

CHEF DE CUISINE

intergast
Und Dein Rezept  funktioniert

n^o # 5

FOODTOPIA

VORAUSSCHAU:
VERTICAL FARMING 4.0

BLOGS
WE LOVE!

EISKALTER GENUSS
MIT STI(E)L!



VORAUSSICHT

In dieser Ausgabe widmen wir uns der Zukunft. Es gibt zahlreiche spannende Visionen und Projekte gerade im Food-Segment. Wir bleiben nicht nur bei Visionen, sondern schauen voraus und erkennen bereits jetzt Entwicklungen in der Gegenwart. Lassen Sie sich inspirieren, überraschen und entdecken Sie Neues!

„#FOODTOPIA IST JETZT“

BAHNBRECHENDE UND SPEKTAKULÄRE KONZEPTE VERÄNDERN DEN FOOD-MARKT. NICHT ALLES IST VISION, SONDERN VIELES BEREITS REALITÄT. LIEFERT UNS Z.B. DER ROBOTER AUF VIER RÄDERN BALD DAS ESSEN NACH HAUSE? ODER WIRD DIE PIZZA SOGAR MIT EINER DROHNE EINGEFLOGEN, UM LANGE WARTEZEITEN ZU VERMEIDEN BZW. ENERGIESCHONENDER DEN VERKEHR ZU UMGEHEN?

LIEBE LESERIN, LIEBER LESER,

die Zukunft im Foodmarkt hat eine neue Entwicklungsstufe erreicht und verändert auch die Spielregeln.

**#FOODTOPIA
IST JETZT!**

**Drohnen und Roboter als
Lieferanten sind Zukunftsmusik?**

Ganz im Gegenteil, denn es gibt bereits Pilotprojekte in den USA, UK, Australien und sogar jetzt auch in Hamburg. **Kleine Roboter** mit spezieller Isolierkammer liefern bestelltes Essen zu den Kunden nach Hause.

Per Smartphone wird überwacht, wo sie sich gerade befinden, und ist der Roboter erst beim Besteller angekommen, wird der Frachtraum einfach per App geöffnet. **Drohnen** können trotz großer Entfernungen im **Out-of-Home-Markt** Frische und Schnelligkeit gewährleisten.

**Rationalisiert sich der Mensch
selbst weg durch eben
diese technischen Innovationen?**

Wie muss sich die Logistik dem Endkunden gegenüber anpassen, wenn bereits im B2C der Kampf um die letzte Meile eröffnet ist?



In unserem SUPERTHEMA
#FOODTOPIA haben wir in den

10 HOT STORIES

einzelne Segmente der Food-Industrie beleuchtet. Sei es der **Delivery-Markt**, **E-Food Commerce**, **Küchentechnik** oder den **Supermarkt der Zukunft**. Jeder Bereich ist wahnsinnig innovativ, spannend und zeigt, wie **Technik und Industrie** auf das veränderte **Bewusstsein der Menschen** reagieren. Vollkommen neue Arten von Kundenansprache und Integration smarter Lösungen werden entwickelt, getestet und unbemerkt zum festen Bestandteil im Alltag.

Dass **Food** nicht nur Handel, Gastronomie und Industrie beschäftigt, zeigen wir in unserer neuen Rubrik: **Blogs we Love**. Essen verbindet, bietet Diskussionsgrundlagen und die neuen Ikonen unserer Zeit sind eben Blogger. Sie schaffen Nähe mit **„erlebtem echten Content“**, sind direkt online bei den Konsumenten und somit **am Puls der Zeit**. Wir haben zu dieser Thematik die Macherin des Blogs jennylicious.de zum Interview getroffen. Passend für den Sommer haben wir in dieser Ausgabe einige **kulinarische Köstlichkeiten** mitsamt Rezepten, bei denen einen bereits beim Lesen die Lust zum Kochen und Zubereiten packt. Ob Smoken oder Eis mit St(i)e!l, Gäste werden es lieben.

Herzlichst **Ihr Ralf Lambert**
Geschäftsführer INTERGAST

#20 #FOODTOPIA



BRANDHEISS



6

VERHÖRSESSEL



12

GEKOSTET



18

CHEERS
SOMMER-
SPECIAL



8

BLOGS WE LOVE!



14

10



HAND IN HAND

SÜSSE SÜNDEN



50

CHEF'S
REZEPT



44

REVIEW
INTERNORGA



54

SCHON
GEWUSST?



58

GEHT DOCH!



62

IMPRESSUM

66

48



DAS GEFÄLLT

52



HOT ROASTED!

56



KLUGSCHEISSER

60



MÄNNERSACHE

64



HOT SPOTS & TIPPS

VORAUSSGESCHAUT

Stenger

Probieren Sie unsere Vielfalt!

Die zarte & knusprige **Cono Mandorla**
...ein Geschmackserlebnis!



Schokolade & Mandeln satt!



Stenger Waffeln GmbH
Nikolaus-Otto-Straße 12
D-56727 Mayen
Tel.: +49 (0) 2651 4946-0
www.stenger.eu



NEU GIERIG?

von Bettina Schneider



DEUTSCHLAND GILT ALS EINES DER FÜHRENDEN LÄNDER WELTWEIT, WENN ES UM INNOVATIVE PRODUKTE IM FOOD- UND BEVERAGE-BEREICH GEHT. MEHR ALS **80 BRANDNEUE LEBENSMITTEL** SCHAFFEN ES MONAT FÜR MONAT IN DIE REGALE DES RETAILS. DIESE PRODUKTNEWS WARTEN NUR DARAUF, VON IHNEN ENTDECKT ZU WERDEN.

#EDIBLEBOTTLE

Recyclen war gestern



Die **kleine Wasserkugel „OOHO!“** kann vollständig getrunken werden – inklusive der Membran, die das Wasser umschließt. Diese revolutionäre Art von Trinkgefäß könnte eine gute Alternative zur Plastikflasche und damit ein wertvoller Beitrag zur **Lösung der Plastikmüll-Problematik** sein. Inspiriert sind die Wasserkugeln von Wassertropfen in der Natur: Die Oberflächenspannung hält die einzelnen Wassermoleküle zu einem Tropfen zusammen. Dieser Effekt wird bei den trinkbaren Kugeln mit einer **Membran aus Algin** erzeugt. Algin ist das Element, das Zellwänden von Algen ihre Struktur gibt. Eis wird mit dieser gelatineartigen Membran dann überzogen. Schmilzt das Eis, hat man einen essbaren Wasserballon. Zukunft des Trinkens? Auf jeden Fall spannend.

www.skippingrockslab.com

#PINKPINEAPPLE

Mehr Vitamine dank Technik



Der US-amerikanische Fruchtkonzern **Del Monte** hat gentechnisch veränderte Ananas mit rosa Fruchtfleisch entwickelt, die süßer schmecken sollen. Es wurden Gene aus Mandarine und Ananas eingeführt, die die Bildung von natürlichen **rosa Farbstoffen** (Lycopin) beeinflussen. Dabei wurde die Aktivität der Gene u.a. mit der RNAi-Methode reguliert. Weltweit werden derzeit über 25 Millionen Tonnen herkömmliche Ananas pro Jahr produziert. Die neue Sorte ist **vitaminreicher und garantierter Blickfang** auf jedem Teller. Abzuwarten ist, wann die rosa Ananas auch in Deutschland erhältlich ist.

#POPCORNADDICT

Snack der Zukunft



Popcorn von **CORN CHICO** hat nichts mehr mit dem herkömmlichen Snack zu tun, denn hier dreht sich alles um mehr Geschmack. **Ohne Konservierungsstoffe, ohne Gentechnik und ohne Einsatz von Palmöl.** Ob als MAGIC MIX, BBQ-Bacon-Cheese oder mit fruchtigem Energy-Geschmack; wer dieses Popcorn probiert, will nie wieder etwas anderes. Die junge deutsche Marke möchte die Puffmais-Spezialität endlich als modernen, wandlungsfähigen Snack etablieren – mit innovativen Geschmacksvarianten, hochwertigen Zutaten aus nachhaltiger Produktion. Geschäftsführerin Anastasia Borghardt: „Leider wird das Produkt in Deutschland aber immer noch falsch verstanden und nicht bei den Snacks, sondern im Süßwarenereich platziert. In den USA und Großbritannien bietet man Popcorn hingegen auch als Gruß aus der Küche, leichten Snack zum Heißgetränk oder an der Bar als Ersatz für Erdnüsse an.“

www.popcorn.online

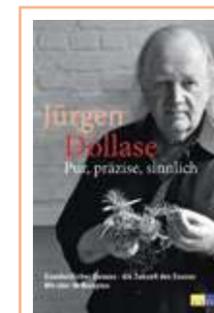
#POPPYADDICT

Abenteuer für den Gaumen



Auf den breiten Straßen der amerikanischen Westküste fuhr eine der foodloose-Gründerinnen in einem Wohnmobil dem scheinbar endlosen Horizont entgegen. Sie machte mitten in der wilden Natur Zwischenhalt in einem kleinen Café und kostete von einem saftigen Muffin mit Zitrone und Mohn – eine Verführung, die sie auf die Idee für eine neue Rezeptur brachte. **Spritzige Zitrone, feiner Mohn, süße Pflaume und knackige Cashews – das ist POPPY LIMONA.** www.foodloose.net

LESEECKE



Beim Thema **#FOODTOPIA** ist diese Buchempfehlung einfach ein Muss. Das visionäre Buch von Gastrokritiker **Jürgen Dollase** mit dem Titel „Pur, präzise, sinnlich“ betrachtet kritisch Themen wie mangelnde Resteverwertung, Industrialisierung des Geschmacks, Überernährung und Überwürzung. Auf 280 Seiten gibt es radikal neue und sensorisch durchdachte Rezepte für Gastronomie und Handel.



FRESH TO THE FUTURE

Der Sommer kann so individuell sein

von Bettina Schneider

DER DURST NACH SONNE MACHT SICH IN INHALT, GESCHMACK UND VERPACKUNGSDESIGN WIEDER BEMERKBAR. WELCHE TRENDGETRÄNKE PASSEN ZU INDIVIDUALISTEN GENAUSO WIE ZU GENIESSERN? JEDER GAST HAT SEINEN PERSÖNLICHEN ERFRISCHUNGSMOMENT.

mit Frische!

Kein Saftladen

Inzwischen gibt es das Unternehmen „Das Geld hängt an den Bäumen“ seit mehr als sechs Jahren. Die Idee dahinter: Eine gartenmeisterlich betreute Gruppe von Menschen mit Behinderung erntet Äpfel, die an Bäumen auf Streuobstwiesen wachsen. Eine **Slow-Food-Mosterei** verarbeitet das Obst zu qualitativ hochwertigem Direktsaft, der persönlich an die Gastronomie geliefert wird. Der Erlös fließt zu **100% in das Projekt** und finanziert so die Arbeitsplätze. Die Schorlen sind nicht nur 100% Natur und ohne Zusatzstoffe, sondern auch supergut!



Ein Schluck Provence

Wie der Name schon verrät, versteckt sich hinter dem unaufdringlichen Erfrischungsgetränk **natürlicher dezenter Lavendel**. Abgerundet wird die blumige Erfrischung mit einem Hauch Bergamotte; dadurch überzeugt die Limonade „Cucumis Sophisticated Lavender“ auf ganzer Linie. Hervorragend auch in Kombination mit einem Glas Sekt oder Prosecco.



Täglich ein Stamperl (2 cl)

Ingwer – die Wunderwurzel, die auch im **IngwerTRINK** von Kloster Kitchen steckt – verleiht exotischen Gerichten und einer Vielzahl von Getränken eine aromatische Schärfe. Das wirklich Einzigartige am Ingwer-TRINK: die **100% bio Ingwer-Vitalstückchen**. Altes Wissen der Pflanzenheilkunde wird hier genutzt für das moderne Leben.

mit Schuss!

Flüssiger Hipster-Jesus



Echter **Doppelbock-Likör aus Bayern**. Zugegeben, Bierlikör gibt es schon länger, aber in dieser Form ist er ein Novum unter bayrischen Bierköstlichkeiten. Die himmlische Note erhält die Bierspirituose durch Malz, Karamell, Schokolade, Feige und dunklen Früchten. Der Heiland überführt diesen Kult ins Heute – sozusagen der Hipster-Jesus für die Neuzeit.

Für rostige Kehlen

Inspiziert vom süß-salzigen skandinavischen Lakritz, feilten drei Freunde aus Köln vier Jahre lang an der passenden Rezeptur. Neben ehrlicher Arbeit war ihnen vor allen Dingen wichtig, dass kein Schnickschnack, sondern ausschließlich **echtes, natürliches Lakritz** und ein **Schuss Salmiak** in ihr Produkt kommen. Zudem ist das **KETTENFETT** (25% Alkohol) zu 100% vegan.



mit Kick!

Denk übernatürlich



Hier kommt ein mutiger und hochwertiger Lifestyledrink mit hohem Anspruch an Inhaltsstoffe wie **Natürlichkeit und Geschmack** sowie an den optischen Auftritt der Marke. Die Wirkung der **Taigawurzel** und der Verzicht auf Taurin machen Taiberg zum Getränk, das den **Kopf und nicht das Herz antreibt**. Fruchtig und herb, ohne süß zu sein, das schaffen nur Zutaten wie Granatapfel und Grapefruit.

Belebung ohne Tricks



So steht es auf der Dose. Die bio-zertifizierte Rezeptur **erfrischt, belebt** – und all das auf natürlicher Basis! Was steckt drin? Agavendicksaft, Quitten- und Zitronensaft aus Konzentrat, Guaranaextrakt, Sanddornpulver, natürliche Aromen und Kohlensäure. **100% pur-bio-vegan** von und für kluge Köpfe.

noch nicht in Deutschland erhältlich



In den USA bereits der Hit. Der **kaltgepresste Bio-Saft** aus Wassermelone ist mit der stärksten Konkurrenz für das Trendgetränk Kokoswasser. Viele Vitamine und Mineralstoffe und sogar eine **Extraktion Citrullin** (unter Kennern auch als natürliches Viagra bekannt) sorgen für einen wahren Frischekick. **Gesund und sogar noch luststeigernd?** Ausprobieren!



Top-Neurologen haben an der Formel für dieses „Brain Food“ in Getränkeform jahrelang gearbeitet. Herausgekommen ist ein „To-go-Drink“ für Leistungssportler, Denker und ernährungsbewusste Menschen. Zutaten wie Acetyl L-Carnitin, Cholin, Grüner-Tee-Extrakt und L-Theanine sorgen für **Gedächtnisstärke und Konzentration**.



Food-Service
MIT
Seele

VOM GENERATIONSWECHSEL ÜBER PICK BY VOICE BIS HIN ZUR TOURENOPTIMIERUNG:
WAS BEI ALLEM HANDELN DIESES INHABERGEFÜHRTEN PARTNERS
VON INTERGAST IM MITTELPUNKT STEHT, IST DER MENSCH.
von Bettina Schneider

Familiäre Führung als Stärke des Unternehmens – das stand für **Prima-Food** schon immer im Vordergrund. Zum Jahreswechsel hat nun mit Björn Gräber die **nächste Generation** den Betrieb übernommen, denn er ist als neuer Geschäftsführer der **beiden Standorte Espelkamp und Mulmshorn** eingestiegen. Schon als kleiner Junge hat er mit Papa im LKW Kunden aus der Gastronomie beliefert und kennt heute sämtliche Bereiche von Prima-Food. Mittlerweile hat er BWL studiert und ist durch seine mehrjährige Berufserfahrung in der Logistikberatung und bei Prima-Food selbst bestens für die Zukunft gerüstet.

Mit Herz und Leidenschaft für Mitarbeiter, Lebensmittel und Kunden packen Geschäftsführung und Arbeitnehmer **gemeinsam Tag für Tag** an. Hier zählen **Respekt, Vertrauen und Zuverlässigkeit**. Der Grund des starken Außendienstes liegt in dessen individueller Beratung: Mit Leidenschaft wird dem Kunden bei der Verwirklichung seiner **kreativen Ideen** geholfen. Dabei steht man quasi gemeinsam „am Herd“ und hilft so mit **Know-how** und der Auswahl **richtiger Zutaten**, um Gaumen und Augen der Gäste zu verwöhnen. Das Telefon ist weit über die üblichen Geschäftszeiten besetzt und Bestellungen sind bis in die Nacht möglich. Wenn man den Namen **Prima-Food** wörtlich nimmt, so ist das i-Tüpfelchen der geschätzte Service on Top.

„WIR SIND IMMER AN DER SEITE DES KUNDEN UND WENN ES SEIN MUSS LIEFERN WIR AUCH DIE Extrawurst.“

Jüngst wurden die **Erweiterungen der Lagerräume** in Espelkamp abgeschlossen, so dass auch in Zukunft die **große Sortimentsvielfalt** Kunden überzeugt und keine Wünsche offen bleiben.
Im Zuge der Digitalisierung können Kunden rund um die Uhr ihre Bestellungen über den Webshop abgeben. Die Kommissionierung hat sich ebenfalls gewandelt. Anfang des Jahres wurde diese erfolgreich am Standort Espelkamp auf **Pick by Voice** umgestellt, was ein absoluter Pluspunkt für Schnelligkeit, Qualität und Fehlerreduzierung ist. Mitarbeiter werden nun per Stimme durch den Kommissionierungsprozess geleitet, Stückzahlen können durch akustische Rückmeldungen bestätigt oder korrigiert werden und die Hände bleiben für das eigentliche Kommissionieren frei. Mulmshorn zieht im Laufe des Jahres ebenfalls mit diesem System nach. Wir haben bei Björn Gräber nachgefragt, **was für 2017 noch geplant** ist und er verriet, dass eine völlig neue Tourenplanung und damit einhergehende Optimierung kommen wird.

„Ziel: IMMER ALS VERLÄSSLICHER PARTNER AN DER Seite des Kochs.“

Prima-Food
Service GmbH

Geschäftsführer: Espelkamp: Jürgen Pöttker, Björn Gräber
Rotenburg-Mulmshorn: Frank Winkelvos, Heinz-Uwe Junge, Björn Gräber

Gründung: 2001
INTERGAST-Mitglied seit: 2001
Zentrale: 32339 Espelkamp

Fakten zu beiden Standorten gesamt:

- Mehr als 7.000 Produkte
- Insgesamt 4.275 m² Lagerfläche
- davon 1.710 m² Tiefkühlager
- 615 m² Frischelager
- 2.000 m² Trockenlager
- Insgesamt 21 Kühl-LKWs
- Über 80 Mitarbeiter

Standorte:

Eugen-Gerstemaier-Straße 10 • 32339 Espelkamp
Telefon (0 57 72) 97 77-0

Auf dem Rohlskamp 3 • 27356 Rotenburg-Mulmshorn
Telefon (0 42 68) 95 39 90

www.prima-food.de

Wurst-Spezialitäten
in erstklassiger Qualität

- Delikatess Bauchroulade
- Delikatess Edelsalami Mailänder-Art
- Delikatess Streichmettwurst ~ grob ~

Eine große Auswahl unserer Artikel finden Sie online unter www.henkelmann.de

Ohne Zugabe von

- ✓ Laktose
- ✓ Gluten
- ✓ Farbstoffen
- ✓ Geschmacksverstärkern

Henkelmann GmbH & Co. KG
Postfach 1240 • 34468 Volkmarsen • www.henkelmann.de

Zukunftsdenke „Azubi!“

FOOD VERBINDET – FOOD BEWEGT.
DOCH WIE SIEHT ES EIGENTLICH BACKSTAGE IM AZUBI-ALLTAG AUS?

von Bettina Schneider



Richard Lück, 18 Jahre
In Ausbildung zum Groß- u. Außenhandelskaufmann bei Großhandel & Abholmarkt Rügen C&C Warenhandels GmbH

WIE BIST DU ZU DEINEM AUSBILDUNGSPLATZ GEKOMMEN? WAS WAR DER ANLASS FÜR DEINE BERUFSWAHL?
Mein Onkel arbeitet im Vertrieb eines Großhandels und durch seine Erzählungen bin ich neugierig geworden. Nach meinem Praktikum stand für mich dann fest, in welchen Berufszweig ich gehen möchte.

WIE SIEHT EIN TYPISCHER ARBEITSTAG BEI DIR AUS?

Da ich während meiner Ausbildung zum Kaufmann im Groß- und Außenhandel in allen Bereichen tätig bin, gestaltet sich mein Arbeitstag sehr vielfältig. Wenn ich im Sortiment arbeite, steht das Verräumen von Waren an erster Stelle. Natürlich gehören Aufgaben wie die MHD-Kontrolle, die Sorge für Ordnung und Sauberkeit sowie die Beratung der Kunden ebenfalls dazu.

WIE SEHEN DEINE PLÄNE FÜR DIE ZUKUNFT AUS? WELCHE PERSPEKTIVEN BIETET DIR DEIN JOB?

Nach der Ausbildung würde ich mich gern in den Vertrieb einbringen. Ein Traum wäre langfristig eine Führungsposition zu übernehmen.

WAS MUSS DEINER MEINUNG NACH EIN NEUER AZUBI MITBRINGEN, UM IN DER LEHRE ZU BESTEHEN?

Natürlich Interesse für den Job und die Branche, Spaß an der Arbeit, Engagement und die nötige Belastungsfähigkeit, in Stresssituationen einen kühlen Kopf zu bewahren. Außerdem sollte man fest mit anpacken können.



Merle Meril von Hüfen, 26 Jahre
Ausbildung zur Groß- u. Außenhandelskauffrau bei Enders GmbH & Co. KG

WIE BIST DU ZU DEINEM AUSBILDUNGSPLATZ GEKOMMEN? WAS WAR DER ANLASS FÜR DEINE BERUFSWAHL?

Ich bin über meine Familie zu meinem Ausbildungsplatz gekommen. Anlass für die Berufswahl war eine persönliche Veränderung und die Überlegung, wie in Zukunft mein Leben aussehen soll. Ich habe bereits eine erste Ausbildung als Pferdewirtin hinter mir, doch dieser Job ist sehr zeitintensiv und man lebt tagtäglich ausschließlich für den Beruf.

WAS LIEBST DU BESONDERS AN DEINEM JOB?

Ich liebe es, mit vielen verschiedenen Menschen in Kontakt zu kommen. Außerdem ist der Beruf der Groß- und Außenhandelskauffrau sehr vielseitig, so dass man sich bereits vor der Lehre für einen speziellen Bereich entscheiden muss. Ich persönlich habe den Großhandel gewählt.

WIE SIEHT EIN TYPISCHER ARBEITSTAG BEI DIR AUS?

Um 6.30 Uhr beginnt mein Arbeitstag mit dem Kommissionieren im Hauptlager. Gegen 9.00 Uhr bin ich meist fertig und wechsle rüber in meine Abteilung. Dort gewinne ich täglich neue Einblicke in die jeweiligen Abläufe. Im ersten Lehrjahr sind es die Abteilungen im Lager, so dass ich hier die Waren und die direkt damit verbundenen Abläufe kennenlernen.

WAS BEDEUTET FÜR DICH INTERGAST IM ARBEITSALLTAG?

Die **INTERGAST**-Produkte sind mir am Anfang im Wareneingang durch ihre Vielfalt und die Menge, die regelmäßig geliefert wurde, aufgefallen. Das Gute an der Zusammenarbeit ist, dass unser Sortiment vergrößert wurde, was die Kundenzufriedenheit positiv beeinflusst. Dieses spiegelt sich in der Menge der Produkte wider, die täglich vertrieben wird.

DAS GV-SORTIMENT
sichtbar besser

Göbber



KONFITÜREN FRUCHTSIRUPE FRUCHTFÜLLUNGEN HONIG SEIT 1888 | WWW.GOEBBER.DE

JACOBS

MEHR-Vielfalt, MEHR-Wert, MEHR-Umsatz für Sie!



Art. Nr.: 4031696
Jacobs Cappuccino Sticks
84 x 11 g
GTIN Einzelartikel:
87 11 00 05 06 356

Art. Nr.: 4031684
Jacobs Cronat Gold
25 x 1,8 g
GTIN Einzelartikel:
87 11 00 05 05 991

Art. Nr.: 4031680
Café HAG Tassenportionen
25 x 1,8 g
GTIN Einzelartikel:
87 11 00 05 05 861

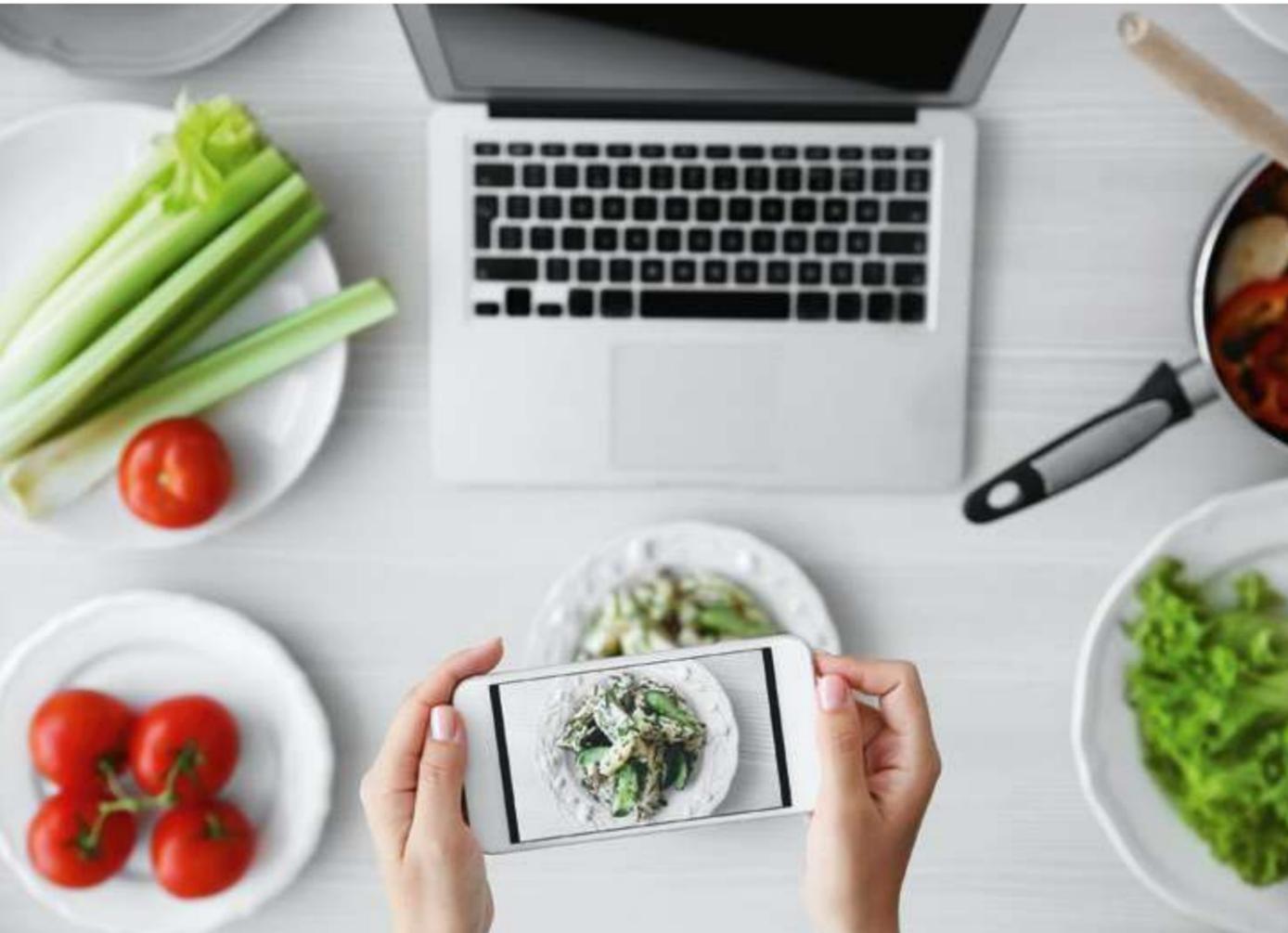
Art. Nr.: 7040491
Suchard SchokoPress
100 x 25 g
GTIN Einzelartikel:
4000 50 80 02 007

Beste Jacobs Qualität im praktischen Einzelformat

- Ideales Ergänzungsangebot z. B. Zimmerverpflegung / Frühstücksgeschäft
- Absolut hygienisch und praktisch im Handling
- Perfekt abgestimmt auf Ihre individuellen Bedürfnisse

JDE | PROFESSIONAL
A coffee for every cup

MEINBLOG REZEPTE KONTAKT #FOLLOW       



#FOODLOVE
#FOODBLOG
#GOODFOOD

von Bettina Schneider



FOOD LOVE hat unsere Essgewohnheiten und den Umgang mit unserem Körper verändert. Essen ist absoluter Trend und Schlüssel für das eigene Glück. Nirgendwo sonst als in den sozialen Medien nimmt Essen einen derart hohen Stellenwert ein.

WIR LEBEN IN EINER DIGITALEN WELT.

Das Smartphone immer in der Hand und der Blick weit über den Tellerrand hinaus. Essen verbindet, bietet Diskussionsgrundlagen, animiert zum Gang in Restaurants oder man kocht auf Rezeptbasis von Food-Bloggern in den eigenen vier Wänden nach. Essen ist ein Thema, das die gesamte Menschheit betrifft und beschäftigt.

Die **IKONEN UNSERER ZEIT** sind nicht mehr unbedingt Musiker oder Schauspieler, sondern Blogger. Dabei ist unerheblich, ob Star-köche ihre Instagram- und Facebook-Profile füttern. Mit leckeren Fotos und kreativen Zutaten lassen sich schnell große Zielgruppen begeistern. Ansätze kulinarischer Blogs sind hierbei ganz verschieden. So verwöhnen die einen ihre Follower mit wunderschönen Bildern, andere „füttern“ die digitale Welt mit Storys rund ums Essen. Für jeden Geschmack ist also etwas dabei.

Kleine Notiz am Rande: **#FOOD** ist mit 218,4 Millionen Hashtags (Stand Mai 2017) unter den Top-10-Hashtags von **INSTAGRAM**. Für viele Unternehmen ist daher **INFLUENCER-MARKETING** nicht mehr aus dem Menü zu denken. Influencer bzw. Blogger schaffen emotionalen Content und haben ganz nebenbei eine hohe Authentizität. Sie kommen aus der Mitte der Bevölkerung und können Entscheidungsprozesse positiv beeinflussen. Der Verbraucher vertraut zunehmend auf „**ERLEBTEN ECHTEN CONTENT**“ statt auf Marketing-Slogans. Fakt ist: Die Welt der Werbung verändert sich dank Social Media gerade dramatisch. Blogs und die dazugehörigen Social-Media-Profile werden zu gefragten Werbeplattformen, was gerade **Food-Unternehmen** nutzen können, statt die Augen vor Veränderung zu schließen.



GOLDEN MUSHROOM
Sommergenuss mit Pilzen leicht und lecker

- handverlesene Qualität ✓
- küchenfertig ✓
- mit dem vollen Aroma der Natur ✓
- gleichbleibend beste Spitzenqualität ✓
- für vegetarisch/vegan hervorragend geeignet ✓

walhalla
DELIKATESSEN GMBH

Walhalla Delikatessen GmbH · Benzstraße 5 · 93092 Barbing
Telefon: +49 (0) 94 01 / 52 833 - 0
www.walhalla-delikatessen.de



IN JEDER AUSGABE WIDMET SICH JETZT INTERGAST EINEM GANZ BESONDEREN KULINARISCHEN BLOG.

JUNG, KREATIV UND EINZIGARTIG MIT VIEL HERZBLUT.

DENN: GASTRONOMIE UND INFLUENCER KÖNNEN NICHT NUR VONEINANDER LERNEN, SONDERN AUCH HAND IN HAND IN DER DIGITALEN UND DOCH SO REALEN WELT ZUSAMMENARBEITEN. DEN ANFANG MACHT DIE JUNGE MUTTER, POLITIKWISSENSCHAFTLERIN UND BLOGGERIN JENNY MIT IHREM GLUTENFREIEN FOOD-BLOG „JENNYLICIOUS.DE“.

JENNYLICIOUS

**EINFACH KÖSTLICH
GLUTENFREI
GENIESSEN**



Hallo, liebe **Jenny**, stell dich doch einmal kurz selbst vor!

Hi, ihr Lieben, mein Name ist **JENNY TRÄSCH**. Ich bin 31 und wohne in Wolfsburg. Gebürtig komme ich aus Ingolstadt in Bayern. Als Politikwissenschaftlerin habe ich mich auf den **BEREICH DER LEBENSMITTELSICHERHEIT** spezialisiert. Meine Doktorarbeit liegt momentan allerdings in der „Schublade“, da meine beiden Mädels (sieben Monate und knapp vier Jahre alt) Vorrang haben. Meine Hobbys sind Lesen (momentan eher in Form von Hörbüchern), Sport und meine Family.

Seit nun fast zehn Jahren bin ich an **ZÖLIAKIE** erkrankt und muss mich seither **GLUTENFREI ERNÄHREN**. Am Anfang gab es kaum etwas, an dem ich mich orientieren konnte, und ich kam mir sehr verloren vor. Mit den Jahren habe ich viele Rezepte, Restaurantempfehlungen und auch Erfahrungen gesammelt, die ich gerne mit anderen teilen möchte.

Aus diesem Wunsch entstand vor rund einem Jahr ein richtiges Herzensprojekt: **MEIN FOODBLOG JENNYLICIOUS!** Darin möchte ich zeigen, wie einfach, lecker und genussvoll glutenfreie Ernährung sein kann.

Was bedeutet für dich Bloggen?

Für mich bedeutet Bloggen, andere an **MEINEN REZEPTEN, IDEEN UND ERFAHRUNGEN TEILHABEN ZU LASSEN**. Viel lebendiger als in einem Buch und von überall aus kann ich mit meinen Leserinnen und Lesern in Kontakt treten. So schreibe ich gerne bei jedem einzelnen Problem zurück. Denn das war einer der Gründe, warum ich meinen Blog ins Leben gerufen habe. Ich blogge, um anderen zu helfen, aber auch, weil es mir einfach guttut.

Du bist Mama von zwei kleinen Prinzessinnen, von wo aus bloggst du und wann findest du die Zeit?

Oh ja, das ist wirklich gerade nicht immer leicht, Zeit zu finden. Wenn meine große Prinzessin im Kindergarten ist und die Kleine schläft oder mit meinem Mann spazieren ist, kann ich loslegen. Gerade abends, wenn alles ruhig ist und die Mädels schlafen, hole ich meinen Laptop raus und schreibe. Aber auch zwischendurch ergeben sich immer wieder Möglichkeiten. Auch wenn ich meine Off-line-Zeit – die ich mir immer wieder nehme – sehr schätze, ist es toll, die Freiheit zu besitzen, **VON ÜBERALL ZU BLOGGEN. SO SCHREIBE ICH SCHON MAL DIREKT VOM SPAZIERGANG ODER AUS EINEM RESTAURANT**. Meistens aber blogge ich von Zuhause aus. Mal am Schreibtisch zwischen Briefen und Kinderzeichnungen oder vom Esstisch zwischen Brei und Spielsachen. Es findet sich immer irgendwo ein Platz zum Schreiben und kurz in die Welt des Foods abzutauchen.

Du bist viel unterwegs, da muss man auch oft auswärts essen. Was wäre dein Wunsch an die Gastronomie-Branche?

Insgesamt möchte ich echt ein Lob aussprechen, denn für mich und viele andere hat sich in der Gastronomie binnen der letzten zehn Jahre vor allem in Bezug auf **UNVERTRÄGLICHKEITEN EXTREM VIEL GETAN**. Die Entwicklungen sind absolut positiv zu sehen. Dennoch hätte ich einige Wünsche: Zum einen wäre es extrem wichtig, dass wirklich jeder Betrieb sich genau an die **NEUE ALLERGEN-VERORDNUNG** hält und die Allergenliste penibel führt und gut zugänglich macht. Denn es ist für viele Allergiker sowie Zöliakie-betroffene sehr wichtig, die genaue Zusammensetzung zu kennen, um keinen Unfall zu riskieren. Traumhaft wäre eine Karte, in der mit kleinen Symbolen glutenfreie oder laktosefreie Gerichte gekennzeichnet wären.

Zum anderen wäre es schön, wenn das gesamte Personal gut geschult wäre. Die Köche wissen meistens gut Bescheid über Allergene und Kontaminationsgefahren. Aber auch alle anderen sollten gut geschult sein. Informationen und Schulungen für den Gastronomiebereich bietet zum Beispiel die Deutsche Zöliakiegesellschaft.

Da wir uns im Heft mit dem Thema #FOODTOPIA beschäftigen, die Frage an dich: deine Vision für das perfekte Restaurant?

Oh, tolle Frage! Nachdem ich ein bisschen darüber nachgedacht habe, wäre Folgendes eine schöne Vorstellung für ein Restaurant der Zukunft: Nahrungsmittelunverträglichkeiten und Allergien nehmen immer mehr zu. Außerdem leben immer mehr Menschen nach bestimmten Foodformen, wie zum Beispiel Vegetarisch, Vegan oder Paleo. **MEIN #FOODTOPIA-RESTAURANT** sollte allen diesen Ernährungsformen und -besonderheiten Rechnung tragen. So dass alle an einem Tisch sitzen und je nach ihrem Gusto genießen könnten!

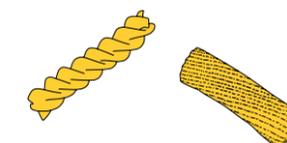
Seitz
glutenfrei

NEUHEITEN

Jetzt im Großgebäude

Viele Menschen müssen zwingend darauf achten, dass sie keine glutenhaltigen Lebensmittel zu sich nehmen, da sie von einer chronischen Dünndarmerkrankung (Zöliakie) betroffen sind. Andere wiederum verzichten mittlerweile freiwillig auf glutenhaltige Lebensmittel oder reduzieren den Konsum dieser Nahrungsmittel deutlich. So ernähren sich mittlerweile auch viele aktive Menschen und Sportler glutenfrei.

Damit auch die Gastronomie den besonderen Ansprüchen gerecht wird, sind unsere glutenfreien Teigwaren ab sofort in den Ausformungen **Spiralen und Rigatoni** im 2 kg Gastrogebäude erhältlich.



gluten**FREI** durch den Tag!

Seitz glutenfrei GmbH
78549 Spaichingen

info@seitz-glutenfrei.de
www.seitz-glutenfrei.de



SIE PIKSEN UND GEBEN SICH ABWEISEND, ANDERERSEITS VERZAUBERN SIE DURCH SCHÖNE BLÜTEN UND FEINEN GESCHMACK. DIE REDE IST VON ARTISCHOCKEN. ALS BLUMEN UND GEMÜSE GLEICHERMASSEN GESCHÄTZT UND ANGEBAUT, ERFREUT SICH DAS DISTELGEWÄCHS ZUNEHMENDER BELIEBTHEIT.

von Angelika Ilies

STACHELIGE DELIKATESSE: ARTISCHOCKEN!

Dass es bei uns immer sonniger und wärmer wird, hat bekanntlich Vorteile ebenso wie Nachteile. Gehaltvollere Weine reifen, wir können vermehrt Pfirsiche und Kiwis ernten. Auch Artischocken, eigentlich in südlicheren Gefilden beheimatet, lassen sich inzwischen bei uns anbauen, und längst haben trendbewusste Bauern das Distelgewächs für ihren Erfolg entdeckt.

REGIONALES ALS TRUMPF

Das passt bestens in die Zeit, schließlich legen Köche und Kunden verstärkt Wert auf regionale Zutaten. Kommen

Artischocken bislang überwiegend aus Frankreich, Italien, Spanien oder von noch weiter her zu uns, werden sie vermehrt auch bei uns angebaut.

Ganz ohne Tücken ist das nicht – da das Überwintern auf dem Feld durch frostige Temperaturen in unseren Breiten graden selten möglich ist, wird zu speziellem Saatgut für die einjährige Kultur gegriffen. Ab Februar oder März vorgezogen, kommen die Pflänzchen nach den Eisheiligen ins Freiland und liefern im Sommer ganz besonders zarte Knospen, bei denen weder harte Fasern noch überreichlich Heu den Genuss und die Verarbeitung stören.



SELBST IST DER KOCH

Wer auf Gemüse und Kräuter aus eigenem Anbau schwört, sollte sich an Artischocken versuchen. Wichtig dafür: ein warmer, sonniger und windgeschützter Standort sowie ein lockerer und nährstoffreicher Boden. Gutes Saatgut im Februar unter Glas ausbringen, die zarten Pflänzchen dann Ende Mai auspflanzen. Wer dann noch ausreichend mit Kompost düngt und regelmäßig wässert, kann die Blütenknospen im Sommer ernten. Erblühen dürfen die Artischocken für die Verwendung in der Küche nicht – sonst sind sie ungenießbar. An sehr geschützten Plätzen können die frostempfindlichen Artischocken draußen überwintern – am besten mit weit gekappten Blättern und dick mit Stroh abgedeckt.

SUPERFOOD AUS DER HEIMAT

Ob Chia, Acai oder Goji – Superfood ist in aller Munde, oft jedoch von weit her zu uns gebracht und ganz sicher nicht der versprochene Heilsbringer. Glücklicherweise werden Stimmen immer lauter, die Kulinarisches aus unseren Regionen auf eine Stufe stellen mit den fremden Neulingen. Auch die Artischocke kann es locker aufnehmen mit Exoten aus der Ferne, steckt doch eine geballte Ladung an Gesundem in ihr. Bereits die leichte Bitternote beim Genießen verrät einen wesentlichen Inhaltsstoff, der Cynarin heißt. Er schützt unsere Leber, regt die Galle an und beugt Gallensteinen vor, verjüngt unsere Zellen und kann den Cholesterinspiegel senken. Damit nicht genug: Artischocken enthalten zudem viele Vitamine und Mineralstoffe, etwa B-Vitamine, Eisen, Kalzium, Phosphor und Magnesium, wirken entwässernd, fördern die Verdauung ebenso wie die Blutbildung.

VORAUSSCHAU

WIE WÄRE ES MIT DER SPANISCHEN ARTISCHOCKEN-VARIANTE CARDY?

Gute Gastronomen bieten ihren Gästen immer wieder Neues. Im vorletzten Jahrhundert noch häufig auf den Tellern unserer Vorfahren, ist das Gemüse in Vergessenheit geraten. Doch die Zeit ist reif für ein Revival. Die eng mit der Artischocke verwandte Pflanze zeigt ähnliche Blütenköpfe, verwendet werden jedoch nur die fleischigen Blattstiele, in denen der Gehalt an Bitterstoffen mit all ihren positiven Eigenschaften ebenfalls hoch ist. Saison ist nicht im Sommer, sondern in den Wintermonaten, und die Blätter werden für einige Monate vor der Sonne geschützt und kommen deshalb vornehm und bleich auf den Tisch. In der Küche müssen die Blattstiele von ihren Stacheln und den ungenießbaren Fäden befreit und nach Geschmack bissfest oder weich dünstet werden.



Champignons & Fond Ideal als Basis

Wer gerne Champignons isst, erwartet vor allem einen intensiven und aromatischen Pilzgeschmack. Diesem Wunsch kommt Lutèce nach: geschnittene Champignons im geschmackvollen Fond, die sich ideal als Basis für Suppen und Saucen eignen. Probieren Sie es aus.



Asiatische Pilz-Gemüsepfanne

mit Putenbrust

Putenbrust in einem Bräter mit etwas Öl scharf anbraten. Lauch, Möhren, Champignons, Knoblauch und Zwiebeln dazu geben und leicht anschwitzen. Salzen, pfeffern und mit dem Curry abstreuen. Mit Mango Saft ablöschen und dem Pilz fond auffüllen. Limonenabrieb, Chili, Ingwer und Kokoscreme hinzugeben. Das Ragout aufkochen lassen, abschmecken mit Zucker und Salz und ggf. mit Stärke leicht nachbinden.

10 Portionen - Zubereitungszeit: 25 Minuten

Zutaten:

- | | |
|----------------------------------|---|
| 1200 g Champignons | 4 TL Kokoscreme |
| 900 ml Champignonfond | 4 TL Curry Madrocas |
| 500 ml Mango Saft | 1 Chili |
| 2000 g geschneuzelte Putenbrust | 3 Knoblauchzehen, fein gehackt |
| 6 Möhren in feinen Streifen | 8 dünne Scheiben Ingwer |
| 2 Gemüsezwiebeln, fein gewürfelt | |
| 10 Stangen Frühlingslauch | Abrieb von 2 Limonenschalen, Salz, Zucker, Öl, grober Pfeffer aus der Mühle |

Serviervorschlag:
Die Pilzpfanne mit Basmatireis servieren.



Mehr leckere Rezepte finden Sie auf www.lutece.de

10 HOT
STORIES

SUPER # THEMA FOODTOPIA

DER WOLKENKRATZER WIRD ZUM GEMÜSEBEET

von Bettina Schneider

Die Lebensmittelbranche hat das **Thema Digitalisierung und Industrie 4.0** auf dem Radar – aber oft fehlen die nötige Herangehensweise und der Überblick über die eigene Umstrukturierung. Die Welt verändert sich einfach rasend schnell, wobei die **Komplexität und globale Vernetzung** eine enorm wichtige Rolle spielen. Die intelligente Nutzung von neuen Techniken und Erkenntnissen ermöglicht dabei eine **Weiterentwicklung für die Unternehmen**. Doch Zukunft ist nicht nur Technik, sondern hat vielmehr mit neuen Interaktionen von **Mensch, Design und Natur** zu tun.

Architekt einen Namen gemacht. Seine Entwürfe kombinieren Wohn- und Geschäftshäuser mit Treibhäusern und Tierhaltung. Alles fängt am Boden mit großen Wasserreservoirs im Gebäude an. Das Wasser kann beispielsweise von den vielen **Urban-Farming-Parzellen** kommen, die die Bewohner selbst in Größe und Anzahl mieten und so für eine nachhaltige, maximal frische Versorgung mit Lebensmitteln sorgen. Kosten und Energie für Transporte, Kühlung entfallen durch dieses Urban-Farming-Angebot komplett. So werden **Wolkenkratzer zu kompletten Ökosystemen**.

zahlreiche Gadgets, die Konsumenten an Touch Points erreichen können und die Kette der Nahrungsmittelindustrie optimieren. Stück für Stück werden sie immer mehr Teil unseres Alltags. Doch keinesfalls geschieht dies durch eine **digitale Überreizung**, sondern achtsam und beinahe unbemerkt.

Nicht nur Start-ups können von der Digitalisierung, Automatisierung und dem veränderten Bewusstsein für Nahrung profitieren, sondern eben auch traditionsreiche gefestigte Unternehmen.

In **10 HOT STORIES** beleuchten wir einzelne Segmente der Food-Industrie und zeigen ihren Wandel und ihre Chancen am Markt. Dabei immer im Blick die beiden großen Trends:

„ DIE ZUKUNFT DER

LEBENSMITTELBRANCHE IST FRISCH,

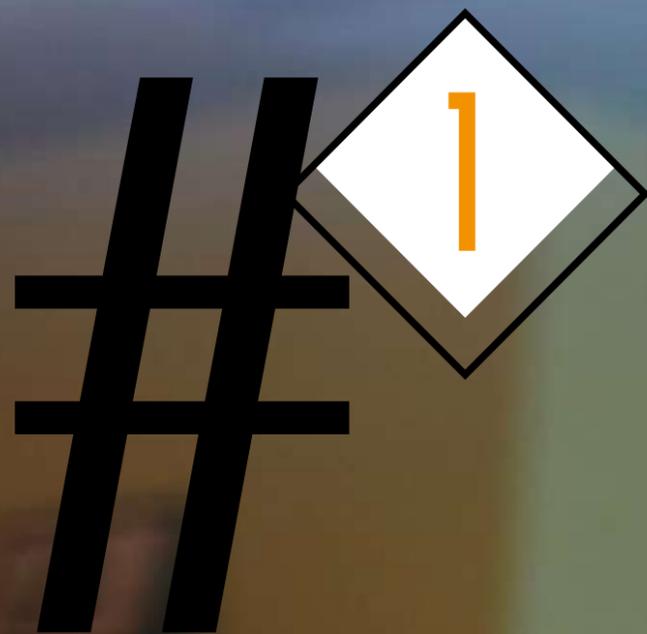
INNOVATIV UND NACHHALTIG “

Neue Wege für maximal frische Versorgung mit Lebensmitteln werden gesucht, in einer Zukunft, in der sich die Bevölkerung auf die Stadt konzentriert. Der Pariser **Vincent Callebaut** hat sich als utopischer

Neue Wege der Kommunikation zwischen Herstellern, Händlern und Konsumenten werden geschaffen. Produktangebote können individualisiert und die Kundenbindung erhöht werden. Es gibt mittlerweile

◆ **NAHRUNG WIRD MEHR DENN JE ALS INFORMATION BEGRIFFEN**

◆ **QUALITÄTSKONSUM (GLEICHGEWICHT ZWISCHEN GENUSS, GESUNDHEIT, NACHHALTIGKEIT UND VERFÜGBARKEIT)**



HOMEBASE

DU BIST, WAS DU ISST!

SO INFORMIEREN SICH VERBRAUCHER



Quelle: BMEL Ernährungsreport 2017
Basis: rund 1.000 Befragte ab 14 Jahren aus Deutschland

Während vor einigen Jahren ein Einkauf gar nicht günstig genug sein konnte, spielen mittlerweile **QUALITÄT UND HERKUNFT DER LEBENSMITTEL** eine weitaus wichtigere Rolle.

Laut der Nestlé-Studie „**SO IS(S)T DEUTSCHLAND**“ vom Januar 2016 sind 46% der Menschen in Deutschland mittlerweile dazu bereit, für ein qualitativ hochwertiges Produkt mehr auszugeben. Im Gegensatz zur Erhebung im Jahr 2011 ist hier ein Anstieg von 12% zu verzeichnen. Die **ZIELGRUPPE 60+** folgt einem wachsenden Gesundheitstrend – „**GESUND LEBEN UND FIT BLEIBEN**“ ist hier das Motto. Schauen wir auf den demografischen Wandel, so wird voraussichtlich im Jahr 2060 jeder Dritte mindestens das 65. Lebensjahr durchlebt haben. Experten wie Sven Gabor Janzky, Chef des Think-tanks „2b Ahead“, sehen in der Kombination der Food- und Gesundheitstrends mit dem der Digitalisierung großes Potenzial für Lebensmittelhersteller und Händler. Das Stichwort „**MEDICAL FOOD**“, sprich die Verwendung von Lebensmitteln mit gesundheitlichem Nutzen, wird in den kommenden Jahren an Potenzial gewinnen. Die junge Zielgruppe stellt vor allem den **ASPEKT DER SELBSTDARSTELLUNG** in den Mittelpunkt ihres Handelns und Essens. Vor dem Essen wird das Gericht online gepostet, es wird **GELIKT, GETEILT UND KOMMENTIERT**.

88-MAL TÄGLICH SIEHT EIN NUTZER DURCHSCHNITTlich AUFS DISPLAY SEINES SMARTPHONES. IN 53 FÄLLEN FOLGT DEM BLICK AUFS DISPLAY EINE AKTION.

FAZIT: ESKULTUR IM WANDEL

Menschen aller Altersgruppen werden zunehmend **MOBILER, UNTEREINANDER VERNETZTER UND GESUNDHEITSBEWUSSTER**. Digitalisierung und Individualisierung sind hier große Antreiber. Oberster Wunsch der Konsumenten: lecker, gesund, nachhaltig und schnell zubereitet!

ABER DAS SIND JA GLEICH VIER WÜNSCHE AUF EINMAL? RICHTIG!

Das zeigt, wie der Mensch sich wandelt und in diesem Zuge die Lebensmittelbranche mitziehen, wenn nicht sogar vorausschreiten muss. Konsumenten müssen bei der Auswahl ihrer Lebensmittel an die Hand genommen werden, **MASSGESCHNEIDERTE LÖSUNGEN** müssen angeboten werden und der jeweilige persönliche Lifestyle muss verstanden werden. Jeder Mensch trifft im Jahr 86.700 Entscheidungen, die irgendetwas mit Essen zu tun haben. (Rechnung der Professorin Christine Brombach, Züricher Hochschule für angewandte Wissenschaft.) Hier kann der Konsument auf den Weg zu seinem persönlichen Wunschprodukt geführt werden.

GEFRIER- UND TAUSTABIL!



Die Kochsahne der Küchenprofis

- Erstklassiges Koch- und Bindeverhalten
- Kein Gerinnen oder Ausflocken
- Cremige Konsistenz mit 20 % Fett – auch bei Zugabe von Säure oder Alkohol

Mehr inspirierende Ideen auf: www.debic.com



Immer etwas Besonderes.

Debic ist eine Marke von FrieslandCampina Foodservice.



2
FAST
FOOD
VS.
GOOD
FOOD

WO ESSEN DIE DEUTSCHEN IN DER MITTAGSPAUSE? IN DER KANTINE, IM RESTAURANT, BEIM BÄCKER ODER IMBISS UM DIE ECKE? DER „BMEL ERNÄHRUNGSREPORT 2017“ HAT DIE ANTWORT: **AUS DER BROTBBOX.**

57 % der Deutschen verpflegen sich in der Mittagspause selbst. Nur jeder Fünfte nimmt den regelmäßigen Weg in die Kantine. Grund sind **mangelnde Zeit, permanente Erreichbarkeit** und ein stetig wachsender **Anspruch an die Qualität** der Mahlzeiten. **Instant – healthy – cheap!** Dass der Deutsche noch immer trotz hohen Gehältern sehr preisbewusst isst, ist traurige Wahrheit. Eine moderne Betriebskantine oder der Imbiss um die Ecke haben daher heute höhere Ziele, als rein zu verpflegen: Kommunikation und Verbindung. Doch zuerst einmal drei Beispiele, wie es junge Unternehmensformen geschafft haben, „**Good Fast Food**“ in die Realität umzusetzen:



FRANCHISE-MENÜ DER ZUKUNFT

In UK hat das Franchise-Unternehmen **LEON** sich erfolgreich mit einer Umstrukturierung von Fast Food auseinandergesetzt. Das Menü wurde ersetzt durch **Frucht und Gemüse, Vollkorn und Cerealien**. Butter wurde durch gesündere Fettsäuren wie Olivenöl ersetzt, Gewürze und Kräuter nahmen Einzug in die Systemgastronomie und vorwiegend Geflügel und Fisch bilden nun die Basis. **LEON** hat noch einen Schritt weiter in die Zukunft gewagt: Gäste können ihr Menü nach glutenfrei, vegan, schwanger+vegan, Allergien und Diäten filtern. **Doch wie kann dieser hohe Standard zu Fast-Food-Preisen gewährleistet werden?** Hohes Volumen durch Franchise, saisonale Produkte und optimaler Wareneinsatz halten das Gleichgewicht. Inwieweit hierzulande Franchise-Unternehmen ihre Menüs der Zukunft anpassen, bleibt abzuwarten.

KLUG & GESUND: DER GOOD-FOOD-AUTOMAT

„Good Food“ direkt im Büro genießen? Das Start-up **Byte Foods** aus den USA bringt den Verkaufsautomaten der Zukunft direkt in die Firma. Rund um die Uhr, das verspricht der „glückliche“ Verkaufsautomat. Die firmeneigene Software kann aber noch mehr, als nur als Bezahlsystem zu fungieren. **Jeder der Verkaufsautomaten ist vernetzt.** Der Inhalt kann durch dynamisch digitale Preisanpassungen höher oder aber günstiger angeboten werden. Essgewohnheiten der Mitarbeiter werden analysiert und die Nachfrage bestimmt so das Angebot.

DIGITOL CORPORATE KANTINE

Zahlreiche Start-ups wälzen den **Delivery-Markt für die Mittagspause** um. Restaurants überzeugen ebenfalls mit völlig neuen Konzepten, um auf dem hart umkämpften Markt der Kantine zu bestehen. Die „**Digital Corporate Kantine**“ kann hier Lösung für große Unternehmen sein, denn so wandern Mitarbeiter nicht ab, sondern bleiben der unternehmenseigenen Kantine treu. Ohne Bargeld können Mitarbeiter online an ihrem Arbeitsplatz im **Kantinen-Intranet ihre Präferenzen** angeben und ihr Essen ordern. **Realtime Tracking** der Zubereitung und eine Notiz, dass das bestellte Essen entweder abhol- oder lieferbereit ist, erspart Zeitverlust durch lange Schlangen und Warten. Die Pause kann besser geplant und genutzt werden.

FAKT IST: Kantinen und Franchise-Unternehmen müssen umdenken, denn ihre Zukunft liegt in ihren eigenen Händen. Die Ansprüche der Mitarbeiter an die Verpflegung am Arbeitsplatz haben sich gewandelt. Wer morgen eine Systemgastronomie bzw. Kantine geplant hat, muss einen **vitaminreichen, kalorienarmen und ausgewogenen Speiseplan** anbieten. In Zukunft sogar personalisierte Ernährung dank Datenaustausch. Darüber hinaus muss eine angenehme Atmosphäre, in der Mitarbeiter gerne Zeit verbringen, geschaffen werden. Essen darf nicht als Zeitverlust verstanden werden, sondern als **Meeting-Point mit einem „healthy Benefit“.**



Profiköche legen Wert auf Spitzenqualität.

LEIMER steht für verlässliche Clean-Label-Produkte auf höchstem Niveau.

Unsere Besten. Aus Bayern.



www.leimer.de
Ja, bei Leimer da bleim'ner.

#3

DELIVERY DAS RENNEN DER ZUKUNFT

DIE FOOD-BRANCHE WIRD VON DELIVERY-DIENSTEN UMGEWÄLTZT. IMMER MEHR IN DER WERTSCHÖPFUNGSKETTE DES ESSENS HEISST ES: BITES DOMINIEREN DIE BITES. ANGESICHTS DER STEIGENDEN MOBILITÄT IM ALLTAG GEWINNT DAS ESSEN IN DEN EIGENEN VIER WÄNDEN WIEDER MEHR AN BEDEUTUNG. HOMING IST TREND UND EIN WICHTIGES BEDÜRFNIS DES MENSCHEN. DER KAMPF UM DIE LETZTE MEILE UNTER DEN DELIVERY-FOOD-DIENSTEN NIMMT DAHER ZU.

Der Umsatz im Segment „Food Delivery“ beträgt 2017 etwa 3.294 Mio. €. Laut Prognosen wird im Jahr 2021 ein Marktvolumen von etwa 6.536 Mio € erreicht. Schaut man an sich diese Hochrechnungen an, nimmt „Food Delivery“ jährlich um 18,7% zu. Immer weniger Menschen kochen selbst, der **Bedarf an Convenience-Produkten steigt**. Zudem sorgt die Digitalisierung dafür, dass die Bestellung über Apps mittlerweile Standard ist – zum Telefonhörer greift kaum noch jemand. Selbst Fast-Food-Riesen haben den Delivery-Bereich als neues Spielfeld für sich entdeckt. In Florida läuft zwischen McDonald's und dem Fahrdienst Uber Eats eine Kooperation. Sogar Facebook mischt bereits in den USA mit einer neuen Option namens „Order Food“ im Delivery-Markt mit. Die Option macht das Öffnen spezieller Order-Apps überflüssig und bündelt seine Kompetenz durch die bereits bestehende Vernetzung.

Die Top-4 Delivery-Services sind momentan:

1. **Lieferando** mit ca. 11.000 Listungen
2. **Lieferheld** mit ca. 8.000 Listungen
3. **Foodora** mit ca. 2.300 Listungen
4. **Deliveroo** mit ca. 2.000 Listungen (Branchenkennner sagen derzeit, dass dies der beste Premium-Lieferdienst weltweit ist)

(Alle Zahlen auf Deutschland bezogen)



Wir haben **Karin Tischer**, eine gefragte Trendforscherin, getroffen und mit ihr über die **Zukunft von Delivery-Food-Diensten** gesprochen. Sie ist nicht nur Unternehmerin des Jahres, sondern auch Gründerin sowie Geschäftsführerin des Innovationscenters **food & more** in Kaarst. Hier werden seit über 20 Jahren Konzepte, Ideen sowie Rezepturen für das Who's who der Lebensmittel- sowie Getränkeindustrie, der Gastronomie und des Handels entwickelt.

Frau Tischer, der Delivery-Food-Bereich definiert sich gerade neu und man bemerkt, dass immer neuere Konzepte und Start-ups auf den Markt drängen. Wie sehen Sie den Trend und was kommt auf Deutschland zu?

Der Markt im Delivery-Bereich ist im Umbruch. Enorm viel Veränderung ist auf die technische Versiertheit der Konsumenten zurückzuführen. Der herkömmliche Pizzadienst gerät immer mehr unter Konkurrenzdruck. Jetzt ist gefragt, wer wie schnell seine Hausaufgaben macht und wie bereit einzelne Firmen sind, auf den technischen Vorsprung mit aufzusteigen. In Neuseeland ist z.B. bereits eine **Drohne als Auslieferungsmittel** bei Domino's Pizza im Einsatz. Aufgrund der Entfernungen macht es dort Sinn, neue Lieferwege zu testen. Inwieweit sich Drohnen hierzulande durchsetzen könnten, bleibt abzuwarten, aktuelle Tests dazu laufen. Momentan ist ein **Wachstum von 15% bei digitalen Bestellungen** seit 2016 zu verzeichnen, daher müssen neue Lieferwege getestet werden. Dieses Wachstum ist gerade über Apps zu erkennen, was wiederum unter anderem dem **Homing-Trend** zu verdanken ist.

Es geht immer mehr um einen Wettlauf der Zeit im Food-Delivery-Bereich. Konsumenten können nach Lust und Laune agieren und bekommen ständig neue Möglichkeiten, Frische zu genießen. Somit sprechen wir auch über eine **andere Erwartungshaltung beim Verbraucher** und der damit angepassten hohen Qualität durch Zulieferer.

Wenn es immer schneller und effizienter gehen muss; wie ist es da um Roboter im Delivery-Segment bestellt?

Tatsächlich werden gerade sogenannte **Lieferroboter** getestet (Starship Technologies). Just Eats und auch Domino's Pizza setzen diese Roboter bereits in London ein. Der Deckel des Roboters wird per **Smartphone-App** durch den Belieferten bei Zustellung geöffnet. Hermes testet gerade hierzulande ebenfalls vereinzelt Roboter. Diese Entwicklung ist überaus spannend und es bleibt abzuwarten, inwieweit sich die technischen Helfer durchsetzen.

Müssen herkömmliche Lieferdienste aufgrund neuester Technologien und des erhöhten Bewusstseins der Esser mit Einbußen rechnen?

Ubereats spielen gerade international eine große Rolle. Sie haben das Credo **„von der Speisekarte bis zur Lieferung in 30 Minuten“**. Das Unternehmen kommt ursprünglich aus dem Mobilitätssegment und machte anfangs Taxen Konkurrenz. Jetzt bündeln sie dieses Wissen mit Partner-Restaurants weltweit und werben damit, dass mit ihrer App-Technologie das Nutzerleben verbessert werden kann. Über soziale Aspekte hinter diesem Modell machen sich jedoch Konsumenten wenig Gedanken. Der gute alte Pizzadienst um die Ecke hat trotz dieser neuartigen Konzepte absolut eine Chance zu bestehen. Ihm muss nur klar werden, dass er sich in einem stärkeren Konkurrenzkampf befindet.

VOLLER GENUSS SALATDRESSINGS IN PROFIQUALITÄT

- Ideales Handling, ob im 4-l-Eimer oder in der 875 ml Tube
- Geprüfte Produktqualität, ausgewogener Geschmack, optimale Konsistenz
- Lange haltbar und ungeöffnet nicht kühlbedürftig

UNSER FOODSERVICE TEAM
www.homann-foodservice.de

DIE PURPURNEN GENÜSSE

NEU

Curry Purpur

- fruchtig-belebend nach Ingwer und Kardamom
- ideal für Suppen, Eintöpfe, Dip-Saucen sowie kreative Dessertvariationen

Crema di Aceto Pflaume

- süßlich-fruchtig nach sonnengereiften Pflaumen
- zum Dekorieren und Abschmecken pikanter und süßer Speisen

www.wiberg.eu  

WIBERG®



convenience 3.0

TREND ZU CONVENIENCE

Moderner Lebensstil, Flexibilität in allen Lebenslagen, wohnortnaher Einkauf und lange Öffnungszeiten tragen zur Zufriedenheit der Verbraucher bei. Sowohl junge Konsumenten als auch Senioren legen auf eine neue Art von Convenience wert: eine frische und gesunde „To-go-Verpflegung“. Ernährung will nicht mehr geplant sein. Auf Sortimentsebene bedeutet dies, dass die Nachfrage nach Convenience-Produkten weiter steigen wird. **Neue Betriebsmodelle sind jetzt gefragt**, denn Industrie und Gastronomie müssen dem entstrukturierten Alltag vieler Menschen angepasst werden.



VARIANTE TK

Ein Trend verstärkt sich von Jahr zu Jahr mehr: der Wunsch nach Authentizität. Gäste suchen nicht mehr nur eine schnelle Mahlzeit im Restaurant, sondern **suchen nach „Home-made“**. TK-Produkte **ohne Zusatzstoffe und mit vollem Geschmack** haben hier eine Chance in der Zukunft, damit der leichte Beigeschmack von der Pasteurisation im Produktionsprozess verschwindet.

CHILLED FOOD ALS CHANCE FÜR DEN LEH

Frische Fertigmahlzeiten aus dem Kühlregal haben einen immer stärkeren Zulauf und der Markt steigt jedes Jahr um ca. ein Drittel. Der Ablauf ist stets der gleiche: Im Großhandel werden Convenience-Produkte eingekauft, diese werden dann von lokalen Mitarbeitern frisch zubereitet und appetitlich im Kühlregal präsentiert. Das Verpackungsdesign der Produkte kann hier emotionsgeladener in Zukunft die jeweiligen Produkte viel wertiger präsentieren. Der Käufer möchte heute und in Zukunft einfach **genussvoll angesprochen** werden. Der Händler übernimmt dabei die Rolle des Vermittlers für die menschlichen Sehnsüchte. Er nimmt den Konsumenten an die Hand und präsentiert seine Waren „**exklusiv auf dem Silbertablett**“.

IOT UND SMART HOMING

Seit Entwicklung der **iBeacon-Technologie** ist die digitale Automatisierung in den eigenen vier Wänden unaufhaltsam. Zuvor definierte Regeln für die kleinen Microsender, lassen einen z.B. beim Betreten der Küche **per „Wink“** an sein Smartphone erinnern, dass die Milch bald leer ist. Was beim einzelnen Konsumenten funktioniert, ist auch auf die Kantine und das Restaurant anwendbar.



Crispy Chicken Stripes

- ★ Hähncheninnenfilet Streifen in goldgelber Knusperpanade
- ★ Super knusprig
- ★ Einzigartiger Geschmack
- ★ Top Qualität

- ★ Lose tiefgefroren
- ★ Zubereitung: Backofen, Konvektomat, Friteuse oder Bratpfanne
- ★ Gemeinschaftsverpflegung

- ★ **NEU** in der Trendgastronomie
- ★ Kinder lieben sie, Nuggets waren gestern!
- ★ Erhältlich nur im Fachhandel und C+C Bereich



FIX & FERTIG DURCHGEGART
www.heimergmbh.de

Vom Profi für Profis



#

5

e-FOOD COMMERCE

DIE BRANCHE DER ZUKUNFT

BIS 2020 SOLL DER **LEBENSMITTEL-ONLINE-UMSATZ** IN DEUTSCHLAND LAUT STUDIEN BEI 7,5 BIS 15 MRD. EURO LIEGEN. 230 MIO. EURO BETRUG DER ONLINE-UMSATZ MIT LEBENSMITTELN BEREITS IM DRITTEN QUARTAL 2016. **E-COMMERCE BOOMT**. DOCH WARUM GIBT ES NOCH VORBEHALTE IN DEUTSCHLAND, WO ES DOCH IN LÄNDERN WIE ENGLAND MITTLERWEILE GANG UND GÄBE IST, FOOD ONLINE ZU BESTELLEN. ZAHLREICHE KONZERNE SIND AUCH BEREITS AUF DEN SERVICE AUFGESPRUNGEN.

> VORBEHALT: QUALITÄT

„ICH MUSS ANFASSEN UND RIECHEN, WAS ICH KOCH!“

! GEGENARGUMENT

WENIGER HÄNDE = MEHR HYGIENE. UNTERNEHMEN STRENGEN SICH MEHR IN QUALITÄT UND AUSWAHL AN, DA DER ERSTEINDRUCK ÜBER ZUKÜNFTIGE BESTELLUNGEN ENTSCHIEDET.

> VORBEHALT: VERPACKUNG

„WAS MACHE ICH MIT DEM VERPACKUNGSMÜLL? BLEIBEN MEINE BESTELLTEN PRODUKTE HEIL BEIM VERSAND?“

! GEGENARGUMENT

DIE BESTE VERPACKUNG IST KEINE VERPACKUNG UND AUF DEN RICHTIGEN TRANSPORT KOMMT ES AN. KOMPLEXES THEMA IST HIER DIE KÜHLUNG.

GRÜNDE FÜR e-FOOD-COMMERCE

Hier spielen genau wie bei Convenience Unabhängigkeit, Zeitgewinn und Verfügbarkeit auch für strukturschwache Räume eine große Rolle. Online können so Spezialitäten überall gekauft werden. Ein weiterer Pluspunkt ist die Transparenz. Inhaltsstoffe, Verträglichkeiten, Herkunft und Produktionsweise – all das entscheidet zum Online-Kauf und macht die Wahl leichter. Weiterer Zukunftsaspekt: Cross-Channel. Sprich, der Kunde kann sich online zu jeder Tages- und Nachtzeit über das Angebot informieren und eine Bestellung tätigen. Die Bestellung kann dann im Laden oder an einem Pick-up Point abgeholt werden.

KOMFORT DES e-FOODS

Dass E-Food ein zunehmend ernstzunehmender Markt ist, zeigt neben den technischen Möglichkeiten auch die steigende Nachfrage nach sogenann-

ten **Abo-Modellen**. Die Lebensmittel, die sich in Art und Marke beim Verbraucher nicht ändern, werden in **regelmäßigen Zyklen** bestellt und benötigen dabei nicht einmal einen Klick im Online-Shop – der Bestellzyklus samt Warenkorb wird im jeweiligen Online-Shop einfach dauerhaft hinterlegt.

Wenn **Küchen komplett digital vernetzt** sind und das Vertrauen in die Lieferanten auf einem Fundament steht, dann hat sich E-Food in Deutschland etabliert und die prognostizierten 7,5 bis 15 Mrd. Euro sind greifbar. Hinzu kommt: Der Handel war schon immer Meister der Mischkalkulation und wenn Lieferungen „im Nu“ per Mausclick in der Küche landen, zahlen Kunden gerne auch die Lieferkosten. Denkbare virtueller Ansatz für einzigartiges Shopperlebnis ist das **3D-Kaufhaus**. Hier wird ähnlich wie in Videospiele durch das Kaufhaus gegangen, Regale können angeklickt werden und es öffnen sich Markenauswahl und Warenkorb.

Die starke Antwort auf Ihre Herausforderungen – unsere Basissaucen!



Ohne Kennzeichnungspflichtige
Allergene
Hefe

Hefe

Ohne Kenntlichmachung von
Zusatzstoffen
Hefe

* Bei diesem Produkt ist die Kenntlichmachung von Zusatzstoffen auf Speisekarten (gem. § 9 ZZuIV) nicht erforderlich.

** Bei diesem Produkt ist die Kenntlichmachung von Allergenen in der Gemeinschaftsverpflegung gemäß Art. 44 Lebensmittel-informationsverordnung (EU) Nr. 1169/2011 nicht erforderlich.



DAS NEUE VERSTÄNDNIS VON „ESSEN ERLEBEN“

DIE KOCHLUST DER DEUTSCHEN NIMMT WEITER AB! DAS STEHT FEST. SO IST DIE ZAHL DERER, DIE TÄGLICH AM HERD STEHEN, WEITER GESUNKEN (VON 41% AUF 39% IN 2016; BMEL STUDIE „ERNÄHRUNGSREPORT 2017“). WENN IN DEN EIGENEN VIER WÄNDEN GEGESSEN WIRD, HAT DELIVERY EINEN ENORMEN WACHSTUM IN DEN KOMMENDEN JAHREN ZU VERZEICHNEN.

ANFORDERUNGEN DER GENERATION Y

Die seit einigen Jahren anhaltenden Trends „brutal lokal“, „saisonal“ und „natürlich“ halten immer mehr Einzug ein in die Restaurant-Konzepte der Zukunft. Betrachtet man die **Generation Y**, also der in den 80ern und 90ern Geborenen, ist dieser Wunsch an das Restaurant der Zukunft am stärksten zu beobachten. Eigener Anbau der Zutaten, gepaart mit bewusstem Umgang mit saisonalen Lebensmitteln und deren Resten, ist gefordert.

VORAUSSCHAU

DOCH MIT WELCHEN METHODEN LOCKT MAN GÄSTE IN SEIN RESTAURANT?

Essen ist Teil einer gemeinsamen sozialen und kulturellen Identität, die gerade jetzt in einer vernetzten, differenzierten und schnelllebigen Welt wieder verstärkt in den Vordergrund tritt. Die Chance liegt bei der Gastronomie, genau diesen Rahmen für Begegnungen und „Esserlebnisse“ zu schaffen.

Hinzu gesellt sich zum sehr hohen Anspruch der Konsumenten die „**Essthetik**“. Essen muss nicht nur **gesund, nachhaltig und sozial** sein, sondern auch schön. Der Ursprung liegt in der Antike: Schönheit ist der Korrespondenzbegriff zum Guten und Wahren. Das Rezept für ein erfolgreiches Restaurant basiert daher nicht nur auf den Zutaten, dem Können der Köche, den Kompetenzen des Servicepersonals, sondern auf dem **kulinarischen Gesamtergebnis**.

NICHTS DEM ZUFALL ÜBERLASSEN

Dass Raumatmosphäre, Beleuchtung, Geschirr und sonstige Tisch-Accessoires den Geschmack der Speisen mit beeinflussen, ist nicht nur eine Erfahrung, die jeder Restaurantgast bereits selbst gemacht hat. Neue Restaurant-Konzepte bauen darauf auf, sämtliche Sinne anzusprechen, denn schließlich geht es in der Gastronomie vor allem um eins: Geld. Doch sind der **Trend der schnellen Verfügbarkeit von Essen und Qualität** in Kombination mit Nachhaltigkeitswünschen und einem extremen Bedarf an „Unterhaltungswert des Essens“ überhaupt kombinierbar?

new way TO DINE

SPANNENDE NEUE RESTAURANT-KONZEPTE

Eatsa macht es vor. **Bis auf die Köche ist alles automatisiert und digitalisiert**: In den Filialen in New York und Washington können Kunden ihre Bestellung für Speisen am Tablet oder per Smartphone-App eingeben. Kurz darauf steht die fertige Bestellung griffbereit in einer von Dutzenden beleuchteten Kammern, deren digitale Außenwand den Vornamen des jeweiligen Kunden anzeigt. Eatsa hofft so, Bestellungen noch schneller abwickeln zu können. Je nach Tageszeit und Andrang stehen die Gerichte und Getränke bereits nach Neunzig Sekunden in einer der beleuchteten Boxen.

In Berlin wirbt das Restaurant **Data Kitchen** am Hackeschen Markt mit „**slow food fast**“. Frisch zubereitetes Essen, das kurz nach der digitalen Bestellung in einer Glasbox zur Abholung steht.



Das erste „**Vertical farm to table**“-Restaurant der Welt hat seit Ende März seine Türen in Berlin geöffnet. Gäste können den meisten Zutaten für ihre Speisen beim Wachsen zusehen. Die riesige Farming-Anlage schafft ein einzigartiges Esserlebnis. Spannend ist der extrem niedrige Energieverbrauch für den Anbau, der laut Betreiber auf die gleiche Bilanz wie eine Espresso-Maschine kommt.

MARKETINGCHANCE

Im Grunde begrüßt der Gast die Digitalisierung samt technischer Raffinesse bei seinem Restaurant-Besuch. Zukünftig sind **personalisierte Restaurant-Empfehlungen** auf der Basis von Bestellungen denkbar. Könnten Restaurants persönliche Daten wie Abneigungen, Allergien oder Vorlieben speichern und so die perfekte Menüauswahl zusammenstellen, könnte Zeit gespart und das persönliche

Esserlebnis perfektioniert werden. Jetzt bleibt nur noch die Speisekarte zu digitalisieren für eine multimediale Darstellung der Speisen vorab. Mittels **360-Grad-Videos, Projektionen und Hologrammen auf Tischen** können so Gäste die Größe der Portion, Zutaten und Hintergrundinformationen virtuell begreifen und sogar eigene Gerichte kreieren. Doch nicht nur technische Innovationen im Speiseraum punkten in Zukunft, denn ist der Konsument im Alltag reizüberflutet, so kann das Restaurant der Zukunft genau hier ansetzen. Abläufe in der Küche und personalisierte Empfehlungen können genauso digital optimiert werden, jedoch **im Speiseraum unsichtbar für den Gast** bleiben.

Der Gast wird scheinbar in das Restaurant „gelenkt“ durch Mundpropaganda und gezielten Marketing-Aktionen wie: schönes Essen, das von Mitmenschen fotografiert und mit Standort-Bestimmung im www geteilt wird. Ein Ort der Ruhe, mit viel Liebe zum Detail, welcher höchste Qualität auf den Teller bringt und **eine kurze „Auszeit“** vermittelt, spricht in Zukunft mehr denn je die Emotionalität der Gäste an.



ALTE SÄCKE? NEUE SÄCKCHEN!



NEU: SACCOTTINI – gefüllte Pasta in Bestform mit 3 verschiedenen Füllungen: Pomodoro Mozzarella, Verdura und Funghi.

ab 01.07. lieferbar



Ausprobieren, Rezeptidee hochladen & Seminar mit Heiko Antoniewicz gewinnen!

Ideen und Rezepte finden Sie hier: www.hilcona-pastapairing.com

#7 FOOD JOBS

TEAM DER ZUKUNFT:
ROBOTER UND MENSCH?

Steigen wir mit diesem Sinnbild in die DISKUSSION UM DEN MITARBEITER DER ZUKUNFT ein. Wenn man den Blick Richtung San Francisco lenkt, wird einem schnell klar, dass **ROBOTER ALS MITARBEITER IN DER GASTRONOMIE** längst keine Zukunftsmusik mehr sind. Der Coffeeshop der Firma „CAFE X“ setzt bereits auf den Mitsubishi-Roboterarm, der Kaffee zubereiten kann und nach Wunsch mit Milch und Zucker serviert. Geordert und bezahlt wird der Kaffee per iPad.

Schauen wir uns einen nächsten Roboterfreund namens „FLIPPY“ aus dem Hause Miso Robotics an: Er kann Hamburger wenden und Brötchen rösten. Nur Salat und Sauce kann „FLIPPY“ noch nicht verteilen. Das dürfte jedoch auch nicht mehr lange unmöglich sein, wenn man jetzt schon von Seiten der Entwickler darauf hinweist, dass „FLIPPY“ sich selbst unterschiedlichstes Werkzeug an seinen Arm stecken kann. Die Restaurantkette **CALIBURGER** in Kalifornien setzt „FLIPPY“ schon erfolgreich ein. Am Massachusetts Institute of Technology in den USA haben Studenten eine **VOLLAUTOMATISCHE MENSAKÜCHE NAMENS SPYCE** entwickelt, die auf Knopfdruck eine Reihe von Gerichten aus vorgeschnittenen Zutaten zubereitet und serviert. In einem Restaurant in Shanghai bereiten zwei ehemalige Industrieroboter in 90 Sekunden eine Auswahl an Ramen-Nudeln zu.

KÖNNEN ROBOTER DIE JOBS IM FOOD-SEGMENT GEFÄHRDEN?

Hersteller von Roboter-Küchenhelfern werben damit, dass **GEFÄHRliche UND LANGWEILIGE AUFGABEN** von den technischen Intelligenzen erledigt werden können, um Menschen zu schützen und zu entlasten. Auf der einen Seite ein toller Aspekt, aber geht es **NICHT VIELMEHR UM KOSTENEINSPARUNG, SCHNELLIGKEIT UND GENAUIGKEIT? 20,5 MILLIONEN JOBS** könnten allein in Deutschland automatisiert werden. Das geht aus einer aktuellen Veröffentlichung des Beratungsunternehmens McKinsey hervor. Dabei sind nicht nur einfache Tätigkeiten davon bedroht, durch Maschinen beziehungsweise Computer ersetzt zu werden. Die Spannweite reicht vom Lieferanten, der von autonomen Autos und Drohnen ersetzt werden könnte, über die Produktion, Kommissionierung bis hin zum Gastgewerbe.

LEBENSMITTELPRODUKTION IN DER SMART FOOD FACTORY

Die Smart Food Factory, die „intelligente Nahrungsmittelfabrik“, bezeichnet die Vision einer Produktionsumgebung, in der sich Produktionsanlagen ohne menschliche Eingriffe weitgehend selbst organisieren. Die Smart Food Factory soll somit **flexibler** auf Anforderungen des Marktes und der Kunden reagieren können. Die **Vernetzung von Mensch, Maschine und Rohstoff** soll die Herstellung auf Nachfrage (production on demand) ermög-

lichen, ohne die Vorteile der Massenproduktion aufzugeben. Das Produkt trägt in einem Speicher sogar die individuellen Wünsche des Kunden mit sich. Über die Auswertung der dabei anfallenden Daten ergibt sich stets ein Blick in Echtzeit auf die Auslastung der Fabrik. So ließen sich künftig **kostengünstige Massenproduktion** und **individuelle Kundenwünsche** in hoher Qualität miteinander vereinbaren.



MOLEY ROBOT KITCHEN

Die Londoner Firma Moley Robotic hat einen beeindruckenden **Kochroboter** entwickelt, der schon bald Einzug in die heimischen Küchen erhalten soll. Trainiert wird der Kochroboter von **Profi-Koch Tim Anderson**. Mit Hilfe von **Motion Capture** nahm man dessen Bewegungen beim Kochen auf, damit **129 Sensoren und 20 Motoren**

dafür sorgen, dass der Roboter diese exakt nachahmt. Nur noch per App die Wunschmahlzeit anhand von Kalorienwunsch, spezieller Ernährung oder Vorlieben wählen, Lebensmittel bereitstellen und schon kann der Mensch sich anderen Dingen im Alltag widmen. Könnte dies eine Alternative zu Delivery- und Convenience-Produkten sein?

SO RÜSTET SICH DER MENSCH

Ein wichtiger Trend zeigt: Die Anforderungen an die Berufe werden anspruchsvoller. Prognosen zeigen, dass in Zukunft **ausgebildete Fachkräfte** gebraucht werden. Diese können nicht durch Roboter ersetzt werden. Vielmehr muss der Arbeitnehmer von morgen **neue Skills** aufweisen wie **Problemlösungskompetenz, cross-funktionalen Fähigkeiten, ressourcenschonendes Denken und interkulturelle Kompetenz**. Technologien durchdringen alle Lebens- und Arbeitsbereiche – rasant schnell. Wer offen und neugierig auf Neues ist, sich immer wieder neue Herausforderungen sucht und sich weiterentwickelt, dem stehen in Zukunft alle Möglichkeiten offen. Doch auch auf Unternehmerseite muss bedacht werden: „Für komplexere Aufgaben

braucht man einfach gut ausgebildete Mitarbeiter, die für ihre Leistung eben auch bezahlt werden wollen. Berufe wie Lebensmitteltechniker oder Lebensmittelkontrolleur sind **Berufe mit Zukunft**. Produzenten von Lebensmitteln unterliegen immer strengeren Gesetzen. Verstöße können verheerende und gesundheitsschädigende Folgen nach sich ziehen. Gleichzeitig braucht es neue Lösungen für die Nahrungsmittelproduktion. Lebensmitteltechniker auf der einen Seite als Kontrollinstanz – auf der anderen Seite unterstützen sie Unternehmen bei der korrekten und sauberen Herstellung von Lebensmitteln. Egal welcher neue Trendberuf in Zukunft auf den Tisch kommt, **Fachkräfte müssen digital mitgehen!**

#8 SUPERMARKT DER ZUKUNFT

SMARTWATCH-SHOPPING, SELF-CHECK-OUT, VIRTUELLE STORES, KEINE KASSEN: DIE DIGITALE REVOLUTION EROBERT UNSEREN EINKAUFSALLTAG; INTELLIGENTE RETAIL-STRUKTUREN ÜBERNEHMEN DIE KONTROLLE. DER MASTERPLAN FÜR DEN SUPERMARKT DER ZUKUNFT IST ZEITGLEICH BAUPLAN UNSERES TRAUMS VON EINER BESSEREN UND EINFACHEREN WELT.

Kann sich der Lebensmitteleinzelhandel (LEH) dauerhaft in seiner Sonderrolle sonnen, weil das Vertrauen der Konsumenten in den Online-Lebensmittelkauf zu gering ist? Weil Lebensmittel etwas Besonderes sind und Konsumenten ihre Waren selbst prüfen und aussuchen wollen?

Nein, denn die digitale Revolution schafft **neue Anreize und Chancen** für Konsumenten und den LEH. Kernkompetenzen müssen gebündelt werden und der Kunde vielmehr emotional bereits schon vor dem Gang in den Supermarkt „gelockt“ werden.

Samsung hat hier beeindruckende Innovationen auf der IFA 2016 vorgestellt, wie z. B. den **RB 7500**. Herzstück ist ein Computer mit einem 21,5 Zoll großen Touch-Display – der sogenannte Family Hub. Er ist in die Außentür der Kühlkombination eingelassen. Mit der **Smart-Home-App** von Samsung kann man von unterwegs in den Kühlschrank schauen und prüfen, welche Lebensmittel vorhanden sind. Außerdem können virtuelle Verfallsmarken an den gelagerten Lebensmitteln befestigt werden. Sie warnen, wenn Schluss mit der Genießbarkeit ist. Ein weiterer Trend ist die **Sprachsteuerung**, welche schon jetzt den Alltag erleichtern soll und auf lange Sicht den Einkaufszettel auf Papier ablösen wird.

Der Markt der Zukunft muss somit Betreibern als auch Besuchern Informationen und Lösungen bieten, die helfen, das Potenzial eines Supermarktes voll auszuschöpfen.

INSTORE NAVIGATION

Intelligente Apps, die Shopping-Gewohnheiten analysieren und passende Vorschläge machen, werden auf unseren mobilen Endgeräten immer mehr Realität werden. Je mehr das System vom Listenverhalten lernt, desto einfacher wird die Einkaufsplanung und der Gang durch den Supermarkt, der bis dato oft Zeit und Nerven kostet. Sogar Facebook und Google können **Nutzerverhalten analysieren** und auf dem persönlichen Shopperlebnis begleiten. Der LEH muss mit der Digitalisierung mitwachsen, **digitale Anreize schaffen** und den Konsumenten genau dort abholen, wo dieser sich mit seinem technischen Knowhow befindet.

Unter dem Stichwort „**Instore Navigation**“ werden bereits erste Konzepte in der Praxis getestet. Zusätzlich zum digitalen Einkaufszettel bieten die **markteigenen Apps** das kon-

taktlose Bezahlen, Scannen der Produkte für Produktinformationen, gleichzeitige Rezeptempfehlungen und weiterführenden passenden Produkten. Likes anderer Konsumenten (viele Likes schaffen Vertrauen), Nährwerte und ein klassischer Warenkorb sind weitere Kategorien für bewussteres Einkaufen.

WO KOMMT HIER DIE MÜNZE IN DEN WAGEN?

Das dürfte sich so mancher fragen, wenn er in Zukunft den Einkaufswagen entriegeln möchte. Die Antwort: **Münzen sind „old-school“**. Effizientes Einkaufen durch **Bluetooth-Entriegelung** des Einkaufswagens, Smartphone-Halterung und Einkaufsspaß durch **RFID-Technik** (radio-frequency identification) bei Betreten des Supermarktes machen den Einkaufswagen der Zukunft aus. Bei Walmart wird dieser sogar selbst fahren können. Prinzip: Der Konsument schickt seine Einkaufsliste per App und der Wagen navigiert ihn zum richtigen Regal. Doch damit nicht genug: Walmart überlegt Waren aus dem Lager im Supermarkt selbst per Drohne an den jeweiligen Wagen zu liefern.



PRODUKTKENNTNIS UND AUGMENTED SHOPPING

Frische Produkte, transparente Warenpräsentation und eine immer stärkere Fokussierung auf ein regelrechtes Einkaufserlebnis – alles **Ziele der Ladenkonzepte von morgen**. Dabei spielt die Produktkenntnis eine immense Rolle, denn die Transparenz der gesamten Herstellungskette im LEH muss gegeben sein. Dem Menschen wird es extrem wichtig werden, **was er isst, wo es herkommt und wie es hergestellt** wurde. Dies kann geschehen durch Produktionsnähe des LEH zu lokalen Rohstoffproduktionen oder aber digital durch **AR** im Handel. Mittels **Augmented Shopping** kann er Informationen weit über die bisher stationär möglichen Tipps bekommen. AR projiziert z.B. Angaben zu Anbaugelände, Nährstoffen oder gar Rezeptvorschläge. Bereits werden AR-Kontaktlinsen an der Universität Washington getestet. Ein weiteres Add-on sind **freundliche Wort-Roboter und Hologramme**, welche praktische Tipps zu Lagerung oder Zubereitung eines Lebensmittels erteilen.

DEMOGRAFISCHE TRENDS

Lebensmittel in der Nähe von Wohn- und Arbeitsort zu (fast) jeder Zeit einkaufen zu können, gewinnt mehr und mehr an Bedeutung. **Mehr Convenience, mehr Frische und mehr Regionalität** begünstigen so ganz klar kleinflächigere Formate des LEH. Nähe und Erreichbarkeit gewinnen, Non-Food kann online geordert werden. Hier gilt es, neue Anreize für eine immer älter werdende oder stadtorientierte Gesellschaft zu schaffen. **Einkaufen will als Einkaufserlebnis** und persönlicher Austausch verstanden werden. Fachleute im Laden sind gefragt, um persönliche Empfehlungen zu erteilen, Vertrauen in den LEH aufzubauen und eine kleine Auszeit von der Digitalisierung zu ermöglichen. **Kommunikation und Emotionalität** muss verstanden und aufgegriffen werden, was durch mischgenutzte Ladenflächen geschehen kann.



Serviervorschlag



Convenience – Sortiment im Glas

- ✓ Handwerklich hochwertige Verarbeitung feinsten Zutaten!
- ✓ Nach Hausrezepten!

- Curry Bockwurst
- Rinder Rouladen
- Schaschlik Topf
- Hausmacher Gulasch
- Ungarisches Gulasch
- Gulasch Suppe
- Kasseler mit Sauerkraut



wilke Waldecker Fleisch- und Wurstwaren GmbH & Co.KG
Korbacher Straße 5 · 34477 Twistetal-Berndorf
Fon 05631 / 973-0 · info@wilke-wurst.de · www.wilke-wurst.de

HIGH TECH IN DER KÜCHE



RAUM UND ZEIT NEU ORGANISIERT

Digitale Systeme, die bereits heute schon zum Einsatz kommen, dienen überwiegend der Überwachung von Frische nicht der technischen Steuerung. Es geht hier vielmehr um die **Einhaltung und Dokumentation von Qualitäts- und Hygiene-Standards**. So auch das Organisationssystem **CHECK von Rieber**. Über QR-Codes, die auf sämtlichen Rieber-Produkten zu finden sind, macht das System alle Prozesse rund um die Lagerung, Vorbereitung, Zubereitung, den Transport und die Ausgabe von Speisen transparent, sicher und rückverfolgbar. Das internetbasierte System zeigt in Echtzeit, welche Speisen sich wo befinden. Die Temperatur dabei immer im Blick. So vereinfacht die Rieber-Innovation die Abstimmung mit den weiteren Arbeitsabläufen innerhalb eines Betriebes.



Automatisierung und digitale Vernetzung erfassen immer mehr Bereiche in der Nahrungsmittelindustrie. Vieles ist noch in der Testphase, doch die Zukunftsmusik dringt immer mehr ins Herzstück der Gastronomie: die Küche. Es geht nicht mehr nur um reine Arbeitserleichterung, sondern vielmehr um die **Integration des Essverhaltens** und den Wunsch nach **gesunder Ernährung** im intelligenten Zusammenspiel der **vernetzten Lösungen**. Um diese Wünsche zu berücksichtigen, werden technische Produkte immer intelligenter und smarter.

VIRTUAL COOKING MIT MYKIE



Siri und Amazon Echo waren gestern – morgen kommt Mykie! Der kleine **smarte Küchenassistent namens Mykie**, was die Abkürzung für „My kitchen elf“ ist, kommt aus dem Hause BSH Hausgeräte und hat im Gegensatz zu seinen digitalen Vorreitern ein Gesicht. Er ist so viel wie die **lächelnde Schnittstelle** für die vernetzte Küche. Er begrüßt den Nutzer, macht Vorschläge, was gekocht werden könnte, und schaut sogar in den vernetzten Kühlschrank, was an Zutaten vorrätig ist. Der integrierte Projektor kann sogar die Schwiegermutter oder den Kollegen direkt in die eigene Küche virtuell holen und es kann sich über Rezepte von Angesicht zu Angesicht ausgetauscht werden. Fehlende Zutaten können ebenfalls online direkt bestellt werden.

VERTICAL-FARMING KÜHLSCHRANK



Jüngst hat das Münchner Start-up **Agrilution** eine Serie-A-Finanzierung mit bekannten Investoren abgeschlossen. Agrilution will ab Herbst dieses Jahres einen **intelligenten Gewächsschrank für zu Hause** verkaufen. In diesem können Kunden frische Kräuter, Salate und Gemüse anpflanzen. Das Start-up wirbt damit, dass das eingelegte Saatgut, das Agrilution mitverkauft, von dem Gerät erkannt wird und es so für die optimale Bewässerung, Temperatur und Beleuchtung sorgt. Dadurch könnten die Pflanzen in dem Schrank unabhängig von Wetter und mit reduziertem Wassereinsatz gezüchtet werden. Steuern lässt sich der Gewächsschrank mit einer App.

Gehen wir gedanklich noch einen Schritt weiter in unserer Küche der Zukunft. Herzstück einer jeden Küche wird ein **zentrales Steuersystem** sein, dass per App von überall überwacht und gesteuert werden kann. Hier laufen sämtliche Daten aus dem smarten Kühlschrank, dem ferngesteuerten Backofen und Herd, dem eigenen Gewächshaus und sogar dem kulinarischen 3D-Drucker zusammen.

Der Kühlschrank **übermittelt dem Supermarkt, was benötigt wird**, und die Arbeitsplattenoberflächen reinigen sich selbst. Jedes Haushaltsgerät wird personalisiert und optimal auf die Lebensumstände des Nutzers angepasst.

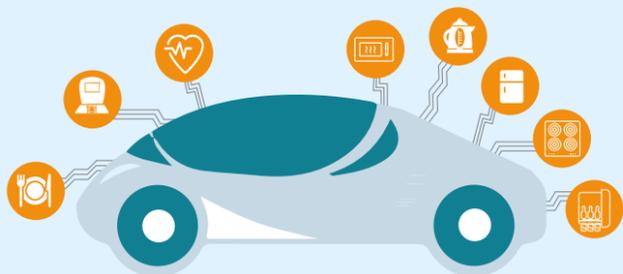
Bis die **totale Vernetzung und Transparenz** vom Acker über die Großküche bis hin zum privaten Heim perfekt umgesetzt ist, wird es noch ein wenig dauern. Wie lange, ist offen, allerdings sei gesagt, dass sämtliche Hersteller mit Vollgas an Lösungen arbeiten.

#10 FOOD VISIONS

FOOD-TRENDS UND INNOVATIONEN ZEIGEN SEHNSÜCHTE AUF, BIETEN LÖSUNGSVERSUCHE FÜR ZUKÜNFTIGE PROBLEMSTELLUNGEN UND PASSEN SICH MEHR UND MEHR DER TECHNOLOGIE AN. HIER NUR EIN AUSZUG AUS DER WELT DER TECHNISCHEN FORTSCHRITTE FÜR DIE FOOD-INDUSTRIE.

ESSEN & SHOPPEN IN DRIVERLESS CARS

Zurzeit ist der Mensch limitiert, wenn es um Essen, Trinken und gleichzeitiges Fahren geht, denn wir haben nur zwei Hände. Doch das wird sich radikal ändern. Wir spinnen nicht nur rum, sondern in einigen Ländern gibt es bereits erfolgreiche erste Formate wie **LYFT**. Hier gab das Unternehmen jüngst bekannt, dass die selbstfahrenden Autos mit der Technologie der Google-Schwesterfirma **Waymo** ausgestattet werden sollen. In der Praxis: Die Hauptleistung, also das Fahren, wird so günstig wie noch nie, aber im Inneren erlangt Google mittels **eingebauten Touch-Displays** die Aufmerksamkeit der Kunden. In der Mobilität der Zukunft geht es also um die Frage, welche Zusatzdienste verkaufe ich dem Kunden in jener Zeit, in der ich ihn von A nach B transportiere und er auf meinem Sitz sitzt. Die konkrete Antwort ist also: Wer darin sitzt, der erledigt seinen Wocheneinkauf, indem im Seitenfenster **virtuelle Supermarktregale** zu sehen sind, der Passagier seine Produkte aussucht und sie nach Hause geliefert werden.



ROBOT FARMING

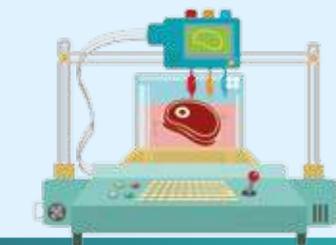
Es ähnelt eher einem Spielzeug statt einem altbekannten Traktor, doch gehört der kleine „Mars“-Roboter schon bald der Realität an? Mars steht für „Mobile Agricultural Robot Swarms“ – also für **mobile landwirtschaftliche Roboter**, die als Schwarm zusammenarbeiten. So gibt der Landwirt über eine **App** nur das gewünschte **Feld, Saatmuster und die Saattiefe** an und stellt am Feldrand die Logistikeinheit ab. Sie gilt als Garage der kleinen Roboter und ist zugleich Ladestation

und Saatgutlager. Nach dem Auftrag per App kann sich der Landwirt derweil anderen Dingen widmen. Durch das Leichtgewicht der Roboter wird der Acker sogar mehr geschont und es kann früher gesät werden. Weil die Position jedes Saatkorns und damit jeder Pflanze Zentimeter genau erfasst werden kann, kann **Geld gespart** und die **Umwelt geschont** werden. Weniger Pflanzenschutzmittel wird benötigt und in kürzester Zeit ist die Arbeit erledigt.



MEER & MEHR

Das Meer erfindet sich gerade neu und wird zu mehr. Die Ausscheidungen des einen Organismus dienen dabei anderen Organismen als Nährstoffe. So eignen sich etwa die Exkremente von Shrimps hervorragend als Nahrung für große Meeresalgen. Ein weiteres Zukunftsmotiv sind **Aquaponik-Anlagen als Zweikreislauf-System**. Hier wird die Fischzucht mit Pflanzenanbau kombiniert und richtig ausgeführt, ist das System wassersparend und nachhaltig. Die **ECF Aquaponik** ist z.B. ein innovatives Hochleistungssystem, das eine wirtschaftliche Produktion von Fisch, Gemüse, Kräutern und Früchten ermöglicht. Durch die Ausscheidungen der Fische entsteht nährstoffreiches Wasser, das im angeschlossenen **Hydroponik-Kreislauf** zur Gemüse- und Kräuterproduktion genutzt werden kann.



VORAUSSGESCHAUT

DAS GEDRUCKTE STEAK?
Wie viele Menschen gibt es auf der Welt, die sich kein Steak leisten können? Wie viele Menschen gibt es, die kein Steak essen, weil vorher ein Tier sterben musste? Wie verändert sich all das, wenn man ein Steak drucken kann?! Nicht mehr lange nur Science-Fiction. Ob wir das gut finden oder nicht, die Welt wird aufgrund des starken Bevölkerungswachstums wesentlich mehr Nahrungsmittel industriell produzieren müssen als heute. Dazu kommt die wachsende Mittelschicht in Asien und Afrika. Gedrucktes Fleisch ist daher die klimaneutralste und günstigste Alternative zu natürlicher Produktion. Ob dann auch Vegetarier oder besser „Flexitarier“ zu einem Steak aus dem 3D-Bio-Printer greifen, das bleibt abzuwarten.



Unser Bestes für die Besten

Jetzt **GRATIS** Muster + Rezepte anfordern!

product@rickmers.eu

- einzigartig
- gluten- / weizenfrei
- Halal und koschere Ernährung
- für vegane oder vegetarische Menüs

Dr. Oetker Professional / Wolf ButterBack

Neue Snack-Highlights für den Außer-Haus-Genuss

Immer mehr Gäste essen immer öfter außer Haus oder unterwegs. Der anhaltende Trend bietet den Gastronomen große Chancen, stellt sie aber auch vor neue Herausforderungen. Die süßen und pikanten Snack-Neuheiten von Wolf ButterBack kommen da genau richtig!



Die kleinen Leckerbissen sind vollmundig im Geschmack, unglaublich lecker und im Handumdrehen zubereitet. Damit sind sie wie geschaffen für den steigenden Snackbedarf in der Gastronomie oder in der Betriebsverpflegung und den Wunsch vieler Gäste nach kleinen, optisch ansprechenden Gerichten für die Hand oder für unterwegs.

Das gilt auch für die drei Pizzaschnitten, die mit feiner Tomate-Käse-Soße inmitten des Pizzabodens gefüllt sind. Es gibt sie in den Sorten Diavolo (würzig belegt mit Paprika, Salami und Jalapeños), Prosciutto (mit Schinken und Zwiebeln) und Margherita (Tomatenstückchen und Käse). Nach der schnellen und einfachen Zubereitung bleiben sie lange saftig.

Weitere Snacks von der Currywursttasche bis zur Butter-Quarktasche

Daneben bietet Wolf ButterBack weitere Produkte zum köstlichen Snacken an:

- + herrlich-buttrige Croissants mit aromatischer Frucht- oder zarter Nuss-Nougat-Füllung fürs eher schnelle Frühstück;
- + süße Gebäcke wie das Pecannuss-Zöpfchen oder die Butter-Quarktasche mit vollmundigem Buttergeschmack;
- + eine große Auswahl an pikanten Snacks für den Mittags- oder Nachmittags-Verzehr wie den Paprika-Tomaten-Strudel, die Laugenecke oder die Currywursttasche.

Sowohl die Midis als auch die Minis müssen nicht angetaut werden und lassen sich schnell und einfach mit nur einem Backschritt in rund 17 Minuten zubereiten. Damit ist auch bei kurzfristigen Bedarfen eine schnelle Nachproduktion problemlos möglich.

Die Gäste nehmen sich immer weniger Zeit fürs Frühstück oder suchen etwas Schnelles und Leckeres zum Mittagessen? Im großen Snack-Sortiment von Dr. Oetker Professional findet sich garantiert das passende Produkt dafür.



Da ist für Jeden etwas dabei!

SO WÜRZT MAN GEMÜSE HEUTE.

Die Zeiten als Karotten, Rote Beete und Co. noch als Beilage galten, sind endgültig vorbei. Frisches, knackiges Gemüse gilt als das neue Superfood, denn es steckt voller Vitamine und Nährstoffe, die sich positiv auf unsere Gesundheit und unser Wohlbefinden auswirken. Besonders heimische Sorten, wie Steckrübe und Pastinake sind wieder stark im Kommen. Pro deutschen Privathaushalt lag der Gemüseverbrauch 2015 bei 69,9 Kilogramm. Der Anbau von Rucola und Speisekürbis hat in den letzten Jahren sogar einen regelrechten Boom erlebt.



GEMÜSEHELD
Gemüseheld Sesam-Kurkuma Würzmischung
 Ein köstlicher Held, wenn es um süß-saure Gerichte geht: z.B. Gemüse-Currys oder Asia-Gemüse wie Pak Choi, Zuckerschoten oder Mungobohnensprossen.

Die neuen **Gemüsehelden** sind auch gerne als Topping oder als Dressingzutat für Salate und Rohkost im Einsatz.

knusprig-süß

herzhaft-fruchtig



GEMÜSEHELD
Karotte-Paprika-Petersilie Gewürzzubereitung
 Dieser Gemüseheld ist ein Muss für Wurzelgemüse - hebt Rüben, Sellerie, Karotten und Petersilienwurzeln im Handumdrehen in den Genusschimmel!

pikant-würzig



GEMÜSEHELD
Spinat-Chili-Liebstöckel Gewürzzubereitung
 Ein Held, der es in sich hat: Er verleiht z.B. Tomaten-Concassé ein pfliffiges Aroma und verfeinert Kohlgerichte sowie grüne Smoothies.

Höchste Zeit für Würze, die Gemüse Superkräfte verleiht! **UBENA** hat mit den Gemüsehelden Sesam-Kurkuma, Karotte-Paprika-Petersilie und Spinat-Chili-Liebstöckel drei spannende Produkte entwickelt, die nur ausgewählte Zutaten und Gewürze von höchster Qualität bündeln und den besonderen Eigengeschmack der verschiedenen Gemüsesorten hervorheben. Mal pikant, mal fruchtig, mal herzhaft: Die aromatischen Gemüsehelden werden ganz einfach als raffiniert-würziges Finish über das Gemüse gestreut.

IMMER GANZ UND GAR KÖSTLICH.

Gemüsehelden machen bei jeder Garmethode eine gute Figur.



Blanchiertes Gemüse wird einfach mit den Helden bestreut und serviert.



Dampfgegartes Gemüse nach dem Garen sofort mit einem Gemüsehelden als Topping bestreuen.



TK-Gemüse oder frisches Gemüse beim Garen im Konvektomaten vorher nur leicht salzen und als Finish mit dem Gemüsehelden bestreuen.



Wok-Gemüse einfach beim Braten mit einem Gemüsehelden anschwitzen und zum Schluss noch einmal damit abschmecken.





DIE KÖNIGSKLASSE UNTER GRILL MEISTERN:



SMOKEN

von Bettina Schneider

DIE WARMEN SONNENSTRAHLEN AUF DER HAUT, DER GEDECKTE TISCH IM FREIEN; JETZT MÖCHTEN GÄSTE MIT WAHRER KULINARIK AUF DEM TELLER ÜBERRASCHT WERDEN. ABSOLUTER TREND UNTER FEINSCHMECKERN IST SMOKEN.



**SCHMORDE
ERKLÄRT'S!**

Mit einem Barbecue-Smoker/Grill können alle drei bekannten Garmethoden durchgeführt werden.

1. Direktes Grillen » Offene Glut und hohe konstante Hitze von 200 bis 300 °C. Der Vorteil liegt in der geringen Garzeit. Oft reichen 2 Min. aus, um ein Steak gut gebräunt zuzubereiten.

2. Indirektes Grillen » Eher niedrige Temperatur 150 bis 200 °C, das Grillgut befindet sich am Rand oder in einer Schale. Vergleichbar ist diese Methode mit dem Garen im Elektro-Umluftofen.

3. Smoken » Die Produkte werden schonend und langsam gegart (ca. 90 bis 130 °C). Der heiße Rauch wird vorab in der Feuerbox des Smokers erzeugt. Durch verschiedene Holzarten kann der Geschmack des Grillguts beeinflusst werden.

GERÄUCHERTES RINDERFILET AUF MAROKKANISCHE ART

FÜR 6-8 PERSONEN

ZUTATEN

- » 1½ kg MASTER CHEF EDITION RINDERFILET
- » 2 EL Olivenöl

FÜR DIE WÜRZMISCHUNG

- » 1½ TL Kümmelsamen
- » 1½ TL Koriandersamen
- » 1½ TL Kreuzkümmelsamen
- » 1½-2 TL brauner Zucker (vorzugsweise Muscovado)
- » 1 TL grobes Meersalz
- » ¼ TL Zimtpulver
- » ¼ TL frisch gemahlener schwarzer Pfeffer
- » 1 Messerspitze gemahlene Gewürznelke

UTENSILIEN

- » 2 große Handvoll Mesquiteholz-Chips, mind. 30 Min. gewässert, damit sie nicht auf der Glut verbrennen
- » Küchengarn
- » Große Einweg-Aluschale

ZUBEREITUNG

1. Die Gewürzsamen im Mörser grob zerstoßen. In eine kleine Schüssel geben und die übrigen Zutaten für die Würzmischung hinzufügen.
2. Das MASTER CHEF EDITION RINDERFILET mit Küchengarn gleichmäßig binden, damit es eine kompakte Form bekommt. Anschließend dünn mit Öl bestreichen und rundherum mit der Würzmischung bestreuen. Bei Raumtemperatur 15-30 Min. ruhen lassen.
3. Eine Zwei-Zonen-Glut für mittlere bis starke Hitze (200-260 °C) vorbereiten. Die Einweg-Aluschale neben die Glut stellen und drei Viertel hoch mit Wasser füllen.
4. Den Grillrost mit der Bürste säubern. Den Braten über direkter mittlerer bis starker Hitze bei geschlossenem Deckel etwa 12 Min. anbraten, dabei das Fleisch alle 3-4 Min. um eine Vierteldrehung wenden.
5. Anschließend den Braten über indirekte mittlere bis starke Hitze über die Aluschale legen. Die Holz-Chips abtropfen lassen und auf die Glut geben. Den Grill schließen und das Fleisch etwa 30 Min. grillen. Das Fleisch auf ein Brett heben und 5-10 Min. ruhen lassen.
6. Das Küchengarn entfernen und den Braten quer zur Faser in gut 1 cm dicke Scheiben schneiden. Warm servieren.

20 Min. Vorbereitungszeit / 15-30 Min. Marinierzeit / etwa 42 Min. Grillzeit

MASTER CHEF
EDITION

**UNSER ANSPRUCH:
AUTHENTISCHER GENUSS.
EIN WAHRER TRAUM
FÜR FLEISCHGENIESSER IST
DAS RINDERFILET DER
MASTER CHEF EDITION.**



GERÄUCHERTER BLUMENKOHL

FÜR 4-6 PERSONEN

ZUTATEN

- › 1 Blumenkohl (etwa 1 kg), Hüllblätter entfernt
- › 2 EL Öl
- › ½ TL grobes Meersalz
- › ¼ TL frisch gemahlener schwarzer Pfeffer

UTENSILIEN

- › 1 große Handvoll Apfel- oder Kirschholz-Chips, mind. 30 Min. gewässert

ZUBEREITUNG

1. Eine Zwei-Zonen-Glut für schwache bis mittlere Hitze (175–200 °C) vorbereiten.
2. Blumenkohl rundum dünn mit Öl bepinseln, salzen und pfeffern. Den Grillrost mit der Bürste säubern. Die Chips abtropfen lassen und auf die Glut geben. Den Grill schließen. Sobald Rauch entsteht, den Blumenkohl über indirekter schwacher bis mittlerer Hitze bei geschlossenem Deckel 30 Min. grillen. Anschließend den gesamten Kohl lose mit Alufolie abdecken; die Folie dabei rundherum unten zusammenknüllen, damit sie sich nicht ablöst und der Kohl nicht zu dunkel wird. Den Blumenkohl etwa 30 Min. bei geschlossenem Deckel weitergrillen. Bei Bedarf Kohle nachlegen, damit die Grilltemperatur konstant bleibt. Der Blumenkohl ist fertig, wenn Sie mit einem langen dünnen Messer beim Hineinstecken kaum noch Widerstand spüren. Vom Grill nehmen.
3. Den Blumenkohl in Röschen zerteilen. Nach Belieben mit geschmolzener Butter anrichten.

10 Min. Vorbereitungszeit / 1 Stunde Grillzeit

VEGGIE-POWER IM SMOKER

LESESTOFF

„Weber's Smoken“ – Jamie Purviance weiß: „Wo Rauch ist, ist auch Geschmack.“ So führt er auf 240 Seiten durch die Königsdisziplin des Grillens. www.gu.de



EINE NEUE KATEGORIE DES GUTEN GESCHMACKS



Mit freundlicher Unterstützung

Unterscheiden Sie sich von Ihrer Konkurrenz mit einem Frischeprodukt, das sich deutlich von herkömmlichen Pommes frites abhebt und zugleich höchste Convenience mit Authentizität und Natürlichkeit verbindet.



Servieren Sie Ihren Gästen etwas Besonderes mit Oerfriet oder Country Cooking Pure & Rustic Fries. Diese Pommes, geschmackvoll und authentisch, liegen voll im Trend.

OERFRIET

- Frische Pommes in zwei handwerklich geschnittenen Varianten: 11mm und 14mm
- Einzigartige spezielle Schnitttechnik für ein Aussehen wie traditionell geschnitten.
- Aus gelbfleischigen Kartoffeln
- Höchste Qualität, goldbraune Farbe, bester geschmack
- Beutel : 5.000 g – Karton 2 x 5.000 g



COUNTRY COOKING PURE & RUSTIC FRIES

- Frische Pommes mit Schale
- Aus gelbfleischigen Kartoffeln
- Authentisch in Geschmack und Optik
- Unregelmäßiger Schnitt (10 x 20 und 14 x 14 mm)
- Beutel : 5.000 g – Karton 2 x 5.000 g

WWW.AVIKO.DE



Gemeinsam für Transparenz und beste Qualität.

Hausmacher Eiernudeln aus 100 % deutschem Durum

Ihre Kunden wollen wissen woher ihr Essen kommt und welche Zutaten drinstecken. Die Nähe zu den Erzeugern rückt in den Fokus der Verbraucher und Regionalität ist eines der wichtigsten Schlagworte dieser Tage.

Nudelhersteller ALB-GOLD von der Schwäbischen Alb beschäftigt sich seit Jahren mit diesem Thema. Die Gläserne Produktion wurde bereits 2002 eröffnet. Seit der letzten Ernte kann der Familienbetrieb nun auch Zutaten zu 100 % aus deutscher Landwirtschaft für seine Hausmacher Eiernudeln garantieren. Mit Transparenz, Nachvollziehbarkeit und dazu noch den ökologischen Vorteilen regionaler Rohstoffe können die Spätzle und Nudeln punkten. Und nebenbei sind sie auch noch äußerst ergiebig und kochstabil.



ALB-GOLD Teigwaren GmbH · 72818 Trochtelfingen
Telefon (071 24) 92 91 - 0 · www.alb-gold.de

DEKO-TREND: CASUAL ISLAND BEACH HOUSE QUADRATISCH & PRAKTISCH

REIN ABSTRAKT GESEHEN, ERINNERT GEOMETRIE NICHT DIREKT AN SOMMER. KOMBINIERT MAN DIE MUSTER UND FORMEN JEDOCH MIT SANFTEN ERDTÖNEN, NATURMATERIALIEN UND MODERNEM DESIGN, ENTSTEHT EIN CASUAL-ISLAND-BEACH-HOUSE-CHARAKTER. SANFTER ETHNO-FLAIR DANK ERDTÖNEN UND NATURMATERIALIEN WIRD JETZT NEU INTERPRETIERT DURCH GENAU DIESE UNVERGESSLICHEN FORMEN MODERNER LEICHTIGKEIT. EIN HAUCH SOMMER UND MEER AUF EINE GANZ EIGENE ELEGANTE WEISE FÜR TISCH UND KÜCHE WECKEN JETZT DEN GESCHMACK.

von Bettina Schneider

STILSICHERER AKZENT

Pfeffer und Salz landen nicht mehr auf dem Tisch, sondern ausschließlich auf dem Essen mit den neuen **Bottle-Grinder-Mühlen**. Innovatives Design, das dank Upside-Down-Technik das Austreten von Mahlresten nach dem Abstellen verhindert? Das können nur die mit Silikon überzogenen Mühlen aus dem skandinavischen Hause Menu.

www.menu.as



MESH LINE

Die unkomplizierte **Mesh Line** aus dem Hause Rosenthal bietet unendliche Kombinationsmöglichkeiten aus **runden, eckigen und ovalen Formen**, wie das Deko-Beispiel oben zeigt. Die geometrisch strenge, aber zugleich legere Linienstruktur harmoniert perfekt mit den **Trendfarben Aqua, Cream und Walnut**. Ob in der Haute Cuisine oder im Outdoor-Bereich – die gedeckten Farbnuancen schaffen ein harmonisches Gesamtbild auf dem Tisch.

www.rosenthal.de



POLYGONALES GÄBELCHEN

Snack-Utensilien in angesagtem **Facetten-design** und dazu nachhaltig spülmaschinenfest kommen diesen Sommer aus dem Hause Koziol. Designer Serge Atallah sorgt dafür, dass sich die Gabelchen von den gewöhnlichen Genießer-Accessoires abheben und sogar das Snacken stylisch wird. Mehr unter www.koziol.de

INNOVATIVER CHARLES

Das Designerduo hinter der Marke Grintt entwirft einmalige Stücke, die jede Umgebung aufwerten und eine gewisse Frische ausstrahlen. Die originellen Tablettchen verdanken ihren Namen dem berühmten Möbeltischler André-Charles Boulle und sind perfekte Begleiter für Pool-Cocktails.

www.serax.com



Die neue Stampfkartoffel- Generation!



NEU!



Schne-frost Stampfkartoffeln: Die Innovation für Menüs & Snacks!

- Jetzt tiefkühlfrisch in High Convenience
- Stückiges Kartoffelpüree mit einer feinen Butternote
- Qualität wie hausgemacht, mit Muskat verfeinert
- Ideal für Combi-dämpfer, Kochtopf oder Mikrowelle

Schne frost

www.schne-frost.de

Eis MIT STIEL!

von Bettina Schneider

**EISKALTER GENUSS TO GO
MUSS INDIVIDUELL SEIN**

DIE SONNE SCHEINT, MAN SEHT SICH NACH ABKÜHLUNG UND EIS MACHT NICHT NUR KINDER GLÜCKLICH, SONDERN ERFINDET SICH AUCH FÜR ERWACHSENE IM ZEITALTER VON „TO GO“ NEU. **SELBSTGEMACHTES IST HIP!** OB HERRLICH FRUCHTIG ODER SOGAR MIT SCHWIPS ...

EIS IN DER WAFEL WAR GESTERN – selbstgemachtes Eis am Stiel mit natürlichen Zutaten ist heute und morgen. Werden die Temperaturen heißer, steigt die Nachfrage nach eiskalten Leckereien. Sei es als krönender Abschluss nach einem mehrgängigen Mahl oder einfach zwischendurch als Snack to-go.

Heute sucht fast jeder nach einem **MEHRWERT BEI SEINER ERNÄHRUNG** und möchte zeitgleich seine Individualität ausdrücken und das to-go. Der Trend des „**SELBST ZUBEREITETEN**“ und gleichzeitig **BEWUSSTEN ESSENS** zieht sich durch alle Mahlzeiten. Also warum nicht eine gesunde und gleichzeitig mehr als ansprechende Variante des Eisgenusses anbieten? Foodtrends rund um den Globus zeigen, dass Fantasie und Genuss Leitgedanken für absolute Eis-Innovationen sind.

TREND #POPSICLEWEEK

STIELEIS IST HANDLICH, FRECH UND NOSTALGISCH. Instagram und Facebook machen es vor, denn hier haben User bereits die **#popsicleweek** eingeführt. Selbstgemachtes Eis am Stiel, in Szene gesetzt mit tollen Rezepten als Goodie. Das Internet war schon immer schneller, wenn es um neue Trends ging. Setzt die Gastronomie hier an und geht neue Wege, eröffnet sich ein **NEUES KUNDENUMFELD**. Das Auge des Kunden isst mit und so entsteht Genuss mit allen Sinnen.



LESESTOFF Eis-Lollies fruchtig, frisch & frech
Die beiden Autoren Karis und Dominic bringen mit ihren erfrischend leichten Rezepten und absoluten Hinguckern Herzen zum Schmelzen.
112 Seiten, www.thorbecke.de



**EIN ECHTER
PUBLIKUMS-
LIEBLING!**

Erdbeere, WEISSE SCHOKOLADE & PISTAZIEN

**Zubereitung für 4 Portionen:
15 Minuten + 6 Stunden Gefrierzeit**

- ☞ 200 g Erdbeeren (klein geschnitten)
- ☞ 4 TL Rohrzucker
- ☞ 50 g weiße Schokolade
- ☞ Eine kleine Schüssel fein gehackte Pistazienkerne

Die Erdbeeren und den Zucker mit 100 ml Wasser in einen Mixer geben und pürieren. Die Mischung auf die Eisformen verteilen und dabei einen 1 cm breiten Rand freilassen. Die Eisstiele in die Eismasse stecken und alles in das Gefrierfach stellen. Wenn das Eis vollständig gefroren ist, die

Schokolade über dem Wasserbad bei gelegentlichem Umrühren schmelzen. Dann Eis für Eis aus der Form holen, schräg in die geschmolzene Schokolade tauchen und in die Schüssel mit den gehackten Pistazien tunken. Schokolade fest werden lassen und entweder sofort servieren oder zurück ins Gefrierfach stellen.

Fact
Die Kombination aus Frucht, Schokolade und einem gewissen Crunch-Effekt wird Groß und Klein begeistern. Das Eis lässt sich gut vorbereiten, die Grundzutaten sind variabel. Je wilder die Kreation, desto größer das WOW.



Der perfekte Mix FÜR DIE MODERNE COFFEE-PAUSE

Zwei knackige Leibniz Mini-Kekse mit leckerer Milchcreme- oder Schokoladencreme-Füllung – zusammen ein starkes Team, das sich im Einzelhandel bereits bewährt hat.

Ab Mai 2017 weitet Leibniz das erfolgreiche Kekskonzept nun auch als Neuheit auf die Gastronomie aus. Einzeln verpackt im praktischen Thekendispenser sind die kleinen Sandwichkekse mit Milch- oder Schokoladengeschmack die idealen Begleiter zu Kaffee, Tee & Co. und sorgen so für zufriedene Gäste.

Leibniz Cream Team –
Ihr Dream-Team





DAS SCHWARZE GOLD IN DER TASSE

von Bettina Schneider



WER LIEBT IHN NICHT – DEN BETÖRENDE GERUCH VON FRISCH GEMAHLENEM UND GEBRÜHTEM KAFFEE. STATISTISCH GESEHEN GENIEßEN DIE MEISTEN KAFFEETRINKER IN DEUTSCHLAND (IM ALTER VON 18 BIS 64 JAHREN) DURCHSCHNITTLICH 2 – 3 TASSEN KAFFEE PRO TAG. DAS BELIEBTE HEISSGETRÄNK IST MIT 162 LITER JÄHRLICHEM PRO-KOPF-KONSUM DAS AUSHÄNGESCHILD UND UMSATZBRINGER DER GASTRONOMIE.

TRADITION UND KOMPETENZ

Die Lust am Kaffee wächst und wächst, denn für die Mehrheit gehört Kaffee zu einer Gesellschaft, in der Wohlbehagen und das **Es-sich-gut-gehen-Lassen** im Vordergrund stehen. Genau dieser Leidenschaft für die schwarze Bohne hat sich das **Handelshaus WEDL** seit mehr als 100 Jahren verschrieben. Über Generationen wurden das Fachwissen und das Gespür für das Besondere vererbt. Was Anfang des 20. Jahrhunderts mit einer Kolonialwarenhandlung und dem Kaffeeverkauf am Unteren Stadtplatz in Hall (Österreich) begann, entwickelte sich zu einem weltweit vernetzten und

bestens strukturierten Handelshaus, das mittlerweile über 10% seines Umsatzes mit der Sparte Kaffee macht. Die **hauseigene Rösterei in Mils** hat sich ausschließlich auf die Herstellung von Kaffeespezialröstungen in kleineren Mengen spezialisiert. Die Hauptproduktion übernimmt **Procaffé**, eine 100%ige Tochter des Handelshauses WEDL, in Belluno. Die Röstmeister von Procaffé kreieren nach streng geheimen Rezepten die nach italienischer Tradition hergestellten Kaffeearten **Testa Rossa caffè** und **Bristot caffè**. Über 40.000 Profibetriebe werden derzeit weltweit von Procaffé beliefert; vorwiegend Hotellerie und Gastronomie.



KURZTRIP NACH ITALIEN

Für ihr einzigartiges Aroma ist vor allem in Österreich die Marke **Testa Rossa caffè** bekannt. Für diesen italienischen Espresso werden nur beste Arabica-Bohnen aus Mittelamerika und Kenia, alle in einer Höhe von 1.200 – 2.000 Metern angebaut, verwendet. Der Rohkaffee erfährt dann über einen Zeitraum von 20 Minuten bei 220°C eine besonders schonende **Medium-dark-Röstung** im **Trommelröstverfahren**. Das Ergebnis ist der typisch samtige Testa-Rossa-caffè-Geschmack. Die dichte, dunkelbraune Crema des kräftigen Espressos führt, egal ob die Zubereitung mittels Siebträger oder Vollautomat erfolgt, zu einem einzigartigen Geschmackserlebnis. „Mit Testa Rossa caffè erlebt man einen **Kurztrip nach Italien, zehn Minuten wahres Urlaubsgefühl**“, schmunzelt Leopold Wedl (kleines Bild). „Wer dieses italienische Lebensgefühl ein bisschen länger erleben will, der checkt am besten in einer Testa Rossa caffèbar ein.“



GEMEINSAMER HÖCHSTER GENUSS ALS KONZEPT

Gesagt, getan. Als sich der Trend zu Caffèbars immer mehr abzeichnete, hat man sich im Hause Wedl diesem Zukunftsmarkt gewidmet. 1999 in Innsbruck mit der ersten Bar gestartet, findet man heute an den exklusivsten Standorten weltweit das **Kaffeebar-Konzept**. Klassisch-edle Designelemente auf kleinstem Raum repräsentieren den italienischen Lifestyle. Der Name Testa Rossa caffèbar und die Leidenschaft für die schwarze Bohne werden so in Europa, der Türkei, Ägypten und Indien weitergetragen.

KAFFEE-AKADEMIE FÜR JEDERMANN

Wer bereits **Testa Rossa caffè** liebt, der kann seine Kenntnisse und Fähigkeiten in der **Kaffee-Akademie** in der Zentrale Mils erweitern. In diversen Kursen lehren zertifizierte Baristas sowohl theoretisches als auch praktisches Fachwissen, denn was nützt das beste Grundprodukt, wenn Mensch und Maschine nicht mithalten können. Die entsprechenden Levels reichen von der **Grundausbildung bis hin zur hohen Schule der Latte-Art-Kreationen**.



Unter dem Namen **Testa Rossa caffè BiOrganic** erwartet den Konsumenten eine hochwertige Röstmischung, basierend auf gewaschenen Arabica-Bohnen aus Mittelamerika. Das zarte Aroma von Trockenfrüchten, edlen Kakao- und Vanillenoten hebt das herausragende sensorische Profil hervor. **Barista-Kurs buchen oder Testa Rossa caffèbar finden unter www.testarossacaffe.com**



Das Nudel-Erlebnis in Spitzenqualität.

- Hohe Kochstabilität
- Kleben nicht
- Lange Standzeiten
- Hoher Quellfaktor
- Sauberes Kochwasser
- Goldgelbe Farbe
- Konstante Qualität

Das Regenerieren bzw. Erwärmen ist durch kurzes Eintauchen in kochendes Wasser oder im Kombidämpfer problemlos möglich. Jeremias-Nudeln bleiben bissfest und sind ebenso ideal geeignet für Cook & Chill.

Teigwarenfabrik Jeremias GmbH
 Industriestr. 13 - 19 · D - 75217 Birkenfeld
 Tel. +49 (0) 72 31 / 9 48 83-0
 Fax +49 (0) 72 31 / 9 48 83-49
www.jeremias.com · info@jeremias.com



intergast 2.0

AUF DER INTERNORGA 2017



DIE LEITMESSE FÜR DEN AUSSER-HAUS-MARKT WAR MIT **96.000 BESUCHERN** UND **ÜBER 1.300 AUSSTELLERN** AUS RUND **25 NATIONEN** EIN VOLLER ERFOLG. VOM **17. BIS 23. MÄRZ** WURDEN NICHT NUR FOODTRENDS UND INNOVATIONEN IN SZENE GESETZT, SONDERN MAN HAT GEBATTLET, WER DIE TROPHÄEN BEIM „GASTRO-STARTUP-WETTBEWERB“ UND BEI DEN „NEXT CHEF AWARDS 2017“ SEIN EIGEN NENNEN DURFTE. ES WURDE GESCHNACKT, GEKLÖNT UND NATÜRLICH DREHTE SICH ALLES UM GUTES ESSEN. WIR SAGEN DANKE FÜR **TOLLE INSPIRATIONEN UND GESPRÄCHE** RUND UM DAS WOHL SCHÖNSTE DER WELT: ESSEN.



MASTER CHEF EDITION



” ARGENTINISCHE QUALITÄT & HÖCHSTER GENUSS “

MASTER CHEF EDITION BEEF – DIE NEUE EIGENMARKE VON INTERGAST

INTERGAST selbst hat seinen Messeauftritt in diesem Jahr komplett unter das Motto „**Alles eine Frage der Haltung**“ gestellt. Mittig in Halle A1 an Stand 410 ging es kulinarisch nach Argentinien. Schlagworte wie **Leidenschaft, Familie, Qualität und Authentizität** haben sich in Design, Konzeption und vielen Highlights widerspiegelt. Das neue **PREMIUM-BEEF** der Eigenmarke **MASTER CHEF EDITION** war dabei Thema Nr.1. Nicht nur zum Anbeißen schön präsentiert, sondern auch exklusiv zubereitet in einer Front-Cooking-Station von Uwe Schmorde und seinem Team. Das argentinische Rindfleisch hat Gourmets vor Ort mehr als überzeugt. Hintergrund des einzigartigen Geschmacks: Nur beste Rinderrassen werden für **MASTER CHEF EDITION** verwendet und gezüchtet. Black und Red Angus und das Hereford-Rind sowie Kreuzungen ausschließlich aus den genannten Rassen garantieren die gute Fleischqualität. Nach der Schlachtung wird nur die beste Ware für **MASTER CHEF EDITION** ausgewählt. Somit ist sichergestellt, dass Kunden nur das allerbeste Fleisch erhalten.

Kommen wir von einer geschmacklichen Reise nach Argentinien zu einem weiteren „**Kurztrip nach Italien**“. Die **TESTA ROSSA** caffèbar des Hauses Wedl stellte ihren höchsten Anspruch für italienischen Kaffeegenuss unter Beweis. Echte Leidenschaft für Bohnen und Röstung spiegelte sich in Design und Geschmack wider. **Geschmack in höchster Qualität** auf allen Ebenen und die simpel-schöne Präsentation von Produkten und dem Unternehmen an sich überzeugten. Das zukunftsweisende Standdesign „Viel Raum für starke Partner von **INTERGAST**“ war bis ins kleinste Detail perfekt umgesetzt. Neben bekannten Gesichtern konnten zahlreiche neue Kontakte mit interessanten Kunden geknüpft und fachliche Gespräche geführt werden. Einmal mehr hat sich in Hamburg gezeigt, dass Fachbesucher an **echter Qualität mit Story** interessiert sind. Der Bedarf an schnellen und neuen Lösungen im Großverbraucherservice nimmt darüber hinaus neue Dimensionen an. **INTERGAST** konnte in Gesprächen und Dis-

kussionen seine gebündelten Kompetenzen mit ungebremster Leidenschaft für Food unter Beweis stellen.

*Es bleibt nur zu sagen: „Moin, Moin“ bis in 2018, wenn Hamburgs Leitmesse für die Gastronomie ruft und **INTERGAST** zum 3. Mal mit von der Partie sein wird.*



Frischer Pasta-Genuss

für jeden Tag



praktische
1000g
Beutel
★★★

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



www.steinhaus.net

DIE ZUKUNFT liegt im Meer AGAR-AGAR

DIE JAPANER VERWENDEN ES BEREITS SEIT DEM 17. JAHRHUNDERT, DOCH VIELE HIERZULANDE WISSEN NOCH NICHT, WAS AGAR-AGAR EIGENTLICH IST. TESTEN SIE SELBST DOCH EINMAL DAS WISSEN IHRER MITMENSCHEN!

von Bettina Schneider

Agar-Agar ist erst seit dem Veggie-Boom vielen ein Begriff, denn welche Alternativen gibt es zu tierischer Gelatine, wenn man Geliermittel für Rezepte benötigt? Selbst die Industrie hat Agar-Agar inzwischen für sich entdeckt und immer mehr Eissorten, Marmeladen und Süßigkeiten enthalten Agar-Agar – auch als „E 406“ bezeichnet.

Agar-Agar ist ein Kohlenhydrat, das aus den Zellwänden von Algen, wie z.B. Blau- oder Rotalgen, gewonnen wird. Von seiner chemischen Struktur ist es Ballaststoffen aus heimischen Obst- und Gemüsesorten sehr ähnlich und kann ebenso wie sie nicht oder nur in kleinen Teilen vom Menschen verdaut werden. Diese Struktur bedingt auch die sehr guten Quelleigenschaften und das gelöste Pulver geliert, wenn es in heißer Flüssigkeit aufgelöst wird. Für die Verwendung in der Küche wird das Extrakt meist getrocknet und zu Pulver verarbeitet.

Herkunft

Der Name Agar-Agar ist malaysisch-indonesischer Herkunft und bedeutet Gelee. Eine japanische Legende erzählt, dass der ursprüngliche Herstellungsprozess von Agar-Agar Mitte des 17. Jahrhunderts entdeckt wurde. Eines Winterabends sei einem japanischen Offizier vom Besitzer einer kleinen Gaststätte ein traditionelles Gericht aus Gelee angeboten worden, das aus in Wasser gekochtem Seetang hergestellt wurde. Nach dem Essen habe der Gaststättenbesitzer die Reste des Gelees weggeworfen. Nach ein paar Tagen und mehreren Durchläufen von Gefrieren, Auftauen und Trocknen schien sich eine weiße Substanz gebildet zu haben, die der Wirt eingesammelt und gekocht habe. Er soll eine Gelatine erhalten haben, die weißer als die ursprüngliche ist und den Japanern seitdem gefiel.

Warum Agar-Agar statt Gelatine?

Auch wenn es auf den ersten Blick nicht so aussieht, Gelatine ist ein rein tierisches Produkt, das aus Knochen, Knorpel und Bindegewebe

von Rindern oder Schweinen hergestellt wird. Vegetarier und auch so manche Nichtvegetarier stören sich an der Herstellungsweise des tierischen Geliermittels – die Vorstellung, dass in der Joghurt-Sahne-Torte Bindegewebsbestandteile von Tieren sind, kann manchem den Süßhunger verderben. Des Weiteren ist das pflanzliche Geliermittel laktosefrei und glutenfrei und eignet sich dadurch auch für viele Allergiker.

Industrielle Anwendung

Die bemerkenswerte Wärmeresistenz von Agar-Agar-Gelen macht sie zu exzellenten Stabilisatoren und Verdickern in Kuchenfüllungen, Zuckerguss und bei Fertiggerichten. Ebendiese Eigenschaft ist ein großer Pluspunkt beim Transport von Waren, indem sie mehr Flexibilität beim Kontrollieren der Temperatur erlaubt.

Die Gelierungseigenschaften von Agar-Agar werden auch in der Zubereitung von Frucht-Konditoreiwaren verwendet, die besonders in Asien beliebt sind. Auch bei der Erzeugung von Obstweinen wird Agar-Agar verwendet, denn eine kleine Menge reicht bereits aus, um die unerwünschte Trübung aus dem Getränk zu entfernen, die allein durch das Filtrieren nicht beseitigt werden kann. Etwa 90% der Agar-Agar-Produktion gehen daher in die Lebensmittelindustrie.

Wie gesund ist Agar-Agar?

Agar-Agar besteht aus unverdaulichen Ballaststoffen und wirkt daher darmanregend und verdauungsfördernd.

Dank der guten Quelleigenschaften binden Ballaststoffe Flüssigkeit, was dazu führt, dass sich das Volumen der aufgenommenen Nahrung vergrößert. Das wiederum erhöht unser Sättigungsgefühl und wir sind nicht so schnell wieder hungrig. Allgemein gilt in der chinesischen Tradition Agar-Agar als tonisierend und wird zur Anregung des Stoffwechsels empfohlen. Die indonesische Volksheilkunde schreibt dem Algenpulver sogar eine günstige Wirkung bei Diabetes mellitus zu. Außerdem ist es nahezu kalorienfrei und benötigt keinen Zucker zum Gellieren.

VORAUSSICHT

Evergreen Foods setzt auf Mikroalgen als echtes Superfood und alternative Eiweißquelle. Das Problem: Sie schmecken nicht besonders gut und sind oft nur als Nahrungsergänzungsmittel in Tabletten-, Kapsel- oder Pulverform erhältlich. Daher entwickelte es die „Lütfte-Algenperle“, welche neben Agar-Agar und diversen Geschmackskomponenten bis zu 16.000 Mikroalgen pro Stück enthält. Die Proteinzufuhr könnte so durch den Verzehr der Mikroalgen gewährleistet werden, denn diese bestehen zu fast 70% aus Eiweiß.

NEUER SNACKSPASS



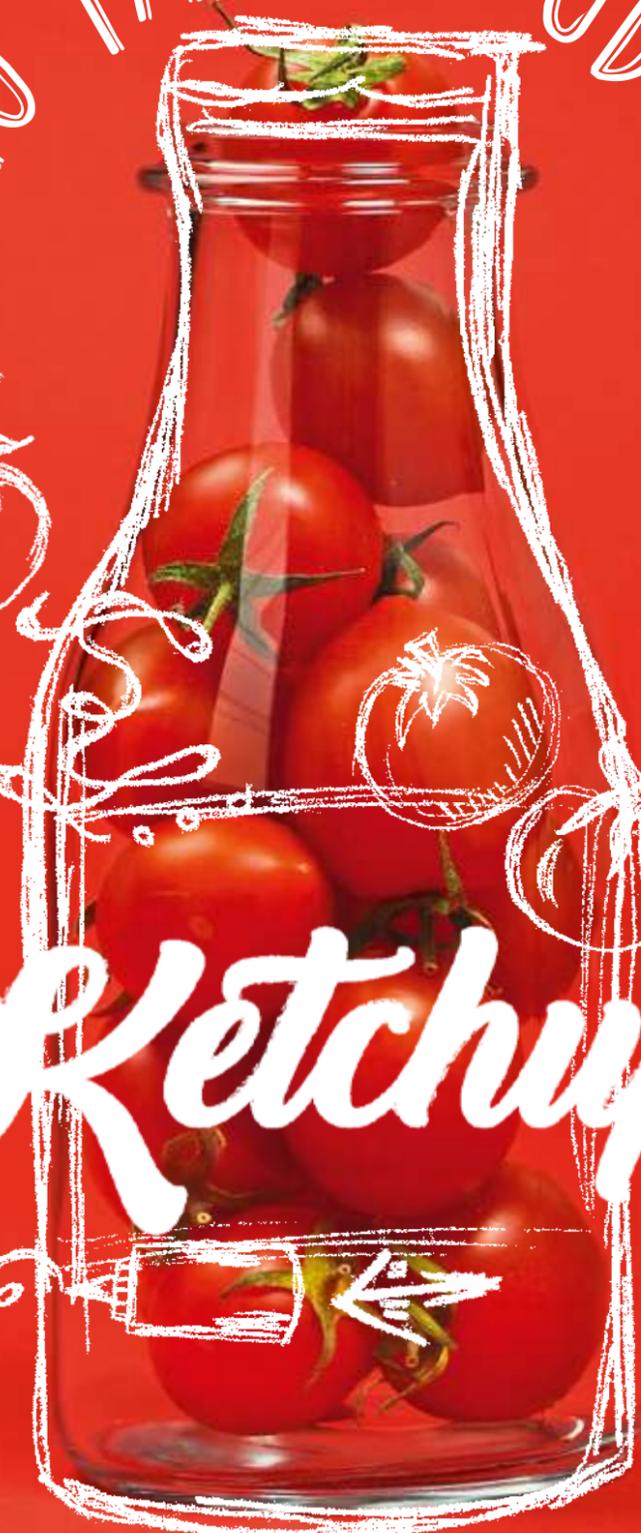
Mit seinen Fingerfood-Ideen sorgt Sprehe Feinkost für neuen Snack-Spaß im 1,5 kg-Beutel. Die neuen Chicken Fingers „American Style“ und „Crunchy Potatoe“ können pur, zum Dippen oder als Salatbeilage genossen werden. Voll im Trend liegt derzeit der Burger. Neu ist der „Crunchy Chicken Burger“ – eine spannende Abwechslung. Wer auf puren Grillgenuss setzt, liegt mit dem neuen „Flame Grilled Chicken“ genau richtig. Zarte Hähnchenfilets mit leckerer spanischer Marinade bieten ein leichtes und unverwechselbares Geschmackserlebnis. Ob gebraten, gegrillt oder frittiert, lecker ist Geflügelfleisch immer. Es lässt sich auf unglaublich vielfältige Art und Weise zubereiten.



www.sprehe.de

10 FAKTEN ÜBER

Ketchup



von Bettina Schneider

1. KETCHUP WURDE 1830 ALS **MEDIKAMENT** PATENTIERT UND VERKAUFT. ES SOLLTE GEGEN DURCHFALL UND GEIBSUCHT HELFEN. DER ERFOIG BLIEB JEDOCH AUS.

6. **PUTZMITTEL KETCHUP:** IN POLEN POLIERTE MAN MIT KETCHUP ZUR ZEIT DER TRABANTEN DIE AUTOS. NICHT DUMM, DENN TESTEN SIE SELBST UND LEGEN SIE DINGE AUS METALL ODER SILBER FÜR 10 MIN IN KETCHUP EIN, ABWASCHEN – UND WAS SEHEN SIE NUN?

2. ER IST TROTZDEM GESUND, DENN BEREITS EIN ESSLÖFFEL KETCHUP KANN **ZELLEN SCHÜTZEN.** DER ENTHALTENE ROTE FARBSTOFF LEUKOPIN WIRKT ANTIOXIDATIV. ER HEMMT DAS WACHSTUM VON KREBSZELLEN.

7. **TOMATEN-ALLERGIKER** DÜRFEN KETCHUP ESSEN. DURCH DAS ERHITZEN DER TOMATEN WERDEN DIE ALLERGENE ZERSTÖRT.

3. DIE **CHINESEN** HABEN ES ERFUNDEN! NICHT DIE AMERIKANER, DIE MAN OFT DAMIT ASSOZIIERT.



8. **7 MILLIONEN** TONNEN TOMATEN WERDEN JÄHRLICH ALLEINE FÜR KETCHUP GEERNTET.

4. DAS ERSTE KETCHUP WAR **OHNE TOMATEN.** STATTDESSEN NAHM MAN BANANEN, WALNÜSSE, ALKOHOL, ZITRONENSAFT UND AUSTERN.

9. KETCHUP BEDIENT DURCH DIE ZUSAMMENSETZUNG ALLE **5 GESCHMACKSRICHTUNGEN:** SÜSS, SAUER, SALZIG, BITTER UND UMAMI (WÜRZIG-HERZHAFT).

5. **LANGSAMER ALS EINE SCHILDKRÖTE:** DIE FLIEßGESCHWINDIGKEIT BEIM HERAUSTRETEN AUS DER FLASCHE MUSS 13 MM/S HABEN. SCHNELLER = ZU DÜNNFLÜSSIG, LANGSAMER = ZU DICKFLÜSSIG.

10. AM MEISTEN KETCHUP ESSEN ÜBRIGENS **DIE SCHWEDEN** MIT GESCHÄTZT 2,1 KG/PRO PERSON UND JAHR. DIE AMERIKANER BEVORZUGEN SALSA UND MAYONNAISE.



MÄNNERSACHE

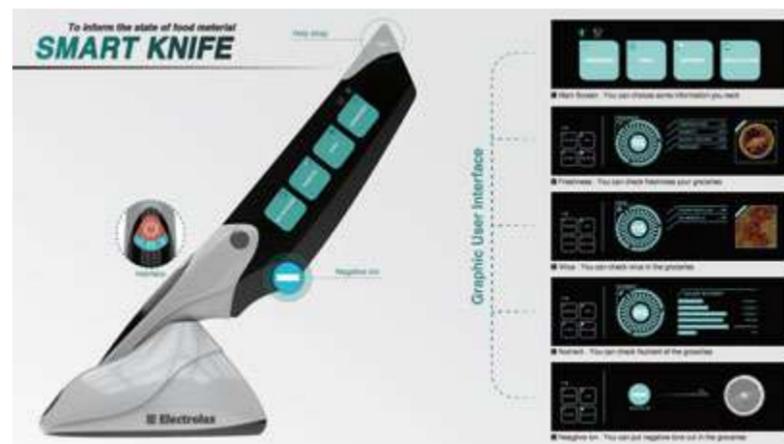
WENN MÄNNER UNTER SICH SIND, KOMMEN **FAKTEN AUF DEN TISCH** UND DIESE HABEN MEIST MIT TECHNIK ODER SPASS ZU TUN. **HAND AUFS HERZ:** KOCHEN MACHT ENORM SPASS UND WENN TECHNIK-GADGETS FÜR MEHR ACTION SORGEN ODER SOGAR DIE ARBEIT ABNEHMEN – WAS WILL MAN(N) MEHR?!

von Bettina Schneider

SCHARFES WERKZEUG

Das „**Smart Knife**“, entwickelt vom Designlabor des schwedischen Herstellers Electrolux, lässt Zukunftsträume wahr werden. Das mit umfangreicher **Sensorik** ausgestattete Messer prüft die Speisen auf Frische, Temperatur sowie Nährstoff- und Zuckergehalt. Es soll zudem aktiv zur Verlängerung der Haltbarkeit des geschnittenen Lebensmittels beitragen, indem beim Schneiden **negative Ionen** abgesondert werden, die die Schnittfläche vor Oxidation schützen. Per Spracherkennung und Touchscreen soll es sogar Fragen zum geschnittenen Produkt beantworten können.

Mehr spannende Erfindungen unter www.electroluxdesignlab.com



LET'S ROG! EINFACH HAMMER

Die Revolution unter den Grills kommt passend zum Sommer aus dem Hause **Aichinger** und hört auf den Namen „**ROG-Roll'N'Grill**“. Das vollautomatische Brat- und Grillsystem erinnert stark an einen Durchlauf-Toaster, da es auf drei rotierenden horizontal angeordneten und gleichmäßig beheizten Bratflächen basiert. Die Ware – mit einer Dicke von 9 bis 15 Millimetern – wird oben eingelegt und durchläuft den Grillbereich in gleichmäßiger Geschwindigkeit. Danach verlässt sie automatisch die Bratfläche und ist servierbereit.

Fachkräftemangel in der Food-Branche und die immens zunehmende Nachfrage nach schnellen und **guten Produkten „on the way“** von Seiten der Verbraucher schaffen Raum für



einfach zu bedienende Techniken, die gleichzeitig höchsten Genuss versprechen. Hier setzt der Hersteller Aichinger mit seinem „**ROG-Roll'N'Grill**“ an. Einfacher, perfekter Grillgenuss. Die Bedienung ist kinderleicht. Es gibt fünf Garstufen, die nicht die Temperatur, sondern nur die Verweildauer im Grill

verändern. **Der Vorteil: Effizienz und Geschmack** werden optimiert und das Personal hat Kopf und Hände frei für andere Tätigkeiten wie z.B. das Belegen anrichten. Der Hersteller wirbt sogar mit einer Menge von 80 Portionen in gerade einmal 60 Minuten, wenn es einmal wie am Fließband zugeht. Ein weiteres Plus: Der ROG-Roll'N'Grill arbeitet **fettfrei – für 100% gesunden Genuss**. Nicht nur Fleisch wird automatisch gegrillt, sondern auch Fisch und Gemüse.

Wie ist es um die Reinigung bestellt? Auch integriert. Reinigungsmodus per Knopfdruck erleichtert die Säuberung der Bratflächen und sorgt somit für ausgezeichnete Lebensmittelhygiene. Einsatzbereit für heiße Theken in Supermärkten, Imbissen, Metzgereien und im Catering-Bereich.

Mehr Infos unter www.rog-grill.de

DIE ERSTE WERKBANK FÜR DIE KÜCHE



Gute Ideen bestechen durch ihre Einfachheit – das beweist das **Frankfurter Brett**. Das innovative Schneidebrett hat mit Crowdfunding bereits über das 5-Fache des Finanzierungsziels erreicht, und räumt gerade **Gründer- und Kreativitätspreise** ab. Seit Ende März ist es im Handel erhältlich.

Letztendlich handelt es sich einfach nur um eine besonders praktische, **kompakte Werkbank für die Küche**. Wer tagtäglich in der Küche steht, weiß genau, wie umständlich es ist, die kleinen Stücke frisch geschnitten vom Schneidebrett in die entsprechenden Behälter zu geben. Bisher wurden sie oft mit Messer und Hand aufgesammelt. Nun nimmt

das Konzept **zweier Brüder aus der Main-Metropole** einem genau diese lästige Arbeit ab. Ausziehbare Metallbügel an jeder Seite mit steckbaren Behältern, welche sogar der Gastromie entsprechen, erleichtern die Küchenarbeit. So ist alles an seinem Platz und genau dort, wo man es braucht. Auf der Herstellerseite wirbt man bereits mit unzähligen Anwendern aus der Gastronomie, wie z.B. Gourmet-Koch **Matthias Schmidt**. Seine Meinung: „Es ist das schönste Schneidebrett, das ich je gesehen habe. Stark und professionell, eine Bereicherung für die Küche und eine Erfindung, die Frankfurt in viele Küchen bringen wird.“

Mehr Infos unter www.frankfurter-brett.de



Joseph (links) und Johannes Schreiter sind die Entwickler des Frankfurter Bretts.

GIB MIR DEN REST!

DIGITALISIERUNG STOPPT WEGWERF-WAHN!

18 MILLIONEN TONNEN LEBENSMITTEL WERDEN ALLEINE IN DEUTSCHLAND LAUT WWF-STUDIE JAHR FÜR JAHR WEGGEWORFEN. 3,4 TONNEN DAVON BEI GROSSVERBRAUCHERN. FÜR SCHNELLRECHNER: JEDE ZEHNTE MAHLZEIT WIRD IN DER DEUTSCHEN GASTRONOMIE WEGGESCHMISSEN. VERMEIDUNGSPOTENZIAL HIERBEI BIS ZU 70%! DAS ZEITALTER DER DIGITALISIERUNG SETZT NUN DORT AN, WO DIE POLITIK SCHLÄFT.

von Bettina Schneider

FOODSHARING ist ein großes Thema, wenn es um **NACHHALTIGKEIT** geht. Einige Länder machen es uns vor. Dass Deutschland hier gerade in großen Ballungsräumen viel Potenzial hat, wissen viele, doch nutzen tun es leider wenige. Gerettetes Essen ist nicht nur gut für die Umwelt, sondern auch ein **PLUS FÜR WIRTSCHAFTLICHKEIT UND MARKENBINDUNG**. Kunden nutzen die neuen Apps hauptsächlich, um Geld einzusparen, und mögen gleichzeitig die Idee, Lebensmittel nicht zu verschwenden.

MEHR UMSATZ DURCH DIGITALISIERUNG

Bereits zubereitetes Essen, welches nicht am selben Tag noch verkauft oder bis zum Folgetag aufbewahrt werden kann, müssen Gastronomiebetriebe laut gesetzlicher Vorschrift entsorgen. Natürlich ist dies ein Kostenfaktor für viele Gastronomen. Die Größe der Container und die Arbeitskräftezeit für Sortierung und Entsorgung sind hier Rechengrößen. Doch viele werfen einwandfreies Essen noch im-

mer in die Tonne. Von den verursachten Treibhausgasen kaum zu sprechen. Dabei könnten sie **NOCH MEHR UMSATZ MACHEN. WIE?** Es gibt im Zeitalter der Digitalisierung kinderleichte Apps für echte Win-win-Situationen. Großverbraucher und Kunden profitieren, wenn z.B. ein Mittagmenü in einwandfreiem Zustand nicht in der Tonne landet, sondern **50% günstiger** als „Lunchbox to go“ angeboten wird. So generiert der Gastronom eine zusätzliche Einnahmequelle und der Kunde spart.

SO FUNKTIONIERT'S

Lösungen bieten hier Apps wie „RESQ“, „MEALSAVER“ oder „Too Good to Go“. Überschüssiges Essen wird täglich zu einem reduzierten Preis auf den Plattformen angeboten.

- 1 Überschüssige Portionen in nur wenigen Klicks im jeweiligen System anbieten
- 2 Kunden werden benachrichtigt über eingestellte Waren in der Nähe
- 3 Der Kauf erfolgt direkt via App per PayPal oder Kreditkarte
- 4 Die Mahlzeit wird vom Kunden persönlich innerhalb einer vorher festgelegten Zeitspanne abgeholt



Auch das Unternehmen „RESQ“, das 2016 an den Start ging, hat bereits über 70.000 registrierte Nutzer zu verzeichnen und knapp 400 aktive Partner-Restaurants, mit denen bereits mehr als 130.000 Mahlzeiten 2016 gerettet wurden. „Ziel ist, 2017 allein in Deutschland rund 50.000 neue Nutzer und 2000 Gastronomie-Partner anzuschließen“, so Country-Manager Timo Beck.

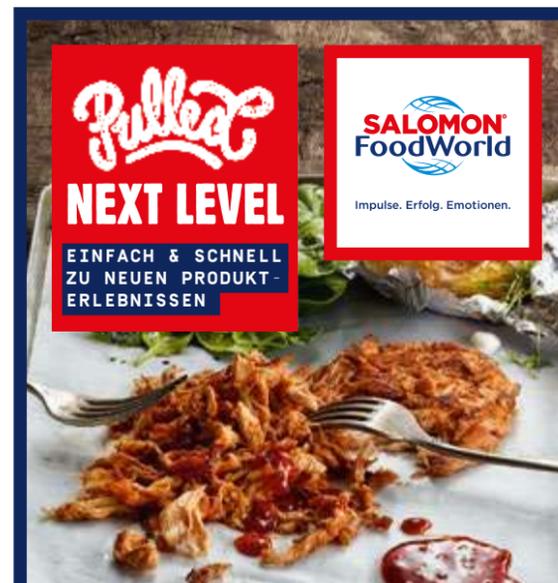
FAZIT

Mehr Wertschätzung für Lebensmittel sorgt für mehr Umsatz. Hat ein Nutzer erst einmal per App bestellt, trägt er dies seinem sozialen Umfeld weiter. Ein jeder schätzt den **Einsatz für Nachhaltigkeit** und urbane junge Leute werden neue Kunden, wenn sie erst einmal den Laden durch Abholung der Ware vor Ort, betreten haben. Die Nutzung der Apps sind sowohl **für Betriebe als auch für Kunden kostenfrei**. Lediglich ein Euro pro verkauftem Gericht geht an die App-Betreiber, der Rest an die Betriebe selbst. Dafür stellen einige App-Betreiber sogar die Verpackung gratis zu Verfügung. In Zukunft soll es sogar Edelstahl-Boxen zum Wiederverwenden geben, um **Verpackungsmüll zu vermeiden**. Die Sorge, dass reguläre Kunden durch günstiges „Reste-Essen“ verloren gingen, ist eher unberechtigt, da zufriedene Kunden erfahrungsgemäß noch öfter kommen.

... **NÄCHSTER BESUCH GARANTIER** MIT EINEM LÄCHELN DES **GESCHMACKSBOTEN**.

LIVE-EVENTS „MEHR WERTSCHÄTZEN – WENIGER VERSCHWENDEN“ AB JUNI

INTERGAST ist bereits Mitglied des **UNITED AGAINST WASTE E.V.** – einer Initiative für die Food-Branche. Das **Abfall-Analyse-Tool** z. B. hilft bereits erfolgreich der Gastronomie, unnötige Lebensmittelverschwendung zu stoppen, höheren Ertrag zu bringen und gleichzeitig einen gemeinsamen Beitrag für eine bessere Welt zu leisten. **Ab Juni** finden bundesweit Events statt, bei denen einzelne Mitglieder von United Against Waste e.V. die einzelnen Facetten der Wertschätzung von Lebensmitteln – wie Regionalität, Preissensibilisierung, Verbraucherbildung und Fachkräftemangel – näher beleuchten. Konkrete Handlungsfelder werden so aufgezeigt, **das Bewusstsein gestärkt** und Maßnahmen für die Branche abgeleitet.



Pulled Chik'n Burger

- Bereits in Burgerform portioniert (100 g) und mit einer leicht süßlichen BBQ-Sauce verfeinert
- Flexible und schnelle Zubereitung – einfaches Handling
- Für Ihre individuelle Rezepturgestaltung
- Kalkulationssicherheit



Pulled Sliders

- Fix-und-fertiger Slider (ca. 30 g)
- Von Hand gezupftes, zartes Hähnchenbrustfilet
- mit würzig-rauchiger BBQ-Sauce, herzhaft-süßer Honig-Senf-Sauce oder rauchig-scharfer Chipotle-Sauce



Pulled Pork Bites

- Besonders schonend gegarte Schweineschulter
- Grobe Knusperpanade
- Würzig-rauchige BBQ-Sauce
- ca. 25 g Stückgewicht

PULLED MEAT FÜR BURGER & FINGER FOOD IN NOCH NIE DAGEWESENER FORM!

KULINART

KALENDER

WO TREFFEN SICH SPITZENKÖCHE, EINKÄUFER UND ENTSCHEIDER AUS DER GASTRONOMIE ZUM PLAUSCH? WO WERDEN TRENDS ENTDECKT UND WAHRE GENÜSSE ZELEBRIERT? AM RANDE DER ZAHLREICHEN FOOD-FESTIVALS GIBT ES EINIGE HOT SPOTS, DIE DIESEN SOMMER IN KEINEM TERMINKALENDER FEHLEN DÜRFEN.

von Bettina Schneider

JUNI

KOCH DES JAHRES
4. Vorfinale.
Hamburg, 26.6.2017
www.kochdesjahres.de

FESTIVAL DER GENÜSSE
Kölns größtes Open Air
Köln, 30.6.-2.7.2017
www.festival-der-genuesse.de

JULI

17. DÜSSELDORFER FRANKREICHFEST
Düsseldorf, 7.-9.7.2017
www.duesseldorfer-frankreich-fest.de

AUGUST

INTERNATIONALES BERLINER BIERFESTIVAL
Berlin, 4.-6.8.2017
www.bierfestival-berlin.de

EUROPEAN STREET FOOD FESTIVAL
Oberwart (AT), 5.-6.8.2017
www.streetfood-festival.eu

FRANKFURTER APFELWEINFEST
Frankfurt, 11.-20.8.2017

GOURMET FESTIVAL
Düsseldorf, 25.-27.8.2017
www.gourmetfestival-duesseldorf.de

SEPTEMBER

SNACK 2017
Frankfurt, 5.+6.9.2017
www.dfvfg.de

VEGGIEWORLD
Düsseldorf, 9.-10.9.2017
www.veggieworld.de

GAULT & MILLAU
Wien (AT), 9.-10.9.2017
www.diegenussmesse.at

DRINKTEC
München, 11.-15.9.2017
www.drinktec.com

PRO FACHHANDEL
Nürnberg, 14.-15.9.2017
www.profachhandel.de

FAFGA ALPINE SUPERIOR
Innsbruck (AT), 18.-21.9.2017
www.fafga.at

NEXT ORGANIC BERLIN
Berlin, 21.9.2017
www.nextorganic.de

FAIRGOODS
Mainz, 23.-24.9.2017
www.fairgoods.info

THINK VEGGIE
Nürnberg, 23.-24.9.2017
www.think-veggie.de

SÜDBACK
Stuttgart, 23.-26.9.2017
www.messe-stuttgart.de/suedback

EUROPEAN FOOD-SERVICE SUMMIT!
Zürich (CH), 26.-27.09.2017
www.efss.ch

OKTOBER

ANUGA
Köln, 7.-11.10.2017
www.anuga.de

GASTROTAGE WEST
Essen, 15.-17.10.2017
www.gastrotage-west.de



DINGE, OHNE DIE WIR IM SOMMER NICHT LEBEN KÖNNEN UND WOLLEN!

von Bettina Schneider

QUEBOTTLE: ZUSAMMENFALT-BARE FLASCHE IM SPIRALDESIGN



Der Vorteil der Flasche liegt klar auf der Hand: Durch die praktische Form und die Spiralfunktion kann die Flasche auf **rund 12 Zentimeter zusammengedrückt werden** – innerhalb weniger Sekunden ist das geschehen. Ebenso schnell ist die Flasche wieder einsatzbereit und stellt am Maßband **rund 21 Zentimeter**

dar. **Que** ist in zwei verschiedenen Varianten verfügbar, die sich in Größe und Volumen unterscheiden. Während die kleinere Version bei ausgefalteten Zustand 355 ml fasst, schafft es das große Modell auf rund 600 ml. Besonderheiten der **queBottle** sind außerdem die große Öffnung, um beispielsweise auch Flüssigkeiten mitsamt Eiswürfeln einfüllen zu können, und das verwendete Material für Getränke mit **bis zu 60° C**. Der Hersteller hat bei der Materialauswahl zudem auch auf Spülmaschinenfestigkeit geachtet und sorgt damit für eine einfache Handhabung und schnelle Hygiene. Ein **Must-have für den Sommer**.
www.quebottle.com



SCOOPTHAT! II

Dieser neu entwickelte und mit dem Red Dot Design Award ausgezeichnete **Eisportionierer** ist ebenfalls ein Must-have für den Sommer. Nicht nur größere Bällchen können hergestellt werden, sondern **der Clou liegt im Griff**: Er leitet die Körperwärme zum Kopf des Portionierers. Nie wieder warten, sondern dank Aluminiumkern und Antihaftbeschichtung perfekte Eiskugeln mit wenig Kraftaufwand formen. www.thatinventions.com



ALLE INFORMATIONEN UND GRATISMUSTER UNTER

www.ufs.com/hellmanns



COMING HOME

Von Deutschland nach Amerika in die große, weite Welt und das im Jahr 1912 – vor Ort angekommen eroberte der deutsche Emigrant Richard Hellmann mit einem Familienrezept die Welt im Sturm. Nach über 100 Jahren ist es nun endlich soweit – eine der weltweit bekanntesten Marken für Mayo, Ketchup und Senf kehrt zurück nach Deutschland. Hellmann's steht für authentischen Geschmack und beste Zutaten. Die Produkte sind gluten- und laktosefrei

sowie ohne Farb- und Konservierungsstoffe. Die Eier für die Real Mayonnaise stammen aus Freilandhaltung und die Tomaten im Ketchup aus nachhaltigem Anbau. Die Saucen bieten zudem eine ideale Basis für eigene Kreationen und verleihen Burger, Pomes & Co eine Extraportion Genuss. Wie wäre es zum Beispiel mit einem Burger im angesagten New York-Style oder doch lieber eine Variation aus Fisch?

Richard Hellmann

FIRMEN IN DIESER AUSGABE:

AGRILUTION www.agrilution.com	KOZIOL www.koziol.de
AICHINGER www.aichinger.de	LEONS RESTAURANT www.leonrestaurants.co.uk
BMEL www.bmel.de	LYFTW www.lyftw.com
BRAINGEAR www.braingear.me	MASSACHUSETTS INSTITUTE OF TECHNOLOGY www.web.mit.edu
BSH HAUSGERÄTE www.bsh-group.com	MEALSAVER www.mealsaver.de
BYTE FOODS www.bytefoods.co	MENU www.menu.as
CAFÉ X www.cafexapp.com	MOLEY www.moley.com
CALIBURGER www.caliburger.com	NESTLÉ www.nestle.de
CORN CHICO www.popcorn.online	PRIMA-FOOD www.prima-food.de
CUCUMIS www.cucumis-drinks.com	QUE BOTTLE www.quebottle.com
DAS GELD HÄNGT AN DEN BÄUMEN www.dasgeldhaengtandenbaeumen.de	RESQ www.resq-club.com
DATAKITCHEN http://datakitchen.berlin	RIEBER www.riever.de
DOMINO'S www.dominos.com	ROSENTHAL GMBH www.rosenthal.de
ECF AQUAPONIK www.ecf-farmsystems.com	RÜGEN C+C www.rüengcc.de
ELECTROLUX www.electroluxdesignlab.com	SAMSUNG www.samsung.de
ENDERS www.fleischerei-profi.de	SKIPPING ROCKS LAB www.skippingrockslab.com
EATSA www.eatsa.com	STARSHIP TECHNOLOGIES www.starship.xyz
EVERGREEN FOOD www.evergreen-food.de	TAIBERG www.taiberg.com
FENDT www.fendt.com	THAT INVENTIONS www.thatinventions.com
FOOD & MORE www.food-and-more.de	THINK-TANK AGENTUR
FOODLOOSE www.foodloose.net	2B AHEAD www.2bahead.com
FRANKFURTER BRETT www.frankfurter-brett.de	THORBECKE VERLAG www.thorbecke.de
GOOD BANK www.good-bank.de	TOO GOOD TO GO www.toogoodtogo.de
GRINTT www.serax.com	UBEREATS www.ubereats.com
GU VERLAG www.gu.de	UNITED AGAINST WASTE E. V. www.united-against-waste.de
HEILAND LIQUEUR www.heiland-liqueur.de	VINCENT CALLEBAUT ARCHITECTURES www.vincent.callebaut.org
JENNYLICIOUS BLOG www.jennylicious.de	WALMART www.walmart.com
JUST EAT GLOBAL GATEWAY www.just-eat.com	WEDL HANDELSHAUS www.wedl.com
KETTENFETT www.kettenfett.net	WTRMLNWTR www.wtrmlnwtr.com
KLOSTER KITCHEN www.klosterkitchen.com	WWF www.wwf.de

Chef de Cuisine 05/2017

Die Chef de Cuisine ist ein Magazin von

**INTERGAST
GROSSVERBRAUCHER-SERVICE
HANDELSGESELLSCHAFT MBH**

KONZEPTION UND GESTALTUNG

target unternehmeragentur GmbH
Inhabergeführt von:
Linda Kupper, Wolfgang van Moll
Hanauer Landstraße 289
60314 Frankfurt am Main
www.target-unternehmer.com

ART-DIREKTION

Elisa Weimar

REDAKTIONSLEITUNG

Bettina Schneider

VERANTWORTLICH IM SINNE DES PRESSERECHTS (V. I. S. D. P.) FÜR DEN REDAKTIONELLEN INHALT

Ralf Lambert

ANZEIGENVERKAUF

Anette Hill
Telefon (07 81) 6 16-52 67

BILDNACHWEIS

123rf, Agrilution, Aichinger, Braingear, BSH Hausgeräte, Corn Chico, Cucumis, Das Geld hängt an den Bäumen, Datakitchen, Electrolux, Eatsa, Fendt, Flaticon.com, Foodloose, Fotolia, Frankfurter Brett, Freeip.com, Good Bank, Grinnt, Gräfe und Unzer/Matthias Neubauer, Heiland Liqueur, Inter IKEA Systems B.V. 2010, INTERGAST, Kettenfett, Kloster Kitchen, Koziol, Mealsaver, Menu, Moley, Photocase, Prima-Food, Que Bottle, RESQ, Rita Platts® Jan Thorbecke Verlag, Rosenthal GmbH, Shutterstock, Skipping Rocks Lab, Starship Technologies, Taiberg, That Inventions, Too Good to Go, Vincent Callebaut Architectures, Wedl, WTRMLNWTR.

KONTAKT/ANZEIGENDISPOSITION

Kathrin Maier
Telefon (0 69) 6 64 03-1 90

ANZEIGENSCHLUSS

Acht Wochen vor Erscheinen

VERLAG UND DRUCK

target unternehmeragentur GmbH
Hanauer Landstraße 289
60314 Frankfurt am Main

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

**IHRE NÄCHSTE AUSGABE VON CHEF DE CUISINE
ERSCHEINT IM OKTOBER 2017.**

westfro

TIEFKÜHLGEMÜSE

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 WESTFLÄMISCHEN 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.

SIE WÄHLEN MIT WESTFRO FÜR EINE LANGFRISTIGE KOOPERATION DIE AUF EINER EXZELLENTEN QUALITÄT, HOHEN FLEXIBILITÄT UND EINEM HERVORRAGENDEN KUNDENSERVICE AUSGERICHTET IST.

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

” ALLES EINE FRAGE
DER HALTUNG “



□ ARGENTINISCHES PREMIUM-BEEF UNTER
UNSERER MARKE **MASTER CHEF EDITION**.

UNSER ANSPRUCH: AUTHENTISCHER GENUSS
MIT AUTHENTISCHER GESCHICHTE.

WIR FOKUSSIEREN UNS DABEI SOWOHL
AUF DIE BESTE QUALITÄT ALS AUCH AUF
DAS WOHL VON MENSCH UND TIER.

www.intergast.de

intergast
Und Dein Rezept  funktioniert