

# CHEF DE CUISINE

**intergast**  
Und Dein Rezept funktioniert



*verliebt  
in Frische*

n<sup>o</sup>

**CONVENIENCE**  
FRISCHE MIT ANSPRUCH

8

SÜSSE SÜNDEN  
CALIFORNIA DREAMING

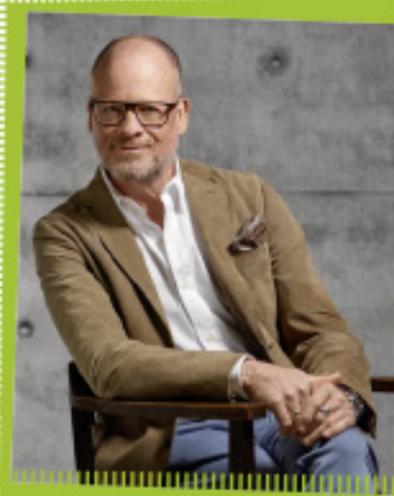
JETZT WIRD ABGERECHNET!  
MIT FRANZ KELLER

FRISCHE CONVENIENCE  
IST DIE KUNST,  
QUALITÄT, GESCHMACK UND KOMFORT  
ZU VEREINEN



ERFOLGREICH IST, WER RICHTIG ISST – DAS VERLANGEN NACH FRISCHEM GENUSS BEGEGNET UNS MITTLERWEILE AN JEDEM NUR DENKBAREN POINT OF SALE. UM DIESEM ANSPRUCH GERECHT ZU WERDEN, REICHT EIN VITALES ANGEBOT ALLEIN HEUTE NICHT MEHR AUS: DAS STETS MIT FRISCHEN KOMPONENTEN AUFWARTENDE QUALITY FOOD MUSS DARÜBER

HINAUS ÜBERALL, ZU JEDER ZEIT UND FÜR JEDLICHE ART VON MAHLZEIT VERFÜGBAR SEIN – UND DAS BEI GLEICHBLEIBENDER QUALITÄT UND BESTÄNDIGER PRODUKTSICHERHEIT. KÖNNEN DER IDEENREICHUM UND DER TECHNISCHE FORTSCHRITT DER BRANCHE DABEI HELFEN, DIESE HERAUSFORDERUNG ZU MEISTERN? AUF DER SUCHE NACH DER ANTWORT AUF DIESE VIELVERSPRECHENDE FRAGE NIMMT INTERGAST SIE IN DIESER AUSGABE DER CHEF DE CUISINE MIT AUF EINEN STREIFZUG IN DIE CHANCENREICHE WELT DER NEUEN, FRISCHEN CONVENIENCE.



Liebe Leserin, lieber Leser,

Im Angesicht des um sich greifenden Personalmangels in der Gastronomie erscheint der stetig wachsende Anspruch der Gäste an vitalen Genuss häufig nahezu unerfüllbar. Aber es gibt einen Weg, der Konkurrenz an zunehmenden gastronomischen Angeboten im LEH und Co. – trotz fehlender Fachkräfte – etwas entgegenzusetzen zu können: Mit Hilfe modernster Technologien sowie kreativer Konzeptideen kommen immer mehr Produkte und Gesamtlösungen auf den Foodservice-Markt, die die Küchenchefs bei dieser Herausforderung ungemein unterstützen können. Wäre da nicht das über lange Zeit etablierte Vorurteil gegenüber dem viel und kontrovers diskutierten Begriff der Convenience. Dabei haben viele vorverarbeitete Lebensmittel heute so gar nichts mehr mit den allseits bekannten „Dosenravioli“ gemein. Ich denke da nur an Fisch, der viel frischer ist, wenn er seit dem Fang durchgehend eingefroren war, als wenn er seinen Lieferweg zwar unverarbeitet, aber dafür nur gekühlt zurücklegt. Dieses Beispiel zeigt, dass bestimmte Produkte unter Umständen sogar hochwertiger sein können, wenn der richtige Convenience-Grad gewählt wird.

Wenn Industrie und Lieferanten also eine gleichwertige Qualität auf conveniente Art bieten können, ist es nur eine Frage der Akzeptanz, ob Köche bereit sind, diesen ihnen zugutekommenden Mehrwert anzunehmen. Denn „selbst gemacht“ ist reine Definitionssache. Ebenso wie „Convenience“, die genau genommen schon beim geputzten Gemüse anfängt und von nahezu jedem Koch selbst hergestellt wird. Die gesparte Zeit bei der Vor- und Zubereitung kann letztendlich für den Feinschliff, das Anrichten und

In-Szene-Setzen des Tellers, genutzt werden. Denn das gute alte Sprichwort „Das Auge isst mit“ gewinnt im Social-Media-Zeitalter mehr denn je an Aktualität und die Optik des Gerichts dient als Grundlage für die digitale Kommunikation der Generation #foodie.

Die gute Nachricht also ist: Jede Herausforderung bringt auch immer ein riesiges Potenzial für neue Entwicklungsfelder und individuelle Lösungen mit sich. Bei INTERGAST begegnen wir den Herausforderungen dieses Wandels mit einer Begeisterung für die dahinterstehenden Chancen. Um das dabei tagtäglich erlernte Wissen mit Ihnen zu teilen, haben wir den neuen Anspruch an frische Convenience zum Superthema dieser Ausgabe gemacht. Von sich ändernden Kundenbedürfnissen über den davon angetriebenen Wandel der Foodservice-Branche bis hin zum Blick in die Zukunft beleuchten wir frische Convenience in 10 Hot Stories aus den verschiedensten Blickwinkeln. Wie immer ausgeschmückt mit ein paar „Nice to know“-Fakten und Expertenstimmen der Branche. Natürlich kommen neben dem Superthema auch die begehrten Kapitel zu Produktrends (Brandheiß und Cheers, ab S. 6), Gastro-Neueröffnungen (Hut ab!, S. 56), Erfolgsgeschichten (Im Wandel, S. 60) und viele weitere spannende Stories nicht zu kurz.

Viel Spaß bei der Lektüre wünscht Ihnen

Ihr Ralf Lambert  
Geschäftsführer INTERGAST

**6**  
BRANDHEISS

**8**  
Cheers  
Sommer  
special

**10**  
BLICK WINKEL

**12**  
INTERGAST  
AKTIV

**14**  
GEKOSTET

**20**  
SOCIAL  
MEDIA

**16** Blogs  
we love!

**44**  
CHEFS REZEPT

**48**  
Das gefällt

**50**  
SÜSSE SÜNDEN

**52**  
MÄNNER  
SACHE

**54**  
Regionale  
Helden

**56** HUT AB!

**60** IM WANDEL

**58**  
Schon  
gewusst?

**62**  
KULINARISCHER  
KALENDER

**64**  
IMPRESSUM

**66**  
JETZT WIRD  
ABGERECHNET!

# SUPER THEMA

CONVENIENCE  
FRISCHE  
MIT ANSPRUCH

AB SEITE 22

verliebt  
in Frische



# SOMMEEHHHR!

## HOT STUFF FÜR DIE FREILUFTSAISON

von Bettina Schneider



1



2



4



5



6



7

### 1 AUF DEM HOLZWEG // [WWW.BARBECOOK.COM](http://WWW.BARBECOOK.COM)

Sommerzeit ist Grillzeit! Die neuen Räucherspäne Lemon von barbeecook geben ein würziges Zitrus-Raucharoma mit leichter Fruchtnote ab und verleihen Ihrem Grillgut so eine unvergesslich individuelle Note. Vor allem in Kombination mit Fisch absolut lecker!

### 2 HANDS OFF MY CHOCOLATE! // [WWW.HANDS-OFF.COM](http://WWW.HANDS-OFF.COM)

Diese Schokolade ist so lecker, dass man sie auf keinen Fall teilen will. Die witzigen Illustrationen auf der Verpackung passen zu den innovativen Geschmackskombinationen im Inneren. Runde belgische Schokoladrops, zu einem Riegel verbunden, portionierbar und hergestellt aus natürlichen Zutaten.

### 3 DIY GRISSINI // [WWW.OILVINEGAR.COM](http://WWW.OILVINEGAR.COM)

Spielend leicht! Mit dieser DIY-Backmischung backen Sie Ihre eigenen echten italienischen Grissini. Einfach Wasser und natives Olivenöl Extra hinzufügen, kneten und backen. Nach Geschmack würzen, fertig ist der beliebte Apéro-Snack!

### 4 NATÜRLICH DUFT // [WWW.WEISSWANGE.DE](http://WWW.WEISSWANGE.DE)

Handgepresstes Pomeranzen-, Zitronen- und Limettenöl, mediterrane Kräuter, Orangenblütenwasser und Meersalz sowie Extrakte aus Gurke und Hibiskus verleihen den Tonic-Water-Sorten von Kim Weisswange ihren intensiven Geschmack! Die Hamburger Parfümeurin fertigt in ihrer Manufaktur Premium-Mixe mit exklusiven Geschmacksnoten, die nur die Natur kreieren kann. Sämtliche Inhaltsstoffe sind aus biologischem Anbau.

### 5 BLUMIGER GENUSS // [WWW.DAISY-GIN.COM](http://WWW.DAISY-GIN.COM)

Hier kommt ein waschechter London Dry Gin, der ausschließlich aus ökologisch angebauten Zutaten besteht. Kantig, kräftig, ehrlich. Gänseblümchen im Destillat erinnern an sommerliche Wald- und Wiesenlandschaften, Orangenblüten und Gojibeeren runden diesen unverwechselbaren Sommergeschmack ab. Unbedingt pur probieren!

### 6 STÄRKE DICH! // [WWW.BERLINORGANICS.DE](http://WWW.BERLINORGANICS.DE)

Mit diesem Superfood-Trinkpulver mit Maca, Chiasamen, Lúcum und Hanfprotein kommen Ihre sportlichen Gäste auf ihre Kosten. Einfach in Smoothies, Müsli oder in den Shake einrühren – fertig ist der Kraftpaket-Verkaufsschlager!

### 7 EIS EIS BEMBEL // [WWW.BEMBEL-WITH-CARE.DE](http://WWW.BEMBEL-WITH-CARE.DE)

Mit Bembällchen kommt eisgekühlter Apfelweingenuss in Sorbet-Form auf den Tisch. 65% Apfelwein mit 2,8 Vol.-% Alkohol – und 100% Odenwald. Unfassbar cremig im Geschmack und genauso fruchtig und einzigartig wie das Traditionsgetränk Hessens.

MENZ & GASSER

DER FRUCHTIGE SPRUNG IN DEN TAG.



FÜR DEN PERFEKTEN FRÜHSTÜCKSTISCH

Menz & Gasser ist der traditionsreiche Frucht-spezialist aus dem Trentino-Südtirol und bietet für Hotels und Restaurants das größte zur Verfügung stehende Sortiment auf dem Markt: Marmeladen, Konfitüren, Honig und Nuss-Nougat-Cremes oder Erdnussbutter – auf Wunsch auch biologisch oder light. Es gibt praktische Einzelportionen ebenso wie edle Gläser und großformatige Behälter. Schöne und praktische Theken- und Ausstellungs-displays runden das Angebot ab. Menz & Gasser: Partner der Gastronomie seit 1935.



Mehr unter: [www.menz-gasser.it](http://www.menz-gasser.it)

# Lässig ganz ohne Prozedere

von Bettina Schneider und Linda Beck

LAUE SOMMERABENDE ZIEHEN UNS RAUS INS FREIE. OB FEIERABENDBIER MIT KOLLEGEN ODER GESELLIGES ESSEN MIT FREUNDEN – LANGE ZEIT DURFTE DABEI KEIN ALKOHOL FEHLEN. MITTLERWEILE SIND PROZENTFREIE GETRÄNKE ABER MINDESTENS GENAUSO ANGESAGT UND VIELE GASTRONOMEN PUNKTEN MIT ALKOHOLFREIEN SPECIALS. HABEN SIE IHR GETRÄNKEMENÜ SCHON AUFGEPEPPT? HIER EIN PAAR IDEEN FÜR HIPPE DRINKS OHNE SCHUSS.

## Neue Zutaten für alkoholfreien Genuss

Alkoholfreie Getränkealternativen zu kreieren ist eine Herzensangelegenheit gehobener Restaurants und innovativer Bars geworden. Stets frisch zubereitet und mit außergewöhnlichen Geschmäckern eröffnen diese Drinks eine neue Genuss- und Erlebniswelt. So wird im Restaurant Horváth in Berlin z.B. Molke mit Kren, Honig und Leindotteröl oder Radicchiowasser & Mandel-Zitronenöl serviert.

## Trink dich fit!

Neben dem Erlebnischarakter spielt auch der anhaltende Trend eines gesunden Lifestyles mit in die Rezeptkreation ein und beeinflusst so eine ganze Branche. Gewünscht sind weniger Zucker bzw. Zuckeralternativen, keine Zusatz- oder Konservierungsstoffe, dafür aber mehr Proteine, Vitamine und Nährstoffe. Dabei muss die kühle Erfrischung gar nicht immer hausgemacht sein. Die Vielzahl an innovativen Getränke-Start-ups und neuen Produktlinien bekannter Hersteller lassen Sie genauso hip dastehen – ganz ohne Aufwand und ohne schal zu werden.

## FLÜSSIGES SUPERFOOD

ZKIQ Energieliebe ist der neue gesunde Superfood-Energy-Drink. Er ist ein gesunder 2-Komponenten-Drink (Flüssigkeit und Pulver) mit einem perfekt abgestimmten, natürlichen Koffein-komplex aus grünem Tee und Guarana. Im separaten KIOstick bleiben die Vitamine, Mineralstoffe und Antioxidantien bis zur Mischung vollständig erhalten. Superfoods wie Baobab, Moringa, Goji und Acai sind die Grundlage für diesen Nährstoffkick.



## BASILIKUM MEETS INGWER

Mit dem Mix aus Basilikum und Ingwer schafft Balis die richtige Balance zwischen Süße und Schärfe. Ein Getränk, das erfrischend anders und überraschend vielfältig ist. Verwendet werden nur natürliche Fruchtsüße und natürliche Aromen. So schmecken nie enden wollende Sommernächte!

## GIN OHNE ALKOHOL?

Was in UK schon super funktioniert, kommt jetzt als neues Trendgetränk in schöner Verpackung nach Deutschland. Seedlip ist ein alkoholfreier Gin. Es gibt ihn in zwei Sorten: Garten 108 mit Erbe, Heu und Minze sowie Spice 94 mit Kardamom, Eiche und Grapefruit. Sehr spannende Kombinationen!



## BLACK BEAUTY

Schönheit kann man jetzt trinken! Während Aktivkohle bisher vor allem aus der Kosmetikbranche bekannt ist, macht sich The Black starwater die entgiftende Wirkung dieses Nährstoffs nun als Getränk zu eigen. Das schwarze gefilterte Functional Water mit Aktivkohle hilft dem Körper von innen, auf ganz natürliche Art und Weise zu entgiften.



## UPCYCLING DER KAFFEEKIRSCHEN

Bis vor Kurzem waren die Fruchtschalen der Kaffeekirsche lediglich ein Abfallprodukt der industriellen Kaffeernte. Was Kaffeebauern in den Anbauländern als Tee trinken, macht Caté nun als hippe Limonade salonfähig. Aus getrockneten Kaffeekirschen gebrüht, weckt diese nachhaltige und kalorienarme Limonade mit vielen Antioxidantien und natürlichem Koffein die Lebensgeister auf ganz natürliche Weise.



# JACOBS

## Minimaler Aufwand maximale Vielfalt



GTIN: 8711000505861  
Café HAG  
Tassenportionen  
25x1,8g

GTIN: 8711000370278  
Cocoa Fantasy  
Dark Sticks  
100x 25g



GTIN: 8711000506356  
Jacobs  
Cappuccino Sticks  
84x11g

GTIN: 8711000505991  
Jacobs  
Cronat Gold  
25x1,8g

JDE | PROFESSIONAL  
A coffee for every cup

# SCHÖNE NEUE FAST-FOOD-WELT!

von Bettina Schneider

DIE TAGE DER POMMESBUDEN UM DIE ECKE ODER DES SCHNELLEN SPEISENS IN EINEM DER FAST-FOOD-RIESEN AUS DEN SOERN SIND GEZÄHLT. DIE GESELLSCHAFT LEGT IMMER GRÖßEREN WERT AUF QUALITATIV HOCHWERTIGE SNACKS, DIE GENUSS UND GESUNDHEIT VERBINDEN. DAS KOMMT NICHT VON UNGEFÄHR, DENN DIE STETIG ZUNEHMENDE VERFÜGBARKEIT VON DIENSTLEISTUNGEN HAT UNSER ALLER LEBEN IN DEN LETZTEN JAHREN ENORM BESCHLEUNIGT. ALLES MUSS SCHNELL UND ÜBERALL VERFÜGBAR SEIN. DIESER TREND HAT AUCH IN DIE BEREICHE GASTRONOMIE UND ERNÄHRUNG EINZUG GEHALTEN. GROSSE FAST-FOOD-KETTEN MÜSSEN SICH DEM GESUNDEN TREND ANPASSEN, SONST WERDEN SIE ÜBERRANNT.

## SO ISST DEUTSCHLAND

Die TK-Studie „So isst Deutschland 2017“ zeigt, wie sich vor allem das Essen am Arbeitsplatz verändert hat. Gesundheitsbewusstsein ist Trend. Immer mehr Befragten der Studie ist es wichtig, gesund zu essen (45 % im Jahr 2017, 35 % im Jahr 2013). „Lecker“ landet mit 41 % nur noch auf dem 2. Platz. Natürlich freut es gerade Krankenkassen, wenn Mitglieder sich zunehmend mit ihrer Gesundheit beschäftigen. Diese Studie zeigt aber vor allem, wie sich die Gastronomie und Fast-Food-Konzepte verändern müssen, wenn sie Gäste erreichen wollen. Ein wachsender Teil der Bevölkerung versucht durch sein verändertes Essverhalten aktiv seine Umwelt zu schützen, seine Gesundheit zu fördern und bewusst mit Nahrungsmitteln umzugehen. Neben Vegetariern und Veganern steigt auch die Anzahl von sogenannten Flexitariern. Dieses veränderte Essverhalten und die immer höheren Ansprüche der Bevölkerung an Mahlzeiten bieten enormes Potenzial für Franchiseunternehmen im Bereich von gesundem Fast Food.

## FRISCH, SCHNELL, GESUND

Neue Franchise-Konzepte wenden sich bewusst an Menschen, die wenig Zeit haben und sich dennoch gesund ernähren wollen – ob Berufstätige, Pendler, Singles, Paare oder Familien. Die neuen Gastronomiekonzepte sollten unkompliziert und modern sein sowie ein vielfältiges Food-Angebot bieten, das auf jegliche Bedürfnisse zugeschnitten werden kann. Die Anforderung besteht darin, jeden individuellen Wunsch erfüllen zu können. Das gelingt am besten, indem eine Auswahl von Frische-to-go über Backtheken bis hin zur Full-Service-Gastronomie an ein und demselben Ort angeboten werden. Knackiges Obst und Gemüse aus der Region, Fisch und Fleisch von verantwortungsvollen Produzenten und natürliche Zutaten ohne Chemie sind die neuen Ansprüche an die Systemgastronomie von heute. Ob glutenfrei, laktosefrei, vegan, vegetarisch, low carb oder ohne Zucker: Diese von Gästen immer häufiger gewünschten Attribute müssen in Bezug auf das Angebot beachtet werden.

## FRESH TO EAT

Mit diesem Slogan wirbt das Konzept von dean&david. Leichte, gesunde Ernährung in Verbindung mit Genuss und Qualität ist eine Idee, die mehr als aufgeht. Seit nun über 10 Jahren werden immer mehr Filialen rund um den Globus eröffnet, denn dean&david ist ein Hotspot für gesunde Trendsetter. Im Fokus stehen hochwertige Zutaten, die besonders vitamin- und mineralstoffreich sind und ganz einfach von Hand zubereitet werden können. Sie werden größtenteils von regionalen Lieferanten bezogen. Ähnlich erfolgreich zeigt sich die erste jüngst in Köln eröffnete EXXI-Filiale. Das in Benelux, Frankreich und Italien sehr erfolgreiche Konzept setzt auf eine abwechslungsreiche und frische Küche nach dem Self-Service-Prinzip. Im Fokus steht der mobile, qualitätsorientierte Gast, der wenig Zeit hat und sich trotzdem gut und gesund ernähren will. Sämtliche Gerichte können vor Ort gegessen oder mitgenommen werden. Die Verpackung ist umweltfreundlich und das Ladendesign urban und gemütlich. Die Produkte reichen von handgebackenem Bio-Brot, Eiern und Hühnchen aus nachhaltiger Landwirtschaft, Obst und Gemüse in Bio-Qualität bis hin zu vitaminreichen, gekühlten Smoothies.



## Hawaiianisch erfrischt!

Eine Prise Pazifik, ein Spritzer Asien, bunte Farben und ganz viel Frische verspricht das hawaiianische Nationalgericht POKÉ. Derzeit eröffnen in ganz Deutschland zahlreiche Restaurants und Imbisse, die sich dem Mix aus rohem Fisch oder anderen Proteinwundern, Reis, Nudeln, Saucen und Kräutern widmen. So auch z.B. das Poké Makai des Sternkochs Mirko Gaul in Köln oder Kahuna Poké Bros. in Frankfurt. Die Bowls ermöglichen unbegrenzte Kombinationen und Genusslebnisse und sind in 15 Minuten verzehrfertig serviert.



Diese eiweißhaltigen Bowls sind nicht nur absolut schön anzusehen, sondern ein weiterer Schritt in der gesunden und bewussten Ernährung unserer Bevölkerung. Frische Küche mit wertvollen Nährstoffen für den Organismus steht eben für den urbanen Menschen weitaus mehr im Fokus als fettiges Fast Food, das lediglich Kalorien auf die Hüften bringt.



### BESTE QUALITÄT VOM MARKTFÜHRER\*



- Naturvergoren - sorgfältig hergestellt aus hochwertigen Zutaten
- Vegan, von Natur aus glutenfrei und laktosefrei
- Gutes Preis-Leistungs-Verhältnis
- Vielseitig in der Küche einsetzbar

\*IRI Handelspanel, Verkauf in tsd. Euro & Verkauf in tsd. Stück, LEH total, 2017.





„WIE FIT  
IST DAS DENN!“

## INTERGAST LÄUFT

Im Gewerbepark hoch<sup>3</sup> regiert der Sportsgeist. Rund 1.000 Läufer sorgten auch in diesem Jahr beim 14. hoch<sup>3</sup>-Firmenlauf für jede Menge Spaß. Zahlreiche Unternehmen und Behörden aus der gesamten Region Offenburg treten bei dieser Challenge in Dreier-Teams gegeneinander an. Rund 5,6 km sind dabei zu bezwingen. Dass INTERGAST mehr als fit ist, konnte jeder vom Streckenrand aus sehen. Drei Teams à drei Kollegen liefen, jubelten und feierten um die Wette.

Der nächste Firmenlauf kann kommen!

# SHOP AROUND THE CLOCK!

Der Webshop von **INTERGAST**  
macht's möglich

von Bettina Schnekler  
und Linda Beck



LEERE KÜHLSCHRÄNKE AM ENDE DER SERVICEZEIT? SO SOLLTE ES SEIN, DENN DAS HEISST, DER LADEN BRUMMT! NUR LEIDER KOMMT BEIM TAGESGESCHÄFT DABEI DIE ZEIT FÜR DIE WARENNACHBESTELLUNG SCHNELL MAL ZU KURZ. MIT DEM NEUEN WEB-SHOP VON INTERGAST GEHÖRT DIESES PROBLEM JETZT JEDOCH DER VERGANGENHEIT AN. MIT VIELEN NUTZERFREUNDLICHEN FEATURES ERMÖGLICHT ER RUND UM DIE UHR EINE OPTIMALE WARENDISPOSITION. SO BLEIBT GASTRONOMEN WERTVOLLE ZEIT ERSPART, DIE SIE STATTDessen DER ZUFRIEDENHEIT IHRER KUNDEN WIDMEN KÖNNEN.

### Einfach klicken, einfach kaufen

INTERGAST-Kunden können nicht nur an sieben Tagen in der Woche bestellen, der Webshop bietet noch viele weitere Vorteile: Persönliche Einkaufslisten, Daueraufträge und Informationen zu sämtlichen Waren unterstützen bei der täglichen Arbeit in der Küche und im Management. Spezifische Mengenangaben vereinfachen einen effektiven Preisvergleich und das Hinterlegen gewünschter Liefertermine sowie Mindestbestellmengen ermöglichen ein individuelles Warendispositionsmanagement. Darüber hinaus bietet das nutzerfreundliche Design eine tagesaktuelle Ansicht von Neuprodukten und Angebotsartikeln. Per Mausclick ist so die einfache Teilnahme an allen Aktionen möglich.

### So holen Sie sich Ihre Zugangsdaten

Um in dieses neue, zeitsparende Einkaufserlebnis voller Vorteile und Inspirationen zu starten, müssen Kunden von INTERGAST einfach nur ihren zuständigen Kundenberater ansprechen.

### Alle Vorteile auf einen Blick

- ✓ Zugriff auf alle relevanten LMIV-Informationen
- ✓ Beliebig viele Einkaufslisten und Warenkörbe anlegen und verwenden
- ✓ Ideen und Inspirationen zu saisonalen Themen und Trends für die Speisekarte
- ✓ Jederzeit Zugriff auf die Bestellhistorie
- ✓ Zeit- und Arbeitersparnis im gesamten Einkaufs- und Beschaffungsprozess
- ✓ Jederzeit und von überall aus einkaufen
- ✓ Inklusive Inventurmodul
- ✓ Läuft mit allen gängigen Browsern

### HINWEIS

PROFITIEREN SIE VOM GANZHEITLICHEN KÜCHEN-MANAGEMENT-SYSTEM INTERGAST ON-LINE UND VIELEN WEITEREN EDV-MODULEN!

# AVOCADO

## DIE POWERFRUCHT DES URBANEN LEBENSSTILS

AVOCADOS GELTEN ALS GESUND, NÄHRSTOFFREICH UND ABSOLUT VIELSEITIG. OB IM SMOOTHIE VERARBEITET, ALS TRENDIGE AVO-LATTE ODER EINFACH AUF'S BROT: DIE POWERFRUCHT PASST IMMER. LAG DIE IMPORTMENGE VON AVOCADOS IN DEUTSCHLAND 2008 NOCH BEI RUND 19.300 TONNEN, SO IST DIESE 2017 AUF ÜBER 58.000 TONNEN GESTIEGEN. EIN REGELRECHTER BOOM! MAN KÖNNTE SOGAR SAGEN: „AVOCADOS SIND DIE BUTTER UNSERER GENERATION.“

von Bettina Schneider

### ■ GESUNDES GRÜNZEUG!

Die grüne Frucht ist nicht nur vielseitig in ihrer Verwendung, sondern zählt neben der Olive zu den fettreichsten Früchten. Die gute Nachricht: Es handelt sich vor allem um wichtige ungesättigte Fettsäuren. Diese erleichtern die Aufnahme anderer Nährstoffe unserer Lebensmittel um ein Vielfaches. In diversen Studien wurde gezeigt, dass Personen, die Avocados konsumieren, im Vergleich zu jenen, die keine konsumieren, Nährstoffe 5-mal besser aufnehmen. Reich an Proteinen, Vitamin A, B und E und weiteren Mineralstoffen bringt sie den menschlichen Organismus so richtig in Schwung. Auch Low-Carb-Fans lieben Avocados, denn sie besitzen nur 9 g Kohlenhydrate auf 100 Gramm.

### ■ UND DOCH EINE BEERE!

Avocadobäume gehören zu den Lorbeergewächsen. Ordnet man sie fälschlicherweise aufgrund ihres Geschmacks eher als Gemüse ein, so ist sie botanisch gesehen eine Frucht. Genauer gesagt: eine Beere. Hinter der dunkelgrünen runzeligen Schale verbirgt sich das weiche, hellgrüne Fruchtfleisch. In der Natur hängen die großen Beeren an hohen Bäumen, fallen im unreifen Zustand ab und reifen dann am Boden nach.

### ■ BOOM IN DEN 90ERN

Während die Avocado in ihrer natürlichen Heimat Mexiko und Kalifornien schon immer sehr beliebt war, gewann sie erst vor knapp 20 Jahren auch in Europa an Popularität. Von den USA ausgehend startete eine breite Vermarktung, die Ende der 90er dabei helfen sollte, die Fettangst bei den Konsumenten abzubauen und den Avocadobauern mehr Umsatz zu bringen. Wie bei vielen anderen Food-Trends auch sind Facebook und Instagram dafür verantwortlich, dass die Avocado in den letzten Jahren weltweit einen regelrechten Hype ausgelöst hat. Zugenommenes Bewusstsein für Nahrungsmittel, Verzicht auf Fleisch und Bewegungen wie *cleaneating* und *fitfood* haben die Superbeere zu einer der beliebtesten Früchte rund um den Globus gemacht. Oft fotografiert und genussvoll geteilt.

## Frisch hinterfragt!

Bei all diesen Vorteilen sollte man beachten, dass der Avocado-Trend mit Vorsicht zu genießen ist. Denn vorwiegend wird die grüne Frucht importiert und im Kühlcontainer quer über den Atlantik aus Mexiko oder Chile geschifft. Hallo, lieber ökologischer Fußabdruck! Auch die mexikanische Bevölkerung leidet unter dem Hype, denn jährlich werden tausende Hektar Wald dort gerodet, um Platz für zusätzliche Avocadofelder zu schaffen. Dies verspricht immer mehr Geld und Exporte, aber auf der anderen Seite fehlt dort immer mehr Wasser. Kleine Anmerkung: Für die Produktion eines Kilogramms Avocado sind rund 1.000 l Wasser nötig! Was können wir daher tun? Wer Avocados kaufen möchte, sollte Früchte aus Israel oder Spanien mit dem EU-Bio-Siegel kaufen. Nur bei Avocados aus europäischen Ländern und Israel werden die Standards auch von der EU kontrolliert und der ökologische Fußabdruck ist wesentlich kleiner.

## Sommergenuss mit Pilzen leicht und lecker



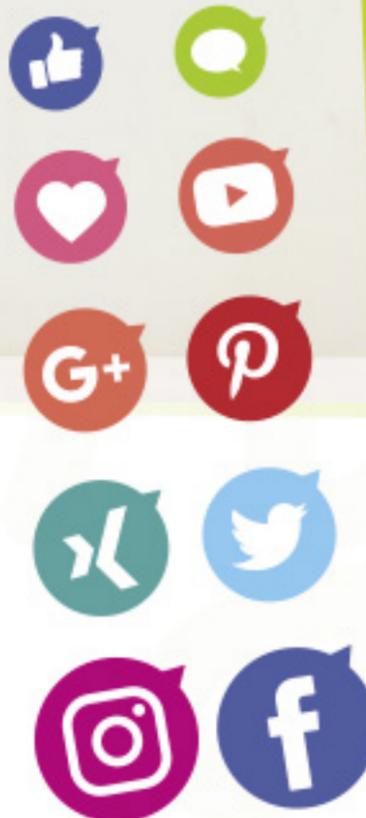
- küchenfertig ✓
- handverlesene Qualität ✓
- mit dem vollen Aroma der Natur ✓
- gleichbleibend beste Spitzenqualität ✓
- für vegetarisch/vegan hervorragend geeignet ✓



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



# Koch Influencer



von Bettina Schneider

## Der neue Spagat zwischen Küche und Social Fame

LÄNGST IST EIN KOCH KEIN EINFACHER KOCH MEHR. NEBEN PRAKTISCHEN FÄHIGKEITEN WIRD VON IHM AUCH ZUNEHMEND KÜNSTLERISCHES TALENT VERLANGT. SELBST ABSEITS DER KÜCHE ERWARTEN IHN VIELE HERAUSFORDERUNGEN, UM HEUTZUTAGE ERFOLGREICH ZU SEIN. DAS IDEAL: ER BLOGGT, IST SOCIAL-MEDIA-AFFIN, SCHREIBT VIELLEICHT NOCH BÜCHER UND SPIELT ABSEITS DER KÜCHE IM TV UND AUF EVENTS EINE ROLLE.

## Mehr Gäste durch Social Networking

Wer z.B. Instagram nutzt, stellt schnell fest, dass Millionen von Menschen über den Hashtag #food kommunizieren. Das ist nichts Neues. Ende 2017 waren bereits über 25 Millionen Unternehmen auf Instagram registriert. Rund 80% der 800 Millionen aktiven Nutzer folgen auch Unternehmen. Immer mehr Gastronomen haben dieses Potenzial der sozialen Medien erkannt und posten ihre appetitlichen Kreationen, nachdem sie diese mit einem professionellen Filter und weiteren schnellen Handgriffen werbetauglich in Szene gesetzt haben. Jetzt fehlt nur noch die Verlinkung mit dem Ort des Geschehens und schon ist der Post fertig. **Geschicktes Marketing für Betriebsstätte und Koch zugleich**, denn sucht der User online nach Eindrücken und Empfehlungen, wird dieses Restaurant dank des gesetzten Posts besser gefunden. Waren es damals die Gelben Seiten, sind es heute Instagram & Co.

Ansprechend und authentisch fotografierte Speisen, die Menükarte, sympathische Mitarbeiter, Räumlichkeiten oder gar Einblicke hinter die Restaurantkulisse: all diese visuellen Eindrücke schaffen zudem **Bindung und Vertrautheit** zu Gästen. Ein weiterer Vorteil: Für Instagram spricht ebenfalls seine Einfachheit. Im Vergleich zu anderen Netzwerken wirkt es sehr aufgeräumt und übersichtlich. Da auf dem Bildschirm jeweils nur ein einziges Foto oder Video sichtbar ist, wird die Aufmerksamkeit des Nutzers ausschließlich auf diesen Content gelenkt, was (trotz der algorithmischen Einschränkung der Reichweite werblicher Inhalte) vergleichsweise hohe Interaktionsraten zur Folge hat.

## Social = Nähe

Das Phänomen Instagram & Co. zeigt, wie wichtig es heute für Gastronomen ist, Social-Media-affin zu sein. Menschen gehen nicht mehr nur einkaufen oder essen, um ihren Hunger zu stillen. Sie möchten bewusst entscheiden und nicht nur gelenkt werden. Essen ist emotional. Darüber hinaus lösen Social Networks immer mehr die Unternehmenswebsite ab. Nutzt der Koch bzw. der Gastronom von heute all dieses Wissen, kann aus einer kleinen fast vergessenen Kneipe ein neuer Hotspot werden.

## social fresh

Der moderne Koch von heute gibt nicht nur Eindrücke aus seinem Lokal preis. Irgendwann ist alles gezeigt und gesagt und User wollen begeistert werden. Der moderne Koch nimmt seine Follower via Live-Videos und Storys mit auf spannende Reisen zu Messen, Foodfestivals, Events, Sightseeing-Attraktionen und zeigt ihnen seine ganz eigene persönliche Welt. Verkostungen, in Bildern festgehaltene kulinarische Geschmackserlebnisse, oder auch mal Pannen sollen und müssen gepostet werden. Denn genau dies sind die sympathischen Storys, die Follower und somit Gäste emotional erreichen.

**MEGA BRAND**

**KraftHeinz**

Die Nummer 1\* im Saucenmarkt – alles aus einer Hand!

**Kraft** Der **Küchenexperte**

**Heinz** Der **Gästemagnet**

**BULLSEYE** Der **BBQ Experte**

\*nach Umsatz: Geomarketing Q4 2017 **KraftHeinz**

# Welcome to Hæbel



ER IST KREATIV, ER IST SMART UND ER IST EXTREM CHARMING. DER ALS GENTLEMAN VON ST. PAULI BEKANNTE FABIO HÆBEL BETRACHTET GENUSS ALS EINE WAHRE HERZENSANGELEGENHEIT. BEVOR ER SEIN EIGENES RESTAURANT AUF ST. PAULI ERÖFFNET HAT, ARBEITETE DER WAHLHAMBURGER IM BEREICH KÜNSTLERCATERING, WAR VIEL MIT BANDS UND MUSIKERN UNTERWEGS. HEUTE BETREIBT FABIO DAS HÆBEL AUF ST. PAULI. DAS MENÜRESTAURANT BIETET EINE SPANNENDE MISCHUNG AUS TRADITION UND MODERNE UND KOMBINIERT DIE FRANZÖSISCHE KÜCHE MIT NORDISCHEN ELEMENTEN.

**Worauf dürfen sich Gäste in deinem Restaurant freuen?**

Auf ein „Carte blanche“-Menü voller Zutaten und Lebensmittel, die die Saison hergibt, auf die offenste Küche der Stadt sowie auf einen herzlichen Service und eine schöne Auswahl an Weinen junger Winzer aus Europa.

**Neben dem Restaurant hæbel kennst man dich auch aus TV-Shows und deinem Youtube-Kanal Fabios Kochschule. Muss ein Koch heutzutage auch außerhalb der Küche im Social Web aktiv sein? Welche Marketingwege nutzt du hier?**

Um mit anderen Köchen und Küchen in Europas Metropolen vernetzt zu bleiben, lohnt sich in jedem Fall Instagram. Ich selbst bin dort sehr aktiv und halte so – von Paris bis Kopenhagen – den Kontakt zu vielen befreundeten Köchen. Mitteilungen und News über mein Restaurant oder Events verkünde ich gerne über Facebook. Das Veranstaltungstool des größten sozialen Netzwerks ist perfekt, um als Restaurant Tickets für Veranstaltungen zu verkaufen und Events zu planen.

Wenn er nicht gerade hinterm Herd steht, schreibt er Kochbücher, produziert für seinen eigenen Youtube-Kanal, reist und entdeckt dabei viele neue kulinarische Genüsse. Seit 2016 kocht er außerdem im Sat.1-Frühstücksfernsehen. Fabio Hæbels Erfolgsgeschichte zeigt, warum es gut ist, ein professionelles Management hinter sich zu haben.

**Im Bereich Marketing arbeitest du außerdem mit dem Künstlermanagement Pool Position in Köln zusammen. Die Agentur managt u. a. Stars wie Michelle Hunziker, Barbara Schöneberger, Matze Knop, Köche wie Frank Rosin, Tim Raue, Roland Trettl und Comelia Poletto. Wie sieht hier die Zusammenarbeit aus?**

Die Gespräche mit meinem Team in Köln sind wahnsinnig produktiv. Da wird keine Zeit verloren. Ob wir erste eigene Produkte entwickeln, Interviews vorbereiten oder mit Sendern über Kooperationen und Engagements sprechen – da ist ordentlich Umdrehung drin. Das wollte ich aber auch! Ich mag logistisch reibungsloses Arbeiten ohne Zeitverlust.

**Warum braucht man als Koch eine Agentur?**

Da sich mein Management um Anfragen und Verträge kümmert, kann ich mich voll auf meinen Hauptberuf konzentrieren – als Koch in meinem Restaurant. Es ist meine Basis und steht immer im Mittelpunkt. Denn wenn ich mich den ganzen Tag nur um Bürokratie und Administration kümmere, dann bleibt das Essenzielle auf der Strecke, das mich eigentlich auszeichnet: die Kreativität.

**Kommen wir noch einmal zurück in die Küche. Wie stehst du eigentlich zum Gebrauch von Convenience in der Gastronomie? Unverzichtbar aufgrund von Rentabilität und Fachkräftemangel?**

Es gibt exakt eine Sache, die ich convenient bestellen würde, was ich tatsächlich auch ab und zu tue: Blätterteig. Dafür habe ich weder die Maschine noch den Platz. Hinzu kommt, dass der Aufwand immens hoch ist. Also bestellen wir den Blätterteig bei einer lokalen Bäckerei. Das spart Geld, Platz, Zeit, Personal und Nerven. Ansonsten kommt bei uns ausschließlich Frisches in die Küche. Am aufwändigsten sind vor allem die Saucen. Das dauert Stunden, bedarf wahnsinnig vieler Zutaten und Töpfe, aber das überlassen wir nicht dem Zufall.



**Was sind deine kommenden Ziele und Projekte?**

Im August eröffnen wir unsere kleine Weinbar La Cave neben dem Restaurant – darauf freue ich mich sehr, denn es ist einfach immer unglaublich spannend, sich mit einer neuen Idee zu verwirklichen. Im Oktober geht es für mich dann zum Gourmetfestival auf Sansibar, der Gewürzinsel vor Tansania. Da war ich schon letztes Jahr und hoffe, dort auch in diesem Jahr wieder viele Inspirationen sammeln zu können, bevor die Herbst/Winter-Saison in Hamburg beginnt. Ein neues Kochbuch ist auch in Planung, aber wann wir damit starten, steht noch in den Sternen. Mein wichtigstes Projekt derzeit ist meine kleine Familie. Meine Tochter ist erst wenige Wochen alt und ich genieße jede Sekunde.



ALB-GOLD

UNSERE  
SPAGHETTI  
WAREN  
NOCH NIE  
IN ITALIEN.  
PUNKT.



#AUFDENPUNKT

ALB-GOLD Spaghetti – zu 100% mit  
Zutaten aus deutscher Landwirtschaft.  
So naheliegend und sinnvoll.  
Mehr unter [alb-gold.de](http://alb-gold.de)



# Lasagne

DER ITALIENISCHE KLASSIKER FÜR DIE PROFIKÜCHE

Der italienische 'Auflauf' gilt als einer der beliebtesten Gerichte der Deutschen. Ob im Betriebsrestaurant, in der Schulkantine, Mensa oder traditionellem Restaurant – der Klassiker ist eine Spezialität für alle Altersklassen. Daher hat Barilla speziell für den Foodservice-Bereich ein praktisches 5-kg-Paket mit Lasagne-Platten entwickelt.

Hergestellt nach italienischer Tradition aus 100% hochwertigem Hartweizengrieß, passen sich diese dank abgerundeter Ecken und aufgrund ihres 1/2-Gastronorm-Formates allen Gastronom- Behältnissen an. Das bedeutet: einfache Handhabung und hohe Wirtschaftlichkeit, da keine Reste anfallen und die Blätter dank schonendem Feuchtigkeitsschutz während der Produktion 32 Monate haltbar sind. Die breiten Lasagne-Platten sind zusätzlich gewellt, damit die Sauce ideal haften bleibt und der Auflauf sauber und glatt angeschnitten werden kann. Jede Portion landet somit attraktiv und formschön auf dem Teller.

In nur 35 Minuten bei 180°C im Ofen wird die Lasagne ohne Vorgaren gold-gelb überbacken.



# LIKEN SIE NOCH ODER POSTEN SIE SCHON?



WORD OF MOUTH 2.0: SOZIALE MEDIEN BERGEN EINES DER GRÖSSTEN MARKETINGPOTENZIALE FÜR DIE GASTRONOMIE UND HOTELLERIE. MIT ETWAS BACKGROUND-WISSEN, DEM RICHTIGEN FOKUS UND EINEM STARKEN NETZWERK-PARTNER AN DER SEITE LÄSST SICH DER EIGENE SOCIAL-MEDIA-AUFTRITT GESCHICKT OPTIMIEREN.

von Linda Beck



SOCIAL-MEDIA-KNOW-HOW FÜR HOSPITALITY- UND GASTRO-PROFIS



## WENIGER IST MEHR

Youtube, Snapchat, Twitter und Co: Social-Media-Plattformen kommen und gehen. Dabei muss man aber nicht jeden Trend mitmachen. Trotz des Hypes um verschiedene Trends bleiben Facebook und Instagram für Gastronomie und Hotellerie die wichtigsten Vermarktungs-Plattformen gegenüber (potenziellen) Gästen.

## INTERAKTION IST GEFRAGT!

Je engagierter die Zielgruppe, desto höher die begehrte „organische Reichweite“. Hier sind alle Ideen von Vorteil, die Ihre Gäste zum Mitreden, Liken, Teilen etc. animieren. Gäste und Mitarbeiter werden so zu Ihren Micro-Influencern. Aktuelle Inhalte wie bspw. Menü-Specials und Einblicke hinter die Kulissen kommen dafür immer besonders gut an. Dabei lohnt es sich, in hochwertiges Bildmaterial zu investieren: Wenn dem Betrachter schon beim Blick auf den Bildschirm das Wasser im Mund zusammenläuft, sitzt er mit großer Wahrscheinlichkeit am gleichen Abend auf Ihrer Restaurantterrasse.



## NUTZEN SIE JOB-PORTALE!

Noch wenig Präsenz zeigen Gastronomen und Hoteliers auf den Karrierenetzwerken. Xing und LinkedIn bieten allerdings eine wunderbare Möglichkeit, um sich im B2B-Bereich als Branchenexperte und zugleich attraktiver Arbeitgeber zu profilieren.

## KLICK IT LIKE #INTERGAST VOM NETZWERK DES BRANCHENEXPERTEN PROFITIEREN

Networking gehört als Kernkompetenz zum Erfolg von INTERGAST. Den im realen Leben täglich geführten Austausch mit Partnern, Branchenexperten und regionalen Gastronomie-Helden überträgt der Großhandelsprofi auch auf die digitale Social-Media-Welt. Geben dem Motto „Zusammen mehr erreichen“ dienen die Auftritte bei Facebook, Instagram und Xing als Plattform für alles, was die Branche bewegt. Sei es das jeden Mittwoch veröffentlichte Rezept der Woche, Schmardes Food Hacks, Informationen zu neuen Produkten und Aktionen oder der Austausch mit der Community: Inspiration ist vorprogrammiert. Mit einem Like der Fanpages bleibt auch Ihnen keine Neuigkeit mehr vorenthalten.

## AUF DIE RICHTIGE GRÖSSE KOMMT ES AN

Neue Sorten, neue Größen, neue Vielfalt: HOMANN Feinkostsalate

- Hohe Vielfalt, klasse Handling
- In vier bedarfsgerechten Gebindegrößen: von 80 g bis 5 kg
- 100 % HOMANN Qualität

UNSER FOODSERVICE TEAM  
www.homann-foodservice.de

# SUPER THEMA

## 10 HOT STORIES

verliebt  
in Frische



## FRISCHER ANSPRUCH!

### CONVENIENCE IM WANDEL

von Linda Beck

**CONVENIENCE UND FRISCHE? BIS VOR KURZEM LÖSTE DIE KOMBINATION DIESER BEIDEN BEGRIFFE EINEN WIDERSPRUCH IN DEN KÖPFEN VON VERBRAUCHERN UND GASTRONOMEN AUS. GETRIEBEN VOM GESELLSCHAFTLICHEN WANDEL HIN ZUM HYPEROPTIMIERTEN ERNÄHRungsverhalten SOWIE LEBENSMITTELTECHNOLOGISCHEN FORTSCHRITTEN LÖST SICH DAS SCHEINBARE PARADOXON JEDOCH ZUNEHMEND AUF – AUF DEM TELLER UND IN DEN KÖPFEN.**

Am Ende der Wirtschaftskette genießen Kunden bereits die neuen **Fresh-&-Go-Konzepte** in Supermärkten, Tankstellen, Backshops und bei Healthy-Fast-Food-Anbietern. Knapp zwei Milliarden Euro setzt allein der LEH in Deutschland jährlich mit frischen, kühlpflichtigen Convenience-Produkten um. Das Marktforschungsunternehmen Nielsen vermerkt hier derzeit ein Umsatzplus von knapp zehn Prozent.

Wie aber können sich auch Gastronomen ihren Teil vom Kuchen abschneiden, um das Mittagsgeschäft nicht an den Kiosk und die Ecke zu verlieren? Der Megatrend Frische stellt eine große Herausforderung für die gesamte Branche und ihre Helden dar: Logistik, Produktion, Vermarktung und ganze Gastronomie- und Verpflegungskonzepte müssen umgestellt werden. Genussvoll, abwechslungsreich und innovativ soll es sein. Wenn dann noch ein kleiner Erlebnisfaktor dabei ist, umso besser!

Die gute Nachricht aber ist: Das neue Bewusstsein der Konsumenten erlöst Händler, Industrie und Gastronomen gleichermaßen von dem Preis- und Margendruck. Dieser Fortschritt ist **eine Riesenchance für uns alle**: Als Akteure der Branche können wir diesen Wandel mitgestalten und gleichzeitig von dem neuen Anspruch profitieren. Der Frage, wie das gelingt, widmet sich das Superthema dieser Ausgabe: **Die 10 Hot Stories geben Einblicke in den Wandel der Kundenbedürfnisse und des Wettbewerbs**, setzen sich mit Herausforderungen wie dem damit kollidierenden Personalmangel auseinander, lassen Experten zu Wort kommen und zeigen Lösungen und Beispiele für spezielle Verpflegungsbereiche wie beispielsweise in der Kantine und der sozialen Gemeinschaftsverpflegung auf.

VIEL SPASS AUF DER ENTDECKUNGSREISE DURCH DAS LAND DER FRISCHEN CONVENIENCE!

1

# STYLE IS WHAT YOU EAT

von Bettina Schneider

HEUTE DEFINIEREN SICH IMMER MEHR MENSCHEN ÜBER DIE ART, WIE UND WAS SIE ESSEN. SIE KÖNNEN ES SICH BEI DEM ERNÄHRUNGSWOHLSTAND UNSERER GESELLSCHAFT LEISTEN, HÖCHSTE ANSPRÜCHE AN LEBENSMITTEL ZU STELLEN, UND WÄHLEN BEWUSSTER. SO WIRD ERNÄHRUNG ZUM AUSDRUCK DES EIGENEN LIFESTYLES. DAS MERKEN BESONDERS AUCH GASTRONOMEN, DENN IMMER HÄUFIGER SOLL DIE MENÜKARTE FRISCHE, KREATIVE UND GESUNDE KOMPONENTEN ENTHALTEN. ZUDEM MUSS DAS ESSEN SCHNELL AUF DEN TISCH, DENN ZEIT IST GELD. ACH JA, SCHÖN ANGERICHTET MUSS DIE MAHLZEIT AUSSERDEM SEIN. DENN WENN SICH DER GAST ÜBER SEINEN LIFESTYLE DEFINIERT, MÖCHTE ER SEIN ESSEN AUCH DER ONLINEWELT PREISGEBEN.

Wie wir uns ernähren, ist ein emotional aufgeladenes Thema. Der Begriff **#foodie** steht nicht nur für eine Vorliebe für gutes Essen – er ist vielmehr Ausdruck einer ganzen Lebensphilosophie. Die Ernährungsindustrie in Deutschland passt sich dem veränderten Ernährungsbewusstsein hierzulande immer schneller an und ermöglicht so jedem noch so individuellen Ernährungsstil. Egal ob **functional, bio, regional, vegan, glutenfrei oder nachhaltig** – eine ständige und schnelle Verfügbarkeit wird dabei als selbstverständlich vorausgesetzt und verleiht **Convenience Food** so ein ganz neues Image. Schonend und mit natürlichen Zutaten „wie zu Hause zubereitet“ ersetzen verzehrfertige, frische Snacks mehr und mehr traditionelle Mahlzeiten. Convenient und gesund sind in der Kombination gefragt und werden nicht länger als reiner Widerspruch wahrgenommen.

Smoothies in praktischen Größen und mit wertvollen Zutaten sind dabei die Klassiker im Kühlregal. Viele Hersteller anderer Lebensmittelkategorien haben diesen Markt ebenfalls im Visier, denn der To-go-Markt ist heiß umkämpft. Unter der Marke Langbein's Daily Meal Soup gibt es z. B. Suppen im Glas, die bio, glutenfrei, vegetarisch und vegan sind. Ready-to-eat-Mahlzeiten bietet auch das australische Unternehmen D'Lite Food unter der Marke Slendier an. Sie sind laut Hersteller kalorienarm, kohlenhydratarm, fettarm und ballaststoffreich.

In den USA gibt es den Trend der proteinreichen gesunden Mahlzeiten schon länger. Hier sieht man des Öfteren kleinere gastronomische Betriebe mit regelrechten Menschenschlangen vor den Stores in der Mittagszeit. **Angaben über Nährwerte, Auswahl von Gemüsesorten, Proteinen und Superfood** machen diese Art der gesunden Gastronomie zum absoluten Trendsetter. Um diese neuen Konzepte realisieren zu können, wird der Einsatz von convenienten Produkten unausweichlich. Dank maßgeschneiderter Cook-and-chill-Konzepte ergeben sich so einige Vorteile für den Gastronom: Nicht nur betriebswirtschaftlich betrachtet bedeutet die Vorbereitung der Speisen ein Plus, sondern auch zeitlich. Ungelernte Kräfte in der Küche können die vorbereiteten Lebensmittel regenerieren, es bleibt mehr Zeit für die Optik und der Gast bekommt schneller seine gewünschte Mahlzeit serviert.

**BÜRGER**  
PROFIKÜCHE

TO GO &  
**SNACKS**



## Vom Klassiker zum Streetfood

Ob als Burger, Wrap oder Hotdog: Entdecken Sie die Maultaschen-Snackvielfalt mit den Produkten von BÜRGER Profiküche!

**REZEPTTIPP: MAULTASCHEN-HOTDOG**  
BÜRGER Snackriegel Maultaschen-Liebe fleischohaltig oder vegetarisch im Kombidämpfer garen. Hotdog-Brötchen aufschneiden und leicht erwärmen. Je einen Snackriegel, Essiggurkenscheiben und Röstzwiebeln in ein Hotdog-Brötchen legen und mit Snacksauce (z.B. BÜRGER Curry-sauce „Ruhrpott-Kult“) würzen.

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



# 2 KÜCHE LEER?

## TROTZ PERSONALMANGEL AUF ERFOLGSKURS

von Bettina Schneider und Uta Beck

WENN IMMER MEHR GASTRONOMISCHE FACHKRÄFTE IHREN JOB AN DEN NAGEL HÄNGEN, SIND INTELLIGENTE UND SCHNELLE LÖSUNGEN GEFORDERT. DABEI Hilft DER BLICK ÜBER DIE PERSONALFRAGE HINAUS.



### ARBEITS- STATT FACHKRÄFTE

Ziel in einer jeden Küche ist es, dass die Abläufe stimmen, dass das Ergebnis in gleichbleibend hoher Qualität den Gast erreicht und Betriebe im Ganzen effizient funktionieren. Natürlich kommt dabei keine Küche ohne einen Koch aus, doch es fehlt an weiteren Fachkräften. Aber warum sich über Fachkräftemangel beklagen, wenn auch Arbeitskräfte ohne fachliche Qualifikation die nötigen Funktionen in einer Küche besetzen können?! Teilzeit-, Gleitzeit- oder auch Vollzeitkräfte, die Freude am Kochen haben, können ebenso angelernt werden. Also Schluss damit, nur jahrelang ausgebildete Fachkräfte an den Herd zu lassen!

### QUERDENKEN HilFT

Tatsächlich kann die Herausforderung des Personalmangels auch ohne Fachkräfte gelöst werden: Querdenken im Hinblick auf die Feinjustierung weiterer Stell-schrauben ist hier ausdrücklich erlaubt! Allen voran erleichtert die Standardisierung und Vereinfachung von Rezepten und Abläufen in der Küche nicht nur das Miteinander, sondern spart zugleich Kosten ein.

Neben dem Einsatz modernster Arbeitsprozesse hilft der Rückgriff auf Convenience-Produkte dabei, den gefürchteten Druck in der Gastronomie zu minimieren. Als passende Ergänzung zum Küchenstil können vorverarbeitete Lebensmittelkonzepte also sowohl das Angebot als auch die Arbeitsatmosphäre eines Betriebs verbessern. So kann die Lust in der Gastronomie neu geboren werden und zugleich die Rentabilität steigern.

### JA, ICH TRAGE CONVENIENCE

Jetzt kein Aufschrei bitte, denn das Image von „Fertigprodukten“ hat sich enorm gewandelt! Heute stehen Köche dazu, dass sie Convenience-Produkte verwenden. Das ist selbstbewusst. Sind wir ehrlich, lassen sich High-Convenience-Produkte kaum noch von Selbstgemachtem unterscheiden und ganz ohne Hilfe geht es nun mal nicht mehr in vielen Küchen. Bestes Beispiel ist die Hotelgastronomie: Wie können ein Kongress mit 300 Gästen, Wellness-Gäste des Hotels, das Frühstücksbuffet, das À-la-carte-Restaurant und der Zimmerservice unter einen Hut gebracht werden? Hier ist solide Vorarbeit von Herstellern gefragt, so dass dem Koch überhaupt noch Raum und Zeit für individuelle Veredelung der Speisen bleibt.

SALOMON  
FoodWorld

Inspire. Erhöhe. Erweitern.

## FORTSCHRITT MIT HOMESTYLE-EVERGREENS

BETRACHTEN WIR DAS THEMA CONVENIENCE IM ZUSAMMENHANG MIT FAKTOREN WIE FACHKRÄFTEMANGEL UND DEM WUNSCH DER KUNDSCHAFT NACH BEWUSSTER ERNÄHRUNG, WERDEN NEUE LÖSUNGEN DURCH ZULIEFERER UND HERSTELLER UNERLÄSSLICH. SALOMON FOODWORLD SETZT MIT HANDWERKLICHEN UND AUTHENTISCHEN PRODUKTEN GENAU HIER AN UND GIBT GEFRAGTEN BASISPRODUKTEN EINEN REGELRECHTEN HOMESTYLE-CHARAKTER. IM UNTERNEHMEN WEISS MAN, DASS ESSEN GELIEBTE NOSTALGIE FÜR VIELE GÄSTE IST, UND SO LÄSST MAN GENAU DIES IN DIE PRODUKTENTWICKLUNG MIT EINFLIEßEN UND UNTERSTÜTZT SO DIE GASTRONOMIE AUF GANZER LINIE.



### HANDWERK TRIFFT AUF FEINSCHMECKER

Burger stehen ungeschlagen an der Spitze der beliebtesten nostalgischen wie auch modernen Genüsse. Begegnete er uns bereits in der Kindheit zu Grillpartys und Geburtstagen, ist der Burger heute perfektioniert bis ins kleinste Detail. Purer Fleischgenuss in Top-Qualität gepaart mit authentischem Anspruch ist gefordert – das hat sich Salomon auf die Fahne geschrieben. Neu im Sortiment ist der PATTY AUS 100% AROMATISCHEM ÖSTERREICHISCHEM SIMMENTALER RIND. Besonders würzig im Geschmack, extra körnig, saftig, locker und dazu in handwerklicher Optik. IDEAL FÜR GASTRONOMEN, DIE AUF INDIVIDUELLEN CHARAKTER WIE SELBSTGEMACHT SETZEN. SO BLEIBT MEHR ZEIT FÜR DEN FEINEN UNTERSCHIED – ZUM BEISPIEL FÜR KREATIVITÄT BEIM ANRICHTEN ...

### ZWEI EVERGREENS MIT GROSSEM POTENZIAL:

Ein wenig unregelmäßig, fast schon ausgefranst muss das klassische panierte Schnitzel aussehen. Dünn ausgeklopft, mit knusprig goldbraun herausgebackener Panade, zart und saftig im Biss. Genau so ist das „KNUSPER SCHNITZEL HOMESTYLE“ von Salomon. Es sieht aus wie selbstgemacht, schmeckt wie selbstgemacht – und liegt im Trend des authentischen Genusses. Ein weiteres Paradebeispiel für gelebte Nostalgie ist die Frikadelle. Außen knusprig, innen locker-grob und würzig, erinnert sie an die eigenen Kindheitstage. Der Duft des Essens zog sich durch das ganze Haus und der riesige Turm von fertig geformten und gebratenen Frikadellen geriet ins Schwanken, wenn man heimlich naschte. „UNSERE BESTE“ von Salomon vereint genau diese Nostalgie in ihrem Geschmack und bringt ein Stück Kindheit auf den Teller. Herzhaft, perfekt im Biss und mit erntefrischen Frühlingzwiebeln verfeinert, schmeckt sie praktisch wie selbstgemacht.

WWW.SALOMON-FOODWORLD.COM



# I STAY CRUNCHY EVEN IF YOU KEEP ME WAITING



## NEU! FRISCHE POMMES MIT CRUNCH-GARANTIE.

Schluss mit labberigen Pommes im Lieferservice und unter den Wärmelampen der Caterer und Restaurants.

**Aviko SuperCrunch Fresh** - die ersten frischen Pommes, die bis zu 60 Minuten knusprig bleiben!

Mit diesen Pommes frites haben Sie Zeit. Zeit, weil Sie nur 3 Minuten backen müssen und vor allem viel Zeit, weil sie länger knusprig bleiben.

So haben Sie weniger Stress beim Ausliefern und Ihr Lieferradius wird größer. Aber diese Pommes sind nicht nur ideal für den Heimlieferservice - auch Kunden, die ihre Mahlzeit abholen, werden sich über diese Pommes frites sehr freuen.

Allergenfrei, vorgebacken in 100 % Sonnenblumenöl, Nachsalzen nicht nötig.

Mehr Informationen unter [www.avikocrunch.com](http://www.avikocrunch.com)

FRESH DELIVERY FRIES FOR  
LONG LASTING CRUNCHINESS



# 3 GEWUSST WIE! DIE FÜNF FERTIGUNGSTUFEN VON CONVENIENCE-PRODUKTEN

von Linda Becht

**KULINARIK LEICHT GEMACHT - CONVENIENCE-PRODUKTE ENTLASTEN DEN KÜCHENALLTAG, SIND ZUGLEICH ABER HÄUFIG MIT EINEM NEGATIVEN IMAGE BELEGT. WAS VIELE NICHT WISSEN: CONVENIENCE FÄNGT SCHON BEIM GEMÜSEPUTZEN AN! GENAU GENOMMEN KOMMT WEDER EINE GROSSKÜCHE NOCH EIN NORMALER FAMILIENHAUSHALT OHNE VORVERARBEITETE LEBENSMITTEL AUS. DAS WISSEN UM DIE VERSCHIEDENEN VERARBEITUNGSGRAD E Hilft, DAS THEMA DIFFERENZIIERTER ZU BETRACHTEN.**

Zwischen 80 und 90 Prozent aller Lebensmittel, die in deutschen Küchen landen, sind in irgendeiner Form bereits vorbereitet - sie sind somit per Definition Convenience-Produkte. Um den Grad der Vorverarbeitung vergleichbar zu machen, hat das deutsche Bundeszentrum für Ernährung verschiedene Differenzierungsmaßstäbe definiert. Demnach können Convenience-Produkte zum einen aufgrund des Haltbarmachungsverfahrens unterschieden werden (tiefgekühlt, gekühlt, getrocknet, sterilisiert/pasteurisiert oder sonstige Verfahren). Zum anderen ist eine Einordnung entlang fünf festgelegter Fertigungsstufen möglich. Je mehr die Produkte vorverarbeitet sind, desto höher ist der Convenience-Grad. Bevor wir zu den einzelnen Stufen übergehen, starten wir bei Stufe null: unbehandelt. Denn Rohware vom Feld, von der Wiese oder aus dem Wald ist als Vorstufe der Verarbeitung zu betrachten.



## EINS

### KÜCHENFERTIG - 15 %

Lebensmittel wie geputztes Gemüse oder zerlegtes Fleisch, die vor dem Garen noch vorbereitet (gewürzt, portioniert, paniert) werden müssen.



### GARFERTIG - 30 %

Produkte wie Teigwaren, Tiefkühlgemüse oder paniertes, gewürztes Fleisch, die ohne weitere Vorbereitung gegart werden können.

## ZWEI

## DREI

### AUFBEREITFERTIG - 50 %

Konsumgüter, die nur noch durch Mischen mit weiteren Lebensmitteln oder durch Würzen zu fertigen Speisen werden.



### REGENERIERFERTIG - 85 %

Fertiggerichte oder einzelne Menükomponenten, die durch Aufwärmen verzehrfertig werden.

## VIER

## FÜNF

### VERZEHR- UND TISCHFERTIG - 100 %

Zum sofortigen Verzehr geeignete Produkte und Speisen wie bspw. kalte Saucen, fertige Salate, Smoothies oder Obstkonserven.



4

BERGLUFT  
MACHT HUNGRIG!

von Linda Bech

BUGGI HASLWANTER  
ÜBER DEN EINSATZ VON  
HIGH CONVENIENCE IN  
VIELFREQUENTIERTEN  
URLAUBS-HOT-SPOTS

UMRAHMT VON DER IMPOSANTEN BERGWELT DER STUBAIER ALPEN LIEGT DAS BEI SOMMER- UND WINTERFANS GLEICHERMASSEN BELIEBTE KÜHTAIER DORFSTADT. HIER KOMMEN RESTAURANT- UND HOTELGÄSTE NICHT NUR IN DEN GENUSS BEEINDRUCKENDER PANORAMA-AUSSICHTEN: BUGGI UND SEIN LEDERHOSEN-TEAM VERSORGEN DIE HORDEN HUNGRIGER

WANDERER, SKIFAHNER UND MOTORBIKER MIT DEFTIGEM UND SÜSSEM GAUMENSCHMAUS. IM INTERVIEW MIT DER CHEF DE CUISINE VERRÄT INHABER BUGGI HASLWANTER, WIE ER DIESE MEISTERLEISTUNG – AUCH MIT HILFE MODERNER HIGH CONVENIENCE – TAGTÄGLICH AUF DIE BEINE STELLT.



Das Dorfstadt ist im Winter Treffpunkt für Skifahrer und Langläufer und im Sommer die perfekte Einkehr für Motorradfahrer und Wanderer. Was kommt bei Ihren Gästen kulinarisch besonders gut an?

Im Winter sind natürlich unsere deftigen Suppen ein Renner, wie Gulaschsuppe, riesengroße Speckknödel- oder Leberknödelsuppe. Unsere regionale Küche kommt darüber hinaus das ganze Jahr lang gut an. Sprich: Wiener Schnitzel, Zwiebelrostbraten, Hausmannskost und Gröstl-Käsespätzle. Ebenso verhält es sich mit unserem internationalen Speisenangebot sowie diversen Steak- und Fischvariationen.

Erklären Sie uns das Dorfstadt-Feeling! Was macht Sie so einzigartig? Egal ob bei Sonne oder Schnee, in Leder- oder Skihose: Bei uns kann man abschalten, den Alltag hinter sich lassen und im Liegestuhl bei guter Musik das Hüttenflair einer urigen Einkehr genießen.

In der Hochsaison bewirten Sie im Dorfstadt am Tag um die 2.000 Gäste. Kann man da in der Küche noch alles frisch herstellen?

An diesen hoch frequentierten Tagen müssen die Handgriffe sitzen und Gerichte schnell hergerichtet sein. Wir nutzen die Ruhe in Stehzeiten, um uns darauf vorzubereiten.



Das heißt, Sie stellen gewissermaßen selbst Convenience her?

So könnte man es sagen, ja. Soweit es geht, produzieren wir selbst. Knödel zum Beispiel: In der Wintersaison gehen bei uns um die 20.000 Stück über die Theke. Um die Arbeitsschritte nicht tagtäglich zu wiederholen, stellen wir den Großteil in der Nebensaison und an ruhigen Tagen, wie bspw. bei schlechtem Wetter, her und frieren sie ein. Man kann aber nicht alles perfekt vorherplanen: Da kommen dann fertige Convenience-Produkte ins Spiel, die wir hinzukaufen. Sie helfen bei der Planbarkeit und sind besser kalkulierbar.

Wie sehen Sie denn den Trend in der Gastronomie in Bezug auf die Verwendung von Convenience?

Ich denke, jeder Betrieb kommt mit seinen ganz eigenen Rahmenbedingungen irgendwann an seine Grenzen. Convenience-Produkte werden immer mehr genutzt, um Stresssituationen zu vermeiden. Außerdem sind das mittlerweile auch echt super Produkte, die man mit gutem Gewissen einsetzen kann. Dadurch wird Convenience immer beliebter und Köchen bleibt mehr Zeit für andere Dinge.

Genuss in seiner  
feinsten Form

Verleihen Sie Ihren Gerichten das gewisse Etwas – und treffen Sie jeden Geschmack! Unsere erstklassigen Kräuter-Butter-Varianten überzeugen:

- ✓ Durch eine besonders feine Kräuternote mit und ohne Knoblauch
- ✓ Als dekorative Rosetten
- ✓ Tiefkühlfrisch und schnell entnehmbar
- ✓ Leicht kalkulierbar
- ✓ Zu Grillgut sowie zu Fisch, Fleisch, Gemüse und Pasta

## Einmalig vielseitig

Überraschen Sie Ihre Gäste mit einer besonderen, knusprig-würzigen Beilage:

- ✓ Geschmackvolle Note durch aromatischen Knoblauch und feines Öl
- ✓ In nur 10 Minuten goldbraun aufgebacken
- ✓ Perfekter Begleiter zu Fisch, Fleisch, Salat oder Grillitem
- ✓ Auch ideal zum Belegen



MEGGLE  
Foodservice

# DOSENFUTTER WAR GESTERN!

von Ulrike Beck

## DIE NEUEN ANFORDERUNGEN AN CONVENIENCE

LEBENSMITTELTECHNOLOGEN ARBEITEN MIT HOCHDRUCK AN MÖGLICHKEITEN, DIE HALTBARKEIT FRISCHER LEBENSMITTEL SO ZU OPTIMIEREN, DASS SOWOHL NÄHRSTOFFE ALS AUCH AROMEN UND GESCHMACK ERHALTEN BLEIBEN. DAMIT ES GELINGT, DIESE INNOVATIVE SUPERFRISCHE VOM FELD BIS IN DEN MUND ZU BRINGEN, GILT ES, ENTLANG DER WERTSCHÖPFUNGSKETTE SO EINIGE HERAUSFORDERUNGEN ZU MEISTERN. HINZU KOMMEN VIER SUPERCALLENGES, DIE ALLE BETREFFEN. TEAMWORK IST GEFRAGT. SO LET'S COOPERATE!

# 5



## CHALLENGE ACCEPTED!

Von der Produktion über die Logistik bis hin zur Vermarktung begegnet jeder Akteur der Lebensmittelbranche individuellen Herausforderungen. Am Ursprung der Nahrungskette gilt es, nährstoffreiche Lebensmittel smart verpackt auf den Weg zu bringen. **Verpackungsinnovationen** wie bspw. die **Inline-Mikrowellentechnologie** ermöglichen eine schonende Haltbarmachung ohne Konservierungsstoffe, bei der die Frische weitestgehend erhalten bleibt (Vitamin C und Antioxidantien zum Beispiel bis zu 98%). Je mehr unterschiedliche Convenience auf den Weg gebracht wird, desto

höher ist im nächsten Schritt der Anspruch an modulare und flexible Logistiklösungen. Der Trick besteht in einer höheren Lieferfrequenz. Für den Gastronom bedeutet die Etablierung innovativer Cold-Chain-Management-Prozesse bis zur letzten Meile vor allem ein enormes Angebotspotenzial. **Durch die steigende Qualität von Convenience-Lösungen müssen aufwendige Gerichte – bspw. aufgrund von fehlendem Personal – nicht mehr von der Karte gestrichen werden** (wie zum Beispiel aufwendige Bratensoßen, die herkömmlicherweise stundenlang eingekocht werden müssen).



Die konventionelle Gastronomie kann somit erhalten bleiben. Neben dieser Herstellungs-Challenge stehen Gastronomen zudem der Herausforderung einer gelungenen Vermarktung gegenüber. Klassische Kommunikations- und Werbekanäle reichen nicht mehr aus, um Kunden wie früher global mit ein und derselben Botschaft zu erreichen. „Menschen vor Marken“ und ein emotionales Storytelling lautet hier das Credo: Influencer, Word of Mouth und Social-Marketing-Strategien punkten. Denn nicht nur das Auge – auch Instagram ist mit **No Story – no money!**

## ÜBER DEN TELLERRAND GEDACHT

Neben den spezifischen Anforderungen an jeden einzelnen Akteur gibt es auch Herausforderungen, die alle betreffen. Diese Super Challenges sind am besten durch eine enge Kooperation aller Stakeholder zu meistern. **Allen voran stehen dabei der Erhalt der Nährstoffe und das Sicherstellen gleichbleibender Qualität vom Produzenten bis auf die Gabel.** Elektronik wie bspw. Smart Labeling sind super Hilfsmittel für die Überprüfung der Lebensmittelsicherheit.

Der Qualitätsanspruch der Verbraucher geht dabei aber mehr und mehr über die reine Beschaffenheit des Produkts hinaus: Die Art und Weise der Produktion wird ebenso unter die Lupe genommen. Gefragt ist ein ernst gemeintes **Nachhaltigkeitsmanagement**. Die Umstellung der Lieferkette stellt dabei einen Seiltanz zwischen der eigenen Unternehmensvision und den in sich paradoxen Wünschen der Konsumenten dar: Mango liebende Welten-

bummler wollen dennoch regionale Milch kaufen und ihr Gewissen mit immerhin recycelbaren To-go-Verpackungen erleichtern. **Green Washing war gesterrt: Kreative Gesamtkonzepte für unseren Planeten müssen her! Warum nicht das erfolgreiche Pfandsystem für Kaffee-to-go-Becher auf das Mittagsgeschäft ausweiten?!**

Die Umstellung auf eine nachhaltigere Wertschöpfung dient weiterhin als Grundlage für eine **bedingungslose Transparenz**. Nur so kann in einer global digitalisierten Informationsgesellschaft das wahre **Vertrauen der Kunden** gewonnen werden. Um das zu erreichen, müssen Informationen zu Herkunft, Produktionsbedingungen, Nähr- und Zusatzstoffen mit Partnern, Kunden und Stakeholdern geteilt werden. Letztendlich umfasst Convenience weit mehr als das Management neuer Produktkonzepte und Lieferketten. Die **Digitalisierung** der Branche schafft eine



sekundäre Ebene, mit der nahezu jeder Geschäftsbereich optimiert werden kann. Der Mehraufwand für die Etablierung von digitalen Geschäftsprozessen birgt das Potenzial für entscheidende Wettbewerbsvorteile im Convenience-Geschäft. Die richtige IT wird so zum Beispiel zum Erfolgsfaktor für eine Omnichannel- und Restaurantlogistik. Neben diesen Mobile-Business-Bemühungen steht das Thema E-Commerce der Bereitstellung eines bequemen Online-Vorbestellsystems („pre-ordering“) für Gäste mit an oberster Stelle.

- ANZEIGE -

6

## ABFALLREDUKTION IST EIN PLANBARER PROZESS

von Bettina Schreyöck

LAUT DEN VEREINTEN NATIONEN WIRD EIN DRITTEL ALLER WELTWEIT PRODUZIERTEN LEBENSMITTEL NIEMALS VERZEHRT. OHNE FRAGE IST DAS WEDER ÖKOLOGISCH NOCH ETHISCH NOCH ÖKONOMISCH VERTRETBAR. KLAR IST, DASS MAN NIEMALS DIE VERSCHWENDUNG VON LEBENSMITTELN STOPPEN KANN. DOCH ES GIBT SEHR VIELE MÖGLICHKEITEN UND ANSÄTZE FÜR EIN OPTIMIERTES FOOD WASTE MANAGEMENT, DAS BEREITS IN DER KÜCHE BEGINNT.



### CHECKLISTE LEBENSMITTELEINKAUF

Strategische und optimierte Lebensmitteleinkäufe tragen enorm zu reduzierten Abfällen bei. Steht z.B. eine Veranstaltung an, sollte vorher gut geplant sein, wann welche Waren eingekauft werden müssen, damit keine Lebensmittel durch lange Lagerung verderben oder gar überflüssig werden. Hier muss die Küche optimal Wareneinsätze und Zeitpunkte für den Einkauf wählen. Helfen können die richtigen Lieferanten, denn sind diese flexibel und können dazu just in time liefern, bildet das eine gute Basis für den optimierten Wareneinkauf.

### CHECKLISTE LAGERUNG

Wenn bestimmte Lebensmittel und Rohwaren nicht gänzlich benötigt werden, bietet sich das Haltbarmachen durch Einkochen oder Einfrieren unter Beachtung der bestehenden Hygienevorschriften an. Die Dokumentation für beste und gleichbleibende Qualität ist besonders wichtig, denn um gewisse Prozesse in der Küche zu optimieren, sollte dies das A und O sein. Eine regelmäßige Kontrolle des Lagers schafft zudem Impulse für Kreativität auf der Speisekarte und gleichzeitig eine Reduzierung von Abfall.

### CHECKLISTE ZUBEREITUNG

Bei der Zubereitung in der Küche entstehen unausweichlich direkte Lebensmittelabfälle, doch auch diese können gering gehalten werden. Setzt man beim Lebensmitteleinkauf teilweise auf conveniente Speisekomponenten, ist das Food Waste Management besser kontrollierbar.

### VORTEILE DURCH CONVENIENCE-PRODUKTE

Gastronomie und GV können von Convenience profitieren. Küchenchefs können Kosten besser kalkulieren und weitestgehend Abfälle vermeiden. Auch die Lagerung der saisonunabhängigen Produkte ist wesentlich einfacher. Arbeitsschritte in der Küche werden erleichtert, es wird Zeit eingespart und es bleibt genug Raum für einen kreativen Umgang mit den Lebensmitteln. Ganz klarer Pluspunkt ist außerdem die gleichbleibend hohe Qualität von Convenience-Produkten. Standardisierte Produkte machen Gastronomen unabhängig von Fachkräftemangel und Engpässen.

„Der Einsatz von Convenience in all ihren Verarbeitungsstufen macht Köche und auch ungelernete Kräfte in der Küche flexibler und fördert die Just-in-time-Produktion. So werden Überproduktionen minimiert, Küchenabfälle verringert und die Qualität wird sichergestellt.“

TORSTEN VON BORSTEL  
Geschäftsführer  
United Against Waste e. V.



**FROSTA**  
FOOD SERVICE



## TIEFKÜHL-CONVENIENCE – FRISCHE MIT ANSPRUCH!

Convenience-Produkte sind aus unserem täglichen Leben längst nicht mehr wegzudenken, weder am heimischen Herd noch im großen Bereich des Außer-Haus-Markts. Die Arbeiterleichterung, die mit Convenience-Produkten einhergeht, ist unumstritten und der Anspruch an diese Produkte mittlerweile so hoch, dass sie mit frisch zubereiteten Speisen vollends mithalten können,



sie sogar an Frische und kreativem Anspruch nicht selten überbieten. Dabei steht heute zusätzlich eine gesunde und ausgewogene Ernährung mehr im Mittelpunkt denn je. Verbraucher und Gäste erwarten neben Frische auch authentischen Geschmack, regionale Herkunft, kreative Rezepturen und Produkte mit ganz viel Geschmack. Auf diese Trends hat FROSTA sich eingestellt, was beispielsweise im Pfannengemüse-Sortiment sehr deutlich wird, das in den letzten Jahren erheblich angewachsen ist. Neben Klassikern wie

dem Grill-Pfannengemüse »Spanische Art«, Rustikales Pfannengemüse oder dem ganz neuen Rahm-Gemüse »Bauerngarten« mit klassischer Rahmsauce locken auch sehr trendige Gemüsevariationen wie Ofen-Gemüse »Rustikal« oder Grünkohl-Gemüsepfanne »Edamame«. Sie alle bestechen nicht nur durch einen exzellenten Geschmack und große Frische, sie überzeugen auch durch eine Optik, die handmade wirkt. Grobstückiges, frisches Gemüse in einer modernen Zusammenstellung, mit ausgefallenen Rezepturen, frisch verarbeitet und frisch eingefroren. Lesen Sie mehr über diese und viele weitere Produkte unter: [www.frostafoodservice.de](http://www.frostafoodservice.de)



# KINDERLEICHT AUF DIE ÜBERHOLSPUR

von Linda Beck

WER DIE CHANCEN FRISCHER CONVENIENCE NUTZT, SCHAFFT SICH DEN WETTBEWERBSVORTEIL



SCHNELL, BEQUEM UND FRISCH SOLL ES SEIN. DIESER STEIGENDE ANSPRUCH DER GÄSTE VERÄNDERT BISHERIGE WETTBEWERBSSTRUKTUREN UND IST FÜR DIE GASTRONOMIE CHANCE UND HERAUSFORDERUNG ZUGLEICH: HÖHERE MARGEN AUF DER EINEN – MEHR KONKURRENZ DURCH KLEINE LÄDCHEN AUF DER ANDEREN SEITE.

## KLEIN, ABER OHO!

Der Kiosk um die Ecke, Bäckereien und sogar Blumenläden: Sie alle erleben den Aufwind des Convenience-Markts mit. Wer am nächsten am Kunden dran ist und dazu mit einem frischen und vielleicht sogar noch regionalen Angebot auftrumpfen kann, gewinnt. Studien zufolge werden Kioske und Verpflegungsautomaten bis zum Jahr 2020 das größte Wachstum im Convenience-Markt aufweisen. Beispielhaft für diese Entwicklung ist der in Städten zunehmende Trend des „Corners“: Anstatt zum Feierabendcocktail in der Bar trifft man sich einfach beim „Späti“ um die Ecke und verbringt den Abend mit dem „Fuß-Pils“ auf öffentlichen Plätzen. Kleine Läden brechen dadurch zunehmend mit traditionellen Shopping-Kategorien: Im Blumenladen gibt es Kaffee-to-go und der Bäcker hält am Muttertag Tulpen parat. Regionalität steckt hier nicht nur im Produkt, sondern wird on top als Emotion beim Konsumerlebnis im eigenen Viertel vermittelt.

## VORSPRUNG FÜR DIE FRISCHE GASTRONOMIE

Genau darin steckt der mögliche Wettbewerbsvorteil für die Gastronomie: Wer gute Qualität mit einem einzigartigen Ambiente verbindet, gewinnt die Herzen der Kunden, die für den Mehrwert dieser Kombination durchaus gewillt sind, etwas mehr auszugeben als beim Bäcker oder dem (Mini-)Supermarkt nebenan. Denn der rundum informierte Konsument ist sich darüber bewusst, dass mehr Öko, Fairtrade, Frische und Regionalität auch ihren Preis haben. Damit geht das Umsatzplus im Convenience-Markt nicht nur aus einer gesteigerten Nachfrage, sondern ebenso aus möglichen höheren Gewinnmargen hervor. Langfristig gesehen hängt die Kaufbereitschaft dieser anspruchsvollen Zielgruppe stark von der Transparenz der Produkte ab. Auf der Verpackung und dem Menü sollte daher nicht nur Qualität draufstehen, sondern auch tatsächlich drinstecken. Die Kunst liegt also darin, echte Qualität zu einem Preis anzubieten, der zwar höher, aber dennoch alltagstauglich ist.

## Frish nachgefragt

Wichtigste Erfolgsfaktoren für Convenience-Angebote

Schnelle Abwicklung	92%	.....
Gute Erreichbarkeit, gutes Parkangebot	87%	.....
Hoch frequentierte Lagen	73%	.....
Bargeldlose Zahlungsmöglichkeiten	65%	.....
Nähe zum Kundenwohnsort	61%	.....
Erweiterte Öffnungszeiten	54%	.....
Innovative Produkte (Neuprodukte, neue Konzepte)	53%	.....
Vielfältige Warenkategorien (Handelsservice, Foodservice, Dienstleistungen)	34%	.....
Tiefe des Sortiments	27%	.....
Breite des Sortiments	12%	.....
Name des Shops	11%	.....

Welches sind die wichtigsten Erfolgsfaktoren für Convenience-Shops? Anteil in Prozent. Mehrfachnennung möglich. Quelle: BSC - BEFRAGUNG von Convenience-Unternehmen, 09/2016

**DIRA**  
Freshly frozen fruits

Mono fruits, fruit mixes and fruit purees

[www.dirafrost.com](http://www.dirafrost.com)

**BEAR TENDER**  
100% MASHED FRUIT FÜR COCKTAILS

Frishes TK-Fruitchips für Cocktails. Ohne Zuckerzusatz. Konstanter Geschmack & konstante Farbe.

Mehr Rezepte auf unserer Website [www.beartender.be](http://www.beartender.be)

OHNE ZUCKERZUSATZ [WWW.BEARTENDER.BE](http://WWW.BEARTENDER.BE)

8

# KANTINE KANN AUCH ANDERS!

von Linda Beck und Bettina Schneider

## BETRIEBSKANTINE ODER SZENEBAR?

SEHEN WIR UNS DIE NEW-WORK-BEWEGUNG DER AMERIKANISCHEN BETRIEBSKANTINEN AN, SO WIRD DEUTLICH, DASS EUROPA SICH SO EINIGES ABSCHAUT. INNOVATIVE MITARBEITERVERPFLEGEUNG TRÄGT EBEN ZUM ERFOLGSFAKTOR DER UNTERNEHMEN BEI. DIESE ENTWICKLUNG BIRGT GROSSE CHANCEN FÜR DIE GV.

### DAS GEHT AUFS HAUS

Facebook, LinkedIn, Dropbox und Co. machen es vor. Die amerikanischen Visionärsunternehmen bieten ganz nach dem Prinzip einer gelungenen User-Experience Verpflegungskonzepte, die glücklich machen. Die genussvolle Ganztagsverpflegung ist dabei häufig nicht nur für Mitarbeiter, sondern selbst für ihre Familien komplett kostenfrei. Wer sich eben auch auf der Arbeit gesund, frisch und individuell ernähren möchte, kann sich wertvolle Vorbereitungszeit und „Eintupfern“ zu Hause jetzt ersparen. Ein absoluter Pluspunkt für das Image des Arbeitgebers. Wer möchte hier nicht arbeiten und „leben“?



### VON DER KANTINE ZUM MARKT DER MÖGLICHKEITEN

Das Auge isst außerdem mit, und zwar nicht nur mit Blick auf den Teller. Das Interiordesign wird ebenfalls immer mehr zum Wohlfühlraum. Hier eine Kaffeelounge, dort eine Snackbar mit Smoothies und frischen Salaten. „Free Flow“ heißt das im Fachjargon der GV-Architekten. Im Betriebsrestaurant erinnern verschiedenste Kochinseln und Counter eher an die Erlebnisgastronomie eines Freizeitparks als an die klassische Kantine. Trendige Food-Specials und schicke Büfets sorgen für mehr Zuspruch als Schlangestehen für Eintopf-Einerlei. Dem Koch beim Frontcooking zugucken zu können, vermittelt Transparenz pur. Wie beim Essensangebot ist Individualität auch bei der Innenausstattung äußerst gefragt. Gehen wir einen Schritt weiter, können wir noch einen weiteren Trend aus den USA auch in Europa immer mehr sehen: den Wegfall von festen Arbeitsplätzen. Doch was hat das mit Kantine zu tun? Bieten Unternehmen mehrere Workspaces an, werden Austausch und Kreativität der Mitarbeiter gefördert. Auch können (Kaffee-)Lounges zunehmend triste Besprechungsräume ersetzen. Klingt nach einem Traum von Arbeit? Genau das soll es auch sein! Denn im Zeitalter von Fachkräftemangel spricht sich schnell herum, wo Mitarbeiter zufrieden sind.

### CHANCE FÜR DIE GV

Der Einzug der Foodies in die Betriebsrestaurants birgt also ein enormes Entwicklungspotenzial für Gemeinschafts-Caterer. Das Zusammenspiel von neuen Raumkonzepten und frischen gesunden Speisen birgt so völlig neue Möglichkeiten. Frische Vielfalt lockt die Mitarbeiter – nicht nur beim Essen selbst, sondern auch bei der Präsentation. Die große Anzahl an Speisen kann klein portionierbar hinter den Kulissen vorbereitet werden. Dafür bewährt hat sich zum Beispiel die Cook-&-Chill-Technik: Vorgekochte Komponenten werden zunächst heruntergekühlt, um dann portionsweise zubereitet werden zu können. Schnell, frisch und lecker! Betreiber von Betriebskantinen können sich in puncto Know-how Hilfe von GV-erfahrenen Convenience-Spezialisten holen.

### Frisch gekürt

Dass Kantinen wie eigenständige Restaurants gehandhabt werden, scheint auch die Ambition der Großküchenchefs steigen zu lassen: So durfte sich der Tuck Shop (Dropbox' Cafeteria im Headquarter San Francisco) im Jahr 2016 mit einem Michelin-Stern brüsten.



**ROHLOFF**  
FLEISCHMANUFAKTUR



[www.rohloff-manufaktur.de](http://www.rohloff-manufaktur.de)

Regional. Wertschätzend.  
In Handarbeit. Mit Leidenschaft.

# 9 #HOSPITALFOOD

## ESSEN, WAS GUTTUT!

von Bettina Schneider



WER KRANK IST ODER SOGAR SCHON EINMAL SELBST ALS PATIENT IM KRANKENHAUS LAG, WEISS WIE WICHTIG GUTES GESUNDES ESSEN FÜR GENESUNG UND LAUNE IST. ES HEBT DIE STIMMUNG UND HAT DAZU NOCH ERNÄHRUNGSPHYSIOLOGISCHE ASPEKTE. OFT IST DIE ESSENSAUSGABE DAS HIGH-LIGHT IM TAGESABLAUF DER PATIENTEN.

Die Anforderungen an das Essen im Krankenhaus sind höher denn je. Die Menüs müssen nicht nur besonderen Bedürfnissen der oftmals geschwächten Patienten, sondern auch ihren unterschiedlichen Essgewohnheiten entsprechen. Egal ob kulturell oder diätspezifisch – Essen ist auch im Krankenhaus Ausdruck der eigenen Individualität. **Interessant ist, dass laut der Deutschen Gesellschaft für Ernährung e.V. bereits jeder vierte eingelieferte Patient mangelernährt ist.** Umso mehr gilt es gerade jetzt, im Krankenhaus mit wertvollen Vitaminen und Nährstoffen die Lebensqualität der Patienten zu verbessern und so die Genesung zu unterstützen.

### VORTEIL FRISCHE FÜR MEHR QUALITÄT

In vielen Krankenhäusern wird das Essen längst nicht mehr in der hauseigenen Küche gekocht. Stattdessen wird die Verpflegung über externe Caterer ausgelagert. Über 80 % der Kliniken mit weniger als 200 Betten wenden das Produktsystem Cook and Serve an. Bei Häusern mit mehr als 400 Betten liegt die Zahl bereits bei über 60 %. Neue Systemtechniken wie Cook and Freeze ermöglichen es Kliniken, ihre Logistik- und Prozesskosten besser im Griff zu haben. Der Schwerpunkt des Verpflegungsbudgets kann so stattdessen in eine bessere Qualität der Lebensmittel selbst investiert werden. Cook and Freeze basiert auf tiefgekühlten Menükomponenten, die bereits portioniert und nur bis zu einem hygienisch sicheren Garpunkt gekocht sind. In der klinikeigenen Küche wird das Essen dann punktgenau gegart und anschließend serviert. Vorteil für die Patienten: Das Essen kann wie in einem Restaurant aus einer Speisekarte bestellt werden, da die einzeln angelieferten Menükomponenten flexibel miteinander kombinierbar sind. Auch können Krankenhäuser mit dieser Methode sehr gut auf Trends und Patientenansprüche reagieren.

### POTENZIAL BESUCHER

Gehen wir von den Patienten über zu den Besuchern. Hier ist das Potenzial für Gastronomen enorm groß. Pro Patient sind nach landesweiten Schätzungen durchschnittlich sieben weitere Personen am Tag im Krankenhaus anwesend. Dazu gehören Besucher, Begleitpersonen, Mitarbeiter und auch ambulante Patienten. Für viele gilt es, Wartezeit zu überbrücken oder so angenehm wie nur möglich Zeit miteinander zu verbringen. Neue Kaffeebarkonzepte werden so immer mehr zum Bestandteil für eine kleine Auszeit mitten im Krankenhaus. Sei es der Duft von frisch aufgebühtem Kaffee oder aber der Genuss von Iced Cappuccino – Kaffee verbindet und lädt zur Kommunikation ein. Zudem werden solche Cafés immer mehr mit kleinen Convenience-Shops zusammengelegt. Diese Mixed Areas laden zum Genießen, Entspannen und Einkaufen ein. Natürliches und warmes Interior-Design dieser kleinen Genuss-Inseln lässt Patienten und Besucher dazu fast gänzlich vergessen, dass sie sich gerade in einer Klinik aufhalten. Der Gast steht im Mittelpunkt und die Konzepte gehen sogar in manchen Krankenhäusern so weit, dass man kaum noch unterscheiden kann, ob man sich in einem trendigen Szene-Lokal oder aber in einer Gesundheitseinrichtung befindet. Das Konzept der Individualität und Selbstbestimmung – ja sogar Freiheit – wird anhand dieser neuen Verpflegungskonzepte immer mehr gestärkt. Patienten und Besucher fühlen sich wertgeschätzt, wahrgenommen und die Genesung verläuft viel angenehmer und vielleicht sogar ein klein wenig schneller.

### Lutèce Champignons & Fond

Ideal als Basis

Wer gerne Champignons isst, erwartet vor allem einen intensiven und aromatischen Pilzgeschmack. Diesem Wunsch kommt Lutèce nach: geschlitzte 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. Limonensabrieb, Chili, Ingwer und Kokoscreme hinzugeben. Das Ragout aufkochen lassen, abschmecken mit Zucker und Salz und ggf. mit Stärke leicht nachbinden.

10 Portionen - Zubereitungszeit: 25 Minuten

Zutaten:

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

GREENYARD

Prepared



Mehr leckere Rezepte finden Sie auf [www.lutèce.de](http://www.lutèce.de)

10

# DIE ZUKUNFT: FOOD MIT VISIONEN ODER VISIONEN MIT FOOD?

von Linda Beck

WER SICH JETZT WANDELT, HAT  
MEHR VON DEN VERBRAUCHERN



FRISCHE CONVENIENCE IST UND BLEIBT AUF DEM VORMARSCH. SEI ES DER WANDEL DES ERNÄHRUNGS-  
VERHALTENS, DER MÄRKTE ODER DES WETTBEWERBS – DIE IN DEN HOT STORIES BELEUCHTETEN  
ENTWICKLUNGEN WERDEN SICH NOCH WEITER VERSTÄRKEN. HINZU KOMMT DER RASANTE TECHNO-  
LOGISCHE FORTSCHRITT: DIE VISIONEN DER LEBENSMITTELBRANCHE VON MORGEN BEGEISTERN – UND  
LASSEN DEM BETRACHTER ZUGLEICH EINEN PRICKELNDEN SCHAUER DEN RÜCKEN RUNTERLAUFEN.

## HOCHWERTIG, TRANSPARENT UND JEDERZEIT VERFÜGBAR

Als Teil des Megatrends Gesundheit wird die Nachfrage nach **Fast Quality Food** auch in Zukunft weiterhin boomen. Lebensmittel-, Gastro- und Verpflegungskonzepte, die Kundenbedürfnisse nach Bio, Regionalität etc. unter den Aspekt der einfachen Verfügbarkeit stellen, werden das Rennen machen. Dabei wird die Grenze zwischen (gehobener) Gastronomie und traditionellem Fast Food immer weiter verschwimmen: Bei Burger King gibt es Salat mit Garnelen, im Sternrestaurant das schnelle Mittagsmenü. Was punktet? Kleinere Portionen, individuell wählbar, egal zu welcher Tageszeit. So zeigt es das Beispiel des erfolgreichen französischen Franchise Systems Boco, das einzelne, von Köchen kreierte Menükomponenten in To-go-Gläsern zum Selbstzusammenstellen anbietet. Hinter diesem Verlangen steckt ein kultureller Leitgedanke, der potenziell einen Mehrwert für alle schafft: Für ein Fünkchen mehr Geld bekommt der Gast eine ganze Ecke mehr an Qualität und Erlebnis. Das wiederum schafft Spielraum und Möglichkeiten für Food-Konzepte jenseits des reinen Preiskampfs.



## TECHNIK, DIE BEGEISTERT?

Keine gesellschaftliche Revolution ohne technischen Fortschritt. Diese These bestätigt sich auch für die Zukunft der Lebensmittelbranche. Die Digitalisierung verändert dabei vor allem, wie das Essen zum Genießer kommt. Auf UberEats, Deliveroo und Co. folgen bald sogenannte **Ghost Kitchens**: virtuelle Restaurants ohne Gastraum, die auf ein Delivery-only-Angebot spezialisiert sind. In einer Küche wird quasi für verschiedene Restaurants gekocht, die nur auf dem – digitalen – Papier als unterschiedliche Marken sichtbar sind. Apropos Papier: Geldscheine werden beim Lebensmittelkauf auch zunehmend verschwinden. Obwohl Deutschland bei der **Going-cashless-Bewegung** noch recht weit hinterher ist, werden Restaurants und Handel hierzulande kaum ohne digitale Bezahlungssysteme auskommen. Idealerweise sind diese direkt in der **Pre-Order-App** integriert, mit der der Gast auf dem Weg ins Restaurant bestellen und bezahlen kann. **Ordering Kiosks**, digitale Schließfächer für Essen, machen das Betreten des Restaurants oder Markts sogar ganz überflüssig: die Vorbestellung kann per QR-Code einer kleinen Trocken-, Kühl- oder Wärmehülle entnommen werden.

## WILLKOMMEN IN FOODTOPIA

Während die ersten Wegbereiter digitaler Convenience bereits auf dem Vormarsch sind, stellt sich bei so manch anderer Vision zurzeit noch die Frage: **reine Utopie oder tatsächliche Realität von morgen?** 3D-Drucker sind dabei, das erste Croissant zu drucken; im Labor entsteht Fleisch auf Stammzellenbasis, ohne dass Tiere gehalten werden müssen und High-Tech-Farming wird Kunden womöglich dazu befähigen, Gemüse nach Maß und Wunsch anfertigen zu lassen. Nach dem Motto „Bau dir deine eigene Gurkel“ werden die am PC eingegebenen Präferenzen (Farbe, Größe, etc.) auf hypermoderne Gemüsesaaten übertragen. Mit dem Voranschreiten künstlicher Intelligenz wird uns das Einkaufen vielleicht sogar ganz erspart bleiben. Kühlschränke in smarten Küchen bestellen Milch nach, sobald diese leer ist und Drohnen setzen die Lieferung ganz ohne menschliche Aufforderung um. Eine weitere futuristische Idee sind personalisierte Food-IDs. Ein digitales System, das sich Essenspräferenzen merkt und per biometrischer Kennung einen perfekten Speiseplan bzw. Einkaufsliste erstellt. Klingt verrückt? Mal sehen, was wir in 20 Jahren sagen.

# BACKOFEN RÖSTINGEN RUSTIKAL!



Trendige  
Kartoffelspezialitäten

Die beliebte Rösti-Spezialität in neuer, handgemachter Optik. Fein gewürzt und in hochwertigem Rapsöl vorgebacken.

- ✓ Eine knusprige Kartoffel delikatess für viele Gelegenheiten
- ✓ Jetzt tiefkühlfrisch in High Convenience – ideal für Combidämpfer, Backofen, Fritteuse und Pfanne

[www.schne-frost.de](http://www.schne-frost.de)

Schne frost



## TURBOKRÄFTE FÜR GEMÜSE!

Ob an TK-Gemüse oder frisch – passende Gewürze verstärken den Gemüsecharakter harmonisch und sorgen so für aufregenden Geschmack. Die UBENA Gemüsehelden sind perfekt drauf abgestimmt. Ganz einfach als Finish über das fertige Gemüse streuen.

**Karotte-Paprika-Petersilie Gewürzzubereitung**  
Dieser Gemüseheld ist ein Muss für Wurzelgemüse – hebt Rüben, Sellerie, Karotten und Petersilienwurzeln im Handumdrehen in den Genussimmell



**Spinat-Chili-Liebstöckel Gewürzzubereitung**  
Ein köstlicher Held, wenn es um süß-saure Gerichte geht: z. B. Gemüse-Currys oder Asia-Gemüse wie Pak Choi, Zuckerschoten oder Mungobohnensprossen.



**Sesam-Kurkuma Würzmischung**  
Ein Held, der es in sich hat: Er verleiht z. B. Tomaten-Concassé ein pffiffiges Aroma und verfeinert Kohlgerichte sowie grüne Smoothies.



## KICHERERBSEN-SALAT MIT ZWIEBELN

### ZUTATEN

- 1 kleine Salatgurke
- 2 Dosen Kichererbsen (à 400 g Füllgewicht)
- 2 kleine rote Zwiebeln
- 2 Frühlingszwiebeln
- ¼ Bund Petersilie
- 6 EL Zitronensaft
- 2 TL Honig
- ¼ TL gemahlener Kreuzkümmel
- Salz, Pfeffer
- 8 EL Olivenöl
- 200 g Feta
- 1 EL Schwarzkümmel (Nigella)
- 2-3 Msp. Chiliflocken

### ZUBEREITUNG

1. Die Gurke schälen, längs halbieren und die Kerne mit einem Löffel herauskratzen, dann die Hälften längs dritteln oder vierteln und in kleine Stückchen schneiden. Kichererbsen in ein Sieb abgießen, gründlich kalt abbrausen und abtropfen lassen und mit der Gurke in eine Schüssel geben. Zwiebeln schälen und in Ringe schneiden, Frühlingszwiebeln waschen und mit dem Grün in Ringe schneiden. Petersilie waschen, trocken schütteln, Blättchen abzupfen und grob zerschneiden.
2. Zitronensaft mit 3 EL Wasser, Honig und Kreuzkümmel verrühren, salzen und pfeffern, dann das Olivenöl kräftig unterschlagen. Das Dressing zu den Kichererbsen geben, Zwiebeln und einen Großteil der Frühlingszwiebeln mischen (etwas davon beiseitelegen) und 20 Minuten ziehen lassen. Danach nochmals mit Salz, Pfeffer und evtl. Zitronensaft abschmecken.
3. Feta trocken tupfen und grob zerbröckeln. Mit Petersilie und restlichen Frühlingszwiebeln auf den Salat geben und mit Schwarzkümmel und Chiliflocken bestreuen.

### SMÖRGÅS

#### LESESTOFF

Hygge war gestern – der neue Food-Trend aus Skandinavien heißt Smörging. Dahinter steckt weit mehr als nur Butterbrot und Tisch, wie das neue Buch von Autorin Tanja Dusy zeigt. Als Küchenprofi entwickelt sie Rezepte, die nicht nur gelingen, sondern auch das besondere Etwas haben. 160 Seiten, [www.emf-verlag.de](http://www.emf-verlag.de)



**DAZU PASSEN:**  
grüne Oliven mit Basilikum  
feine schwarze Oliven



**Stenger**

Probieren Sie unsere Vielfalt...

Es ist Sommer, es gibt Eis - doch fehlt da nicht etwas? Was ist schon ein Eis ohne knusprige Waffel?



Unser Decorwaffelsortiment bereichert jeden Eisgenuss!



Neu: Der PortionCup Als Allroundtalent eignet sich der knusprige Waffelbecher ideal zum Befüllen mit Konfitüren und Fruchtaufstrichen am Frühstücksbüffet, Saucen und Dips zu herzhaften Speisen und liebevoll angerichtetem Fingerfood.



Stenger Waffeln GmbH  
Nikolaus-Otto-Str. 12  
56727 Mayen  
www.stenger.eu  
info@stenger.eu



# SUMMER DINNER

## Urlaubsfeeling für den Außenbereich

von Bettina Schneider

EINE HERZLICH EINLADENDE ATMOSPHÄRE, GEMÜTLICH UND SOMMERLICH-LEICHT: DAS IST DAS PERFEKT PARADIESISCHE OUTDOOR-IDYLL. HIER MÖCHTE MAN BEI EINEM ESSEN MITEINANDER ZEIT VERBRINGEN. WIR PRÄSENTIEREN IHNEN UNSERE SECHS LIEBLINGE, DIE DEN SOMMER UND EINEN GEDECKTEN TISCH IM FREIEN NOCH SCHÖNER MACHEN.

### 1. Drinkveredler Ines

Im Kristall-Look macht wohl jedes Getränk eine gute Figur. Edel, retro und zugleich absolut schick ist der neue Gläsertrend nirgends mehr wegzudenken. [www.vega-direkt.com](http://www.vega-direkt.com)

### 2. Storyteller ♥

Mal ehrlich: Wenn unsere pelzigen Freunde uns mit hungrigen Augen beim Genießen zuschauen, schmeckt's doch gleich besser. Die Teller des britischen Designers JAMES WARD sind hand-made und mit viel Liebe zum Detail kreiert. [www.amara.com](http://www.amara.com)



### 3. Glow in the Dark

Lassen Sie Ihren Außenbereich mit der solarbetriebenen LED-Lichterkette aus schwarzem Metall erstrahlen. Sobald es dunkel ist, wird sie zum Highlight. [www.depot-online.com](http://www.depot-online.com)



### 4. Kopfgesteuert

Moderne, multifunktionale Architektur und Hingucker zugleich: ADAN ist ein Stück mit viel Persönlichkeit. Dekoobjekt, Vase, Hocker, Blumentopf etc. Der Verwendung sind keine Grenzen gesetzt. [www.vondom.com](http://www.vondom.com)



### 5. Affentanz

Da hat doch jemand die Glühbirne geklaut?! Mit der neuen LED-Lampenkollektion SELETTI MONKEY machen Sie sich bestimmt nicht zum Affen. Ganz im Gegenteil. [www.seletti.it](http://www.seletti.it)



### 6. Der runde Avantgardist

Er spendet Schatten und sieht garantiert gut aus: der Sonnenschirm MOGAMBO. Der handgeflochtene Schirm von Paola Lenti ist einfach unbeschreiblich schöne Handarbeit. [www.paolalenti.it](http://www.paolalenti.it)



### Frische Tipps!

- Reichen Sie Ihren Gästen Sonnencreme, erfrischendes Spray oder Antimückenmittel!
- Wenn es zu Ihrem Konzept passt, stellen Sie Liegestühle oder Loungesofas zum Entspannen und Genießen auf!
- Kreativ sein lohnt sich: Dekorationen wie Lichtskulpturen, passende Kissen und Decken laden zum Verweilen ein.



### Natürliche Sommerhits...

- nachhaltige Produkte zum Thema Grillen

Setzen Sie mit PAPSTAR auf eine ökologische Ausrichtung – Einmalartikel aus vier verschiedenen nachwachsenden Rohstoffen: Holz, Mais, Palmblatt und Zuckerrohr! PAPSTAR bietet Ihnen FSC®-zertifizierte Pappteller und -schalen aus garantiert schadstofffreier Frischfaser und Bestecke aus ungebleichtem Holz. Weiterhin Kaltgetränkbecher, Trinkhalme und Verpackungsbecher aus dem kompostierbaren Biokunststoff PLA oder hitzebeständige Bestecke aus C-PLA - beides hergestellt aus Maisstärke. Stabile, mikrowellentaugliche Teller, Schalen und Heißgetränkbecher aus Zuckerrohr und 100% natürliche Teller aus den Blättern der Arekapalme vervollständigen das Angebot.

Mit den Produkten von PAPSTAR sind Sie bestens ausgerüstet für die anstehende Grillsaison!



pure - natürlich von **PAPSTAR**

[www.papstar.com](http://www.papstar.com)

# California DREAMING

von Bettina Schneider

SÜSSES SO  
healthy

PURES SOMMERFEELING  
GEPAART MIT DER REICHEN  
VIELFALT DER FRUCHTBAREN  
LANDWIRTSCHAFT MACHEN  
KALIFORNIEN ZU EINEM ORT  
MIT BEKANNTLICH VIELEN  
GLÜCKLICHEN MENSCHEN.  
„CALIFORNIA CUISINE“  
ZAUBERT DIESES HIPPE  
LEBENSGEFÜHL AUF DIE TEL-  
LER. GRUND GENUG, UM DIE  
SÜSSEN TRENDS DER WEST  
COAST EINMAL GENAUER  
UNTER DIE LUPE ZU NEHMEN.



## CALIFORNIA CUISINE MEETS RAW FOOD TREND

In Kalifornien gibt es wirklich nichts, was es nicht gibt. Das tolle Wetter kommt dem Obst und Gemüse, das überall lokal angebaut wird, wunderbar zugute. Hier findet man kaum ein Haus, das nicht mit mindestens einem Zitronen-, Mandarinen- oder Avocadobaum in seinem Garten geschmückt ist. Kein Wunder, dass in erster Linie die Verbindung frischer, regionaler und saisonaler Zutaten die kalifornische Küche auszeichnet. Typisch ist ebenso die Verschmelzung verschiedener Kochrichtungen und -stile aus der ganzen Welt, die mit frischen

Kräutern oder wohlduftenden Zitrusfrüchten veredelt werden. Eine bewusste Ernährung mit nachhaltigen Produkten und kurze Transportwege, gepaart mit Einflüssen und Kochtechniken aus aller Welt, vereint sich bei California Cuisine zu wahren Geschmacksexplosionen.

Ein Trend, der von L.A. ausgehend immer massentauglicher wird, ist „Raw Food“. Los Angeles ist der Raw-Food-Hotspot schlechthin! Der Vorteil von Raw (roh): **Natürliche Bestandteile der Zuta-**

**ten bleiben erhalten**, da diese nicht durch Hitze verändert werden. Der Organismus wird weniger belastet, ein **Völlegefühl** oder **gar Müdigkeit nach dem Essen bleibt aus**. Außerdem benötigt der Körper bei dieser Ernährungsweise im Vergleich zu herkömmlicher Durchschnittsernährung nur einen Bruchteil von Energie und man produziert kaum Abfall. Auch Brownies kann man nach dieser Ernährungsphilosophie „backen“. Probieren Sie die neue Variante doch einmal bei Ihren Gästen aus!

## RAW-SCHOKO-BROWNIES MIT SCHOKOHAUBE

### FÜR DIE BROWNIES

- 260 g getrocknete Datteln
- 80 g Walnusskerne
- 120 g Mandeln
- 50 g ungesüßtes Kakaopulver
- ¼ TL Salz

### FÜR DIE SCHOKOHAUBE

- 50 g ungesüßte Mandelmilch
- 160 g vegane Zartbitterschokolade
- 20 g Kokosblütenzucker
- ¼ TL Salz
- 2 EL Kokosöl

### ZUM GARNIEREN

- 4 EL Kürbiskerne
- 6 EL vegane Zartbitterschokolade, fein gehackt

- 1 Für die Brownies Datteln entkernen und in eine Schale geben. Mit kochend heißem Wasser übergießen und 15 Min. abgedeckt ziehen lassen.
- 2 Datteln abgießen, in zwei Portionen teilen und sie nacheinander in einem Multi-Zerkleinerer jeweils zu einer dicken, pastenartigen Konsistenz verarbeiten. In eine Schale umfüllen.
- 3 Walnüsse und Mandeln in den Multi-Zerkleinerer geben und sehr fein zerkleinern. Kakaopulver und Salz dazugeben und 10 s weiter zerkleinern.

- 4 Gemisch zu den Datteln geben und mit den Händen alles zu einer glatten Masse kneten.

- 5 Eine Form (ca. 25 x 10 cm) mit Backpapier auslegen. Masse gleichmäßig darin verteilen und gut andrücken.

- 6 Für die Schokohaube Mandelmilch in der Mikrowelle oder in einem Topf im Wasserbad erhitzen. Schokolade grob hacken.

- 7 Kokosblütenzucker, Schokolade, Salz und Kokosöl zur Milch geben. So lange rühren, bis sich die Schokolade vollständig in der Milch aufgelöst hat und sich alle Zutaten miteinander verbunden haben.

- 8 Schokocreme über die Brownie-Masse geben und mit Kürbiskernen und Zartbitterschokolade garnieren.

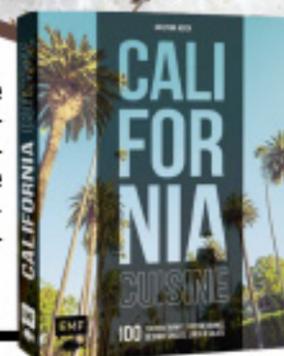
- 9 Brownie-Masse etwa 30 Min. in den Kühlschrank stellen, dann herausnehmen und in 16 gleich große Stücke schneiden.



### Lesestoff

Auf 240 Seiten erwarten Sie sommerlich leichte Rezepte für einen kulinarischen Ausflug an die Westküste der USA. Kochen wie in L.A. und Hollywood – trendig, gesund und einfach köstlich!

[www.emf-verlag.de](http://www.emf-verlag.de)





**R**OBUSTE ACCESSOIRES. SMARTE GADGETS UND PRÄKTISCHE KÜCHENHILFER KÖNNEN SO SPANNEND SEIN. ES WIRD ZEIT FÜR FRISCHE INSPIRATIONEN, DIE UNS DEN ALLTAG ERLEICHTERN UND GENÜSSE VERLÄNGERN.

# MÄNNER SACHE

von Bettina Schneider



## GUT ABGESCHNITTEN

Handgeschmiedete Stahlklingen mit ergonomischen Griffen aus geöltem Walnussholz sind das Wahrzeichen der eifertigen, ausgezeichneten Kochmesserkollektion „Foreman“. Die Manufaktur Carl Mertens gewann mit diesem technischen Balanceakt sogar den iF Design Award. Ein echter Hingucker ist das Kräutermesser. Während die Form quasi an eine Mini-Axt erinnert, können mit der halbunden und extrascharfen Klinge Kräuter, Zwiebeln und Knoblauch spielend leicht gehackt werden. Entdecke den echten Naturburschen in der! [WWW.CARL.MERTENS-SHOP.COM](http://WWW.CARL.MERTENS-SHOP.COM)



## HEISSER KERL

Kelvin heißt das erste Kaffee-Röstsystem für zu Hause. In Zusammenarbeit mit verantwortungsvollen Bohnenlieferanten weltweit liefert Kelvin nicht nur die Zutat, sondern auch den smarten Röster. Einfach Bohnen einfüllen, den gewünschten Röstgrad einstellen und nach wenigen Minuten besten Kaffeegenuss erleben. Völlig neue Geschmacksstufen können hier durch selbst regulierbare Röstzeiten kreiert werden. [WWW.KELVINROASTER.COM](http://WWW.KELVINROASTER.COM)



## BÄRENSTARK

Was ist die Lieblingsbeschäftigung von echten Kerlen im Sommer? Grillen. Neben der großen Range an Grillbe- Muss, wenn man sich der Königsdisziplin „Pulled Pork“ widmet, sind Pulled-Pork-Gabeln. Mit ihnen wird das „Pullen“ von fertig gegartem Stück Fleisch vom Grill heben, sind die großen Fleischkrallen, auch liebevoll „Bärenkrallen“ genannt, ebenfalls der ideale Helfer. [WWW.KUECHENPROF.DE](http://WWW.KUECHENPROF.DE)



## CASUS KNACKSUS

CasusGrill ist der umweltfreundliche Einweggrill für das spontane Grillen an jedem Ort. Der Sommer kommt und somit auch die Lust zum Grillen. Sei es am Strand, beim Campen oder beim Picknicken. Anstelle von herkömmlicher Grillkohle kommen hier aber Kohlebriketts aus Bambus und Lavasteine zum Einsatz. Sowohl Grillrost als auch der Grill selbst sind aus natürlichen Materialien hergestellt und vollständig abbaubar. Schluss mit umweltschädlichen Metallabfällen! [WWW.CASUSGRILL.COM](http://WWW.CASUSGRILL.COM)



Ihre Chance – Better Burger mit original Urgetreide-Buns  
**DAS GESCHMACKS-ERLEBNIS BEGINNT MIT DEM BUN!**

Premium Burger und Hot Dogs liegen im Trend! Und beide werden zum absoluten Renner, wenn auch die Buns perfekt dazu passen. Baker & Baker bietet mit den neuen 6 Original Grains Premium Buns ein Konzept an, dass den Nerv aller Burger- & Hot-Dog-Fans von heute trifft: mit 6 wertvollen Urgetreidesorten aus nachhaltigem Anbau für ursprünglichen Premium-Genuss. Diese Buns erzählen eine Geschichte – zu finden auf [www.baker-baker.de](http://www.baker-baker.de)!

- Mit 6 exklusiven Urgetreidesorten und Roggenvollkornschrot veredelt
- Vegan & Clean Label
- 3-fach Premium: Größe, Optik & Geschmack
- Fertig gebacken & vorgeschnitten
- Cash & Carry-fähige Verpackung



CSM Deutschland GmbH  
Service Line: 0 421- 3502 830  
[www.baker-baker.de](http://www.baker-baker.de)

## Der Hesse liebt sein Stöffche!

von Bettina Schneider

WER IN HESSEN UNTERWEGS IST, KOMMT UM SO MANCH MERKWÜRDIG KLINGENDE SPEZIALITÄT AUF DEN SPEISEKARTEN NICHT HERUM. BEGEGNEN UNS KULINARISCHE BEGRIFFE WIE HANDKÄS MIT MUSIK, GRIE SOSS ODER AUCH EBBELWOI, WEISS MAN: JETZT BIN ICH IN HESSEN.

Gegessen wird in Hessen gerne deftig. Neben Wurst ist Hessen für viele Gerichte rund um Käse, Wein, Apfel, Brot und Saucen bekannt. Zudem lebt die Region von Weinbau und vielen kulinarischen Festen rund um ihre regionalen Köstlichkeiten.

### Hessens Leibspeisen

Wenn den Hessen eins nicht wurscht ist, ist das die Wurst ansich. In keinem Bundesland sonst ist ihre Herstellung eine derart hohe Kunst. Eine Weltkarriere haben die **FRANKFURTER WÜRSTCHEN** gemacht.

Angeblich werden diese bereits seit über 500 Jahren hergestellt und dürfen nur den Namen „Frankfurter“ tragen, wenn sie tatsächlich aus der Rhein-Main-Region stammen. Traditionell isst man die heißen Würstchen zu Brot, Senf und Kartoffelsalat.

Taucht man tiefer in traditionelle Genüsse der Hessen ein, kommt man nicht um den **HANDKÄS MIT MUSIK** herum. Musik?

Wer Zwiebel isst, kennt mit Sicherheit die entsprechenden Geräusche bei der Verdauung. Ein Handkäs ist ein Sauer- milchkäse in einer Marinade aus Essig, Öl und Zwiebeln. Garniert mit vielen Zwiebeln und Kümmel ist dies ein beliebter und proteinreicher Snack in vielen hessischen Lokalen. Weiter geht es mit der **GRIE SOSS**. Bitte was?

Am besten kalt serviert mit Pellkartoffeln und Eiern, soll die **GRIE SOSS** sogar Goethes Lieblingsessen gewesen sein. Sieben essenzielle Kräuter wie Borretsch (1), Kerbel (2), Kresse (3), Petersilie (4), Pimpinelle (5), Sauerampfer (6) und Schnittlauch (7) bilden für diese Sauce die Basis – allesamt mit gesundheitsfördernder Wirkung. Sie werden mit saurer Sahne, Essig und Öl kräftig gemixt. Lecker, erfrischend und gesund!



### Bembeltown

Was zu jedem Gericht essenziell in Hessen ist, ist der **ÄPPELWOI**. Das „Stöffche“, wie der Apfelwein auch liebevoll genannt wird, zählt zu den bekanntesten Spezialitäten in der Rhein-Main-Region. Während Genießer diesen pur aus dem Bembel ins Gerippte gießen (Bembel = Krug, Gerippte = Glas), ist bei Nicht-Hessen der „Süß Gespritze“ durchaus erlaubt. In ganz Hessen gibt es fast an jeder Ecke Apfelweinkneipen, Feste und einen Kult rund um den Bembel. Der Künstler Michael Müller lebt seine Leidenschaft für Frankfurt am Main sogar in kultigen Bembel-Designs aus.

### Der Hessekopf ist gesellig!

Kulinarische Vielfalt will zelebriert werden und so finden in Hessen das ganze Jahr über zahlreiche Volksfeste statt. Besonders zu empfehlen in der Bankenstadt sind das **Fressgassfest**, das **Opernplatzfest** und das **Apfelweinfest**. Hier wird der Sommer eingeläutet und gemeinsam vor historischen Kulissen in einer pulsierenden Metropole bis spät in laue Sommernächte hinein gefeiert. Das größte Weinfest der Welt findet alljährlich in Wiesbaden statt. Im August entdecken Gäste der Rheingauer Weinwoche zehn Tage lang die Vielfalt der Weine und Sekte aus der Region. Wer nun Hunger und Durst bekommen hat, sollte schnell nach Hessen kommen.



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 zusammengefasst 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<sup>1</sup>, nicht vorbei. Jede Menge Vitamine, Mineralien und Ballaststoffe in Kombination mit einem niedrigen Kaloriengehalt, machen das heimische Kohl und Kraut zu wahren Nährstoffwundern. Zudem eignen sich viele der Produkte auch für vegane, low carb, gluten- oder laktosefreie Gerichte. Hochwertig angerichtet – zum Beispiel in Form einer leckeren, lauwarmen Salatbowl – begeistert Kühnes Superfood die Gäste.

### REGIONALITÄT PUNKTET BEI KÜCHENPROFIS

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

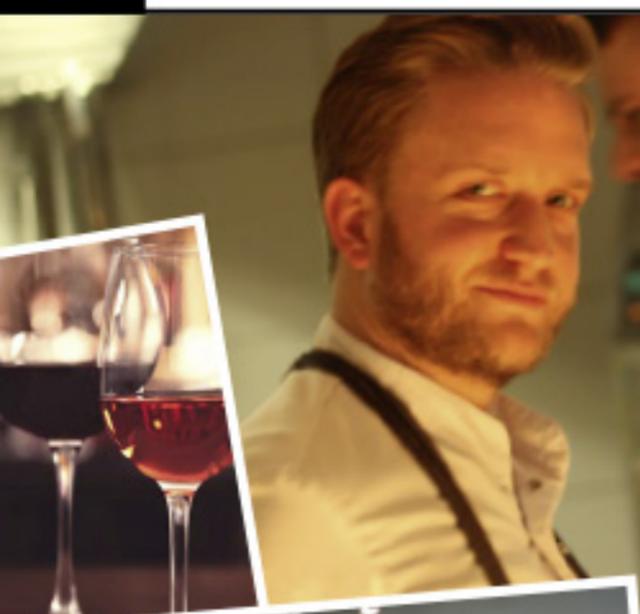
bereitung von Lebensmitteln interessieren. Kaufentscheidendes Argument für Kühne: Die Rohwaren werden auf den Feldern rund um die Kühne Standorte in Bayern und Nordrhein-Westfalen angebaut, geerntet und frisch verarbeitet. Kurze Transportwege und hohe Qualitätsstandards – dafür schätzen Küchenprofis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

### + Der Kühne Rezepttipp: Die Superfood-Bowl

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

**REZEPTIDEE:** Kühne Rotkohl Fix & Fertig 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 13/2017.



## STECKBRIEF

NAME  
JAHRGANG  
PHILOSOPHIE

HENDRIK OLFEN  
1984

EINFACHE KÜCHE, GUTE PRODUKTE,  
LIEBE ZUM HANDWERK, KLARE  
AROMEN. JEDES GERICHT MUSS  
SOFORT VERSTÄNDLICH UND  
EIN GENUSS FÜR JEDEN ESSER SEIN.

PRÄGENDE STATIONEN

HOTEL TRAUBE TONBACH, Balersbronn  
LA VISION\*\* Im Hotel im Wasserturm

BESCHREIBT SICH ALS

HUMORVOLL, ENGAGIERT, LOYAL



# WEINBAR HENNE

von Linda Bach

## Wohlfühlmomente und „einfach geiler Stoff“

DÜRFEN WIR VORSTELLEN?

HENDRIK OLFEN. SPITZNAME HENNE. MIT DER GLEICHNAMIGEN WEINBAR IN DER KÖLNER CITY ZWISCHEN RUDOLF- UND FRIESENPLATZ HAT DER 33-JÄHRIGE NIEDERRHEINER SEINEN EIGENEN GASTRO-TRAUM VERWIRKLICHT. „GUTE GRUNDPRODUKTE, HANDWERK, EINFACH GEILER STOFF!“, HEISST ES AUF SEINER WEBSITE. DARÜBER WOLLEN WIR MEHR WISSEN!



ANGELEHNT AN ERFOLGREICHE SPANISCHE RESTAURANTS VERZICHTEST DU IM HENNE AUF DIE KLASSISCHE MENÜ-FOLGE VORSPEISE, ZWISCHENGANG, HAUPTGERICHT, DESSERT. WIE NAHELIEGEND IST DENN DA DIE ERSTE ASSOZIATION MIT TAPAS? Die einzige Gemeinsamkeit ist hier die Portionsgröße. Meine Küche ist international und richtet sich komplett nach meinen Launen. Das kann dann natürlich auch mal mediterran sein. Wenn man von einem spanischen Einfluss spricht, dann ist es der, gemeinsam zu essen, zu teilen und alles zu probieren. Auch der Fokus auf gute Produkte und ein gewisser Purismus ist in der spanischen Küche oft zu finden.

WIE VIELE GERICHTE BESTELLT DER GAST DENN IM DURCHSCHNITT? Ganz unterschiedlich. Manche probieren ein Gericht zum Wein, manche bestellen zu zweit die ganze Karte (17 Gerichte). Ich denke aber, im Durchschnitt drei Gerichte.

KANN MAN SAGEN, OB SICH DAS KONZEPT POSITIV ODER NEGATIV AUF DEN UMSATZ AUSWIRKT? Das ist zunächst noch schwer zu sagen. Die Zeit wird zeigen, wie das Konzept ankommt. Ich werde so schnell nicht davon abweichen.

HAST DU BESONDERE LIEBLINGSKOMBINATIONEN ODER EIN SIGNATURE DISH, DAS DICH AUSZEICHNET? Ich glaube, dafür bin ich zu jung, außerdem gehöre ich ja nicht zu der Art von Köchen, die ständig herausragende Gerichte produzieren, über die man dann jahrelang spricht. Ich koche einfaches Essen für jedenmann, jeden Tag.

UND WIE SIEHT ES MIT DER BARPHILOSOPHIE AUS: WELCHE BESONDERHEITEN HAT DAS HENNE HIER ZU BIETEN? Wir haben eine große Bar, an der man Platz nehmen, trinken und auch essen kann. Vor allem kommen aber später am Abend viele Gäste auf ein Glas Wein vorbei. Manche probieren dann ein Gericht und wenn wir alles richtig machen, probieren sie auf einmal die ganze Karte.

WOHER KOMMEN DIE WEINE? Wir sind bei der Auswahl der Weine relativ international unterwegs. Wir haben kaum Vorlieben, weder bei Region noch bei Rebsorte oder sogar Winzer und Trends. Das Produkt selbst zählt.

HAST DU DIR DAS WISSEN DARÜBER SELBST ANGEEIGNET ODER GIBT ES EINEN SOMMELIER AN DEINER SEITE? Claudia Stern hat für uns das Weinkonzept erarbeitet. Sie kümmert sich auch um den Einkauf, die Dynamik und die Pflege der Weinkarte.

WIE KAM ES ZU DER IDEE DES HENNE? GAB ES EINEN BESTIMMTEN MOMENT, IN DEM DU DACHTEST: „SO, JETZT WAGE ICH DEN SCHRITT IN DIE SELBSTSTÄNDIGKEIT“? Selbstständigkeit war schon immer mein Traum. Als ich dann vor Jahren mal in der Cordobar in Berlin war, dachte ich: „Wow, das willst du auch machen!“ Die Idee ist dann mit den Jahren weiter gewachsen. Ich habe es immer gehasst, wenn ich bei einem guten Koch mit interessanter Karte essen war und dann nur maximal zwei Gerichte à la carte bestellen konnte, weil ich sonst platzen würde. Ich hatte aber auch das Glück, einen „Unterstützer“ – und mittlerweile guten Freund – dabeizuhaben, der mir neben der Kochkunst auch unternehmerische Talente attestierte und mich bei allem unterstützte, was im Kern nichts mit der Gastronomie zu tun hat. Die Beschaffung des Kapitals ist nur ein kleiner Teil dieser Hilfe. Ohne ihn gäbe es dieses Restaurant jetzt nicht.

WAS WAREN DENN DIE GRÖSSTEN HERAUSFORDERUNGEN BEI DER ERÖFFNUNG? Die Personalsuche und das Timing beim Umbau. Ich denke, das ist bei allen so.

WAS BEWEGT DICH DERZEIT? Immer noch die Personalsuche, der Erhalt unserer Qualität, die Festigung unseres Restaurants am Markt ... und noch so ca. 1.000 andere Dinge. Am meisten bewegt mich aber der Gedanke an meinen Sohn, der im September geboren wird. Bis dahin muss ich mich hier dringend etwas ersetzbarer machen.

## SWEET CHILI SAUCE & VOLLKORN TORTILLA

Profitable Snack-Ideen mit exotischem Geschmack



FUNTASTIC Vollkorn Tortilla 30cm  
und DEVELEY Sweet Chili Sauce 875ml

**Develey**  
SENF & FEINKOST  
FOOD SERVICE

Develey

Specht

Bautzner

Specht

Wassermann

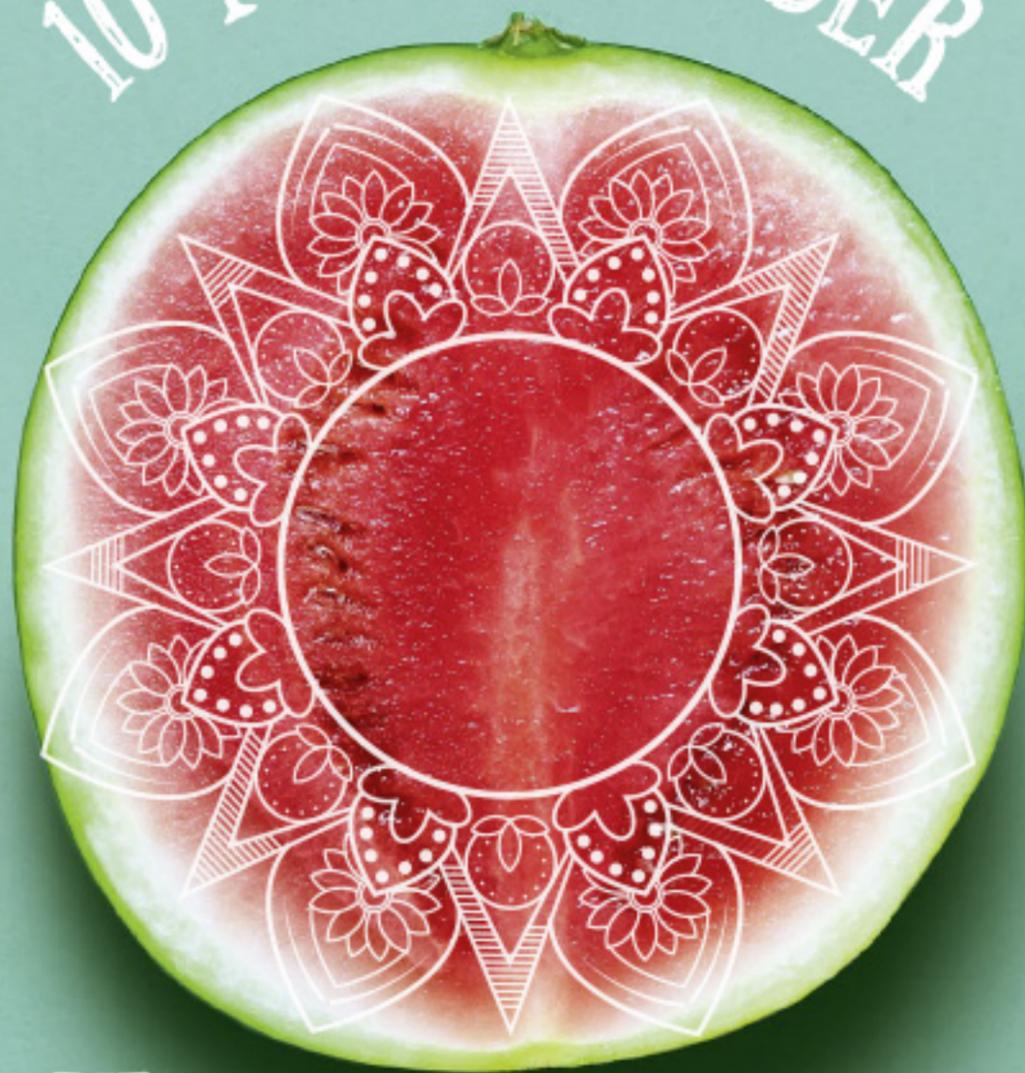
Wassermann

Wassermann

Wassermann

Develey Senf & Feinkost GmbH  
D-82001 Unterhaching/München  
Tel. 089 61102 - 0  
Fax 089 61102 - 185  
foodservice@develey.de  
www.develey-foodservice.de

# 10 FAKTEN ÜBER



# DIE Wassermelone

von Bettina Schneider



Wassermelone ist nicht gleich Wassermelone! Es gibt rund 150 verschiedene Sorten. Wobei

**SUGAR BABY** und **CRIMSON SWEET** zu den beliebtesten weltweit gehören.



## OBST ODER GEMÜSE?

Tja, hätten Sie es gewusst? Sie sind süß und saftig, aber streng genommen zählen Melonen zu den Kürbisgewächsen.



## ESST MEHR MELONEN!

Dank einem Wasseranteil von ca. 95 % sind sie der perfekte Durstlöcher. Durch das enthaltene Citrullin entschlacken sie auch noch.



## KERNKRAFT

Die Kerne einer Wassermelone sind wahre Vitamin-Bomben! Sie enthalten Vitamin A, B und C, ungesättigte Fettsäuren, Eisen, Magnesium und Kalzium. Warum also wegwerfen?!



## EIN ALTBEWÄHRTER TRICK

verrät die Reife: Wenn beim Klopfen auf die Schale ein hohles Geräusch ertönt, ist die Melone noch nicht reif.



**WELTWEIT** werden pro Jahr rund 100 Millionen Tonnen Wassermelonen produziert.



## HALTBARKEITS-QUEEN

Wassermelonen sind problemlos drei Wochen im Kühlschrank haltbar.



## PERFEKTES ANTIOXIDANS:

Wassermelonen enthalten eine Menge Lycopin. Dieses Antioxidans bekämpft freie Radikale und stärkt das Immunsystem.



## AM 3. AUGUST

wird der National Watermelon Day in den USA gefeiert. Kurios? In der Tat.



## QUADRATISCH, PRAKTISCH, GUT.

Da japanische Kühlschränke klein sind, werden dort quadratische Wassermelonen gezüchtet. So sind diese stapelbar und handlich.

Unsere Kompetenz für Ihre Professionalität

LE SAUNIER DE CAMARGUE



MILERB



LACHUIX

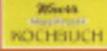


Ohne Geschmacksverstärker, Konservierungsstoffe, Farbstoffe

Importhaus Wilms / Imports GmbH & Co. KG  
Tel.: 06123-9390-0 · info@importhaus-wilms.de  
www.importhaus-wilms.de



# So schreibt ein Food-Konzern Geschichte

- 
Karl Heinrich Knorr  
**1838** KNORR WIRD IN HEILBRONN GEGRÜNDET
- 
**1888** ERSTE MARGARINEFABRIKEN AUF DEUTSCHEM BODEN
- 
**1930** AUS MARGARINE UNION UND LEVER BROTHERS WIRD UNILEVER
- 
**1931** REZEPTDIENST FÜR GROSSVERBRAUCHER
- 
**1936** DAS 1. KNORR GROSSKÜCHEN-KOCHBUCH ERSCHEINT
- 
**1965** GRÜNDUNG DER KNORR KÜCHENSOLDATEN
- 
**2000** UNILEVER UND BESTFOODS FUSIONIEREN
- 
**2005** AUS UBF FOODSOLUTIONS WIRD UNILEVER FOODSOLUTIONS
- 
**2008** GRÜNDUNG DER CHEFTOMORROW CENTRE IN HEILBRONN

## VON HEILBRONN AUS IN DIE GANZE WELT

von Linda Beck



**UNILEVER FOOD SOLUTIONS:**  
 DIE ENTWICKLUNG ZU EINEM DER GRÖSSTEN PLAYER IM WELTWEITEN FOODSERVICE-MARKT FING MIT VIELEN KLEINEN ERFOLGSSTORYS AN. DIE UNS WOHL BEKANNTESTE IST DER AUFSTIEG VON KNORR. HEUTE BLICKT MAN MIT RESPEKT AUF DAS SPEKTRUM EINES KONZERNS DIESER GRÖSSE. ABER AUCH UNILEVER FING MAL KLEIN AN. WIE KAM ES ZU DIESEM ERFOLG? EINE KLEINE ZEITREISE DURCH DIE GESCHICHTE EINES DER GRÖSSTEN CONSUMER-GOODS-HERSTELLERS WELTWEIT.



### ALS MARGARINE SICH MIT SEIFE TRAF

Europa um 1900: Die industrielle Revolution ermöglicht eine neue Art der Konsumgüterproduktion. Neue Produzenten entstehen und viele bestehende wachsen – auch durch Unternehmensfusionen. Kurz nach den Goldenen Zwanzigern findet sich im Jahr 1930 ein auf den ersten Blick unübliches Wirtschaftspaar: Aus dem Zusammenschluss der niederländischen Margarine Union und dem britischen Seifenhersteller Lever Brothers wird Unilever. Es ist der bis dato größte Firmenzusammenschluss der Welt. Wenn man bedenkt, dass beide Produkte auf Öl basieren, wirkt die Kombination beim zweiten Hinsehen auch gar nicht mehr so exotisch.

### AUF DEM WEG ZUR FRISCHE!



### VON KÖCHEN FÜR KÖCHE SEIT 1838

Der Grundstein für den Geschäftsbereich für Professionals in der Außer-Haus-Verpflegung wird schon 1838 mit der Gründung von Knorr in Heilbronn gelegt. 1931 wird bereits ein Rezeptdienst für Großverbraucher eingerichtet und 1936 erscheint das erste Knorr Grobküchen-Kochbuch. In den 2000er Jahren wird Knorr durch die Fusion von Unilever und Bestfoods Teil des Markenportfolios von Unilever Food Solutions. Ein wachsendes Team aus Köchen und Ernährungswissenschaftlern steht den Kunden bis heute zur Seite. Mit den Cheftomorrow® Centres wurden darüber hinaus in den letzten Jahren Begegnungszentren für Austausch, Inspiration und Weiterbildung geschaffen: frisch, frischer, am frischesten!



### NA LOGO!

Bleibt nur noch die Frage, wofür eigentlich das Unilever-Logo steht. Das große U (für Unilever) setzt sich aus 25 einzelnen Symbolen zusammen, die jeweils einen Aspekt des Konzerns symbolisieren. Von einer Haarlocke, die Shampoos repräsentiert, über einen Löffel bis hin zu Eiscreme, einer Schale, einem Blatt, einer Hand und vielen mehr. Jedes Symbol hat eine eigene Bedeutung und steht für einen bestimmten Aspekt der konzern-eigenen Nachhaltigkeitsstrategie.



## LUST AUF EINE BROT'LICHE SENSATION?!

### WHOLE & PURE

OHNE HEFE OHNE MEHL FREI VON ZUSATZSTOFFEN



### WERTVOLL – SO ISST MAN HEUTE:

-  Ohne Mehl- und Hefezusätze, nur mit gesundem, nährstoffreichem Hafer und natürlichen Ölsaaten gebacken, passt »Whole & Pure« perfekt zu einer bewussten, ausgewogenen und zeitgerechten Ernährung.
-  Als einziger Nährstofflieferant versorgt Hafer den Körper schon in kleinen Verzehrsmengen mit einer Vielzahl an wichtigen Nähr- und Vitalstoffen.
-  Weitere wertvolle Zutaten wie Flohsamen, Sesam und die hochwertigen Saaten sorgen für eine ballaststoffreiche Sättigung und ausgewogene Proteinversorgung. Omega-3-Fettsäuren schützen zusätzlich die Herz-Kreislauf-Funktion.
-  GI 28  
Niedrige glykämische Last
-  Naturbelassene Ernährung – unsere Leidenschaft
-  **LNB**  
La nouvelle Boulangerie  
Backwaren und -zubehör. Tradition. Leidenschaft.
-  Erfahren Sie mehr über unser Brot auf:  
[www.LNB-BACKWAREN.DE](http://www.LNB-BACKWAREN.DE)

## Bedarfsgerecht für die schnelle Küche



ohne Hefeextrakt ✓  
ohne Kennzeichnung auf Speisekarten ✓  
ohne lactosehaltige Zutaten ✓  
ohne glutenhaltige Zutaten ✓

### Hähnchensteaks aus der Oberkeule

Hähnchenoberkeulenfleisch mit Haut, gewürzt, einzeln entnehmbar, tiefgefroren, fertig gebraten

Einfache und flexible Zubereitung:



**Sprehe**  
feinkost

www.sprehe.de

2018  
KULINARISCHER  
KALENDER

10 | 16  
AUGUST | OKTOBER

NACH EINER ERHOLSAMEN URLAUBSPAUSE GEHT'S AB AUGUST WIEDER RUND IN MESSEHALLEN, LOFTS UND ANDEREN TOP-LOCATIONS DER FOOD-BRANCHE. FOLGENDE VERANSTALTUNGSTIPPS VERRATEN, WO UND WANN DIE SZENE SICH IM SPÄTSOMMER ZUM AUSTAUSCH TRIFFT. VIEL SPASS BEIM TRENDCHECKEN UND NETZWERKEN!

von Ulrike Beck und Bettina Schneider

### LAURENTIUSFEST, TODTNAU

Zu Ehren des Schutzpatrons der Kirche, des heiligen Laurentius, findet auf dem Feldberg bei der Todtnauer Hütte ein geselliges Fest statt. Zwischen dem Parkplatz am Skilift Fahl und der Todtnauer Hütte wird ein Pendelbusverkehr eingerichtet.  
hochschwarzwald.de/veranstaltungen/Laurentiusfest

10.  
AUGUST

### FRANKFURTER APFELWEINFEST

Die Apfelweinkultur macht schon seit eh und je einen großen Teil des Lebensgefühls der Stadt aus. So feiern Frankfurter und deren Besucher ihr Nationalgetränk mit einem eigenen Apfelweinfestival und einem bunten Bühnenprogramm.  
www.frankfurt-tourismus.de

18.-19.  
AUGUST

### VEGGIEWORLD, MÜNCHEN

Hier entdecken Sie Produkte, die es in Ihrem Supermarkt nicht gibt, und Sie lernen veganen Genuss kennen. Angereichert mit Tipps und Tricks von Machern, Produzenten, Köchen und Gesichtern der Szene. Man trifft auf Einsteiger, Aussteiger, Querdenker, Anders- und Möglichmacher.  
www.veggieworld.de

15.-16.  
SEPTEMBER

### DELI INT. FINE FOOD FESTIVAL, BAD KISSINGEN

Der kulinarische Salon für den Delikatessenhandel und die Gastronomie präsentiert rund 80 Aussteller. Ausgewählte heimische Genusshandwerker, Meiner Manufakturen und Händler aus ganz Europa zeigen Fachbesuchern ihre ausgesuchten Köstlichkeiten.  
www.delifestival.de

16.  
SEPTEMBER

### GLOBALE ROHSTOFF-BESCHAFFUNG IN DER LEBENSMITTEL INDUSTRIE, KÖLN

Fachtagung zur sicheren Versorgung mit Agrarrohstoffen mit vielen Best-Practice-Beispielen zum Thema Rohstoffeinkauf und Lieferantenmanagement.  
Tickets ab 795,00 €  
www.akademie-presentis.de

18.  
SEPTEMBER

### PRO FACHHANDEL 2018, NÜRNBERG

Fachmesse für den Convenience- und Getränkegroßhandel. Rund 170 Aussteller präsentieren ihre Produkte und Dienstleistungen aus den Bereichen Sekt, Wein, Spirituosen, Bier, alkoholfreie Getränke, Süßwaren und Convenience Dienstleistungen sowie entsprechende Ergänzungsortimente.  
www.profachhandel.de

20.-21.  
SEPTEMBER

### NEXT GENERATION FOOD, BERLIN

Der mittlerweile 6. Food Think Tank rund um Trends und digitale Entwicklungen in der Lebensmittelindustrie lädt Innovatoren, Start-ups, Investoren, Händler und Industrievertreter dieses Jahr in die Kulturszene Berlin ein. Tickets ab 95,00 €  
www.next-generation-food.de

15.  
OKTOBER

### GASTRO-TAGE WEST, ESSEN

Die Fachmesse für Gastronomie und Hotellerie rückt den Food-Bereich in den Vordergrund, präsentiert aber auch Getränke, Küchentechnik, Küchen- und Restauranttechnik sowie Angebote für effizientes Prozessmanagement in den Betrieben. Tickets 22,00 €  
www.gastro-tage-west.de

14.-16.  
OKTOBER

All you can eat

glutenfrei  
genießen

Frische Ideen für Ihre Menüplanung

Rote Bete Salat  
mit bali® Pasta+Reis  
und Apfel



Weitere Rezepte und Informationen unter [www.rickmers.eu](http://www.rickmers.eu)

Zutaten (für 10 Portionen)

800g bali® Reis plus Pasta+Reis  
250g Feldsalat  
500g Apfel (z.B. Pink Lady)  
1,25 kg Rote Bete (vakuumiert)  
300g Sahnequark  
200ml Apfelsaft  
Salz  
Pfeffer

Zubereitung (Zubereitungszeit 30 Min.)

1. bali® Pasta+Reis nach Zubereitungsanleitung kochen und gut abkühlen lassen.
2. Feldsalat putzen, Apfel und rote Bete in Spalten schneiden.
3. Meerrettich, Saft der roten Bete, Apfelsaft und bali® Pasta+Reis gut vermengen.
4. Mit Salz und Pfeffer abschmecken.

5. bali® Pasta+Reis auf Tellern portionieren, mit Apfel- und rote Bete-Spalten sowie Feldsalat servieren.



bali®  
PREMIUM

## FIRMEN IN DIESER AUSGABE:

2KIQ BEVERAGES  
WWW.2KIQ.DE

AMARA  
WWW.AMARA.COM

BALIS  
WWW.BALIS-DRINKS.COM

BARBECOOK  
WWW.BARBECOOK.COM

BEMBEL WITH CARE  
WWW.BEMBEL-WITH-CARE.DE

BERLIN ORGANICS  
WWW.BERLINORGANICS.DE

CARL MERTENS  
WWW.CARL-MERTENS-SHOP.COM

CASUS  
WWW.CASUSGRILL.COM

CATÉ GOODS  
WWW.CATE-ORIGINAL.COM

DAISY & FRIENDS  
WWW.DAISY-GIN.COM

DEPOT  
WWW.DEPOT-ONLINE.COM

EMF VERLAG  
WWW.EMF-VERLAG.DE

EXKI  
WWW.EXKI.COM

HANDS OFF  
WWW.HANDS-OFF.COM

KELVIN  
WWW.KELVINROASTER.COM

KÜCHENPROFI  
WWW.KUECHENPROFI.DE

KÜHNE  
WWW.KUEHNE.DE

OIL VINEGAR  
WWW.OILVINEGAR.COM

PAOLA LENTI  
WWW.PAOLALENTI.IT

SEEDLIP  
WWW.SEEDLIPDRINKS.COM

SELETTI  
WWW.SELETTI.IT

STARWATER (METOO TRADE)  
WWW.THEBLACK-SHOP.DE

UNILEVER FOOD SOLUTIONS  
WWW.UNILEVERFOODSOLUTIONS

VEGA  
WWW.VEGA-DIREKT.COM

VONDON  
WWW.VONDON.COM

WEISSWANGE  
WWW.WEISSWANGE.DE

WESTEND VERLAG  
WWW.WESTENDVERLAG.DE

ZS-VERLAG  
WWW.ZS-VERLAG.COM

## Chef de Cuisine 08/2018

Die Chef de Cuisine ist ein Magazin von:

INTERGAST  
GROSSVERBRAUCHER-SERVICE  
HANDELSGESELLSCHAFT MBH

V. I. S. D. P. FÜR DEN REDAKTIONELLEN INHALT  
Geschäftsführer Ralf Lambert

ANZEIGENDISPOSITION  
Anette Hill, Julia Schneider  
Telefon (07 81) 6 16-53 79

ANZEIGENSCHLUSS  
Acht Wochen vor Erscheinen

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

REDAKTIONSTEAM  
Bettina Schneider und Linda Beck

ART-DIREKTION  
Ayten Ekinci

REINZEICHNUNG  
Daniela Schott und Emanuelle Wallat-Veronese

BILDNACHWEIS  
123rf, 2KIQ Beverages, Amara, Anja Jahn, Balis, BARBECOOK, BEMBEL-WITH-CARE, BO Berlin Organics, Carl Kühne, Carl Mertens, Casus, Caté goods, Conner Murphy/unsplash, Daisy & Friends, Depot, Deli Festival, EMF VERLAG, EXKI, Fabio Haebel, Fotolia, Gastrotage West, Guido Gegg Werbefotografie GmbH & Co. KG, HANDS-OFF, INTERGAST, iStock, Kelvin, Küchenprofi, Kühtaler Dorfstadt, MeToo Trade, Michael Müller, Next Generation Food, OILVINEGAR, Paola Lenti, Sebastian Fuchs, Seedlip, Seletti, StockFood, Stocksy, Unilever Food Solutions, Vega, Vondom, Verband der Köche Deutschlands, Weinbar HENNE, WEISSWANGE, Westend Verlag

DRUCK  
ColorDruck Solutions GmbH  
Gutenbergstraße 4  
69181 Leimen/Germany

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

**IHRE NÄCHSTE AUSGABE DER CHEF DE CUISINE  
ERSCHEINT IM OKTOBER 2018.**



Mit Hellmann's  
BBQ Sauce ist  
immer Grillzeit.

NEU



Gratismuster bestellen unter [www.ufs.com/bbq](http://www.ufs.com/bbq)

**Unilever  
Food  
Solutions**



IM INTERVIEW MIT FRANZ KELLER



Direkt von null auf Platz sieben der „Spiegel“-Bestsellerliste: Das neue Buch „Vom Einfachen das Beste“ trifft den Geschmack der Leser. 256 Seiten, Westend Verlag.

## KEINE ANGST VORM KOCHEN!

von Bettina Schneider

ER KOCHTE FÜR DIE QUEEN, FÜR STAATSOBERHÄUPTER, UND ANGELA MERKEL WAR MIT WLADIMIR PUTIN IN SEINER „ADLER WIRTSCHAFT“ IN HATTENHEIM ZU GAST. FRANZ KELLER, EINER DER RENOMMIERTESTEN STERNEKÖCHE IN DEUTSCHLAND, DER SEIN HANDWERK BEI KOCHLEGENDEN WIE JEAN DUCLOUX, MICHEL GUÉRARD UND PAUL BOCUSE ERLERNT, SAGT ZU RECHT: ESSEN IST POLITIK. ER STEHT FÜR DIE EHRliche KÜCHE UND LEBT HEUTE SEINEN TRAUM VOM KOCHEN ALS GENUSSHANDWERK.

„Essen ist nicht nur eine Frage der guten Grundprodukte. Essen ist Zeit. Man muss sich Zeit zum Kochen nehmen – und schon während ich diesen Satz aufschreibe, spüre ich, das ist der völlig falsche Ansatz, denn es klingt gleich wieder vorwurfsvoll nach „Nehmt euch gefälligst Zeit, um ein gutes Essen zu kochen“. Eigentlich funktioniert es doch anders herum: **Kochen macht Spaß!** Und für die Dinge, die uns Freude bereiten, sollten wir uns im Leben immer Zeit nehmen. Kochen ist aber nicht nur ein echtes Vergnügen, es kostet auch höchstens ein Drittel dessen, was man für ein Restaurantessen bezahlt, und auch ich als Gastronom hätte keine Angst, wenn meine Gäste häufiger selbst kochen würden. Im Gegenteil: Als Koch hätte ich es sehr viel leichter, weil regelmäßige Selbstkocher wenigstens wissen, was gut ist und was schlecht ist. Viele betrachten Kochen heute als verlorene Zeit, weil sie beruflich stark eingespannt sind. Sie verlernen, wie es funktioniert, oder haben zumindest das Gefühl, dass sie nicht kochen können. Und dann beginnt der Kreislauf. Wenn die Eltern nicht mehr kochen, lernen es auch die Kinder nicht mehr. Während meiner Schulzeit gab es zumindest für die Mädchen noch

Fächer wie Hauswirtschaft, wo wenigstens ein paar **Kochgrundkenntnisse** vermittelt wurden. In den siebziger und achtziger Jahren setzte dann die Emanzipationsbewegung ein und die Frauen wollten studieren, einen Job ergreifen und nicht mehr am Herd stehen. Richtig so, aber anstatt nun diese Unterrichtsfächer völlig aus dem Lehrplan zu verbannen, wäre es doch im Sinne einer echten Gleichberechtigung viel schlauer gewesen, auch die Jungs ans Kochen heranzuführen. Heute reden alle von der Digitalisierung und davon, dass wir am besten schon die Grundschulen und Kindergärten mit Computern ausstatten. Ein Irrsinn! Wir sollten stattdessen massiv in die Einrichtung von **Schulküchen** investieren, in denen schon die Kinder lernen können, wie man eine gesunde und schmackhafte Mahlzeit zubereitet. Im virtuellen Raum ist meines Wissens noch niemand satt geworden.

Für mich ist nicht die Digitalisierung die Schlüsseltechnologie, mit der wir unsere Zukunft retten können, sondern das Kochen. Hätte der Urmensch die Beherrschung des Feuers nicht erlernt, dann gäbe es uns heute sehr wahrscheinlich nicht.“

„KOCHEN MACHT SPASS! UND FÜR DIE DINGE, DIE UNS FREUDE BEREITEN, SOLLTEN WIR UNS IM LEBEN IMMER ZEIT NEHMEN.“



SIGNATURE

Mach Dich unverwechselbar.

# Das ist ja KRASS!



ROTWEIN- UND PORTWEIN-REDUKTION

In einer Dose steckt der Geschmack von 9 Flaschen Rot- & Portwein



WEISSWEIN-REDUKTION

In einer Dose steckt der Geschmack von 9 Flaschen Weißwein



ZITRONEN-PASTE

Die klassische Herstellung von Salzzitronen dauert 6 Monate



SCHWARZE KNOBLAUCHPASTE

Die traditionelle Herstellung dauert 90 Tage



GASTRIQUE ZUCKER-ESSIG-REDUKTION

Nie wieder verbrannter Karamell



FLÜSSIGES KONZENTRAT MIT RÖSTAROMA

Intensive Röstaromen ganz ohne Anbraten

30  
JAHRE



**30**  
JAHRE **intergast**  
Und Dein Rezept  funktioniert