

HOGAPAGE

Das Magazin für Hotellerie & Gastronomie



HOGAPAGE

**Fehlt Personal?
Dann nix wie los!**

**HOGAPAGE – BESTE
JOBBOURSE FÜR HOTEL
UND GASTRONOMIE***

* 1. Platz im Ranking der Spezialjobbörsen für Hotel und Gastronomie bei der Qualitätsanalyse 2025 von jobboersenchek.de – gewählt von Arbeitgebern und Arbeitnehmern



Gastwelt ohne Stimme?

Im Bundestag fehlen Gastronomie-Profis –
was die Politik trotzdem für die Branche plant

14

**Reiseziel
Talsinki**

Zwei Städte im Blick

30

Milch im Check

54

**Gastro
Business School**

Kemal Üres im Gespräch

36

Bäder mit Stil

68

**Peter's
Resort**

Visionäres Hotelprojekt

84

Gargeräte 2.0

72



Mit starkem Rückenwind voran

Liebe Leserinnen, liebe Leser,

endlich Bewegung: Nach langem Warten hat Deutschland eine neue Regierung – und damit neue Chancen, auch für die Hotellerie und Gastronomie. Während für dieses Heft noch die Schlussredaktion läuft, werden die neuen Bundesminister bekannt gegeben, doch der vorgestellte Koalitionsvertrag lässt bereits hoffen, dass die besonderen Herausforderungen unserer Branche künftig stärker in den politischen Fokus rücken. Die vorerst beschlossene Rückkehr zu 7 % Prozent Mehrwertsteuer für Speisen in der Gastronomie erscheint als Signal für einen Aufbruch, auf den wir alle setzen.

Natürlich bringt jede Veränderung auch Diskussionen mit sich. Die Erhöhung des Mindestlohns, wie sie etwa in Nordrhein-Westfalen seit Mai gilt, bewegt Betriebe und Mitarbeiter gleichermaßen. Mehr Wertschätzung für die Arbeit im Gastgewerbe ist ein wichtiges Zeichen, dennoch stellt die Umsetzung manche Unternehmen vor große finanzielle und organisatorische Herausforderungen. Es wird auf kluge Konzepte und kreative Wege ankommen, um den Wandel gemeinsam zu gestalten.

Einmal mehr zeigt unsere Branche hier ihre wahre Stärke: Innovationskraft, Ideenreichtum und genug Mut, neue Pfade zu gehen. Bestes Beispiel: Die neue Gastro Business School von Branchenunternehmer Kemal Üres, die gezielt Wissen, Unternehmergeist und Leidenschaft vermittelt (mehr Infos dazu in unserer Rubrik Branche Inside). Oder die Kooperation eines österreichischen Kaffeegetränke-Verpflegers, der mit seinem innovativen Pflanzendünger aus Kaffeesatz einen neuen Kreislauf der Nachhaltigkeit in der Gastronomie anstößt – passend zu unserem Special Kaffee & Tee in dieser Ausgabe.

Es sind solche Initiativen, die zeigen: Unsere Branche geht längst einen Schritt weiter, als nur über den Tellerrand hinauszublicken – sie gestaltet aktiv ihre Zukunft. Und genau deshalb dürfen wir mit stolzer Zuversicht auf das blicken, was vor uns liegt. Wir wünschen Ihnen nun viel Freude beim Lesen dieser Ausgabe!

**Herzlichst
Ihre**

**Karoline Giokas
Chefredakteurin**

INHALT

ENTRÉE

Info-Häppchen und Neues 8

Ploners Gastro-Kolumne

Der Weg zu mehr Umsatz 9

Recht so?

Müllvermeidung durch Steuer? ... 10

TITELSTORY

Die Interessen

der Gastwelt im Blick?

Wie sich die neuen Fraktionen um die Branche kümmern wollen ... 14

SPECIAL

Kaffee kann mehr!

Geschmackstrends, Innovationen und funktionale Zutaten 20

AROUND THE WORLD

Weißer Nächte in Talsinki

Helsinki und Tallinn – ein kulturelles wie kulinarisches Erlebnis 30



Kulinarische Kunstwerke verzaubern im NOA.

30

BRANCHE INSIDE

Ein Hamburger Gastronom revolutioniert die Branche

Kemal Üres hebt die Hospitality auf ein neues Level 36

MANAGEMENT & MARKETING

Ein starkes Netzwerk für eine starke Branche

Die HDV-Frühjahrstagung 40

Mehr als eine Einkaufsplattform:

HOGAST.CARE

Optimierte Einkaufsprozesse für Sozialeinrichtungen 44

SYSTEMGASTRONOMIE

Wo die Zukunft der

Systemgastronomie durchstartet

BdS-Teamcup 2025: Größter Wettbewerb der Systemgastronomie ... 48

Klartext mit Markus Suchert

Bringt die neue Regierung die gewünschten Erleichterungen? ... 53

FOOD & BEVERAGE

Milch(miss)verständnisse

Was Gastronomen jetzt über Milchprodukte wissen sollten ... 54

Pierre Nierhaus – Food-Kolumne

Eine neue Generation isst anders ... 59

Bunter wird's nicht!

Mit Gemüse Vorfreude auf Frühling und Frühsommer wecken 60

Antoniewicz denkt weiter

Kreativität – ein Spiel mit Tradition und Innovation 63

Von Dörnchen

bis Babka

Mit originellen Brot- und Backwaren-Trends punkten 64



60

Bunt und vielfältig soll das Gemüse sein.



84

Nachhaltiges Gastgeber-tum: Peter's Resort.

TECHNIK & EQUIPMENT

Bäder mit Persönlichkeit

Ästhetik trifft auf smarte Technik 68



68

Bäder 2025: Neue Farben, neue Materialien.

Smarter, schneller, besser!

Intelligente Geräte für die moderne Profi-Küche 72

Design trifft Tisch

Diese Tabletop-Trends prägen 2025 die Gastronomie 76

KARRIERE & RATGEBER

Upgrade gefällig?

Sechs smarte Weiterbildungstipps für Aufsteiger 80

STARS & LEGENDS

Willkommen in Peter's Resort!

Charme, Komfort und eine klare Vision 84

10 Fragen an ...

... Helene Bockhorst 90

Jetzt rede ich!

Die Sauce Hollandaise im Exklusiv-Interview 92

SERVICE

Editorial 3

Bildungskompass 83

News aus den Verbänden 94

Marktplatz 96

Vorschau / Impressum 98



Die Int *Gas*

Foto: dts Agentur/picture Alliance



Interessen der Gastwelt im Blick?

Nach der Bundestagswahl: Wie sich die neuen Fraktionen
um die Branche kümmern wollen

Alles beim Alten: Auch der neue Deutsche Bundestag wird beherrscht von Anwälten, Beamten, Lehrern und Wissenschaftlern. Vertreterinnen und Vertreter aus der Gastronomie bleiben unter den 630 neu- oder wiedergewählten Abgeordneten weiterhin die Ausnahme. Ein Spiegelbild der vielfältigen Berufsrealität in Deutschland ist das nicht. Dennoch haben wir bei den fünf verbliebenen Fraktionen nachgefragt, wer sich künftig für die Interessen der Gastwelt stark machen will – und was konkret geplant ist.

Text: Wolfgang Bublies

SPECIAL



Fotos: Jack/stock.adobe.com/generiert mit KI

Kaffee kann mehr!

Wie neue Geschmackstrends, technische Innovationen und funktionale Zutaten den Kaffeegenuss 2025 revolutionieren

Mindful Taste – das ist in diesem Jahr auch in Sachen Kaffee und Tee ein heißes Thema. Ob Pistazien-Hype, funktionale Zusatzstoffe oder Cold Brew mit Crushed Ice: Der Wachmacher von gestern wird zum stylishen Statement-Getränk mit echtem Mehrwert – für Körper, Geist und Geschmacksknospen.

Text: Karoline Giokas

schaerer
swiss coffee competence

*Ihr geschmackvoller
Flat white.*

**An jedem Ort Ihrer Wahl.
Immer nur das Beste.**

Der Star Ihrer Dachterrassen-Party oder Ihr Alltagsheld im Büro. Bei dieser Maschine dreht sich alles um Flexibilität, mit einer Auswahl an optionalen Konfigurationen und verschiedenen Zusatzmodulen. Verbinden Sie sie mit dem Festwasseranschluss oder nehmen Sie sie dank ihres internen Wassertanks überall hin mit. Personalisieren Sie sie ganz nach Ihren persönlichen Bedürfnissen.

Schaerer Deutschland GmbH,
Telefon +49 7336 95250, [schaerer.com](https://www.schaerer.com)



Schaerer Coffee Skye. We love it your way.

Weiß Nächte in Talsinki

Helsinki und Tallinn rücken
zusammen – ein kulturelles
wie kulinarisches Erlebnis

Zwei tolle Städte, Helsinki und Tallinn,
haben sich für die Vermarktung der so auf-
regenden wie unterschiedlichen Destinationen
zusammengetan – unter dem naheliegenden
Kunstnamen Talsinki, den man natürlich auf
keiner Landkarte findet. Wenn im Frühsommer
die Nächte kürzer und lauschiger werden,
lohnt die Entdeckung besonders.

Text: Gabriele Gugetzer



Talsinki ist vieles, aber nicht der Marketing-Gag, nach dem es sich anhört! Die finnische Hauptstadt Helsinki und die estnische Hauptstadt Tallinn sind sich vom Lebensgefühl her tatsächlich viel ähnlicher als mit anderen Städten im Baltikum oder in Skandinavien; die Nähe ist keinesfalls nur geografischer Natur, man spürt sie z. B. auch beim gemeinsamen Kulturgut Sauna.

Während in Helsinki im Winter spezielle Sauna-Straßenbahnen mit viel Klingeling durch die Innenstadt kurven, steht in Tallinn eine entzückende Sauna im Gewässer vor dem Wasserflughafen – die Einrichtung hat selbstredend zu den abstrusesten Jahreszeiten (angeblich gibt's davon im Norden ja nicht vier, sondern acht) geöffnet. Die estnische Rauchsauna zählt seit 2014 sogar zum UNESCO-Weltkulturerbe.

Man spürt die Verbundenheit der beiden Städte überdies bei deren Bewusstsein für regionale Erzeugnisse, bei der gastronomischen Selbstverständlichkeit für Produktqualität, bei

der Liebe zum Mythos Wald, bei der Neugier auf asiatische Aromen, beim Fokus auf Nachhaltigkeit – und beim Temperament: nicht hölzern wie Schweden und Dänen, nicht zurückhaltend wie Litauer oder gar Letten, sondern unbeschwert und heiter.

Das Beste aus zwei Welten

Ging man früher auf die Fähre, um sich eine (im Wortsinn) Druckbe-

SEIT DEN 1990ER-JAHREN KENNT MAN DIE TRANSNATIONALE GROSSSTADTREGION AM FINNISCHEN MEER-BUSEN UNTER DEM NAMEN TALSINKI.

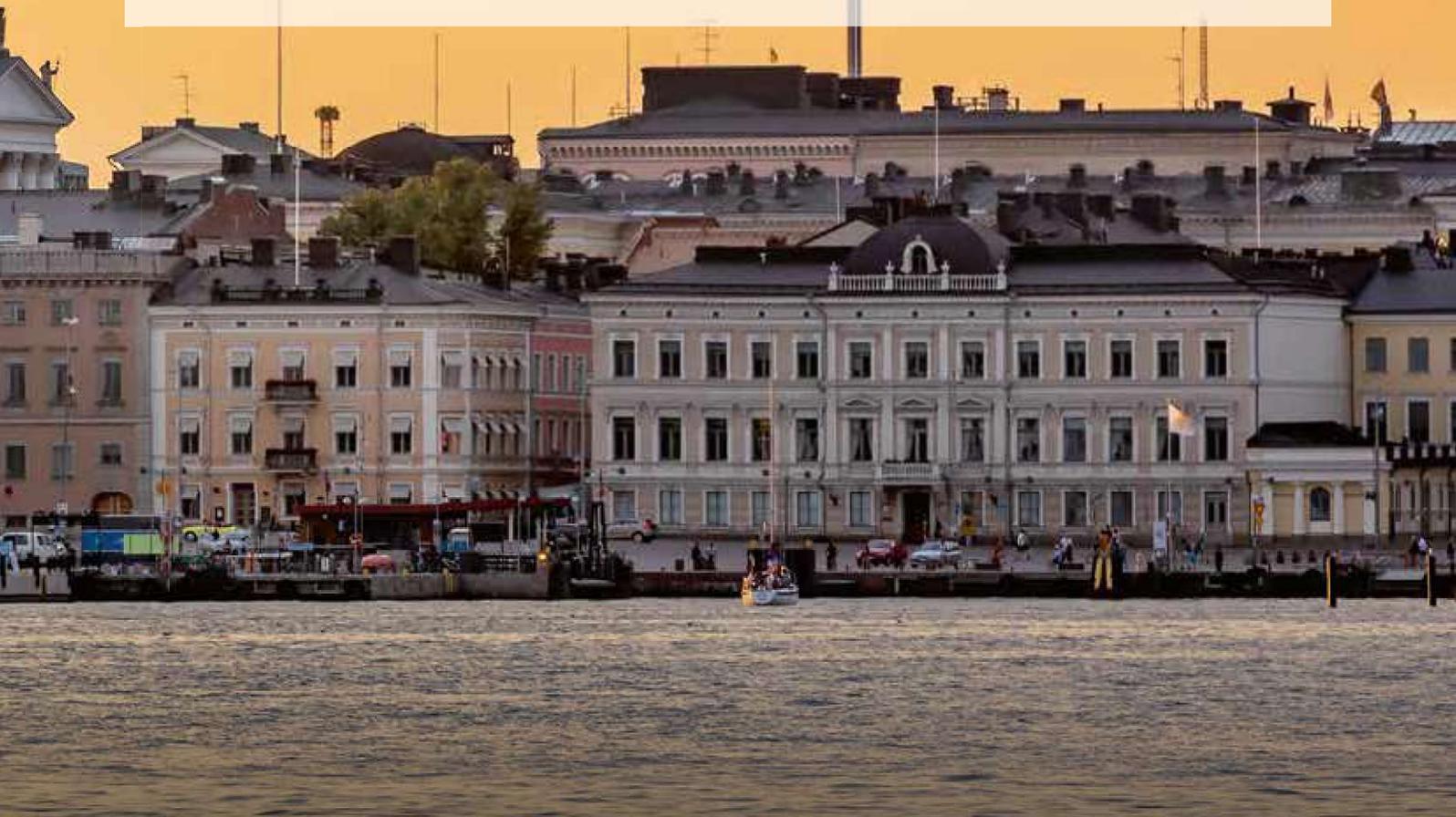
tankung zu geben und von Bord zu torkeln, betrachtet eine jüngere Generation Helsinki und Tallinn heute als Inselhopping-Destinations. Das geht ganz problemlos: Zwei Stunden benötigen gepflegte Fähren, die fast im Stundentakt die Städte verbinden. Die Terminals auf beiden Seiten sind hy-

permodern und von einer Güte, von der man hierzulande nur träumen kann.

Beim Eintauchen in das Beste aus zwei Welten entdeckt man die von weißen Prachtbauten dominierte Kulisse Helsinkis oder Tallinns historische Viertel, die trotz der Wolkenkratzerkulisse am Hafen das Bild der charmanten Stadt prägen. Kulinarisch hat Helsinki bei den Sternen die Nase vorn und mit dem Palace einen Zweisterner, der auf ewig so bleiben möge. Aber auch Tallinn hat etwas zu bieten: 180° by Matthias Diether ist ein sehr modernes, lichtdurchflutetes Zwei-Sterne-Restaurant.

Luovoos Kukii Kaaoksesta!

Finnisch ist nicht schwer, aber hier dennoch die deutsche Übersetzung: Im Chaos blüht die Kreativität. Das ist nicht nur Lebenserfahrung, sondern der Name eines großartigen Restaurants, wie sie in Helsinki zunehmend aus dem Boden sprießen. Junge Leute, Tattoos, wackelige Tische eng gestellt – alles so reizvoll, so lifestylich, so nachhaltig. Aber in Helsinki steckt



Wie ein Hamburger Gastronom die Branche revolutioniert

Kemal Üres hebt mit seiner Gastro Business School
die Hospitality auf ein neues Level

Mit 18 startete er in der Hotellerie, mit 22 war er der jüngste Manager bei einer der größten Hotelketten der Welt. Heute beliefert Kemal Üres täglich über 6.000 Menschen, coacht Gastronomen in ganz Deutschland und hat mit der Gastro Business School eine Bewegung gestartet. Seine Mission: Die Gastronomie auf ein neues Level bringen – praxisnah, profitabel und voller Leidenschaft.

Text: Christine Hintersdorf



Gerade einmal 22 Jahre alt war Kemal Üres, als er mit dem La Paz sein erstes eigenes Restaurant gründete. Sechs Jahre später folgte ein Catering-Unternehmen. Beide Betriebe sind bis heute in seiner Hand – und das äußerst erfolgreich. Allein mit seinem Catering erzielt er einen Jahresumsatz zwischen zehn und zwölf Millionen Euro.

Mit Expertise und Social Media zum Unternehmererfolg

Die Coronapandemie erlebte er als eine Art beruflichen Booster: Mit Auftritten als „Gastro-Flüsterer“ gelang ihm in der herausfordernden Zeit der mediale Durchbruch. Seine Social-Media-Videos trafen den Nerv der Branche. Schon sein erstes Video ging viral, seither wächst die Community

stetig. Mittlerweile ist Üres auf allen Kanälen vertreten – von TikTok über Instagram bis zum YouTube-Kanal.

Auf letzterem veröffentlicht er auch regelmäßig verschiedene Video-Reihen, wie beispielsweise die Reihe „Gastro Rockstars: Unternehmer Persönlichkeiten & ihr Werdegang“. Als „Gastroflüsterer“ begann er in die

Ein starkes Netzwerk für eine starke Branche

HDV-Frühjahrstagung mit fachlichem Austausch, neuen Impulsen und einem glanzvollen Nachwuchspreis

Die Frühjahrstagung der Hoteldirektorenvereinigung Deutschland (HDV) Anfang April in Osnabrück stand ganz im Zeichen der Zukunftsfähigkeit der Branche. Rund 180 Teilnehmer trafen sich im Hotel Vienna House by Wyndham Remarque zum Netzwerken, Zuhören und Diskutieren – und erlebten ein Programm, das aktueller nicht hätte sein können. Emotionaler Höhepunkt war die Verleihung des Deutschen Hotelnachwuchs-Preises (DHNP). *Text: Karoline Giokas*



Fotos: HDV/Christina Czybik, HOGAPAGE Media/KAGI



Besuch aus Italien, Portugal und Spanien – die Partnerverbände des europäischen Netzwerks „European Bond of Hospitality Leaders“ waren zu Gast in Osnabrück: (v.l.) Andreas Neining, Vorstand HDV; Danilo Bellomo, Associazione Direttori Albergo Italia (ADA); Javier Jiménez, AEDH-Asociación Española Directores Hotel, Spanien; Fernando Garrido, Associação dos Diretores de Hotéis de Portugal; Jürgen Gangl, Vorstand HDV.

In seiner Eröffnungsrede ging Jürgen Gangl, 1. Vorsitzender der HDV, auf die derzeitige politische Lage und potenzielle Auswirkungen auf die Hotellerie ein. Insbesondere betonte er die Verantwortung der designierten Regierungskoalition, Vertrauen durch wirtschaftliche Stabilität zu schaffen.

Gleichzeitig warnte Gangl vor den Folgen einer möglichen globalen Wirtschaftskrise und rief die Branche zu mehr Zusammenhalt auf: „Wir müssen in der Hotellerie – sowohl in Deutschland als auch auf europäischer Ebene – enger zusammenrücken, um der weltweiten Verunsicherung gestärkt begegnen zu können.“

Recruiting 2.0 im Fokus

Im Mittelpunkt der Frühjahrstagung vom 4. bis 6. April in Osnabrück stand das Thema Human Resources. Ulrich Wilhelm, Geschäftsführer bei Konen & Lorenzen, machte in seinem Vortrag deutlich, dass die Qualität eines Hotels nicht automatisch mit seiner Attraktivität als Arbeitgeber korreliert. Statt klassischer Stellenanzeigen brauche es innovative, digitale Strategien – Exit Sourcing, Social Media, internationale Kampagnen. Doch all das müsse auf

einer gelebten Unternehmenskultur fußen: „Eine starke Arbeitgebermarke funktioniert nur, wenn das Versprechen in der Realität gelebt wird.“ Humorvoll, aber eindringlich sein Appell: „Der Aufbau einer Arbeitgebermarke ist wie Duschen – man muss es täglich tun.“

Hilmar von Klitzing, Dozent für Agiles Projektmanagement, brachte das Thema Scrum in die HR-Welt. Mit anschaulichen Beispielen zeigte er auf, wie iterative Prozesse, Daily Stand-ups und eine offene Fehlerkultur auch in der Hotellerie zu mehr Effizienz und Teamverantwortung führen können. Sein Plädoyer für Mut, Transparenz und kontinuierliche Verbesserung: „Scrum heißt auch: die Medaille mal umdrehen und neu denken.“

Fachkräfte sichern, Vertrauen stärken

Einen politischen Blick auf den Arbeitsmarkt warf Matthias Heidmeier, NRW-Staatssekretär im Ministerium für Arbeit, Gesundheit und Soziales. In seiner Präsentation zeigte er auf, dass die berufliche Bildung junger Menschen und eine individuelle Ansprache entscheidende Hebel gegen den Fachkräftemangel sind. Er forderte weniger Bürokratie und mehr Vertrauen in die

Praxis – z. B. auch bei der Visavergabe. HDV-Vorstand Jürgen Gangl griff den Faden auf: „Gerade unsere Branche lebt von Vielfalt – Integration und Flexibilität müssen Hand in Hand gehen.“



Jürgen Gangl, 1. Vorsitzender der HDV, freute sich, rund 180 Teilnehmer bei der diesjährigen Frühjahrstagung in Osnabrück begrüßen zu dürfen.



Wo die Zukunft der Systemgastronomie durchstartet

Kreativität, Teamgeist und ein straffer Zeitplan: Ende März traten Auszubildende beim größten Wettbewerb der Systemgastronomie an

Warum sich rund 100 Azubis der Systemgastronomie freiwillig an einem Samstagmorgen in der Städtischen Berufsschule für das Hotel-, Gaststätten- und Braugewerbe in München treffen? Natürlich um den BdS-Teamcup 2025 zu gewinnen! *Text: Karoline Giokas*

Am 29. März war es so weit: Aus ganz Deutschland und Österreich reisten Nachwuchskräfte der Systemgastronomie in die bayerische Landeshauptstadt, um sich in Praxis und Theorie zu messen. Der Bundesverband der Systemgastronomie (BdS) lud dazu erstmals an die Städtische Berufsschule für das Hotel-,

Gaststätten- und Braugewerbe im Münchner Stadtteil Haidhausen.

Ein Wettkampf mit Tradition und Leidenschaft

„Ich freue mich, Sie in einer der größten Berufsschulen der Branche Bayerns zum 15. Teamcup der Systemgastronomie begrüßen zu dürfen“,

hieß Berufsschulleiter Gernot Raab die Besucher am Vormittag willkommen. Neben den rund 100 Auszubildenden hatten sich u. a. auch der Münchner Stadtrat Thomas Schmid sowie der Hauptgeschäftsführer des Bundesverbands der Systemgastronomie, Markus Suchert, eingefunden. „Die Tatsache, dass sich fast 50 Jurymitglieder, be-

stehend aus Lehrkräften und Ausbildungsverantwortlichen aus Deutschland und Österreich dieses Wochenende für solch ein Ereignis engagieren, zeigt die große Wertschätzung für die Ausbildung unserer Branche.“

Motivierende Worte vom Verband

Markus Suchert ging auf die bedeutende Rolle der Teilnehmender am Teamcup ein: „Ihr seid heute die Stars der Veranstaltung. Auch wenn euch im Laufe der nächsten Stunden sicher mal zum Haareraufen zumute sein wird, werdet ihr das hinbekommen.“ Vor allem der Spaß am eigenen Können sollte laut dem BdS-Hauptgeschäftsführer aber im Mittelpunkt stehen. „Am heutigen Tag zeigt ihr, was es bedeutet, mit solch großer Begeisterung in einer der dynamischsten Branchen unserer Welt zu arbeiten.“

Der Wettbewerb sei dabei ein perfektes Spiegelbild der täglichen Herausforderungen und der Arbeit, die in der Systemgastronomie heutzutage erforderlich seien. „Bei diesem Wettbewerb wird klar, wie wichtig Zusammenarbeit und Teamgeist sind. Es ist keine One-Man-Show, sondern es geht um die Stärke, die ein Team auszeichnet. Genau das ist es, was die Systemgastronomie ausmacht. Sie lebt von



Teamgeist ist das A und O des Wettbewerbs – das stellten die Teilnehmer zu Beginn der Aufgabenstellung fest.

gegenseitiger Unterstützung und von gemeinsamen Erfolgen.“

„Bägel Connäction“: Von der Idee zum Konzept

Gegen 11 Uhr wurde es dann spannend für die Teilnehmer: Oberstudienrätin Verena Holitschke, die gemeinsam mit Kollegin und Studiendirektorin Nicole Johnsen sowie Oberstudienrat Stefan Röckl die Organisation des Wettbewerbes an der Berufsschule verantwortete, verkündete die Spielregeln des Wettbewerbs und verteilte anschließend Arbeitsmappen an die 25 gemeldeten Teams.

Viele Mitarbeiter und Kollegen der Münchner Berufsschule hatten sich seit Ende letzten Jahres mit den Vorbe-



BUNDESVERBAND
DER SYSTEM
GASTRONOMIE E.V.

reitungen für das Event beschäftigt – von der Logistikplanung über die technische Ausarbeitung bis zur Erstellung der Wettbewerbsaufgaben selbst. „Wir haben uns das fiktive Start-up Bägel Connäction (kein Rechtschreibfehler der Red.) ausgedacht, welches in drei Münchner Pop-up-Stores ‚Bägel’s to go anbietet“, erzählen Holitschke und Johnsen im Gespräch mit HOGAPAGE.



Knapp 100 Nachwuchskräfte aus der Systemgastronomie traten in diesem Jahr zum BdS-Teamcup an, um ihr Können zu messen.

Milch (milk) *ve*



Fotos: Asman/stock.adobe.com/generiert mit KI

)- Verständnisse

Was Gastronomen jetzt über Milchprodukte und Alternativen wissen sollten

Milch und Milchersatzprodukte stehen im Sperrfeuer der Meinungen ganz weit vorn. Und diese scheinen sich stündlich zu ändern. Was ist nun am besten für mich, was wichtig für den Planeten? Kein Wunder, dass Gastronomen das Thema auch dieses Jahr wieder sehr am Herzen liegt. Denn was gerade noch Trend ist, könnte morgen schon out sein oder gänzlich gecancelt werden. Unser Fazit: Es ist kompliziert, aber natürlich auch megaspännend. *Text: Gabriele Gugetzer*

Die längste Zeit galt ein Gast als völlig gestrig, wenn er zum Kaffee Kuhmilch verlangte. Wie unverantwortlich, gibt es doch jede Menge Alternativen wie Sojamilch, Hafermilch, Reismilch, Nussmilch, Erbsenmilch, Lupinenmilch ... Damit ließe sich im Handumdrehen die Welt retten – oder wenigstens die eigene Figur – und nebenbei die arme Kuh von ihrer beschämenden Ahnungslosigkeit bewahren, mit der sie da als Klimakiller Nummer 1 auf der

Weide steht und völlig ungeniert vor sich hin ... nun, Sie wissen schon.

Ist also die Kuh an allem schuld?

Wenn das bei der Verdauung im Pansen freigesetzte Methan tatsächlich eine negative Auswirkung auf unser Klima hat, wäre es dann nicht sinnvoll, genau dort anzusetzen? So dachten sich einige Vermögende auf der Welt, darunter auch Bill Gates. Also Kuhmilch ja, aber mit weniger Methan –

quasi auf Knopfdruck dank eines Futtermittelzusatzes in homöopathischer Dosierung, der ein Verdauungsenzym unterdrückt und damit die Methanemission der einzelnen Kuh erheblich reduziert? Auf dem Papier und im Forschungslabor ergibt das sicher Sinn.

Aber – das weiß jeder Gastronom – der Gast ist wie der Konsument ein unbekanntes Wesen. Denn als Milchgroßproduzent Arla Ende letzten Jahres bekannt gab, besagten Futtermittel-



ANZEIGE

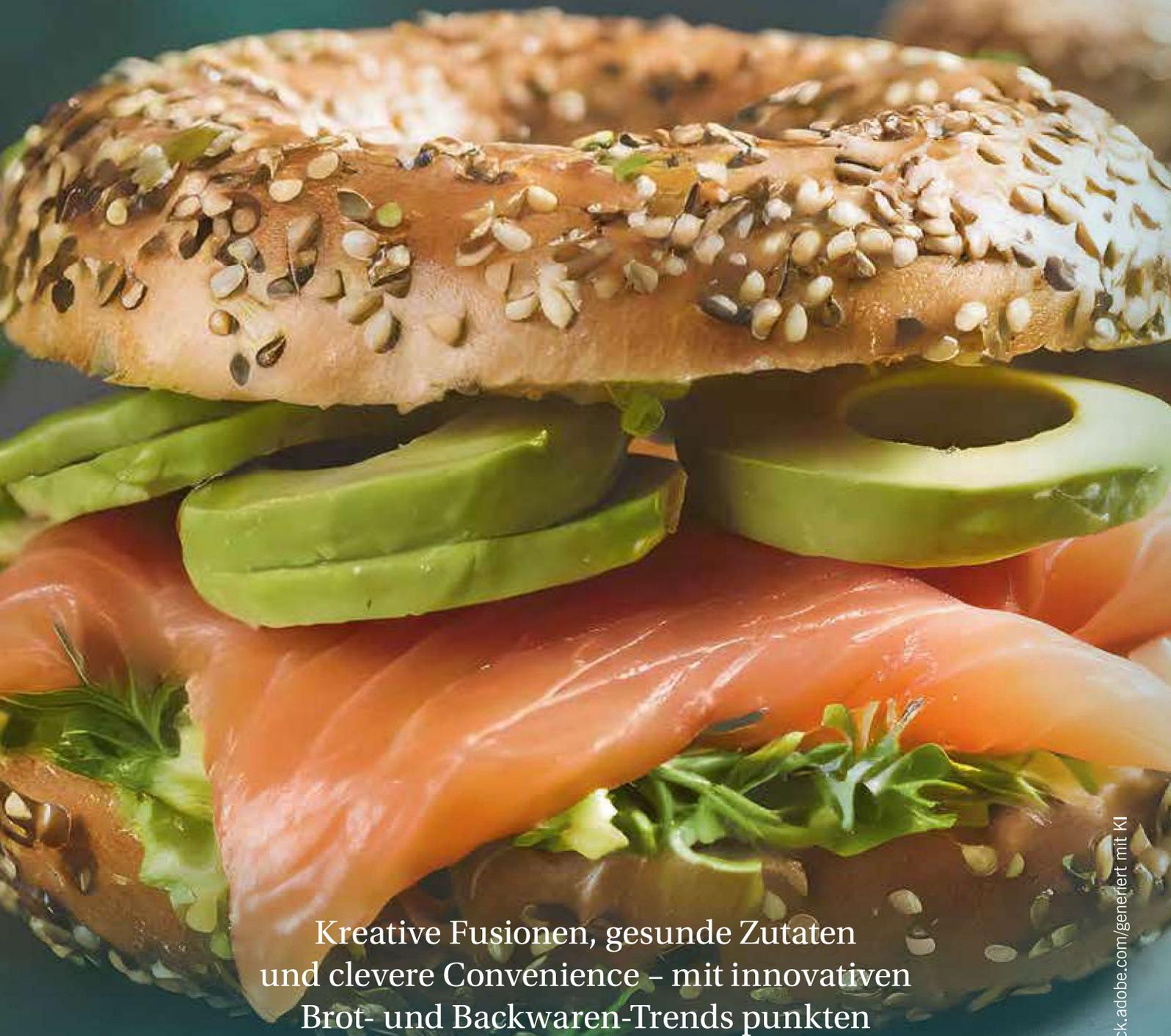
MÜSLI, FLAKES
UND TOPPINGS
FÜR HÖCHSTE
ANSPRÜCHE

Seit 1989 echte
Leidenschaft für
richtig gutes Müsli.
www.best-muesli.de

best müsli 



Von Dörnchen bis Babka



Kreative Fusionen, gesunde Zutaten
und clevere Convenience – mit innovativen
Brot- und Backwaren-Trends punkten

Brot und Backwaren sind heute Erlebnis, Trend und Umsatztreiber zugleich. Die Backbranche überrascht 2025 mit neuen Ideen, die nicht nur optisch, sondern auch geschmacklich überzeugen – für Außer-Haus-Verpfleger die Chance, mit wenigen Handwerksgriffen individualisierte Kulinarik mit Alleinstellungsmerkmal anzubieten. *Text: Karoline Giokas*



Erlenbacher

Passion & Kuchen seit 1973

TORTALE TRENDSETTER

DIE ABSOLUTE VIELFALT

*Unsere
Prachtstücke*



Brot ist für die meisten von uns ein wesentlicher Bestandteil der täglichen Ernährung. Während in den deutschen Metropolen die Brotmanufakturen aus dem Boden schießen und sich ihre Handwerkskunst ordentlich bezahlen lassen, birgt diese Sparte auch in der Außer-Haus-Verpflegung enormes Umsatzpotenzial für Gastros.

Potenzial zur freien Entfaltung

Gerade erst auf der größten Food-Messe in Hamburg live erfahren: Gastronomen schätzen aktuell die Vielfalt von Basic-Produkten und machen sich das üppige Angebot dieser Sparte gern zunutze, z. B. den Mix aus rechteckigen Brötchen von Bridor. „Betrachtet man die Personallage in den Küchen unserer Branche, ist dies eine ganz logische Trendwende“, erläutert Pierre Gresser, National Key Account Manager Food Service bei Bridor. „Trotz fehlender Mitarbeiter möchten Gastgeber auf Premiumqualität nicht verzichten. Unsere leckeren Brötchen – von natur über rustikal bis Mehrkorn – inklusive Serviervorschläge helfen ihnen, unter Einsatz von TK ein individuelles Angebot zu offerieren.“

Ähnliches gilt für die kalkulationssicheren Einzelportionen von Dessert-Spezialist Bindi. Dessen Eclairs beispielsweise lassen sich mit geringem Aufwand optisch individualisieren und entsprechend perfekt servieren.

Kulinarische Fusionen

Die Kombination verschiedener Geschmacksrichtungen, Texturen und Rezepturen aus unterschiedlichen internationalen Küchen wird immer beliebter. So ist etwa das Franzbrötchen längst nicht mehr nur in der Hamburger Gastro-Szene bekannt.

**BACKWAREN GESCHMACKLICH
AUF EIN NEUES LEVEL HEBEN:
MIT DER TIGER 2.0 PASTE VON
BAKELS. SORGT FÜR TWIST IN
OPTIK UND GESCHMACK.**

Während das süße Feingebäck aus Plunderteig inzwischen auch im Süden der Bundesrepublik angekommen ist, hat sich Baker & Baker einen neuen Twist einfallen lassen: Beim trendigen Tomato-Franz trifft knuspriger Hefefeinteig auf eine fruchtig-würzige Tomaten-Gemüsefüllung, getoppt von italienischen Kräutern wie Basilikum und Oregano. Das macht sich prima als Snack für Zwischendurch oder – mit einem knackigen Salat – als kleine Mahlzeit.

Tradition und Modernität in einem

Im letzten Jahr haben die sogenannten Crookies (eine Mischung aus Croissant und Cookie) die Insta-Welt

Bäder mit Persön- lichkeit

In modernen Hotelbädern
trifft Ästhetik auf smarte Technik,
Nachhaltigkeit auf Wellness-
Feeling

Ob freistehende Wanne mit Bergblick,
Spa-Suiten mit privater Sauna oder WC-Spülung
per Handbewegung: Das Badezimmer avanciert in
der Hotellerie vom funktionalen Raum zur stilvol-
len Erlebniszone. Wie neue Designs, nachhaltige
Materialien und smarte Features aus Hotelbädern
echte Wohlfühlorte machen.

Text: Sebastian Bütow

Elegant thront es über dem Gasteiner Wasserfall, wie ein Zeitzeuge vergangener Epochen: das Grand Hotel Straubinger in den österreichischen Alpen. Hier hat Otto von Bismarck im Jahr 1865 die Gasteiner Konvention unterzeichnet, ein wichtiges Abkommen zwischen Preußen und Österreich. Wer durch die Türen des 2023 wiedereröffneten Bilderbuch-Grand-Hotels tritt, spürt sofort den Geist der Geschichte.

In den Bädern und Spa-Bereichen ergänzen sich traditionsreiche Substanz und Innovation perfekt, diese Verschmelzung macht das Straubinger zu einer echten Wohlfühl- und Wellnessoase. Neben dem „Senso Spa“, dem Herzstück des Wellnessangebots, dem Infinity Pool mit Wasserfallblick und der luxuriösen Saunalandschaft unterstreichen auch die Baderäume in den Zimmern und Suiten das Augenmerk auf Funktionalität und ästhetisches Design.

DAS MODERNE HOTELBAD VERBINDET STILVOLLES DESIGN MIT INTUITIVER BEDIENUNG. MINIMALISMUS BLEIBT DER PRÄGENDE TREND – AUCH IM BAD.

Die Spa-Suiten des Hotels bezaubern mit privaten Zirben-Saunen, freistehenden Badewannen und bodenebenen Duschen – die Gäste verwöhnen sich in privater Atmosphäre mit maximalem Spa-Faktor. Nur einen Katzensprung entfernt lockt das Hotel Badeschloss mit verspieltem, farbenfrohem Interieur die Fans einer jungen, zeitgenössischen Badekultur an.

Badekultur mit vielen Details

Das Bäder-Thema ist die DNA des Badeschlosses – und wird modern interpretiert: Von der Lobby über die Zimmer und Suiten im Alt- und Neubau bis hin zum „Alpine Swim Club“ ist das nasse Element visuell und sinnbildlich allgegenwärtig. Ob Fliesenlandschaft, angegedeutete Einstiege ins Wasserbecken oder freistehende Badewannen: Hier

wird die Bäderkultur Bad Gasteins gelebt und zelebriert. Hinter dem Tresen stehen gelbe Quietscheenten, eine gelbe Poolleiter schmückt als Eyecatcher den Aufzug – verspielte Details ziehen sich durchs ganze Haus.

Echte Nachhaltigkeit dank recycelter Materialien

Ganz egal, ob traditionell, elegant-reduziert oder gespickt mit vielen Accessoires: In einer zeitgemäßen Bäderwelt sollte Nachhaltigkeit stets großgeschrieben werden. „In immer mehr Hotelbadezimmern werden recycelte Keramik oder zuvor anderweitig verbaute Hölzer verwendet“, weiß Spa-Expertin Gesine Ponto, die Hotels bei der Planung von neuen Bäderwelten berät. „Hier kann man wirklich von Nachhaltigkeit sprechen, weil diese Materialien alles andere als kleinteilig wiederverwendet werden.“

Als Vorzeigeobjekt in Sachen Nachhaltigkeit und Natürlichkeit nennt Gesine Ponto das Hotel Forestis in Brixen (Italien): „Hier sind die Badezimmer mit Dolomitstein gestaltet, der mit Pigmenten aus der umliegenden Erde gemischt und mit Bienenwachs versiegelt wurden, um eine natürliche Schutzschicht zu schaffen.“

Übergänge zwischen Hotelzimmer und Bad immer fließender

Schwer angesagt sind freistehende Badewannen und separierte WCs. Die Übergänge vom Wohn- zum Badbereich werden fließender, nicht nur durch Glas- oder halbhohe Trennwände. „Spektakulär sind Badewannen, die in den Boden eingelassen sind“, schwärmt Gesine Ponto, „solche gab es im Badeschloss schon in der Belle Époque.“ Wie schön, dass die gepflegte Badekultur großer Persönlichkeiten mit kosmopolitischer Weltanschauung und koketter Leichtigkeit neu interpretiert wird.

Natürliche Grüntöne und Reizreduzierung

Und was liegt farblich im Trend? Helles, ausgewaschenes Grün, Naturtöne wie Eukalyptus, Salbei und Olive. Grelle Farben sind dagegen out. Das „Thalasso Meeres Spa“ im Wangerland und das



Die wandmontierte Kopfbrause Ambiente von Hansgrohe mit zwei Strahlarten und beweglichem Brausearm ermöglicht eine präzise Ausrichtung des großzügigen Strahls.

Forestis in den Dolomiten sind für Gesine Ponto die gelungensten reduzierten Farbkonzepte, die sie bislang gesehen hat. „Dadurch werden weniger Reize geboten, es gibt hier auch keine Frischblumen. Weniger ist mehr, lautet das Konzept, das sieht einfach klasse aus und kommt beim Gast absolut positiv an.“

Komfort und Hygiene durch smarte Technologie

Moderne Hotelbadezimmer punkten mit smarten Dusch-WCs, die höchsten Komfort mit innovativer Hygienetechnik verbinden. Die WCs der Aqua-Clean-Serie von Geberit bieten Features wie eine individuell einstellbare Duschstrahlstärke, eine beheizbare Sitzfläche und eine automatische Geruchsabsaugung. Das gibt den Gästen ein verblüffend angenehmes Gefühl von Sauberkeit und Wohlbefinden. Und die gute alte Spültaste hat Geberit ins Jenseits befördert. Mit seinen berührungslosen „Sigma80“-Spülungen wird das Spülen ganz lässig per

Willkommen in Peter's Resort!



Foto: Peter's Resort

Das visionäre Hotelprojekt in Redefin vereint Charme, Komfort und eine klare Vision für nachhaltiges Gastgeberium

Ein traditionsreiches Gestüt, moderne Gastlichkeit und ein zukunftsweisendes Konzept für Umweltbewusstsein: Mit Peter's Resort beschreitet Unternehmer Patrick Junge neue Wege. Ein besonderer Ort für Erholung, Events und Weiterbildung unweit der Hansestadt Hamburg. *Text: Karoline Giokas*

Patrick Junge ist kein Unbekannter in der deutschen Gastronomie. Als Begründer der Burgerkette Peter Pane hat er bewiesen, dass sich Genuss, Nachhaltigkeit und soziales Engagement nicht widersprechen müssen. Statt sich auf den Lorbeeren auszuruhen, hat er mit Peter's Resort den Sprung in die Hotellerie gewagt.

Vom Burgerpionier zum Hotelier

Junge, der aus einer traditionsreichen Lübecker Kaufmannsfamilie stammt,

entschied sich schon früh, seinen eigenen Weg zu gehen. Nach einigen Jahren im elterlichen Bäckereibetrieb gründete er 2012 die Paniceus Gastro Systemzentrale GmbH, die Muttergesellschaft des inzwischen deutschlandweit erfolgreich agierenden Franchisekonzepts Peter Pane.

Nachhaltigkeit und soziale Verantwortung waren von Anfang an tragende Säulen seiner Unternehmensphilosophie – Werte, die auch in seinem neues-

ten Projekt eine zentrale Rolle spielen. „Ich empfinde es als selbstverständlich, dass man als Unternehmer Verantwortung übernimmt – nicht nur für Gäste und Mitarbeitende, sondern auch für die Gesellschaft und die Umwelt“, erklärt Junge.

Ein Ort mit Geschichte und Zukunft

Mitten in Mecklenburg-Vorpommern auf dem historischen Landgestüt Redefin hat Junge nun einen Ort geschaffen,



10 FRAGEN AN

... Helene Bockhorst

„Mich begeistern Frühstücksbüfets mit einer großen Auswahl an glutenfreien und laktosefreien Speisen“

In „Der Supergaul“ erzählt Helene Bockhorst mit viel schwarzem Humor und schonungsloser Ehrlichkeit vom Scheitern, vom Überleben und vom absurden Alltag zwischen Selbstzweifeln und Selbstironie.



Helene Bockhorst, Jahrgang 1987 und aufgewachsen in Hamburg-Harburg, zählt zu den gefragtesten Comedystars im deutschsprachigen Raum, was in der Teilnahme beim Format „LOL“ gipfelte. Die studierte Journalistin arbeitete in der Fachpresse, ehe sie mit scharfem Humor und literarischem Feinsinn die Bühnen erstürmte. In der Coronazeit stand sie kurz vor dem Aus, bewarb sich sogar als Freizeitpark-Maskottchen – und wurde nicht mal eingeladen. Doch sie hielt durch. Heute tourt sie erfolgreich durchs Land, produziert Podcasts und bringt ihr Publikum mit trockenem Witz und klarem Blick auf gesellschaftliche Themen zum Lachen.

Interview: Sebastian Bütow

*Die Sauce
Hollandaise
im Exklusiv-
Interview*



Foto: exclusive-design/stock.adobe.com

VORSCHAU

Das nächste HOGAPAGE-Magazin erscheint am 07. Juli 2025



Der Schlüssel zum Erfolg?

Employer Branding ist mehr als nur ein Trend. In HOGAPAGE erklären Experten, warum langfristige Maßnahmen zur Bildung einer Arbeitgebermarke heute unverzichtbar sind und wie sie aufgebaut werden können.



Special: Erfrischende Vielfalt

Ob still, ob sprudelnd, ob mit richtig viel Geschmack – Getränke sind im Sommer echte Umsatzbringer! Gäste lieben dabei vor allem kreative Alternativen im Glas. Wir zeigen die coolsten Trends der Saison.



Außerdem

- Bye, bye Beilage: Kartoffeln, Pasta & Co. als angesagte „Sides“
- Morgenstund...: Innovative Ideen rund um das Frühstück
- Es wird abgerechnet: Die neuesten EDV- und Kassenslösungen

HOGAPAGE-Jahresabo – zum Lesen oder Verschenken

Ihre Abo-Vorteile:

- **Liefergarantie** – keine Ausgabe verpassen
- **12 Monate HOGAPAGE** – für nur 41,40 Euro*
- **Versandkostenfrei** – jedes Heft frei Haus erhalten

Bestellung per Bestellformular auf www.hogapage.de/magazin/abonnieren, per E-Mail an magazin.hogapage@buhl-gruppe.de oder per Tel. +49 821 319470-700.

*Jahresabo (6 Ausgaben): 41,40 Euro pro Jahr inkl. MwSt. und Versand in Deutschland. 51,40 Euro pro Jahr inkl. MwSt. und Versand bei Lieferung ins EU-Ausland und 68,40 CHF pro Jahr inkl. Versand bei Lieferung in die Schweiz.



Ausgabe 5/2024



Ausgabe 6/2024



Ausgabe 1-2/2025

IMPRESSUM

Herausgeber:

Charlotte Buhl, Hermann Buhl

Verlag (Firmensitz):

HOGAPAGE Media GmbH, Alfred-Nobel-Str. 9, 86156 Augsburg, Deutschland
Tel.: +49 821 319470-700

magazin.hogapage@buhl-gruppe.de

Amtsgericht Augsburg, HRB 33096

Geschäftsführerin:

Daniela Müller

Objektleitung und Gesamtfredakteurin:

Daniela Müller

Chefredakteurin Magazin:

Karoline Giokas
(V.i.S.d.P.)

Redaktion:

Wolfgang Bublies, Sebastian Bütow, Gabriele Gugetzer, Christine Hintersdorf, Pierre Nierhaus, Jean-Georges Ploner
Tel.: +49 821 319470-788, Fax: +49 821 319470-799

magazin.hogapage@buhl-gruppe.de

Grafik/Layout/Lektorat:

MARC ANTÓN Medien KG,
Daimlerstr. 9, 86368 Gersthofen

Web:

Heiner Anwander

Sales-Team Deutschland/Österreich:

Thomas Hodermann, Stefanie George-Kersting
Tel.: +49 821 319470-777, Fax: +49 821 319470-799
magazin.hogapage@buhl-gruppe.de

Bankverbindung:

HOGAPAGE Media GmbH
Stadtsparkasse Augsburg
IBAN: DE 91 7205 0000 0252 0815 67
BIC: AUGSDE77XXX

Erscheinungsweise:

Das HOGAPAGE-Magazin erscheint 5 x pro Jahr.

ISSN: 2197-5485

IVW-gepr. Druckauflage:

Der Informationsgesellschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern e. V. angeschlossen

Verteilung:

Postversand an Unternehmen der Hotellerie & Gastronomie in Deutschland und Österreich



Druck:

Mayr Miesbach GmbH
Am Windfeld 15
D-83714 Miesbach

Druckverfahren: Offset-Druck



Alle veröffentlichten Beiträge sind urheberrechtlich geschützt. Kein Teil des Magazins darf ohne schriftliche Zustimmung des Verlags vervielfältigt oder verbreitet werden. Das gilt vor allem für gewerbliche Vervielfältigung per Kopie oder CD-ROM und Aufnahme in elektronische Datenbanken. Für unverlangt eingesandte Manuskripte, Fotos und Zeichnungen wird keine Haftung übernommen. Beiträge, die mit vollem Namen gekennzeichnet sind, geben nicht unbedingt die Meinung der Redaktion wieder. Veröffentlichungen von Fotos/Bildern können im Print und im Internet aus drucktechnischen Gründen voneinander abweichen.

Liebe Leser, hat Ihnen das Magazin gefallen?

Wünsche, Kritik oder Anregungen richten Sie bitte an unsere Redaktion:

magazin.hogapage@buhl-gruppe.de

www.hogapage.de/magazin