebot. Blicken wir nach Berlin, etwa in das Sternerestaurant Nobelhart & Schmutzig, wird klar, dass hier mit digitalen Kalkulationsmitteln gearbeitet wird. Menüpreise variieren je nach Wochentag. Eine äußerst spannende Maßnahme, um eine bessere Auslastung zu sonst ruhigen Servicezeiten zu generieren.





Die erwähnten Tools bieten nicht nur höchste Benutzerfreundlichkeit und Effizienz, sondern auch – was viel wichtiger ist – die Sammlung von Kundendaten. Sei es durch die Reservierungs-App, die Website oder andere POS-Berührungspunkte: Das Wissen über den Gast lässt sich systematisch ausbauen. Der Gast kann einfacher und stärker miteinbezogen werden und auch bereits außerhalb des Gastraums vorab und im Nachgang angesprochen werden. Ob Newsletter-Marketing, App-Erinnerung oder Social-Media-Touchpoints: Die neuen Kommunikationswege schaffen mehr Interaktion, Austausch und umso mehr Kundenbindung. Gehen wir einen Schritt weiter, widmen wir uns der Kundenrückgewinnung: Analysiert man z.B. Bestelldaten und Besucherzeiten, gewinnt man so manch spannenden Einblick in seine eigene Gastronomie. Werden in digitalen **CRM-Systemen** Kundendaten und Bestellungen hinterlegt, fällt es einem wesentlich leichter, gewisse Muster zu erkennen und darauf auch zu reagieren. Wieder eine Art von **Service**, die erst durch digitalisierte Prozesse wie von selbst von der Hand geht und die Effizienz im Unternehmen steigert. Personalisierung und Beziehung kommen eben in der schnelllebigen Zeit richtig gut an.



### **MEHRWERT**

- Breites Sortiment an Fingerfood-Spezialitäten
- Nach original spanischen Rezepturen
- Hochwertig in Geschmack und Optik
- Küchenfertig vorbereitet und tiefgekühlt
- Perfekt für Ihre individuellen Fingerfood-

Menü-Inspirationen/Serviervorschläge finden Sie unter: www.aviko.de/news/share-the-fun



Mit freundlicher Unterstützung

# APPETIT AUF ZUKUNFT

IN SÄMTLICHEN WIRTSCHAFTSZWEIGEN GILT DIE DIGITALISIERUNG ALS EINE DER WICHTIGSTEN HERAUSFORDERUNGEN. WER AUCH KÜNFTIG ERFOLGREICH SEIN WILL, DER MUSS DIE DINGE NEU DENKEN UND MIT INNOVATIONEN SEINE TRADITION AUF VORDERMANN BRINGEN. SCHAUEN WIR UNS BEREITS JETZT UNSER DIGITALES NUTZERVERHALTEN AN, SO IST GERADE DIESE BEREITSCHAFT DIE GRUNDLAGE FÜR KOMMENDE TRENDS.





ser startet einen Gruppenchat mit

seinen Kollegen in der gleichen

App, reserviert auch hier gleich

einen Tisch, bestellt die Getränke schon auf dem Hinweg online, teilt

ein Bild in seiner Timeline, bezahlt mit

einem Klick weiter, bewertet das Restau-

rant, und die Kollegen überweisen ihren

Anteil der Rechnung. Alles funktioniert, ohne

auch nur einmal die App zu verlassen.

# SUPERTHEMA



### OHNE MENSCH KEINE DIGITALISIERUNG!

### DIGITALISIERUNG BEGINNT IM KOPF UND IST KEIN IT-PROJEKT

Wenn Unternehmen sich dazu entschließen, den digitalen Weg zu gehen, werden schnell Dinge wie Website, App, Social-Media-Konzept, Smartphone, AR, VR oder autonome Geräte diskutiert. Eine gewisse Strategie wird ausgearbeitet. Aber zu einer digitalen Transformation gehört viel mehr als nur der Einsatz von Technologie. Viele vergessen den Menschen entlang dieser Journey. Die Grundhaltung und das Wissen – das sogenannte "Digital Mindset" – müssen erst einmal vorhanden sein. Dabei sprechen wir vom Ablegen von Vorurteilen vor dem digitalen Wandel. Von Neugier und Offenheit gegenüber neuen Technologien. Die digitale Welt ist für viele noch ein unbekanntes Land. Viel zu viel Input kommt unsortiert auf uns herein, und so manches Thema steht vielleicht auch im Widerspruch zu einem anderen, jedoch gilt es, als Beobachter diese Entwicklungen mitzuverfolgen, eigenes Denken und Handeln daraus abzuleiten und all diese Informationen zu sortieren. Wer die Augen nicht verschließt, ist ganz klar im Vorteil. Einen Schritt weiter gehen bereits diejenigen, die Digitalisierung für sich nutzen und ihre Netzwerke ausbauen, über den Tellerrand schauen und ihre eigenen Vorteile erkennen wie z.B. mittels der mobilen Revolution. Hätten Sie noch vor 20 Jahren gedacht, Sie halten Telefon, Kamera, Kalender, Music-Player, Adressbuch, Navigation und Shoppingassistenten mit nur einem Gerät in der Hand? Heute für uns Alltag. Die Generationen X, Y und Z haben sogar eine komplett andere Art, an Strukturen und Dinge heranzugehen, als dies noch vor 20 Jahren der Fall war. Sie verstehen, dass Digitalisierung Freiräume schaffen kann, um dem Ideal des selbstbestimmten Arbeitens immer näher zu kommen. Dort, wo automatisierte Technologien zum Einsatz kommen, können Mitarbeiter entlastet werden. Chancen tun sich auf, und die Zeit für Kunden und auch Freizeit rückt wieder in den Vordergrund.

#### UND JETZT?

Es ist Zeit, altes, eingefahrenes Denken zu ändern. Auf Seiten der Führungsebenen und der Mitarbeiter. Mitarbeiter müssen Produktkonzepte und Prozesse testen und mitgestalten dürfen. Fehler dürfen nicht ausgeschlossen sein. Wir müssen anfangen, kalkulierbare Risiken einzugehen, denn nur dies motiviert Neues zu testen und zu **lernen.** Wichtig in diesem Zusammenhang sind Fortbildungen und Freiräume. Man muss kein Technikgenie sein, um bei der Digitalisierung mithalten zu können. Wenn Mitarbeiter merken, dass viele digitale Aufgaben anwenderfreundlich gestaltet sind und die Arbeit erleichtert wird statt erschwert, werden Mensch und KI (Künstliche Intelligenz) ganz schnell Freunde.



#### LECKERER INHALT. PRAKTISCH VERPACKT

Gebindegrößen von Kühne sind so individuell wie die Anforderungen in der Küche. Kühne Original Rotkohl gibt es im 2.650-ml-Glas und in der 4.250-ml-Dose, Kühne Original Rotkohl und Sauerkraut in der 10.200-ml-Dose. Besonders praktisch: die Fixund-Fertig-Varianten im praktischen 5-kg-Polybag. Ab Dezember 2019 wird das Sortiment um Rotkohl und Sauerkraut im 2,5-kg-Polybag ergänzt. Die transparente Folie schafft Durchblick, platzsparendes Stapeln und die einfache Zubereitung im Wasserbad oder Kombi-Dämpfer vereinfachen die Abläufe in der Küche. Und zusammengefaltet ist die Verpackung einfach entsorgt.



Regionales Superfood erobert die Gastronomie-Küchen

### Foodtrucks - ein Trend ist derzeit in aller Munde: Superfood.

Ouinoa, Acai und Amaranth? Es muss nicht immer exotisch sein, auch unter den regionalen Gemüsesorten finden sich leckere und ebenso gehaltvolle Alternativen. Umwelt- und preisbewusste Küchenprofis setzen verstärkt auf Superfood-Klassiker, die schon die Oma kannte. Dabei kommen sie am Rotkohl und Sauerkraut von Kühne, dem Marktführer in der Kategorie Rotkohl im Großverbrauchersegment<sup>1</sup>, nicht vorbei. Jede Menge Vitamine, Mineralien und Balaststoffe in Kombination mit einem niedrigen Kaloriengehalt, machen das heimische Kohl und Kraut zu wahren Nährstoffwundern. Zudem eignen sich viele der Produkte auch für vegane, low carb, gluten- oder laktosefreie Gerichte. Hochwertig angerichtet - zum Beispiel in Form einer leckeren, lauwarmen Salatbowl - begeistert Kühnes Superfood die Gäste.

#### REGIONALITÄT PUNKTET BEI KÜCHENPROFIS

Der heimische Anbau überzeugt die qualitätsbewussten Konsumenten, die sich verstärkt für die Herkunft und Zu-

Ob in angesagten Szene-Restaurants oder urbanen bereitung von Lebensmitteln interessieren. Kaufentscheidendes Argument für Kühne: Die Rohwaren werden auf den Feldern rund um die Kühne Standorte in Bayern und Nordrhein-Westfalen angebaut, geerntet und frisch verarbeitet. Kurze Transportwege und hohe Qualitätsstandards – dafür schätzen Küchenprofis die Produkte von Kühne seit Jahrzehnten, genauso wie für die unkomplizierte Zubereitung und den hochwertigen Geschmack.

### Der Superfood-Rezepttipp: Die Winterbowl

Die Winterbowl ist randvoll gefüllt mit gesunden Köstlichkeiten, die auf der Nährstoffskala punkten. Die Präsentation in der Schale rundet das Gericht perfekt ab.

REZEPTIDEE: Kühne Original Rotkohl aufwärmen, Karotten raspeln, Rosenkohl anbraten, Bulgur zubereiten. Alles mit Radieschen, Granatapfelkernen und Feldsalat in einer Schale anrichten. Darüber Tofu-Dressing geben (aus gewürfeltem Tofu, abgeschmeckt mit Essig, Zitronensaft, Olivenöl, Senf, Pfeffer, Ahornsirup und Wasser).

1. IRI, GV-Panel Zustellung und Abholung, MAT 12/2018

# Raffiniert verfeinern!



Verleihen Sie Ihren Gerichten im Handumdrehen eine kräuterfrische Note!

- ✓ Tiefkühlfrisch und schnell entnehmbar
- **✓** Leicht kalkulierbar
- ✓ Perfekt zu Fleisch, Fisch, Gemüse und Pasta

Überzeugen Sie Ihre Gäste mit den erstklassigen Kräuter-Butter-Rosetten von MEGGLE.



### HÜTTENKÄSE-KIEFERNNADELN-AUSTERN

### KIEFERNNADELSUD

- ▶ 100 q Kiefernnadeln
- ▶ 400 ml Birkenwasser
- Etwas Xanthanwasser

Die Kiefernadeln bei 160 °C im Backofen rösten und auskühlen lassen. Das Birkenwasser mit den Nadeln vakuumieren und bei 56 °C vier Stunden im Wasserbad reifen lassen. Fein passieren und leicht mit Xanthanwasser binden.

### HÜTTENKÄSE

- 50 g Hüttenkase
- Abrieb von 1 Zitrone
- 1 TL Zitronenöl
- **▶** Salz

Den Hüttenkäse in einem Sieb abspülen und abtropfen lassen. Mit den weiteren Zutaten abschmecken und zur Seite stellen.

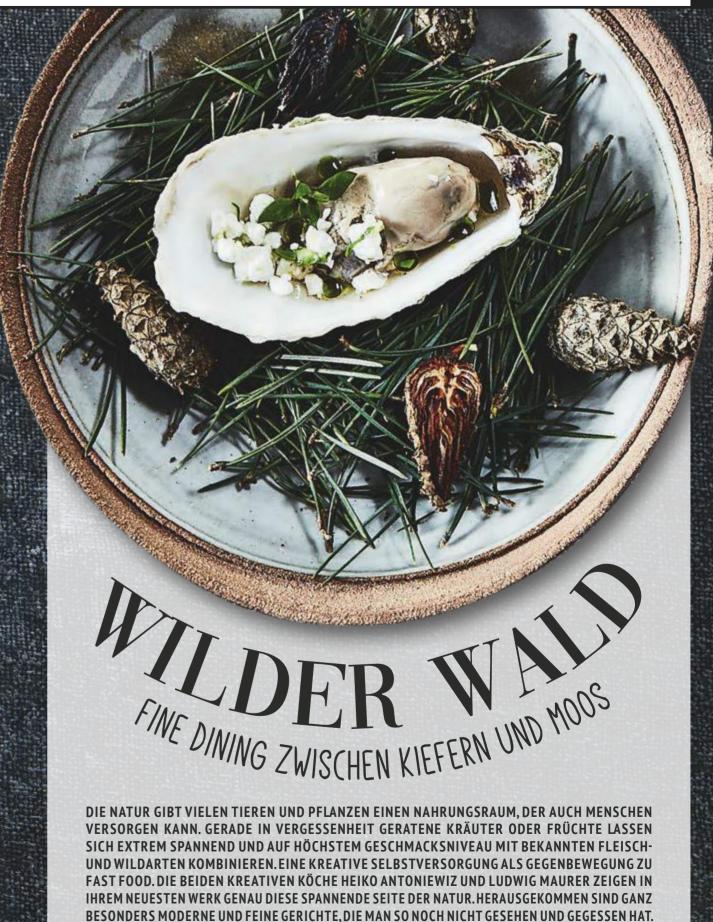
### AUSTERN

- 4 Sylter-Royal-Austern
- ▶ 100 ml Meerwasser

Die Austern öffnen, auslösen und putzen. Das Meerwasser auf 42 °C erhitzen und die Austern drei Minuten darin stocken lassen. Auf einem Küchenkrepp abtropfen lassen.

### ANRICHTEN/GARNIEREN

In der Austernschale die Auster wieder anrichten. Mit dem Hüttenkäse arrangieren und den Kieferfond angießen. Mit der Vogelmiere garnieren.





### **CONFIERTES** ENTENEI-**GIERSCH-TOPINAMBUR**

### ENTENEI

- ) 4 Enteneier 300 ml Rapsöl
- Die Enteneier bei 56 °C im Wasserbad zwei Stunden pasteurisieren. Im

Schnellkühler herunterkühlen. Das Eigelb vom Eiweiß trennen. Das Eigelb im 64 °C warmen Rapsöl 50 Minuten confieren. Mit einer Blow Torch

### GIERSCH-ESPUMA

- ▶ 200 ml Milch
- ▶ 200 g Gierschblätter
- ▶ 20 g stark reduzierte Geflügelessenz
- ▶ 80 g gekochte & ausgekühlte Kartoffeln
- ▶ Selleriesalz
- ▶ 30 a Butter

Die Gierschblätter in Salzwasser blanchieren und gut ausdrücken. Mit der Milch fein mixen, die Geflügelessenz unterrühren und mit Selleriesalz abschmecken. Die Kartoffeln montieren, fein passieren. Die zerlassene Butter montieren und in eine 0,5-l-iSi-Flasche füllen. Begasen und bei 65 °C warm stellen. Bei Bedarf entnehmen.



AUF 240 SEITEN ERFÄHRT DER LESER NEBEN EXZELLENTEN UND KOCHTECHNIKEN SOWIE ZU WILD UND WALD. SCHWELGEN SIE IN DEN ELEMENTEN DER NATUR!

WWW.MATTHAES.DE

### HOMANN

### Unser Tomaten Ketchup DOPPELT PRÄMIERT!

"Das Beste, was Tomaten passieren kann!", dass das nicht nur ein leeres Werbeversprechen ist, zeigt die doppelte Prämierung unseres Tomaten Ketchups. Deutschlands Verwender sind auf ganzer Linie überzeugt, dies beweist die Gold-Prämierung mit dem KÜCHE BEST PRODUCT Award sowie die Kür zum "Geschmacks-Sieger" der Ketchup Challenge, beides vergeben von unabhängigen Küchenprofis.

Neben dem prämierten Tomaten Ketchup, besteht die Range noch aus einem Curry Gewürz Ketchup sowie einem Curry Ketchup "Bombay Art", natürlich in Original HOMANN Qualität.

Die Rezepturen wurden eigens für den Foodservice entwickelt und überzeugen durch einen optimierten Salz- und Zuckergehalt. Darüber hinaus bildet sich kein unappetitlicher Wasserabsatz sowie keine unschöne Haut, auch bei langen Standzeiten. Die komplette Range ist sowohl kalt als auch warm verwendba



www.homann-foodservice.de

# 50 Anzeigen







### TIEFKÜHLGEMÜSE

westfro

SEIT VIELEN JAHREN IST WESTFRO DER SPEZIALIST IM GV-BEREICH DADURCH DASS MAN SICH DIE HÖCHSTEN QUALITÄTSANFORDERUNGEN STELLT UND DIE BEDÜRFNISSE VON SIE ALS "FOOD SERVICE" KUNDE BERÜCKSICHTIGT.

DIE STANDORTE, IM HERZEN DES ERTRAGREICHSTEN WEST-FLÄMISCHEN ANBAU BODENS, SORGEN DAFÜR, DASS DIE KETTE ZWISCHEN DER ERNTE UND DEM EINFRIEREN AUßERGEWÖHNLICH KURZ GEHALTEN WIRD, WODURCH WESTFRO FÜR WIRKLICH ERNTEFRISCHE GEMÜSE GARANT STEHT.



ÜBERZEUGEN SIE SICH SELBST VON UNSERE TIEFKÜHLGEMÜSE UND GEMÜSEMISCHUNGEN

Westfro NV - Grote Veldstraat 114 - 8840 STADEN - BELGIEN - +32 51 70 01 21 - www.westfro.be - sales@westfro.be



DIE IMA-CLIOUE IST VIEL MEHR ALS NUR EINE GRUPPE **AUS VERSCHIEDENEN RESTAURANT-**UND VERANSTALTUNGSKONZEPTEN, WIE DEM MAXIE EISEN, STANLEY DIAMOND ODER DER BAR SHUKA. IMA STEHT FÜR KREATIVE EVENTS UND HOS-PITALITY. DAS TEAM LIEBT ES, MOMENTE ZU SCHAF-FEN, DIE IN ERINNERUNG BLEIBEN; AUTHENTISCH UND UNGEZWUNGEN AN ORTEN MIT EIGENER IDENTITÄT. DENN GEWÖHNLICH KANN JEDER ... WIR SPRECHEN MIT JAMES UND DAVID ARDINAST, DIE GEMEINSAM KOPF DER IMA-CLIQUE SIND UND DIE WELT IN FRANKFURT EIN STÜCK WEIT INTERESSANTER, LEBENSWERTER, INDIVIDUELLER UND GENUSSVOLLER MACHEN.

### HALLO IHR BEIDEN. WIE UND WANN ENTSTAND DER **GEDANKE DER IMA-CLIQUE?**

James: Vor mehr als 15 Jahren, als wir noch beide in anderen Unternehmen fest angestellt waren. Dave hat zu der Zeit in Berlin gelebt.

David: James rief mich an und sagte: Lass uns was zusammen machen.

James: Da wir uns schon als Kinder für gutes Essen und unterschiedlichste Gastronomieformen interessiert haben, unsere Großeltern und Eltern schon Gastro-Spezis waren und wir was Eigenes machen wollten, war klar, dass wir diesen Weg einschlagen würden, früher oder später. "Ima" heißt übrigens "Mutter" auf Hebräisch: In unserem ersten Konzept haben wir alle Rezepte mit Müttern zusammen entwickelt.

### WARUM GERADE FRANKFURT UND NICHT BERLIN ODER KÖLN? FRANKFURT IST MIT SICHERHEIT SCHWIERIGER ZU BEGEISTERN.

Frankfurt kann man schwer vergleichen mit Berlin oder Köln. Hier ist alles kompakt, die Dichte an auter Gastronomie ist hoch, klassische, traditionelle Konzepte treffen auf Zeitgeistiges. Es gibt hier eine Hypekultur – wenn neue Läden öffnen, rennt die Stadt gefühlt die ersten zwei Monate dahin, danach nicht mehr und der alteingesessene Lieblingsitaliener ist wieder Nummer 1. Aber wir lieben die Stadt, hier kommen wir her und wollen nirgends anders leben.

#### WOVON LASST IHR EUCH INSPIRIEREN?

Wir reisen gerne und wenn wir reisen, versuchen wir, alle kulinarischen Juwelen zu entdecken und aufzusaugen. Egal, ob Imbiss oder Sterneschuppen, es muss Geschmacksexplosionen geben. Highlights und Inspirationsquellen sind meistens die einfachsten Gerichte, in Perfektion und mit Herz ausgeführt. wie ein saftiges Raclette-Käse-Sauerteigsandwich in Amsterdam oder die beste Falafel mit Hummus (außen kross, innen soft und duftend) in Tel Aviv. Außerdem ziehen wir unsere Inspiration aus anderen Disziplinen wie Kultur, Kunst, Musik, Mode.

### WAS MACHT IHR ANDERS ALS DIE ANDEREN GASTRONOMEN?

Ob wir was anders als andere machen, können wir selbst nicht beurteilen. Dass wir alles mit mehr Herz als Verstand machen und wir immer versuchen. ganzheitlich zu denken, können wir so festhalten. Wir sehen uns als Übersetzer und Brücke verschiedener Märkte, Menschen, Marken und Orte. Wir sind die Brücke zwischen Bahnhofsviertel und Wallstreet, Street Food und Fine Dining.

### WIE MUSS EIN MITARBEITER GESTRICKT SEIN. UM BEI EUCH **ZU ARBEITEN?**

Mit Hands-on-Mentalität, lösungsorientiert und vor allem mit Herz. Kreativität ist King, Humor Gesetz.

### SIND WEITERE KONZEPTE GEPLANT?

Wir konzentrieren uns derzeit auf unsere bestehenden Konzepte und unsere Agenturarbeit. Wir haben vor kurzem die IMA-Agentur ins Leben gerufen und machen nicht nur Gastro-Beratung, sondern auch ganzheitliche Marken- und Eventkonzepte. Aber: Es bleibt spannend und wir haben immer Hunger. "Füße stillhalten" war noch nie unsere Stärke.



Raffiniert, Klassisch und berühmt

WAS IST EIGENTLICH TYPISCH SÄCHSISCHE KÜCHE? OFT IST ZU HÖREN. DASS ES KEINE VIELFÄLTIGERE UND BODENSTÄNDIGERE KÜCHE GIBT ALS DIE DER SACHSEN. AUF REGIONALITÄT, TRADITION UND QUA-LITÄT KÖNNEN GENIESSER SICH DORT VERLASSEN. EINIGE SPEZIALITÄTEN STEHEN SOGAR UNTER BE-SONDEREM EU-SCHUTZ UND NICHT UMSONST WIRD SACHSEN SOGAR ALS "BACKSTUBE DEUTSCHLANDS" BEZEICHNET. WIR SCHAUEN GENAUER HIN.

Es sind vor allem die kulturellen und baulichen Glanzlichter Sachsens, die unzählige Touristen Jahr für Jahr in Städte wie Dresden, **Leipzig und Chemnitz** locken. Beinahe magnetische Wirkung haben auch die kleinen historischen Städtchen wie Meißen oder Görlitz. Allein in Görlitz sind fast 4.000 Baudenkmäler aus 500 Jahren euro-





### **BACKSTUBE DEUTSCHLANDS**

Gerade in Sachsen gewinnen Spezialitäten immer mehr an Bedeutung, denn es gibt eine Vielzahl. die den guten Geschmack der Sachsen bezeugt und auf ihre ganz eigene Art einfach einmalig ist. Besonders im süßen Segment hat sich manch regionale Spezialität über alle Grenzen hinaus einen echten Namen gemacht. Bestimmt haben auch Sie schon Dresdner Stollen®, Leipziger Lerche®, Dresdner Eierschecke oder Pulsnitzer Pfefferkuchen kosten dürfen. Gerade Dresden ist eine wahre Bäcker- und Kuchenstadt. Hier wird die Tradition frisch gebackener Blechkuchen seit Jahrhunderten gelebt. Überall duftet es verführerisch und egal, ob Obst, Quark oder Streusel: Aufs Blech kommt, was aus dem Garten und der Region ist und das Gemüt genussvoll streichelt.

### SCHMECKT WIE FRÜHER ...

In der warmen Küche stehen Kartoffeln ganz weit oben. Ob als Beilage, mal mit Leberwurst, gebraten im Bauernfrühstück mit Ei oder als Salat – in vielen Gerichten nimmt die Kartoffel die Hauptrolle ein. Für die sächsische "Teichlmauke" z.B. wird Kartoffelbrei auf einem Teller verteilt, in die Mitte eine Mulde gedrückt und in diesem "Teich" Rinderbrühe mit Fleisch und Gemüse serviert. Was passt besser zu Kartoffeln als **Leipziger Allerlei**?! Das klassische Rezept enthält viel junges Gemüse, Morcheln, Flusskrebse, Krebsbutter und Semmelklößchen. Das hätten Sie garantiert nicht gewusst, denn oftmals kommt das gemischte Gemüse ohne die Original-Begleiter heute daher. Auch liebt der Sachse ordentlich Fleisch auf dem Teller, ob als Braten, Wurst oder Biergulasch. Hauptsache nahrhaft, deftig und gutbürgerlich. Ein Gericht ist allerdings nur etwas für Liebhaber: die "Sächsische Flecke". Eine Art süßsaurer Eintopf aus Kartoffeln, sauren Gurken und Kuheuter ist für Touristen gewöhnungsbedürftig. Fragt man heute ehemalige DDR-Einwohner, kann man bei einigen interessante Erinnerungen im Blick erkennen.



### DIE ZUKUNFT **IST DIGITAL:**

MIT WEBSHOP. APP UND TREUEPROGRAMM STELLT SICH UNILEVER FOOD SOLUTIONS DEN DIGITALEN HERAUSFORDERUNGEN

Schnellere Bestellmöglichkeiten, ein Treueprogramm, mit dem bei jedem Einkauf Punkte gesammelt werden können, Rezeptinspirationen und weitere Features bietet Unilever Food Solutions seinen Kunden mit dem Webshop und der 2018 eingeführten, innovativen App.

### DER WEBSHOP VEREINT REZEPTINSPIRATIONEN MIT EINFACHEN

Für alle unsere Kunden bieten wir mit dem Webshop die Möglichkeit jederzeit auf unser Sortiment zu zugreifen und auch Bestellungen abzugeben. Ergänzt wird das Onlineshop-Angebot durch zusätzliche Produktinformationen, saisonale Angebote, inspirierende Rezepte, Gewinnspiele und andere attraktive Angebote.

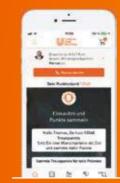
#### INNOVATIVE UNILEVER FOOD SOLUTIONS APP FÜR SCHNELLEN **ZUGRIFF AUF REZEPTE UND WEBSHOP**

"Alles auf einen Klick" ermöglicht die neue Unilever Food Solutions App. Sie ist kostenlos im App-Store oder Play-store erhältlich und bietet jede Menge praktische Features für Gastronomen und Köche. Dank des integrierten Webshops können Produkte neuerdings orts- und zeitunabhängig bestellt werden. "Die neue Scan-Funktion macht das Bestellen noch einfacher: Barcode in der App scannen, Produkt dem Warenkorb hinzufügen, die Bestellung absenden und das war's. Dadurch kann der Profi ab sofort von überall und zu jeder Zeit mit einem Smartphone auf den Shop zugreifen und seine Einkäufe tätigen", erklärt Helger Reitsma, Marketing Director D-A-CH bei Unilever Food Solutions. Komplettiert wird die App durch zahlreiche innovative Rezepte.

#### MIT DEM TREUEPROGRAMM BEI JEDEM EINKAUF PUNKTEN

Besonders attraktiv ist auch das Treueprogramm, mit dem die Nutzer bei jedem Einkauf im Webshop und in der App Punkte sammeln und anschließend gegen Prämien für Ihre Küche eintauschen können. Neue Registrierungen über die App profitieren besonders vom Treueprogramm: Als Willkommensgeschenk erhält hier jeder Neukunde 50 Treuepunkte. Daneben gibt es viele spannende Aktionen, bei denen unsere Kunden mehrfach punkten oder direkt eine Prämie gewinnen können.

#### DIE UNILEVER FOOD SOLUTIONS APP - MEHR ALS NUR EINKAUFEN:



## CALL ME



EINKAUFEN & SAMMELN Ergänze deine Ein-



DIREKT SCANNEN



LIKEIT



IMMER UP-TO-DATE der Woche dank Push



APP KOSTENLOS DOWNLOADEN JND SOFORT PROFITIEREN!

Mehr Informationen findest du unter www.ufs.com





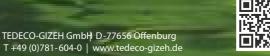


Bei uns finden Sie eine Vielfalt an Einweggeschirr aus nachwachsenden Rohstoffen wie z. B.

- Pappteller- und Schalen aus Frischfaser
- Teller und Schalen aus Zuckerrohr
- Teller und Schalen aus Palmblatt
- Bestecke aus Holz
- Trinkbecher aus PLA



Entdecken Sie unser Sortiment.









# Spezialisten für Großverbraucher



















## **GENUSS PLUS**

- Proteinreiche Beeren-Skyr-Schnitte
- Kernige Apfel-Cranberry-Schnitte
- Fruchtige Aprikosen-Limetten-Schnitte
- Planungssicherheit durch einfaches Handling & Vorportionierung
- **Ohne** deklarationspflichtige Zusatzstoffe
- Perfekt für den jungen und trendbewussten Gast







EINMAL PROBIERT - FÜR IMMER VERFÜHRT

# WER RETTET DIE SCHOKO-LADE?

100% Cocoa life



**DIE MEISTEN KAKAOBAUERN IN AFRIKANISCHEN** LÄNDERN LEBEN IN ARMUT. SCHAUEN WIR UNS **GHANA AN: HIER LIEGT DAS EINKOMMEN DER** RUND 800.000 KAKAOBAUERN MIT KNAPP 73-80 CENT PRO TAG DEUTLICH UNTER DER VON DER **FESTGELEGTEN ARMUTSGRENZE VON ZWEI US-DOLLAR PRO TAG. KINDERARBEIT. EINE** WEITERE RODUNG VON REGENWALDFLÄCHEN, OFTMALS FEHLT DIE ELEKTRIZITÄT, KANALI-SATION ODER FLIESSENDES WASSER - ALL DIES ERSCHWERT DIE LEBENSUMSTÄNDE ZUSÄTZLICH.



### WAS IST COCOA LIFE?

Kakao ist die Grundzutat für Schokolade. Ohne die nächste Generation von Kakaobauern gibt es allerdings keinen Kakao. Das Mondelēz-Programm "Cocoa Life" setzt genau zu Beginn der Kakaoproduktion seine Initiative zur Nachhaltigkeit. Bis Ende 2025 werden 100% des Volumens an Kakao, das für die Herstellung von Mondelez-Produkten benötigt wird, über Cocoa Life geliefert. Das Ziel: der Aufbau einer nachhaltigen Kakaolieferkette sowie die Verbesserung der Löhne und Lebensbedingungen für die Menschen in den

> Kakaoanbaugebieten. Bereits heute liefert das Cocoa-Life-Programm 43 % von Mondelēz International benötigten Kakaovolumens. Bis 2025 werden beliebte Marken wie Toblerone und Lacta gemeinsam mit Milka, Côte D'Or und Cadbury Dairy Milk Teil des Programms. Aktiv ist Cocoa Life in sechs großen Kakaogebieten: Ghana, der Republik Côte d'Ivoire, Indien, Indonesien, der Dominikanischen Republik und Brasilien.

### WAS 2018 BISHER **DURCH DAS PROGRAMM**

(Quelle: Jahresbericht 2018 von Cocoa Life)

Die Kakaoerträge der teilnehmenden Kakaobauern verbessern sich kontinuierlich mit steigender Effizienz. Dies ist eine wichtige Entwicklung. Bauern, die mit weniger Land mehr erwirtschaften können, sind in der Lage, freies Land entstehen zu lassen, das für andere einkommenschaffende Aktivitäten genutzt werden kann.

Mehr und mehr Gemeinschaften steuern ihre eigene Entwicklung. Cocoa-Life-Gemeinschaften können zu Treibern des Wandels im Kakaosektor werden. Durch bessere Planung und Interessenvertretung konnten diese Gemeinschaften die nötigen Mittel und Ressourcen gewinnen, um sich aus eigener Kraft weiterzuentwickeln.

Kakaobauern expandieren nicht in geschützte Wälder. Zum Ansatz von Cocoa Life gehört es, die Bauern und Anbaugemeinschaften darin zu bestärken, Anbauflächen zu schützen. Indem sie ihre Flächen karto-

grafisch erfassen, lernen sie, mehr aus ihren Farmen herauszuholen und wirtschaftlicher zu arbeiten.

Cocoa Life arbeitete Ende 2018 bereits mit über 142.000 Landwirten zusammen, um den Kakaoertrag zu erhöhen, und bestärkte mehr als 1.400 Gemeinden, ihre eigene Entwicklung voranzutreiben.

Seit August 2018 ist auf der Verpackung aller Milka-Tafeln in Europa das Logo von Cocoa Life abgebildet. Bis Ende 2019 soll das gesamte Milka-Schokoladen-Sortiment in Europa an dem Programm teilneh-

men. Mit Milka nimmt die größte Schokoladenmarke von Mondelēz International in Europa am Cocoa-Life-Programm teil.

# **ERREICHT WURDE:**

### Tutaten

die wir beziehen.

und dazu gehört Kakao. 99

175 g Butter

330 a brauner

3 Eier

1 TL Vanillearoma

200 g Mehl

1 TL Backpulver 100 g Milka Weisse Schokolade

(raspeln) 120 g Philadelphia Balance

### Lubereitung

Backofen auf 180 °C (Umluft) vorheizen. Weiche Butter und 300 g braunen Zucker mit dem elektrischen Handrührgerät aufschlagen. Zuerst Eier und Vanillearoma zufügen, anschließend Mehl und Backpulver untermischen.

Schokoladenraspeln einrühren. Mischung in eine gefettete, mit Backpapier ausgelegte Form (ca. 20 x 30 cm) geben.

Philadelphia und übrigen Zucker glattrühren. Philadephia-Mischung über den Schokoladenteig geben und beide Schichten mit einer Gabel leicht marmorieren. 30-35 Minuten im Ofen backen, anschließend gut abkühlen lassen.

6ROSSSTADT-HINSCH



# follow the forest

WÄHREND DER DIGITALE WANDEL MEHR ALS RASANT FORTSCHREITET, WERDEN RUHE UND GEMÜTLICHKEIT IM GLEICHEN MASSE WICHTIG. GERADE IM HERBST, WENN ES DRAUSSEN KÄLTER WIRD, WÜNSCHEN WIR UNS COZY FEELING. WIR LASSEN FROHE, UND GEDECKTE FARBEN DES HERBSTLICHEN WALDES BEI IHNEN EINZIEHEN, DAMIT DER GASTRAUM GEMÜTLICHER WIRD UND EINE FAST MAGISCHE RUHE AUSSTRAHLT. GOLDENE DETAILS UND EIN MIX AUS MATERIALIEN SIND EBENSO TONANGEBEND, WIE ES DER AKTUELLE TREND BEI BLOOMINGVILLE ZEIGT.

Für den Großstadthirsch werden Großstadt und freie Wildbahn stilsicher miteinander verknüpft. Ein edles Betonschild in Hell- oder Dunkelgrau trägt kontrastreich den Hirschkopf aus hellem Holz. Dank klarer Formsprache und puristischem Design fügt er sich in jeden modernen Gastraum ein. www.heimatwerke.de

### WARMER Schimmer

Kupfer und Gold wärmen jeden Raum und setzen einen wunderbaren Akzent zwischen Naturtönen und satten Farben. Die Schale "Kubus Bowl" von By Lassen zieht mit eleganten und einzigartigen Pflanzen oder saisonalen Dekorationen alle Blicke auf sich. www.designikonen.de



Copper Glow ist handgemalte Kunst auf jedem einzelnen Teil. Flächig als Fahne bis über den Rand oder zentriert – es entsteht eine feine artisanale "Swirl-Struktur" mit akzentuiertem und zugleich handwerklichem Charakter. Cover Seal ist die Zauberformel: Die metallfreie Dekorfarbe erhält ein Oberflächenfinish, welches alle Artikel spülmaschinen-, salamander- und mikrowellensicher macht. www.villeroy-boch.com

### METALLIC Style

Die Tischleuchte "Anae" aus dem Hause Harto Design besticht durch ihre klare moderne Form aus Metall. Ob in Altrosa oder Grau: Sie passt wunderbar zu neutralen Naturtönen und ist ein absoluter Eyecatcher für jeden Gastraum. www.hartodesign.fr





KALT erwischt!

Wer sagt, dass Flaschenkühler immer nur einheitlich silber sein müssen? Wir setzen im Winter auf handgearbeitete Lackierung in Kupferoptik und Unikate. Spülmaschinengeeignet und doppelwandig isoliert, veredelt der Flaschenkühler Vallejo jede Flasche am Tisch.

www.vega-direct.com



DIE ENTWICKLUNG INNOVATIVER TECHNOLOGIEN, DIE UNS IM TÄGLICHEN LEBEN BEGLEITEN. WERDEN IMMER INTERESSANTER UND AUSGEKLÜGELTER. **SMART LIVING IST EIN WESENTLICHER VORTEIL DER** DIGITALEN TRANSFORMATION. PASSEND ZUR KÄLTEREN UND **DUNKLEREN JAHRESZEIT, HABEN WIR EINE AUSWAHL AN SMARTEN** GADGETS FÜR SIE. DAMIT DER **HERBSTBLUES GARANTIERT** KEINE CHANCE HAT.

### gadgets gegen den Herbstblues



### DIE REGIE ÜBERNIMMT Das Kochgeschirr!

Nicht immer ist Verlass auf das Bauchgefühl beim Steakbraten und so manches Mal wünscht man sich einen Hinweis. Jetzt kommen Töpfe und Pfannen mit leistungsstarken Sensoren, die die aktuelle Temperatur anzeigen und sogar die optimale Hitze und Koch- bzw. Gardauer berechnen. Der Kochvorgang läuft so automatisiert und schiefgehen kann wirklich nichts mehr. Die Technologie verändert auf ganz angenehme Weise, wie wir kochen und wie wir lernen zu kochen, denn auch die dazugehörige App zeigt uns in jeweils passenden Videos Schritt für Schritt tolle Rezepte.

www.hestancue.com



# *architekt*

Der Panospace ONE ist ein 3D-Drucker, der dank seiner kleinen Maße für beinahe ieden Einsatzzweck geeignet ist. Auch die Geschwindigkeit ist mehr als beachtenswert. In nur wenigen Minuten können kleine anschauliche Druck-Erzeugnisse für Büro, Gastronomie etc. unkompliziert gedruckt werden. Hauchen Sie www.3dpanospace.com





kommt man eine Benachrichtigung.

www.ovie.life



Er sieht anders aus, er schmeckt anders und er heißt auch anders SJØ (sprich Schö) heißt auf Norwegisch "die See" und ist eine innovative Entwicklung von Friesenkrone – echter norwegischer Matjes in Limited Edition. Der Feinkostspezialist aus Marne präsentiert mit SJØ ein Matjesfilet, das puren Naturgeschmack mit wenig Salz bietet. SJØ wird direkt nach dem Fang in Norwegen hergestellt und ist nur für kurze Zeit im Handel.

Seinen klaren Geschmack und seinen kernigen Biss erhält das Matjesfilet SJØ durch ein neu entwickeltes, natürliches Reifeverfahren. Dank der sehr milden Salznote ist SJØ allen Rezepturen gegenüber offen, ganz gleich, ob mit zarten Kräutern, kräftigen Aromen oder süßfruchtigen Komponenten. Deshalb lieben ihn Spitzenköche, wie die SJØ-Challenge bei Koch des Jahres immer wieder mit kreativen Matjes-Kompositionen zeigt.

Auch für die Sushi-Küche eignet sich SJØ perfekt. Die frische, helle Farbe sowie das Fehlen von Haut und Schwanzflosse verleihen dem Matjesfilet sein appetitliches Aussehen. Das verhilft SJØ gerade bei jungen Tischgästen und in der modernen Küche zu hoher Aufmerksamkeit, was dem Gastgeber ein neues Genussklientel für Hering erschließt.



Weitere Details zu Friesenkrone SJØ Limited Edition finden sich unter www.friesenkrone.de sowie auf der Facebook-Seite von Friesenkrone

www.friesenkrone.de

## 64 impressum

#### FIRMEN IN DIESER AUSGABE:

**BOOM KITCHEN** 

WWW.BOOMKITCHEN.CO.UK

**DELIVINOS** 

WWW.DELI-VINOS.DE

DESIGNIKONEN

WWW.DESIGNIKONEN.DE

**EMF VERLAG** 

WWW.EMF-VERLAG.DE

**FOODGUIDE APP UG** 

WWW.THEFOODGUIDE.DE

GASTRO-MARKTPLATZ

WWW.GASTRO-MARKTPLATZ.DE

**GV-FRISCHDIENST WALTHER GMBH** 

WWW.WALTHER-FD.DE

**HARTO DESIGN SHOP** 

WWW.HARTODESIGN.FR

**HESTAN CUE SMART COOKING** 

WWW.HESTANCUE.COM

HEIMATWERKE

WWW.HEIMATWERKE.DE

**IMA CLIQUE** 

WWW.IMAWORLD.DE

**JUST SPICES** 

WWW.JUSTSPICES.DE

MATTHAES VERLAG

WWW.MATTHAES.DE

MLITER

WWW.MLITER.COM

MONDELEZ DE PROFESSIONAL

WWW.MONDELEZDEUTSCHLANDPROFES-

SIONAL.DE OVIE

WWW.OVIE.LIFE

**PANOSPACE** 

WWW.3DPANOSPACE.COM

**PRESSLOFT** 

WWW.PRESSLOFT.COM

PROHOGA GMBH & CO.KG

WWW.PROHOGA.DE

STARTUP TEENS GMBH

WWW.STARTUPTEENS.DE

VILLEROY & BOCH

WWW.VILLEROY-BOCH.COM

**VEGA GASTRONOMIEBEDARF** 

WWW.VEGA-DIRECT.COM

WWW.WASGAU-CC.DE

WASGAU C+C GROSSHANDEL GMBH

### Chef de Cuisine 12/2019

Die Chef de Cuisine ist ein Magazin von:

INTERGAST

GROSSVERBRAUCHER-SERVICE HANDELSGESELLSCHAFT MBH

V.I.S.D.P. FÜR DEN REDAKTIONELLEN INHALT

Geschäftsführer Ralf Lambert

ANZEIGENDISPOSITION

Anette Hill, Julia Schneider Telefon (07 81) 6 16-5379

ANZEIGENSCHLUSS

Acht Wochen vor Erscheinen

KONZEPTION UND GESTALTUNG

target unternehmeragentur GmbH

Inhabergeführt von:

Linda Kupper, Wolfgang van Moll

Hanauer Landstraße 289

60314 Frankfurt am Main

www.target-unternehmer.com

REDAKTIONSLEITUNG

Bettina Schneider

ART-DIREKTION

Diane Wuttke

REINZEICHNUNG

Daniela Schott, Emanuele Wallat-Veronese

#### **BILDNACHWEIS**

123rf, Algenfels, Antoniewicz.org, Archdaily/Spar hungary, Aromica, Bloomingville, Daregal, Fotolia, Hestan Cue, INTERGAST, iStock, IKEA, Julia Bonk, Lottermann and Fuentes, matthaes Verlag/Antoniewicz, Michael Pachmajer, Mondelez, Original Beens, Ovie, Panospace, Pressloft, Prohoga, Startupteens, Shutterstock, Siemens, Simon Kolar, Steve Herud, StockFood, Stocksy, The Foodguide, Unsplash, Vega, Villeroy & Boch, , Walther Frischdienst, Wasgau C+C, Wolfgang Scharch/ZS Verlag

DRUCK

ColorDruck Solutions GmbH Gutenbergstraße 4 69181 Leimen/Germany

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.

IHRE NÄCHSTE AUSGABE DER CHEF DE CUISINE ERSCHEINT IM FEBRUAR 2020.



# Köstliche Curry-Wärme für den Herbst.

Die Sonne steht tief, es bläst ein kalter Wind und drinnen erwartet Ihre Gäste ein warmes Curry zum Dahinschmelzen. Das passt. Gerade zum Herbst lassen sich mit den edlen Currys von UBENA köstliche Gerichte kreieren. Ob mild und fruchtig mit Bananen-Curry, scharf mit Rotem Thai Curry oder würzig mit Grünen Thai Curry – mit UBENA schlagen Sie jedem Herbststurm die kulinarische Tür vor der Nase zu. Und öffnen neue Geschmackswelten für Ihre Gäste.



#### **UBENA Bananen-Curry**

Für fruchtige Currys auf Kokosmilchbasis. Versteht sich perfekt mit Früchten, Hähnchen, Pute, Schwein, Gemüse und Fisch.



### **UBENA Grüner Thai-Curry**

Für Currygerichte mit authentischem, frisch-würzigen Aroma. Verleiht Geflügel, Grillfisch, Garnelen, Suppen, Saucen und Gemüse die besondere asiatische Note.



### **UBENA Roter Thai-Curry**

Für Currygerichte fast wie aus der Garküche Bangkoks. Gibt Geflügel, Lamm, Fisch, Gemüseund Reisgerichten ein raffiniert ausgewogenes Aroma.

Jedes Mahl begeistern

# 66 JETZT WIRD ABGERECHNET!

Alexander Kumptner "DIGITALISIERUNG IST FLUCH & SEGEN GLEICHZEITIG!"

VIELE WEIBLICHE KÖCHE UND GOURMETS DÜRFTEN DEN SMARTEN WIENER AUF DEN ERSTEN BLICK SOFORT **ERKENNEN: ALEXANDER KUMPTNER, BEKANNT AUS** ZAHLREICHEN FERNSEHAUFTRITTEN BEI "DIE KÜCHENSCHLACHT", "KERNERS KÖCHE", "GRILL DEN PROFI" & "KOCHGIGANTEN", BEGEISTERT

**DIE ZUSCHAUER MIT SEINER CHARMANTEN** WIENER ART. ER ZÄHLT AUSSERDEM ZU "AUSTRIA'S 50 BEST CHEFS" UND DARF AUS-ZEICHNUNGEN WIE DIE "TROPHÉE GOURMET A LA CARTE" UND ZWEI HAUBEN IM GAULT-MILLAU ZU SEINEN ERFOLGEN ZÄHLEN. WIR SPRECHEN MIT ALEXANDER "FREI SCHNAUZE" ÜBER DIGITALISIERUNG UND GANZ PERSÖN-LICHE SKURRILE ERLEBNISSE ...



## Moderne und alltagstaugliche

ALEX KOCHT

Rezepte mit ganz persönlichem kreativem Twist von Alexander Kumptner. Ob schnelle After-Work-Gerichte oder leichte Snacks; zu jedem Rezept gibt es clevere Kochhacks. 176 Seiten, ZS-Verlag



Ich kann euch eine Überschrift dazu geben, die für mich **Digitalisierung** extrem gut zusammenfasst: "Sie ist Fluch und Segen gleichzeitig!" Digitalisierung hat enorm viele Vorteile und auch leider einige, die missbraucht werden. Zum einen kann sie sehr gut genutzt werden, um sich **selbst zu positionieren** und publik zu machen. Du kannst eine Geschichte von dir selbst erzählen, wie du es möchtest. Nehmen wir Instagram: ein grandioses Medium, nur wird hier oft ein falsches Bild vorgelebt und diese Plattform wird missbraucht. Jeder ist heutzutage Blogger oder Gourmetkritiker, nur weil er sein Avocadobrötchen gut in Szene setzen kann. Das Erschreckende ist dann, dass viele junge Menschen am liebsten Influencer werden wollen. Doch Achtung: Wenn es Influencer gibt, die komplett dünn sind, aber vorgeben, so viel Pizza essen zu können, dann ist das absolute Marktverblödung. Aber das glauben die jungen Leute und fangen an, an sich selbst zu zweifeln. Wenn du einen Beruf erlernt hast und du die digitalen Medien auf eine solide Art und Weise nutzt. ist es absolut vorteilhaft, dein Publikum

Anderer Fall: Nehmen wir die Entwicklung unserer Gesellschaft. Wir sind so schlau und gut gebildet heutzutage und doch so dumm, wenn es um Ernährung geht. In der Urevolution war der Ablauf dieser: erst jagen, dann essen und anschließend fasten. Wir stehen heute in unserem Breitengrad auf und haben permanent Fressen vor der Nase und leben im Reichtum. Wir essen gar nicht mehr, wenn wir Hunger haben, wir essen einfach immer! Ich kenne dies von Drehtagen: Da gibt es Catering, dann noch Gummizeug und abends denkt man: Mist, ich habe gar nichts Richtiges gegessen, aber

irgendwie ist mir schlecht. Oder schaut euch die ganzen Intoleranzen an. Die Lebensmittelindustrie züchtet sich die Intoleranzen mittlerweile selbst. Setz dich einmal in ein Restaurant, da haben mindestens sechs Leute Intoleranzen. Wenn du aber dann als Koch sagt: "Das Menü können Sie aber dann nicht essen", bekommst du die Antwort: "Na ja, bei dem einen Gang ist das nicht so schlimm." Ja, was denn jetzt? Es wird als Koch immer schwieriger, alle Gäste zufriedenzustellen. Immer mehr Gäste wollen dazu vegane Gerichte und regen sich auf, wenn man nur zwei bis drei vegane Alternativen auf der Karte hat! Doch was wäre, wenn ich in ein veganes Restaurant gehe und frage, ob es Wiener Schnitzel dort gibt? Kommen wir zurück zur Digitalisierung. Das Gute an ihr ist, dass Menschen bewusster mit ihren Lebensmitteln umgehen. Der Mensch ist eigentlich eine Sau und isst nach dem Motto "Ich will nicht sehen, wie dies und das hergestellt wird". Doch durch die Digitalisierung wird das Unterbewusstsein wie sie wollen - mit dem richtigen Sport oder den richtigen Produkten dahinter-, angesprochen und es gibt Möglichkeiten, zu zeigen, woher etwas kommt und wie etwas zubereitet wird.

### **ZUGUTER LETZT:** WAS WAR DEIN SKURRILSTES ERLEBNIS?

Eines der witzigsten Erlebnisse war, als ich Bryan Adams bekochen sollte. Ich hatte die Vorgabe, vegan zu kochen, und das am gleichen Abend. Echt kompliziert, denn ich wollte ja begeistern. Ich habe wirklich alles in Bewegung gesetzt, stellte ein veganes Menü zusammen, das Lokal war voll und alles superstressig. Dann sollte ich rauskommen, Bryan Adams bedankt sich und bestellt einfach eine fette Käseplatte bei mir. Ich dachte nur: "Willst du mich verarschen?"







### Qualität – natürlich ohne Kompromisse

Im Einklang mit gelebter Verantwortung und kontrollierter Nachhaltigkeit handeln wir bei **INTERGAST** im Auftrag höchster Qualität. Ursprung sind zuverlässige Produzenten und Partner, die wie wir mit ihrem Namen für Genuss mit gutem Gewissen stehen. Erleben Sie **ab sofort** mit uns gemeinsam die ganze Welt unserer neuen exklusiven Eigenmarke **MASTER CHEF EDITION Lamm**.

#### **BESUCHEN SIE UNS DESHALB AUF DER**

- INTERGASTRA vom 15. bis 19. Februar 2020. Halle 1. Stand 1E31
- INTERNORGA vom 13. bis 17. März 2020, Halle A1, Stand 412



