

HOGGA PAGE

Das Magazin für Hotellerie & Gastronomie



Jobbörse

Nachrichten

Einkaufsführer

Shop

Hier will ich bleiben!

So funktioniert Mitarbeiterbindung
in Zeiten von Corona 16

Bella Italia &
Pesto Genovese

Genießer-Paradies Ligurien 28

Digitale Bestellsysteme 68

Die Zukunft der
Eventbranche

Konzepte vs. Pandemie 36

Neue Biertrends 54

Porträt: 5-Sterne-Luxus
und edle Tropfen

The Yeatman 84

Snacks, Saucen & mehr 60

INHALT



28

Genussreiche
Region Ligurien

ENTRÉE

Info-Häppchen und Neues 8

HOGAPAGE GASTROPOLIS 12

Ploners Gastro-Kolumne

Schluss mit billig –
zum Re-Start

Preise erhöhen! 13

TITELSTORY

Mitarbeiterbindung
in schwierigen Zeiten

In der Krise zeigt sich wahre
Führungsqualität 16

SPECIAL

Krisensicherer Muntermacher
Käffchen? Klar!

Die braune Bohne bleibt 22

AROUND THE WORLD

Bella Italia & Pesto Genovese
Kulinarische Expedition in die
genussreiche Region Ligurien 28

BRANCHE INSIDE

Quo vadis, Veranstaltungsbranche?

Ein Stimmungsbild im zweiten
Corona-Sommer 36

MANAGEMENT & MARKETING

Exzellente Ausbildung

Qualitätssiegel für die Ausbildung
in der Hotellerie 40

FIGHT CLUB

Hilft die verlängerte Reduzierung der
Mehrwertsteuer bis Ende 2022 der
Branche wirklich? 42

SYSTEMGASTRONOMIE

Preis der Deutschen
Systemgastronomie
Neue Helden sucht die
Branche! 48

FOOD & BEVERAGE

Immer öfter, weil's
besser schmeckt
Die neuesten Trends rund
um Hopfen und Malz 54

The Big Five –

Food-Kolumne
von Andrew Fordyce
PPP – Pure Pleasure Please 59

Simply lecker –
Snacks, Trends,
Saucen ...

Convenience 2021 60

TECHNIK & EQUIPMENT

Die Rechnung wird immer mit dem Wirt gemacht
Digitale Bestellsysteme auf dem Prüfstand 68

Kleine Küchenhelden
Innovative Küchenkleingeräte und unverzichtbare Helfer im Küchenalltag 72

Heiß begehrt
Welche Lösungen Gartetechnik und thermische Ausstattung bieten ... 74

Oliv, nachhaltig, durch-zertifiziert – und schick!
Die neuesten Trends in der Berufsmode 78

KARRIERE & RATGEBER

Lebenslanges Lernen
Fünf Weiterbildungstipps für Wissbegierige 80



78

Die neuesten Trends in der Berufsmode



Mitarbeiterbindung in schwierigen Zeiten

16



60

Convenience 2021

STARS & LEGENDS

Über sieben Brücken musst du gehen ...
The Yeatman 84

10 Fragen an ...
Johann von Bülow 90

Jetzt rede ich!
Der Knödel im
Exklusiv-Interview 92

SERVICE

Editorial 3

Bücher – Lesestoff für Profis 46

Bildungskompass 83

News aus den Verbänden 94

HOGAPAGE Marktplatz 96

Vorschau / Impressum 98

DICK

Traditionsmarke der Profis



TYPISCH F. DICK!

Messer – so individuell wie der Mensch

Finden Sie einen Händler in Ihrer Nähe:

www.dick.de/haendler

www.dick.de

Messer . Werkzeuge
Wetzstähle . Schleifmaschinen

Krisensicherer Muntermacher

Käffchen? Klar! Die braune Bohne bleibt

Ja, auch beim Kaffee wurde das Außer-Haus-Segment im vergangenen Jahr stark gebeutelt. Aber Erholung ist in Sicht – Asien macht's vor. Welche Trends gibt es? Was wird dazu serviert? Wie wichtig ist Nachhaltigkeit? Wir haben uns umgehört. *Text: Gabriele Gugetzer*



Düster klingt sie, die Prognose des Deutschen Kaffeeverbands, jedenfalls auf den ersten Blick. Etwa »minus 21 Prozent«, sagt Ruth Reinemann vom Verband, sei das OOH-Segment im letzten Jahr rückläufig gewesen. Aber gleichzeitig sei auch »ein Plus von zehn Prozent beim Kaffeekonsum zu Hause und bei Familie und Freunden« zu verzeichnen gewesen. Mit anderen Worten: Kaffee bleibt. Ein Blick in den Riesenwachstumsmarkt Asien zeigt, wie schnell sich das Geschäft erholen kann. Von hier kommen auch neue Ideen, die sich unter zwei Stichworte gruppieren lassen: Instagramtauglichkeit und Informationsgehalt.

Big in Japan

Japan gehört weltweit zu den größten Abnehmern von Kaffee. Die Traditionsmarke Hario, inländische Variante von Melitta, wurde 1921 gegründet (Melitta 1909). Nur weil Hario erst in den letzten Jahren wegen ihres verlässlich ansprechenden Designs zum internationalen Kultobjekt avancierte, heißt das im Umkehrschluss nicht, dass die Japaner für den Wach-Kick nur zu Matcha greifen. Überdies besetzte Hario früh Trendbegriffe wie Slow Drip und Nel (mehr dazu im Glossar). Jetzt werden ihre Produkte auch in unserer heimischen Gastro immer sichtbarer.

Von Asien lernen geht am schnellsten in Singapur. Dort finden sich Trends unterm Brennglas. Sinnlichkeit, Duft, Entspannung pur – das ist die verführerische Kombination aus Café und Blumengeschäft, wie es das Wildseed Café vormacht. Neue Süße im Kaffee? Da haben die Coffee Academics schöne Ideen auf Lager. Kaffee nur zu Teilchen? »Wir haben uns von

Rezepten aus Kaffeebohnenregionen inspirieren lassen«, berichten die Kaffee-Akademiker und empfehlen Latte, Cappuccino, Flat White und Long Black (s. Glossar) hingegen zum Pulled Pork Burger oder zur Pasta mit Meeresfrüchten.

Kaffeebohnen wie Wein zu beschreiben und auf natürliche Aromen zwischen Grapefruit, Jasmin und

Pfeffer zu verweisen, ist ein Trend, der weltweit Fahrt aufgenommen hat. Schon auf der Bohnenverpackung macht das was her. Röster/Inhaber Jochen Hintze von JOcaffè ist überzeugt, dass Kunden so etwas auch schmecken, selbst wenn sie es vielleicht nicht so ausdrücken würden. Aber vor 15 Jahren, merkt er an, habe man auch noch nicht den Wortschatz gehabt, um Weine präziser zu beschreiben. In seinem Café geht's bewusst pingelig zu: »Wir regen an, den Geschmack zu hinterfragen ... ist es nun Cassis oder doch Brombeere?« Auch ein Branchengroßer wie J. J. Darboven bestätigt diesen Trend zu mehr Wissen. »Aromen und Geschmackbeschreibungen sind ganz wichtig«, sagt Philipp Diekmann, ihr Akademie- und Innovationsmanager.

MICHAEL HOLLAUS' KAFFEEGEWÜRZ: JE EIN TEIL ZIMT, KARDAMOM, KORIAN- DER, PIMENT, MUSKAT, PFEFFER, GEWÜRZ- NELKE. VOR DEM MISCHEN LEICHT ANRÖSTEN, DANN MAHLEN.



**VORGEZOGENE
NEUWAHLEN!
WMF WÄHLEN UND SPAREN.**



**ÜBERZEUGENDE KAFFEEQUALITÄT,
ZUVERLÄSSIG, EINFACH ZU BEDIENEN**

WMF 1300 S: Für ein hochwertiges Kaffeelerlebnis auf robustem und überzeugendem Weg bietet sie eine große Auswahl an professionellen Kaffee- und Schokoladenspezialitäten. Die WMF 1300 S verfügt über eine Reihe neuer Funktionen, die für herausragende Zuverlässigkeit und Wartungsfreundlichkeit sorgen.



DESIGNED TO PERFORM

wmf.com

Alles zu unserem Wahlprogramm mit attraktiven Angeboten finden Sie hier:



Glossar: Die neuesten Trends

(Instagram-Potenzial)

Dalgona-Kaffee: Dieses TikTok-Thema verdankt seinen Namen eigentlich einer koreanischen Süßigkeit namens Dalgona. Das Trend-Getränk wird hergestellt, indem gleiche Mengen Instantkaffee, Zucker und heißes Wasser geschlagen werden, bis sich ein süßer Kaffeeschaum bildet, der dann traditionell auf Milch platziert wird.

Flat White: Doppelter Espresso mit einer Haube aus feinporigem Milchschaum, der sich besonders gut zum Dekorieren eignet.

Latte Art: Kunstvolles Gestalten der Milchschaumoberfläche.

Long Black: Heißes Wasser wird mit Espresso aufgefüllt (nicht andersherum). So bleibt die Crema erhalten.

Nel: Traditionelle japanische Aufgussmethode durch Stofffilter anstelle Papier. Die Bohnen müssen grob gemahlen sein.

Pergamentkaffee (Parchment Coffee): Die Bohnen besitzen noch das Silberhäutchen (Pergamino).

Pour-over-Kaffee: Englische Bezeichnung für den klassischen Kaffee per Handaufguss durch den Filter.

Semi-washed: Hybridverarbeitung. Zuerst werden die äußeren Schichten der Bohne abgewaschen, danach trocknen sie in der Sonne.

Single Origin/Estate: Sortenreine Kaffees, die immer populärer werden.

Siphon: Sehr dekorative Zubereitung per Unterdruck im Vakuum.

Slow Drip: Anderer Begriff für Cold Brew. Einige Hersteller bieten Handfilter mit spezieller Rillung an, die dafür sorgen sollen, dass das Wasser »very slow« tropft. Lässt sich als Eiskaffee verwenden und mit Aromaten (klassisch ist Kokosmilch) verfeinern.

Unwashed/natural: Sonnentrocknung der Bohnen zur natürlichen Entfernung des Fruchtfleisches der Kaffeekirsche. Klassische Verarbeitung, die sich über Wochen hinziehen kann. In Regionen mit wenig Niederschlag bzw. begrenztem Wasserzugang.

Washed: Auch als nasse Aufbereitung bezeichnete, relativ neue und aufwendigere Methode der Entfernung des Fruchtfleisches. Muss innerhalb von 8 Stunden nach der Ernte einsetzen. Liefert Spitzenqualitäten.

Pairings mit süßen Sachen

Michael Hollaus wurde in Österreich gerade zum Patissier des Jahres ernannt. Für ihn sind Zitrusfrüchte, dunkle Kuvertüre, Beeren, Banane, Maracuja, Mango, Kokos und Feige klassische Kaffeepairings. Beim Herzhaften empfiehlt er Wurzelgemüse wie Sellerie und Karotte. Neben den Gewürzklassikern verweist er auf die Blätter des Grünen Kardamom (*Elettaria cardamomum*).

Zu Kaffeetrends befragt, fallen ihm die »Vorteile und tollen Nebenerscheinungen« von Haferdrinks und Co. ein. »Soja schäumt sehr gut, Hafer verleiht eine natürliche Süße. Das nutze ich beispielsweise für eine Schokoladen-Kaffee-Ganache mit Haferdrink statt Sahne und Soja- statt Kuhmilch für Espuma.«

Milchkaffee 2.0

Nicht nur die Qualität der Bohne muss stimmen, stellt Dimitrios Sarakinis, Diplom-Kaffee-Experte bei Nespresso, fest. Es geht auch um die Kompatibilität mit Milch. »Ein Großteil der Kaffeetrinker genießt Kaffee am liebsten mit Milch.« Bei Nespresso hat sich gleich eine ganze Expertenriege mit der Frage beschäftigt, welche Kaffees perfekt mit Milch harmonieren, »ohne dass die Milch zum Beispiel das Aroma überdeckt oder negativ verändert«, erklärt Sarakinis. Das Ergebnis sind zwei neue Mischungen: Bianco Delicato mit Noten von Karamell und Gebäck und Bianco Intenso mit einem intensiven, aber ausbalancierten Röstaroma.

SÜSSNOTEN MIT TRENDPOTENZIAL:
PALMZUCKER, MANUKAHONIG,
KOKUTOZUCKER AUS EINGEKOCHTEM
ZUCKERROHR. GESEHEN BEI DEN
COFFEE ACADEMİCS





”

Philipp Diekmann, Akademie- und Innovationsmanager bei J. J. Darboven

Von der Milch zum Schaum und zur wissenschaftlichen Forschung ist es interessanterweise nur ein kleiner Schritt. Denn wieso die meist für den Schaum verwendete fetthaltige H-Milch manchmal in sich zusammenfällt und nicht die feinporige, luftige Konsistenz liefert, untersuchte die Universität Hohenheim in einem mehrjährigen Forschungsprojekt. Ziel soll ein automatisiertes Analyse-Verfahren sein, das letztendlich Kosten spart.

Kommt der Kaffeeklatsch zurück?

Gleich mehrere Produzenten haben sich in diesem Frühjahr den süßen Sachen zum Kaffee gewidmet. Die Barista Cakes von Erlenbacher gibt es in vier Varianten, dem Zeitgeist geschuldet alle auf Englisch: Banana Walnut (vegan), Apple Cassis, Chocolate Salted Caramel und Chocolate Raspberry. Hilfreich hingegen ist ihr Aromenrad, ein bisschen den Weinverkostungen der 90er-Jahre entlehnt. Ein Büchlein namens Coffee Insights präsentiert passende Kaffeespezialitäten vom Einspänner bis zum Café Canario mit einem spanischen Schuss Alkohol. Eher den traditionellen Geschmack hingegen treffen Plundervariationen im Miniformat und ein Cheesecake, beides aus dem Hause Froneri Schöller.

Dass Tartes auch etwas mit Genuss und Gemeinschaft zu tun haben, steht schon im Titel eines sehr ansprechenden Backbuchs, schön fotografiert von Joerg Lehmann, im neuen Verlag Elsa erschienen. Eine inspirierende Mischung aus ultramodern und angenehm altmodisch, absolut profitauglich.

Der Bedarf an Wissensvermittlung ist selten so hoch gewesen wie aktuell

Kaffee und die Reisesehnsucht

Noch etwas schlägt auf die Kaffeetrends in diesem Jahr nieder: Die Antwort auf die Frage, wie wir diesen Sommer reisen werden, gleicht dem Lesen im Kaffeesatz. Dass Kaffee also nicht nur kurze Genussmomente verschafft, sondern gleich ein ganzes Lebensgefühl abbilden kann, nämlich das Fernweh, darauf kam im letzten

Herbst schon das Grandhotel Schloss Bensberg. Für drei Wochen beherbergte es in der Salvador Dalí Bar ein Pop-up namens Sacher. Auszüge aus der Wiener Speisekarte und selbstredend die Sachertorte waren im Angebot, eingepreist wie im Wiener Traditionshaus, serviert mit klassischer Musik.

»Es geht um Kaffeemomente«

Unterm Strich: Filterkaffee aus der Pumpkanne ist nicht mehr das Produkt für die jüngere Generation, glaubt nicht nur Darbovens Diekmann. »Die wollen Kaffee mit etwas Besonderem verbinden ... einem Erlebnis.« Er sieht großes Potenzial im Kaffeecocktail; nicht umsonst ging das Unternehmen aktuell eine Partnerschaft mit dem Siruphersteller Monin ein. Auch in der Darboven-Akademie wird auf das Thema fokussiert: »Durch die Vielzahl an Möglichkeiten bei Kaffeecocktails sind der Gastronomie kaum noch Grenzen gesetzt.« Das Wissen um die Herkunft gehört in diesen Bereich. Sind es bei kleinen Röstereien die Single Estates (s. Glossar), sucht der Kunde im LEH, sagt Diekmann, nach »Länderkaffees«, was er ebenso in der Gastronomie beobachtet.



LECKER IM KAFFEE.
GUT FÜR DEN PLANETEN.



HEISS & KALT
VERWENDBAR



AUFSCÄUMBAR

WWW.ALPRO.COM/DE/BARISTA

GUT GEMACHT.

Hinter jeder erfolgreichen Tasse brüht eine starke Maschine

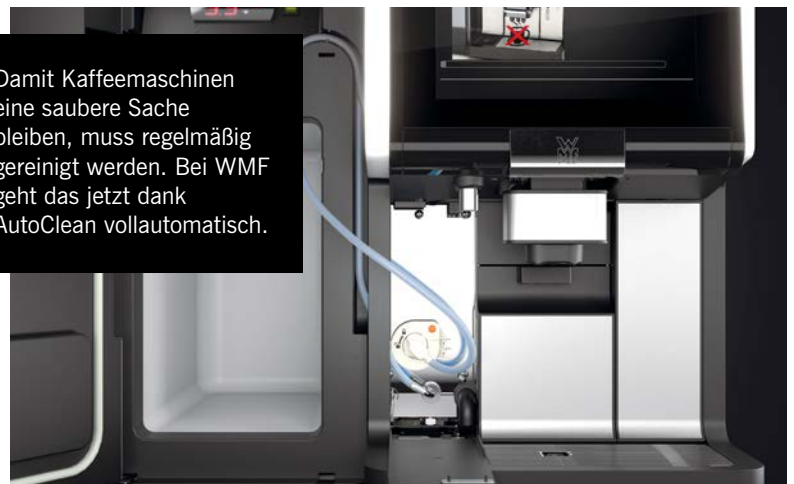
Die neueste Technik für das ideale Zusammenspiel mit der braunen Bohne

Beim Geschmack kennt der Kaffeetrinker keine Kompromisse. Die gute Nachricht ist: Für den perfekten Genuss muss heute nicht mehr zwangsweise ein Barista zur Hilfe eilen – moderne Kaffeemaschinen schaffen das genauso gut. Und sie können weit mehr als nur Kaffeekochen ... *Text: Daniela Müller*

VOLLAUTOMATISCHES REINIGUNGSSYSTEM

Im Kaffee-Business gilt: Ohne perfekte Hygiene läuft nichts! Leider gehört das Reinigen der Kaffeevollautomaten meist nicht zu den beliebtesten Aufgaben des Tages. WMF Professional Coffee Machines stellt nun »WMF AutoClean« vor – die erste vollautomatische Lösung für die Reinigung der Kaffeemaschine. Sowohl das Kaffee- als auch das MilchsysteM werden ohne fremdes Zutun HACCP-konform gesäubert. Alle für den Anwender zeitaufwendigen und fehleranfälligen Reinigungsaufgaben entfallen vollständig, und notwendige Eingriffe reduzieren sich auf ein absolutes Minimum. Über einen integrierten Timer kann exakt festgelegt werden, wann und in welchen Zyklen das AutoClean-System mit der Arbeit beginnen soll – alles Weitere übernimmt die Maschine. Modernste Komponenten ga-

Damit Kaffeemaschinen eine saubere Sache bleiben, muss regelmäßig gereinigt werden. Bei WMF geht das jetzt dank AutoClean vollautomatisch.



rantieren die autonome Zuführung, Dosierung und Überwachung des Reinigungsmittels. Noch bevor der erste Mitarbeiter seinen Arbeitsplatz betritt, ist die Maschine bereits hochgefahren, gereinigt und startklar. Und auch nach Arbeitsende erledigt AutoClean alle Aufgaben alleine. Dieser beeindruckenden

Funktionsumfang geht jedoch nicht auf Kosten der Kompaktheit. Alle Bauteile des neuen Systems finden im bestehenden Maschinengehäuse Platz.

BLICKFANG

Wer sagt, dass nur die inneren Werte einer Tasse Kaffee zählen? Auch die Optik der Technik dahinter wird vom Gast sehr wohl wahrgenommen. Nicht verstecken muss sich da z.B. das kompakte und zugleich anpassungsfähige Modell A300 von Franke Coffee Systems. Die Maschine wurde 2021 mit dem Red Dot Award, dem iF Design Award 2021 und dem R&B Design Award 2021 ausgezeichnet! Auch funktional hat die A300 viel zu bieten: Mit der Möglichkeit, über 100 Getränkespezialitäten mit oder ohne Milch und Milchschaum mit einer immer optimalen In-Cup-Qualität zuzubereiten, erleichtert es die A300 Hotels, Restaurants und Cafés jeder Größenordnung, in das professionelle Kaf-



Hat schon einige Schönheitswettbewerbe gewonnen und bringt Qualität in die Tasse: das Modell A300 von Franke Coffee Systems.

feeangebot einzusteigen. Ihr anschauliches Display ermöglicht in Verbindung mit Franke Digital Signage zudem die einfache Verbreitung von Neuigkeiten und kundenspezifischen Mitteilungen.

BEZAHLEN PER FINGERTIPP

Bargeld ist hierzulande zwar noch nicht ganz verschwunden – alternative Lösungen dafür stark auf dem Vormarsch. Jacobs Douwe Egberts (JDE) Professional hat seine Premium-Kaffeelösung L'OR Promesso, bestehend aus Produkt und Maschine, nun um ein komfortables, bargeldloses Bezahlssystem erweitert. L'OR Promesso eignet sich somit nicht nur für die Gastronomie und Hotellerie, sondern kann dank der möglichen Aufrüstung nun auch perfekt in Selbstbedienungsbereichen zum Einsatz kommen. Mit dem Bezahlssystem lassen sich Getränkepreise einfach einstellen und ändern. Außerdem kann der Betreiber über eine Datenanalyse das Bestellverhalten der Kaffeegäste auslesen. Das bargeldlose System ist kompatibel mit Nayax Payment Solutions, weitere Zahlungsanbieter befinden sich bereits im Testbetrieb. Empfohlen für Standorte ab 50 Tassen pro Tag, schafft



Bargeldlos zahlen funktioniert auch in der Kaffeepause – an der L'OR Promesso von JDE.

L'OR Promesso eine Stundenleistung von 130 Tassen und löscht so spielend den kleinen bis mittleren Kaffeedurst.

FORTSCHRITTLICHES BEDIENKONZEPT

Nichts ist nervenaufreibender als Technik, die sich nicht einfach bedienen lässt. Je einfacher die Lösung, desto entspannter der Gast. Die Black&White4-Generation von Thermoplan garantiert eine zuverlässige Handhabung auch für den Betrieb unter verschärften Hygieneanforderungen. Die klar gestaltete Benutzeroberfläche erlaubt dem Nutzer einen intuitiven Umgang mit den Kaffeemaschinen. Zentrale Bedien- und Informationseinheit ist der Touchscreen aus gehärtetem Glas – ideal für den Dauereinsatz in der Gastronomie. Sehr praktisch ist die Produktgruppenfunktion, die es ermöglicht, Kaffeeprodukte mit ähnlicher Beschaffenheit in Verzeichnissen zusammenzufassen. Praktisch: Die digitale Touchless-Funktion ermöglicht den berührungslosen Produktbezug über das Smartphone. Diese Ausstattung ist für alle Black&White4- und Black&White4 compact-Vollautomaten in Verbindung mit dem Telemetriesystem ThermoplanConnect verfügbar. Nach dem Scan eines QR-Codes auf dem Maschinen-Display mit dem Smartphone öffnet sich eine Web-Anwendung, mit der sich die verfügbaren Kaffeeprodukte auswählen und abrufen lassen. Die Tasse wird unter dem Auslauf platziert, und die Zubereitung wird über die Web-Applikation gesteuert.

An den Black&White-Maschinen von Thermoplan kann mit dem Handy bestellt werden.



KQS-A-101-N
ab € 130,-

Foto: Raumkunst Werdenfels



KZS-106
ab € 108,-



KZS-A-106
ab € 138,-

Kataloge unter www.kason.de

Alle Preise zzgl. MwSt. und Versand. Irrtümer und Änderungen vorbehalten.

Mehr *als nur Möbel*

Vom Konzept bis hin zum Innenausbau



Bedarfsanalyse, Planung und Umsetzung aus einer Hand. Wir beraten Sie gerne.



Telefon (+49) 09562 501226-0
www.kason.de

Bella Italia & Pesto Genovese

Kulinarische Expedition in die genussreiche
Region Ligurien



Feine Vorspeisen, verzauberte Ausblicke, Strandkultur ... und mit Genua eine der coolsten Geheimtipps in Sachen Stadt: Was wir jetzt brauchen, zum Träumen und für Inspirationen, ist Ligurien. *Text: Gabriele Gugetzer*

Schon die alten Römer fühlten sich in Ligurien wohl, diesem langen, schmalen Streifen, der sich von der Toskana bis zur Blumenküste Frankreichs hinzieht. Die Küste bietet fast an jeder Kurve einen unverbauten Blick aufs Mittelmeer, bei dem selbst Hartgesottene ins Quietschen kommen. Das Hinterland ist unerschlossen, ländlich, von hier stammen die berühmten sanften Olivenöle, die Taggiasca-Olive und die Pigna-Bohne aus dem Slow-Food-Umfeld. Nicht nur Basilikum, auch Borretsch und vor allen Dingen Majoran spielen eine wichtige Rolle in der frischen, leichten Küche der Region. Wildkräuter (erbette) werden für Nudelfüllungen verwendet, Walnüsse und Pinienkerne, einst das Eiweiß des armen Mannes, zu Saucen verarbeitet. Pesto, wohl die begehrtes-

te Pastasauce der Welt, ist offiziell Kulturgut geworden, weshalb sie auch im Handgepäck mitfliegen darf.

Die wahre Schönheit Italiens

In Ligurien ist das echte »bella Italia« zu finden. Hier muss sich nicht ständig alles ändern. Klar, Genuas Altstadt ist sicherer geworden, was eine dringend nötige Veränderung war. Auch die vor sich hin bröselnden Renaissancepaläste der Stadt wurden restauriert; entlang der Strade Nuove stehen sie als Prachtbauten. Stararchitekt Renzo Piano hat sich modern und publikumsbeliebt am Genueser Hafen verewigt, die berüchtigte eingestürzte Brücke steht auch schon wieder. In der Kulinarik hingegen war Ligurien schon immer dort, wo aktuell der Zeitgeist tobt. Cucina povera, Kräuterküche, viel Fisch, Regionalität. Handgemachte Pastasorten für das Wohlfühl und die Optik. Viele traditionelle Zutaten. Aperitifkultur. Was fehlt noch? Na? Nix.

Für kurzlebige Trends ist dieser entspannte Flecken Erde mit seinem verzauberten Licht nicht geeignet, und

10 Altstadttipps

Farmacia di Sant'Anna:

Hausgemachte Kräuterliköre und Düfte.

Romanengo:

Eine Konditorei wie im Zuckerzauberland.

Piazza delle Erbe:

Genua ist Studentenstadt, hier treffen sie sich.

Palazzo Grillo:

Schönstes Boutiquehotel der Stadt in einem gekonnt restaurierten Palast.

Restaurant The Cook:

Einsterner im Palazzo Ducale.

Restaurant Quelli dell'Acciughetta:

Modern in Look und Küche.

Les Rouges:

Cocktails unter Fresken.

Sà pesta:

Die beste Farinata, zum Mitnehmen.

Via Garibaldi 12:

Schönstes Design im alten Palazzo.

Palazzo Rosso:

Wunderbares Museum, noble Location.

genau das ist in unserer unruhigen Zeit ein wahrer Segen. Hier kocht man mit Sardellen und Stockfisch, tischt Uraltgerichte auf wie von Hand gestempelte Nudeln oder Ciupin (nach San Francisco als Cioppino exportiert) und hat Focaccia, auch in der Käsevariante, perfektioniert. Da in Ligurien etwa alle 50 Kilometer eine andere Identität hervortritt, die Palmenriviera, die Blumenküste, der Golf der Dichter, die großen Häfen, die Jetset-Kultur, die Fischerdörfer, die Naturparks, die Ausläufer der Seealpen, die Bergdörfer, wird das nicht langweilig. Und dann ist da noch »La Superba«, so viel mehr als ein Kreuzfahrtterminal.

ÖLBAUMROMANTIK: LANGE ZEIT WURDEN OLIVENHAINE AUCH IN LIGURIEN VERNACHLÄSSIGT. DAS UMDENKEN GREIFT. ÖLHÄNDLER CALVI KAUFTE RUND UM IMPERIA GEZIELT SOLCHE HAINE AUF; MITTLERWEILE SIND 2000 BÄUME REKULTIVIERT UND TRAGEN WIEDER.

Genua, die Stolze

Liguriens Hauptstadt mit dem Beinamen La Superba hat eine wechselvolle Geschichte hinter sich. Andrea Doria, Christoph Kolumbus, Fabrizio de André, Renzo Piano – alles Söhne der Stadt. Viele Stadtviertel sind behaglich und geschmackvoll gebaut. Auch in der Altstadt sind ganze Straßenzüge von traumhaften Palästen flankiert, gleichzeitig riecht es nur einige Gassen entfernt authentischer, als man vielleicht mag. Denn die Altstadt ist nicht überall dekorativ antik, mit entzückenden Krimskramsläden und Shabby Chic. In Teilen ist sie verwahrlost, stinkt und es nerven die rotzfrehen Drogendealer wie Mücken im finnischen Sommer. Aber am Morgen, nachdem die Müllabfuhr durch ist mit der dringend nötigen Wischerei, wenn winzige alteingesessene Gemüseläden, Apotheken, Bars, Cafés mit lautem Quietschen ihre Gitter hochfahren, ist es unvergleichlich. Häufig finden sich in der Altstadt Gleichgesinnte, Künstler, Kunsthandwerker, Köche, Hoteliers, die mit inter-





essanten Projekten der Verwahrlosung entgegenwirken und die Verantwortung für ihr Viertel in die eigenen Hände nehmen. Dabei hat man immer die lange und stolze Tradition Genuas als Seefahrerrepublik im Blick, hegt alte Rezepte mit der gleichen Leidenschaft, mit der man in den Palästen Fresken freilegt. Und da es von letzteren ebenso wie von Kirchen sehr viele gibt, begeistert wohl nur Jerusalems Altstadt Kunsthistoriker noch mehr.

Rund um Genua liegen unzählige kleine Stadtstrände (schöner sind die in Richtung La Spezia an der Riviera di Levante), sauber, kindersicher, übersichtlich, mal mit Sand, mal mit Steinen. Mittags und abends isst man in den Bagni (z.B. Medusa in Nervi) teilweise überraschend gut. Häufig sind die Restaurants in Imbiss/Pizzeria und schön eingedeckte Ebenen aufgeteilt. Das Essen ist einfach und ansprechend, die Einpreisung übersichtlich.

Die Wirte setzen nicht auf den Meerblick, sondern auf Stammgäste. Und das funktioniert sehr gut.

Ligurisches Olivenöl

Last but not least hier noch ein paar wertvolle Infos zum sogenannten flüssigen Gold Liguriens: Olivenöl ist ein Grundbestandteil der ligurischen Küche. Hier schmeckt es mild, nur leicht fruchtig, ohne rauchige Spitzen oder den alles übertünchenden Graseschmack, sondern einfach sehr angenehm, weshalb es ebenso großzügig über so ziemlich alles gekippt wird, sogar altmodische Kuchen. Mit der autochthonen Sorte Taggiasca hat man eine Allzweckwaffe am Start, als superleckere Speiseolive (etwas an Mandeln erinnernd, nur dezente Schärfe) und als Öl. Die Ölhändler Calvi haben mit Letzterem bereits seit über 100 Jahren Erfahrung; sie sind eines der ältesten Ölhandelshäuser des Landes und

konnten sich früh überdies international platzieren. Angesiedelt in Imperia, auf halber Strecke zwischen Genua und Nizza, hat man sich einerseits auf Blends aus zugekauften heimischen Ölen spezialisiert. Da ihre Ölmühle hochmodern ist, ist das für die vielen kleinen Olivenbauern, die es in der Region weiterhin gibt, sehr praktisch. Andererseits liegt der Calvi-Fokus seit Ende der 1970er-Jahre auch auf reinsortigen Ölen aus besagter Taggiasca, die bereits seit dem 11. Jahrhundert in der Region angebaut wird. Wenn die Ernte ansteht, liegt die Organisation in Calvi-Hand. So haben sie eine Qualitätskontrolle, vom Baum bis zur Mühle. Das Premiumprodukt aus Taggiasca ist ihr Mosto Oro aus späterer Ernte, mit einem fein aromatischen, leicht floralen Duft. Gianni Calvi veranstaltet auch Führungen. In Deutschland führt der ebenfalls aus Ligurien stammende Importeur Viani ihre Range.

AUCH LIGURIENS ANTIPASTI SEHEN AUS WIE FRÜHER, DIE PINZETTEN-BASTELEI ÜBERLÄSST MAN GERNE DEN MILANESI, WIE DIE NACHBARN AUS DER LOMBARDEI ABSCHÄTZIG GENANNT WERDEN. MARINIERTER FRISCHE SARDELLEN, BRUSCHETTA, TINTENFISCHSALAT, KNUSPRIG GEBACKENE TEIGRÄDCHEN SIND DIE PERFEKTE ERGÄNZUNG ZUM NEGRONI ODER EINEM KNACKIGEN VERMENTINO.

TIPPS FÜR LIGURIEN

UNBEDINGT ...

Camogli: Bezauberndes Fischerdorf mit perfektem Old-School-Hotel (Cenobio dei Dogi), leckerem Restaurant (Sâ) und Nähe zum verwunschenen Naturschutzpark.

Chiavari: Schöne Altstadt, handgemachte Corzetti-Stempel bei Franco Casoni (Via Bighetti). Oberhalb der Stadt in den Bergen liegt die preisgekrönte Trattoria La Brinca.

Framura: Unverbautes, unberührtes Tal, die lohnende Alternative zu Cinque Terre gleich nebenan. Wer hierher kommt, hat Zeit, durchaus auch Geld, für Ruhe und Entschleunigung. Framura ist ein Sehnsuchtsort, weil er noch in einer ganz anderen Zeit verhaftet ist. Es gibt in diesem Tal nur einen botanischen Garten, eine Kapelle und eine Pfarrkirche aus der Römerzeit. Der Rest ist wortwörtlich Schweigen, nämlich Ruhe. Auf stundenlangen Wanderungen durch Fels und Wald sieht man das Mittelmeer nicht nur, man hört es rauschen. Man wohnt im Glamping Sesta Terra, das hat was von edler afrikanischer Safari. Zwei Aussteiger haben mit dem Cà du Ferrà das Weingut der Eltern in die neue Zeit gebracht, die Küche im L'Agave ist hervorragend. Hier wird mit riesigen Weingläsern hantiert, die selbst den jungen Weißen der Region gut stehen. Regionales wie der Rossese di Dolceacqua oder Weine vom Golfo del Tigullio-Portofino stehen in dieser »Enoteca con Cucina« auf der Karte, einige Weine der Cinque Terre, die Spumanti dürfen dann auch aus dem Friaul und Südtirol kommen. Die Küche ist unangestrengt und selbstverständlich. Zweimal in Milch und Mehl gewendete Scampi werden für nur 6 Sekunden frittiert; frischer Thunfisch wird mit Pistazien und einer Himbeersauce angerichtet; der milde Schnittkäse in Basilikum eingelegt; die ohne Panade frittierten Sardinen sind mit Meerrettich gewürzt; die Miesmuscheln zu den Maltagliati nur mit wenig Safran und einigen Zucchiniwürfeln aromatisiert. Chefkoch Filippo Pizzocchero hat den Laden, den man nur mit etwas Beharrlichkeit findet, unter die Top 50 der World's Best Italian gekocht.

Noli: Verträumter Vorort von Genua, perfekte Focaccia mit Käse bei Revello.

Sestri Levante: Zauberhafte Altstadt und sehr gute Küche im Hotel Miramare (hauseigener Sandstrand direkt unter dem Restaurant).



WENN'S UNBEDINGT SEIN MUSS ...

Teures großes Auto: Ligurien verfügt noch über den gut funktionierenden Regionalzugverkehr; allein der Großraum Genua hat 15 Bahnhöfe. Parkplätze sind Mangelware, Sicherheit auch.

Cinque Terre: Sobald die chinesischen Kreuzfahrer morgens aus den Zügen quellen (anders kann man das leider nicht beschreiben), gibt's bis Sonnenuntergang weder Durchkommen noch einen gemütlichen Espresso in der Bar. Das Geschubse auf den schmalen Bahnsteigen setzt sich im Gedränge durch die eigentlich entzückenden schmalen, steilen Gassen fort. Die fünf Dörfer sind sehr schön, jedoch nicht, wenn die meisten Besucher nur auf der Suche nach unzähligen Selfie-Motiven sind. Der berühmte Pfad entlang der Dörfer, die Via dell'Amore, ist nach einem Erdbeben noch immer nicht wieder geöffnet. Wahrscheinlich ahnen die Behörden, dass der Ansturm dann nicht mehr zu bändigen sein wird. Wenn es doch sein muss: Die Nacht vorher übernachten, viele Einwohner vermieten Zimmer. Bei Sonnenaufgang loslegen. Ab 9 Uhr fahren die ersten Züge aus dem Kreuzfahrtterminal La Spezia ein, dann ist Schluss. Im Nessun Dorma (Manarola) essen und trinken, bei Cantina Cinqueterre (Riomaggiore) Wein aus winzigen Parzellen, handgelesen in steilster Lage, kaufen. Am Vormittag antizyklisch abreisen, den Zug in Richtung La Spezia und zum Castello di Lerici nehmen.

Portofino: Die Fähre ab Santa Margherita kostet 15 Euro. Drinks kosten 15 Euro. In 15 Minuten ist man einmal rum. Danach wird's teuer, langweilig, vielleicht auch beides. Der Blick auf Portofino ist schöner und umsonst.

Goldschmuck und It-Bag: Italiener zeigen ihr Geld gerne, auch am Strand, jedoch nie in Genuas Altstadt. Vorsicht in den schmalen, dunklen Gassen (caruggi). Bitte nicht nachts ortsfremd allein losziehen.

San Fruttuoso: Die Anfahrt ist das Beste.

Liguria in bocca – typische Gerichte

Canestrelli alla genovese:

Niedliches Mandelkringelgebäck. Zu Weihnachten.

Cappon magro:

Fleischloses Traditionessen, mit Schiffszwieback, Gemüse und Meeresfrüchten.

Cima alla genovese:

Aufwendig gefüllte Kalbsbrust, eigentlich Resteessen.

Cioppin:

Fischeintopf.

Corzetti (Croxetti):

Stempel-Pasta. Sehr dekorativ und ungewöhnlich; wer noch einen alten Stempel hat, hütet ihn. Klassisch ist dazu eine Majoran-Pinienkern-Sauce.

Farinata:

Fladen aus Kichererbsenmehl.

Focaccia:

Hefeteigfladen in vielen Abwandlungen, auch mit Käse.

Insalata russa:

So schön altmodisch, er könnte aus der Dolce-Vita-Zeit kommen, ist dieser Kartoffelsalat mit Gemüse und – natürlich! – Olivenöl.

Pandolce:

Weihnachtskuchen mit kandierten Früchten.

Pansoti:

Kräutergefüllte Ravioli, klassisch zur cremigen Walnuss-Pinienkern-Sauce »Salsa di noci«.

Pesto alla genovese:

Saucenklassiker, in Ligurien meist zu Trofie serviert.

Stoccafisso:

Als einstige Seefahrernation kannte Ligurien natürlich luftgetrockneten Kabeljau. Heute ist er fast schon Kult. In den Fischgeschäften der Altstadt Genuas weicht er in speziellen Plätscherbecken dekorativ ein.

Torta Pasqualina:

Herzhafte Ostertorte mit ganzen Eiern und Spinat/Mangold in Blätterteighülle.

Trofie:

Zwirbelige Pastaform, oft noch handgerollt. Zu Pesto und grünen Bohnen. ▀



EINE SMARTE WAHL, IN JEDER HINSICHT.



LACIMBALI **S15**: ITALIENISCHE KAFFEEKULTUR,
IN JEDER TASSE, FÜR JEDEN BETRIEB.
FÜR EINE PERFEKTE KAFFEEDAUSE.

Erfahren Sie mehr auf www.cimbali.de

LA CIMBALI



PREIS DER
DEUTSCHEN
SYSTEM
GASTRONOMIE
2021

Deutscher
Systemgastronomie - Preis



Preis der Deutschen Systemgastronomie

Neue Helden sucht die Branche!

Das lange Warten hat bald ein Ende – der Preis der Deutschen Systemgastronomie wird diesen Herbst wieder feierlich verliehen! Aus der Corona-bedingten einjährigen Zwangspause meldet sich die Branchenauszeichnung mit neuem, frischem Konzept und einer hochkarätigen Jury zurück. Aufgepasst: Jeder kann sich jetzt für die Auszeichnung bewerben oder Kandidaten nominieren!

Text: Daniela Müller



TORBEN LEIF BRODERSEN,
HAUPTGESCHÄFTSFÜHRER
DES DEUTSCHEN FRANCHISE-
VERBANDS E.V.

»Der Preis hat eine hohe Symbolfunktion, dient als Best Practice und Inspiration für die Gastronomie insgesamt. Das sollte auch die Messlatte für die Bewerber sein.«

PATRICK JUNGE, INHA-
BER & GESCHÄFTSFÜH-
RER DER PANICEUS
HOLDING GMBH

»Bei Peter Pane sehen mein Team und ich grundsätzlich keine Hindernisse, sondern nur Herausforderungen. Daher bin ich froh, dass wir mit der Vergabe des Preises der Deutschen Systemgastronomie – vor allem in der aktuellen Lage – aktiv dazu beitragen können, positive Signale zu senden, die Mut machen.«



LARS ECKART, GESCHÄFTSFÜHRER &
MANAGING DIRECTOR PAULANER FRANCHISE
& CONSULTING GMBH

»Der Preis der Deutschen Systemgastronomie ehrt nicht nur wegweisende Leistungen der Branche, sondern blickt immer auch über den Teller- rand hinaus auf gesellschaftliche Herausforderungen. Ich freue mich, Teil der Jury zu sein, und bin gespannt auf vielfältige Bewerbungen.«



Fast kommt es einem wie gestern vor, dass die sympathische Laure Berment für die App gegen Lebensmittelverschwendung »Too Good To Go« im Rahmen des BdS-Mittagsempfangs 2019 strahlend den Branchenpreis entgegengenommen hat. Und doch ist seither viel Zeit vergangen und noch mehr passiert. Im letzten Jahr musste die Preisvergabe, wie viele andere liebgezwonnene Events, leider aufgrund der Coronapandemie entfallen. Nun ist der Preis der Deutschen Systemgastronomie zurück. Nicht nur der Name ist neu. Auch das Konzept wurde zum 10. Jubiläum einem kompletten Relaunch unterzogen.

Jetzt bewerben oder nominieren!

Eines ist gleichgeblieben: Mit der Auszeichnung werden Personen, Unternehmen, Initiativen oder Einrichtungen in Deutschland geehrt, die sich in besonderer und beispielhafter Weise um die Branche Systemgastronomie bzw. um deren Herausforderungen verdient gemacht haben. Preisträger in den vergangenen Jahren waren u. a. Claudia Letzner und Conrad Krödel von der Beruflichen Schule in Elmsborn für die Initiierung des »Teamcups der Systemgastronomie« als mittlerweile größte Ausbildungsmeisterschaft der Branche, der damals amtierende Arbeitgeberpräsident Prof. Dieter Hundt für die Integration des BdS in

die Sozialpartnerschaft und die McDonald's Kinderhilfe Stiftung stellvertretend für das soziale Engagement der Branche.

Anders als in den vergangenen Jahren werden die Kandidaten in diesem Jahr jedoch nicht von der Jury nominiert, sondern in einer offenen Ausschreibung gefunden. Potenzielle Preisträger können sich also noch bis zum 30. Juni 2021 selbst bewerben oder im Rahmen einer Vorschlagsbewerbung nominiert werden. Eine ausgewählte und unabhängige Jury, die sich aus einer breiten Expertenmeinung aus Politik, Wirtschaft, Verbänden, Medien sowie natürlich auch aus Kennern der (System-)



CHRISTOPH LOCKEMANN, ZIELGRUPPENDIREKTOR HANDEL UND DIENSTLEISTUNGEN DER SIGNAL IDUNA GRUPPE

»Der Preis der Deutschen Systemgastronomie verschafft innovativen Konzepten die Aufmerksamkeit, die sie verdient haben. Er erweitert den Blickwinkel und verdeutlicht, was die Systemgastronomie von der Gastronomie unterscheidet.«



TANJA RÖTGER, DEPARTMENT HEAD CORPORATE AFFAIRS BEI MCDONALD'S DEUTSCHLAND LLC

»Der Preis ist auch eine Wertschätzung gegenüber den Menschen, die nicht aufgeben, sondern kontinuierlich versuchen, sich und ihr Geschäft unter den aktuell schwierigen Rahmenbedingungen weiterzuentwickeln und dabei auch mal mutig neue Wege gehen.«

FLORIAN ENTRICH, GESCHÄFTSFÜHRER DER MEYER QUICK SERVICE LOGISTICS GMBH & CO. KG (QSL)

»Gerade in diesem sehr speziellen Jahr mit sehr langen und einschneidenden Kriseneffekten und durch das 10-jährige Jubiläum ist es besonders spannend, in der Jury mit an Bord sein zu dürfen. Ich erwarte kreative, visionäre, innovative und nachhaltige Ideen und Konzepte mit viel Herzblut für diese Branche.«



Gastronomie zusammensetzt, ermittelt aus allen Nominierten schließlich den Preisträger. HOGAPAGE-Chefredakteurin Daniela Müller freut sich bereits auf ihre Jury-Kollegen:

Torben Leif Brodersen – Hauptgeschäftsführer des Deutschen Franchiseverbands e.V.

Samanta Dörfler – Senior PR & Corporate Communications Managerin FR L'Osteria SE

Lars Eckart – Geschäftsführer & Managing Director Paulaner Franchise & Consulting GmbH

Florian Entrich – Geschäftsführer der Meyer Quick Service Logistics GmbH & Co. KG (QSL)

Ingo Gugisch – HR Director Starbucks Germany

Patrick Junge – Inhaber & Geschäfts-

führer der Paniceus Holding GmbH
Dr. Lukas Köhler, MdB und klimapolitischer Sprecher der FDP-Bundestagsfraktion

Christoph Lockemann – Zielgruppendifferenzierer Handel und Dienstleistungen der SIGNAL IDUNA Gruppe

Daniela Müller – Chefredakteurin HOGAPAGE-Magazin und Geschäftsführerin HOGAPAGE Media GmbH

Jochen Pinsker – Senior Vice President, Industry Advisor Foodservice Europe der npdgroup deutschland GmbH

Daniel Polte – Manager PR & Communications bei Burger King®

Tanja Rötger – Department Head Corporate Affairs bei McDonald's Deutschland LLC

BdS-Hauptgeschäftsführerin Andrea Belegante freut sich bereits jetzt auf die Preisverleihung, die planmäßig im September 2021 stattfinden soll: »Der Preis der Deutschen Systemgastronomie ist in jedem Jahr für den Verband und natürlich auch für mich persönlich ein Highlight. Die beispielgebende Leistung und besondere Kreativität der bisherigen Preisträger sind absolut einzigartig, und ich bin schon jetzt gespannt auf die diesjährigen Bewerbungen und die Nominierten.«

Mehr Informationen zum Preis und zum Nominierungsverfahren: www.bundesverband-systemgastronomie.de/de/ueber-den-bds/preis-der-deutschen-systemgastronomie-2021.html
Die Bewerbungsfrist endet am 30. Juni 2021.

TEAMCUP DER SYSTEM- GASTRONOMIE GOES DIGITAL

Feierliche Siegerehrung mit After-Show-Party im Netz



Stellen Sie sich vor, Sie arbeiten im »Sweetie«, dem deutschen Spezialisten für hausgemachte Cookies. Es handelt sich um eine bundesweite Systemgastronomiekette mit ca. 80 Filialen... Spannende Vorstellung? Auf jeden Fall eine inspirierende, wenn man die Ergebnisse des diesjährigen Teamcups der Systemgastronomie ansieht, der in diesem Jahr digital – aber nicht weniger kurzweilig – über die Bühne ging. Der Branchen-Nachwuchs legte sich voll ins Zeug...

Das Motto des Wettbewerbs lautete dieses Jahr nämlich »Sweetie – eine süße Verführung«. Schon in der ersten Runde mussten die Teilnehmer all ihr Können unter Beweis stellen und neben einer Teamvorstellung auch einen Theorietest bestehen sowie eine Rezeptur für ihre eigene Cookie-Kreation erstellen. Ein Ablaufplan für die Produktzubereitung sowie ein Produktfoto, welches das Cookie ins entsprechende Licht setzt, waren Teil der zweiten Runde.



Platz 1 holte das Team »Kitchenheads«: Selina Achtermann und Aylin Rauch von Autobahn Tank & Rast, Siegburg-West.

Natürlich war auch die Wirtschaftlichkeit ein wesentlicher Faktor, sodass die Teams zusätzlich den Wareneinsatz für das Cookie berechnen mussten. In der finalen Runde ging es dann darum, sein Produkt an den Kunden zu bringen. Deswegen führten die Teilnehmenden ein Verkaufsgespräch per Telefon, das den To-go-Verkauf widerspiegelte. Abschließend, um ihr Produkt auf einem Menüboard bewerben zu können, erstellten sie eine Produktpräsentation.

Teams zeigten Durchhaltevermögen

Während des gesamten Ablaufs wurde der Teamcup der Systemgastronomie über Social Media begleitet, wo die teilnehmenden Teams auch fleißig ihre Prozesse gepostet haben. Dafür wurde ein Instagram-Kanal ins Leben gerufen. Neben den Postings der Teilnehmer beteiligten sich auch Starköche wie Holger Stromberg und Christian Rach und wünschten allen Teilnehmenden per Videobotschaft viel

Erfolg. 36 Teams schafften es bis in die Endrunde. Der BdS freut sich sehr, dass so viele Teilnehmer motiviert bis zum Ende durchgehalten haben und letztendlich drei Sieger-Duos gekürt werden konnten.

»Der Teamcup ist jedes Jahr ein Highlight für den Verband und die Branche. Ganz besonders freue ich mich, mit welcher Leidenschaft, Kreativität und Freude ihr an die Aufgaben herangeht«, wandte sich Andrea Belegante bei der digitalen Siegerehrung an die Nachwuchs-Systemer. Herzlichen Glückwunsch an Platz 1: Team »Kitchenheads« (Selina Achtermann und Aylin Rauch von Autobahn Tank & Rast, Siegburg-West). Mit ihrem Cookie »Willi Tonka« trafen sie den Geschmack der Jury – und auch bei den Aufgaben hatten die beiden Nachwuchs-Systemerinnen die Nase vorn. Neben dem Titel durften sich die Sieger über viele spannende Preise freuen – und auch für die anderen Teilnehmer hat sich die Mühe definitiv gelohnt, denn die Sponsoren hatten wieder großzügige Pakete geschnürt.



Zum Abschluss der wirklich kurzweiligen Online-Preisverleihung bedankte sich Andrea Belegante im Namen des gesamten BdS bei allen Teilnehmenden, der Jury, den Berufsschullehrern und den Sponsoren für die erfolgreiche digitale Premiere des Teamcups der Systemgastronomie. Der nächste Wettbewerb soll endlich wieder in Präsenz stattfinden. Der Termin steht auch schon fest, er wurde auf den 19. März 2022 gelegt!



ANDREA BELEGANTES
KOLUMNE

ErfolgsSystem

»Was passiert noch, außer Corona?«

Selbstverständlich ist Corona DAS Thema, auch bei uns im Verband. Wir haben die Coronapolitik in den letzten Monaten im Sinne unserer Mitglieder eng begleitet und uns aktiv eingebracht. Doch die Zeit steht trotz Corona nicht still. An ganz unterschiedlichen politischen Entwicklungen wirken wir mit und arbeiten an mehreren »Baustellen« für die Branche:

Wir spüren in unserer Branche den Arbeitskräftemangel deutlich. Gut ausgebildete, motivierte Nachwuchskräfte sind für die Zukunft der Systemgastronomie unverzichtbar. Voraussetzung dafür ist ein attraktives, modernes Berufsbild. Die beiden Ausbildungsberufe der Branche – die dreijährige Ausbildung zum Fachmann/-frau für Systemgastronomie und die zweijährige Ausbildung zur Fachkraft im Gastgewerbe in der Systemgastronomie – geben jungen Menschen berufliche Chancen. Derzeit werden diese Ausbildungsberufe und deren Ausbildungsordnungen im Zuge der Neuordnung der Berufsbilder inhaltlich und strukturell aktualisiert. Dies ist seit Einführung der beiden Ausbildungen im Jahr 1998 nicht mehr geschehen und deshalb dringend notwendig. Der BdS arbeitet mit internen Expertensitzungen und -diskussionen und den zuständigen Stellen – Ministerien, IHK, Berufsschulen, anderen Verbänden und Gewerkschaft – daran mit, um den geänderten Rahmenbedingungen Rechnung zu tragen. Für uns ist es keine Floskel: Wir sind die Branche der Chancen. Um diese Chancen jedem und jeder Auszubildenden zu eröffnen, sind wir als Experten bei der Neuordnung von Anfang an dabei.

Die Systemgastronomie hat in den vergangenen Jahren erhebliche Anstrengungen unternommen, um Lebensmittelabfälle zu reduzieren. Nicht zuletzt durch Umstellung der Bestellprozesse und die frische, auf Gästewunsch individuell und zeitnahe Zubereitung von Speisen konnten große Erfolge erzielt werden. Dennoch ist und bleibt das Thema präsent. Das Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft erarbeitet derzeit eine Strategie zur Reduzierung von Lebensmittelverschwendung im Rahmen des sogenannten »Nationalen Dialogforums«. Seit nunmehr zwei Jahren bringt sich der BdS hier mit Input aus dem Restaurantalltag ein. Am Ende dieses ersten Schritts des Dialoges stand im April die Unterzeichnung einer Vereinbarung mit Bundesministerin Julia Klöckner. Darin bekennt sich der BdS dazu, für dieses

Thema noch stärker zu sensibilisieren und durch Information und Aufklärung zur weiteren Verringerung von Lebensmittelabfällen in der Branche beizutragen.

Lobbyarbeit im Wahljahr

Die Bundestagswahl wirft knapp sechs Monate zuvor ihre Schatten deutlich voraus. Einige Parteien haben ihre Wahlprogramme bereits veröffentlicht. Im Vorfeld und im Zuge der Wahlprogrammerstellung hat sich der BdS mit branchenspezifischen Forderungen und Themen geäußert und damit auf die Herausforderungen der Branche – von Arbeitsrecht bis Umweltschutz – aufmerksam gemacht. Wir analysieren derzeit die bereits bekannten Wahlprogramme mit »scharfer« Branchenbrille. Wir durchleuchten, welche Vorhaben und Vorstellungen der Parteien sich in welcher Art und Weise auf die Systemgastronomie auswirken.

Auf europäischer Ebene ist und bleibt die Umsetzung der Einwegkunststoffrichtlinie (Single Use Plastics Directive) in nationale Gesetzgebung eine der großen Herausforderungen für die Branche. Konkret sehen wir das an der vor wenigen Tagen verabschiedeten Novelle des Verpackungsgesetzes und der damit verbundenen Mehrwegangebotspflicht für Einwegkunststoffverpackungen und Einweggetränkebecher. Enorme betriebliche Prozesse müssen dafür angepasst und umgestellt werden. Aber auch die Kennzeichnung von Einwegkunststoffbechern mit entsprechenden Hinweisen darauf, dass das Produkt Plastik enthält, wird Kostensteigerungen auslösen. Aufgrund dieser wirtschaftlichen und betrieblichen Tragweite ist der BdS auch mit anderen betroffenen Verbänden im Dialog, um gemeinsam eine Lösung zu erarbeiten, die einerseits dem Reduktionsziel von Verpackungsabfällen gerecht wird und damit einen Beitrag zum Umweltschutz leistet, andererseits aber die Betriebe in wirtschaftlicher Hinsicht nicht überfordert.

Dies ist nur ein blitzlichtartiger Überblick über die vielen thematischen Facetten, die der BdS aktuell bearbeitet. Natürlich stehen nach wie vor Corona und die Krisenauswirkungen ganz oben auf der Agenda. Doch in anderen Bereichen werden weiterhin Weichenstellungen vorgenommen, die die Branche beeinflussen. Diese Vielfalt haben wir für unsere Mitglieder und unsere Branche im Blick.

Panel-Talk beschäftigt sich mit der Zukunft der Branche

Vom 15. bis 17. März kam die Branche des gesamten Außer-Haus-Marktes auf der IDX_FS International Digital Food Services virtuell zusammen, um Netzwerke auszubauen und innovative Lösungen zu entdecken. An den drei Veranstaltungstagen nutzten insgesamt 15.000 Teilnehmende aus 79 Ländern die IDX_FS Expo und verfolgten die Panels, Talks, Wettbewerbe, Preisverleihungen und Video-Podcasts sowie die Streams der Aussteller. Rund 100 Aussteller und Partner präsentierten ihre Produkte und Dienstleistungen virtuell.

Mit dabei: ein Panel-Talk mit Andrea Belegante, Hauptgeschäftsführerin des Bundesverbandes der Systemgastronomie e. V., Jochen Pinsker, Senior Vice President Foodservice Europe der npd-group, und Mirko Silz, Geschäftsführer von L'Osteria, zum Thema »Aus der Krise lernen – Zukunftschancen in der Systemgastronomie«.

Zusammen mit Moderator Martin Meyer-Gossner wurden die Zukunftschancen der Systemgastronomie aus verschiedenen Perspektiven betrachtet: aus unternehmerischer sowie sozial-, wirtschafts- und gesellschaftspolitischer Sicht. Dabei wurde analysiert, wie und welche Zukunftsweichen die Branche für sich selbst gestellt hat, was sie aus eigener Kraft bisher durch die Krise gebracht hat und welche Trends sie

künftig begleiten wird. Alle Talkteilnehmer sind sich aber einig: Die Politik hat es aktuell in der Hand, die Weichen für eine verlässliche, planbare und einheitliche Öffnungsperspektive zu stellen. Damit kann die Systemgastronomie schnell wieder auf Erfolgskurs finden.



Unter der Leitung des Bundesministeriums für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL) hat sich der Bundesverband der Systemgastronomie e.V. (BdS) in den vergangenen zwei Jahren am Dialogforum zur Vermeidung von Lebensmittelabfällen in der Außer-Haus-Verpflegung intensiv beteiligt. Am Ende dieses Dialogprozesses hat der BdS die entsprechende Zielvereinbarung gemeinsam mit Bundesministerin Julia Klöckner in einer virtuellen Veranstaltung unterzeichnet. Durch die Unterzeichnung bekennt sich der BdS unter anderem dazu, seine Mitgliedsunternehmen zu motivieren und zu unterstützen, konkrete Handlungsrahmen und Reduktionserfolge zu entwickeln.

BEKENNTNIS ZUR NACHHALTIGKEIT

BdS unterzeichnet Zielvereinbarung gegen Lebensmittelverschwendung

BdS-Präsidentin Sandra Mühlhause macht klar, dass das Thema Lebensmittelabfälle auch die Systemgastronomie und die BdS-Mitgliedsunternehmen umtreibt: »Wir haben in den letzten Jahren schon viel getan, um Lebensmittelabfälle zu reduzieren, beispielsweise haben wir Bestellprozesse verändert oder die Produktzubereitung auf »just in time« umgestellt. Dadurch befindet sich die Systemgastronomie schon auf einem guten, niedrigen Niveau. Dennoch gibt es noch Potenzial. Dieses wollen wir gemeinsam mit Partnern, Experten und unseren Mitgliedern heben und weiterhin unseren Beitrag zur Verringerung von Lebensmittelabfällen leisten.«

BdS-Hauptgeschäftsführerin Andrea Belegante ist ebenfalls zufrieden mit der Entwicklung der Zielvereinbarung: »Das Ziel, Lebensmittelabfälle zu reduzieren, ist zweifelsohne wichtig. Ich habe den Dialogprozess als sehr kon-

struktiv empfunden, und das Ministerium ist auf die Situation und Anregungen der Branche eingegangen. Auch insbesondere darauf, dass die Systemgastronomie aufgrund der Coronakrise erhebliche Herausforderungen zu meistern hat und dass die Unternehmen zunächst diese – teils existenzielle Krise – überstehen müssen.«

Die Nationale Strategie zeigt mögliche Ursachen der Lebensmittelverschwendung auf. Sie benennt Herausforderungen und Handlungsfelder, um Lebensmittelverschwendung entlang der Lebensmittelversorgungskette zu reduzieren. Ziel ist es, bis 2030 die Lebensmittelverschwendung in Deutschland pro Kopf auf Einzelhandels- und Verbraucherebene zu halbieren und die entlang der Produktions- und Lieferkette entstehenden Lebensmittelabfälle einschließlich Nachernteverlusten zu verringern.

Simply lecker – Snacks, Trends, Saucen ...

Convenience 2021

Längst sind die Zeiten vorbei, in denen Convenience vorrangig ein schneller, weniger ein köstlicher Helfer sein sollte. Heute sieht sich die Branche als Ideengeber, erfindet Konzepte wie vegetarische Butcher, rührt eine Saucen-Typologie an und entwickelt haltbare Avocado-mousse zum Träumen.

Text: Gabriele Guetzer



GEMÜSEPOWER BUNT UND KÖSTLICH

Die neuen WIBERG Essig-Gemüsevarianten **AcetoPlus Karotte** und **AcetoPlus Paprika** bringen Farbe sowie ein feines, fruchtig-prickelndes Säureerlebnis auf die Teller. Im Handumdrehen entstehen herrliche Vinaigrettes, Dressings, Marinaden und Emulsionen – natürlich nicht nur zum Verfeinern von Salaten!

NEU

WIBERG





Ob Blumenkohl die neue Rote Bete sei, konnten wir neulich die Tüftler bei Unilever Food Solutions fragen. Da ernteten wir Gelächter, scheinbar hatten sich das die Köche beim Erkochen der neuen vegetarischen Produktrange selbst schon gefragt. Wo vor einigen Jahren noch kein Vorbeikommen war an Roter Bete, sie in der gehobenen Gastronomie in diversen Variationen und Texturen zur Standardbeilage wurde, hat es sich mittlerweile dann doch irgendwie ausgewurzelt. Nun also könnte Blumenkohl das neue It-

Food werden, denn es erfüllt viele trendige Voraussetzungen. Es ist ein altmodisches Produkt, das auf seine Wiederbelebung wartet. Es kostet nicht viel. Es hat gesunde Inhaltsstoffe. Es ist problemlos zu bekommen. Und es ist ein Gemüse, das längst nicht nur in mitteleuropäischen Breiten bekannt ist. Blumenkohl ist wichtig in Indien und in der Bretagne, harmoniert mit Sahne ebenso wie mit Currypulver, wird in Italien gratiniert oder für die Rohkostmischung Giardiniera mariniert. Rezeptideen gibt's also en masse, man muss sich keine

Rote-Bete-Luft oder anderen lifestyleigen Schmarrn ausdenken.

Ihrem neuen Raw-Beef-Burger aus der Vegetarian Butcher-Range haben die Unilevers beispielsweise einen Blumenkohl als Mac&Cheese-Variante zur Seite gestellt und eine fleischlose Shawarma ertüfelt, ebenfalls mit Blumenkohl (sowie Bulgur) bestückt.

Convenience-Ideen für Sandwiches

Aber wenn der Gastronom nicht auf warme Sachen setzt, sondern auf Sandwiches? Die handelsüblichen belegten Brötchen zum Mitnehmen erfordern sicherlich keine Convenienceprodukte. Aber zwischen der heimischen Brötchenkultur und der internationalen Sandwichkultur liegen Welten. Genauer gesagt, bei Ersterer ist noch sehr viel Luft nach oben, als Trendthema, das auch preislich interessant ist.

Da kommt Solpuro, ein kleines Hamburger Unternehmen mit einer zeitgemäßen Geschäftsidee, gerade recht. Jeder liebt Avocados, aber der Anbau verschlingt viel Wasser. Und nicht jede Avocado hat die Reife und Aromatik, die die Gastronomie braucht. »Wir bauen Avocados im mexikanischen Bundesstaat Michoacán



Schöller trägt zur aktuellen Sandwich-Kultur eine mediterrane Variante des Focaccia mit Mozzarella und Tomaten bei.

WIBERG HAT EINE SPEZIELL FÜR BURGER UND SANDWICHES GEDACHTE SAUCE ENTWICKELT.

an, einer subtropischen, regenreichen Region«, erklärt Geschäftsführer Nicolaus Vorwerk. »Der Anbau kommt ohne übermäßige künstliche Bewässerung aus; außerdem gleichen wir die Emissionen, die bei Produktion und Transport anfallen, zu 100 Prozent durch die Unterstützung verschiedener Waldschutzprojekte aus.« Da haben sie in puncto Umwelt schon mal jede Menge richtig gemacht, was sicherlich auch beim Gast gut ankommt. Aus diesen erntereifen Avocados werden Cremes in drei Geschmacksrichtungen gemacht. Für das To-go-Geschäft sind sie in Portionen von 55 Gramm abgefüllt, für die Gastronomie sind Gebinde in den Größen 200 Gramm und 1 Liter erhältlich. Die Cremes halten sich bis zu drei Monate in der Tiefkühlung und etwa 30 Tage in der Kühlung, obwohl sie ohne Zusatz- und Konservierungsstoffe gemacht werden. Die ungewürzte Variante eignet sich sogar für Eis, die klassisch-scharfe Aromatik passt natürlich perfekt zur Tortilla, die milde Variante ist ideal für ein

richtig cremiges, üppiges, sättigendes Sandwich.

Wie wichtig aber auch das richtige Drunter bei Sandwich und Brötchen ist, weiß jeder, der einen guten Wochenmarkt vor der Nase hat.

Die längste Schlange steht immer vor dem Backstand. Beim Mittelständler Böcker widmet man sich schon ein Jahrzehnt lang auch glutenfreien Backprodukten. Einerseits wird damit natürlich ein Ernährungstrend bedient, andererseits eignen sich die Erzeugnisse, die von Bäckern per Hand hergestellt werden, auch für Allergiker. Höchste Sicherheitsanforderungen an ein wirklich glutenfreies Produkt sehen beispielsweise bei Böcker die Herstellung an einem separaten Standort vor. Auf Sauerteigbasis hergestellt, gibt es mittlerweile vier Sorten: Hafer, Leinsamen, Vollwert und Sauerteigbrot mit Buchweizen. Auch bei der Brötchen-

auswahl wurde neu gedacht, mit eiweißreichen Proteinbrötchen und einem Mini-Baguette, das trotz fehlendem Gluten die klassische knackige Kruste besitzt – wirklich eine willkommene Neuerung. Im Unternehmen empfiehlt man zum Proteinbrötchen übrigens einen Süßkartoffelhummus mit Zucchini und Hanfsamen.



Eine Bolognese, die nicht auf Fleischbasis gekocht wurde, sondern auf Lachs setzt, hat Transgourmet im Repertoire.

Chicken To Go



NEU

Unsere neuen Chicken-Produkte im Fingerfood-Format: Goujons und Tenders Cornflakes

Kontaktieren Sie uns gerne: +49 3221 10513-00
service@osi.de | www.foodworks.com




FOODWORKS

An  Group Company

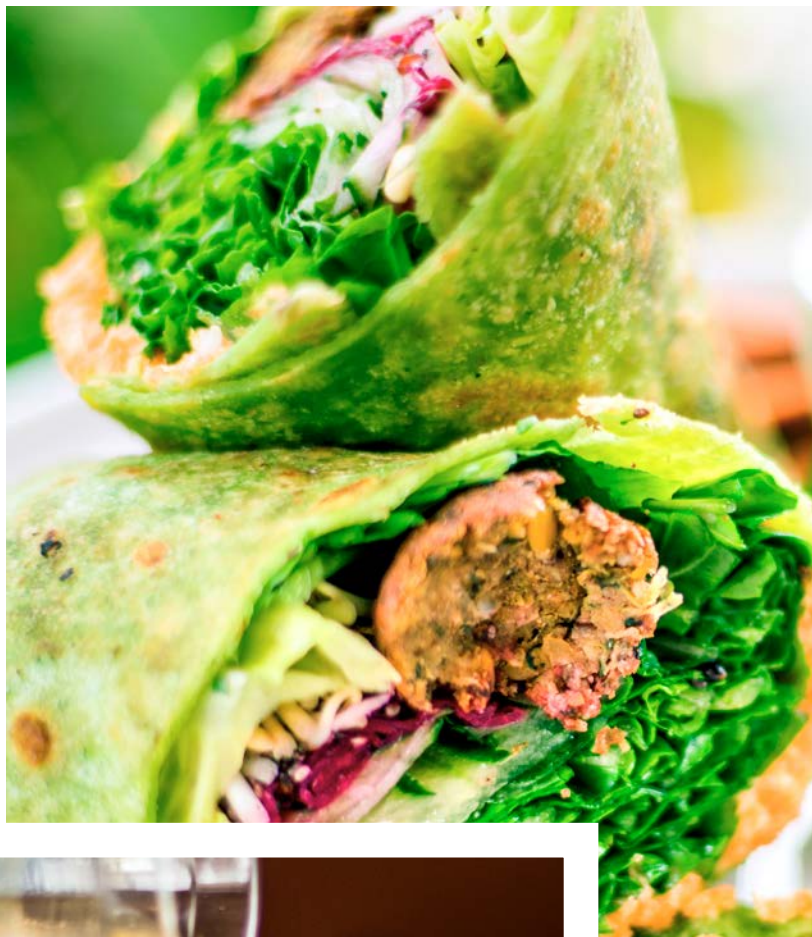
Ganz normales Brot? Klar, geht auch. Bei Schöllner hat man sich vom italienischen Focaccia inspirieren lassen. Im Ofen entfrosten und mit Mozzarella, Tomate, Rucola belegen. Noch klassischer kommt ihr Club-Sandwich daher, für das die Scheiben (aus dem Mischkarton-Schnittbrot) getoastet und dann im Wechsel mit gebratener Hähnchenbrust, Bacon, Tomate und Salatgurke, Käse und Zwiebelringen belegt werden.

Die personalisierte Pizza

Dass Gäste keine Pizza mehr wollen, dürfte so schnell nicht vorkommen. Man muss sie also nicht neu erfinden; es genügt, sie ein bisschen stärker an Trends auszurichten. Alexander Mandler weiß als Manager Culinary Service bei Dr. Oetker Professional, was solche Trends sein könnten. Vegetarisch und vegan ist gut, der handgemachte Look ebenso, und wenn die Pizza personalisiert ist, also mit einer kocheigenen Signatur versehen und nicht die Standardnummer, schafft das die begehrte Unverwechselbarkeit. Der Aufwand bei einer solchen Signature-Pizza ist gering.

Fünf Varianten des Dr. Oetker-Klassikers Base Pomodoro aus der Pizza-Perfettissima-Range hat er für uns entwickelt:

- Pizza Chili sin Carne mit veganem Hack, Kidneybohnen, Zwiebeln und Jalapeños.
- Pizza Verdure mit veganem Pizzaschmelz, Tomaten, Champignons, Paprika und roten Zwiebeln, garniert mit Chiliringen, gerösteten Sonnenblumenkernen und Rucola.
- Base Pomodoro backen, mit Meersalz, Olivenöl und frisch zerstoßenem Pfeffer verfeinern und als Beilage zu Suppe oder Salat servieren.
- Bruschetta: das Baguette durch die fertig gebackene Base Pomodoro ersetzen.
- Taboulé-Wrap: Base Pomodoro auftauen, mit Taboulé-Salat befüllen, backen, schräg aufgeschnitten servieren.



Und was ist mit Fisch?

Es liegt in der Natur der Sache, dass man bei Transgourmet Seafood auf Fisch setzt. Ihre Fischfrikadellen und Würste aus der kleinen Manufaktur Mühlenbeck bedienen mit MSC-zertifizierter Rohware und ressourcenschonendem Aquakultur-Wels sowie einer Mischung aus Fisch und Gemüse gleich drei wichtige Trends. Die Fischfrikadelle und die Gemüse-Fisch-Frikadelle sind handverarbeitet und pfannengebraten. Bratwurst und Bockwurst werden aus Wels gemacht,

Letzteres im Schaf-Saitling gebrüht und geräuchert.

Neu ist auch eine Bolognesesauce, die nicht auf Fleischbasis gekocht wurde, sondern unter Verwendung von Lachs. Der Lachs kommt aus den Westfjorden Islands und wird dort streng kontrolliert: Die Besatzdichte in der Aquakultur ist die niedrigste der Welt, die Wasserreinheit höchstes Gebot, d.h. der Fisch ist frei von Antibiotika und Pestiziden. Das Fischfutter ist gentechnikfrei und stammt aus nachhaltigem Tierfang.



Chicken-Vielfalt ist ein Muss auf der Karte: OSI schickt mit der Marke Foodworks die Chicken Tenders Cornflakes und Chicken Goujons ins Rennen.

Fünf Einsatzfelder hat das Unternehmen ausgemacht und kalkuliert. Inspiriert vom südkalifornischen Fish-Taco sieht man beispielsweise großes Streetfood-Potenzial in der Abwandlung der Bolognesesauce als Tacofüllung. Eine budgetfreundliche Variante ist die Kombination der Sauce mit Pasta in der GV, gerne auch als fleischlose Variante am Freitag. Und als Kinderteller ist die Idee der Kombination mit Pommes als Chili Fries für die Gastronomie gedacht.

Gibt's eigentlich einen Trend zur heimischen Suppe?

Mit Pho und Ramen haben in den letzten Jahren zwei asiatische Suppenklassiker den deutschsprachigen Markt erobert. Und das Thema Suppe an sich vielleicht neu bewertet. Während bei unseren Nachbarn in Frankreich und Belgien gemüsebasierte Suppen als Vorspeise eine ähnliche Selbstverständlichkeit genießen wie das Baguette, war Deutschland lange Suppenkasperland. Suppe war spie-

ßig, Ende der Durchsage. Aber mittlerweile ist Suppe sogar auf Sylt angekommen. Der mit dem herrlichen Namen Maurice Morell beglückte Quereinsteiger kocht im Dünenhof List nichts anderes als vegane Suppen mit saisonalen und regionalen Zutaten. Vor seinem antiken Suppenwagen stehen die Leute Schlange. Jetzt hat er seine Geschichte in einer Mischung aus Rezeptsammlung und Ansammlung von Lebensweisheiten als Buch herausgebracht. Und an die-

BESTE BASIS FÜR SUPPEN, SAUCEN UND FONDS





Lecker mit Gemüse: Transgourmet setzt auf ausgewogene Snacks für bewusste Genießer.

ser Geschichte («Wie ich lernte, meine eigene Suppe zu kochen, und damit glücklich wurde«, erschienen bei HarperCollins Germany) ist nichts Spießiges.

Dressing für alle

Fertig gemixte Salatsaucen und Dressings sind Convenience pur, länger haltbar, gut zu kalkulieren, ein echter Zeitsparer und perfekt dafür, ohne großen Aufwand Trendbewusstsein zu signalisieren. Bei Knorr hat man sich im Dressing-Bereich jetzt neu auch mit veganen Produkten aufgestellt. Mehr noch, man hat diese Dressings nicht nur für Salate entwickelt. Tomato & Strawberry, Citrus & Ginger, Pineapple & Coconut sowie Apple & Avocado sind eindeutig in Richtung pflanzenbasierte, vollständige Gerichte gedacht. Das Knorr Citrus & Ginger-Dressing wird für Bowls und Wraps empfohlen und (hier ist er wieder) zu geröstetem Blumenkohl, der mit Frühlingszwiebeln, Granatapfel, grünem Apfel und grünem Spargel sowie Gelber Bete zu einem vollwertigen, sättigenden und recht raffinierten Gericht wird.



Vegane Dressings gibt es von Knorr nun für Profis in vier spannenden Geschmacksrichtungen.

Was hat die Wurst mit der Zukunft zu tun?

Bei Homann hat man sich von einer Trendstudie zum Thema Lebensstile des Zukunftsinstituts inspirieren lassen. Achtzehn Lebensstypen hat die Studie ausgemacht, die die gesamte Bevölkerung und ihre Bedürfnisse abbilden. Neun dieser Typen sind Avantgardisten, neun sind Follower. Für alle haben die Homanns basierend auf des Deutschen Liebling – der Wurst natürlich – Gerichte konzipiert, »einfach, aber hip«. Ob das der Typ »Urban

Matcha« ist, für den sich ein japanisches Geflügelbrät mit ihrer Salsa-Sauce eignet, der häusliche »Neo-Biedermeier«, für den eine Bratwurst alla Bolognese in cremiger Tomaten-Rahm-Sauce gedacht ist, der »Sinn-Karrierist«, dessen Extra-Wurst eine Bratwurst mit Jägerschnitzel-Sauce ist, oder der »Progressive Parent« mit einer Kern-Gruppe von 6,6 Millionen Menschen, dem die Homanns eine Bratwurst als Spieß mit Ketchup Bombay-Art anbieten. Hoher Unterhaltungswert und Inspirationen sind garantiert.

ZWISCHEN L.A. UND LAOS: SANDWICH- IDEEN

Mumbai: Vada-pav-Burger

Pikant gewürztes Patty aus Kartoffelstampf, frittiert oder knusprig gebacken, im Burgerbrötchen serviert, das mit Chutney bestrichen ist.

Melbourne: Cauliflower-Burger

Schon wieder Blumenkohl, frittiert, dazu Tofu und Tempeh, Pilze und Zwiebeln und für's vegane Fleischgefühl eine blutrote Sauce.

Laos: Khao-Jee-Pâté

Abwandlung des vietnamesischen Banh Mi. Gegrillte Würstchen als Füllung für Baguette, aromatisiert mit Thai-Ingwer, Zitronengras, Kräutern und frischem Chili. (Als vegane Variante eignen sich die neuen Unilever-Würstchen namens Little Willies.)

Los Angeles: Bratfischbrötchen in hochwertig

Kabeljaufilet in Pankohülle frittiert, serviert im Briochebrötchen mit Tartar-sauce und knackig marinierten Zwiebelringen.

Geschaffen für die Hände von Profis Debic Kochsahne Culinaire Original 20%



Kochen mit Sahne? Debic Kochsahne!

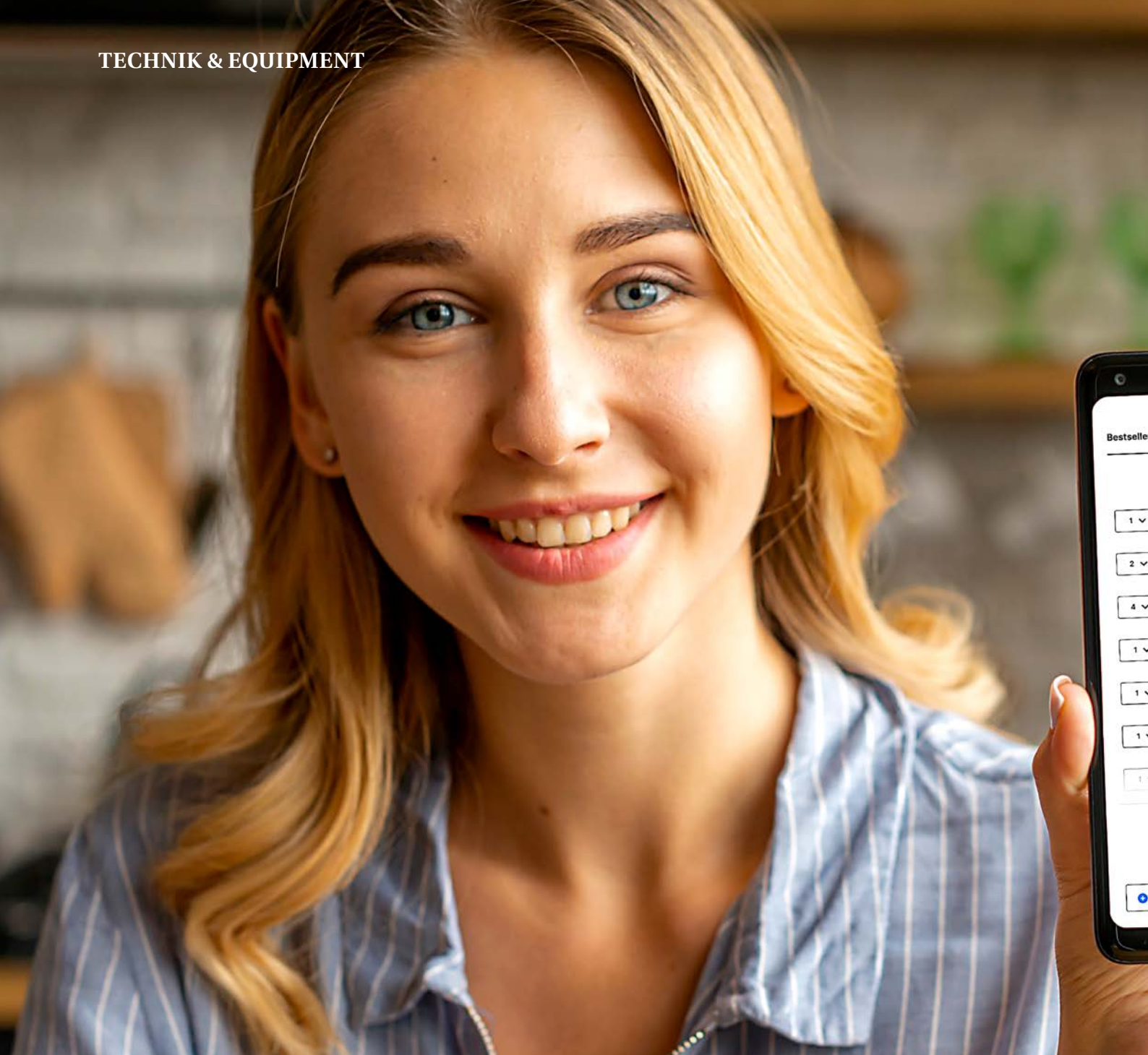
- **Planungssicherheit** und **Kostenersparnis** durch Gefrier- und Taustabilität
- **Zuverlässigkeit** auch beim Transport und längerem Warmhalten
- **Arbeits erleichterung** durch optimales Bindeverhalten
- **Zeitersparnis** durch schnelles Abbinden

Entdecke den Unterschied und überzeuge dich selbst!

Jetzt Rezeptinspiration
HERUNTERLADEN!

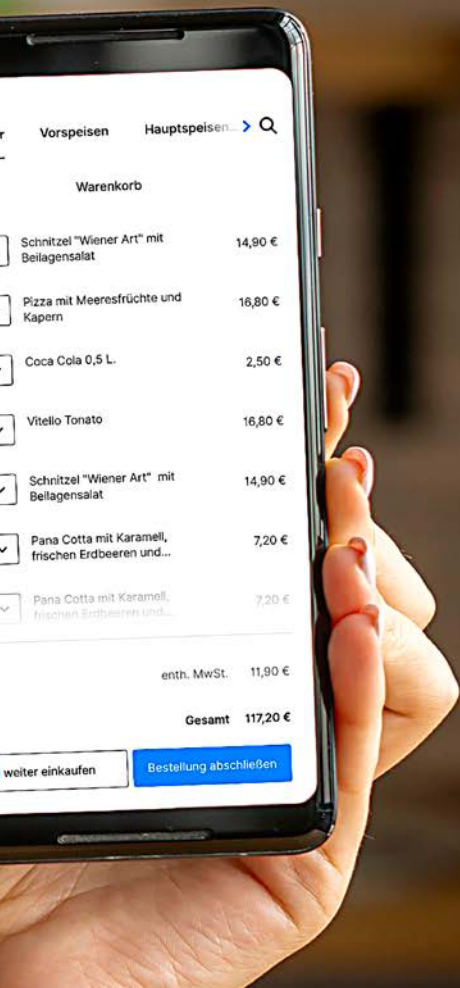


Debic. Geschaffen für die Hände von Profis.



Die Rechnung wird immer mit dem Wirt gemacht

Fotos: Gastro-MIS; Tobit



Digitale Bestellsysteme auf dem Prüfstand

Digitale Bestellsysteme machen aus der Not eine Tugend. Wer ihren Nutzen erkannt hat, wird diesen auch lange nach der Corona-Krise noch schätzen.

Text: Michael Eichhammer



Tobit bietet ein digitales Bestell- und Bezahlssystem, mit dem der Gast direkt von zu Hause oder vom Tisch aus per Handy ordern kann.

Lieferdienste haben es vorgemacht, doch in den Zeiten der Pandemie-Restriktionen entdeckten auch klassische Restaurant-Konzepte das Take-away-Geschäft für sich, ebenso wie die Selbstabholung von bestellten Gerichten durch die Gäste. In Phasen der lockeren Corona-Auflagen als Ergänzung zum herkömmlichen Geschäft – und in Phasen der kompromisslosen Lockdowns als letzte Bastion, um trotz geschlossener Betriebe überhaupt noch wirtschaftlich bestehen zu können. Dazu kommt: Wer für seine Gäste nicht mehr präsent ist, wird vergessen. Egal ob »Lockdown light« oder »Lockdown ultrahart«: Wer in diesen stürmischen Zeiten auf Lieferung und Abholung seiner Gerichte setzt, macht keine Freundsprünge über den Gewinn, tut aber gleichzeitig, was nötig ist, um die Kundenbindung aufrechtzuerhalten. Denn nur so bleibt man in den Köpfen der Kunden. Und Liebe geht bekanntlich durch den Magen ...

Um technisch für diese neue Situation gewappnet zu sein, benötigt man digitale Tools wie ein Online-Bestellsystem. Bestellungen per Telefon gelten längst als aus der Mode. Zumal der Bestellvorgang auf diese Weise für den Gastgeber ebenso umständlich ist wie für den Kunden. Eine eigene App oder ein neues Feature eigens für die bestehende Webseite programmieren zu lassen, ist für die meisten zu kostenin-

tensiv. Doch selbst wer die finanziellen Ressourcen dazu hat, verliert mit so einem Projekt viel zu viel kostbare Zeit. Eine Alternative wäre eine provisionsbasierte Kooperation mit einem Anbieter im Lieferservice-Geschäft. Wer sich dafür entscheidet, verzichtet jedoch auf einen Teil der Einnahmen. Je bekannter der Anbieter (beispielsweise Lieferando), desto höher wird die Provision sein – und desto geringer die eigene Marge für den Gastgeber. Alternativen sind digitale Bestellsysteme, in die man zunächst investieren muss, bei denen man aber das Zepter nicht aus der Hand gibt. Langfristig sollten sich die Kosten natürlich amortisieren. Last but not least gibt es auch noch Anbieter von kostenlosen Bestellsystemen. Christian Bauer, Geschäftsführer der resmio GmbH, empfiehlt, die digitalen Geschäftsprozesse in die eigene Hand zu nehmen: »Bei der Wahl des Bestellsystems sollten Restaurantbetreiber darauf achten, dass sie ihr kostbarstes Gut nicht verspielen: die Gästedaten.«

Direkt vernetzt mit Google

Anbieter wie resmio erlauben es dem Gastgeber, auch ohne Programmierkenntnisse intuitiv ein Bestellsystem zu nutzen, mit dessen Hilfe man Take-away- und Liefer-Dienste anbieten kann. Laut firmeneigenen Angaben sollte die benutzerfreundliche Einrichtung auf der eigenen Webseite nicht mehr als 15 bis 30 Minuten dauern. Das liegt unter anderem daran, dass die bereits bestehende Speisekarte einfach importiert werden kann. Änderungs-

wünsche an Gerichten lassen sich schnell einpflegen, um das Angebot stets aktuell zu halten. Die Anbindung an Google Food Ordering soll die Reichweite erhöhen. Neue Gäste ohne Mehraufwand klingt traumhaft? Technisch funktioniert das wie folgt: Die Integration des Google-Bestellangebots erlaubt den Zugang zu Kunden, die direkt bei Google bestellen. Mit Google hat man einen starken Partner an der Seite, denn hungrige User, die sich im Web nicht gezielt an ein bestimmtes Restaurant oder einen Lieferdienst wenden, gehen gern über Google auf »Nahrungssuche« – über eine Google-Suche, den Google-Assistenten oder – beim Recherchieren von ortsnahen Angeboten über Google Maps. All diese Bestellmöglichkeiten über Google sind beim resmio-Online-Bestellsystem automatisch inbegriffen.

Mitbewerber Tobit Software bietet mit »wayter« ein digitales Bestell- und Bezahlungssystem, welches den Onlineshop des Gastronomen ebenfalls in Form einer digitalen Speisekarte darstellt. Optimiert für mobile Geräte, können Gäste von ihrem Handy aus direkt bestellen und

bezahlen. »Wer sich jetzt neu erfindet, hat nicht nur eine Überlebenschance, sondern enormes Wachstumspotenzial«, ist Dr. Mirco Till, Geschäftsführer der Gastro-MIS GmbH, sicher. Er nennt Beispiele: »Eine simple PDF-Speisekarte wandelt sich zum 360-Grad-Steuerungselement des ganzen Betriebs mit digitaler Speisekarte, Bestellfunktion von zu Hause oder am Tisch, automatischer Bon-Ausgabe in der Küche, automatischer Abrechnung in der Kasse mit GoBD-konformer Buchführung, Wareneinsatz-Planung für kleine Lagerbestände und nicht zuletzt auch Neukundenakquise-Instrument.«

Das firmeneigene Produkt AmadeusGo von Gastro-MIS lässt sich einfach in die bereits bestehende Webseite des eigenen Betriebs einbinden. Per Knopfdruck lässt sich die Bestellservice-Spei-

sekarte generieren. AmadeusGo holt sich hierzu die Gerichte, welche der Gastronom im Rahmen des Bestellservices anbieten will, automatisch aus den Stammdaten seiner Kasse. Optional lassen sich im Anschluss Preise ändern oder Bilder und Informationen wie Allergene ergänzen. Die Bestellungen werden – ebenfalls automatisch – sowohl von der Kasse erfasst als auch von der Bestellverwaltung. Bei Kassensbuchbindung ist auch die Buchhaltung automatisch mit im Boot.

Bargeld- und kontaktlos

Ist ein Bestellsystem mit dem Warenbestand vernetzt, wird bei jedem Aufruf der Speisekarte der aktuelle Bestand geprüft. Während Kunden früher frustriert waren, wenn sie nach ihrer Wahl erfuhren, dass ein Gericht »leider ausverkauft« sei, ist dieser Ärger in der digitalen Ära nicht mehr möglich: Fehlen Zutaten für ein Gericht, taucht dieses in Echtzeit gar nicht mehr in der digitalen Speisekarte als Angebot auf. Viele Bestellsysteme haben zudem die Option, flexibel und in Echtzeit auf das Tagesgeschehen einzugehen: Sind zu Stoßzeiten viele Bestellungen offen, hat der Gastronom die Möglichkeit, von der Einstellung »normale« auf »hohe Auslastung« zu wechseln.

Bar oder mit EC- beziehungsweise Kreditkarte? Das kann der Gastronom bei den wichtigsten Bestellsystemen ebenso selbst entscheiden wie die Frage, ob die Zahlung bei Abholung oder Lieferung fällig wird oder bereits bei der Bestellung als verpflichtend gilt. Eine moderne Option neben der Kreditkarte ist das Bezahlen per PayPal, ferner Google Pay oder Apple Pay. Die Bezahloption per PayPal hat aus unternehmerischer Sicht den Vorteil, dass eine Bezahlung schon vor der anschließenden Warenausgabe verpflichtend ist.

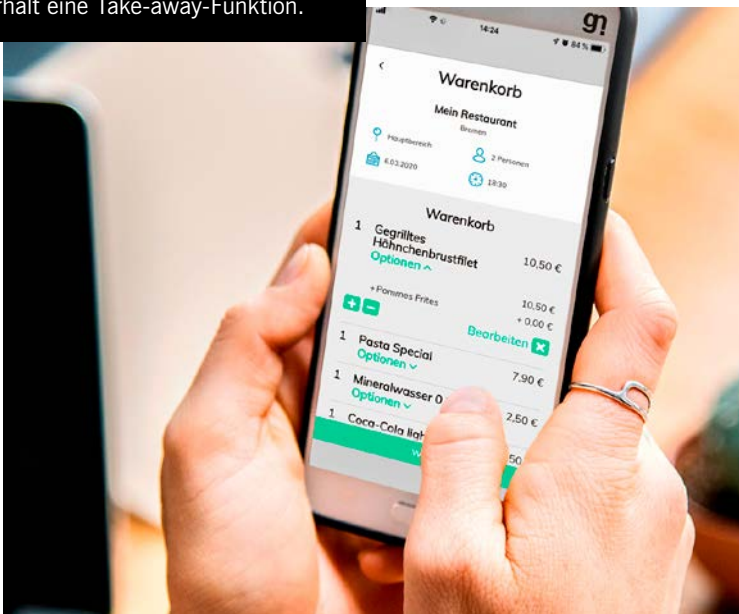
Bestellsysteme bleiben auch nach der Pandemie wichtig

Kein Bargeld, wenig Kontakt und keine Papierspeisekarten – die digitalen Bestellsysteme sind wie geschaffen für die Corona-Situation. Doch muss man kein Prophet sein, um zu ahnen, dass Services wie Lieferung und Take-away auch



AmadeusGo lässt sich leicht in eine bestehende Webseite einbinden.

Das gastronovi-Bestellsystem erhält eine Take-away-Funktion.



langfristig als Ergänzung zur Bewirtung vor Ort ein Teil des gastronomischen Gesamtkonzepts vieler Betriebe bleiben werden. Auch digitale Bestellsysteme und Speisekarten werden in der Zeit »nach Corona« bleiben. Und das nicht nur wegen der Liefer- und Abhol-Option: Manche Anwendungen lassen sich nämlich auch unabhängig von Take-away und Lieferservice beibehalten. Beispielsweise bieten die digitalen Lösungen dem Gast die Möglichkeiten, schon von zu Hause aus einen Tisch zu reservieren, die Wunschgerichte bereits vorab zu bestellen oder auch schon vor dem Besuch zu bezahlen und dennoch im Restaurant zu speisen.

Ein Plus an Komfort

Ein klarer Zugewinn an Komfort – nicht nur für den Gastgeber, sondern auch für digitalaffine Kunden und alle Gäste, die vor Ort Zeit sparen wollen – oder müssen. Der Business-Mittagstisch wäre also eine der Situationen, in denen dieses Szenario Sinn ergibt. Auch Self-Ordering im Lokal ist möglich. Nicht nur im Fastfood-Bereich: Auch in einem klassischen Restaurant kann eine In-house-Bestellung vom Tisch aus dem Gast einen futuristischen, neuen Gastronomie-Eindruck bescheren. Indem er beispielsweise einen QR-Code am Tisch vorfindet, den er mit dem Handy einscannen kann und so automatisch die digitale Speisekarte des Hauses auf dem eigenen Gerät aufruft. Die Variante mit dem QR-Code ist für die Gäste in der Regel mit weniger Berührungspunkten verbunden als wenn eigens fürs Bestellen eine App installiert werden müsste. Auf dem Bestellterminal an der Theke oder in der Küche erscheint die Bestellung, wird bestätigt, und ein Bon wird ausgedruckt, der für den Service zum Tisch bestimmt ist. Viele Systeme erlauben es den



Dr. Mirco Till,
Geschäftsführer
Gastro-MIS
GmbH

Wer sich jetzt neu erfindet, hat nicht nur eine Überlebenschance, sondern enormes Wachstumspotenzial

erstellen, der diesem als Download auf dem Smartphone angeboten werden kann.

Neben der neuen Erfahrung für die Gäste bietet dieses Konzept auch dem Gastgeber einen Mehrwert. So lässt sich zum Beispiel oft festlegen, ab welchem Betrag er eine Zahlung per Vorkasse wünscht. Neben der finanziellen Sicherheit bieten Vorbestellungen auch eine bessere Planbarkeit für die Küche. So reduzieren sich die Wartezeiten für den Gast, während der Gastgeber sich zusätzlich darüber freut, dass er den jeweiligen Tisch wieder schneller besetzen kann. Außerdem wird auf diese Weise das Personal entlastet und viele Laufwege werden drastisch eingespart: Das Servicepersonal erscheint lediglich zum

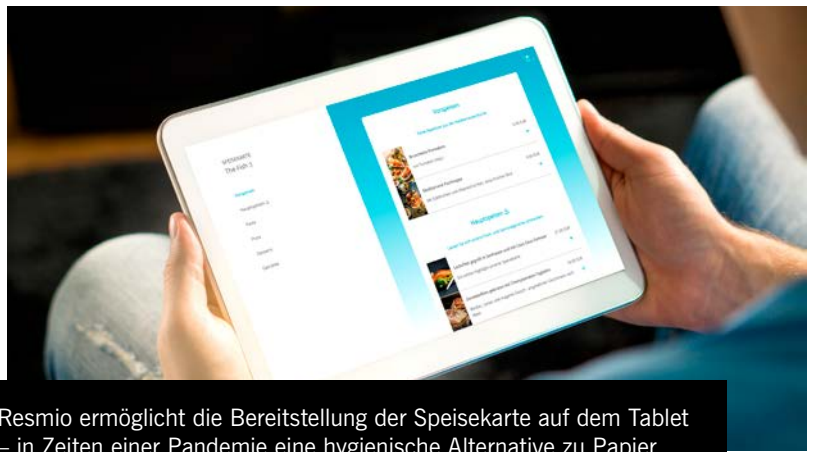
Gästen im nächsten Schritt, direkt per Handy zu bestellen und auf Wunsch auch direkt zu bezahlen – bargeldlos oder auch komplett kontaktlos. Selbst ein Beleg für den Gast lässt sich digital

Servieren des Essens am Tisch. Ein weiterer Vorteil für das Personal: Es kann sich über mehr Trinkgeld freuen. Warum digitale Bestellsysteme dazu führen können, dass Gäste spendabler sind? In der gastronomi Software beispielsweise ist ein Trinkgeld-Satz von 10 Prozent, der vom Gast optional genutzt werden kann, bereits voreingestellt. Viele Gäste nehmen erfahrungsgemäß diese Voreinstellung an. Ebenfalls beobachten viele Gastwirte, dass die digitalen Bestellmöglichkeiten dazu anregen, schneller und mehr zu bestellen als auf dem klassischen Weg.

Digitale Speisekarten – Web-Shops –, über die die Gäste nicht nur von zu Hause, sondern auch im Restaurant, mit ihrem eigenen Smartphone, bestellen und direkt bezahlen, gibt es eigentlich schon seit Jahren. »Für viele Gastronomen kamen sie bisher nicht in Frage, weil sie der Meinung waren, dadurch den Kontakt zum Gast zu verlieren und damit die Gastlichkeit«, sagt Dieter van Acken, Marketing Communication Manager bei Tobit Labs AG, dem Anbieter von »wayter«. Aus seiner Sicht ist das Gegenteil der Fall: »Der Gast wird schneller bedient, der Service hat mehr Zeit für die Gastlichkeit«, erklärt er.

»Über die Corona-Pandemie hinaus werden digitale Bestellvorgänge deutlich an Relevanz gewinnen«, ist gastronomi-Geschäftsführer Andreas Jonderko sicher. »Ob Vorbestellungen von zu Hause, Liefer- und Take-away-Service oder Inhouse-Bestellungen über eine digitale Speisekarte – Gäste lieben es, wenn sie einfach, unkompliziert und ortsunabhängig Bestellungen aufgeben können.«

Resmio ermöglicht die Bereitstellung der Speisekarte auf dem Tablet – in Zeiten einer Pandemie eine hygienische Alternative zu Papier.



Pragmatisch gelöst: Die Tischkennzeichnungen von Tobit bringen Bestellung und Gast zusammen.



ÜBER SIEBEN BRÜCKEN MUSST DU GEHEN ...



The Yeatman

Nicht nur für seine sechs berühmten Brücken ist die portugiesische Hafenstadt Porto berühmt. Sondern auch für eine siebte, Adrian Bridge. Dem Tausendsassa mit dem passenden Namen gehört das Fünf-Sterne-Hotel The Yeatman und jetzt auch die World of Wine.

Text: Gabriele Guetzer





Adrian Bridge ist ein Kanadier, der in der britischen Armee Karriere machte. Dann erfindet er sich erfolgreich neu als Investment-Banker. In den 1990er-Jahren stieg Bridge in das Familienunternehmen seiner Frau in Porto ein. Von hier trieb er die Portwein-Produktion maßgeblich voran, vor allen Dingen den Vertrieb in den USA und Großbritannien für den Premiumbereich. In dieser Zeit gründete er Fladgate Partnership, einen Zusammenschluss von Anbietern für ebensolchen Port. Ein Hotel hatten er und seine Frau sich als nächstes Ziel gesetzt. 2010 wurde The Yeatman in Porto als Weinoase der Luxusklasse eröffnet. Dazu gesellt sich seit diesem April die World of Wine, cool abgekürzt als WOW. Ganz offensichtlich ist Adrian Bridge ein Mann, der gerne was Neues im großen Stil aufzieht und sich darauf versteht, es zum Erfolg zu führen.

Ein Hotel erfindet ein Städtchen neu

Porto ist schon ein entzückendes Städtchen. Historisch bimmelnde Straßenbahnen zockeln laut quietschend zum Strand. Das knuffige Altstadtviertel mit seiner erstaunlichen Fliesenarchitektur der knallblau leuchtenden Azulejos lädt zum Stöbern und Schlendern ein. Als Studentenstadt ist es wenig überraschend, dass in Porto eine kreative junge Szene lebt, smarte Restaurants und viel Weinkultur gibt's auch – fertig geschnürt also ist ein Traumziel, längst nicht nur für Instagrammer. Könnte man meinen. Doch das sah Anfang der 2000er-Jahre noch anders aus. Porto war damals auf Geschäftsreisen abonniert. In Portugals zweitgrößter Stadt und dem Douro-Umland war eindeutig Luft nach oben im Tourismussektor, und der gehobene Genuss-Tourismus aus dem internationalen Ausland wurde eigentlich gar nicht bedient.

Enter Adrian Bridge: »Ich wollte das beste Hotel in Porto bauen, das landesweit, aber auch international neue Akzente im Bereich Qualität und Exzellenz setzt. Ein Luxushotel

mit einem Weinfokus, das direkt über den traditionellen, alten Portweinkellern steht«, erinnert er sich im aktuellen Interview. Erste Erfahrungen im Hotelbusiness hatte er bereits sammeln können; im Dourotal hatte Bridge 1998 das erste Luxushotel der Region eröffnet, das Vintage House. Doch nun sollte es viel größer werden, und er hatte auch die Region an sich im Blick. »Wir hatten von Beginn an geplant,



die Destination als solche zu pushen.« Das tat Adrian Bridge dann auch, anfänglich quasi im Alleingang, denn die Mühen mahlen bekanntermaßen auch in südeuropäischen Institutionen eher langsam, und man reagierte eher zurückhaltend auf seine Begeisterung. Aber Bridge ließ sich nicht beirren und hatte den richtigen Riecher. »Wir wollten die Leisure Traveller ansprechen, also die Reisenden, die Essen und Wein lieben, die Authentizität einer Stadt wie Porto und die Ursprünglichkeit des portugiesischen Nordens erleben wollen, aber durch den Blickwinkel eines Weltklassehotels«, beschreibt er die Ausgangslage. Das mag vielleicht unbescheiden klingen, ist aber nicht so gemeint, denn Adrian Bridge ist Porto-Aficionado durch und durch. »Diese wunderbare Stadt, ihre Lage, ihre Einwohner, die beeindruckende Geschichte, die starke Kultur und die vielen Traditionen, natürlich auch der Weinbau« – das alles seien doch wohl Gründe genug, um hier nicht nur auf Geschäftsreise zu gehen!

Während in Portos Altstadt eher Boutique-Hotels den Ton angeben, ist The Yeatman eine gekonnte Mischung aus international anerkannten architektonischen Wertigkeiten und einem Schuss Portugal. Der Swimmingpool ist in seiner Form einem Weindekanter nachempfunden. Die Badezimmer sind mit Marmor verkleidet. Die Teppiche sind tief und pfötchenfreundlich. Ins Mobiliar sinkt man hinein wie in altmodische und gemütliche Fauteuils, während der Blick in die hochwertig gezimmerten Regale fällt, in denen portugiesische Keramik zeigt, wo man hier eigentlich ist. Von jedem Zimmer (es gibt fünf Kategorien) reicht der Blick hinaus über die Stadt und den Fluss, man kann in der Bacchus-Suite den zimmereigenen Kamin befeuern und in der Taylor-Suite im Fass schlafen. Ein Weinhotel eben. »90 Prozent unseres Weinkellers machen portugiesische Weine aus«, präzisiert Adrian Bridge. »Wir hatten uns zum Ziel gesetzt, unsere Gäste mit den verschiedenen Regionen, Stilstiken und Qualitäten der herausragenden portugiesischen Winzer bekannt zu machen und die ganze Bandbreite ihres Könnens zu zeigen.«

Weinmacher als Hotelpartner

109 dieser portugiesischen Weinmacher sind Partner des Hotels, jeder hat ein Zimmer gesponsert und ist als gestalterischer Ideengeber aufgetreten. Überdies gehören sie dem Weinprogramm des Yeatman an: »Wir veranstalten wöchentliche Wein-Dinners und besondere Tastings, außerdem können Gäste an Weinevents teilnehmen.« Besonders stolz ist Adrian Bridge auf die 1.300 gelisteten Weine, die

schon zwei Jahre in Folge als beste regionale Weinliste der Welt ausgezeichnet wurden. »Unser Weinkeller beherbergt die größte Sammlung portugiesischer Weine auf der Welt«, sagt er, und da klingt es nur naheliegend, dass er für The Yeatman auch die Rolle des internationalen Botschafters der besten portugiesischen Weine beansprucht. »Portugal ist so klein. Und doch haben wir so besondere und markante Weinregionen«, begeistert er sich. Was er erst auf Journalistennachfrage preisgibt, ist, dass er selbst auch nicht ganz unbegabt ist. Im Jahr 2008 machte er den ersten »neuen« Portwein seit Generationen, den Croft Pink.

Bei dieser Liebe zu Wein ist es wohl auch wenig überraschend, dass die Beautybehandlungen im The Yeatman weinbasiert sind ...



Bridge besitzt eine Gläserammlung, die den Stellenwert von Wein in der Geschichte der Menschheit an 1.800 Exponaten verdeutlicht.

Bei Weinauswahl, Zimmerausstattung und Ausblick muss The Yeatman den internationalen Luxushotelvergleich nicht scheuen. Wie sieht's bei der Kulinarik aus? Aktuell listet der Guide Michelin für Portugal keinen Dreisternen, aber sieben Zweisternen. Das hauseigene The Yeatman Restaurant ist einer davon. Ein Jahr nach Eröffnung kam der erste Stern, seit 2017 hält das Restaurant unter Ricardo Costa nun durch-

TIPPS FÜR PORTO

Claus Porto

Seifenstücke zum Verlieben. Ein Mitbringsel-Must.

DOP by Rui Paula

Entzückendes Restaurant in der Altstadt.

Dourotal

Geführte oder private Weintouren.

Foz

Ausflug ans Meer.

Igreja de Santo Ildefonso

Barockkirche mit berühmten Fliesen.

Livraria Lello

Eine wirklich atemberaubende Buchhandlung, gegründet 1869.

Manteigaria

Zugucken, wie die berühmten Pastéis de Nata gemacht werden.

Ribeira

Flussuferregion der Altstadt, sehr dekorativ, leider verfallend.

Tram

Dekorative Bimmelbahnen, die auf drei noch bestehenden Routen fahren. Eine geht auch nach Foz.

Vista Alegre

Bekannte Porzellanmarke, die Porto eine eigene Reihe gewidmet hat. Unweit Livraria Lello.



gehend die Doppelbesternung. Ist das nur eine Imagefrage? »Weinfans essen in der Regel auch sehr gerne«, grinst Adrian Bridge. »Wir wollten gastronomisch auf dem höchsten Level mitspielen. Ricardo hat uns da ein Konzept entwickelt, das einerseits lokale Produkte in den Fokus stellt, sie andererseits aber mit modernem Flair umsetzt. Gerne bedient er sich als Anleihe bei traditionellen Gerichten, die er quasi neu erdenkt. Die Produktqualität spielt die Hauptrolle, aber auch zeitgemäße Küchentechniken und Kreativität wollen wir zeigen.« Ganz fix ist die neue Speisekarte noch nicht; auch in Portugal beherrschte Corona bei Drucklegung das tägliche Leben. Adrian Bridge, Ricardo Costa und die Brigade hatten sich Zeit dafür genommen, die Speisekarte zu überprüfen. Aber Klassiker aus Costas Küche sind natürlich gesetzt. Ovos Moles de Gaia sind eine Hommage an das Stadtviertel Vila Nova da Gaia, in dem The Yeatman liegt, und eine Art Maultaschen in Dessertform. Klassische portugiesische Creme ist mit Oblaten umhüllt und somit

versteckt, dazu gibt's Schokoladenkutteln (tripa de chocolate), die mit nichten Innereien sind, sondern nur in ihrer Textur an diese erinnern. Generell ist die Speisekarte im Wording eher unlyrisch, zum Klassiker Stachelrochen gesellen sich Blumenkohl und Couscous, das Spanferkel kriegt Kartoffeln, Kopfsalat und weißen Knoblauch ... aber





schon ein Blick auf die Foodfotos verrät, dass sich dahinter eine enorme Tüftelei verbirgt.

Neben dem Zweisterner hat The Yeatman natürlich noch andere Restaurants, in denen, so wird es diplomatisch formuliert, sich Kinder vielleicht wohler fühlen als im Zweisterner. Eine wunderbare Anregung, denn wer schon mal im Sternerestaurant zwischen überdrehten Kindern und überforderten Eltern Kochkunst nachschmecken wollte, wird wissen, dass das schier unmöglich ist. Auch dieses ein Zeichen eines Weltklassehotels, der Service nämlich; er ist vom Feinsten.

World of Wine

Doch was hat es nun mit der WOW auf sich? Sie ist im April nach mehrfacher coronabedingter Verschiebung eröffnet worden und von Bridge als eigenständiges Kulturviertel konzipiert. Praktischerweise liegt diese World of Wine nur wenige Gehminuten vom The Yeatman entfernt und beherbergt auf 55.000 Quadratmetern sechs Museen, dazu Ausstellungs- und Veranstaltungsflächen, Restaurants, Bars, Cafés, eine Weinschule, ein Schokomuseum und – wenig überraschend bei Bridges offensichtlicher Vernarrtheit in Porto – ein Museum für Stadtgeschichte. »Ich will ja nicht immer von der Bucket List reden«, sagt er, »aber ähnlich wie damals bei unserem Ziel, Porto als Destination auch mittels



unseres Hotels bekannt zu machen, ist es nun unser Ziel, einen Ort zu schaffen, der die Tradition des Portweinviertels von Porto belebt und neue Akzente für den Tourismus setzt. Wir haben Weinkeller restauriert oder erneuert und möchten in diesem Areal im passenden Umfeld Wein verständlich machen und überdies Portugal den Rang in der Liste der wichtigen Weinproduzenten der Welt zuweisen, den es verdient.«

Dazu gehört für ihn auch der Schwerpunkt Planet Cork (»Kork ist das sauberste und innovativste Produkt«), das Mode- und Stoffmuseum (»hier wird die hohe Qualität portugiesischer Textilien gezeigt, gibt es viele Exponate in den Bereichen Mode und Schmuck«) und natürlich die Wine School, »die sich an alle Weininteressierten vom Einsteiger bis zum Profi richtet«.

Man darf davon ausgehen, dass ihm auch dieses Unterfangen glückt. Ob er sich das als junger Soldat in der Dragoner-Garde von Königin Elizabeth wohl hat träumen lassen? ■

10 FRAGEN AN

...Johann von Bülow

Mit seiner Rolle in dem Komödien-Hit »Nach fünf im Urwald« gelang Johann von Bülow vor 26 Jahren der Kino-Durchbruch. Seitdem zählt der gebürtige Münchener und Absolvent der renommierten Otto-Falckenberg-Schule zu den erfolgreichsten Schauspiel-Stars Deutschlands. Von Bülow? Ja, der 48-Jährige hat tatsächlich eine entfernte verwandtschaftliche Verbindung zu Loriot. In der Samstagabend-Krimireihe »Herr und Frau Bulle« (vierte Episode seit Kurzem in der ZDF-Mediathek) glänzt von Bülow als fettnapfaffiner Fallanalytiker Heiko Wills. Endlich mal eine neue Farbe im Krimi-Einheitsbrei, lobten die Kritiker vor allem von Bülow für sein komödiantisches Talent. Nur vor der Kamera oder auf der Bühne stehen? Das reicht ihm nicht, er zählt auch zu den angesagtesten Hörbuch-Vorlesern.

Interview: Sebastian Bütow



Sie bereichern den Cast der dritten Staffel von »Das Boot«, einer hochgelobten internationalen Produktion, die in mehr als 100 Länder verkauft wurde. Auf welche Produktionen mit Ihnen dürfen wir uns noch freuen?

Ich bin in »Acht Zeugen« zu sehen, einer neuen Crime- und Mini-Serie, in der Alexandra Maria Lara die Hauptrolle spielt. Es geht hier um die Frage, ob Erinnerungen manipuliert werden können (Aktuell zu sehen bei RTL Now, d. Red.). Kürzlich habe ich wieder ein Hörbuch eingelesen, »Monschau« von Steffen Kopetzky. Der Roman erzählt von der letzten Pocken-Epidemie in Deutschland in den Sechzigerjahren. Eine sehr spannende Geschichte.



Warum gilt die Komödie eigentlich als schwierigstes Genre im Film?

Es gibt deutlich weniger gute Komödien als gute Dramen. Ob etwas lustig ist oder nicht, hat viel mit Musikalität und Rhythmus zu tun, es ist ein bisschen wie Musik machen. Man muss sehr konzentriert arbeiten und genau wissen, wie man was setzt – sonst funktioniert es nicht. Szenen sind nicht von alleine lustig, man muss präzise daran basteln, bis sie gelingen. Es gibt den berühmten Satz »Der Spaß bleibt auf der Bühne«. Wenn man nur damit beschäftigt ist, selber Spaß zu haben, dann bleibt dieser für diejenigen, die sich das angucken, womöglich auf der Strecke.



Die Dreharbeiten der neuen »Herr und Frau Bulle«-Episode mit Ihnen und Alice Dwyer in den Titelrollen verliefen diesmal etwas schleppender.

Richtig. Im März 2020 haben wir angefangen zu drehen, dann konnten wir wegen des ersten Lockdowns erst im Juni weiterdrehen. Die winterlichen Klamotten mussten wir dann trotz Hitze weitertragen, was sich manchmal etwas absurd anfühlte.



Sie haben schon seit Ihrer Kindheit eine Affinität zu schönen Hotels. Welche fallen Ihnen spontan ein?

In Europa das »Waldhaus« in Sils Maria, ein familiengeführtes Schweizer Traditions-Grand-Hotel in der Nähe von St. Moritz. Vor mehr als 20 Jahren war ich auf Bali in dem »Four-Seasons-Resort Bali at Jimbaran Bay«. Damals gab es noch nicht so viele solcher Anlagen, die sich sanft in die Natur einfügen. Neben dem Luxus ist die Schönheit der Natur dort erhalten geblieben, das hat mich sehr beeindruckt.



Was erwarten Sie von einem Hotel, wenn Sie beruflich in anderen Orten unterwegs sind?

Mir ist wichtig, dass ich etwas Platz habe im Hotelzimmer. Ich mag das Gefühl, mich etwas ausbreiten zu können, bin ein Fan von Großzügigkeit, was die Zimmer betrifft. Und ein Fan von klaren Linien und weniger Schnörkel. Toll sind Hotels, denen es gelingt, ein Gefühl von persönlichem Engagement für den Gast zu vermitteln.



Gibt es in der Gastronomie etwas, das Sie abschreckt?

Wenn ich in ein Restaurant gehe und das Gefühl habe, da ist niemand, dessen Lokal das ist, alles ist austauschbar, finde ich das nicht besonders anziehend. Ich gehe auch mal an der Autobahn zu McDonald's, wenn ich Lust darauf habe. Aber eine inhabergeführte, persönliche Gastronomie ist für mich immer noch das Schönste am Essen gehen. Ich mag auch keine mit unendlich vielen Gerichten vollgestopften Speisekarten, die aus Convenience Food bestehen. Wenn angelieferte Bestandteile aufgewärmt werden, hat das für mich nichts mit Kochkultur zu tun. Dieses Industriell-Kantinenartige finde ich schrecklich.



Was muss ein Restaurant haben, damit es Ihr Interesse weckt?

Ich finde, das ist im Vorfeld schwer zu benennen. Man kann in Neapel am Hafen spazieren gehen, plötzlich ein kleines Fischlokal entdecken, von dem man später denkt, dorthin wäre ich niemals geraten, wenn der Zufall es nicht gewollt hätte, und es war dann einer der schönsten Nachmittage, den man in einem Restaurant erleben kann.



Haben Sie ein Lieblingslokal?

Das »Lokal« in der Berliner Linienstraße ist ein bisschen so etwas wie mein Stammlokal. Maren Thimm und ihr Team geben mir ein Gefühl von »nach Hause kommen«. Das zu schaffen, ist die größte Leistung, die ein Gastronom hinbekommen kann.



Mit welcher berühmten Persönlichkeit würden Sie gerne einen Drink nehmen?

Ich habe jüngst einen Podcast mit Barack Obama und Bruce Springsteen gehört. Mit den beiden würde ich gerne einen Drink nehmen. Obama möchte ich fragen, ob er sich als Ex-US-Präsident das Leben zurückwünscht, das er zuvor hatte.

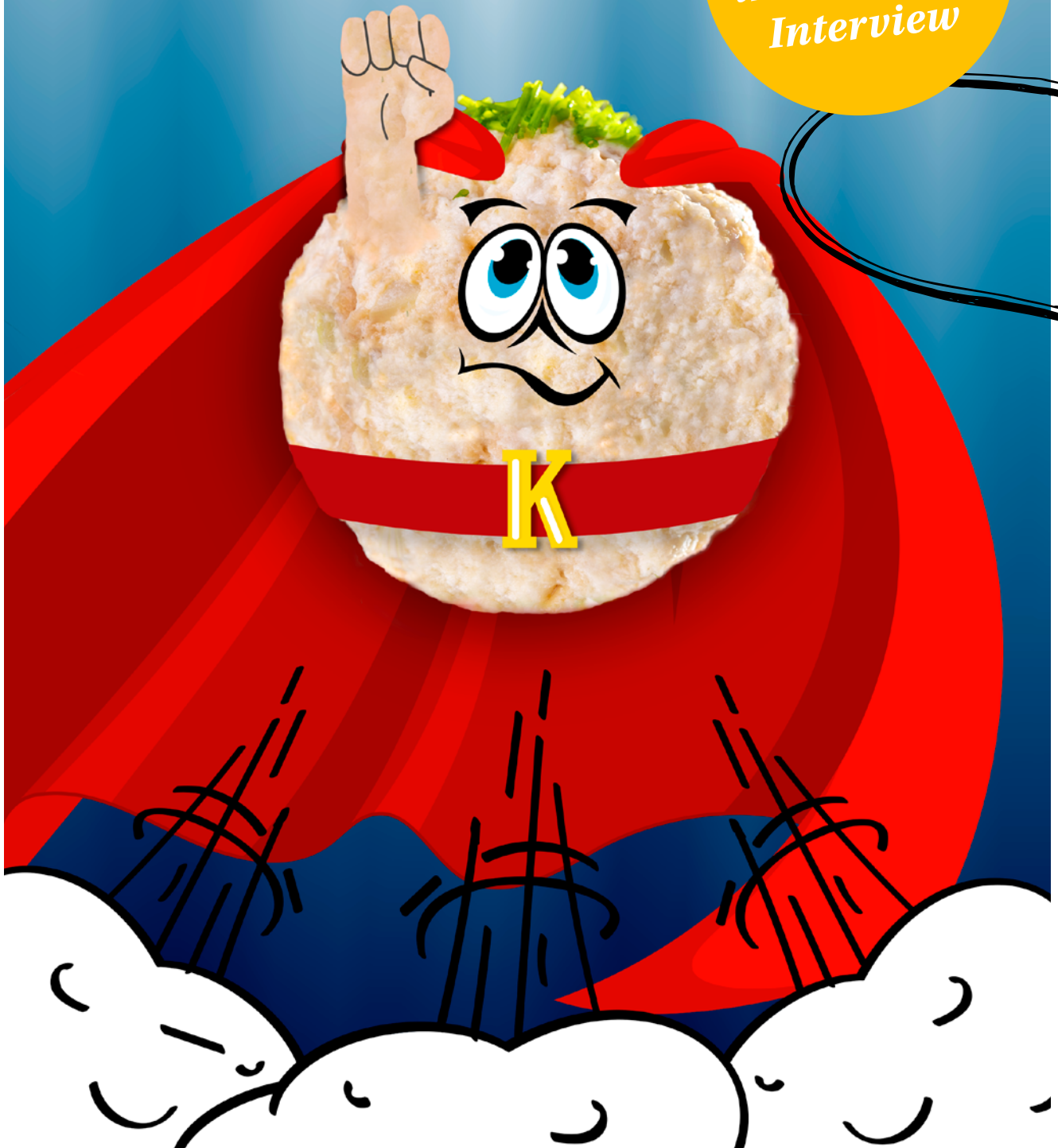


Das Leben ist zu kurz, um ...

... in Hotelzimmern mit Duschvorhängen zu übernachten.

JETZT REDE ICH!

*Der
Knödel
im Exklusiv-
Interview*





Seine imposante Gestalt kann es mit jeder Weltkugel aufnehmen. Aber nicht nur auf Wirtshaus-Tellern, auch in der Geschichte hat der Knödel reichlich Spuren hinterlassen! Das Exklusiv-Interview.

Verehrt werden Sie in vielen Regionen, aber in der bayerischen Donau-Stadt Deggendorf genießen Sie einen Legenden-Status wie Frank Sinatra in Las Vegas. Wie haben Sie das geschafft?

Jip, dieses stylische Städtchen trägt offiziell den ehrenwerten Titel Knödelstadt, und »Deggendorfer Knödel« zählen zu den besten Kreationen meiner Wenigkeit, ganz klar. Wissen Sie, ohne eine Heldentat von mir wäre dieser Ort einst brutal ausgelöscht worden.

Wie bitte?!

Da brauchen Sie gar nicht so blöd zu gucken. Laut einer Sage habe ich Deggendorf schlicht gerettet! Böhmisches Krieger belagerten die Stadt, wetzten schon die Messer. Spione, die über die Stadtmauern lugten, bewarf dann aber die Frau des Bürgermeisters mit Knödeln. Die Spione stürzten von der Mauer und berichteten ihren Mitstreitern panisch, dass man sich besser zurückziehen solle. Denn wer noch über so viel Essen verfügt, dass man damit werfen kann, ist zu gefährlich! Der geplante Sieg durch Aus Hungern hatte sich damit erledigt, die Truppen zogen ab.

Krasse Story. Jetzt leuchtet mir auch ein, warum das Stadtmuseum Ihnen eine eigene Ausstellung widmete.

Ach, ich wurde und werde da immer wieder irgendwie abgefiebert. In der Altstadt gibt es übrigens auch eine Brunnenfigur aus Bronze, die »Knödelwerferin«, sodass diese Heldentat nie vergessen wird.

Als Heldentat empfinden es sicherlich auch viele Fans von Ihnen, wenn Sie perfekt zubereitet werden. Welche Ihrer vielen Variationen gilt eigentlich als der Ur-Knödel?

Logisch, dass in vielen Regionen behauptet wird, dass ich hier oder dort erfunden wurde. Thüringer Klöße gibt es nachweislich seit mehr als 200 Jahren, das erste Knödelrezept aus Franken stammt aus dem Jahr 1850. Und die Österreicher berufen sich auf ein Tiroler Fastenknödel-Rezept aus dem 16. Jahrhundert. Keiner kann eindeutig belegen, wer nun wirklich das Genie war, das mich zuallererst kreierte.

Apropos Genie, sogar Goethe schrieb über Sie.

Ja, und seine Worte über »Grüne Klöße« passen ganz gut in diesen Kontext: »Die Weimarer behaupten, ihre Klöße hätten überhaupt vor allen anderen etwas voraus! Wir sehen hier in Weimar ja nur ein Minimum der Klöße des Landes, und wahrscheinlich gar nicht die besten.«

Welche Knödel oder Klöße sind denn aktuell aus Ihrer Sicht die allerbesten?

Ach, wissen Sie, ich habe eine schier unendliche Vielfalt zu bieten, von Kartoffel-, Semmel- bis Topfenknödel, und, und, und! In Böhmen werde ich bekanntlich in Scheiben serviert. Es gibt auch immer mehr herrliche Variationen im süßen Bereich. Die Klassiker wie etwa Marillen- oder Zwetschgenknödel sind eh unsterblich. Haben Sie schon mal süße Quarkknödel mit Nougat-Füllung probiert? Ein Gedicht! Wenn Sie möchten, verrate ich Ihnen noch eine echte Sensation unter den süßen Knödeln...

Okay, schießen Sie los!

Der letzte Schrei sind Knödel aus japanischem Mochi-Teig mit cremiger Eis-Füllung. Der Teig wird aus Klebreis-Mehl hergestellt. Wie Sie sehen, bin ich viel breiter aufgestellt, als so mancher vermutet. Es gibt ja immer noch Banausen, die meinen, ich wäre so ein zurückgebliebener Wirtshaus-Hansl, der gerne in fetten Soßen badet und sich mit Bier abduckt. Von wegen! Zumal ich auch eine eigene Industrie erschaffen habe.

Wie meinen Sie das?

Ein Koch, der etwas auf sich hält, besitzt Knödeltöpfe, Schneidemaschinen für Knödelbrot, Knödelschüsseln und so weiter. Sie glauben gar nicht, wie viele Arbeitsplätze ich damit erschaffen habe!

Knödel, wir danken Ihnen für das Gespräch. ■

Text: Sebastian Bütow