

HOGAPAGE

Das Magazin für Hotellerie & Gastronomie



Jobbörse

Nachrichten

Einkaufsführer

Shop

Prima fürs Klima

Wie unsere Branche den grünen Wandel
erfolgreich meistern kann 18

**Kulinarische
Stippvisite in Istrien**

Magisches Genussdreieck 32

Wellness-Trends 84

**Mitarbeitersuche
am Puls der Zeit**

10 Jahre HOGAPAGE Jobbörse 46

Handelsgastronomie 38

**Pure Esslust
zum Fest**

Klassiker und Neues 64

Verpackungen 88

INHALT



Grüner wird's nicht?
Doch!

18

ENTRÉE

Info-Häppchen und Neues 8

HOGAPAGE GASTROPOLIS 14

Ploners Gastro-Kolumne

Mehr Mut, Neues zu wagen 15

TITELSTORY

Grüner wird's nicht? Doch!

Was unsere Branche dem
Klimawandel entgegensetzt 18

SPECIAL

Jubiläums-Messe

Die »Alles für den Gast«-Messe
feiert ihren 50. Geburtstag 24

AROUND THE WORLD

Ein magisches Genussdreieck

Kulinarische Expedition
durch Istrien 32

BRANCHE INSIDE

Burger, Bier und Bettwäsche

Wie sich die Handels-
gastronomie revolutioniert
hat 38

FIGHT CLUB

Business-Lunch: Umsatzbringer
oder Auslaufmodell? 44

MANAGEMENT & MARKETING

10 Jahre HOGAPAGE Jobbörse

Mitarbersuche am Puls
der Zeit 46

Mit der Zeit wird Zeit immer wichtiger

Über Arbeitnehmer-Wünsche zur
Arbeitszeitenregelung 50

SYSTEMGASTRONOMIE

Nachhaltigkeit im Fokus der Branche

Volles Haus beim Mittagsempfang
des Bundesverbands der
Systemgastronomie 56

FOOD & BEVERAGE

Pure Esslust zum Fest

Die perfekten Speisen für den besonderen Anlass 64

The Big Five – Food-Kolumne von Andrew Fordyce

Seasonal Sales 69

Bitte mal nach vorne kommen!

Beilagen – die Stars im Hintergrund... 70

Feuer im Glas

Im Winter ist Hochprozentiges gefragt 76

TECHNIK & EQUIPMENT

Die Festtage 2019!

Profi-Tipps für die feierliche Tafel 80

Spa!nnende Geschäfte

Wellness & Spa – Investitionen, die sich lohnen 84

Zum Mitnehmen, bitte!

Auf die Verpackung kommt es im To-Go-Geschäft durchaus an 88



Pure Esslust zum Fest **64**



Zum Mitnehmen, bitte! **88**



Feuer im Glas **76**



80 Festtags-Ambiente für Tisch & Raum

KARRIERE & RATGEBER

Zwischen Kochtopf und Businesszahlen

Deutschlands erster Studiengang »Culinary Management« 92

Ab ins Ausland!

Fernweh? Im Ausland zu arbeiten, beflügelt die Karriere 96

STARS & LEGENDS

Luxusurlaub in Hamburgs einstiger Steuerbehörde

Zu Gast im Fraser Suites Hamburg 100

10 Fragen an...

Gregor Schlierenzauer 106

Jetzt rede ich!

Die Süßkartoffel im Exklusiv-Interview 108

SERVICE

Editorial 3

Bücher – Lesestoff für Profis 54

Bildungskompass 95

News aus den Verbänden 110

HOGAPAGE Marktplatz 114

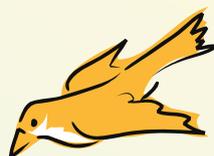
HOGAPAGE Karrierewelt 116

Vorschau / Impressum 122

Grüner wird's nicht? *Doch!*

Was unsere Branche dem
Klimawandel entgegensetzt





rustikales
baguette de luxe.
ofenfrisch serviert.



Der Klimawandel ist derzeit in aller Munde. Dabei gilt: Nicht wer freitags am lautesten schreit, macht sich darüber die meisten Gedanken. Auch in der Hotellerie und Gastronomie stehen nachhaltige und ressourcenschonende Maßnahmen längst auf der Tagesordnung – Tendenz steigend. Engagement, das sich lohnt. Und zwar nicht nur aus ökologischen Gründen, sondern auch aus ökonomischen.

Text: Michael Eichhammer

Wir schreiben das Jahr 2119. Beim Hotelbau kommen Baustoffe wie gefiltertes Plastik aus dem Meer und recycelte Abfälle zum Einsatz. An der Fassade wachsen imposante Nutzgärten zur Selbstversorgung vertikal in die Höhe. Am Nachmittag gibt es Seetang-Kuchen und zum Dinner im Labor gezüchtetes Fleisch und Proteine aus der betriebseigenen Insektenfarm. Diese Vision entstammt keinem Science-Fiction-Film, sondern dem Zukunftsreport der Hilton Hotelgruppe. »Die Welt wird sich von einer Wegwerfgesellschaft zu einem Modell bewegen, das Ressourceneffizienz und zirkuläres Denken gewährleistet«, orakelt Daniella Foster, Senior Director Corporate Responsibility bei den Hilton Hotels. »Das globale Bewusstsein für Umweltthemen bedeutet, dass nur Marken erfolgreich sein werden, die hier von Grund auf positiv agieren«, lautet ihre Prognose.



Armin Wolff,
InfraCert

Fünf Millionen Tonnen CO₂-Emissionen verursachen die Hotels in Deutschland jährlich. Die Sensibilität der Bevölkerung hinsichtlich der eigenen Klimasünden und der kritische Blick auf das grüne Verantwortungsbewusstsein von Unternehmen wächst stetig. Ob dies immer begründet ist oder teils in Hysterie abzurufen droht, mag fraglich sein, doch ernstgenommen werden sollte diese Agenda. Denn die Antwort auf die Frage »Was habe ich vom Umdenken?« könnte für Betreiber überraschend sein. Viele Unternehmer fürchten die Mehrkosten durch eine

Ressourcen schonen heißt auch Geld sparen

gesteigerte Rücksicht auf die Umwelt. Doch kann genau das Gegenteil der Fall sein. Wird Nachhaltigkeit auf die richtige Weise betrieben, gehen Ökonomie und Ökologie Hand in Hand. Denn in den meisten Fällen gilt: Wer Ressourcen schont, schont auch den Geldbeutel. Wer CO₂-Emissionen reduziert, reduziert auch seine Kosten. Zumindest langfristig.

Wird Nachhaltigkeit

Unter kritischer Beobachtung

Diese Vision ist zwar noch Zukunftsmusik, doch auch in der Gegenwart spielt das Schlagwort Nachhaltigkeit eine ungeahnte Rolle. In Zeiten von Greta Thunberg, Fridays for Future, Flugscham, Overtourism-Vorwürfen und Klimapakete stehen auch Tourismus, Hotellerie und Gastronomie hinsichtlich ihres CO₂-Fußabdrucks unter kritischer Beobachtung von Kunden. »Derzeit legen 42 Prozent der Bevölkerung Wert darauf, dass ihr Urlaub möglichst ökologisch verträglich und ressourcenschonend gestaltet ist«, so die Ergebnisse der Reiseanalyse 2019 der Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen.

Das Unternehmen blueContec GmbH berät Hotels, Hotelketten und touristische Veranstalter dabei, Energiekosten zu sparen und Nachhaltigkeitsstrategien aufzubauen. »15 Prozent der Energiekosten können eingespart werden mit Investitionen, die sich binnen eines Jahres amortisieren, fünf Prozent erfordern gar keine Investition«, sagt Geschäftsführer Andreas Koch. »Insgesamt sind 30 Prozent Einsparungen möglich, wobei es länger dauern kann, bis sich diese amortisieren.« Sparen will natürlich jeder. Und billiger werden Wasser und Strom in absehbarer Zeit

BESUCHEN
SIE UNS AUF DER
ALLES FÜR DEN GAST
IN HALLE 7,
STAND 110



JETZT NOCH RUSTIKALER.
JETZT NOCH KÖSTLICHER.

Entdecken Sie Resch&Frisch

www.resch-frisch.com/gastro

Resch & Frisch®

AM LIEBSTEN IMMER.

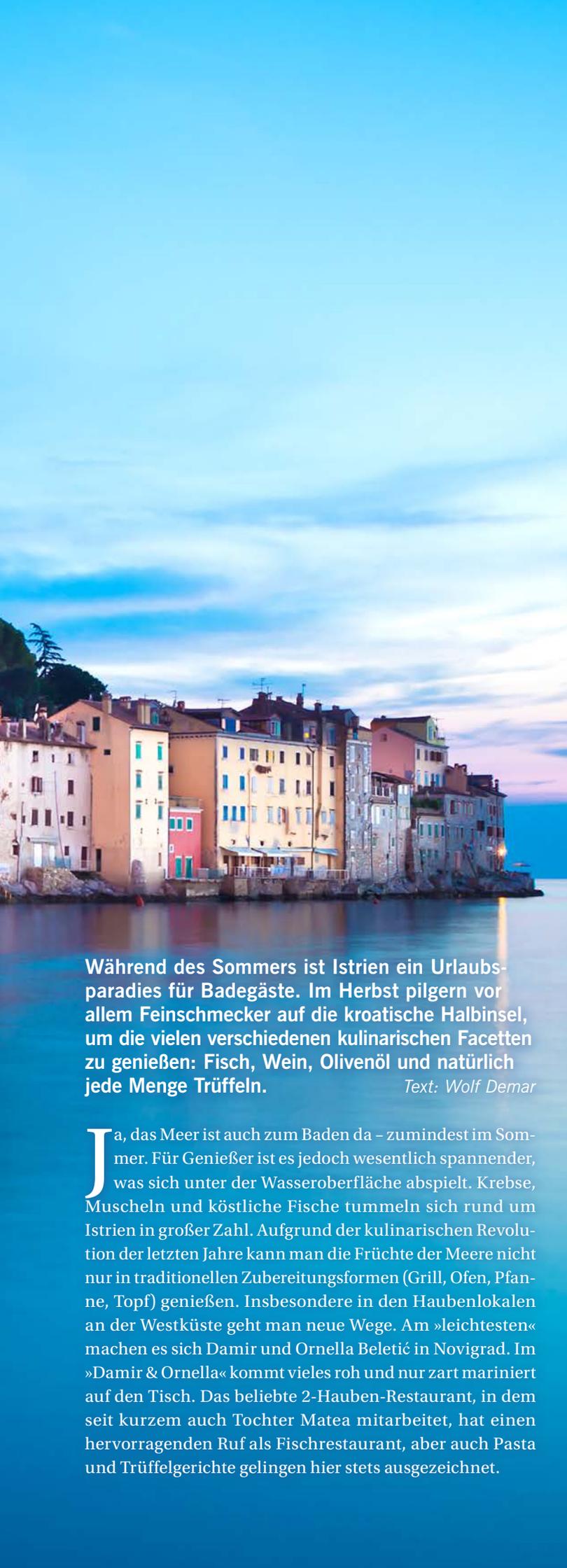
reschundfrisch

reschundfrisch | #reschundfrisch



Ein magisches Genussdreieck

Von wegen Cevapcici und Pljeskavica – kulinarisch verbindet Istrien deutlich mehr mit Italien als mit dem Heimatland Kroatien



Während des Sommers ist Istrien ein Urlaubsparadies für Badegäste. Im Herbst pilgern vor allem Feinschmecker auf die kroatische Halbinsel, um die vielen verschiedenen kulinarischen Facetten zu genießen: Fisch, Wein, Olivenöl und natürlich jede Menge Trüffeln.

Text: Wolf Demar

Ja, das Meer ist auch zum Baden da – zumindest im Sommer. Für Genießer ist es jedoch wesentlich spannender, was sich unter der Wasseroberfläche abspielt. Krebse, Muscheln und köstliche Fische tummeln sich rund um Istrien in großer Zahl. Aufgrund der kulinarischen Revolution der letzten Jahre kann man die Früchte der Meere nicht nur in traditionellen Zubereitungsformen (Grill, Ofen, Pfanne, Topf) genießen. Insbesondere in den Haubenlokalen an der Westküste geht man neue Wege. Am »leichtesten« machen es sich Damir und Ornella Beletić in Novigrad. Im »Damir & Ornella« kommt vieles roh und nur zart mariniert auf den Tisch. Das beliebte 2-Hauben-Restaurant, in dem seit kurzem auch Tochter Matea mitarbeitet, hat einen hervorragenden Ruf als Fischrestaurant, aber auch Pasta und Trüffelgerichte gelingen hier stets ausgezeichnet.



ambiente the show

7. — 11.2.
**2020
LOOKS
GOOD**

Gastlichkeit entfaltet sich im Raum. Chancen erweitern sich unbegrenzt. Mehr Platz für HoReCa auf der weltweit bedeutendsten Konsumgütermesse. Ab 2020 werden zusätzlich in Halle 6.0 die internationalen Neuheiten gezeigt, innovative Gastronomiekonzepte diskutiert und die Trends rund um Hospitality gehandelt.

horeca

Infos und Tickets:
ambiente.messefrankfurt.com/horeca

Pure Esslust zum Fest

Die perfekten Speisen für den besonderen Anlass



Was wollen die Gäste an den festlichsten Tagen des Jahres auf den Teller? In der französischen Küche, in der Convenience und beim Cluburlaub-Anbieter haben wir neue Ansätze entdeckt und erfahren, dass es auf die Größe ankommt. Beim Fisch jedenfalls...

Text: Gabriele Gugetzer

Ein Einwand vorweg: Ist dieser Artikel wirklich nötig? Festtage in der Gastronomie, da läuft doch alle Jahre wieder zwischen Personalmangel, Würstchen, Gans und Karpfen das gleiche Spiel? In der Tat sind kulinarische Klassiker gesetzt. Aber den Personalmangel kann man zunehmend mit qualitätvoller Convenience parieren. Außerdem: Das Genussverhalten verändert sich, langsam, subtil, aber es ändert sich. Das weiß Sebastian Hauschild, Corporate Manager F&B Operations bei Aldiana, einem kleinen, feinen, erfolgreichen Anbieter im Cluburlaubsegment. Hier kennt man die Zielgruppen, ist der Anteil der Stammgäste beneidenswert, durchforstet man den europäischen Markt konsequent, nach neuen Locations, nach Trends. Allabendlich gibt's Büfett und Kochen vor dem Gast, klar, wir sind im Club, aber zu den Festtagen wird auf individuellen Wunsch vor dem Gast zusammengestellt und ausgartiert. Hauschilds Beobachtung: »Jeder holt sich bei uns sein Stück Weihnachten.«

Klassiker und Neues

Natürlich werden Wiener Würstchen und Karpfen aus Deutschland importiert, auch Gänsebraten mit Rotkohl und Wild sind bei Aldiana gesetzt. Aber Hauschild merkt, dass die Gäste die Festtage durchaus als Anreiz auf Neues sehen. Schon in den österreichischen Resorts wird mit den Klassikern aus dem Alpenraum gepunktet, weiter gen Süden wird es mediterran. Spanisches Weihnachtsgebäck ist beliebt, die Gäste erwarten Meerbrasse, Lamm und - interessanterweise - Tapas, die kein Spanier für Festtagshappen halten würde.

Es ist also eine Mischung aus trendigen Likes und Evergreens, die vielleicht die neue Art der Festlichkeit definiert. Und auch wenn Weihnachten ohne Kindheitsaromen nicht auskommt, müssen es vielleicht nicht mehr nur die eigenen sein, sondern gerne auch die des Gastlandes wie Turrón und das Schmalzgebäck Mantecados, das frisch vor den Gästen ausgebacken wird. Opulenz gibt's dann zu Silvester, Hummer satt. Aber wer das nicht mag, mag bestimmt Lachs. Bei Aldiana ist er dann selbstgebeizt; kein großer Aufwand, aber eine riesige Wirkung, vom Geschmack ganz zu schweigen.

Was ist mit französischer Küche?

In Paris erlebt die heimische Küche gerade eine enorme Aufwertung. Hierzulande, wo französische Hochküche lange als das Ideal angesehen wurde, litt sie in den vergangenen Jahren doch daran, nicht gerade als »der heiße Burner« zu gelten. Aber eine neue Generation, darunter auch Toni Henssler, sind am Start, um das zu ändern.

Aus der Henssler-Dynastie stammend, belebt er als Küchenchef gerade das Hamburger Traditionsrestaurant Petit Délice neu. Es liegt an einem der typischsten Orte der



Nitro Coffee

iSi Nitro

Der revolutionäre iSi Nitro mit den iSi Nitro Chargers veredelt Cold Brew Coffee, Tee und Cocktails mit einer einzigartig samtig-weichen Cremigkeit.

Der iSi Nitro ist mobil und von Strom unabhängig.



iSi Nitro Chargers
VKE: 16 Stück/Pck.



Spa!nnende Geschäfte

Wellness & Spa – Investitionen, die sich lohnen

Der Zenit im Wellnessboom sei überschritten, der Markt gesättigt, für Hoteliers rechne es sich nicht mehr zu investieren, glauben die einen. Im Gegenteil, das Geschäft mit der Erholung sei auch künftig noch lukrativ, sofern man auf die innovativsten Produkte am Markt setzt, glauben die anderen. Stimmt beides nicht, sagen die Profis. Wohin der Trend tatsächlich geht, welche Investitionen sich für wen noch lohnen und welche Zukunftsstrategie erfolgversprechend ist – hier sind die richtigen Antworten.

Text: Petra Sodtke



B+V STAPELSTUHL

Ihr Gastro-Ausstatter



INA 7
ab € 35,90

TOP-QUALITÄT ZU FAIREN PREISEN



schon ab
€ 21,90

BV-G 44
ab € 21,90
• stapelbar

Kataloge unter
www.bv-stapelstuhl.de



BV-K410SP
ab € 53,90
• stapelbar



Anton 1
ab € 79,20
• stapelbar



Klapptisch
Classic 25 mm
ab € 79,90

Viel mehr Modelle im Webshop!



Polsterbänke
ab € 199,90
je Meter

Irrtümer und Änderungen vorbehalten.

Telefon 09571 7612780
www.bv-stapelstuhl.de

Der große Boom der letzten zwanzig Jahre mit teilweise 100 neuen Hotels pro Jahr ist in Österreich und Deutschland zwar vorbei. Andererseits bauen Hotels hierzulande aber auch aus, vergrößern ihren Wellness-Bereich, steigern ihre Bettenkapazitäten. Die Top-Betriebe unter ihnen freuen sich über ein stattliches Plus an Auslastung«, sagt Wellness-Profi Christian Werner, Herausgeber des »Relax Guide« (www.relax-guide.com).

Seit über zwei Jahrzehnten testet er Betriebe mit Spa- und Wellness-Angeboten (anonym, für die Hoteliers kostenlos und von diesen nicht beeinflussbar) und vergibt Qualitätsiegel für die besten (bis max. vier »Lilien«). Werner: »Gäste haben heutzutage hohe Ansprüche. Minderleister, z.B. Betriebe ohne Pool und nur mit Sauna unten im Keller, gehen beim Kunden nicht mehr als Wellnesshotel durch. Die Messlatte für Qualität wird immer höher und höher.« Regelmäßig in Wellness & Spa zu investieren, lohne sich daher nicht nur, sondern sei sogar ein Muss für Betriebe, die schon sehr viel bieten und auch in Zukunft konkurrenzfähig bleiben wollen.

Heute darf man Gäste in der Sauna zittern lassen

Investitionsmöglichkeiten gibt es für Hoteliers ohne Ende. Die Spa- und Wellness-Industrie ist inzwischen ein riesiges Business und wirft jedes Jahr eine Fülle an Produkten auf den Markt, die alle Möglichkeiten bieten. Eines der neuesten und besonders interessantesten Angebote ist etwa die Schneesauna von TechnoAlpin. Das Grundprinzip entspricht jenem von Kneipp-Behandlungen: Der Wechsel von Hitze und Kälte (zuerst finnische Sauna, dann Schneesauna) fördert die Durchblutung im Körper und stimuliert den Stoffwechsel. Durch die trockene Luft im optisch ansprechenden Schneeraum (lebensechte Winterwelt mit Pulver-

schnee mit frei wählbaren Hintergrundmotiven) empfindet man die Kälte als angenehm.

Wer nicht so viele oder großzügige Spa-Räumlichkeiten zur Verfügung hat (ein ca. 12 bis 15 m² großer Raum reicht), für den könnte das »wavebalance Therapie System« der deutschen Physiotherapeutin Manuela Sonntag mit der von ihr und einer dänischen Firma kreierten, multifunktionalen Wasserliege das Richtige sein (Preis inkl. Liege mit/ohne Klanginstallation, mit In-house-Training: 10.000 bis 17.000 Euro). Die Entwickler versprechen eine wohltuende Tiefenentspannung durch die manuellen Fähigkeiten der Therapeuten in Kombination mit Wärme, Wasser, Wellenbewegung über die Liege.

Die Kosten-Nutzen-Frage: oft vergessen und doch zentral

Außergewöhnlich sind diese Produkte – keine Frage. Man sollte sich aber auch bewusst machen: Innovationen sind nicht zwangsweise ein Garant für Erfolg, nur weil sie neu sind und man sich mit ihnen (zumindest kurzfristig) von der Konkurrenz abheben kann. Vorab gestellte Fragen klären die wichtige Kosten-Nutzen-Rechnung: Passt das neue Produkt zu meinem Betrieb und zu meinen Gästen? Wird es sich wirklich rechnen?

Schafft man sich etwa ein vollautomatisches Massagebett an, das zwar als das beste am Markt gehandelt wird, man hat aber Kunden, die besonders den zwischenmenschlichen Kontakt mit dem Personal schätzen, wird man mit diesem Kauf Geld in den Sand setzen. Zu bedenken ist: Wellness-Einrichtungen sind ohnehin eine sehr kostspielige Angelegenheit im Betrieb (Errichtung, Pflege, Erhaltung usw.). Vielen Betreibern wird oft erst im Nachhinein bewusst, welche Kosten bspw. durch Belüftung, Spezialreinigung, Heizung entstehen.

Zum Mitnehmen, bitte – aber umweltfreundlich!

Auf die Verpackung kommt es im
To-Go-Geschäft durchaus an...

Graspapier statt Burger-Schachtel, Lieferdienste ganz ohne Verpackungsmüll, Verbot von Einwegplastik ab 2021 – umweltschädliche Kunststoffe haben fertig! Ein Streifzug durch die Welt zeitgemäßer und zukünftiger Verpackungslösungen für Speisen und Getränke.

Text: Sebastian Bütow

Kein Thema wird aktuell so heiß diskutiert wie Nachhaltigkeit und Klimaschutz. Auch Fast-Food-Restaurants, deren Tüten, Burger-Verpackungen und Getränkebecher seit Jahrzehnten die Mülleimer unserer Städte überfüllen, sind zum Umdenken gezwungen und suchen nach nachhaltigeren Lösungen.

Graspapier statt Burgerschachtel

Deshalb experimentierte McDonald's in Berlin mit alternativen Verpackungen für Big Mac und Co. In seiner Vorzeige-Hauptstadt-Filiale »Better M Store« in der Mall of Berlin am Leipziger Platz probierte das Unternehmen im Juni zehn Tage lang aus, welche nachhaltigen Verpackungslösungen in der Systemgastronomie zukünftig sinnvoll eingesetzt werden können.

Holz- statt Plastiklöffel für das Eis, Graspapier statt Burger-Schachtel, Softdrinks im Mehrweg- und nicht im Wegwerfbecher. Anschließend konnten die Gäste die noch ungewohnten neuen Verpackungen bewerten. »Wir wollten herausfinden, welche Umstellungen möglich sind und wo McDonald's gemeinsam mit seinen Lieferanten noch weiter an Alternativen arbeiten muss. Denn eine innovative Lösung funktioniert nur dann, wenn sie gleichermaßen zu den operativen Prozessen im Restaurant, zu Hygienevorgaben oder eben zum Geschmack

unserer Gäste passt«, so eine Unternehmenssprecherin auf HOGAPAGE-Nachfrage.

Nicht alle Alternativen kamen gut an

Die Alternativen kamen größtenteils sehr gut an, aber eben nicht alle, verrät die Sprecherin. »Nur der Papierstrohhalm und der Holzlöffel, der zu unseren Eisbechern ausgegeben wurde, waren noch verbesserungswürdig in den Augen vieler Gäste.« Man arbeite an der Optimierung, aber »nichtsdestotrotz werden auch unsere Gäste ihre Gewohnheiten ein Stück weit an neue Materialien oder Prozesse anpassen müssen«.

Strohhalme machen natürlich nur einen klitzekleinen Anteil der täglich verwendeten Einwegartikel aus, sind aber symbolträchtig – spätestens seit ein Video viral ging, bei dem einer Schildkröte ein Plastikhalm aus dem Nasenloch gezogen wurde. Das Berliner Start-up »Halm« hat sich z.B. auf wiederverwendbare, spülmaschinenfeste Trinkhalme aus Glas spezialisiert, die man individuell gravieren lassen kann, zum Beispiel für Hochzeitsfeiern. Im Anschluss an die Testphase hat McDonald's jedenfalls Ziele und Maßnahmen für den Umweltschutz be-



kanntgegeben. »Wir wollen nach und nach Plastik- und Verpackungsmüll reduzieren. Wir erwarten durch die Verpackungsumstellungen im Dessertbereich Einsparungen in Höhe von rund 1.000 Tonnen Plastik pro Jahr.«

EU-Verbot für Einwegplastik ab 2021

Holger Beeck, Vorstandsvorsitzender von McDonald's Deutschland, teilte kürzlich mit, dass bis zum Jahr 2025 alle Verpackungsmaterialien nur noch aus erneuerbaren, recycelten oder zertifizierten Quellen stammen werden. Dies sei keine nationale, sondern eine globale Zielsetzung.

Nicht nur Fast-Food-Giganten müssen sich übrigens Verpackungs-Alternativen einfallen lassen, sondern so ziemlich jeder von uns. Weil die EU beschlossen hat, viele Einwegplastik- und

 **LINECKER**

**ALLES FÜR DEN
G A S T
HERBST**



AIDAX

HOTELSOFTWARE

AIDATOUCH

KASSENSOFTWARE



HALLE 02, STAND 0501

WWW.LINECKER.AT

Zwischen Kochtopf und Businesszahlen

Alles über Deutschlands ersten Studiengang
»Culinary Management (B.A.)«

Leonardo Hotels und die Internationale Hochschule IUBH haben gemeinsam einen neuen dualen Studiengang entwickelt, der auf bislang in Deutschland einzigartige Weise das Kochhandwerk mit profundem betriebswirtschaftlichem Know-how und umfassender Kenntnis über die Hotel- und Gastronomiebranche verbindet. In einem abgestimmten Mix aus Theorie und Praxis werden Studierende so bestmöglich auf die inzwischen komplexen Anforderungen an das Berufsbild, die moderne Gastronomie, vorbereitet. Jetzt startete der erste Jahrgang.

Text: Kristina Presser



Niclas Brouwers arbeitete zehn Jahre in der Gastronomie und Lebensmittelbranche, bevor er sich entschied, dass das für den nächsten Karriereschritt nicht ausreichen konnte. Um die Gastronomieszene mitentwickeln zu können, »auf die neue moderne Gastronomie vorbereitet« zu sein, wie er sagt, fehlte etwas. Eine zusätzliche Qualifikation. Dabei liegen drei Jahre erfolgreich absolvierte Kochausbildung in einem Kölner Fünf-Sterne-Hotel, Erfahrungen im Ausland und auf einem Kreuzfahrtschiff, eine Anstellung als Sous-Chef und zuletzt die Arbeit im Vertrieb eines großen Lebensmittelkonzerns hinter ihm.

Letztlich findet Niclas Brouwers, was er sucht, in dem dualen Studiengang »Culinary Management«, der an der Internationalen Hochschule IUBH gelehrt wird. Er schreibt sich ein und gehört nun zum ersten Jahrgang des bislang in Deutschland einzigartigen Programms, das im Herbst 2019 anlief. Das Besondere: In sieben Semestern erlernen Studierende darin zum einen das Kochhandwerk, eignen sich zum anderen betriebswirtschaftliche Kompetenzen an. Nach erfolgreichem Abschluss erhält man den international anerkannten Titel Bachelor of Arts.

Entwickelt hat den dualen Studiengang die Leonardo Hotelgruppe in Kooperation mit der IUBH. Für Anke Maas, HR Director of Europe Leonardo Hotels, stand dabei zunächst die Frage im Raum, wie die angestrengte Nachwuchssituation im Bereich der Küchen verbessert werden könnte. Denn: »Die Kochausbildung leidet sehr unter einem unverdient schlechten Image, da leider immer wieder negative Beispiele in die Öffentlichkeit gebracht werden.« Die vielen schönen Seiten des Berufs kämen deutlich zu kurz. Um die Ausbildung und das Berufsfeld in der Hotellerie und Gastronomie also wieder attraktiver zu gestalten, langfristige berufliche Perspektiven zu eröffnen, wollte man Qualifikations- und Aufstiegs Optionen schaffen.

Hochschulabschlüsse werden im Gastgewerbe immer wichtiger

Dies in Form eines dualen Studiums zu tun, hat für Dr. Kurt Jeschke, Professor für Servicemanagement an der Internationalen Hochschule (IUBH), Prorektor und Mitentwickler des staatlich anerkannten dualen Studiengangs »Culinary Management (B.A.)«, zwei Gründe. Zum einen die generelle Akademisierung der Branche – Hochschulabschlüsse werden auch hier hinsichtlich der Karriereoptionen zunehmend wichtiger.



Prof. Dr. Kurt Jeschke von der IUBH hat den neuen Studiengang mitentwickelt.

10 FRAGEN AN ...

...Gregor Schlierenzauer

»Ich bin ein absoluter Genussmensch«

Der 1990 in Tirol geborene Gregor Schlierenzauer ist mit insgesamt 53 Weltcupsiegen der erfolgreichste Skispringer der Geschichte. Zwischen 2006 und 2013 dominierte er die Sprungschanzen teilweise fast nach Belieben, er gewann 2x die Vierschanzentournee und 2x den Gesamtweltcup, dazu kamen insgesamt 16 Medaillen bei Weltmeisterschaften und Olympischen Spielen. Seit ein paar Jahren sucht der Spitzensportler jedoch den Anschluss an die Weltspitze, den er in der kommenden Saison wiederfinden möchte.

Interview: Clemens Krieglstein

1 Ihr letzter Sieg im Weltcup ist jetzt knapp fünf Jahre her. Die letzten Saisons waren nicht optimal. Sehen Sie für die Zukunft noch das Potenzial, aufs Siegertrappchen zurückzukehren?

Natürlich glaube ich nach wie vor an mein Potenzial, sonst würde ich mich der Herausforderung nicht stellen. Mein Ziel für die kommende Saison ist es, es zurück an die Weltspitze zu schaffen.

2 Sie haben im Laufe Ihrer Karriere alles gewonnen, nur eine Olympia-Goldmedaille bei einem Einzelspringen ist Ihnen bis jetzt verwehrt geblieben. Ist Olympia in Peking 2022 daher für Sie noch ein Ziel?

Die Olympischen Spiele haben definitiv ihren Reiz, aber ich bin ein Mensch, der versucht, im »Jetzt« zu leben. Deshalb gilt der Fokus zunächst einmal der bevorstehenden Saison.





VIERSCHANZENTOURNEE

Die 68. Vierschanzentournee findet statt:

Oberstdorf	28.12.19 – 29.12.19
Garmisch-Partenkirchen	31.12.19 – 01.01.20
Innsbruck	03.01.20 – 04.01.20
Bischofshofen	05.01.20 – 06.01.20

3 Was war für Sie persönlich der wichtigste Erfolg Ihrer Karriere? Der 47. Sieg, mit dem Sie Matti Nykänens Rekord gebrochen haben, der erste Sieg bei der Vierschanzentournee oder ein anderer?

Der wichtigste Erfolg meiner Karriere ist die Erkenntnis, gerade in herausfordernden Zeiten den Weg demütig weiterzugehen und nicht den Glauben an sich und seine Möglichkeiten zu verlieren.

4 Täuscht es oder ist die Zeit der langjährigen Dominatoren im Skisprung zu Ende? Aktuell hat man den Eindruck, dass regelmäßig Athleten aus dem Nichts auftauchen, alles gewinnen und wieder in der Versenkung verschwinden.

Skispringen ist eine von Haus aus sensible und komplexe Angelegenheit, Kleinigkeiten sind entscheidend. Durch die Regel- und Materialänderungen der letzten Jahre ist alles noch feinfühler geworden. Die Spitze ist näher zusammengerückt, die Dichte enorm. Konstant langfristig ganz vorne mitzumischen, ist die große Kunst.

5 Gregor Schlierenzauer, Thomas Morgenstern, Andi Kofler, Wolfgang Loitzl – jahrelang hat Österreich das Skispringen dominiert, derzeit kann nur Stefan Kraft an der Spitze mithalten. Haben die Super-Adler das Fliegen plötzlich verlernt?

Nein, das sicher nicht, aber wie gerade erwähnt, Kleinigkeiten machen den Unterschied aus, es müssen einfach sehr viele Rädchen ineinander greifen. Da tun sich andere ebenso schwer. Eine gewisse Durststrecke ist nicht zu leugnen, aber ich bin davon überzeugt, dass sich das wieder ändern wird.

6 »Leicht fliegt gut« lautet eine alte Springer-Weisheit. Schließen sich Ihr Sport und die Lust am Genuss daher aus?

Nein, überhaupt nicht. Ich bin ein absoluter Genussmensch, auch wenn man mir das optisch nicht unbedingt ansieht. (Lacht.)

7 Wie sieht die Ernährung für einen Skispringer während der Wettkampfzeit aus? Und gibt es absolute No-Gos?

Klar gibt es die, aber mein Ernährungsplan zielt nicht speziell auf den Wettkampf ab, ich versuche mich das ganze Jahr über bewusst zu ernähren. Mein Hauptaugenmerk liegt dabei auf gesunder, leichtverdaulicher Kost, die mir schmeckt und Energie gibt. Manchmal kann es auch ein Schnitzel, eine Pizza oder ein Stück Kuchen sein.

8 Sorgt der Skiverband während der Wettkämpfe für einen eigenen Koch oder ernähren Sie sich von dem, was das jeweilige Hotel bereithält?

Das kommt ganz auf die Destination an. Im Normalfall reicht uns die gute Bewirtung der Hotels, aber ab und zu haben wir auch einen eigenen Koch mit dabei, der uns mit speziell zubereiteten Speisen verwöhnt. Wie zum Beispiel eine Karotten-Ingwer-Suppe vor dem Wettkampf – die schmeckt hervorragend und tut bei minus 15 Grad ganz besonders gut!

9 Ihr großes Hobby ist ja die Fotografie. Könnten Sie sich vorstellen, das Fotografieren nach dem Ende Ihrer Karriere professionell zu betreiben?

Fotografieren ist ein tolles Hobby. Ich gehe offener durch die Welt und kann meine Erlebnisse festhalten. Es hilft mir auch manchmal beim Abschalten. Ob es nach meiner sportlichen Karriere in diese Richtung geht, kann ich aktuell aber nicht sagen.

10 Bitte vervollständigen Sie diesen Satz: Das Leben ist zu kurz, um ...

... sich in die eigene Tasche zu lügen.

JETZT REDE ICH!



*Die
Süßkartoffel
im Exklusiv-
Interview*



Mit der guten alten Kartoffel hat sie – bis auf den Namen – kaum etwas gemeinsam. Food-Blogger feiern sie extrem, und immer mehr Pommes-Liebhaber konvertieren zur SÜSSKARTOFFEL. Im Exklusiv-Interview kommt das hippe In-Gemüse nicht am Thema Klimawandel vorbei.

Kürzlich haben Sie wieder für Schlagzeilen gesorgt, weil Sie nun auch großflächig in Deutschland angebaut werden sollen. Eigentlich gelten Sie ja als tropisches Gemüse, das bei Minusgraden nicht gedeihen kann, oder?

Das ist richtig, Ihr Mitteleuropäer fährt ja immer mehr auf mich ab, so langsam verliere ich meinen Status als exotisches Ab-und-zu-Gemüse. Sie meinen bestimmt die Berichterstattung über das Projekt mit meinem Anbau in Mecklenburg-Vorpommern.

Genau. Sogar das »heute-journal« im ZDF hat darüber berichtet.

Da sehen Sie mal! Ich werde immer relevanter, sag ich doch! Die Landesforschungsanstalt für Landwirtschaft und Fischerei in Güstrow-Gülzow startete eine Versuchsreihe. Endlich ist es so weit, die wollen mich im kalten Deutschland anbauen!

Dazu muss man wissen, dass Sie meist importiert werden und bisher nicht im großen Stil bei uns angebaut worden sind. Doch wegen des Klimawandels und wärmerer Temperaturen hofft man jetzt auch hierzulande auf erfolgreiche Ernten.

Ich bin gespannt. Es ist ja so: Je eher die Temperaturen im Frühjahr steigen und je später sie im Herbst dann wieder absinken, desto größer stehen die Chancen. Wissenschaftler sind sich sicher, dass es mit bestimmten Sorten von mir klappen wird. Erste Freiland-Tests der Uni Weihenstephan-Triesdorf haben gezeigt, dass die Sorten »Beauregard« und »S8« besonders ertragsstark sind, auch in kälteren Gegen-

den. Wie bei meinem Namensvetter gibt es auch von mir die verschiedensten Typen. Die wollen auch erforschen, ob mein Blattgrün genutzt werden kann. Das wird in einigen afrikanischen Ländern wie Spinat zubereitet.

Sie werden Ihren Erfolg also Folgen des Klimawandels zu verdanken haben?

Klimawandel hin oder her – die Leute mögen mich und es ist an der Zeit, dass ich auch bei euch angebaut werde! In den letzten Jahren habe ich mich bei euch aus dem Nischen-Dasein befreit, bin mega-angesagt. Von Jahr zu Jahr steigt mein Import im zweistelligen Bereich an. Meine Fans sollen ruhig noch mehr von mir bekommen. Und wenn ich nicht mehr Tausende Kilometer transportiert werden muss, ist das doch auch gut für die Umwelt.

Wo kommen Sie ursprünglich her?

Laut Alexander von Humboldt stamme ich in meiner Urform aus Mittelamerika. Als Kolumbus nach Amerika kam, wurde ich schon längst angebaut. Dank freigelassener Sklaven startete ich von dort meinen Siegeszug in die große weite Welt, zuerst ging's nach Afrika. Die Sklaven gaben mir den Namen »Nyami«, deshalb nennen mich die Südstaatler heute noch »Yam«.

Heute sind Sie berühmt auf der ganzen Welt.

Das kann man wohl sagen. Mehr als 100 Millionen Tonnen werden weltweit von mir geerntet, den größten Anteil hat China. Und in den Charts der Weltproduktion von Wurzel- und Knollenpflanzen stehe ich auf dem dritten Platz!

Wer ist noch vor Ihnen?

Die Kartoffel und Maniok.

Warum tragen Sie eigentlich die Kartoffel im Namen, wenn Sie kaum etwas gemeinsam haben?

Das ist eine berechtigte Frage, weil wir uns so ähnlich sind wie Äpfel und Birnen. Die Kartoffel zählt ja zur Familie der Nachtschattengewächse, ich dagegen gehöre zu den sogenannten Windengewächsen. In vielen Ländern bin ich die Königin der Beilagen. Wer in den USA etwas auf sich hält, serviert mich zum Thanksgiving-Truthahn. Ich kann mehr als nur Pommes und werde auch bei euch mit meiner Vielfalt durchstarten!

Süßkartoffel, wir danken Ihnen für das Gespräch.

Text: Sebastian Bütow