CHEF DE CUISINE

intergast
Und Dein Rezept funktioniert

n° 6

KÖNIG GAST

TRANSPARENT
SO ROCKT DIE
NEUE GASTLICHKEIT

JUNGE
WILDE WINZER

KÖCHE, DAS
IST FÜR EUCH!

TRANS-PARENT

In dieser Ausgabe widmen wir uns dem **Gast und der Gastlichkeit.** In einzelnen Transparentboxen werden Themen transparent betrachtet. Wir beschränken uns nicht nur auf das Sichtbare, sondern gehen einen Schritt weiter. Lassen Sie sich überraschen!

"SO GEHT GASTRONOMIE HEUTE"

UM IN DER HEUTIGEN ZEIT GÄSTE NACHHALTIG ZU BEGEISTERN UND ZU BINDEN, MUSS DIE GASTRONOMIE UMDENKEN.

DENN DAS VERHALTEN UND DIE ANFORDERUNGEN DER GÄSTE VERÄNDERN SICH DURCH EINE SICH **IMMER SCHNELLER WANDELNDE GESELLSCHAFT,** AN DIE SICH AUCH DIE ESSGEWOHNHEITEN DER MENSCHEN ANPASSEN. DIE FRAGE IST, WIE MAN DARAUF REAGIERT UND WIE SICH FÜR DIE GASTRONOMIE INNOVATIVE GASTRONOMISCHE ANGEBOTE UND LÖSUNGEN AUS DIESEN TRENDS ABLEITEN LASSEN.

LIEBE LESERIN, LIEBER LESER,

Sie sehen, der **Gast bzw. der Service rund um den Gast** spielen eine immer größere Rolle. Um hier Gäste nachhaltig zu begeistern, muss man verstehen, welche wichtige Rolle heute das richtige Verständnis von Service dabei spielt. Es ist somit die Aufgabe der Gastronomen, Gäste nicht als Kunden, sondern sie als Menschen mit Bedürfnissen zu sehen und zu behandeln. Es geht darum, **mit den Gästen auf eine Beziehungsebene** von Mensch zu Mensch zu kommen. Denn dies trägt immer mehr dazu bei, ob ein Unternehmen erfolgreich ist.

In unserem **SUPERTHEMA KÖNIG GAST** haben wir in **10 HOT STORIES** einzelne Bereiche des Gästemanagements belichtet. Ob es um die grundsätzliche **Denkweise Service** geht, um **Marketing-gesichtspunkte** oder die **Lieferkette** bis zum Gast, wir schauen auch hier genau hin. **Innovative Konzepte** wie die neue Nähe im Gastraum dürfen hier nicht fehlen, ebenso der Einblick in die Kunst, **Erlebnisse in der Gastronomie** zu schaffen. Eine persönliche Sichtweise dazu, was für ihn **Gastliebe im Alltag** bedeutet, gibt der derzeit wohl gefragteste Gastronom Berlins ab. Wir widmen uns auch der ewigen Diskussion um die **Rechte** von Gästen und Gastgebern. Mit dabei ist auch wieder der **Knigge** für den Restaurantbesuch! Übrigens: Passend zur Herbstzeit widmen wir uns in dieser Ausgabe **Deutschlands jungen wilden Winzern,** denn besonders Wein bringt diese neue Gastlichkeit in der Gesellschaft zum Ausdruck. Auch betrachten wir das **Thema der Regionalität** unter diesem Gesichtspunkt. Wir zeigen in dieser Ausgabe, wie viel Potenzial und Möglichkeiten im Thema Gast und Gastlichkeit in Bezug auf die regionale Küche stecken.

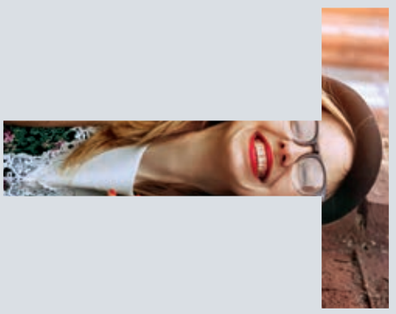
Und da der **Gast ja bekanntlich König ist** bzw. der ist, der am Ende bezahlt, nimmt er eine entscheidende Rolle ein, denn er hat immer mehr Macht über Erfolg und Misserfolg. Zum Beispiel allein bei Google gibt es jedes Jahr über 18 Millionen Suchanfragen nach Restaurants. Das zeigt uns, dass **Out-of-Home-Dining** immer beliebter wird. Altersunabhängig und ungebunden an Zeiten, ist Essengehen eine der beliebtesten Freizeitbeschäftigungen der Bevölkerung. Und dabei sind die Gäste immer besser informiert, offen für Neues, flexibel und kritisch: Gäste wollen Essen nicht nur schmecken, sondern immer mehr **„erleben"** – und das egal an welchem Ort und bei welcher Gelegenheit! Es gilt somit, sein Augenmerk auf die Chancen zu legen, die sich aus dem kommenden Wandel ergeben werden. Und diese werden sich auch durch die Digitalisierung und den Wandel in den Prozessen ergeben. Denn am Ende ist das Ziel, eine **Effizienz** zu erlangen. Deshalb müssen einem die zentralen Herausforderungen sehr bewusst sein, um hier frühzeitig Themen und Veränderungen einzuleiten.

Viel Spaß mit der Herbst-/Winterausgabe von Chef de Cuisine. **INTERGAST** wünscht allen an dieser Stelle bereits ein gutes Weihnachtsgeschäft mit vielen Gästen und kulinarischen Kreationen.

Herzlichst
Ihr Ralf Lambert
Geschäftsführer INTERGAST

CHEFS REZEPT
SEITE 44

DAS GEFÄLLT
SEITE 48



BRANDHEISS
SEITE 6

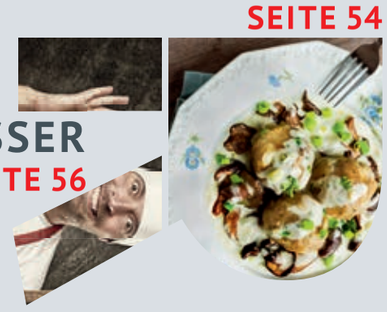
SÜSSE SÜNDEN
SEITE 50

MÄNNERSACHE
SEITE 52

CHEERS–WEINZEIT!
SEITE 8

GEWUSST WIE!
SEITE 10

NEU!
SEITE 54



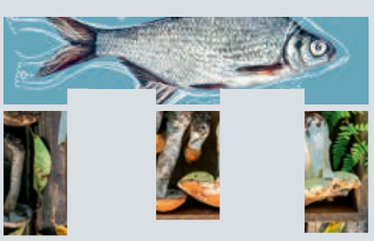
KLUGSCHEISSER
SEITE 56

WIR SIND INTERGAST
SEITE 12

VERHÖRSESSEL
SEITE 14

SCHON GEWUSST?
SEITE 58

GEHT DOCH!
SEITE 60



KULINARISCHER
KALENDER
SEITE 62

GEKOSTET
SEITE 16

BLOGS WE LOVE!
SEITE 18

KÖNIG GAST

SUPERTHEMA
AB SEITE 22

RECHTHABERISCH
SEITE 64

IMPRESSUM
SEITE 66

Foto: Bettina Schneider

LECKERE FUNDSTÜCKE FÜR DIE *Erntezeit*

DER HERBST IST DIE JAHRESZEIT DER FÜLLE. DAS NASSKALTE WETTER MACHT APPETIT AUF **DEFTIGES UND WARMES FÜR LEIB UND SEELE.** AB JETZT HABEN TEE, SUPPEN, FRISCH GEERNTETES UND HAUSMANNSKOST HOCHKONJUNKTUR BEI GÄSTEN. FÜR DEN NÖTIGEN PFIFF IN DER KÜCHE SORGT DIESE KLEINE AUSWAHL AN NEUEN PRODUKTEN. NICHT NUR LECKER, SONDERN AUCH SCHÖN VERPACKT FÜR BUFFETS UND GASTRAUM.

EIN MUSS FÜR LEBERWURST-FANS!

Nach einer alten Überlieferung lassen sich Trüffel an den Stellen finden, an denen bei Gewitter der Blitz eingeschlagen hat.
Hermann Uphoff war schon ein komischer Kauz, aber einer mit Geschmack, Handwerk und ausgeprägtem kulinarischen Verständnis. Im Weserbergland begann er in der ersten Hälfte des 20. Jahrhunderts, sein eigenes Vieh zu schlachten und zu delikaten Wurst- und Fleischwaren zu verarbeiten. **Hermann's war geboren.** Heute führt sein Enkel Jens-Christian Uphoff Hermanns Tradition fort. **Altes Rezept, neue Ideen!** Die BIO-Trüffelleberwurst ist eine äußerst edle Leberwurst. Durch die Sommer-Trüffel aus Italien bekommt sie einen zarten, nussigen Geschmack. Echte Hausmannskost: perfekt für die **Brotzeit** oder mit Pellkartoffeln als edel-deftige Mahlzeit.

www.hermanns.bio

LESEECKE

Wenn es darum geht, Gäste glücklich zu machen, kann Frank Simmeth aus seinem Erfahrungsschatz schöpfen. Der Autor des Ratgebers **„GEBRAUCHSANLEITUNG GAST“** war jahrelang in Führungspositionen der Gastroszene tätig und zeigt auf 192 Seiten wirkungsvolle Wege für langfristige Erfolge bei der Arbeit mit Gästen. Unbedingt lesen!

www.matthaes.de

MEHR WÜRZE FÜR STARKÖCHE

Was wäre die Welt ohne Gewürze? Einfach nur fad und langweilig. Das Essen wäre eine pure Nahrungsaufnahme. **Esserlebnisse** werden erst mit den **richtig ausgewählten Gewürzen** geschaffen. Nur die besten Gewürze aus aller Welt werden bei JUST SPICES zusammengetragen und in interessanten Mischungen **ländertypisch** oder **saisonal** angeboten. Dazu sind sämtliche Gewürze ohne Geschmacksverstärker und mit Köpfchen verpackt – außen liebevoll, innen mit Alu beschichtet und lichtundurchlässig – **für mehr Frische.**
Die **Herbstbox** vereint drei neue Gewürzmischungen mit drei heißgeliebten: Neu sind das Apfelkuchengewürz, der Rote-Bete-Latte-Spice (rote Bete, gelbe Bete, Ingwer und Zitronenschale) und das Kurkuma Brotgewürz für warme Schärfe und eine exotische Note der Backwaren. Bekannt sind dagegen die Mischungen Kürbis, Pilzpfanne und Suppen. **www.justspices.de**

ROBINIE HOOD

Das ist echtes **Heldenfutter** für Robin Hood und alle anderen. Allem voran sorgen die Brandenburger Bienen dafür, dass dieser Honig entsteht. Fleißig fliegen sie von Robinie zu Robinie und sammeln das flüssige Gold ein. Im Volksmund werden die Bäume auch Scheinakazien genannt.
HNYMEE ist die neue Honig-Generation: nachhaltig produziert, fair eingekauft und mit Liebe verpackt. Kleine und mittelgroße Imkereien in Deutschland – vor allem Stadtimker – liefern den Honig für HNYMEE. Der faire Preis liegt deutlich über dem europäischen Marktpreis, jedoch gibt es durch die gezielte Auswahl der Imker mehr Transparenz der Waren und leckersten Honig von glücklichen Bienen.

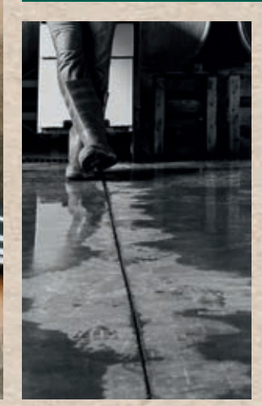
www.hnymee.de

ECHTE KERLE SCHLÜRFEN

„Mittagspause. Langsam kippelt er mit dem Stuhl und blickt aus dem Fenster. Ein Segler kreuzt in der Bucht. Der hat's gut. Sein Tag dagegen zieht sich wieder. Er blickt auf den Papierberg. Dann steht er auf, gießt sich eine Tasse ein und hebt sie langsam zum Mund. **Der Duft sonnengereifter Zitrusfrüchte** steigt ihm in die Nase. Zimt, Vanille. Die Gedanken fliegen weit weg, am weißen Segel vorbei.“ **Das ist z. B. Uwe.**
Bei SCHLÜRF hat jeder Tee seine ganz eigene Story, denn Schlürfer sind rebellische Genießer. Sie lieben reinen Teegenuss ohne Firlefanz. Ausschließlich für die Gastronomie und ausgesuchte Fachhändler sind die sogenannten **„Schlürfel“** mit viel Liebe zum Detail konzipiert. Die Qualitätsansprüche sind hoch und die Pyramidenbeutel aus Mesh-Gewebe. Hier sind viel BIO und Geschmack drin!

www.schluerf.de

Deutschlands junge wilde Winzer



WIDMEN WIR UNS IM HERBST DEUTSCHLANDS WEINGÜTERN, DENN NIRGENDWO SONST, FINDET GERADE EIN DERARTIG ENORMER IMAGEWANDEL STATT. IN VIELEN WEINGÜTERN HAT SICH EIN GENERATIONENWECHSEL VOLLZOGEN, DER MIT ANDERER SPRACHE UND OPTIK EINHERGEHT. WEIN SOLL SPASS MACHEN UND FREUNDE VERBINDEN. SO LEGT AUCH DER LEGENDÄRE GRAUBURGUNDER SEIN VERSTAUBTES IMAGE AB.

von Bettina Schneider

Die jungen Winzer machen **Herkunft und Tradition schmeckbar** und verleihen mit neuen Designs, Storytelling und Präsentationen dem deutschen Wein ein neues Image. Die junge Generation ist **weltoffen, innovativ** und vor allem oft **von Kindesbeinen** an in das Wissen um Weinanbau hineingewachsen. Sie nutzen all das für Qualitätserhaltung und sind akribische Weinkenner wie einst ihre Eltern; nur über trockenes Weinwissen machen sie sich keine Gedanken. Sie reden nicht mehr über den „Abgang" oder Restzuckergehalt der Sorten. Weintrinken soll heute vor allem **Spaß machen** und in einem tollen Ambiente stattfinden. Weinkeller, Vinotheken, Feste und Bars laden zu Weinpartys ein und entstauben das einst biedere Weinimage.

Must-have: Grauburgunder

Bereits vor 20 Jahren fand ein regelrechter Hype um „Grauburgunder" statt. Damals traf die Rebsorte mit ihrer milden Frucht und der ausgewogenen Fruchtsäure genau den Nerv der Zeit. Unter dem Namen **„Pinot Grigio"** aus Norditalien eroberte er unsere Herzen im Sturm. Inzwischen stehen die deutschen Winzer dem Können und Geschmack in nichts nach. Die Fangemeinde um die mittlerweile am dritthäufigsten angebaute Weißweinsorte Deutschlands wächst stetig. Genau wie bei Gin oder Craft Beer ist eine positive Entwicklung zu beobachten: Lebensmittel werden zum Gegenstand der jungen Kultur.

Trend: Regional

Gemüse aus dem Hofladen, Fleisch vom Landschlachter und Eier direkt vom Bauern – deutsche Verbraucher mögen's **regional** und bevorzugen mehr und mehr heimische Produkte. Dieser Trend setzt sich beim Wein fort. In einer globalisierten Welt sind **Authentizität und Heimat Ankerpunkte,** die Hilfestellungen bieten im sonst so austauschbaren Einerlei. Hinter Traditionen stecken Geschichten und Erfahrungen, die jede Generation neu für sich entdecken kann. Genau diesen Trend und das **Heimatgefühl** greifen junge Winzer auf.

Erfolg mit neuen Konzepten

Immer mehr junge Winzer und Winzerinnen übernehmen die **elterlichen Betriebe** und zeigen, was in ihren Weingütern steckt.
Selbstbestimmt und selbstbewusst krempelte z. B. **Juliane Eller** die heimischen Weingutstrukturen rund um Alsfeld um. Sie setzt auf Handarbeit, puristisches Design und ganz viel Freude am Genuss. Mit **Matthias Schweighöfer** und **Joko Winterscheidt** wirbelt sie den deutschen Weinmarkt ganz schön auf. Die drei vereint der hohe **Anspruch an Qualität, die Freude am Genuss** und die gemeinsame **Vorstellung von Glück:** keine Termine und Zeit mit Freunden. Das Resultat nach einer leidenschaftlichen Entwicklungsphase mit vielen Höhen und Tiefen: der **2016 GRAUBURGUNDER TROCKEN.** Der trockene **III-FREUNDE-Grauburgunder** ist dicht, cremig und elegant mit einer feinen Melonennote. Der puristische Easy-Drinking-Wein verspricht unbekümmerten, entspannten Weingenuss mit Freunden.

Inspiriert und fasziniert von den Möglichkeiten der Weinherstellung motivierte der **junge Winzer Christian Peth** seine Eltern zu einem Schritt, der fortan die gesamte Familie elektrisierte. Topweine aus Rheinhessen zu produzieren – nichts weniger. Das war vor 10 Jahren das visionäre Ziel des Weinbauers aus Bermersheim. Heute darf sich Familie Peth einen Beitrag zum Aufstieg der rheinhessischen Weine zuschreiben. **Ihr Stil: markant und ehrlich.** International inspirierte Weine, deren Charakter man nicht so schnell vergisst.

Die junge Generation der Winzer ist zu einer treibenden Kraft in Deutschland geworden. Sie bestimmen den Trendwandel in der Weinszene, und gerade unter den Newcomern gibt es einige Juwele, die Gäste zu Freunde werden lassen. **Gemeinsamer Genuss verbindet.**

CSM Bakery Solutions

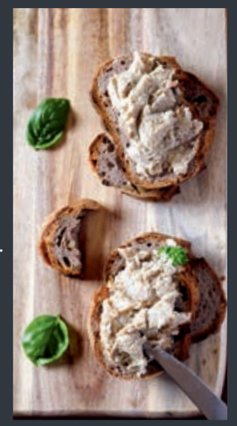
CSM Deutschland GmbH
Service Line: 0421-3502830
www.baker-baker.de

Gewurst ist Gewurst!

LEBERWURST, PASTETE UND RILLETTE IM AUFSTRICH-CHECK

von Ingrid Sellien & Bettina Schneider

WIE WÄRE ES ZUR KÄLTEREN JAHRESZEIT MIT DEM DEFTIG-AUFREGENDEN GESCHMACK VON KLASSISCHEN WURSTDELIKATESSEN FÜR EIN EINFACHES BAUERNFRÜHSTÜCK, APPETITMACHER AUS DER KÜCHE ODER ALS NEUE, UNGEAHNTE RAFFINESSE? IM ANGEBOT: LEBERWURST, LEBERPASTETE UND RILLETTE. DIE KLASSIKER DER DEUTSCHEN & FRANZÖSISCHEN WURSTTHEKE SIND ALLES ANDERE ALS LANGWEILIG. NEU INTERPRETIERT BLEIBEN DIESE ZWAR ZÜNFTIG UND RUSTIKAL, ABER SIND VOR ALLEM EINS: DELIKAT!



TRANSPARENT

Woher kommt eigentlich der Ausdruck **„beleidigte Leberwurst"?** Laut einer Erzählung aus Sachsen hat ein Metzger Würstchen gekocht, darunter Leberwürste. Während die anderen Würstchen das Wasserbad längst verlassen durften, musste es die Leberwurst um einiges länger darin aushalten, woraufhin sie vor Wut platzte.

Die Leberwurst

Was darf's denn heute sein? Die grobe oder feine? Geräuchert oder nicht? Leberwurst ist nicht gleich Leberwurst! Sie besticht durch ihre **Sortenvielfalt** und dank unterschiedlichster Rezepturen liefert sie zahlreiche **regionale Spezialitäten** wie Thüringer und Pfälzer Leberwurst oder die Frankfurter Zeppelinwurst. Aufgrund des **hohen Fettanteils** ist die Leberwurst – in Maßen genossen – zugleich ein zuverlässiger **Lieferant von Vitamin A.**

Überraschenderweise ist der Leberanteil oftmals relativ gering mit maximal 30 bis 40 Prozent. Zur Zubereitung werden Fleisch und Leber im Fleischwolf zerkleinert. Das **Schwein ist der Hauptlieferant,** je nach Variante durch Kalbsleber oder Geflügelleber bereichert und mit Zwiebeln und verschiedenen Gewürzen abgerundet. Bei Kalbsleberwurst kann sogar komplett auf Kalbsleber verzichtet werden, es reicht Kalbfleisch mit Schweineleber.

Ausgefallene Kombinationen bringen die klassische Leberwurst auf eine **ganz neue Geschmacksebene.** Ob mit Trüffelleberwurst gefüllte Ravioli oder die herb-süße Kombination mit Früchten; Leberwurst bietet unendliche Vielfalt. Ein geliebter Klassiker ist und bleibt die Kombination aus frisch aufgebackenem Brot, Salzbutter, Leberwurst und dünnen Apfelscheiben. Abschließend frische Zwiebelringe über dem Brot verteilt und der **Genuss ist so einfach perfekt!**

Die Leberpastete

Die besonders streichfähige Leberpastete wird aus einer **Farce zubereitet** und kann im Teigmantel serviert werden. Hierzulande wird sie vor allem aus Schweine- und Kalbsleber hergestellt, dazu kommen köstliche Einlagen aus **Trüffeln, Sardellen oder Champignons.** Eine besondere Delikatesse ist die **pâté de foie gras,** Gänseleberpastete, die aus Gänsestopfleber hergestellt wird und teilweise mit Trüffeln veredelt wird. Die Stopfleber ist ein alter Hut, schon die Ägypter erkannten 2500 v. Chr., dass die Zugvögel besonders viel Nahrung aufnehmen mussten, und machten sich das zunutze, um bei den Gänsen Fettlebern herzustellen. Die Römer verfeinerten den Geschmack, indem sie neben Getreide unter anderem Feigen und Datteln zusätzlich einflößten. Heute ist das Mästen in einigen europäischen Ländern, Deutschland gehört dazu, aus Tierschutzgründen verboten. Dagegen gilt Frankreich als Heimatland der Foie gras. Besonders geschätzt ist die traditionelle Darreichungsform im Brotmantel, der allerdings nicht gegessen wird, sondern als Zeichen für die Frische des Inhalts gilt.

Die Rillettes

Fein gezupft, liebevoll abgeschmeckt und mit Baguette serviert – ein Stück Frankreich auf dem Vorspeisenteller. Klassisch wird Rillette aus **Schweinefleisch, Enten- oder Gänsebrust** hergestellt, aber genauso kann auch Fisch oder Wild genutzt werden. Alles ist möglich! Wichtig ist, dass das Fleisch lange Zeit gekocht wird, bis es allein vom Knochen fällt. Grob zerdrückt bildet es mit dem erkalteten Fett eine feste, streichfähige Masse. Eine dem Rillette verwandte Form ist im Deutschen die **„Pottsuse".** Wie „Suse"? Hat Suse den Brotaufstrich im Pott erfunden? Nicht ganz. Der Begriff stammt aus dem Niederdeutschen: Das Fleisch wird im Pott (also Topf) so lange gekocht, bis die Masse anfängt zu sausen oder susen. Für die Pottsuse, eine **Spezialität aus dem Harz und der Magdeburger Börde,** wird Schweinefleisch verwendet und mit Schmalz, Speck, Wasser und Gewürzen gegart, bis das Fleisch zerfällt.

ANZEIGE

„Das Brot ist das erste Qualitätsmerkmal auf dem Tisch. Ist es in Ordnung, haben es die folgenden Gerichte leichter."
(Jean Kircher, Luxemburg)

Ohne künstliche Zusatzstoffe (Clean Label)

Verlängerte Standzeit durch lange Teigruhe

Weniger Hefezusätze

Handwerklich gefertigt

Ausstatter der Sterne-Gastronomie

QUALITÄTS-BACKWAREN
MIT HÖCHSTGENUSS

Wer mit **Geschmack und Frische** heute bei seinen Gästen punkten will, muss **Vertrauen schaffen.** Die besten Traditionsbäcker Europas setzen sich daher mit ihrem Namen für **reinste Qualität** mit Handarbeit ein und liefern unter dem Siegel Höchstgenuss, Spitzenqualität für **echte Brotkenner.** Auch TOP-Gastronomen und anspruchsvolle Kunden aus ganz Europa vertrauen auf die **nachhaltige Produktqualität** und typischen Merkmale der unverwechselbaren Backware. **Ehrliches Handwerk,** schonend hergestellte Natursauerteige, vollständiger Verzicht auf chemisch-synthetische Hilfsmittel und Zusatzstoffe, Transparenz bei den Rohstoffen, Ernährungsbewußtsein und garantierte Frische – dafür steht **unser Siegel „HöchstGenuss".**

La nouvelle Boulangerie
Backwaren und -technik Vertriebs GmbH

WWW.LNB-BACKWAREN.DE

STARKE PARTNER
STARKE MARKEN
STARKE LEISTUNG

WIR SIND INTERGAST

INTERGAST, der Gastro-Großverbraucherservice und die Servicezentrale von 43 Mitgliedsunternehmen. Wie im Namen manifestiert, spielt für uns das Thema **Gast** auch eine sehr entscheidende Rolle. Und um am Ende den Gast immer zufrieden zu stellen, versorgen wir **Gastronomie, Hotellerie und Gemeinschaftsverpfleger** mit einem Vollsortiment mit dem Schwerpunkt regionale und frische Lebensmittel.

Unser **nationales Sortiment** von über 3.000 Artikeln stellt dabei das Basissortiment und ergänzt sich an den **über 120 Standorten** durch das regionale Warenangebot unserer Mitglieder. Diese Sortimentskombination ist in Deutschland einzigartig und bietet **größte Verbindlichkeit und Individualität** in der Warenbestellung. Unsere starke Gemeinschaft verdanken wir der Bündelung der Kräfte, und deshalb ist **INTERGAST** mehr als der nationale Partner. Jedes unserer Mitglieder ist vor Ort, kennt die Region und die Bedürfnisse seiner Kunden am besten. **INTERGAST** versteht den Markt, entwickelt permanent praktische Servicetools und ist aufmerksam, wenn es um die Unterstützung unserer Mitgliedsunternehmen und ihrer Kunden geht. Die führende **INTERGAST**-Marke **CUISINE NOBLESSE** ist fester Bestandteil unseres Warenangebotes mit hervorragendem Preis-Leistungs-Verhältnis unter Einhaltung strenger **Qualitätskriterien.** Besonders deutlich wird dies bei **MASTER CHEF EDITION,** unter der in bisher drei Bereichen eine ausgewählte Produktrange angeboten wird: Garnelen aus Vietnam, Fleisch aus Argentinien sowie Küsten- und Kutterfisch. Unsere Praxisnähe sorgt dabei für höchste Angebotsattraktivität. Wenn es um die professionelle und wirtschaftliche Beratung unserer Kunden geht, sind die Praxistipps unserer Mitarbeiter das Salz in der Suppe.

WIR SIND INTERGAST, WIR KENNEN IHRE ZIELGRUPPE.

ANZEIGE

LECKERER INHALT, PRAKTISCH VERPACKT

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

KOHL & KRAUT IM TREND

Regionales Superfood erobert die Gastronomie-Küchen

Ob in angesagten Szene-Restaurants oder urbanen Foodtrucks – ein Trend ist derzeit in aller Munde: Superfood.

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

REGIONALITÄT PUNKTET BEI KÜCHENPROFIS

Der heimische Anbau überzeugt die qualitätsbewussten Konsumenten, die sich verstärkt für die Herkunft und Zubereitung von Lebensmitteln interessieren. Kaufentscheidendes Argument für Kühne: Die Rohwaren werden auf den Feldern rund um die Kühne Standorte in Bayern und Nordrhein-Westfalen angebaut, geerntet und frisch verarbeitet. Kurze Transportwege und hohe Qualitätsstandards – dafür schätzen Küchenprofis die Produkte von Kühne seit Jahrzehnten, genauso wie für die unkomplizierte Zubereitung und den hochwertigen Geschmack.

+ Der Superfood-Rezepttipp: Die Winterbowl

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

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

1. IRI, GV-Panel Zustellung und Abholung, MAT 09/2016

VERHÖR SESSEL

GASTGEBER AUS LEIDENSCHAFT

ERFOLGREICHE GASTGEBER LEBEN UND DENKEN FÜR IHRE GÄSTE. DOCH WAS BEDEUTET „GAST“ FÜR SIE IM ALLTAG UND WIE HAT SICH DIE KOMMUNIKATION VERÄNDERT?

von Bettina Schneider

MARCO GERLACH

RESTAURANTLEITER & SOMMELIER, 2-STERNE-RESTAURANT AMMOLITE / EUROPAPARK RUST

WAS GEFÄLLT IHNEN AN IHREM BERUF BESONDERS?
Das Glänzen in den Augen der Gäste! Die Möglichkeit und Herausforderung, unseren Gästen täglich einen unvergesslichen Abend zu bescheren, mit ihnen gemeinsam in die fantastische Weinwelt einzutauchen und den Alltag hinter sich zu lassen. Kein Tag ist in meinem Beruf wie der andere. Ich erhalte ständig neue Eindrücke, Herausforderungen und Erkenntnisse; sei es im Weinwissen, sei es im operativen Geschäft. Ebenfalls ganz wichtig ist mir die Zusammenarbeit mit meinem tollen Team. Ohne sie wäre das alles nicht möglich!

WÄREN SIE GERNE IHR EIGENER GAST?
Ich denke schon … Ich bin der Überzeugung, dass Essen und Trinken in erster Linie Spaß und Freude bereiten müssen. Dies versuchen wir täglich auch unseren Gästen zu ermöglichen. Es könnte also ein lustiger Abend werden.

WAREN SIE NACH EINER WEINVERKOSTUNG EINMAL BETRUNKEN?
Nach einer Verkostung noch nie, oder ich kann mich nicht mehr daran erinnern. In der Regel sind Weinverkostungen hochinteressant und fordern jede Konzentration, da ist wenig Platz für derartige „Aussetzer“. Im Anschluss tritt der „Genuss“ dann wieder in den Vordergrund. Da kann es schon mal passieren, dass man schwankend ins Hotelzimmer stolpert.

WAS WAR DAS BISHER SCHLIMMSTE ERLEBNIS (MIT EINEM GAST) FÜR SIE?
Dass wir es einfach nicht geschafft haben, dem Gast einen schönen Abend zu bescheren! Das ist für mich immer das schlimmste Szenario, denn das ist unsere Kernaufgabe!

WAS GEFÄLLT IHNEN AN DER ZUSAMMENARBEIT MIT INTERGAST?
Hier sind die „alten“ Werte nicht verloren gegangen! Dem Menschen, egal ob extern oder intern, wird hier echte Beachtung geschenkt. Dies sind für mich gute Voraussetzungen für eine erfolgreiche Zusammenarbeit!

GERADE IM EUROPAPARK RUST IST EIN STÄNDIGER WECHSEL DER GÄSTE. HAT SICH DIE KOMMUNIKATION MIT GÄSTEN IN EINEM STERNERESTAURANT IN DEN LETZTEN 10 JAHREN VERÄNDERT?
Absolut! Heutzutage wird wesentlich mehr hinterfragt, Gäste sind viel informierter als vielleicht noch vor 10 Jahren, und sind Sie es mal nicht, wird schnell das Handy gezückt und Dr. Google gefragt. Meine Devise ist immer, Offenheit und Ehrlichkeit währen am längsten. Das verschafft mir einen immensen innerlichen Freiraum. Des Weiteren sollte Kommunikation auf Augenhöhe zur Selbstverständlichkeit gehören.

RAPHAEL STRUNZ

JUNIORCHEF UND KÜCHENCHEF, 4-STERNE-FLAIR-HOTEL-WALDKRUG / DELBRÜCK

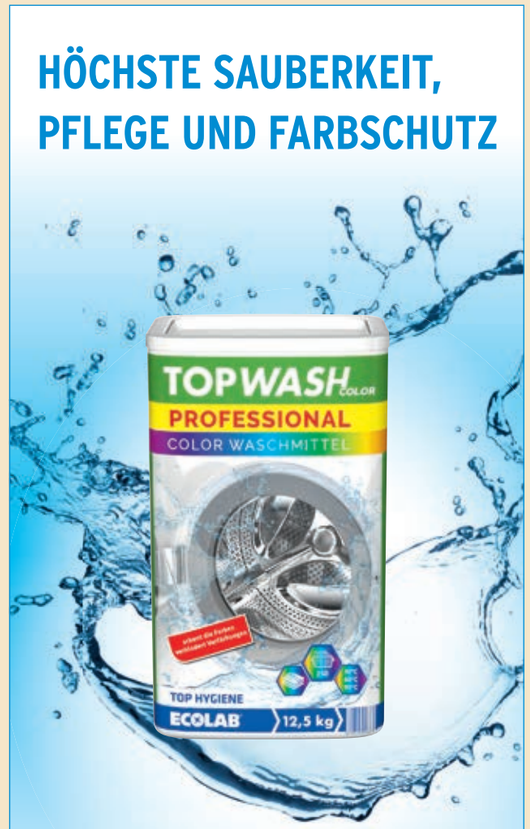
WAS WÜRDEN SIE EINEM JUNGEN MENSCHEN RATEN, DER IN DER GASTRONOMIE ARBEITEN MÖCHTE?
In jedem Fall sollte er oder sie sich offen und motiviert den Herausforderungen stellen und nicht zu schnell den Kopf in den Sand stecken. Die Gastronomie bietet vor allem jungen Menschen die Chance, sich ein dickes Fell anzueignen und in der eigenen Persönlichkeit, insbesondere dem Selbstbewusstsein zu wachsen.

WAS WAR DIE MERKWÜRDIGSTE BESTELLUNG, DIE BISHER BEI IHNEN IN DER KÜCHE ANKAM?
Schwer zu sagen – meistens sind es Kleinigkeiten, die uns am Herd etwas ungewöhnlich vorkommen. Zum Beispiel Senf zu Barbarie-Entenbrust und Mangochutney oder Sauce Béarnaise zu Spaghettini „aglio e olio“. Da fragen wir meist nochmal bei den Kollegen vom Service nach, ob die Bestellung wirklich richtig ist.

FÜR WELCHEN GAST WÜRDEN SIE GERNE DEN KOCHLÖFFEL SCHWINGEN?
Eine besondere Freude wäre es mir, für meine Lehrmeister zu kochen. Ich wäre sehr gespannt auf das Feedback.

MIT WELCHEN PRODUKTEN VON INTERGAST ARBEITEN SIE AM LIEBSTEN?
Neben der großen Produktvielfalt, die **INTERGAST** bei unserem Frühstücksbuffet bietet, sind es vor allem die „kleinen Helfer“, wie z. B. Bratfett, die wir zum Kochen verwenden. Rundherum ein guter Partner!

HÖCHSTE SAUBERKEIT, PFLEGE UND FARBSCHUTZ



TOP*WASH* COLOR
PROFESSIONAL
COLOR WASCHMITTEL

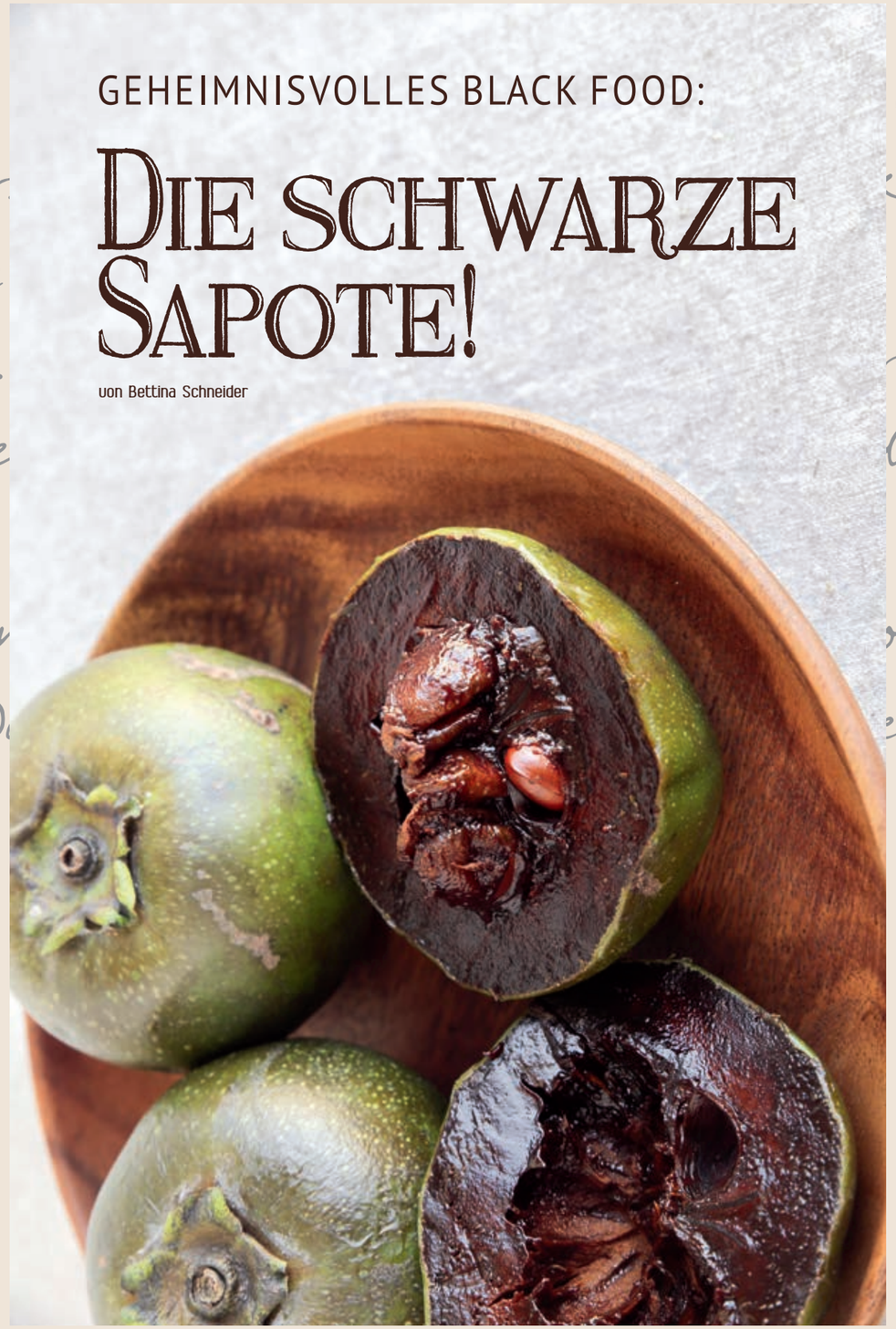
- Hochwirksame Fleckenlöser-Formel
- Schont die Farben
- Kraftvoll bei hartnäckigen Verschmutzungen
- Bis zu 250 Waschladungen

ECOLAB®
Everywhere It Matters.™

GEHEIMNISVOLLES BLACK FOOD:

DIE SCHWARZE SAPOTE!

von Bettina Schneider



NICHT NUR DAS **„KLEINE SCHWARZE“** GILT ALS MODISCHER DAUERBRENNER, EIN MUST-HAVE FÜR KALORIENBEWUSSTE SCHLEMMERMÄULER IST DIE SOGENANNTE **SCHWARZE SAPOTE.** DIE SCHWESTERFRUCHT DER KAKI EROBERT RASANT FOODIE-HERZEN RUND UM DEN GLOBUS. DABEI SIEHT DIE FRUCHT NICHT GERADE SPEKTAKULÄR AUS, ABER SCHMECKT ERSTAUNLICHERWEISE WIE GUTER ALTER **SCHOKOLADENPUDDING.** DARÜBER HINAUS IST DIE SCHWARZE SAPOTE EINE UNGLAUBLICHE NÄHRSTOFFQUELLE.

SCHWARZ IST DAS NEUE GRÜN

Im Alltag Schwarze Sapote genannt, in der Fachsprache **Diospyros dignya.** Sie gehört zu der Gattung der Ebenholzbäume, einem immergrünen Laubbaum, der überwiegend in Mexiko und Guatemala zu finden ist. Im März trägt dieser Baum an seinen Ästen zahlreiche Blüten, von denen später einige zu Früchten heranreifen. Während sich die etwa mandarinengroße Beere langsam entwickelt, bildet sich eine dünne, glatte, dunkelgrüne Schale. Je reifer die Sapote ist, desto dunkler wird ihre Schale, sodass sie sich **zur Reifezeit beinahe schwarz färbt.** Ähnlich verhält es sich mit dem Fruchtfleisch, das erst erdfarben ist und im Laufe der Reife die Farbe eines Schokopuddings annimmt. Die Erntezeit im mexikanischen Tiefland ist von Juli bis September.

NASCHEN OHNE REUE

Wer seinen Gästen eine interessante und gesunde Alternative zu herkömmlicher Schokolade bieten möchte, setzt auf das Fruchtfleisch der Schwarzen Sapote. Es hat eine breiige Konsistenz und einen **cremigen, nussig-schokoladigen Geschmack.** Sie soll sogar dem Geschmack von Nutella standhalten.
Der Clou: Sie liefert viel Vitamin C (sogar mehr als Orangen), Vitamin A, Magnesium, Kalium und Kalzium. Somit ist sie der perfekte Gesundheits-Booster für den Winter. Dank der vielen Nährstoffe bleibt zeitgleich der Stoffwechsel auf Trab. Heißhungerattacken wird vorgebeugt.

#BLACKSAPOTE

Im Netz kursieren bereits zahlreiche Rezeptideen unter dem **Hashtag #blacksapote.** Traumhaft lecker und gesund dazu!
Backen ist mit der Schwarzen Sapote besonders einfach, denn es lassen sich süße Teige zubereiten, die ohne industriellen Zucker auskommen. Hierfür einfach den Zucker durch das Fruchtmus der Schwarzen Sapote ersetzen. Eine leckere Variante der Mousse au Chocolat lässt sich mit reifen Schwarzen Sapoten, Kokosmilch und frisch gepresstem Orangensaft zubereiten. Fein püriert entsteht so ein seidig cremiger Geschmack.

SELBST IST DER GÄRTNER

Einen Haken gibt es allerdings: Die gesunde Frucht ist **nur schwer auf dem deutschen Markt erhältlich** und kann aus Kostengründen noch nicht großflächig angebaut werden.
Daher empfiehlt es sich, eigene Topf- und Kübelpflanzen anzuschaffen und diese im Küchengarten oder Gewächshaus anzupflanzen. Sie halten sogar Temperaturen bis zu –2 °C stand.

TRANS-PARENT

Pro 100 Gramm Fruchtmus sind gerade einmal **0,4 Gramm Fett** und kein Gramm Zucker. Dadurch hat sie nur sehr **wenige Kalorien** und ist ein attraktiver Ersatz für herkömmliche Schokolade. Laut Statista lag der Pro-Kopf-Konsum von Schokoladenwaren 2016 bei etwa 9,7 Kg. Nicht gerade wenig. **Unsere Vorliebe für Süßes** hat einen Hintergrund: Zucker macht glücklich – jedoch nur kurzweilig, denn zu viel Zucker macht müde, antriebslos, übergewichtig und sorgt für schlechte Zähne.
Daher könnte die Schwarze Sapote eine kluge süße Alternative sein.

Unsere Kompetenz
für Ihre Professionalität

LE SAUNIER DE CAMARGUE

KOCH[S]

in der praktischen SQUEEZE

MAZZETTI

Importhaus Wilms / Impuls GmbH & Co. KG
Tel.: 06123-9990-0 · info@importhaus-wilms.de
www.importhaus-wilms.de

MEIN BLOG REZEPTE KONTAKT #FOLLOW

Foodblogger

DIE NEUE STIMME DER GASTRONOMIE?

von Bettina Schneider

ZWISCHEN KRITIK UND EMPFEHLUNG

Aus unserem digitalen Zeitalter sind Blogs mittlerweile nicht mehr wegzudenken. Leser sind begeistert von den **oftmals persönlichen und authentischen Einblicken,** die Blogger gewähren. Blogger wiederum nutzen die Chancen, veröffentlichen individuelle Inhalte und generieren so häufig hohe Reichweiten. In vielen Branchen kommen ihnen daher immer mehr Bedeutung und Einfluss zu. Besonders beliebt im Netz sind Foodblogs, denn mit immer neuen Rezepten, Tipps und Ideen aus aller Welt sind sie auch eine **Inspiration für den eigenen Lifestyle.** Vor allem Gastro-Blogger sind dabei sehr einflussreich. Ihre online veröffentlichten Restaurantbewertungen sind für Follower oftmals maßgeblich.

Früher waren es die gefürchteten **Restaurantkritiker,** die über **Erfolg oder Misserfolg** der Gastronomie bei deren potenziellen Gästen entschieden. Gab es eine Empfehlung, stand das Reservierungstelefon in den folgenden Wochen nicht still. Heute ist es die **neue Generation der Gastro-Blogger.** In den Netzwerken haben sie tausende Fans. Verlinken sie sich in einem neuen Restaurant oder Café und posten dazu ein professionell bearbeitetes Bild, setzen **ausgewählte Hashtags** und markieren noch andere Personen oder Hersteller, so ernten sie gleich unzählige Likes.
Doch gerade der **Social-Media-Auftritt** vieler Gastronomiebetriebe gleicht eher einer digitalen Wüste. Der Social-Media-Auftritt auf Plattformen wie Facebook, Instagram, Twitter oder Google ist aber ein **Langzeitprojekt** und sollte **strategisch gut geplant** sein. Nicht immer steigert ein Posting auch sofort die Einnahmen. Keine Wunder erwarten bitte! Aber die **Bekanntheit** des Gastronomiebetriebes wird erhöht und eine entsprechende Fangemeinde aufgebaut. Gäste entscheiden online über ihre Lifestyle-Aktivitäten und das sollte richtig genutzt werden.

GÄSTE STEHEN AUF ONLINE-EMPFEHLUNGEN

Die aktuelle **Bookatable by Michelin-Umfrage** zeigt, dass 32 Prozent der Befragten Foodblogs als positive Begleiterscheinung des technischen Fortschritts in der Gastronomie sehen. Knapp 500 Restaurantgäste aus dem deutschsprachigen Raum wurden zur Digitalisierung gastronomischer Services befragt. Egal ob Rezepte, Trends oder Restauranttipps – **Gäste informieren sich gerne online.** Und sie vertrauen ihren Lieblingsbloggern.

EIN BILD SAGT MEHR ALS 1.000 WORTE

Wenn das Foto dann noch die Atmosphäre des Restaurants so widerspiegelt, dass man gerne sofort einen Tisch reservieren würde, dann hat das **Social-Media-Marketing** funktioniert. Regelmäßige Fotos auf Instagram erinnern Fans und Gäste daran, wie vielfältig die Speisekarte ist, wie einzigartig und nett das Ambiente ist und dass es wieder an der Zeit ist, dem Restaurant einen Besuch abzustatten. Gastronomen können auch mit anderen Usern auf Instagram und Facebook interagieren. **Warum gerade diese beiden Communitys?** Weil sie durch Hashtags und Verlinkungen beste Vernetzung bieten. Suchen Sie doch einmal nach Ihrem Restaurant auf Instagram! Anhand des Ortes finden Sie bestimmt andere Gäste, können diesen folgen, Fotos liken und so in Kontakt mit ihnen treten. Es könnten potenzielle Stammgäste werden und jeder User freut sich über einen Like und ein **Wahrgenommen-Werden.** Reposten Sie Fotos anderer User und verlinken Sie diese oder fordern Sie doch Gäste auf, Fotos der Speisen zu posten und gleichzeitig mit einem Hashtag des Restaurants zu versehen, damit sie gezielt geteilt werden können. Das **schafft Nähe** und fast jeder mag es, wenn sein Foto oder sein Inhalt anderen Menschen gefällt.
Social Media hat **viele Vorteile für die Gastronomie.** Es muss nur gewusst werden, wie sie zu nutzen ist. Sie schafft in jedem Fall mehr Aufmerksamkeit in der großen, weiten Welt dank **# (Hashtags)** und **@ (Verlinkungen).**

SAHNE IN IHRER BESTEN FORM

Sahne ist nicht gleich Sahne! So unterschiedlich die Zubereitungsarten und Küchenanforderungen, so mannigfaltig profitiert der Küchenprofi von den Eigenschaften unterschiedlicher Sahnearten.

Debic, die Premiummarke von FrieslandCampina Foodservice, bietet für jede Anwendung die perfekte Sahne, die in Funktionalität, Geschmack und Effizienz ihresgleichen sucht.

Die warme Küche stellt spezielle Anforderungen an Sahne

Die Debic Kochsahnearten punkten in der warmen Küche auf ganzer Linie – der Profikoch kann sich auf ihre Qualität jederzeit verlassen.

Die „Culinaire Original" mit 20 % Fett schmeckt und sieht aus wie Sahne, enthält allerdings rund 1/3 weniger Fett als die klassische Schlagsahne.

IM EINSATZ AM HERD IST SIE DAS PRODUKT DER WAHL!

WEITERE VORTEILE

* Einfrieren und wieder auftauen problemlos möglich
* Perfekt geeignet zum Binden von Suppen und Saucen
* Hitzebeständig, flockt beim Warmhalten nicht aus
* Kein Ausflocken bei Zugabe von Alkohol oder Säure

GEFRIER- UND TAUSTABIL!

Ihr Link zur perfekten Sahne: www.debic.com

»»»

IN DIESER AUSGABE WIDMET SICH **INTERGAST** EINER BLOGGERIN, DIE AUSSERDEM ERFOLGREICHE **PORTRÄT- UND FOODFOTOGRAFIN** IST UND GANZ NEBENBEI BEREITS IHR **ERSTES BUCH VERÖFFENTLICHT** HAT. SIE LEBT MIT IHREM FREUND UND ZWEI HUNDEN AUF EINEM EHEMALIGEN BAUERNHOF IN EINEM KLEINEN DORF IN DER NÄHE VON JENA. IM VOLKSMUND LIEBEVOLL DAS **„LAND DER TAUSEND TEICHE“** GENANNT, IST IHRE HEIMAT DAS GRÖßTE TEICHGEBIET IN THÜRINGEN. **WILDE ROMANTIK INSPIRIERT.**

Kati Neudert

BLOGGT AUS DEM „LAND DER TAUSEND TEICHE“

Hallo Kati, du bist erfolgreiche Bloggerin und Autorin und wohnst in einem kleinen Dorf in Thüringen. Dein erstes Kochbuch ist bereits im emf-Verlag erschienen und sehr erfolgreich. Du bist nicht nur für die Rezepte verantwortlich, sondern auch für die Fotos. Erzähl uns ein wenig über dich!

Ich bin tatsächlich **gelernte Fotografin** und habe als solche vor über 10 Jahren angefangen. Begonnen habe ich allerdings im Porträtbereich. Die **Spezialisierung auf Food** kam erst vor ein paar Jahren – durch meine persönliche Lebensweise widme ich mich besonders der Fotografie von veganem Food. Dann folgte das **Buch** mit meinen Lieblingsrezepten und im letzten Jahr habe ich zusätzlich den **Blog „Vegan zu Tisch“** ins Leben gerufen.

Deine Fotos sind absolut stimmig und machen den Betrachter sofort hungrig. Werden die Gerichte sofort nach dem Foto verzehrt oder wie darf man sich deine Arbeit für ein Foto vorstellen?

Danke sehr! Alle Motive sind essbar, d. h. es kommt **keine Chemie oder Ähnliches** zum Einsatz, wie es früher in der Branche üblich war. Also werden die Gerichte auch sofort gegessen. Manchmal sind sie dann aber leider schon kalt. ;)

Mit einem speziellen Essverhalten hat man oft nicht die Vielfalt an Gerichten im Restaurant. Hast du vielleicht einen Tipp oder Wunsch an Gastronomen?

Gar nicht so ums Eck denken! In der Großstadt verhält es sich sicher anders, aber hier bei uns in der ländlichen Region bekommen die meisten Gastronomen immer gleich Panik, wenn man sich als veganer Gast anmeldet. Es müssen nicht immer direkt alle Superfoods aufgetischt werden. Eine knackige Gemüsepfanne mit ein paar Ofenkartoffeln oder eifreier Pasta tut's auch, um (mich) glücklich zu machen.

Bleiben wir beim Thema Gast. Was bewegt dich persönlich dazu, gerne in ein Restaurant zu gehen und auch wiederzukommen?

Neben Sauberkeit und freundlichem Personal ist mir das Ambiente wichtig. Ich mag es etwas uriger, eher gemütlich mit kleinen Nischen zum ungestörten Sitzen.

Zu guter Letzt: Arbeitest du vielleicht an einem neuen Buch oder Projekt, wofür du uns bereits jetzt ein kleines Häppchen hinwerfen kannst? ;-)

Etwas Konkretes gibt es noch nicht. Ich habe aber in den letzten Monaten einige tolle Kontakte knüpfen können. Wir werden sehen, was sich daraus entwickelt im neuen Jahr.

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

GREENYARD *Prepared*

10 HOT STORIES

SUPERTHEMA KÖNIG GAST

von Bettina Schneider

WIR ALLE SIND GÄSTE – UND ZWAR TÄGLICH. OB HOTEL, GASTRONOMIE, AUSFLUGSZIEL, BUS & BAHN, FRISEUR, WELLNESSOASEN … IN ALLEN BEREICHEN STECKT NOCH POTENZIAL ZUM LERNEN BZW. SERVICERESERVE. **WARUM?** WEIL IMMER NOCH ZU OFT NICHT AUF DEN MENSCHEN, DER VOR EINEM STEHT, INDIVIDUELL EINGEGANGEN WIRD. **DOCH WAS WOLLEN GÄSTE WIRKLICH?** DIESE FRAGE SOLLTE SICH JEDER SELBST STELLEN. DAS HABEN AUCH WIR GETAN! **IN 10 HOT STORIES** WIDMEN WIR UNS DESHALB DEN SICHTWEISEN VON GÄSTEN, GASTGEBERN UND SERVICE.

Die Grundfrage jeder Dienstleistung ist: Was will der Gast? Punkt 1: Der Gast will wahrgenommen werden. Punkt 2: Der Gast will wichtig sein. Wenn es gelingt, die zwei Grundeinstellungen im Kopf zu manifestieren, dann spiegeln sie sich täglich auch im Verhalten wider. Niemand möchte gerne unbemerkt bleiben – und doch sind so viele Menschen in der heutigen Zeit laut zahlreicher internationaler Studien vereinsamt. Gastgeber vermitteln genau diesen Menschen für einen definierten Zeitraum ein **Gefühl von Heimat, Familie oder auch Freundschaft.** Spitzenservice, gepaart mit einer fröhlichen, lockeren Art, ist persönlich und kein Widerspruch in sich. Distanz zum Gast wirkt immer auf den Menschen und die Situation und erzeugt entsprechende Reaktionen.

WIE SEHEN *Gäste?*

Möchte ich auf meinen Gast eingehen, muss ich ihn verstehen und seine Sichtweise annehmen. Das Fenster in genau diese sinnliche Welt besteht aus fünf Wahrnehmungskanälen: **sehen, hören, fühlen, riechen und schmecken.**

Zudem wird diese Welt durch individuelle Erlebnisse geprägt. Service und Gastfreundschaft werden nicht sachlich beschrieben bzw. wahrgenommen, sondern haben immer eine individuelle Bewertung. Dabei gibt es unterschiedliche Typen von Gästen: Die einen reagieren mehr **auf visuelle Reize,** die anderen eher auf eine persönliche Ansprache bzw. Nähe. Statistisch gesehen sind über 80 % der Menschheit visuell am stärksten geprägt und beurteilen Situationen und Lokalitäten nach ihrem ersten Erscheinungsbild.

DAS GELERNTE PROGRAMM *Essengehen*

Haben wir gerade gelernt, dass Gäste vornehmlich ihrer visuellen Natur nach beurteilen, so verdeutlichen wir dies an dem Beispiel Essengehen. Im vergangenen Jahrzehnt haben die Deutschen über drei Milliarden Mahlzeiten weniger zu Hause gegessen. Vor allem das Frühstück und das Mittagessen haben sich aus den eigenen vier Wänden nach draußen verlagert. Diese Entwicklung ist durch einen **unstrukturierten Alltag und großen Zeitdruck** geprägt – und all das mit einem hohen Grad an Mobilität und Spontaneität. Nur noch ca. 40 % der Deutschen kochen selbst. Somit nimmt das Thema Essengehen eine immer größere Bedeutung ein. In unseren Gehirnen wird dazu das Programm Essengehen abgerufen, sobald wir uns für diesen Akt entscheiden. Warum? Weil dort ein ganz konkretes Muster bzw. ein Ablaufplan aufgrund zahlreicher Erfahrungen angelegt ist. Alles, was dabei **bereits gelernt und damit für normal** befunden wurde, nehmen Gäste nicht mehr bewusst wahr. Also nur den Erwartungen zu entsprechen reicht daher nicht mehr. Gastgeber sollten bzw. müssen ihre Gäste überraschen und begeistern, um sie letztlich an sich zu binden. Gäste wollen dabei wie **wertgeschätzte Könige,** aber zugleich **wie Freunde** behandelt werden.

SIND WIR NICHT ALLE EIN BISSCHEN GAST?

Das **menschliche Gehirn kategorisiert** gerne, um es sich einfacher zu machen. Es ruft gewisse Programme dann ab, wenn es der Meinung ist: Jetzt muss ich z. B. **GAST denken.** Doch was viele gar nicht beachten: Wir müssen keine Programme abrufen, denn wir alle sind täglich Gäste. Sei es der Gast im Restaurant, im Geschäft, beim Dienstleister um die Ecke. Fragt man sich selbst, wie man gerne behandelt werden möchte, so kann man diesen Wunsch echt und ehrlich auf das Serviceverhalten transportieren. Egal in welcher Situation, **wir sind alle täglich Gäste** in irgendeiner Art und Weise.

DIE SUCHE NACH *Auszeit*

Wenn die Woche im Betrieb wieder besonders stressig war, suchen wir nach einer gewissen Auszeit vom sonst so hektischen Alltag. Wir gönnen uns ein Dinner außer Haus, einen Wellnesstag, ein Action-Event mit den Jungs oder eben einen tollen Familientag. Genau hier treffen wir auf Servicequalitäten. Jetzt sind die Fähigkeiten der Gastgeber und Dienstleister gefragt, um diesen Tag positiv in Erinnerung zu behalten.

Gastlichkeit IST VIEL MEHR!

Gastgeber mit Herzblut für ihren Job haben es viel leichter, Gäste zu begeistern, als diejenigen, die nur gelernte Programme im Kopf abrufen. Gastlichkeit ist eben **ein Stück weit auch Ehrlichkeit.** Fachwissen spielt als Effektverstärker eine große Rolle. Doch viele Kriterien spielen eine Rolle, wenn Gäste einen schönen Abend im Restaurant in Erinnerung behalten.
Sicherlich ist es beruhigend, wenn das Essen im Restaurant, der Service oder eben die Beratung fachlich korrekt sind. Doch Service kann auch begeistern, wenn nicht alles korrekt abläuft. Es kommt auf die **kleinen Gesten** und die **zwischenmenschliche Aufmerksamkeit** an. Beispiel: Der reservierte Tisch ist noch nicht frei zum vereinbarten Zeitpunkt? Das kann durchaus vorkommen. Eine nette Geste ist hier ein **Aperitif aufs Haus** für den Gast, um die Wartezeit zu überbrücken. Es kann eben auch einmal nicht alles wie geplant laufen im Restaurant. **Herzblut und kleine „Wiedergutmachungen“** bilden einen positiven Ausgleich.

BIN ICH OKAY – *ist der Gast okay*

Egal in welcher Situation und Örtlichkeit Gäste und Service aufeinandertreffen: Wenn auf den Menschen eingegangen wird und dieser ein Stück weit seine Anonymität verliert, sind die Weichen für Gastgeber und Unternehmen auf Erfolg gestellt.

Wir sind alle Gäste!

- Anzeige -

ALLES GEBEN FÜR DEN GAST *und den Erfolg!*

Dr. Oetker Professional

Alles dreht sich um den Gast und seine Wünsche. Er soll sich beim Essen gut aufgehoben fühlen und echte **Gastfreundschaft** erleben können. Welcher Aufwand dafür betrieben wird und wie viel Herzblut drinsteckt, wissen nur die Küchenprofis – und natürlich wir von **Dr. Oetker Professional!** Wir wollen unsere Kunden mit nützlichen und guten Produkten und Serviceleistungen unterstützen, damit sie sich auf das Wesentliche konzentrieren können: **ihren Gast!**

WIR BIETEN:

- Qualität
- Vielfalt
- Lösungen & Konzepte
- Beratung & Service

Zufriedene Gäste sind der Garant für den Erfolg und ein klares Zeichen für gute Arbeit. Mit gelingsicheren Produkten und einer erstklassigen Beratung unterstützen wir Sie darin nachhaltig.

www.oetker-professional.de

Das BESTE kommt von uns ...

Bilder: exclusive-design/Adobe Stock

✓ Blanchierte Garnelen
✓ Black Tiger Easy Peel Garnelen
✓ Lachs Filet-Portionen
✓ Und vieles mehr ...

WORLD OF SEAFOOD H&C

Seafood und Fisch von HAAK & CHRIST

2 DER GLÄSERNE GAST

Verkaufen, Begeistern und Binden: Darum geht es heute in der Gastronomie. Unternehmer müssen sich zunehmend mehr auf das **Marketing** konzentrieren, um ihre Produkte an den Gast zu bringen. Ganz klar spielen hier Social Media und **CRM-Management** eine große Rolle. On- und Offline. Das Marketing? Schaut man sich um, zielt dieses beinahe überall auf Heimat und **„ein Gefühl von Zuhause"** ab.

Ist der Mensch heute viel mehr Reizen seiner Umwelt ausgeliefert, so müssen diese gebündelt und gelenkt werden. **Das ist die hohe Kunst der Gastronomie.** Passe ich mich dem Gast an oder bringe ich dem Gast bei, sich mir – dem Gastronomen – anzupassen? Es beginnt damit, dass Gäste einfach viel **mehr Grundwissen** haben als zu früheren Zeiten ohne Social Media. Sie informieren sich über **Bewertungsportale, Instagram-Verlinkungen und Blogs über Lokalitäten.** Möchte man wissen, welches Restaurant gerade neu eröffnet hat oder eben in ist, so schaut man auf den vorher genannten Portalen, denn heutzutage geht nichts über persönliche Empfehlungen. **Das ist die Seite des Gastes.**

Wechseln wir auf die Seite des Unternehmens. Für dieses ist es mittlerweile zu einer Aufgabe geworden, **positive Empfehlungen** im Internet zu erhalten und sich keinen Fauxpas zu erlauben. Man ist stets **auf dem Prüfstand** und auswechselbar. Binde ich meinen Kunden nicht, ist er schneller bei der Konkurrenz, als ich denken kann. **Reservierungen** werden heutzutage über gängige Buchungsportale vorgenommen. Die Auswahl des Restaurants für spontane Essen oder Geschäftstreffen haben eine andere Dynamik bekommen. Stimmt der **Auftritt des Unternehmens** rein optisch im Internet, ist der Gast zum Greifen nah. Ist er an die Buchungsportale online angebunden, hat man ebenfalls ein Stück weit Nähe gewonnen.

DEN GAST *verstehen*

Betrachten wir den Gast doch näher. Die **Customer Journey,** wie wir sie heute kennen, umfasst die gesamte Kundenreise vom ersten bis zum letzten Kontakt. Marketing, Vertrieb und Service müssen gemeinsam dafür sorgen, dass das Kundenerlebnis nahtlos und positiv verläuft. **Kundendaten** müssen bereits von Anfang an vom Service bis zum Marketing geteilt werden. Wenn sich der Gast wohlfühlt, kommt er wieder.

SO FUNKTIONIERT DIE BEZIEHUNG *online*

Man muss seinen Gästen **im Gedächtnis bleiben.** Über den Geschmack und das Ambiente kann man dazu beitragen, positiv in Erinnerung zu bleiben. Noch besser ist es allerdings, wenn Gäste animiert werden, ein Teil des Unternehmens zu werden. Wie? In erster Linie über die **Kontaktdaten.** Hat man diese, kann man gezielt **Social-Media-Strategien** festlegen und Gäste dazu bewegen, dem eigenen Profil des Restaurants zu folgen, es zu liken und mit News diese dann bei Laune zu halten.

EINE EIGENE *Datenbank*

Kundenkarten und Kontakte können ebenfalls auch offline gesammelt werden. Kategorisiert man sie in einem eigenen System, können Maßnahmen **gezielt gesteuert** werden. Sei es die von Familien, Geschäftskunden, VIPs oder die Einzelgänger. Vermerkt man Lieblingstage, Lieblingsgerichte oder gar bestimmte Allergien und Co., erspart man wiederkehrende Fragen und **der Gast fühlt sich direkt wertgeschätzt.** Er ist nicht anonym. Bei **CRM-Management** geht es um Emotionen und Persönlichkeit. Der Aufwand lohnt sich.

TRANSPARENT

Laut einer Studie der Harvard Business School kann ein gezieltes **Beziehungsmarketing** den Gewinn eines Unternehmens um bis zu 85 Prozent steigern. Es ist an die fünfmal teurer, einen neuen Gast zu gewinnen, als einen bestehenden Gast an das Haus zu binden.

Beliebte Klassiker – überraschend neu serviert!

Geben Sie ruhig Ihren Senf dazu! Mit Sauerkraut, Kräutern und Senf erhält Ihr Rollbraten den besonderen Kick.

Traditionelle Gerichte erleben ein wahres Comeback. Jeder kennt sie, jeder liebt sie und viele verbinden positive Erinnerungen mit den Gerichten, die Oma schon kannte. Zu den beliebtesten Klassikern gehört der Rollbraten, der als Fest- oder Familienessen aus der deutschen Küche nicht wegzudenken ist. Die Füllung bietet unzählige Variationsmöglichkeiten. Wir hätten hier eine besonders aromatische und pikante Version für ihre Gäste.

SENF FÜR DEN PROFI – MIT EINZIGARTIGER WÜRZE

Senf wird aus frisch vermahlenen Senfsaaten hergestellt. In der modernen Küche darf Senf nicht fehlen. Geeignet ist er als Zugabe zu Wurst, Schinken, allen Arten von Würstchen oder Käse, zum Bestreichen von Braten, zur Herstellung feiner Saucen oder Suppen sowie zum Würzen von Fleisch- und Fischgerichten.

Zutaten pro 4 Portionen:

2 kg	Schweinebauch mit Schwarte ohne Knochen
2	Knoblauchzehen
4 EL	grobes Meersalz
600 g	BBQ Kraut by Mildessa oder mildes Sauerkraut
200 ml	Hengstenberg mittelscharfer Senf
1 TL	Majoran frisch gehackt
1 TL	Rosmarin frisch gehackt
1 TL	Thymian frisch gehackt
1 TL	Salbei frisch gehackt

Die Schwarte einritzen und salzen. Den Knoblauch fein hacken und zum Senf geben. Kräuter hinzu geben, alles vermischen und gleichmäßig auf dem Schweinebauch verstreichen. Das Kraut auf dem vorbereiteten Schweinebauch verteilen. Den Bauch zusammenrollen und mit Küchengarn fest zusammenbinden. Bei indirekter Hitze auf dem Grill bei einer Temperatur von etwa 140-160 Grad ca. 2-2,5 Stunden garen. Anschließend den Braten nochmals mit dem Heckbrenner überkrusten.

Mit Leidenschaft und höchster Qualität die Gäste begeistern! Wer heute seine Gäste überzeugen will braucht innovative Rezeptideen und beste Zutaten.

Hengstenberg Professional bietet Ihnen die passenden Lösungen: qualitativ hochwertig, convenient und auf die Anforderungen Ihrer professionellen Küche zugeschnitten.

Wer seit 140 Jahren erfolgreich Lebensmittel herstellt, muss etwas von gutem Geschmack verstehen. Das Familienunternehmen ist in den Bereichen Sauergemüse, Weinessig, Feinkost und italienische Tomatenspezialitäten als Spitzenreiter im Markt vertreten. Hengstenberg legt besonderen Wert auf den Standort Deutschland. Die regionale Nähe ermöglicht eine permanente Qualitätskontrolle und eine schnelle Verarbeitung der frisch geernteten Waren.

Hengstenberg Senf zeichnet sich aus
- durch einzigartige Würze der frisch vermahlenen Senfsaaten
- als unabkömmliche Grundzutat in der vielseitigen Küche
- zum Verfeinern von Saucen, Füllungen, Dressings, Krusten und Marinaden

Hengstenberg Professional legt höchsten Wert auf die Qualität der Produkte, damit der Genuss zum kulinarischen Erlebnis wird.

PUR AUS DER NATUR

Ein rheinischer Klassiker als Allrounder

Entdecken Sie die rheinische Spezialität Grafschafter Goldsaft für Ihre feine Küche. Ein Produkt aus nur einer Zutat, den rheinischen Zuckerrüben. Ob zum Süßen von Speisen oder Binden von Dressings und dunklen Saucen, Ihrer kreativen Küche sind kaum Grenzen gesetzt. In asiatischen Gerichten gibt der Grafschafter Goldsaft eine feine herbe Note, die diesen Gerichten einen besonderen Kick verleit. Auch in Marinaden, während der Grillsaison, eignet sich der Grafschafter Goldsaft als perfekte Grundlage. Unser Grafschafter Goldsaft ist vegan sowie gluten- und laktosefrei.

Weitere Informationen unter:
www.grafschafter.de

Zutaten:
1,5 kg Putenbrustfilet, in Streifen
250 g Kirschtomaten
250 g Schalotten, geviertelt
Salz, Pfeffer
70 ml Olivenöl
150 g Grafschafter Goldsaft
Zuckerrübensirup
10 g Knoblauch, gehackt
5 g Chilischote, in kleinen Würfeln
80 g Zwiebel, in Spalten
40 ml Sesamöl
400 g Möhren, in Streifen
80 g Lauchzwiebeln, in Streifen
500 g Zuckerschoten
25 g frischer Ingwer, gerieben
250 g frische Sojasprossen
500 g Bambussprossen (Konserve)
600 ml Gemüse- o. Hühnerbrühe
30 g Chilisauce
80 ml Sojasauce
Equipment: Holzspieße

Putenspieße auf Wokgemüse

10 Portionen

Filet wellenförmig abwechselnd mit Tomaten und Schalotten auf Holzspieße reihen und mit Salz und Pfeffer würzen. 30 ml Olivenöl mit Grafschafter Goldsaft Zuckerrübensirup, Knoblauch und Chilischote verrühren. Spieße im restlichen erhitzten Olivenöl ca. 5-10 Minuten braten und kurz vor Ende der Garzeit mit der Glasur bestreichen. Für das Gemüse Zwiebeln in erhitztem Sesamöl anbraten, Möhren, Lauchzwiebeln und Zuckerschoten dazugeben und ca. 5-6 Minuten mitbraten. Ingwer und Sprossen zufügen und weitere 8-10 Minuten dünsten. Brühe, Chili- und Sojasauce dazugeben, aufkochen und mit Salz und Pfeffer abschmecken. Gemüse und Spieße auf Teller anrichten und servieren.

Zubereitungszeit:
35-40 Minuten

Pro Portion:
kJ/kcal: 1809/432
EW: 40,1 g
F: 14,9 g
KH: 26,2 g
BE: 2

erhältlich: 2 kg-, 5 kg-, 13 kg-Eimer

Grafschafter
Pur aus der Natur.

3 QUALITÄT FÜR DEN GAST ★★★

Argentinisches Rinderfilet, frisches Gemüse und dazu getrüffelte Kartoffeln – köstlich! Da läuft jedem Restaurantbesucher das Wasser im Mund zusammen. Und der Wirt hat stets den Anspruch, beste Qualität zu bieten, die sich auf dem Teller des Gastes widerfindet. Doch wie ist eigentlich die Lieferkette der einzelnen Produkte zusammengesetzt? Welche Wege nehmen die Lebensmittel?

1.

DIE PRODUZENTEN

Alles aus einer Hand. Unser Sortiment vereint Produkte wie Obst und Gemüse, Fleisch und Wurst, Molkereiprodukte, Getränke, Feinkostartikel, tiefgekühlte Produkte, Waren aus dem Trockensortiment sowie Non-Food-Artikel. Die riesige Auswahl an Qualitätsmarken von regionalen, nationalen und internationalen Produzenten wird stetig erweitert.

Belieferung nach aktuellem Angebot und Nachfrage.

2.

intergast
Und Dein Rezept funktioniert

INTERGAST

INTERGAST Großverbraucher-Service ist der führende Verbund mittelständischer Foodservice-Großhandelsunternehmen in Deutschland. Sowohl **regionale Vielfalt** als auch **internationale Produkte** im Food-Service stehen hier im Zentrum. Mit über 120 regionalen Standorten garantieren unsere Großhandelspartner somit regionale und besonders frische Lebensmittel. Und so wird die **Nähe zum Kunden** hier besonders großgeschrieben. Das Sortiment wird ergänzt durch exklusive und hochwertige **INTERGAST-Eigenmarken.**

3.

Belieferung der Gastronomie oder Einkauf beim Großhändler im C+C.

GASTRONOMIE / LAGER

Der Gastronom nimmt die zuvor bei **INTERGAST** durch den regionalen Partner bestellten Waren vor Ort in Empfang. Der Gastronom muss nicht selbst **von A nach B,** um Wareneinkäufe zu tätigen, sondern hat kurze Bestellvorläufe und einen schnellen Warenverkehr durch die Nähe zu INTERGAST und den Partnern vor Ort. Hierbei spielt das **Thema ONLINE** eine immer größere Rolle.

4.

KÜCHE & SERVICE

Mit viel Mühe und Herzblut werden Produkte verarbeitet und leckere Gerichte gezaubert. **Qualität und Geschmack** überzeugen den Gast. Ein **perfekter Service, freundliche Umgangsformen** und eine zuvorkommende Behandlung runden den Restaurantbesuch ab. So fühlt sich der Gast rundum wohl!

5.

DER GAST

Der Gast bemerkt meist weder die Herstellung noch die Bestellung noch die Lieferwege. Er entscheidet lediglich **anhand der Qualität** der Produkte, ob er zufrieden ist. Im Hintergrund arbeiten Produzenten, Großhändler, Gastronomen, Köche und Service daran, dass der Gast nur die besten Gerichte auf seinem Teller vorfindet, denn:

Der Gast ist König.

4 GAST(T)RAUM

Immer mehr Konsumenten wollen ihre **Lebensmittel** nicht nur „verbrauchen", sondern **„erleben"**. So entwickelt sich der Trend zur „gläsernen Küche", zum **„anfassbaren" Koch** und zu Restaurants auf kleinstem Raum.

Auf das wachsende Interesse, **Herstellung und Qualität auch sinnlich erfahren** zu können, reagieren Gastronomen mit neuen Angeboten, die Begegnungen ermöglichen.

KLEIN UND *fein*

Ein Restaurant mit nur wenigen Tischen, anspruchsvollem Ambiente, einem Minimum an Crew und allem voran einem Koch, der sein Können mit Sympathie auf die Teller bringt. Das ist **CASUAL FINE DINING.**
Ein Begriff, der immer häufiger gerade bei Trendanalysen zu finden ist. **Der Look** der Restaurants: ganz zwanglos, ohne besondere Etikette und mit einer absoluten Wohlfühlatmosphäre. **Die Küche:** frisch, kreativ, nachhaltig und NAH.

OPEN *Kitchen*

Keine Tische, keine Wahlmöglichkeiten mehr, aber dafür **ein festes Menü,** das alle sieben Wochen wechselt, und ein langer Tresen, um eine offene Küche herum zentriert. Food-Verrückte und Produktfans kommen hier auf ihre Kosten. Nur wenige Personen können ganz nah beim Koch sein, mit ihm in den Dialog treten und mit allen Sinnen die Küche hautnah genießen.
Dass man in Hamburg viele bekannte und gute Köche antrifft, merkt man schnell, wenn man auf der Suche nach **„Casual Fine Dining"** dort ist. Eine Küche, ausgezeichnet mit drei Michelin-Sternen und mit einzigartigem Konzept, das ist das von Kevin Fehling betriebene Restaurant **„The table".** Ein einziger langer Tisch für nur 20 Gäste je Abend. Das ist Nähe und Innovation zugleich. Alle Gäste haben dank gradliniger Anordnung des Tisches einen Blick in die offene Küche. Der Tisch wird zum Herzstück des Restaurants. Die Hemmschwelle „Sternegastronomie" wird völlig genommen. Sich wie zu Hause zu fühlen trifft bestens umgesetzt den Nerv der Zeit.

WIE ZU HAUSE *fühlen*

Es geht dabei nicht nur darum, Emotionen zu wecken oder neue Bedürfnisse zu schaffen. Es geht darum, über sinnliche Verführung **Sinn für Genuss** zu manifestieren. Denn beim Essen dreht es sich immer auch um **soziale Beziehungen.** Und das betrifft nicht nur die Tischgemeinschaft. Das Rezept für ein erfolgreiches Restaurant basiert daher nicht nur auf der **Qualität der Ausgangsprodukte,** dem **Können der Köche** und der **Kompetenz des Servicepersonals.** Erst ein gelungenes, integratives Design, das die jeweilige Küchenphilosophie zum Ausdruck bringt, garantiert ein kulinarisches Gesamterlebnis.

- Anzeige -

CHEF®
FLÜSSIGE KONZENTRATE

Ideal als Geschmacksgeber zum Abschmecken, als Basis für Suppen und Saucen, zum Abrunden von Dressings, kalten Saucen und Emulsionen sowie zum Verfeinern von Marinaden.

- Beste Zutaten
- Für warme und kalte Gerichte
- Sofort und direkt einsetzbar
- Aromavielfalt in 12 Sorten

CHEF
DEPUIS 1976
DER AROMA BOOST FÜR JEDEN SCHRITT DER ZUBEREITUNG
— ENTDECKEN SIE —
CHEF® Flüssige Konzentrate
KALB

Nestlé PROFESSIONAL®
MAKING MORE POSSIBLE
60528 Frankfurt/Main www.nestleprofessional.de kontakt@nestleprofessional.de (0800) 4 85 62 43

Der Schärfe-Kick für die trendige Küche

Ab sofort bieten wir Ihnen auch eine feurige Version des beliebten Pulled Porks an. Mit Chipotle Chili entsteht ein landestypischer, mexikanischer Genussmoment: heiß und lebenslustig.

TULIP FOODSERVICE

5 GASTKNIGGE

Es gibt zu Tisch sogenannte **„Benimmbasics“** für Jedermann. Doch viele Essgesetze sind in der heutigen Zeit in Vergessenheit geraten oder aber modernisierungsbedürftig. Wer sich vernünftig benimmt und all das beherzigt, was er daheim **in der Kinderstube gelernt** hat, muß auch im feinen Lokal keine Sonderregeln befolgen. Doch was ist **essenzielles Basiswissen?**

NO. 1 *Der Herr geht voran*

Damals prüfte er, ob die Gesellschaft seiner Begleiterin zuzumuten ist. Eine antiquierte Vorschrift. Damen an einer Türe vorzulassen, hat sich als **Höflichkeitsgeste bewährt.**

NO. 2 *Halten des Weinglases*

Chefs erkennen hier ganz schnell, wer ein „Knigge-Bluffer“ ist, wenn das Weinglas NICHT am Stiel gefasst wird. **Warum am Stiel halten?** Der Wein verändert sehr schnell seine Temperatur. Zudem hinterlassen Duftnoten wie Seifenreste oder aber die vorher gerauchte Zigarette an den Händen Rückstände und beeinträchtigen so die Wahrnehmung des Buketts.

NO. 3 *Gesundheit*

Bitte nicht zu Tisch „Gesundheit!“ sagen! Das ist ein **Fauxpas.** Wir wünschen ja auch nicht „Verdauung“, wenn jemand aufstößt oder pupst. Stilvoller ist hier das Geräusch zu übergehen.

NO. 4 *Der Teebeutel*

Was macht man mit einem Teebeutel, wenn kein Extraschälchen zur Hand ist? Im Notfall wird der Teebeutel auf dem Löffel abgelegt. **Auf keinen Fall** auf der Untertasse platzieren.

NO. 5 *Das Besteck*

Das Besteck für jeden Gang wird von außen nach innen „abgearbeitet“. Kreuzt der Gast Messer und Gabel mit den Spitzen auf dem Teller, dann möchte er es lediglich „parken“. Legt er das mit der Schneide nach innen zeigende Messer und die Gabel parallel auf dem Teller ab, bedeutet das: **„Ich bin fertig.“**

NO. 6 *Kleine Serviettenkunde*

Die Serviette ist der Inbegriff von Tischkultur. Zu Beginn des Essens wird sie **auf den Schoß** gelegt. Wer seinen Platz nur für kurze Zeit verlässt, legt die gefaltete Serviette (mit sauberer Seite nach außen) als Signal seiner Rückkehr auf den Stuhl. Nach dem Essen wird sie – ebenfalls mit der sauberen Seite nach außen – **links neben den Teller** gelegt.

NO. 7 *Essen einpacken lassen*

Das Restaurant verlassen und die Essensreste mitnehmen? Geht das oder totales No-Go? Das geht nicht nur, das ist sogar **erwünscht und gehört zu den Regeln** des guten Benehmens in der heutigen Zeit.

Besser Schmecker
QUALITÄTSHÄHNCHEN VON PROFIS FÜR PROFIS

Aufzucht, Futtermühle, Schlachtung, Vertrieb aus einer Hand für beste Qualität von Anfang an.

- Griller und Hähnchen
- Hähnchen-Schenkel
- Hähnchen-Edelteile
- Hähnchen-Convenience

PRIMUS

JÖRG M HEIMER NACHF. GMBH
D-64653 Lorsch
Tel. + 49 (0) 62 51 85 42 10
www.heimergmbh.de
info@heimergmbh.de

GA(R)STIG?!

Der Restaurantbesuch ist etwas ganz Persönliches und Besonderes für viele Gäste. Schaut man sich die einzelnen Lebensphasen der Gäste an, so erkennt man schnell, dass **hauptsächlich junge Erwachsene** (mit 56 %) und Paare (54 %) gerne in ihrer Freizeit essen gehen. Für einen **rundum gelungenen Abend** ist auch die **Stimmung zwischen Gast und Gastgeber** entscheidend. Zwischen Begrüßung, Essen und Rechnung kann es aber durchaus Unstimmigkeiten geben. Doch welche **Rechte** haben Restaurantbesucher im Ernstfall?

DER TISCH IST NOCH *nicht frei?*

Durch eine bloße **Tischreservierung** kommt in der Regel noch kein Bewirtungsvertrag zustande. Die Grenze der jeweils hinzunehmenden Verzögerung wird man wohl **bei 45 Minuten** ziehen können; ist dann der Tisch nicht frei bzw. der Gast nicht vor Ort, dürfte eine Pflichtverletzung gegeben sein. In diesem Fall könnte der Gast die **Kosten der vergeblichen Fahrt** zum Restaurant bzw. der Wirt, der die interessierte Laufkundschaft wegen der Reservierung abweisen musste, eine Entschädigung für den entgangenen Gewinn verlangen. Doch sind wir ehrlich: **Welcher Wirt** stellt bei Reservierung die komplette Identität des Gastes fest, um ihn in die Haftung nehmen zu können?!

DER *Magen knurrt?*

Durch eine Bestellung kommt ein Bewirtungsvertrag zustande. Der Wirt wird mit der Zubereitung der Speisen beauftragt und der Gast zur „Abnahme“ verpflichtet. Jetzt die Feinheit: Ob der Gast die zubereiteten Speisen auch verzehrt, bleibt diesem überlassen. Zahlen muss er trotzdem! Steht das Essen auch 45 Minuten nach der Bestellung noch immer nicht auf dem Tisch, darf der Gast gehen. Harrt er dennoch aus, bis das Essen kommt, kann er den Rechnungspreis wegen Schlechterfüllung mindern. Bei 45 Minuten wird man wohl den Rechnungsbetrag mindern oder eine Wiedergutmachung auf Kosten des Hauses verlangen dürfen.

ES *schmeckt nicht?*

Na ja, Geschmäcker sind bekanntlich verschieden. Der Gast hat demnach Anspruch auf unverdorbene Lebensmittel und ein aufgetragenes Gericht, das dem entspricht, was zuvor die Speisekarte versprochen hat.

WO IST DIE *Rechnung?*

Wir kennen es alle: Wir haben gegessen, gelacht und getrunken. Die gemeinsame Zeit war schön und jetzt ruft der nächste Termin, die Bahn, das Taxi oder aber die Kinder zu Hause. Doch der Kellner kommt einfach nicht mit der Rechnung herbei. Was tun? Starre Fristen, innerhalb derer dem Gast die Rechnung vorzulegen ist, gibt es nicht. Wenn der Kellner jedoch auch **nach dreimaligem Auffordern und 15 Min. Wartezeit** die Rechnung nicht bringt, sollte man seinen Namen und seine Adresse hinterlassen, so dass einem die Rechnung zugeschickt werden kann. Nicht dass es nachher heißt: **„Sie haben die Zeche geprellt!“** Auch in stressigen Situationen daher Prioritäten festlegen und dem Gast das Gefühl geben: **„Du bist mir wichtig!“**

WER ZAHLT DIE *Reinigung?*

Der Hund unter dem Nachbartisch hat sich vor einem ungewöhnlichen Geräusch erschreckt, der Kellner möchte gerade den bestellten Wein dem verliebt dreinschauenden Paar servieren und **stolpert? Die Kette der unglücklichen Zufälle ist perfekt.** Der Gast kann seine Reinigungskosten oder, falls der Fleck sich nicht mehr entfernen lässt, den Zeitwert des Kleidungsstücks vom Wirt als Schadensersatz verlangen. Das gilt freilich nicht, wenn den Kellner kein Verschulden trifft; in diesem Fall haftet der andere Gast. Um Streitigkeiten unter Gästen zu vermeiden, am besten die eigene Betriebshaftpflicht zur Regulierung anbieten.

SCHROTKORN IM FLEISCH UND *Zahnkrone kaputt?*

Ja, auch das gibt es. Immer wieder kommt es vor, dass sich **Fremdkörper im Essen befinden** und der Gast durch beherztes Zubeißen seine Zähne beschädigt. **Unbedingt Beweismittel sichern!** Ohne einen Beweis nämlich kann nicht davon ausgegangen werden, dass sich beispielsweise im Fleisch ein Stein oder Ähnliches verbarg. **Doch Achtung bei Wildgerichten:** Mit einem Schrotkorn im Fleisch kann durchaus gerechnet werden. Daher musste ein Gastwirt nur für drei Viertel der Zahnbehandlungskosten eines Gastes aufkommen, das letzte Viertel blieb diesem selbst überlassen (AG Waldkirch).

Jeremias®
feine Nudelspezialitäten

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.

6 Frischeier | 2½ Frischeier | Pasta

Teigwarenfabrik Jeremias GmbH
Industriestr. 13 - 19 · D - 75217 Birkenfeld
Tel. +49 7231 / 9483-0
Fax +49 7231 / 9483-49
www.jeremias.com · info@jeremias.com

7 GAST SPIEL

Guter Service ist das A und O, gastfreundliche Servicekräfte versüßen einem jeden Restaurantbesuch. Doch nicht immer ist das Zusammenspiel zwischen Servicekraft und Gast leicht.
Beide Seiten erleben den gleichen Abend schließlich ganz unterschiedlich.
Doch was geht eigentlich wirklich **im Kopf des jeweils anderen** vor?

Gedanken eines Gastes

„Ich freue mich auf einen entspannten Samstagabend mit kulinarischen Highlights und viel Spaß mit Freunden!“

„Ich habe meinen Lieblingstisch reserviert. Könnte jetzt mal jemand kommen. Ich habe Hunger!“ (Winkt heftig.)

„Ich kann mich nicht entscheiden: Fleisch oder doch lieber Pasta? Das Rinderfilet bitte durch, wenn es geht – und anstatt der Pommes gerne die Pasta. ... Sagen Sie, ist die Sahnesoße auch laktosefrei?“

„War das die richtige Entscheidung? Ich ruf lieber nochmal den Kellner und frage, ob ich anstatt der Sahnesoße auch eine Sauce béarnaise bekommen kann.“

„Langsam, aber sicher knurrt mein Magen. Wo bleibt denn das Essen?“

„Vorzügliches Essen, dieses ansprechende Tellerarrangement, kleine Minikarotten, entzückend!“ (Aber jetzt so nach dem ersten Biss ... mmh, das Fleisch ist, glaub ich, nicht ganz durch und es fehlt ein bisschen Salz, ich sag aber lieber nichts.)

„Ach so, ein Gläschen Wein reicht, ich muss ja nicht noch mehr auf den Putz hauen.“

„Entschuldigung, Herr Ober, wir würden dann gerne zahlen ... der Rest ist für Sie.“ (Augenzwinkern!)

„Schönen Abend noch ... los gehts, Freunde, ab nach Hause!“

Gedanken einer Servicekraft

„Samstag und Sonntag arbeiten? Normaler Alltag, los gehts!“

„Warum kommen immer alle auf einmal? Ja, ich habe Sie gesehen, ich kann mich nicht zerreißen, bin sofort da.“

„Sooooo, da bin ich. Darf ich Ihre Bestellung aufnehmen?“
... ich warte ... und warte ...
Immer dies Extrawürste ... aber der Gast ist König ... Lächeln ... Sehr gerne!“

„Ab in die Küche und in Deckung gehen ... Tisch 9 möchte das Rinderfilet durch, allerdings mit der Pasta vom Menü und Sauce béarnaise ...“
(Und jetzt schnell raus.)

„Und zack: frisch und heiß serviert, dem Gast einen guten Appetit gewünscht und schnell gefragt, ob es noch was zu trinken sein darf.“

„Ist alles zu Ihrer Zufriedenheit?“
(Ich sehe doch, dass er nicht glücklich ist. Ich frage lieber nochmal genauer nach ... er/sie sagt immer noch nichts ... also dann kann ich auch nicht helfen, wehe, es kommt eine Beschwerde, wenn der Teller leergeputzt ist.)

„Darf's denn noch was zu trinken sein?“ (Hält er sich jetzt den ganzen Abend an einem Getränk fest?)

„Geht es zusammen? Zahlen Sie bar?“ (Natürlich nicht ... dann geh ich mal ans Kasse-Splitten ... soooo ... jetzt doch mit Karte ... dann lauf ich nochmal zur Kasse.)
„Na, da hat er sich ja in Unkosten gestürzt, 2,50 Trinkgeld bei einer Rechnung von 80 Euro.“

„... den wünsche ich Ihnen auch.“
(Winkt.)
„Feierabend?! Erstmal aufräumen, Besteck polieren, Mise en Place richten ... es wird wieder spät.
Ich liebe meinen Job trotzdem!“ ♥“

GESTATTEN FRAU GASTLICHKEIT

Das Klischee **„Frauen gehören an den Herd“** greift für den privaten Bereich und sorgt entweder für Schmunzeln oder Diskussion, denn warum sollten Frauen in diese Rolle gedrückt werden?! Wir leben im **21. Jahrhundert,** doch in der Gastronomie begegnen wir noch selten Frauen in Spitzenpositionen. **Schluss damit!**

Ein längst überfälliger Branchentrend ändert gerade das alte Klischee. **Frauen in Führungspositionen sind in anderen Branchen längst gängig.** Nicht nur wegen einer gesetzlichen Quote, sondern weil Qualifikation geschlechterunabhängig zu betrachten ist. Sie werden nicht in die Führungsebene gesetzt; nein, sie setzten sich selbst dorthin.

Immer mehr **weibliche Food-Gründer** ziehen ihr eigenes Business auf. Sei es eigene Restaurants, innovative Food-Unternehmen, Produktentwicklungen oder sie leiten professionelle Spitzenküchen. Doch es muss sich noch einiges in den Köpfen der männlichen Kollegen ändern, wenn man sich die Küchenteams näher ansieht.

WARUM HERRSCHT GERADE IN DER SPITZENKÜCHE *Frauenmangel?*

Ist noch immer die Denkweise „Frauen wollen lieber andere Dinge in ihrem Leben, – wie z. B. Kinder bekommen!“ manifestiert? Gerade in der **Generation um die 30** gibt es einen positiven Trend zu sehen, der zeigt, dass sich junge Köchinnen nicht mehr hinten anstellen müssen. **Sie brennen für ihren Job und wollen an die Spitze.** Bestes Beispiel ist **Julia Komp, die jüngste Sterneköchin Deutschlands** mit nur 28 Jahren. Bereits in der 9. Klasse wurde ihr klar: „Ich werde Köchin!“ Bei einem Hotelpraktikum lernte sie alle Stationen des Service kennen und verliebte sich glatt in das Flair und die Stimmung eines Hotels bzw. einer Küche. Nach sehr harten und lehrreichen Jahren der Ausbildung, vielen Reisen und diversen Praktika in Küchen rund um den Globus, traf sie auf einem Gourmetfest den damaligen Küchenchef vom Schloss Loersfeld bei Kerpen. Nach einem Besuch vor Ort war sie gleich angetan von den hohen Mauern und dem 10 Hektar großen englischen Landschaftspark vom Schloss Loersfeld. Jetzt ist sie **erste Küchenchefin und trägt voller Stolz den ersten Michelin-Stern.**

Weibliche Qualitäten IN DER BETRIEBSFÜHRUNG

Welche weiblichen Eigenschaften sind denn von Vorteil für die Gastronomie? Klar können Frauen gut auf Gäste eingehen und sind im Service oftmals unschlagbar, doch **nicht nur Kommunikationsfähigkeiten** sind von Vorteil. Frauen sind **oft kreativer und haben künstlerische Fähigkeiten.** Man merkt sofort, wenn eine Frau im Gastrobetrieb fehlt. Sei es das Interieur, das Marketing oder die kleinen Feinheiten an Gesten für den Gast. Auch gibt es mehr Frauen als Männer, die auf Qualität achten. Männer zücken schneller den Rechenstift.

FAZIT

Einige Denkweisen sind veraltet und bedürfen neuer Definitionen. **Weibliche Qualitäten** können in Küche, Service und Management von Vorteil sein. Spitzengastronomie ist nicht länger nur eine Männerdomäne!

9 GAST SPEKTA KULÄR

„Das Auge isst mit!“ Eine Weisheit, die nicht nur auf das Anrichten von Speisen auf dem Teller zielt, sondern sichgerade in der Zeit der **Millennials** bzw. der **Generation Y** auf das Gesamterlebnis enwenden läßt. Geht es in der Gastronomie zunehmend darum, **„Erlebnisse zu schaffen“**, so gibt es immer mehr ungewöhnliche Arten, um Gästen ein uvergessliches Dinner zu servieren.

DIE *Millennials*

Wer ist gemeint? **Menschen, die Anfang der 80er bis 2000er geboren wurden.** Was zeichnet ihr Essverhalten aus? Sie bevorzugen **Fast-casual-** statt **Fast-Food-Restaurants** und trinken mehr Kaffee als ihre Vorgängergenerationen. Das geht aus zahlreichen Studien hervor, wie z. B. einer gerade erschienenen Umfrage von SurveyMonkey: 1.900 Millennials zwischen 18 und 35 Jahren wurden zu ihren Ausgabengewohnheiten befragt. 45 Prozent der weiblichen Umfrageteilnehmer haben an mehr Geld in Kaffee als in ihre Altersvorsorge zu stecken. Das zeigt: Der Millennial setzt auf bewussten Genuss und gönnt sich den kleinen Luxus und Erlebnisse in der Gegenwart.

In der Studie **„Understanding Millennials“** gaben sogar 87 Prozent an, außergewöhnliche und teure Speisen zu bestellen, auch dann, wenn sie nicht so viel Geld hatten. Dazu kommt, dass sie begeistert werden wollen, denn für sie ist Ausgehen mit einer **„Story to share“** verbunden. Ansätze wie **Pop-Up-Restaurants** und Erlebnisse wie **Prêt-à-dîner** liefern eine coole Location, fügen eine Portion Verruchtheit hinzu und beschäftigen sich mit dem gemeinsamen Essen. Menschen treffen sich, lernen neue Menschen an großen Tischtafeln kennen, erleben gemeinsamen Genuss von experimentellen Speisen, ein DJ liefert womöglich die Hintergrundmusik und Künstler stellen ihre Werke am Rande der Räumlichkeiten aus. **Essen wird zum kulinarischen Gesamterlebnis und Networking.**

AUSSERGEWÖHNLICH IST *„in“*

Ständige Vernetzung und Individualismus spielen für die Generation Y eine immer größere Rolle. Sie lieben das Abenteuer und geben auch im Luxussegment den Ton an. Luxusmarken, Reiseanbieter, Restaurants und Hotels müssen sich immer mehr mit dieser neuen Art von Gästen befassen. So auch Anbieter von Luxusreisen, wie z. B. **Tom's Premium Selection.** Wie wäre es mit einem Dinner unter freiem Himmel in der **Salzwüste Boliviens?** Ein „De-luxe-Sunset-Cocktail“ mitten in der Salzwüste ist zu hundert Prozent eine „Story to share“! Blicken wir weiter nach **Neuseeland:** Hier entführt uns das Redwood Treehouse, ein Restaurant in den Bäumen, bei Dunkelheit in eine märchenhafte Welt. Veranstalter von Events bieten immer mehr sensationelle Erlebnisse für Gourmets, denn sie haben den Trend und den neuen Gast erkannt.

Genuss will im digitalen Zeitalter geteilt werden. Somit müssen Gastgeber dafür sorgen, dass ihr Angebot im Internet eine Story wert ist.

10 GAST-LIEBE PUR

Billy Wagner polarisiert. Sein Speiselokal **Nobelhart & Schmutzig** ist weit über die Landesgrenzen Weinkennern und Liebhabern des **Casual Fine Dining** bekannt. Doch entgegen allen Erwartungen, die Leser jetzt haben könnten, wird hier alles andere als internationale Feinkost starr aufgetischt. Es wird ausschließlich **BRUTALLOKAL** gekocht. In der offenen Küche steht nicht nur ein Herd, sondern ebenfalls ein Plattenspieler und der Herr des Hauses ist ein stadtbekannter Hipster. Wir haben mit Billy Wagner über die Liebe zum Gast, raue Töne und ehrlichen Geschmack gesprochen.

Hallo Billy, in deiner Vita habe ich gesehen, dass du Stationen wie Zur Traube, Monkey's Plaza und das Rutz durchlaufen hast, bevor dein eigener Laden – das Nobelhart & Schmutzig eröffnet wurde. Die Traube war sehr klassisch. Monkey's verbindet mit drei Konzepten Fine Dining mit coolem Hot Spot. Wie kam die Idee zu deinem Restaurant?
Hallo. Ganz einfach: Ich wollte mir einen Raum schaffen, wo ich ich sein kann, wo meine Regeln herrschen. Die Erfahrung, die Gäste im Nobelhart & Schmutzig machen, ist genau so, wie ich mir selbst einen guten Abend vorstelle.

Warum kommen Gäste immer wieder gerne zu dir in den Laden? Was unterscheidet dich deiner Meinung nach von den anderen?
Transparenz … Weil wir immer ganz ehrlich sind und die Gäste wegen des offenen Konzeptes alles sehen können. Es ist ein bisschen wie im Theater: Die Gäste bekommen zu den unterschiedlichsten Jahreszeiten eine jeweils angepasste Küche, die sich krass zu der von vor 4 Monaten unterscheidet. Du bist einfach in einer anderen Saison drin. Weiterhin sind meine Mitarbeiter der Grund, wieso Gäste wiederkommen. Auch versuchen wir immer bestmöglich zu informieren über das, was auf dem Teller oder im Glas ist. Dieses Gefühl von „Du kannst per se mit jemandem über alles reden" ist etwas ganz Besonderes.

Inwieweit schaffst du es, Privates vom Beruf zu unterscheiden?
Ich habe, wenn alles gut läuft, zwei Tage die Woche frei und meine Frau ist nicht aus der Gastronomie. Sie arbeitet als Psychologin (M.Sc). Aber selbstverständlich habe ich eine andere Auffassung von meiner Arbeit als die Dame oder der Herr, der tagein, tagaus im Bürgerbüro hinterm Schreibtisch sitzt.

Thema Gastlieb: Was müssen Restaurants heute schaffen, damit sie am Markt bestehen? Man sieht überall Restaurants eröffnen, dann wieder schnell schließen. Fehlen Mut zum Anderssein, Durchhaltevermögen oder gar die eigene Identität?
Die Gäste müssen das Gefühl haben, der Gastgeber und auch sein Team stehen genau hier vor ihnen, weil diese nur das auch machen können. Sie leben für ihren Job. Häufig ist es nur ein Hinterherhecheln im Hinblick auf eine bestimmte Idee. Man spürt keine echte Verbundenheit. Es ist mir total wichtig, Menschen, mit denen man täglich arbeitet, für ihre Arbeit zu inspirieren, so dass sie diese Begeisterung weitergeben können. Die Nähe von Küche und Gast wird immer mehr praktiziert. Lebensmittel und Gäste rücken zusammen. Die Küche im Verborgenen ist veraltet.

Bekommen Gäste auch schon mal raue Töne mit?
Ja, sie bekommen auch mal raue Töne mit, aber das passt zu uns. Wir sind kein Museum, sondern eher eine Kneipe, wo es auch mal laut wird. Wo die Menschen lachen etc. Die Musik ist auch ab und an lauter. Aber bisher war das dann doch die Ausnahme, weil wir alle Profis sind und mit unserem Verantwortungsbereich gut auskommen. Wir sind mittlerweile 10 Mitarbeiter. Das sind fünf mehr als vor 2 ½ Jahren.

Gäste kommen in deinen Laden, werden von Geschmäckern inspiriert, sei es Essen oder Wein. Sie beschäftigen sich mit dem Essen. Hast du dennoch einen Wunsch an das Essverhalten der Menschen?
In erster Linie kommen die Leute zu uns, weil wir ein cooler Laden sind. Hipster hin oder her. Essen ist heute häufig ein Event. Du erzählst es deinen Freunden und du hast bei uns einen Tisch bekommen (das ist by the way einfacher, als viele meinen). Auf der anderen Seite füllen wir aber den ganzen Abend auch mit Inhalt. Wir haben uns über alles Gedanken gemacht. Nichts dem Zufall überlassen und auch versucht unterschiedliche Gruppen mit verschiedenen Punkten im Restaurant anzusprechen. Jemand, der auf Musik steht, sieht, dass wir unsere Musik von Platte spielen. Das mag er. Aber es gibt auch Leute, denen ist die Musik egal, die finden die Weinkarte cool, weil da eine Menge interessante Weine drin sind. Und wieder andere mögen die Art der Küche. Wir tanzen auf vielen Hochzeiten. Es geht bei uns um den Abend, die Kommunikation, den Austausch und die Qualität des Essens und der Getränke. Wir erreichen sicher nicht alle damit, weil nicht jeder erreicht werden will. Wir haben keinen Bildungsauftrag.

Geschmäcker sind sehr verschieden. Wie gehst du mit Gästen um, die sagen: „Ich trinke aber nur Rotwein!" Oder: „Mir schmeckt keine Blutwurst!" Viele Menschen versperren sich vor Geschmäckern oder Neuem. Was erwartet diese Gäste bei dir?
Wir gehen auf die Wünsche der Gäste ein. Sagen aber auch unsere Meinung und wissen, dass wir uns alle auf einem Weg befinden. Wir sind alle auf dem gleichen Weg, nur an unterschiedlichen Punkten. Jeder fängt mal irgendwann an loszulaufen. Es steht mir nicht zu, das zu bewerten. Höchstens ihnen die Richtung zu zeigen.

Zum Schluss: Wie schaffst du es, dass dein Team deine Vision teilt und ihr eine große Familie seid?
Thomas Platt hat mal zu unserer Art gesagt: „Es ist echt schwer, das nicht zu mögen." Aufgeladen mit viel guter Energie und einem anderen Werteverständnis für die Produkte, schaffen wir eine emotionale Nähe. Wir richten uns außerdem nicht nach dem Gast, sagen auch mal Nein. Wir orientieren uns an den Produzenten und geben den Lebensmitteln so einen anderen Wert. Das verbindet.

REGIONALE HELDEN IM HERBST

von Bettina Schneider

DIE TAGE WERDEN KÜRZER, DER WIND FRISCHER UND DER WUNSCH NACH WOHLIGER WÄRME GRÖSSER – ZEIT FÜR HERBSTLICHE GAUMENFREUDEN. DABEI KONZENTRIEREN GUTE KÖCHE SICH IMMER MEHR AUF SAISONALE UND REGIONALE PRODUKTE. VITAMINE UND NÄHRSTOFFE AUS NATÜRLICHEN QUELLEN BILDEN DIE GRUNDLAGE FÜR DIE RAFFINIERTE, MODERNE HERBSTKÜCHE. SERVIEREN SIE IHREN GÄSTEN VARIATIONEN AUS HEIMISCHEM GEMÜSE UND MIT KRÄFTIGEM GESCHMACK.

RINDERSCHULTER *mit Steinpilzen und Spitzkraut*

FÜR 4 PERSONEN

ZUTATEN

FÜR DIE RINDERSCHULTER

- 50 g Knollensellerie
- 2 Möhren
- 2 Gemüsezwiebeln
- ½ Stange Lauch
- 1 Stange Staudensellerie
- ½ Knoblauchknolle
- 800 g Rinderschulter
- Meersalz
- 70 ml Cuisine Noblesse Rapsöl
- 2 l Rinderfond
- 4 EL Cuisine Noblesse Tomatenmark
- 3 Wacholderbeeren
- Ca. 1 l trockener Rotwein

FÜR DAS SPITZKRAUT

- 2 Schalotten
- 400 g Spitzkraut
- 40 g Butter
- Meersalz

FÜR DIE STEINPILZSCHEIBEN:

- Ca. 20 große Steinpilzscheiben (Cuisine Noblesse, geschnitten)
- 2 EL Olivenöl
- Meersalz

FÜR DIE STEINPILZWÜRFEL

- Ca. 200 g Steinpilze (Cuisine Noblesse, geschnitten)
- 1 Schalotte
- 3 EL Olivenöl
- 20 g Butter

ZUBEREITUNG

1 Für die Rinderschulter Knollensellerie, Möhren und Zwiebeln putzen und schälen. Lauch und Staudensellerie putzen und waschen, dabei das Selleriegrün beiseitelegen. Das Gemüse in 5 mm kleine Würfel schneiden. Die Knoblauchzehen ablösen und in der Schale andrücken. Die Rinderschulter in 4 cm große Würfel schneiden und mit Meersalz würzen.

2 In einer Pfanne 4 EL Öl erhitzen und das Fleisch darin anbraten. Mit etwas Fond ablöschen, aufkochen lassen, sodass sich der Bratensatz löst, und alles in einen Bräter geben. In der Pfanne 2 EL Öl erhitzen und das Gemüse mit dem Knoblauch kräftig anbraten. In einem Topf das restliche Öl erhitzen und das Tomatenmark darin anrösten. Gemüse, Tomatenmark und die angedrückten Wacholderbeeren zum Fleisch geben. Den Wein und so viel Fond dazugießen, dass alles knapp mit Flüssigkeit bedeckt ist. Die Rinderschulter zugedeckt 3 Std. weich schmoren.

3 Das Fleisch und das Gemüse in ein Sieb gießen und den Fond in einem Topf auffangen. Den Fond sämig einköcheln lassen und das Fleisch mit dem Gemüse wieder dazugeben.

4 Für das Spitzkraut die Schalotten in Würfel schneiden. Die Blätter des Spitzkrauts vom Strunk lösen, waschen, trockenschütteln und in 2 cm breite Streifen schneiden. Die Butter in einer Pfanne erhitzen und die Schalotten darin andünsten. Das Spitzkraut dazugeben, mit Meersalz würzen und 3 Min. dünsten.

5 Das Olivenöl in einer Pfanne erhitzen und die 20 Steinpilzscheiben darin auf jeder Seite kräftig anbraten. Mit Meersalz würzen.

6 Für die Steinpilzwürfel die Steinpilzscheiben klein würfeln. Die Schalotte in feine Würfel schneiden. Das Olivenöl in einer Pfanne erhitzen und die Pilze darin anbraten. Die Schalotten dazugeben und etwa 3 Min. mitbraten. Etwa 4 EL Schmorfond untermischen, die Hitze reduzieren und die Butter einrühren.

7 Die gebratenen Steinpilzscheiben kreisförmig auf Tellern anrichten, die Rinderschulter mit Gemüse und Schmorfond darauf verteilen. Etwas Spitzkraut daraufsetzen, die Steinpilzwürfel darüberstreuen und mit Selleriegrün garnieren.

Cuisine ★★★ Noblesse
Ihr Anspruch an Qualität und Preis ist hier perfekt vereint

PUMPERNICKEL

mit Möhrenpüree, Möhrenchips und Bauchspeck

REZEPT FÜR 4 PERSONEN

ZUTATEN

FÜR DAS MÖHRENPÜREE

- 2 Schalotten
- 400 g Möhren
- 2 EL Olivenöl
- Meersalz
- 100 ml Weißwein
- 50 ml Cusine Noblesse Rapsöl
- 8 Scheiben Cuisine Noblesse Bacon

AUSSERDEM

- 8 Scheiben Pumpernickel

FÜR DIE MÖHRENCHIPS

- 1 gelbe Möhre
- Meersalz
- 100 ml Cusine Noblesse Rapsöl
- 1 EL Mehl

1 Für das Möhrenpüree die Schalotten und die Möhren putzen, schälen und in 3 mm dicke Scheiben schneiden. Das Olivenöl in einem Topf erhitzen und die Schalotten darin andünsten. Die Möhren dazugeben und 2 Min. mitdünsten. Mit Meersalz würzen. Den Wein angießen und einköcheln. Die Möhren zugedeckt bei schwacher Hitze 10 Min. weich dünsten. Eventuell noch vorhandene Flüssigkeit in ein Schälchen abgießen. Die Möhren im Küchenmixer fein pürieren und, falls nötig, noch etwas Kochflüssigkeit und nach Belieben etwas Sahne untermischen.

2 Für die Möhrenchips die Möhre schälen und längs in 1 mm dicke Scheiben hobeln. Auf eine Platte legen, mit Meersalz bestreuen und 5 Min. ziehen lassen.

3 Das Öl in einem Topf auf 160 °C erhitzen. Die Möhrenscheiben auf beiden Seiten mit Mehl bestäuben und überschüssiges Mehl abklopfen. Die Möhren im Öl 4 Min. frittieren, auf Küchenpapier abtropfen lassen und mit Meersalz bestreuen.

4 Den Bacon (Cuisine Noblesse) in etwas Öl in einer Pfanne knusprig braten und den Speck auf Küchenpapier abtropfen lassen.

5 Das Möhrenpüree noch mal erhitzen, mit Meersalz abschmecken und in einen Spritzbeutel mit Lochtülle geben. Auf jede Pumpernickelscheibe 1 Klecks Möhrenpüree geben, 1 Scheibe Bacon darauflegen, wieder 1 Klecks Möhrenpüree daraufspritzen und 2 Möhrenchips hineinstecken. Nach Belieben mit Möhrengrün garnieren.

LESESTOFF

Der Fernseh- und Sternekoch Andi Schweiger entführt uns in seine wunderbare Welt des guten Essens. Dazu noch regional und übersichtlich nach Jahreszeiten gegliedert. 112 Seiten, www.ZS-Verlag.de

DEKOTREND Neo Cottage

von Bettina Schneider

WENN ES DRAUSSEN KÄLTER WIRD, HABEN DEKORATION UND STOFFE FÜR TISCH, RESTAURANT & HOTELLERIE DIE AUFGABE, EINE **WOHLFÜHLATMOSPHÄRE** FÜR DEN GAST ZU SCHAFFEN. IM TREND LIEGEN JETZT NATURNAHE WERKSTOFFE WIE HOLZ, TON, FILZ UND DAZU IM KONTRAST SCHIMMERNDE, SANFT GESCHWUNGENE DETAILS. ANGELEHNT AN DIE NATUR UND IHRE BESTÄNDIGEN VERÄNDERUNGEN FINDEN SICH DIE FARBEN UND STRUKTUREN IM NEUEN DEKOTREND WIEDER.

So kombiniert etwa die **Form Junto von Rosenthal** die Materialien Porzellan und Keramik mit einzigartig natürlichen Farben und Glasuren und fügt sie zu einer neuartigen **Tischlandschaft** zusammen.

GEHE AUS MEIN LICHT, ABER NUR DIE LIEBE LATERNE NICHT

Das zweiteilige Laternenset aus Kiefernholz und Glas mit je einer Kordel am „Dach" lässt Gastraum und Tafel in warmem Licht erstrahlen. Perfekt für die dunklere Jahreszeit und gemütliche Stunden.

www.pier3-wohnideen.de

VON AUSSEN SCHON „HUI"

Dieses Stehpult in Form von Messer und Gabel aus Holz sorgt schon vor Betreten des Restaurants für die **perfekte Gastlichkeit.** Zur Präsentation von zwei DIN-A4-Seiten, geschützt durch eine Acrylglasscheibe, hat man so das Wichtigste attraktiv präsentiert.

www.vega-direct.com

GLANZVOLLER AUFTRITT

In Edelstahl 18/10 wirkt die **Hammerschlagoptik** modern und zeitgemäß. Die Mühle OMEA bildet so einen reizvollen Kontrast zum runden Drehelement aus Holz im Antik-Look auf winterlichen Tafeln.

www.vega-direct.com

SOUP PASSION

Gerade in der kälteren Jahreszeit sind Suppen jeglicher Art beliebt. Nicht nur schön anzusehen, sondern auch praktisch ist die neue Suppenschale mit passendem Deckel für Toppings sowie Besteckablage. So bleiben Suppen länger warm und es wird mehr **Löffel-Erlebnis** geschaffen.

www.villeroy-boch.de

TEDECO-GIZEH

GREEN LINE

Einwegprodukte aus 100 % nachwachsenden Rohstoffen

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

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

Entdecken Sie unser Sortiment.

TEDECO-GIZEH GmbH | D-77656 Offenburg
T +49 (0)781-604-0 | www.tedeco-gizeh.de

GRUNDREGELN DES TELLERDESSERTS

Drei auf einen Streich!

von Bettina Schneider

NACH EINEM GUTEN ESSEN LOCKT DIE SÜNDIGE DESSERTKARTE IN KOMBINATION MIT EINEM KAFFEE. DER BELIEBTE KRÖNENDE ABSCHLUSS DURCHLEBT IN DER RESTAURANTSZENE GERADE EINE STILWENDE. ALS DESSERT WERDEN NICHT MEHR KUCHEN ODER CREMES SERVIERT, SONDERN SOGENANNTE TELLERDESSERTS, DIE AUF EINEM EINZIGEN TELLER UNTERSCHIEDLICHSTE KOMPONENTEN VEREINEN.

1. cremig

Crèmes zergehen auf der Zunge und verbinden die einzelnen Komponenten auf dem Teller. Kalt oder warm kann das cremige Element für Kontrast der Temperaturen sorgen.

2. fruchtig

Für die Ausgewogenheit der Nachspeise sind Früchte wichtig, denn dank der eigenen Fruchtsäure verleihen diese eine gewisse Frische. Auch gleicht Säure die süßen Elemente aus. Hier können z.B. Zitrusfrüchte oder Beerensorten verwendet werden.

3. knusprig

Das knusprige Element ist für ein Dessert wesentlich und gibt Struktur. Beispiele sind z.B. Nüsse, Kekse, Baiser oder Streusel.

Kunstvoll angerichtet aus erlesenen Zutaten wird dieser Nachtisch in Frankreich **„Dessert de cuisinier"** genannt. Diese Zusammenstellung aus kleinen Desserts ist dabei weniger zuckerhaltig, bekömmlicher und schnell angerichtet, ein Genuss allein schon in der eleganten Form der Darreichung und der harmonisch abgestimmten Geschmacksvarianten. Dieser krönende Abschluss der Mahlzeit liegt nie zu schwer im Magen. Der Koch variiert je nach Saison und Herzenslust und der Gast ist immer fasziniert.

REZEPT *Birne und Vanille*

VORBEREITUNG: 15 MINUTEN, ANRICHTEN: 10 MINUTEN

KNUSPRIG	Karamellkeks
CREMIG	Karamell-Sahne
FRUCHTIG	Birne
KRÄUTER & BLÜTEN	Dill, Blüten

FÜR 4 TELLER

- 1 Vanilleschote
- 160 ml Wasser
- 25 g Cuisine Noblesse Zucker
- 4 Birnen
- 1/3 Zitrone
- 2 gehäufte EL Karamellcrème
- 150 g gekühlte Cuisine Noblesse Schlagsahne
- 8 Karamellkekse
- einige Dillspitzen & Blüten
- Utensilien: Spritzbeutel

ZUBEREITUNG

Die Vanilleschote aufschneiden und das Mark herauskratzen. Das Wasser in einem Topf zum Kochen bringen, Zucker und Vanillemark hineingeben. 5 bis 10 Minuten sprudelnd kochen lassen. Dabei darauf achten, dass die Flüssigkeit auf die Hälfte reduziert wird und eine sirupartige Konsistenz annimmt. Die Birnen schälen, Kerngehäuse entfernen und die Birnen halbieren. Vier Hälften in den Topf mit Sirup legen und 5 bis 10 Minuten leicht köcheln lassen. Die übrigen vier Birnenhälften klein würfeln und mit dem Saft der halben Zitrone beträufeln. Die Birnenhälften und -würfel kaltstellen. Die Sahne mit dem Mixer 5 Minuten schlagen, bis sie dicklich zu werden beginnt. Die Karamellcrème hinzufügen und auf höchster Stufe mit dem Mixer weiterschlagen. In einen Spritzbeutel füllen und kaltstellen. Die Karamellkekse im Mörser zu feinen Bröseln zerstoßen.

ANRICHTEN

Einige Birnenwürfel auf einen Teller geben und eine pochierte Birnenhälfte darüberlegen. Zu beiden Seiten Karamellkeks-Brösel und Karamell-Sahne anrichten. Zum Schluss etwas Sirup von den pochierten Birnen darüberträufeln. Mit Dill und Blüten bestreuen.

Spannende weitere Rezepte mit Schritt-für-Schritt-Anleitungen sind auf 88 Seiten im Thorbecke Verlag gerade erschienen.

Die volle Kraft der Tradition entfalten - das ist unsere Landküche. Beliebte Rezepte werden in ihre ursprüngliche Form gebracht, um jene Exzellenz aufzutischen, an der Generationen gearbeitet haben.

Dies sieht man und dies schmeckt man: in der Landküche ist jedes Stück ein Unikat.
- Rustikale Apfelküchle,
- Traditioneller Apfelstrudel und
- Soufflierter Kaiserschmarrn.

Pan Tiefkühlprodukte GmbH I-39055 Leifers
www.pan.it info@pan.it +39 0471 592900

RAFFINIERTE GADGETS FÜR ECHTE KERLE UND GLÜCKLICHE GÄSTE. TECHNIK UND DESIGN BRINGEN LEBEN IN KÜCHE, GASTRAUM UND AUF DEN TISCH. DA SCHLAGEN NICHT NUR MÄNNERHERZEN HÖHER!

EXKLUSIVES KOCHERLEBNIS

Mit dem **Himalaya-Salzblock von AEG** lassen sich Mahlzeiten auf völlig neue Art und Weise zubereiten: Zum einen lässt sich das Essen auf gesunde Art würzen – denn das rosafarbene Himalaya-Salz enthält über **80 Spurenmineralien** und intensiviert so das natürliche Aroma von Fleisch, Fisch oder Gemüse. Zum anderen zeichnet sich der AEG-Salzstein mit einem Schmelzpunkt von knapp 800 Grad auch durch seine **besonders hohe Temperaturbeständigkeit** aus, weshalb er sich hervorragend für das Kochen bei starker Hitze eignet. Weiterhin kommt es zu einer überdurchschnittlich **guten Wärmeverteilung** aufgrund der kristallinen Struktur des Himalaya-Salzes. Das bedeutet, dass sich die Wärme gleichmäßig durch den gesamten Block ausbreitet, sodass die Lebensmittel an jeder Stelle gleichmäßig erhitzt werden. Der SaltBlock ist in jeder Küche einsetzbar und dient als großartiges Werkzeug für die Zubereitung von Speisen sowie als extravagante Servierplatte. **www.aeg.de**

SMART & SALZIG

„SMALT“ nennt sich die Innovation unter den Salzstreuern, entwickelt von der kalifornischen Lifestyle-Firma Herb & Body. Der Name, eine Verbindung der Wörter **„smart“ und „salt“,** ist Programm. Denn dieser Salzstreuer verleiht nicht nur dem Essen die richtige Würze. Über Bluetooth lässt sich das Gerät mit dem Smartphone verbinden, um Musik wiederzugeben. Das integrierte Stimmungslicht verspricht dank unterschiedlicher Farben für jedes Ambiente die passende Lichtgestaltung. Salzstreuer, Stimmungslicht und Lautsprecher – „Smalt“ ist ein Highlight für Esstisch und Gäste.
Noch befindet sich „Smalt“ in der Finanzierungsphase, kann allerdings bereits vorbestellt werden und wird **ab März 2018** lieferbar sein.

www.mysmalt.com

SÜSSE GASTFREUNDSCHAFT

Auf der Suche nach einem absoluten Highlight für die Frühstücks- oder Dessertkarte? **Personalisierte Pfannkuche**n sind da genau das Richtige. Das eigene Porträt oder das Wahrzeichen der Lieblingsstadt – mit dem 3D-Drucker **PancakeBot** werden aus Ihren individuell ausgewählten Motiven leckere Pancakes. Mit einer SD-Karte wird das gewünschte Bild auf den PancakeBot übertragen, der anschließend den Teig entsprechend auf eine Heizplatte portioniert. Die auf Gast oder Anlass individuell zugeschnittenen Pfannkuchen sind so ein Fest für Augen und Gaumen.

www.pancakebot.com

FRISCHE LUFT UND FREIE SICHT

Intensive Geruchsbildung und Küchendämpfe sind ein No-Go im Gastraum. In einer offenen Küche oder beim Front Cooking ist ein **verlässlicher Dunstabzug** häufig eine Herausforderung. Das Dunstabzugs-System der Firma **BORA** soll künftig sperrige und nicht selten lautstark arbeitende Dunstabzugshauben ablösen. Der Abzug ist **direkt in die Kochfläche integriert** und zieht so Dämpfe und Gerüche einfach und ohne Umwege nach unten ab. Dabei sind die BORA-Produkte nicht nur effektiv und energiesparend, sondern auch noch ein **echtes Design-Highlight.**

www.bora.com

GARANTIERTE SOUS-VIDE-ERFOLGE

Sous-vide ist im Trend. Das **kontrollierte Garen vakuumierter Lebensmittel im Wasserbad** ist aus den Profiküchen längst nicht mehr wegzudenken. Platzsparende Sous-vide-Sticks, die grundsätzlich in jedem Behältnis verwendet werden können, sind hier insbesondere in kleineren Küchen eine beliebte Alternative. Der **SousVide-Chef Touch von VAC-STAR** geht noch einen Schritt weiter als diejenigen Geräte, die bisher auf dem Markt sind. Zusätzlich zu Temperaturüberwachung und Umwälzpumpe ist der SousVideChef Touch mit einer **integrierten Kernsonde** ausgestattet, die es ermöglicht, die Temperatur im Inneren des Garguts zu überprüfen. Vor allem bei der Zubereitung von Fleisch verspricht VAC-STAR so optimale Ergebnisse.

www.vac-star.com

DÜRFEN WIR SIE EINLADEN?

von Bettina Schneider

DAS UMFANGREICHE SORTIMENT VON **INTERGAST** UMFASST NICHT NUR NAMENHAFTE MARKENHERSTELLER, SONDERN HOCHWERTIGE UND PREISGÜNSTIGE ALTERNATIVEN MIT HÖCHSTEM QUALITÄTSANSPRUCH: **DIE INTERGAST-EIGENMARKEN.**

DAS BESTE FÜR IHRE GÄSTE

Mit **Cuisine Noblesse** bleiben kaum Wünsche offen. **Qualität** ist dabei das wichtigste Kriterium. Cuisine Noblesse hat zertifizierte Produktionsbetriebe, klar definierte Produktspezifikationen und eine hohe Produktsicherheit. Denn bevor ein Produkt in das Cuisine Noblesse Sortiment aufgenommen wird, wird es unter die Lupe genommen. Die **sorgfältige Herstellung bester Zutaten,** damit Ihr Rezept funktioniert, ist das oberste Gebot.

DIE NEUEN CUISINE NOBLESSE STARS

KARTOFFELKNÖDEL, halb und halb, tiefgefroren

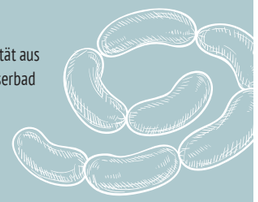
Eine runde Sache: Aus sorgfältig ausgesuchten Kartoffeln zubereitet und mit raffinierten Gewürzen verfeinert, glänzen die köstlichen Kartoffelklöße zu traditionellen Gerichten. Einzeln entnehmbar und kein vorheriges Auftauen.

MINI-KARTOFFELKNÖDEL, halb und halb, tiefgefroren

Der Geschmack ist derselbe wie bei den großen Knödeln. Die leckeren Mini-Kartoffelknödel aus rohen und gekochten Kartoffeln sind eine echte Spezialität mit Snackcharakter. Perfekte Begleiter zu allen Fleischgerichten. Einzeln entnehmbar und kein vorheriges Auftauen.

SEMMELKNÖDEL, tiefgefroren

Nach klassischer Rezeptur: deftig und mit feiner Petersiliennote. Die beliebte Spezialität aus der süddeutschen Küche kommt einzeln entnehmbar und küchenfertig daher. Im Wasserbad erhitzt, sind die Cuisine Noblesse Semmelknödel in wenigen Minuten servierbereit.



OB VOM GRILL ODER STEAMER:

UNSERE WÜRSTCHEN MACHEN IMMER EINE GUTE FIGUR

Für jeden Geschmack ist etwas dabei, wenn man sich die **vier neuen Würstchensorten** von Cuisine Noblesse anschaut. Die feinen Wiener Würstchen sind **nach alter Tradition** gebrüht und geraucht und perfekt für herzhafte Snacks. Die Hot-Dog-Würstchen aus Schweine- und Rindfleisch sind nach Bockwurstart gewürzt und gebrüht. Auf dem Grill oder im Steamer erhitzt, entfalten sie ihren **unnachahmlichen Geschmack.** Die Bockwurst verdankt ihren Namen der engen Beziehung zum Bockbier. 1889 erstmals eingeführt, taufte man sie schnell Bockwurst, denn sie wurde **zu Bockbier gereicht.** Ihr feines, nicht zu aufdringliches Aroma macht sie zu der beliebtesten Wurstsorten überhaupt. Ob auf dem Grill oder in der Pfanne, die grobe Rostbratwurst schmeckt nicht nur lecker, sondern darf bei keinem Barbecue fehlen. Nun komplettiert sie auch unsere neue Cuisine Noblesse Würstchenreihe.

BEEF BURGER, 125 g

Das klassische **Burger-Patty aus Rindfleisch** schafft die ideale Basis für jeden Burger. Fertig gewürzt und geformt, müssen sie nur noch gebraten werden und können dann beliebig garniert serviert werden. Burgerherzen schlagen bei dieser Qualität höher!

- Anzeige -

FRoSTA FOOD SERVICE

BEWUSST & LECKER – DAS WILL DER GAST HEUTE!

Die Esskultur der Zukunft ist weit mehr als nur Ernährung. Essen wird immer mehr zum Lifestyle und zu einer Lebenseinstellung — Herkunft und Hintergründe der Produkte gewinnen an Bedeutung, fast vergessene Lebensmittel erleben einen Hype, Superfoods sind in aller Munde und Gemüse ist das neue Fleisch; Blumenkohl, Karotten, Süsskartoffeln oder gar Grünkohl erleben eine Renaissance. Eine gesunde und ausgewogene Ernährung steht im Mittelpunkt von Verbrauchern und Gästen. Authentischer Geschmack, mehr Nährstoffe und regionale Herkunft sind Trends, die Gäste erwarten und worauf FRoSTA sich mit neuen Produkten wie **Quinoa-Mix Cranberry »fix & fertig«, Gemüse-Couscous »vegan« oder Gemüse-Bulgur »vegan«** eingestellt hat. So ist beispielsweise das vegetarische/vegane Pfannengemüse-Sortiment in den letzten Jahren erheblich gewachsen. Neben Klassikern wie **Grill-Pfannengemüse »Mediterran«** locken jetzt auch sehr trendige Gemüsevariationen wie **Süßkartoffel-Pfannengemüse, Ofen-Gemüse »Rustikal« oder »Grünkohl-Gemüse« Edamame**. Auch den jungen, hippen Ernährungstrends trägt FRoSTA Rechnung und bietet ein veganes und zwei vegetarische Burgerpatties. **»Quinoa-Ananas«, »Grillgemüse« und »Chili con Quinoa«** heißen die neuen FRoSTA-Stars, mit denen sich geschmacksintensive Super-Burger zubereiten lassen, die von jungen Gästen heute nicht nur im Street-Food-Bereich gefordert werden. Die letzteren beiden Sorten bietet FRoSTA ganz neu auch als 15 cm lange **Veggie-Stixx** an, um auch dem Hot-Dog-Trend zu folgen. Alle Details zu den Produkten: **www.frostafoodservice.de**

KÖCHE, DAS IST FÜR EUCH!

VON JOBLIEBE & KÜCHENHITZE

von Bettina Schneider

ALS GAST KÖNNEN WIR WÄHREND EINES RESTAURANTBESUCHS ENTSPANNEN. KÖCHE UND KELLNER NEHMEN EINEM BEINAHE ALLES AB. NUR ESSEN MUSS MAN NOCH SELBST. DOCH WAS WÄHREND EINES RESTAURANTBESUCHS IM HINTERGRUND PASSIERT, BLEIBT MEIST UNBEMERKT UND WIRD OFT NICHT HINTERFRAGT. JETZT MAL BUTTER BEI DIE FISCHE!

Der Job eines Kochs zeichnet sich dadurch aus, dass dieser tagtäglich Menschen mit hohen Erwartungen glücklich machen soll. Der Gast selbst sitzt im wohlklimatisierten und designten Gastraum. Der Koch hingegen oftmals in einer kleinen heißen Zelle, wo **MULTITASKING, KREATIVITÄT UND LIEBE ZUM ESSEN** oberstes Kredo sind. Um das angerichtete Essen in Zukunft mehr wertzuschätzen, decken wir Hintergründe auf, über die viele Menschen bisher nicht nachdachten.

DIE KÜCHENHITZE

Zahlreiche Studien haben gezeigt, dass Temperaturen mit 10 Grad über dem Komfortlevel eines Menschen die Produktivität am Arbeitsplatz um bis zu 30 % fallen lassen können. Um konzentriert arbeiten zu können, liegt die **optimale Raumtemperatur** je nach Tätigkeit zwischen 12 Grad (bei schweren stehenden Arbeiten) und 20 Grad (bei sitzenden Tätigkeiten im Büro). So die technischen Regeln für Arbeitsstätten der Bundesanstalt für Arbeitsschutz. **Grill, Herd, Salamander und Wärmebrücke** sind nur einige Geräte in der Küche, bei denen es sehr schnell bis zu 45° C werden. Nicht gerade die beste Komfortzone zum Arbeiten, wenn man die Folgen wie Ausschlag, Erschöpfung und Hitzestich bedenkt. Aber diese Bergleiterscheinungen sind wohl jedem Koch geläufig. **Bitte mehr Wertschätzung für die Köche wegen suboptimaler Temperaturen und Gefahren!**

DER KOCH ISST OFT AM WENIGSTEN

Wenn der Koch Pause hat, es keinen Souschef oder Chef de Partie gibt, wer soll dann das Essen der Gäste zubereiten? Keiner. Aus diesem Grund werden **Pausen in der Gastronomie überbewertet.** Es gibt sogar Köche, die heimlich Sahne trinken, weil diese nahrhaft ist und den Hunger stillt. **Köche stehe oft 10 Stunden ohne Pause.**

DIE LIEBE ZWISCHEN TEAM KÜCHE UND TEAM SERVICE

Lange Arbeitszeiten, manches Mal ein rauer Ton und obendrein noch viele Gäste mit Extrawünschen? Küche und Service sind **oft stressigen Situationen** ausgesetzt und das kann zu Konflikten führen. Weil die Mitarbeiter keinen 8-bis-17-Uhr-Job haben – was ungeregelte Arbeitszeiten bedeutet –, verbringen sie oft ihre Freizeit gemeinsam. Auch wenn sich in der heutigen Zeit die Rollen neu definieren, so ist das übliche Bild **„Servicekraft = weiblich und Koch = männlich“** häufig anzutreffen. Nehmen wir die oben genannten Faktoren und versetzen uns jetzt in die geschlechtertypischen Rollen, so ist es nicht verwunderlich, **wenn die Liebe in der Gastronomie** bleibt. Man hat bereits gute wie schlechte Zeiten gemeinsam durchstanden. Koch und Servicekraft sind dann im Privaten durchaus ein gutes und liebevolles Team. Partner außerhalb des Gastronomiejobs haben oft wenig Verständnis für den täglichen Servicestress.

DIE HARDWARE GIBT DEN GEIST AUF

Ein Koch ohne funktionierendes Equipment ist wie ein Auto ohne Reifen. Klar kann dieses noch gestartet werden, der Motor läuft, die Elektronik funktioniert, das Radio trällert und die Scheibenwischer machen ihren Job, aber vom Fleck kommt man nicht mehr. Genauso kann man sich einen Koch mit kaputtem Kühlschrank oder Herd vorstellen. Er kann noch Lebensmittel schneiden oder vorbereiten, aber wie soll er bitte eine Suppe ohne Herd kochen oder wichtige Zutaten bei gefühlten 35° C vor Salmonellen schützen? **Jetzt ist schnelles Handeln und ein kühler Kopf angesagt.**

IM SCHNELLDURCHLAUF

NOCH WEITERE ASPEKTE, MIT DENEN KÖCHE IM KÜCHENALLTAG FERTIG WERDEN UND IHREN JOB TROTZ ALLEM LIEBEN, DENN IHR LEBEN IST DIE KÜCHE:

- In der Küche gibt es viele Gelegenheiten für offene Wunden an Händen und Armen, was nicht verwunderlich ist bei so viel Schnittwerk auf engstem Raum.
- Umso besser das Restaurant wird, umso länger muss gearbeitet werden. Umso weniger Schlaf wird ein Koch bekommen.
- In der Küche sind alle angespannt. Es wird oft geschrien und der Ton wird harscher.
- Laut einer Studie in den USA, bei der 1.200 Köche befragt wurden, gaben 50 % der Köche an, dass sie „immer“ oder „häufig“ auch krank arbeiten.

TRANSPARENT

Der Beruf des Kochs bedeutet sehr viel Leidenschaft. Hinter manchen Tellern stecken Monate an **Rezeptentwicklung, Know-how und viel Kunst.** Wenn Köche mehr Wertschätzung für ihre Arbeit und ihre Kreationen durch Entlohnung, Arbeitsqualität und Lob bekommen, steigt auch das Ansehen des Ausbildungsberufes wieder. Die Anzahl der neuen Ausbildungsverhältnisse im Segment Koch/Köchin ist laut Statista von 2013 bis 2016 um bis zu 11,5 % abgefallen.

10 FAKTEN ÜBER FISCH

von Bettina Schneider

1. Meere und Ozeane sind eine bedeutende Nahrungsquelle für die Menschheit. Allein jeder Deutsche isst im Schnitt **14,2 KILOGRAMM FISCH PRO JAHR.**

2. Fisch ist nicht nur lecker, sondern auch **SEHR GESUND.** Er liefert wichtige Nährstoffe wie Eiweiße, Mineralstoffe und Vitamine und kurbelt dank Omega-3- und Omega-6-Fettsäuren die Stoffwechselproduktion an und beugt so Herz-Kreislauf-Erkrankungen vor.

3. Fast 30 Prozent aller Fischbestände weltweit sind von Überfischung bedroht. Weitere 61 Prozent sind am Limit. Grund: Der technische Fortschritt konnte seit Ende des 19. Jahrhunderts immer weiter gesteigert werden. Seit der Jahrtausendwende nimmt die Fangmenge langsam ab, was jedoch daran liegt, dass es **IMMER WENIGER FISCHBESTÄNDE** in den Weltozeanen gibt.

4. Fischerei und Aquakultur sichern den **LEBENSUNTERHALT** für Hunderte Millionen Menschen weltweit. Allein in den Bereichen Fischfang, -zucht und -verarbeitung sind fast 200 Millionen Menschen beschäftigt.

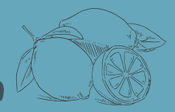
5. **FISCHE SIND INTELLIGENT.** Sie benutzen Werkzeuge wie Steine, um an Muschelfleisch heranzukommen, und halten sich gut gepflegte Gärten für Algenkulturen.

6. Die beliebteste Fischart in Deutschland ist mit 19,2 %* der **LACHS!** (*statista 2016)

7. Das Qualitätsbewusstsein der Deutschen in Bezug auf Fisch steigt. Das wissen wir. Gleichzeitig geht der Deutsche wieder vermehrt Fisch essen. Waren es 2009 noch 395 Millionen Euro Umsatz im Segment Fischrestaurants, so sind es 2016 bereits **451 MIO. EURO JAHRESUMSATZ.**

8. Positiver Effekt: **NO-TAKE AREAS.** Das sind sogenannte Meeresschutzgebiete, wo jegliche Fischerei verboten ist. Genau hier findet man innerhalb kürzester Zeit deutlich mehr und deutlich größere Fische. Aus diesen Gebieten werden Fischlarven und Jungfische in andere Gebiete transportiert.

9. Fische haben einen **SECHSTEN SINN.** Das sogenannte Seitenlinienorgan, das unter der Haut liegt, hilft, kleinste Veränderungen der Wasserströmung zu spüren. So können Feinde und leckere Beutehappen blitzschnell wahrgenommen werden.

10. 

Warum gibt es die **ZITRONE ZUM FISCH?** Nicht weil der Fisch so besser schmeckt. Ursprünglich wurde sie als Beilage zum Fisch dazugegeben, denn sie sollte den Eigengeruch des Fisches übertünchen. Früher dauerte es eben lange, bis der Fisch den Weg vom Kutter auf den Teller gefunden hatte.

BOURBON PFEFFER

ganz, handverlesene Voatsiperifery Wildernte

Sein fruchtig-scharfes und dezent herbes Aroma verträgt sich wunderbar mit Kurzgebratenem von Rind, Lamm, Wild und Wildgeflügel – auch Fisch, Pilze, Waldfrüchte und Schokoladenspezialitäten verlangen nach diesem einzigartigen Pfeffer.

www.wiberg.eu

WIBERG®
MEHR GESCHMACK. MEHR GENUSS.

WAS BEDEUTET EIGENTLICH ... REGIONAL?

von Bettina Schneider

„DIE TATSACHE, DASS PRODUKTE AUS DER REGION STAMMEN UND NICHT AUS DEM AUSLAND, GIBT MIR EIN BESSERES GEFÜHL.“

DAS IST NUR EINE AUSSAGE EINER UMFRAGE DES FORSA-INSTITUTES, DIE BESTÄTIGT: **65 % DER VERBRAUCHER** ACHTEN BEIM KAUF VON LEBENSMITTELN AUF EINE REGIONALE HERKUNFT. DOCH IST UNS ÜBERHAUPT BEWUSST, WIE UNSER SUPERMARKT OHNE IMPORTE AUSSEHEN WÜRDE?

SEHNSUCHT NACH KULINARISCHER HEIMAT

In Zeiten der Globalisierung und eines grenzenlosen Angebots an Lebensmitteln aus allen Herren Länder wird der Schrei nach einer gegensätzlichen Entwicklung seit einiger Zeit immer lauter: **Transparenz im Hinblick auf die Herkunft unserer Lebensmittel.** Kunden legen beim Einkaufen und im Restaurant steigenden Wert auf **Nachhaltigkeit** und **soziale Gerechtigkeit.** Das Gütesiegel **„Bio“** wird nahezu überholt von **„Aus der Region“,** wenn man sich Werbung, Speisekarten und die Regale im Supermarkt anschaut. Dabei sind die regionalen Produkte häufig sogar teurer als die mit Bio-Siegel. Aber sie haben andere Vorteile, die vielen Verbrauchern das Geld wert sind: Die Lieferketten sind nicht ganz so anonym und schaffen **mehr Vertrauen in die Qualität der Lebensmittel.** Die Lebensmittel erscheinen oftmals frischer, und der Kunde hat das Gefühl, mit seinem Einkauf einheimische Produzenten zu unterstützen. All das lassen sich vor allem Städter, Frauen und gut situierte Konsumenten gerne etwas mehr Geld kosten, belegt das Ökobarometer.

DEFINITIV KEINE HEIMAT – ABER GERADE DAS IST ERWÜNSCHT!

Avocados aus Chile, Oliven aus Griechenland, Käse aus Frankreich, Rindfleisch aus Argentinien. Das sind wohlvertraute Lebensmittel in unseren Supermarktregalen. **Wir schätzen sie gerade aufgrund ihrer Herkunft,** und würden sie nicht mehr zum Kauf angeboten werden, sähe unser Supermarkt ganz schön trist aus. Gerade **die Mischung** von Lebensmitteln aus Deutschland und anderen Ländern schafft die **Vielfalt,** die Konsumenten gewohnt sind.

UND WAS NUN?

Die Produkte, die am meisten mit Regionalität verbunden werden, sind Obst, Gemüse, Geflügel und Eier. Die lokale Herkunft ist für viele Menschen das Thema Nummer eins. **Lokalität schafft Vertrauen** und rückt Lebensmittel in das Bewusstsein des Kunden. Doch wie lassen sich die sich wandelnden Kundenbedürfnisse in **Marktpotenziale** übersetzen? Wie lassen sich die Megatrends „Regional“ und „Bewusstes Essen“ mit der dennoch gewünschten Lebensmittelvielfalt verknüpfen? **Die Mischung macht es.** In Zukunft gehört zur rein geographischen Herkunft (dem Umland) auch die **Sinnesebene,** also das Nachhaltige. Wenn Produkte eine **positive Story** haben, wird der Geschmack erlebbar und die jeweilige Heimat wird zu der des Konsumenten. Die kulinarische Reise kann beginnen.

DAS GUTE LIEGT UNS NAH

Das Thema Regionalität ist mehr als komplex. Nachdem wir uns dem Supermarkt gewidmet haben, könnten wir uns die wirtschaftlichen und landwirtschaftlichen Aspekte genauer ansehen, um auch hier Antworten auf die Frage **„Ist regionale Versorgung überhaupt möglich?“** zu bekommen. Es gibt zahlreiche Hürden und festgefahrene Strukturen im Wirtschaftssystem, sodass eine rein regionale Versorgung mit Lebensmitteln aufgrund der Bevölkerungsdichte überhaupt nicht gewährleistet werden könnte. **INTERGAST** setzt hier an und bündelt die einzelnen **Kompetenzen seiner regionalen Partner** zu einer starken Gemeinschaft. Partner vor Ort wissen am besten, was die jeweiligen Kunden wünschen. Sie sind an über 120 Standorten Ansprechpartner für Gastronomen, Hoteliers und Gemeinschaftsverpfleger. Durch diese Bündelung der Kräfte ist für den Kunden das bestmögliche Sortiment aus nationalen und regionalen Produkten vor Ort im Angebot.

TRANSPARENT

Bauern und Hofläden ziehen mit Innovationen nach. Neben **Milchtankstellen** gibt es Automaten für frische Eier aus Freilandhaltung, Marmelade und Gemüse und im Anschluss können sogar die Hühner und Kühe nebenan angefasst werden. So entsteht **Nähe zum Produkt.** Die Mischung aus Hofläden, starken regionalen Partnern, Metzgern und Bäckern sowie guten Lebensmitteln mit Story aus dem Ausland ist einfach ideal.

Grocholl
Aus gutem Grund.

Wir verwenden ausschließlich Kartoffeln, die aus besten Anbaugebieten, wie der Heide und der Altmark, stammen. Höchste Qualität und ein Geschmack wie frisch gekocht werden von uns jederzeit garantiert.

Fertig gekochte, vakuumverpackte Kartoffeln – sofort einsetzbar

Mehrere Monate haltbar – ohne Konservierungsstoffe

Ganzjährige Lieferfähigkeit bei gleichbleibender Qualität

Über 50 Jahre Erfahrung garantieren beste Qualität

TOP MARKE 2016 Lebensmittel Zeitung
www.topmarke.net

www.grocholl.de

NEU
ERLEBEN SIE DEN GENUSS!

VERWÖHNEN SIE MIT ...
FEINSTEN KAKAOSPEZIALITÄTEN

- Feine Trinkschokoladen in kompromissloser Gastgeberqualität
- Aus erlesenen Kakaobohnen – für authentischen Genuss
- Im maschinengeeigneten Beutel oder als praktische Tassenportion

JDE | PROFESSIONAL
A coffee for *every cup*

Kulinarischer Kalender

von Bettina Schneider & Lena Jochum

INTERESSANTE UND LECKERE TERMINE, MESSEN UND EVENTS RUND UM DIE GASTRONOMIE WARTEN IN DEN HERBST- UND WINTERMONATEN AUF WISSBEGIERIGE BESUCHER. TRENDS WARTEN DARAUF, ENTDECKT, UND GENÜSSE, ZELEBRIERT ZU WERDEN. LASSEN SIE SICH INSPIRIEREN!

OKTOBER

BERLIN FOOD WEEK
Berlin, 14.–21.10.2017
www.berlinfoodweek.de

1RST STREET FOOD FESTIVAL PEINE
Peine, 20.–22.10.2017
www.peinemarketing.com

DREILANDMESSE
Rheinfelden,
20.–22.10.2017
www.dreilandmesse.de

STREET FOOD FESTIVAL
Mainz, 21.–22.10.2017
www.street-food-festival.de

SÜFFA
Stuttgart,
21.–23.10.2017
www.messe-stuttgart.de/sueffa

FEIN & LECKER
Rödermark, 29.10.2017
www.feinundlecker-messe.com

NOVEMBER

WINE AND TASTE FESTIVAL
Düsseldorf,
3.–4.11.2017
www.wineandtaste.de

FISCH & FEINES
Bremen,
3.–5.11.2017
www.fisch-feines.de

STREET FOOD EVENT
Wolfsburg,
3.–5.11.2017
www.street-food-events.com

BESONDERS-LECKER
Hamburg, 5.11.2017
www.besonders-hamburg.de

ISS GUT!
Leipzig, 5.–7.11.2017
www.iss-gut-leipzig.de

SLOW FOOD MARKET
Zürich (CH),
10.–12.11.2017
www.slowfoodmarket.ch

ALLES FÜR DEN GAST
Salzburg,
11.–15.11.2017
www.gastmesse.at

CRAFTBEERMESSE
Mainz, 17.–18.11.2017
www.craftbeermesse.de

GLOBAL FOOD SUMMIT
Berlin, 29.–30.11.2017
www.globalfood-summit.com

Hier finden Sie uns: Standnummer: 1B35

DEZEMBER

FOOD & LIFE
München,
29.11.–3.12.2017
www.food-life.de

GOÛTS & TERROIRS
Bulle (CH),
29.11.–3.12.2017
www.gouts-et-terroirs.ch

INTERWHISKY
Frankfurt, 1.–3.12.2017
www.interwhisky.com

JANUAR

BEST OF EVENTS INTERNATIONAL
Dortmund,
10.–11.1.2018
www.boe-messe.de

INTERNATIONALE GRÜNE WOCHE
Berlin, 19.–28.1.2018
www.gruenewoche.de

GASTRO_TEK
Kalkar, 22.–23.1.2018
www.messekalkar.de/de/gastro_tek

ISM INTER-NATIONALE SÜSSWARENMESSE
Köln, 28.–31.1.2018
www.ism-cologne.de

FEBRUAR

INTERGASTRA
Stuttgart,
3.–7.2.2018
www.messe-stuttgart.de/intergastra

FRUIT LOGISTICA
Berlin, 7.–9.2.2018
www.fruitlogistica.de

BIOFACH
Nürnberg,
14.–17.2.2017
www.biofach.de

FOOD SENSATION
Dortmund,
16.2.2017
www.food-sensation.de

HÜLSHORST FEINKOST

FLEISCH-SNACKS IN HÜLSHORST-QUALITÄT

Wenig Zeit durch **viel** Qualität ersetzen

In Minutenschnelle mit Geschmack und Aussehen überzeugen? Unsere Produkte haben bisher jeden Appetit gestillt, Impuls-Käufer zu Stammkunden gemacht – und ein gutes Absatzplus zwischen den Hauptmahlzeiten.

Jetzt den aktuellen Katalog kostenlos anfordern:
info@huelshorst-feinkost.de

Die vielseitigen Butterspezialitäten von MEGGLE

Besonders Fleisch wird damit zum Genuss.
Dank der verschiedenen Gebindegrößen können
Sie mit ihnen schnell und einfach
Ihre Gerichte verfeinern.

1. MEGGLE Kräuter-Butter:
das Original mit der herrlich
frischen Kräuternote

2. MEGGLE Knoblauch-Butter:
mit feinen Knoblauchstückchen perfekt
für herzhaft-pikanten Genuss

3. MEGGLE Kräuterbutter ohne Knoblauch:
ohne Knoblauch ein kräuterwürziges
Geschmackserlebnis ganz ohne Reue

MEGGLE
Foodservice

VON KÄFER BIS KAFFEEKIRSCHE?!

von Bettina Schneider

WAS UNS DIE NOVEL-FOOD-VERORDNUNG AB DEM 1. JANUAR 2018 BRINGT

Zwei Jahre hatten Unternehmen Zeit, sich die neuen Richtlinien der Novel-Food-Verordnung näher zu Gemüte zu führen. Ab dem 1. Januar 2018 sind diese dann verbindlich. Wie das Bundeslandwirtschaftsministerium mitteilte, wird unter anderem das Bewertungs- und Zulassungsverfahren für **Novel Food** – also Lebensmittel, die vor 1997 in der EU unbekannt waren – vereinfacht und beschleunigt.

WAS IST NOVEL FOOD?

Zu Deutsch: **Neuartige Lebensmittel** sind Lebensmittel, die von den europäischen Bürgern vor Mai 1997 nicht in nennenswertem Umfang verzehrt wurden. Dies umfasst Lebensmittel aus **neuen Quellen** (z. B. an Omega-3-Fettsäuren reiches Krillöl) sowie Lebensmittel, die mittels **neuer Technologien** (z. B. Nanotechnologie) oder unter **Verwendung neuer Stoffe** (z. B. Phytosterine, auch Pflanzensterole) gewonnen werden.

WAS SIND TRADITIONELLE LEBENSMITTEL?

Traditionelle Lebensmittel sind eine Untergruppe neuartiger Lebensmittel. Der Begriff bezieht sich auf Lebensmittel, die in Ländern **außerhalb der EU** traditionell verzehrt werden. Hierzu zählen Lebensmittel aus Pflanzen, Mikroorganismen, Pilzen, Algen und Tieren (z.B. Chiasamen, Baobabfrüchte, Insekten oder Wasserkastanien).

WIE SIEHT DER WEG DER ZULASSUNG DIESER LEBENSMITTEL GENERELL AUS?

Neuartige Lebensmittel müssen gemäß der Novel-Food-Verordnung zunächst durch eine **Sicherheitsprüfung** der auf nationaler Ebene zuständigen Behörden oder der Europäischen Behörde für Lebensmittelsicherheit, der EFSA. Danach benötigen sie eine Zulassung für die **Vermarktung in der EU.**

KAFFEEKIRSCHE: TRADITION VS. HÜRDEN

Sah man doch bereits einige Produkte im Handel auf der Basis von **Kaffeekirschextrakt,** so mussten diese wieder vom Markt genommen werden. Schikane? Da die Kaffeekirsche auf der Liste des Novel Food steht, muss diese als Inhaltsstoff zuerst freigegeben werden und darf dann nach gründlicher Überprüfung erst in die Produktion. In **Mittel- und Südamerika** wird diese schon lange als Lebensmittel genutzt, in der EU wäre die Kaffeekirsche dann wohl eher als traditionelles Lebensmittel anzusehen. Die Verwendungsgeschichte muss **mindestens 25 Jahre** nachgewiesen sein und erst dann kann der Prozess der Zulassung angekurbelt werden.

DAS GROßE KRABBELN

Der Trend, **Insekten als Nahrungs- und Genussmittel** für Menschen – statt nur als Tierfuttermittel – zuverwenden, hat Deutschland erreicht. Viele der Tiere gelten aufgrund ihres **hohen Nährstoffgehaltes** als gesund. Als mögliche neue Nahrungsmittel müssen sie jedoch zum Schutz der Konsumenten als essbar gekennzeichnet sein und bestimmte Sicherheitskriterien erfüllen.
Kommt also bald der Käferburger? In einem 100-g-Burgerpatty können z. B. über 1.000 Buffalwümer verarbeitet werden. Das ist eine Larvenart, die sich später zu Käfern verwandeln würde, jedoch schon vorher verarbeitet wird. Die **Proteine** sollen sehr hochwertig sein und schneller vom Körper aufgenommen werden können.
Wer's mag ... Wir dürfen gespannt sein, welche neuen Lebensmittel 2018 in den Regalen stehen werden.

TRANSPARENT

Das weltweit wohl am häufigsten verzehrte Insekt ist der Eri-Seidenspinner. Die Raupen sind robust und einfach zu züchten; ganz ohne Hightech und schon bei Temperaturen um die 20 Grad Celsius. Ihre Nahrung beschränkt sich auf Kirschlorbeerblätter. D.h. diese Insekten müssen nicht mit Grundnahrungsmitteln aufgezogen werden, was wiederum unseren ökologischen Fußabdruck verbessert. Wann ein Antrag in der EU für die Einordnung als Novel-Food gestellt wird, bleibt abzuwarten.

FIRMEN IN DIESER AUSGABE:

AEG
www.aeg.de

AMMOLITE – THE LIGHT-HOUSE RESTAURANT
www.ammolite-restaurant.de

BORA
www.bora.com

III FREUNDE
www.dreifreundeweine.com

HERMANN´S
www.hermanns.bio

HOTEL WALDKRUG
www.waldkrug.de

HNYMEE
www.hnymee.de

JULIANE ELLER WEINE
www.juwel-weine.de

JUST SPICES
www.justspices.de

MATTHAES VERLAG
www.matthaes.de

NENIO DÜSSELDORF
www.nenio-restaurant.de

KATI NEUDERT
www.vegan-zu-tisch.de

NOBELHART & SCHMUTZIG
www.nobelhartundschmutzig.com

PANCAKEBOT
www.pancakebot.com

PETH-WETZ WEINE
www.peth-wetz.com

PIER 3 WOHNIDEEN
www.pier3-wohnideen.de

REDWOOD TREE HOUSE
www.redwoodtreehouse.com

ROSENTHAL PORZELLAN
www.rosenthal.de

SCHLOSS LOERSFELD
www.schlossloersfeld.de

SCHLÜRF
www.schluerf.de

SMALT
www.mysmalt.com

THE TABLE HAMBURG
www.thetable-hamburg.de

THORBECKE VERLAG
www.thorbecke.de

TOM'S PREMIUM SELECTION
www.tps-reisen.com

VAC-STAR
www.vac-star.com

VEGA GASTRONOMIEBEDARF
www.vega-direkt.com

VILLEROY & BOCH
www.villeroy-boch.de

ZS VERLAG
www.zs-verlag.com

nº 7 ERLEBEN SIE IN AUSGABE Nº 7:

UNSERE NEUE MASTER CHEF EDITION EIGENMARKE FISCH AB FEBRUAR 2018.

FEIERN SIE MIT UNS IN 2018 30 JAHRE INTERGAST!

MASTER CHEF EDITION

Chef de Cuisine 06/2017

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

REDAKTIONSLEITUNG
Bettina Schneider

ART-DIREKTION
Elisa Weimar

REINZEICHNUNG
Daniela Schott, Emanuele Wallat-Veronese

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, III Freunde, AEG, Ammolite Restaurant, Bora, E.M. Group Holding AG, Flaticon.com, Fotolia, Freepik.com, GettyImages, Hermann's, Hotel Waldkrug, HNYMEE, INTERGAST, iStock, Juliane Eller Weine, JUST SPICES, Matthaes Verlag, Nenio Düsseldorf, Nobelhart & Schmutzig, Pancakebot, Peth-Wetz Weine, Photocase, Pier 3 Wohnideen, Redwood Tree House, Rosenthal Porzellan, Schloss Loersfeld, Schlürf, SMALT, Stefan Braun, Stockfood, Stocksy, The Table Hamburg, Thorbecke Verlag, Tom's Premium Selection, Vac-Star, Vega Gastronomiebedarf, Villeroy & Boch.

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

ANZEIGENSCHLUSS
Acht Wochen vor Erscheinen

VERLAG & 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 auszugsweise, nur nach schriftlicher Zustimmung durch INTERGAST erfolgen.

IHRE NÄCHSTE AUSGABE DER CHEF DE CUISINE ERSCHEINT IM FEBRUAR 2018.

„BUTTER BEI DIE FISCHE!
FRISCH. REGIONAL. NACHHALTIG.“

„Jetzt mal Klartext!“, wie man im Norden sagt. Absolute Frische, regionale Herkunft und nachhaltige Konzepte liegen uns am Herzen. Diese drei Attribute stehen für uns bei **INTERGAST** immer im Vordergrund. Denn sorgfältiges und verantwortungsvolles Handeln ist die Grundlage für beste Qualität.
Erleben Sie **ab Februar 2018** mit uns gemeinsam die ganze Welt unserer neuen exklusiven Eigenmarke **MASTER CHEF EDITION für Fisch.**

BESUCHEN SIE UNS DESHALB AUF DER:

- **INTERGASTRA** vom 3. bis 7. Februar 2018, Halle 1, Stand 1B35
- **INTERNORGA** vom 9. bis 13. März 2018, Halle A1, Stand 410

www.intergast.de

INTERGASTRA
Die ganze Welt des Gäste-Business

INTER NORGA

intergast
Und Dein Rezept funktioniert