

07 | 08

JULI | AUG
2020

KULINARISCH · KREATIV · KOMPETENT

chefs!

**MUTIGE
NEWCOMER**

Vier spannende
Neueröffnungen im
Corona-Jahr 2020

Gourmetküche unter gläsernem Himmel

Warum die Macher des Intense
in Kallstadt ihr Menü nun
im Gewächshaus auftischen

Hygiene über alles

Weshalb (Gläser)Spülen
von Hand jetzt verboten
sein müsste

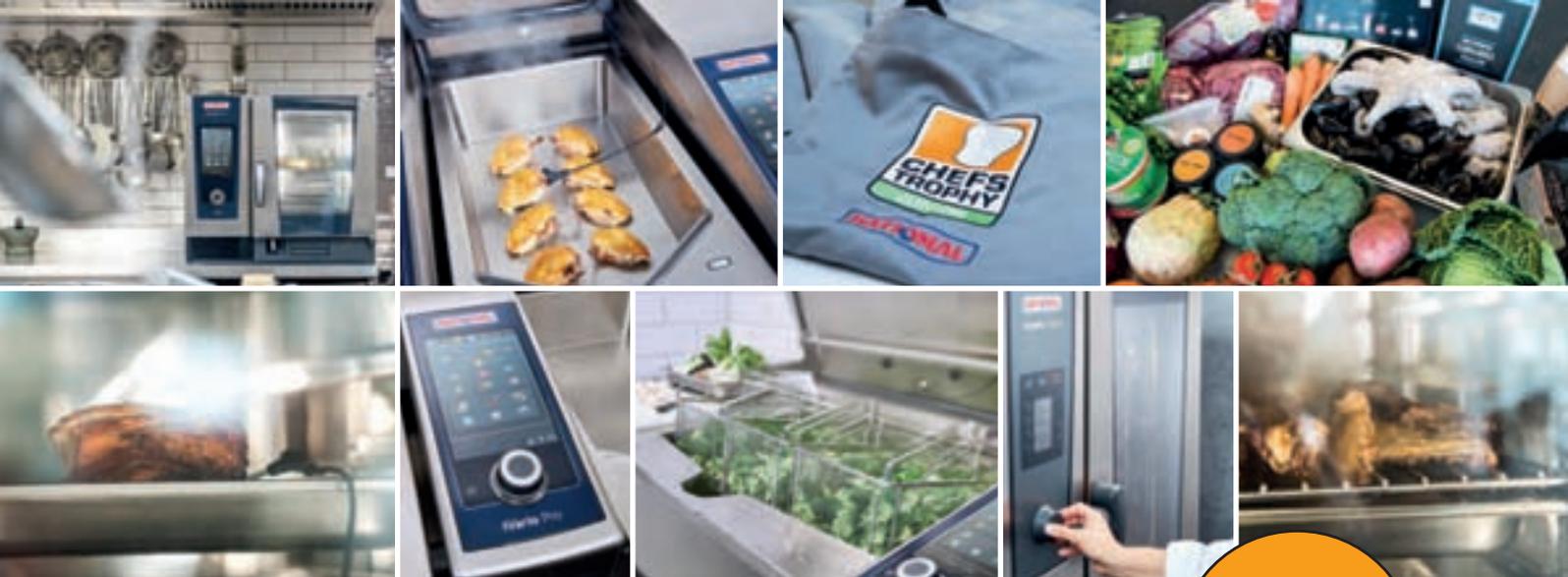
Phoenix auf dem Garagendach

Wo die Schwarzwaldstube
ein neues Zuhause
auf Zeit bekommen hat

Quo vadis, Kochausbildung?

Die Corona-Krise könnte auch zur Krise für die Zukunft junger Menschen werden und in einem neuen
Fachkräfte-Fiasko enden. Warum die Branche jetzt nicht aufhören darf, in gute Ausbildung zu investieren





**Jetzt
bewerben!**

CHEFS TROPHY JUNIOR 2020

Der Wettbewerb für Auszubildende und junge Köche*innen mit Spaß an moderner Gartechnik und Küchenorganisation

Das Wettbewerbsmotto **Kochkunst 3.0 - Fine-dining mit moderner Gartechnik**

Hantieren mit Töpfen & Pfannen war gestern – die Profiküche von heute setzt auf moderne Gartechnik wie iCombi Pro und iVario Pro. Die Geräte sorgen für mehr Effizienz, Wirtschaftlichkeit und kontinuierlich hohe Speisenqualität. Dass moderne Technik und Speisen auf Fine Dining-Niveau kein Widerspruch sind, zeigt die CHEFS TROPHY JUNIOR, der innovative Wettbewerb für Auszubildende & junge Köche – powered by RATIONAL.

Der nächste Termin

Das Finale 2020 findet am **29./30. September** mit fünf Teams unter Einhaltung der aktuellen Hygieneschutzmaßnahmen bei RATIONAL in Landsberg statt – natürlich unter Vorbehalt, sollten veränderte behördliche Vorgaben zu diesem Zeitpunkt eine Umsetzung des Wettbewerbs unmöglich machen.

Die Teilnehmer

Bewerben können sich Zweier-Teams aus 1 Kochazubi (m/w/d) im zweiten oder dritten Ausbildungsjahr und 1 Koch (m/w/d) bis maximal drei Jahre nach der Abschlussprüfung (Stichtag: August 2017). Die beiden Teammitglieder können aus zwei unterschiedlichen Betrieben kommen.

Der 1. Preis

Der Preis ist heiß! Das Siegerteam gewinnt eine mehrtägige Studienreise ins Ausland, inklusive Anreise & Übernachtung.

Der 2.-5. Preis

Ein hochwertiges, zweitägiges Trendseminar mit Heiko Antoniewicz – Trainer, Berater & erfolgreicher Kochbuchautor.



powered by



Bewerbungsunterlagen gibt's zum Download unter www.chefs-magazin.de oder per E-Mail an bewerbung@chefs-trophy.de

Die CHEFS TROPHY JUNIOR ist ein Wettbewerb des Magazins



Zeit für den Blick nach vorn

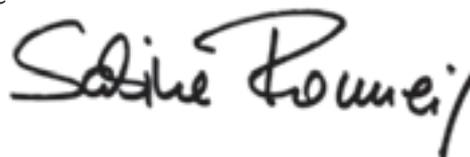
Ja, es fühlte sich gut an – nach Wochen des Lockdown zurück ins alte Leben. Mit Einschränkungen zwar, aber die Hoffnung auf einen einigermaßen unbeschwerten Sommer war da. Jetzt ist sie dahin. Das neue Corona-Virus SARS-CoV-2 ist immer noch da. In aller Welt. Die offiziellen, bestätigten Infektionsfälle weltweit haben längst die Zehn-Millionen-Grenze überschritten. In Deutschland sind vor allem Schlachthöfe von hohen Infektionszahlen betroffen. Das hat eine heftige Diskussion über die Bedingungen der Massentierhaltung und fragwürdigen Praktiken der Fleischindustrie ausgelöst. Beim Branchenriesen Tönnies im Kreis Gütersloh hatten sich bei Redaktionsschluss mehr als 1500 Mitarbeiter*innen mit Corona infiziert. Ein neuerlicher regionaler Teil-Lockdown war die Folge. Nach gestiegenen Testungen innerhalb der Bevölkerung meldete der Kreis auch außerhalb der Tönnies-Belegschaft einen „merklichen“ Anstieg neuer Fälle.

Die Angst vor einer zweiten Welle wächst, und mit ihr die Sorge von Gastronomie und Hotellerie, dass es – kaum, dass das Geschäft wieder hochgefahren und angelaufen ist – einen neuerlichen Lockdown geben könnte. Der Virologe Hendrik Streeck, Professor an der Universität Bonn, spricht von einer kontinuierlichen Welle, „die immer wieder hoch- und runtergeht“. Er fordert Corona-Eingreiftruppen und warnt vor künftigen Pandemien. Währenddessen kämpfen viele Betriebe in Gastronomie/Hotellerie weiter ums Überleben. Während das Geschäft in den deutschen Urlaubsregionen recht gut läuft, fehlen den Hotels und Gastronomiebetrieben in den Städten massiv die Touristen, internationalen Gäste und die Geschäftsleute. Die Veranstaltungsbranche machte mit einer *Night of lights* auf ihre prekäre Situation aufmerksam. Die Maßnahmen der Bundesregierung – wie zuletzt die reduzierten Mehrwertsteuersätze – sind bei weitem nicht ausreichend.

Trotz allem gilt es, zuversichtlich zu bleiben und innerhalb der gesetzten Richtlinien nach vorn zu schauen. *chefs!* tut das, indem wir uns gemeinsam mit unserem Partner Rational entschlossen haben, eine neue Wettbewerbsrunde zur CHEFS TROPHY JUNIOR unter dem Motto „Kochkunst 3.0 – Fine dining mit moderner Gartechnik“ einzuläuten. Die Wettbewerbsaufgaben sind ausgearbeitet, das Hygienekonzept für das praktische Finale steht. Jetzt heißt es „Daumen drücken!“, dass die Fallzahlen unter dem Limit bleiben.

In diesem Sinne – kommen Sie gut und vor allem gesund über den Sommer und bleiben Sie optimistisch!

Herzlichst
Ihre




Sabine Romeis,
chefs! Chefredakteurin
und Herausgeberin



So erreichen Sie die
Redaktion von *chefs!*
Telefon: 0 66 54/91 92 30
E-Mail: s.romeis@
chefs-magazin.de

3 Zahlen, die Sie vielleicht noch interessieren:

1.
Juli

Dieser Tag markiert das Ende der Maskenpflicht in Österreich. Dazu zählt auch, dass Kellner keine Masken mehr tragen müssten. Kanzler Kurz bat aber, die Maske nicht wegzuworfen – „wir werden sie noch brauchen“.

330
Mio.€

umfasst das Budget, das Baden-Württemberg zusätzlich zu Bundesmitteln als gezielte „Stabilisierungshilfe“ für die durch Corona stark gebeutelten Restaurants & Hotels bereitstellt.

130
Mrd.€

beträgt normalerweise der Jahresumsatz der deutschen Veranstaltungswirtschaft, die rund eine Million Menschen beschäftigt. Wegen der Corona-Beschränkungen droht eine Pleitewelle ungeahnten Ausmaßes.

Fokus**06 Ausbildung in Gefahr**

Die Bundesregierung fördert Ausbilder jetzt mit Prämien. Doch welche Pläne haben Betriebe für ihr Ausbildungsengagement in 2020/21? *chefs!* hat Stimmen eingeholt

Kulinarik**20 Gourmetküche im Gewächshaus**

Was tischen Benjamin Peifer & Bettina Thiel mit ihrem Team im Po-up *Intense Garden* in Wachenheim auf?

28 Burger in Bietigheim

Sternekoch Benjamin Maerz hat die Gastronomie im *Hotel Rose* um ein legeres Konzept ergänzt

30 Wie schmecken Burger mit vegetarischen Pattys?

Fragen an Jaap Korteweg von *The Vegetarian Butcher*

32 Gesunde Drinks fürs Immunsystem

Ideen für Cocktails, Smoothies und Teeaufgüsse

34 Genuss@home und unterwegs

Wie bringt man süße Snacks und Kuchen to go am besten an den Mann/die Frau?

Konzepte**38 Vier Neueröffnungen in Zeiten der Pandemie**

Hotel Papa Rhein, Bingen | *Das James*, Flensburg | *Seehaus Hopfensee Bar – Grill – Restaurant*, Füssen | *Wyndberg Hotel, Restaurant und Destille*, Lüneburg

46 Neues Zuhause auf Zeit

Schwarzwaldstube und *Köhlerstube* jetzt im *temporaire* auf dem Garagendach des Hotels *Traube Tonbach*

50 Voller Genuss am Arbeitsplatz

Betriebsverpflegung bei der R+V Versicherung, Wiesbaden

Partner**54 Plädoyer für maschinelles Spülen**

Den Viren keine Chance: Warum Spülen von Hand in Zeiten der Corona-Pandemie verboten sein müsste

58 Was nun, Herr van Tongeren?

Fragen an den Chef D|A|CH von Unilever Food Solutions

62 Neue Größe im Großküchenmarkt

Die Stärken der Unternehmen der *gastro total*-Gruppe

64 Scharfe Schätzchen

Neue Messer und Accessoires für Profiköche*innen

Rubriken**03 Editorial****60 Markt-News****66 Letzte Seite: Köche und ihre Hobbies****66 Impressum****KOCHAUSBILDUNG**
QUO VADIS in der Corona-Krise?

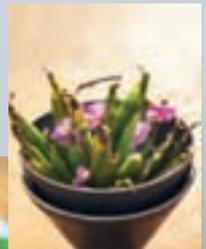
Wegen des Lockdowns und der anhaltenden Einschränkungen in der Pandemie sind viele Ausbildungsbetriebe in wirtschaftliche Schwierigkeiten geraten. Mit welchen Konsequenzen für die Zukunft junger Menschen?

06

Unsere Titelheldin Louisa Friese wurde im Hotel „Louis C. Jacob“ in Hamburg ausgebildet, schloss ihre Ausbildung mit besten Noten ab und hat exzellente Chancen auf dem Arbeitsmarkt. Die Fotos schoss Fotografin Hilke Opelt bei ihrer Teilnahme am Wettbewerb CHEFS TROPHY Junior 2018

PFALZ TRIFFT ASIEN
AUF GLÄSERNER BÜHNE**20**

Benjamin Peifer und Bettina Thiel, die Macher des „Intense“ in Kallstadt, laden über den Sommer 2020 zum Pop-up im Gewächshaus im Englischen Garten des Spitzenweinguts Dr. Bürklin-Wolf in Wachenheim.





**JETZT
ERST
RECHT!**

VON FLENSBURG BIS FÜSSEN:
NEUE HOTELS UND RESTAURANTS **38**



ROTE KARTE
FÜR
HANDSPÜLER
54



46

STERNE AUF DEM GARAGENDACH



DIE NEUE GRÖSSE IM
GROSSKÜCHENMARKT **62**

**#RESTART
MIT ERFOLG**

NACH WOCHEN MIT
PASTA & CO WIRD DIE
BURGER- SEHNSUCHT
DER GÄSTE ZU IHREM
ERFOLGSGARANT!

SALOMON
FoodWorld

Impulse. Erfolg. Emotionen.



ENTDECKEN SIE
DAS GRÖSSTE
BURGERSORTIMENT
IM MARKT

FÜR JEDEN DAS PASSENDE BURGER-PATTY

- Sicherheit im Wareneinsatz
- **Schnelligkeit bei der Zubereitung** – hilfreich bei häufigeren Tischwechseln
- **Viele Rezepturen** mit nur wenigen Zutaten – auch für **Take Away und Lieferung**



Fördermaßnahmen für Ausbildungsbetriebe

Das Maßnahmenpaket richtet sich an KMU (Unternehmen mit nicht mehr als 249 Beschäftigten und mit einem Jahresumsatz von höchstens 50 Millionen Euro), die durch die COVID-19-Krise betroffen sind. Sie sollen zeitlich befristet im Ausbildungsjahr 2020/21 Unterstützung erhalten, damit sie ihre Ausbildungsarbeit aufrechterhalten und junge Menschen ihre Ausbildung fortsetzen und erfolgreich abschließen können. Die Förderungen im einzelnen:

- **Ausbildungsprämie (Ausbildungsangebot fortführen):** Ausbildende KMU, die ihre Ausbildungsleistung im Vergleich zu den drei Vorjahren aufrechterhalten, werden mit einer Ausbildungsprämie gefördert. Sie erhalten für jeden für das Ausbildungsjahr 2020 abgeschlossenen Ausbildungsvertrag einmalig 2 000 Euro (nach Abschluss der Probezeit).
- **Ausbildungsprämie (Ausbildungsangebot erhöhen):** Ausbildende KMU, die ihre Ausbildungsleistung im Vergleich zu den drei Vorjahren erhöhen, erhalten für jeden für das Ausbildungsjahr 2020 zusätzlich abgeschlossenen Ausbildungsvertrag einmalig 3 000 Euro (nach der Probezeit).
- **Vermeidung von Kurzarbeit:** KMU, die trotz erheblichen Arbeitsausfalls (mindestens 50 Prozent) ihre Ausbildungsaktivitäten fortsetzen, werden

mit 75 Prozent der Brutto-Ausbildungsvergütung für jeden Monat gefördert, in dem dies der Fall ist.

- **Auftrags- und Verbundausbildung:** Wenn KMU die Ausbildung temporär nicht fortsetzen können, können andere KMU, überbetriebliche Berufsbildungsstätten oder andere etablierte Ausbildungsdienstleister zeitlich befristet die Ausbildung übernehmen und dafür Förderung erhalten. Dies gilt, wenn der Geschäftsbetrieb des ursprünglich ausbildenden KMU vollständig oder zu wesentlichen Teilen pandemiebedingt von Schließungen oder erheblichen Auflagen betroffen ist, die eine Fortsetzung des Geschäftsbetriebs maßgeblich behindern.
- **Übernahmepremie:** KMU, die Auszubildende aus coronabedingt insolventen KMU bis zum Abschluss ihrer Ausbildung übernehmen, erhalten pro Auszubildendem eine Prämie in Höhe von 3 000 Euro.

Für die Förderung kommen KMU in Betracht, die eine Berufsausbildung in anerkannten Ausbildungsberufen oder in den bundes- und landesrechtlich geregelten, praxisintegrierten Ausbildungen im Gesundheits- und Sozialwesen durchführen. Praktika sind von diesen Regelungen ausgeschlossen. Es wird nur eine Prämie pro Ausbildung gezahlt.

Corona-Krise

AUSBILDUNG IN GEFAHR

Damit die Corona-Krise nicht zur Krise für die berufliche Zukunft junger Menschen wird, hat das Bundeskabinett die Eckpunkte für ein Bundesprogramm „Ausbildungsplätze sichern“ aufgelegt. Für die Unterstützung von Ausbildungsbetrieben sowie ausbildenden Einrichtungen in Gesundheits- und Sozialberufen werden bis zu 500 Millionen Euro bereitgestellt

Wegen der anhaltenden Corona-Krise sind hunderttausende Unternehmen in wirtschaftliche Schwierigkeiten geraten. Besonders betroffen ist davon auch die Hotel- und Gastronomiebranche. Es steht zu befürchten, dass künftig viele Ausbildungsbetriebe wegen Insolvenz oder Betriebsaufgabe wegbrechen und andere wegen Unsicherheit und der negativen wirtschaftlichen Auswirkungen der Krise aufs Geschäft ihre Ausbildungsaktivitäten zurückfahren. Schon Anfang Mai sprach Bundesbildungsministerin Anja Karliczek (CDU) von einem Minus von acht Prozent bei den Ausbildungsplätzen im Vergleich zum Mai 2019. Ihr Appell: „Wir dürfen jetzt nicht zulassen, dass die Corona-Pandemie zu einer Krise auf dem Ausbildungsmarkt wird. Die Auszubildenden von heute sind die Fachkräfte von morgen.“ Höchste Zeit zum Handeln

sieht beispielsweise auch Hans-Jürgen Urban, Vorstandsmitglied der IG Metall: „Gemeinsames Ziel muss es nun sein, einen Corona-Jahrgang junger Menschen ohne Berufsabschluss zu verhindern.“

Die Regierungsparteien haben mit ihrem Beschluss vom 3. Juni 2020 „Corona-Folgen bekämpfen, Wohlstand sichern, Zukunftsfähigkeit stärken“, dort Ziffer 30, fünf Maßnahmen für die Sicherung von Ausbildungsplätzen formuliert. Auf dieser Basis haben sich die Bundesministerin für Bildung und Forschung, der Bundesminister für Wirtschaft und Energie und der Bundesminister für Arbeit und Soziales auf gemeinsame Eckpunkte für das Bundesprogramm „Ausbildungsplätze sichern“ verständigt. Das Bundeskabinett hat die Eckpunkte am 24. Juni 2020 verabschiedet. Die Förderrichtlinien werden jetzt in den zuständigen Institutionen erarbeitet. Diese werden auch die konkreten Voraussetzungen der Förderungen benennen sowie die Stellen, bei denen die Ausbildungsbetriebe die Förderungen beantragt werden können.

Die Gewerkschaft Nahrung-Genuss-Gaststätten (NGG) begrüßte die Prämie für Unternehmen, die Azubis von insolventen Betrieben übernehmen, forderte aber weitergehende Hilfen. Als Beispiel nannte sie Mecklenburg-Vorpommern, wo die Landesregierung 80 Prozent der Ausbildungsvergütungen übernehme, wenn Unternehmen trotz Kurzarbeit die Ausbildung fortsetzen, so die stellvertretende NGG-Vorsitzende Claudia Tiedge.

Die Situation auf dem Lehrstellenmarkt war bekanntlich schon vor Corona problematisch. Laut dem kürzlich veröffentlichten jährlichen Berufsbildungsbericht boten die Betriebe 2019 rund 11 000 Ausbildungsstellen weniger an als 2018 – insgesamt knapp 578 000. Gleichzeitig sank die Zahl der Bewerber*innen von 556 000 auf knapp 550 000. Die Zahl der neu abgeschlossenen Ausbildungsverträge ging um 6 300 auf 525 100 zurück. Rein rechnerisch bestand damit zwar weiter ein Überangebot, aber sinkende Azubi-Zahlen bedeuten auch weniger Fachkräftenachwuchs.

Bundesministerin Anja Karliczek: „Wir haben vor der Krise händeringend nach Fachkräften gesucht und werden auch nach der Krise jede Arbeitskraft brauchen. Mit dem Bundesprogramm ‚Ausbildungsplätze sichern‘ wollen wir als Bundesregierung kleine und mittlere Unternehmen motivieren, in Ausbildung zu investieren.“

Dass die Corona-Krise nicht zu einer Krise für die berufliche Zukunft junger Menschen in Deutschland werden darf, unterstreicht auch Bundesarbeitsminister Hubertus Heil und betont: „Jugend braucht Perspektive. Eine gute Ausbildung bietet sie. Mir ist wichtig, dass junge Menschen auch im Jahr 2020 eine Ausbildung beginnen oder abschließen können. Dafür wollen wir die Ausbildungsprämie einführen. Das Signal an die Unternehmen ist klar: Bildet aus! Die Auszubildenden von heute sind die Fachkräfte von morgen.“ *Sabine Romeis* |

Willkommen im Azubi-Restaurant!

Wegen Corona konnten wir in unseren Gastronomiebetrieben in den vergangenen Monaten wenig bis gar keine Gäste bewirten“, sagt Hanno Sigge, Restaurant & Hotelservices bei BASF in Ludwigshafen. „Dadurch hatten auch unsere 75 Azubis kaum Möglichkeiten, praktisch zu arbeiten.“ Sie waren während des Lockdowns ab Mitte März im Homeoffice und wurden von den Ausbildern sowie der Berufsschule mit Aufgaben versorgt, die sie bearbeiten und präsentieren mussten. Um für die Prüfung gerüstet zu sein, wurden die Azubis im dritten Jahr in Einzel- oder Zweiergruppen in praktischen Themen vor Ort unterwiesen und durften Gerichte ihrer Wahl probekochen. Seit Mitte Juni gibt es nun ein Azubi-Restaurant: d.h. die Azubis kochen für BASF-Mitarbeiter ihr Mittagessen im *Gesellschaftshaus*. Von der Planung, über den Einkauf der Waren, das Zubereiten der Speisen, das Eindecken der Tische, die Gestaltung der Menükarten bis

FOTOS: BASF



hin zu Service und Abrechnung machen sie alles selbst. Was für die BASF-Mitarbeiter eine Alternative zu den regulären Betriebsgaststätten ist, ist für die Azubis eine Chance, nach der langen Corona-Pause die Praxis zu trainieren. „Im Azubi-Restaurant können sie kurz vor ihrer Prüfung nochmal praktische Erfahrungen sammeln“, erklärt Hanno Sigge. Auch 2020/21 bleibt die BASF Gastronomie ein verlässlicher Ausbildungspartner und stellt je Berufsgruppe (Köche, Restaurant- und Hotelfachleute) jeweils zirka zehn Auszubildende ein.

AUSBILDUNG TROTZ KRISE

Bernhard König, Küchendirektor, Parkhotel Adler, Hinterzarten im Schwarzwald

Wir hatten hier im *Parkhotel Adler* während des Lockdowns eine geplante Renovierungs- und Umbauphase. Unsere Auszubildenden haben in dieser Zeit die Inhaberfamilie, die Personalchefin und die Handwerker bekehrt. Ich glaube, sie haben es genossen, Verantwortung zu tragen, ohne dass ihnen ein Ausbilder über die Schulter schaute. Gleichzeitig erhielten sie von uns Ausbildern Aufgaben zu Menüplanung, Kalkulation und Gestaltung von jahreszeitlichen Menüs. Ich als Ausbilder hatte wiederum Zeit, die Berichtshefte genauer unter die Lupe zu nehmen und in Einzelgesprächen näher auf die jungen Mitarbeiter*innen einzugehen. Trotz Corona-Krise halten wir unser Engagement für unsere Azubis unverändert aufrecht. Das Fordern und Fördern von jungen Menschen ist ein wichtiger Eckpfeiler unserer Arbeit, denn wir sind überzeugt: Ausbildung ist ein sehr wichtiger Baustein für den Erfolg der Branche. Wenn erfahrene Ausbilder wie wir der Ausbildung den Rücken kehren, bleibt der Nachwuchs auf der Strecke. Krise hin, Krise her: Flexible und kreative Köche werden immer gebraucht.

FOTO: PARKHOTEL ADLER



BERND WERNER* ÜBER...

...AUSBILDUNG IM LOCKDOWN

In der Zeit des Lockdowns habe ich mit unseren Auszubildenden einen To-go-Service aufgebaut, der von Mittwoch bis Sonntag in Betrieb war. Darüber hinaus haben wir verschiedene Projekte in Sachen Pflege- und Aufräumarbeiten angestoßen und natürlich auch Überstunden abgebaut. Unseren Kochazubi im dritten Lehrjahr haben wir Anfang des Jahres nach eingehendem Training zur Prüfungsvorbereitung auf die Stadtmeisterschaft nach Baden-Baden geschickt. Die Vorbereitung für das Prüfungsmenü knüpfte an diesen Wettbewerb an, dafür hatten wir genug Zeit.

...DIE ZUKUNFT SEINER AUSBILDUNG

Wir stellen trotz der Umsatzverluste im Lockdown weiterhin drei Kochauszubildende pro Jahr ein und bilden weiter auf dem gleich hohen Niveau wie bisher aus. Die ersten Services nach fast zwei Monaten Abstinenz am Herd haben gezeigt, dass die Köche*innen heiß darauf sind, mit ihrer Arbeit wieder Gäste glücklich zu machen und es zum Glück auch Gäste gibt, die glücklich gemacht werden wollen. Daran hat sich während des



Lockdowns nichts verändert. Das Bedürfnis der Gäste, die Zeit bei einem guten Essen für Gespräche und Geselligkeit zu nutzen, hat sich in der Corona-Krise vielmehr gesteigert. Das wiederum motiviert mich, tagtäglich junge Menschen an den Beruf heranzuführen und darin auch eine Zukunft zu sehen.

*Bernd Werner (links) ist Küchenmeister, Ausbilder und Geschäftsführer auf Schloss Eberstein und wird in seinen Ausbilderaufgaben von Küchenchef Andreas Laux unterstützt

FOTO: SCHLOSS EBERSTEIN



„TÜV-Plakette für Ausbilder!“

Wir haben zurzeit sieben Auszubildende in der Küche, einer macht in Kürze seine Prüfung, doch ab Herbst kommen weitere vier Azubis für die Küche dazu. Wir werden unser Ausbildungsengagement also trotz Corona unverändert hoch halten. Von der Politik erwarte ich, dass sie die Gastronomie und die Ausbildung mehr unterstützt, fördert und vor allem dazu beiträgt, dass die Ausbildung für die neue, junge Generation attraktiv bleibt. Dazu bedarf es attraktiver, zertifizierter Ausbildungsplätze, und es muss durch die IHK auch regelmäßig kontrolliert werden, ob die Ausbildereignung des einen oder anderen Betriebes tatsächlich noch gegeben ist. Ich denke da konkret an die Einführung einer Art TÜV-Plakette für Ausbilder, die vom Staat gefördert und in die Tat umgesetzt wird.

Jörg Richter, Küchendirektor, Steigenberger Hotel Der Sonnenhof, Bad Wörishofen

FOTO: CHEFS/CLAUDIA ROTHENBERGER

SAGEN SIE MAL,

Herr Kirchner: Wie kann die Politik Ausbilder motivieren?

Wir brauchen keine Motivation durch die Politik. Da wir hier bei der Allianz in Hannover frisch mit der Kochausbildung beginnen, sind alle im Team hoch motiviert und freuen sich auf den Ausbildungsstart am 1. August. Ich glaube nicht, dass gute Ausbilder*innen sich ihre Motivation durch die Politik holen. Sicherlich kann eine finanzielle Unterstützung pro Ausbildungsvertrag im Moment vielen Betrieben helfen, aber die Motivation und der Antrieb guter Ausbilder liegt in dem Anspruch begründet, eigenes Wissen weiterzugeben und zu teilen. Wenn wir als Ausbilder*innen die Kochausbildung interessant, abwechslungsreich, wertschätzend und lehrreich gestalten, sehe ich für die Zukunft nicht schwarz. Wir haben einen sehr attraktiven Beruf mit vielen Chancen. Aber wir müssen darauf achten, dass junge Menschen ihren Lebensstil und ihre Work-Life-Balance nach ihren Wünschen und Bedürfnissen umsetzen können. Faire Arbeitszeiten, ein moderner Arbeitsplatz, guter Umgangston im Betrieb, die Planbarkeit der Arbeitszeiten und eine angemessene Bezahlung, sind nur einige Beispiele, auf die es jetzt und in Zukunft ankommt.

FOTO: CHEFS! / CLAUDIA ROTHENBERGER

„Ob der Kochberuf und die Kochausbildung zukünftig noch attraktiv sind, hängt letztendlich auch von uns Ausbildern*innen ab. Lasst uns offensiv daran arbeiten!“

Markus Kirchner, Gastroleiter Hannover / Bremen, Allianz Deutschland AG

Herr Kupitz: Wieviel Praxis fehlt Ihren Azubis?

Zum Glück nicht allzu viel. Seit März haben wir die Bundeswehr als Kunde im Hotel – Soldaten in Quarantäne. Das bedeutet, dass unsere Auszubildenden auch während des allgemeinen Lockdowns gut beschäftigt waren und es für sie immer Arbeit und adäquate Aufgaben gab. Wir haben sie nicht allein gelassen, vielmehr haben sie ihre Aufgaben immer unter Anleitung eines ausgebildeten Mitarbeiters aus Küche und Service bewältigt. Außerdem gab es für sie die Möglichkeit, zweimal pro Woche in einem Extra-Raum für die Theorieprüfung zu lernen. Für die praktische Prüfung haben wir dann wie jedes Jahr eine simulierte Prüfung durchgeführt, in der wir das gesamte Prüfungsgeschehen bis hin zum gastorientierten Gespräch durchspielen. Was mich besonders freut: Corona zum Trotz werden wir im Herbst alle neuen Azubis wie geplant einstellen und weiterhin sehr gut ausbilden. Der Kochberuf bleibt gefragt. Es wird auch eine Zeit nach Corona geben, in der die Menschen wieder in Hotels feiern und Essen gehen werden, wenngleich keiner weiß, wie weit der Weg dahin noch ist.

„Trotz Corona werden wir im Herbst wie geplant alle neuen Auszubildenden einstellen und im Haus natürlich auch weiterhin sehr gut ausbilden.“

Denny Kupitz, Küchenchef, Maritim Airport Hotel Hannover

7 FRAGEN – 7 ANTWORTEN

„Wir stellen fürs neue Ausbildungsjahr wie geplant ein“

Belinda Heimann, Training Manager/Ausbilderin im Kempinski Hotel Berchtesgaden, über Ausbildungssicherung im Lockdown, effektives Lernen im Homeoffice, die Zukunftssorgen junger Menschen und die Notwendigkeit, jetzt an guter Ausbildung festzuhalten, um den betrieblichen Erfolg in der Zukunft zu sichern

chefs!: Mehr als zwei Monate war das Kempinski Hotel Berchtesgaden in der Corona-Krise geschlossen, seit 30. Mai empfangen Sie nun wieder Gäste. Was bedeutete diese lange Schließzeit für Ihre 24 Auszubildenden in den verschiedenen Ausbildungsberufen?

Heimann: Nach dem Lockdown haben wir notgedrungen alle nach Hause, also quasi ins Homeoffice, geschickt.

chefs!: Eine Art Urlaub?

Heimann: Nein, das war kein Urlaub! Ich habe mit allen engen Kontakt via Telefon, Skype & Co. gehalten und sie, je nach Ausbildungsberuf und -jahr, mit speziellen Aufgaben versorgt, damit das Lernen nicht ins Stocken kommt, sondern möglichst nahtlos weitergeht.

chefs!: Haben alle jungen Leute die Herausforderung angenommen und diszipliniert mitgearbeitet?

Heimann: Am Anfang waren manche, gerade die Azubis aus dem ersten Lehrjahr, vielleicht etwas irritiert ob der ungewohnten Situation, doch dann haben alle mitgemacht. Ich glaube, die jungen Leute waren letztendlich froh, etwas zu tun zu haben und Struktur in ihr Leben zu bekommen. Natürlich habe ich die Ausarbeitungen auch überprüft, korrigiert und Erlerntes abgefragt. Alle mussten sich also ernsthaft mit der Materie auseinandersetzen.

chefs!: Und die Praxis?

Heimann: Die konnten wir sicherlich nicht so abbilden wie im laufenden Betrieb, das hat die Azubis der einzelnen Berufe unterschiedlich getroffen. Zum Glück hatte z.B. unser Kochauszubildender im dritten Jahr bereits vor dem Lockdown seine vorgezogene Prüfung

abgelegt. Seine vier Azubi-Kollegen im ersten und die drei Koch-Azubis im zweiten Lehrjahr können die Praxis in den kommenden Monaten noch gut aufholen. Eng wird es für die Hotelfachleute, die Anfang nächsten Jahres ihre vorgezogene Prüfung machen wollen, sie müssen nun ganz schön Gas geben, aber sie sind ehrgeizig und werden das mit unserer Unterstützung schaffen.

chefs!: Wie geht es weiter mit der Ausbildung im Kempinski Berchtesgaden?

Heimann: Wir sehen uns unverändert in der Verpflichtung gut auszubilden, denn wir wollen ja auch weiterhin gute Mitarbeiterinnen & Mitarbeiter haben. Deshalb stellen wir für August wie geplant wieder acht neue Auszubildende in den verschiedenen Berufen ein. Mit einigen habe ich sogar während der Schließphase die Bewerbungsgespräche per Skype geführt, weil wir ihnen nicht zumuten wollten, während des Lockdowns ins Hotel zu kommen.

chefs!: Gab es denn überhaupt genug Bewerber*innen oder hat Corona den jungen Menschen die Lust auf eine Ausbildung in der Gastronomie/Hotellerie genommen, weil diese Branche von der Krise besonders hart betroffen ist?

Heimann: Nein, gar nicht. Wir hatten sogar viele Bewerbungen, wenngleich nicht alle die Anforderungen der 5-Sterne-Hotellerie erfüllen konnten. Ich glaube, unsere Branche ist für junge Menschen, die wirklich Lust aufs Gastgewerbe haben, nicht weniger attraktiv als vorher. Ich denke auch, dass sich die Situation binnen ein bis zwei Jahren wieder normalisieren wird. Ich stehe mit den neuen Azubis in Kontakt, sie



freuen sich auf den Ausbildungsbeginn. Einige haben sich natürlich Gedanken gemacht, was die Krise für ihre Zukunft bedeutet und ob ihr Ausbildungsplatz noch da ist. Das können wir ihnen zum Glück bestätigen. Im Gegensatz zu vielen anderen Hotels, die ausstellen, stellen wir ein. Das gilt für Azubis wie auch für neue Fachkräfte.

chefs!: Läuft das Geschäft denn schon wieder so gut?

Heimann: Natürlich längst nicht auf Vor-Corona-Niveau, da hatten wir einen richtig guten Lauf, aber im Vergleich zu vielen Stadthotels hatten wir mit 45 bis 50 Prozent im Juni schon wieder eine gute Auslastung, Tendenz steigend. Die Veranstaltungsumsätze fehlen uns natürlich. Auch wir müssen jetzt sparen, Investitionen zurückstellen und alle Ausgaben genau hinterfragen, aber wir wollen auf keinen Fall an der Qualität sparen. Deshalb dürfen wir jetzt auch nicht in der Ausbildung nachlassen, denn nur mit gut ausgebildeten Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern können wir in Zukunft gute Umsätze machen.

WEITERBILDUNG STATT CORONA-BLUES

2. TEIL

chefs! verlost gemeinsam mit dem IST-Studieninstitut einen kostenlosen Platz für die Weiterbildung „Geprüfter Küchenmeister (IHK)“. Bewerben Sie sich bis 20. Juli 2020 mit einem kurzen Initiativschreiben, warum ausgerechnet Sie diesen Platz gewinnen sollen. Bewerbungen richten Sie bitte an die E-Mail-Adresse info@gastronomia-verlag.de



Der Meistertitel ist für Köche/Köchinnen ein anerkannter Nachweis ihrer fachlichen und sozialen Kompetenz. Der Abschluss ist somit der perfekte Türöffner, um mehr Verantwortung und eine Führungsposition in der Küche zu übernehmen. Um der Zielgruppe den Weg zum IHK-Abschluss so einfach wie möglich zu machen, hat das IST-Studieninstitut bei der Konzeption der Weiterbildung „Geprüfter Küchenmeister (IHK)“ das besondere berufliche Engagement der Mitarbeiter*innen in der Gastronomie berücksichtigt und die Kurslänge auf 20 Monate mit lediglich

neun Präsenztage beschränkt. Diese Präsenztage verteilen sich auf drei Seminarblöcke, und die Teilnahme daran ist freiwillig. Mit der zusätzlichen Möglichkeit, individuelle Lernpausen einzulegen, können Sie die Weiterbildung weitestgehend nach Ihren Bedürfnissen ausrichten.

Als Besonderheit wird eine intensive Prüfungsvorbereitung angeboten: Nach einer Simulation der praktischen IHK-Meisterprüfung nehmen die Dozenten als erfahrene Küchenmeister und IHK-Prüfer eine individuelle Stärken-Schwächen-Analyse vor und geben wertvolle Tipps – ohne weitere Studiengebühren. Zusätzlich unterstützt die IST-App mit einem Lern-Quiz zu den Themen Recht, Betriebswirtschaftslehre, Unternehmensführung und Rechnungswesen bei der Prüfungsvorbereitung. Komplexe Inhalte werden unkompliziert und kurzweilig vermittelt. So optimal vorbereitet, können Absolventen*innen zeitnah Ihre IHK-Prüfung Geprüfter Küchenmeister (IHK) ablegen. Da die Ausbildereignungsprüfung Voraussetzung für den praktischen Teil der Meisterprüfung ist, gibt es vom IST die entsprechenden Unter-

lagen kostenfrei dazu. Zukünftige Küchenmeister erhalten zusätzlich das Zertifikat Ernährungsberater, wodurch Sie die Grundlagen einer gesunden und ausgewogenen Ernährung kennenlernen und die Beratungskompetenz rund um das Thema „Ernährung“ erlangen.

ANZEIGE

HUG
www.hug-foodservice.ch
We love your creativity!
Karl Zieres GmbH Tel. 06181 18046-0



„Keine neuen Azubis in diesem Jahr“

Ausbilden ist unsere Passion, aber da unser Personalstamm für das jetzige à la carte-Geschäft vollkommen ausreichend ist, werden wir wohl auf die Einstellung von neuen Auszubildenden in diesem Sommer bzw. Herbst verzichten. Die Azubi-Zahlen im Haus bleiben gleich, weil wir in diesem Jahr keinen Kandidaten für die Abschlussprüfung haben. Im kommenden Jahr wollen wir dann wieder junge Menschen einstellen und haben sogar schon zwei Bewerber in petto. Wir freuen uns über die Ausbildungsprämie der Bundesregierung: Frisches Geld ist immer hilfreich, erst recht in Zeiten wie diesen, wenn man 50 bis 60 Prozent weniger Einnahmen hat. Generell wird die Kochausbildung im *Gasthaus Müller* fortgeführt, daran wird auch die Corona-Krise nichts ändern. Schließlich haben wir einen der geilsten Berufe auf diesem Planeten, mit phänomenalen Möglichkeiten. Man muss drei Jahre richtig Gas geben und dann steht einem die ganze Welt offen!

Rolf Müller, Küchenchef, Gasthaus Müller, Barsinghausen-Göxe



„Wir müssen den Azubis Optimismus vermitteln“

Anton Pozeg, Culinary Director, Schloss Elmau, sieht Ausbilder und Betriebe in der Pflicht, den jungen Menschen und Berufseinsteigern die Zukunftsfähigkeit der Branche zu vermitteln

chefs: *Wie haben Sie die Azubis auf Schloss Elmau über die schwierige Zeit des Shutdowns gebracht?*

Pozeg: Gerade für die Azubis war die Zeit während des Shutdowns sehr herausfordernd. Teilweise haben wir sie vollbezahlt freigestellt. Zugleich konnten wir uns für den Abschlussjahrgang noch ein wenig mehr Zeit nehmen und noch ein bisschen mehr in die Prüfungsvorbereitung investieren, als wir es unter normalen Umständen ohnehin schon tun. Die Berufsschule hat ein Online-Lehrprogramm zusammengestellt, sodass die Azubis sich weiter vorbereiten konnten. Sie hatten genug Zeit, sich auf die theoretische Prüfung einzustimmen, und sobald der Warenkorb bekannt war, haben wir gemeinsam probegekocht.

chefs!: *Bleiben die Ausbildungszahlen auf dem gleichen Level wie vor der Krise oder stellen Sie im Herbst weniger Azubis ein?*

Pozeg: Wir werden gleich viele Azubis einstellen wie in den Jahren zuvor. Zugleich ist es sehr wichtig, den Azubis Optimismus zu vermitteln. Sie haben sich für unsere Branche entschieden und stehen nun vor dem Schritt ins Berufsleben. Vor der Krise gab es in der Branche einen großen Fachkräftemangel – zugunsten der nachhaltigen Zukunftsplanung sollten wir nun vermeiden, ein allzu schwarzes Bild zu malen und junge Leute von der Berufswahl abzuschrecken. Unsere Branche wird sich verändern, aber Talente werden wir immer brauchen – die Hotellerie und Gastronomie lebt von Menschen.

chefs!: *Was kann/muss die Politik machen, damit Corona nicht zum Ausbildungskiller wird?*

Pozeg: Die Politik hatte vorrangig zum Ziel, die Gesundheit der Bevölkerung zu



„Zugunsten der nachhaltigen Zukunftsplanung sollten wir jetzt vermeiden, ein allzu schwarzes Bild zu malen und die jungen Leute von ihrer Berufswahl abzuschrecken.“

Anton Pozeg, Culinary Director, Schloss Elmau, Krün

die weiterhin ausbilden, denn für viele Betriebe ist das nicht mehr im gewohnten Rahmen notwendig. Zudem brauchen alle, die sich für eine Ausbildung in der Hotellerie und Gastronomie entscheiden, die Sicherheit, dass die gewählte Branche zukunftsfähig ist, auch wenn sie von der aktuellen Krise stärker betroffen ist als andere.

chefs!: *Welche Zukunft hat der Kochberuf überhaupt – ist er immer noch attraktiv?*

Pozeg: Der Kochberuf hat in den letzten Jahren schon

einen großen Wandel erfahren. Das Bild von Köchinnen und Köchen ist mittlerweile ein anderes – natürlich haben dazu auch einschlägige TV-Formate ihren Teil beigetragen. Dennoch: Die Rahmenbedingungen des Berufes sind herausfordernd, und gerade daran müsste einiges getan werden. Dies ist aber im aktuellen Geschäft für viele Betriebe schlicht nicht möglich. Zudem wissen viele nicht, welche Weiterentwicklungsmöglichkeiten es gibt. Hier müssten gezielt Angebote geschaffen werden. Viele heutige Führungskräfte und Hoteldirektoren haben mit einer Kocharbeit die Grundlage für ihre Karriere gelegt, das ist vielen Neueinsteigern nicht bewusst. !



schützen. Das war und ist richtig und wichtig, so sehr die Folgen unsere Branche auch herausfordern. Es gilt nun, neben den bislang aufgesetzten Hilfspaketen Anreize für diejenigen zu schaffen,



DIE MITGLIEDER

PROFIS IN SACHEN KOCHAUSBILDUNG

Das Netzwerk mit rund 100 Kolleginnen & Kollegen



„Ausbilder agieren leider oft eher im Vorbogenen und bleiben in der breiten Öffentlichkeit unerkant. Deshalb ist unser Preis so wertvoll und wichtig.“

Markus Kirchner, Chef der Jury,
Gastro-Leiter Allianz Hannover



„Man versteht sich sofort, von Kollege zu Kollege, wenn man diese weiße Jacke mit dem CHEFS TROPHY-Logo trägt.“

Karl-Hermann Franck,
BASF Gastronomie, Ludwigshafen



„Es ist schon einzigartig: In unserem Netzwerk sind alle auf einer Wellenlänge. Man schätzt sich gegenseitig und begegnet sich auf Augenhöhe.“

Gerhard Beck, Executive Chef,
Lufthansa Seeheim

- 01 | **Steffen Albert, Küchenchef,**
Prüfers Gasthof, Hellwege
- 02 | **Hermann Allmeritter, Leiter der Wirtschaftsbetriebe,**
Vereinte Martin Luther und Althanauer Hospital Stiftung, Hanau
- 03 | **Heiko Antoniewicz, Ehrenmitglied,**
Trainer, Berater & Buchautor, Werne
- 04 | **Gerhard Beck, Küchendirektor,**
Tagungshotel Lufthansa Seeheim, Seeheim-Jugenheim
- 05 | **Klaus Behr, Küchenchef,**
M.M. Warburg Bank, Hamburg
- 06 | **Patrick Bernd, stellv. Küchenchef**
Maritim Airport Hotel Hannover
- 07 | **Thilo Bischoff, Patron-Chef,**
Ähndl-Wirtschaft, Murnau & Bischoffs Haus am See, Seeshaupt
- 08 | **Eugen Block, Hotelier & Unternehmer, Ehrenmitglied,**
Grand Elysée / Block Gruppe, Hamburg
- 09 | **Klaus Buderath, Küchenchef Seestern,**
LAGO hotel & restaurant am see, Ulm
- 10 | **Heinz Brudnjak, Küchenmeister,**
Hochhausen/Tauber-Kreis
- 11 | **Mario Corti, Executive Chef,**
Brenner's Park-Hotel & Spa, Baden-Baden
- 12 | **Richard Crohn-Fischer, Küchenchef,**
Romantik-Hotel Namenlos & Fischerwiege, Ahrenshoop/Ostsee
- 13 | **Heiko Dawartz, Leiter Zentralküche & Events,**
Hansapark, Sierksdorf
- 14 | **Carsten Dawurske, Sous-Chef,**
Allianz Deutschland AG, Hamburg
- 15 | **Goran Dolic, Sous-Chef Bankett & Ausbilder,**
Beiersdorf AG, Hamburg
- 16 | **Gerd Engelhardt, Leiter Zentralküche,**
Klinikum Fürth
- 17 | **Michél Engling, Küchendirektor,**
The Ritz-Carlton, Berlin
- 18 | **Alfred Freeman, Gruppenleiter Küche-Service,**
Spiegel-Verlag / Spiegel Kantine, Hamburg
- 19 | **Sven Feldmann, Küchendirektor,**
BASF Gesellschaftshaus, Ludwigshafen
- 20 | **Karl-Hermann Franck, Küchendirektor in Vorruhe,**
BASF Gastronomie, Ludwigshafen
- 21 | **Stefan Fuß, Inhaber & Küchenchef,**
Gasthaus & Catering Goldener Stern, Friedberg-Rohrbach
- 22 | **Georg Gelfert, Küchenchef,**
Berghotel Schlossanger Alp, Pfronen
- 23 | **Christoph Gärtner, Gruppenleiter Gastronomie,**
Allianz Deutschland AG, Hamburg
- 24 | **Joachim Glemser, Küchenchef,**
Grand Elysée Hamburg
- 25 | **Peter Gorges, Küchenmeister,**
Frankfurt/Main
- 26 | **Marco Grützner, Küchendirektor,**
Autostadt Restaurants operated by Mövenpick, Wolfsburg
- 27 | **Peter Griebel, Küchendirektor,**
Estrel Hotel, Berlin
- 28 | **Josef Hartl, Patron-Chef,**
Gasthof Hartl Zum Unterwirt, Türkenfeld
- 29 | **Ulrich Heimann, Executive-Chef Pur**
Kempinski Hotel Berchtesgaden
- 30 | **Kurt Henkensmeier, Küchenmeister & Ausbilder,**
BASF Gesellschaftshaus, Ludwigshafen
- 31 | **Jan Horstmann, Küchenchef,**
Restaurant Heimathafen, Laboe
- 32 | **Michel Jasser, Sous Chef & Ausbilder,**
Carls an der Elbphilharmonie, Hamburg
- 33 | **Bojan Jaukovic, Küchenleiter,**
Vereinte Martin Luther und Althanauer Hospital Stiftung, Hanau
- 34 | **Jörg Kantor, Leiter Gastronomie,**
Tierpark Nordhorn
- 35 | **Karin Kantor, Küchendirektorin,**
Tierpark Nordhorn
- 36 | **Markus Kirchner, Gastroleiter Hannover,**
Allianz Deutschland AG
- 37 | **Thomas Kling, Küchenmeister,**
Hotel Berlin's KroneLamm, Bad Teinach-Zavelstein
- 38 | **Jan-Peter Knopps, Kochwerk Leitung Stab,**
Kochwerk powered by Otto, Hamburg
- 39 | **Michel König, Küchenmeister,**
Mainz, Rheinland/Pfalz
- 40 | **Bernhard König, Küchendirektor,**
Parkhotel Adler, Hinterzarten

**SIE BRENNEN FÜR DAS THEMA AUSBILDUNG UND WOLLEN ZUM NETZWERK DAZUGEHÖREN?
BEWERBEN SIE SICH! MEHR UNTER WWW.CHEFS-MAGAZIN.DE**

Powered by



- 41 | **Andreas Krolik, Küchenchef Laflleur,**
Tiger & Palmen, Frankfurt/Main
- 42 | **Ralf Kroschel, Leiter Betriebsgastronomie Wolfsburg,**
Volkswagen Service Factory Gastronomie
- 43 | **Martin Kucher, Patron-Chef,**
Kuchers Landhotel, Darscheid/Vulkaneifel
- 44 | **Denny Kupitz, Küchenchef,**
Maritim Airport Hotel Hannover
- 45 | **Kai Kürschgen, Küchendirektor,**
Hüls Service GmbH, Marl
- 46 | **Dominik Lang, Küchenchef,**
Wyndberg Hotel, Restaurant, Destille, Lüneburg
- 47 | **Marco Lange, Hoteldirektor,**
Bio-Seehotel Zeulenroda
- 48 | **Andreas Laux, Küchenchef & Ausbilder,**
Schloss Eberstein | Werner Gourmet GmbH, Gernsbach
- 49 | **Stefan Lichtenberg, Leitung Betriebsgastronomie,**
Edeka Zentrale, Hamburg
- 50 | **Hendrik Maas, Küchendirektor,**
Restaurant (m)eatery & Side Hotel Hamburg
- 51 | **Robert Mangold, Geschäftsführer,**
Tiger & Palmen, Frankfurt/Main
- 52 | **Enrico Martin, Küchenmanager,**
Van der Valk Hotel Berlin-Brandenburg, Blankenfelde
- 53 | **Thomas Martin, Küchendirektor,**
Hotel Louis C. Jacob, Hamburg
- 54 | **Dirk Melsheimer, Patron-Chef,**
Hotel Villa Melsheimer, Reil/Mosel
- 56 | **Sebastian Michels, Executive Chef,**
Westin Hotel in der Elbchausee, Hamburg
- 57 | **Marcus Möller-Lüneburg, Küchenmeister,**
Hamburg
- 58 | **Frank Müller, Inhaber & Küchenchef,**
Gasthaus Müller, Barsinghausen-Göxe
- 59 | **Rolf Müller, Küchenchef,**
Gasthaus Müller, Barsinghausen-Göxe
- 60 | **Thorsten Pitt, Direktor,**
Autostadt Restaurants operated by Mövenpick, Wolfsburg
- 61 | **Volker Pohlmann, Küchenmeister,**
Hamburg
- 62 | **Karlheinz Philippi, Küchenmeister,**
Heusenstamm
- 63 | **Jörg Richter, Küchendirektor,**
Steigenberger Hotel Der Sonnenhof, Bad Wörishofen
- 64 | **Jens Rittmeyer, Küchenchef & Gastronomischer Leiter,**
Navigare NSBhotel & Restaurant N°4, Buxtehude
- 65 | **Oliver Ruthardt, Küchendirektor,**
Hotel Bareiss, Baiersbronn
- 66 | **Christian Scheler, Küchenmeister,**
Schloss Elmau Luxury Spa Retreat & Cultural Hideaway, Krün
- 67 | **Peter Sikorra, Küchendirektor,**
Grand Elysée Hamburg
- 68 | **Friedhelm Scharenberg, Küchenmeister,**
Wolfsburger Schulverpflegung, Wolfsburg
- 69 | **Barbara Schlachter-Ebert, Patron-Chefin,**
Berghotel Schlossanger Alp, Pfronten
- 70 | **Reimer-Eggert Schlüter, Küchenmeister,**
Hamburg
- 71 | **Peter Schmidt, Küchenmeister &
Chef der Jury CHEFS TROPHY JUNIOR und
CHEFS TROPHY KARRIERE**
Villingen-Schwenningen
- 72 | **Armin Schumann, Patron-Chef,**
Schumann's Genusswerkstatt, Pulsnitz
- 73 | **Peter Schmitt, Patron-Chef,**
Liedberger Landgasthaus, Korschenbroich
- 74 | **Marian Schneider, Geschäftsführung,**
gastrovents, Ulm/Donautal
- 75 | **Oliver Steffensky, Küchendirektor,**
Hotel Bareiss, Baiersbronn
- 76 | **Rolf Straubinger, Inhaber & Patron-Chef,**
Burg Stauffeneck, Salach
- 77 | **Simon Tress, Patron & Ausbilder,**
Biohotel | Restaurant Rose, Hayingen-Ehestetten
- 78 | **Christian Troch, Betriebsleiter,**
Bio-Lifestyle Catering, Kempten & MSA, Sonthofen
- 79 | **Thea Nothnagel, Ausbilderin,**
Hotel Hilton Berlin
- 80 | **Michael Oettinger, Patron-Chef,**
Hotel Hirsch, Fellbach-Schmiden
- 81 | **Markus Peller, Sous Chef,**
Gasthaus & Catering Goldener Stern, Rohrbach
- 82 | **Josef Rasch, Küchenchef,**
Sonnenalp Hotel & Resort, Ofterschwang
- 83 | **Julian Richert, Küchenchef,**
Seehotel Töpferhaus, Alt Duvenstedt
- 84 | **Michel Rinkert, Küchenchef,**
Carls an der Elbphilharmonie, Hamburg
- 85 | **Martin Vanicek, Küchenchef,**
Tagungshotel Lufthansa Seeheim, Seeheim-Jugenheim
- 86 | **Carsten Volkert, Küchenchef,**
Biohotel | Restaurant Rose, Hayingen-Ehestetten
- 87 | **Alf Wagenzink, Inhaber/Küchenmeister,**
Economic Hotel Solutions, Berlin
- 88 | **Chris Wagner, Ehrenmitglied,**
Florida/USA
- 89 | **Thomas Walter, F&B-Direktor,**
Kempinski Hotel Berchtesgaden
- 90 | **Daniel Weimer, Küchenchef,**
Parkhotel Adler, Hinterzarten
- 91 | **Marco Wenninger, Betriebsleiter,**
Augustinum Service Gesellschaft, Bad Soden
- 92 | **Fabian Weilandt, Küchenchef,**
Steigenberger Hotel Der Sonnenhof, Bad Wörishofen
- 93 | **Bernd Werner, Patron-Chef & Ausbilder,**
Schloss Eberstein | Werner Gourmet GmbH, Gernsbach
- 94 | **Mike Wieser, Küchenchef,**
WISAG im Willy-Brandt-Haus, Berlin



„Das Netzwerk vereint die besten Ausbilder und Kollegen aus ganz Deutschland. Legendar und ein einmaliges Erlebnis ist die jährliche Studienreise nach Dubai und Ras Al Khaimah.“

Peter Sikorra, Küchendirektor,
Grand Elysée Hamburg



„Das CHEFS TROPHY-Netzwerk ist eine großartige Community und strahlt hohe Kompetenz aus. Von jedem der vertretenen Kollegen kann man etwas lernen.“

Michel Rinkert, Küchenchef,
Carls an der Elbphilharmonie, Hamburg



„Die Reaktionen auf unseren Gewinn der CHEFS TROPHY waren gigantisch. Der Preis hat unsere Position auch intern gestärkt und half uns dabei, das Thema Ausbildung weiter voranzubringen.“

Christoph Gärtner, Gruppenleiter
Gastronomie, Allianz AG Hamburg



„Das CHEFS TROPHY-Netzwerk leistet Hervorragendes in der Kochausbildung. Es ist mir jedes Jahr ein großes Vergnügen, ein Seminar für die Finalisten der JUNIOR-Trophy zu gestalten.“

Heiko Antoniewicz, Ehrenmitglied,
Impulsgeber & Buchautor, Werne





Die Veranstaltungswirtschaft ist eine der größten Sektoren in der deutschen Wirtschaft und zählt über eine Million Arbeitnehmer*innen. Sie erwirtschaftet normalerweise einen jährlichen Umsatz von rund 130 Milliarden Euro. Konzerte, Volksfeste, Firmenfeiern und Messen ziehen in normalen Jahren in Deutschland knapp 500 Millionen Besucher an. Wegen der Corona-Krise können sie bis auf Weiteres nicht oder nur unter erheblichen Auflagen stattfinden. Mit der *Night of Light* vom 22. auf den 23. Juni machte die Veranstaltungswirtschaft auf ihre existenzielle Notlage aufmerksam. Jutta Kirberg, von Anfang an Unterstützerin der *Night of Light*, zeigte sich als Vertreterin der Catering-Branche überwältigt: „In der letzten Nacht wurde ein Zeichen gesetzt, das wirklich niemand übersehen konnte. Ich hoffe, dass es bald eine planbare Perspektive gibt, damit wir Unternehmer handeln können.“

Die Veranstaltungswirtschaft war der erste Wirtschaftszweig, der von der COVID-19-Krise getroffen wurde, und er wird mit sehr hoher Wahrscheinlichkeit

am längsten und am tiefgreifendsten von den Auswirkungen betroffen sein. Faktisch alle Unternehmen aus den Bereichen Messebau, Veranstaltungstechnik, Eventagentur, Catering, Bühnenbau, Eventlocation, Messegesellschaft, Kongresscenter, Tagungshotel, Konzertveranstalter, Künstler und Einzelunternehmer haben durch die Veranstaltungsverbote seit dem 10. März 2020 innerhalb weniger Werkzeuge ihre gesamten Auftragsbestände verloren.

Seit Mitte März macht die Branche quasi keinen Umsatz mehr. Und anders als im produzierenden Gewerbe können weggefallene Umsätze nicht mehr nachgeholt werden, es kann auch nichts „auf Lager“ produziert werden, denn die meisten Unternehmen in der Veranstaltungswirtschaft sind Dienstleister. Selbst wenn nach der Krise eine hohe Nachfrage einsetzen würde, könnte der erlittene Verlust nicht mehr kompensiert werden, sprich: 130 Milliarden Euro sind perdú. Rechnet man noch die Kultur- und Kreativwirtschaft mit ihren veranstaltungsbezogenen Teil- und Zuliefermärkten hinzu, dann beschäftigt

300 000 Unternehmen in über 150 Disziplinen mehr als drei Millionen Menschen und erzielen einen Jahresumsatz von über 200 Milliarden Euro.

Durch das vorläufige Verbot von Großveranstaltungen bis 31. Oktober 2020 und den Vorlauf zur Veranstaltungsplanung gibt es 80 bis 100 Prozent Umsatzausfall über einen Zeitraum von mindestens acht Monaten. „Daraus resultiert eine akute Insolvenzgefahr für die gesamte Branche“, sagt Tom Koperek, Vorstand LK AG, Essen, Initiator der Aktion *Night of Light* und Betreiber der *Grand Hall Zollverein*. „Es ist wichtig, die Öffentlichkeit auf die besonders hart getroffene Veranstaltungswirtschaft aufmerksam zu machen und zu verdeutlichen, dass die derzeitigen Hilfeleistungen in Form von Kreditprogrammen nicht reichen. Da die Kredite nicht wertschöpfend investiert werden können, sondern zur Deckung von Betriebskosten dienen müssen, führt dies nach dem Verbrauch der Kredite zu einer erneuten Zahlungsunfähigkeit in Verbindung mit einer Überschuldung der betroffenen Unternehmen und Einrichtungen.“

FOTOS: NIGHT OF LIGHTS; KIRBERG CATERING





EINE BRANCHE ZEIGT DIE ROTE KARTE

In der Nacht vom 22. auf den 23. Juni wurden bundesweit mehr als 7 000 Event-Locations und Spielstätten sowie ausgewählte Gebäude und Bauwerke rot illuminiert, um auf die dramatische Lage der Veranstaltungswirtschaft aufmerksam zu machen



Nelson Müller zieht auf Burg Schwarzenstein

„Ein neues Konzept muss auf die Burg Schwarzenstein. Modern, dennoch stilvoll und offen für einen neuen Zeitgeist.“ Das war der Ansatz von Stephanie und Michael Teigelkamp. Nun ist es da: Starkoch Nelson Müller eröffnete am 10. Juni die neue Brasserie *Müllers auf der Burg* im *Relais & Châteaux Hotel Burg Schwarzenstein*, wo zuvor Zwei-Sterne-Koch Nils Henkel tätig war. Beim Blick auf die Speisekarte entdeckt man sowohl traditionelle, französische Spezialitäten, wie Bouillabaisse oder bretonischen Steinbutt mit Kaisergranatjus als auch beliebte Klassiker der Brasserieküche wie Kalbscurrywurst, Rinderfilet Rossini oder Osso Bucco mit Gremolata. In der Oyster-Bar gibt es fangfrische Hummer und Gillardeau Austern. Wer zum Abschluss noch Lust auf etwas Süßes verspürt, wh It vielleicht die Tarte au Citron von der Amalß-ZitroneG



„OHNE TOURISTEN KEINE RESTAURANTS“

Drei-Sterne-Koch Guy Savoy macht sich auch nach weiteren Lockerungen coronabedingter Beschränkungen im Feinschmeckerland Frankreich Sorgen um die Zukunft der Gastronomie. „Paris braucht Touristen“, sagte er dem Radionachrichtensender Franceinfo. „Alle Restaurants in Paris können dank des bedeutenden Beitrags der Touristen existieren. Falls es keine Touristen mehr in Paris gibt, werden zwei Drittel der Restaurants verschwinden.“ Da die Hauptstadtregion besonders von der SARS Cov-2-Pandemie betroffen ist, durfte bisher nur auf Außenterrassen von Lokalen gegessen und getrunken werden. Die französische Gastronomie beklagt wegen der monatelangen Corona-Beschränkungen im Land massive Einnahmeausfälle.

Generationswechsel im Münchner Tantris

Matthias Hahn (43) wird neuer Executive Chef im Münchner *Tantris*. Er soll nicht Küchenchef Hans Haas ersetzen, der diese Position noch bis Ende 2020 ausbt, sondern die kulinarische Leitung des *Tantris* übernehmen und neue Geschäftsfelder für die Zukunft entwickeln. Bis zur Neueröffnung des *Tantris*, das ab Januar 2021 für Renovierungsarbeiten schließt, werben Sabine und Felix Eichbauer auch die Nachfolger von Hans Haas präsentieren. Matthias Hahn blickt auf eine spannende Karriere zurück. 1999 brach er sein Physikstudium ab, um eine Kochlehre im Freiburger *Colombi Hotel* zu beginnen. Sein beruflicher Weg führte ihn nach Straßburg und nach Montpellier ins Restaurant *Le Jardin des Sens* der Brüder Pourcel. 16 Jahre war er für Alain Ducasse tätig, die ersten sieben in den Küchen der Restaurants, die letzten neun als Corporate Chef, verantwortlich für die kulinarische Konzeption neuer Restaurants sowie für das Management der Betriebeser Ducasse-Gruppe weltweitG



20 Jahre Restaurant Aqua

Seit Juni 2000 kreieren Sven Elverfeld und sein Team außergewöhnliche kulinarische Momente für ihre Gäste. Jenseits von festgelegter Stilistik und Trends schafft der Drei-Sterne-Koch, dessen Weg als Koch einst bei der LSG in Frankfurt begann, eine Symbiose aus Tradition und Moderne. Mit der Wiedereröffnung des *Aqua* nach der Corona-Pause am 3. Juli lädt der Küchenchef auf eine kulinarische Reise durch die 20-jährige Geschichte des Restaurants *Aqua* im *The Ritz-Carlton Wolfsburg* ein und serviert ein Neun-Gänge-Menü (255 €) mit einer wechselnden Auswahl der beliebtesten Gerichte aus zwei Jahrzehnten. Neben dem Tafelspitz mit Frankfurter Grüner Sauce wird der Hesse zum Beispiel eine Reinkarnation des bekannten Handkäs' mit Musik kochen. Auch sein Cremesorbet Ruinart-Rosé darf im Menü nicht fehlen. Ob Kalamata-Olive oder Taube orientalisch – häufig sind die Gerichte von Sven Elverfeld von seinen kulinarischen Erinnerungen geprägt. Somit erzählt jedes Menü eine geschmacklich vielseitige GeschichteG

Vom Taunus in die Sansibar auf Sylt

Sebastian Prüssmann, zuletzt Küchenchef in der *Villa Rothschild* im Taunus, hat das Rhein-Main-Gebiet verlassen, und bereits im Mai die Position als Küchenchef im Szene-Restaurant *Sansibar* auf Sylt angetreten. Zuvor war der 40-jährige als Küchendirektor im *Althoff Hotel am Schlossgarten* in Stuttgart tätig und erkochte zuvor in der *Villa Hammerschiede* von 2011 bis 2013 seinen ersten Michelin-Stern. Geprägt wurde Sebastian Prüssmann durch die Küchen von Dieter Müller und Nils Henkel im *Schlosshotel Lerbach* in Bergisch Gladbach, wo er von 2010 bis 2011 als Küchenchef des Zweitrestaurants fungierte. In der *Villa Rothschild* führt nunmehr Marcus Zillmann die weiße Brigade, der – wie Sebastian Prüssmann – einst bei der Althof-Gruppe arbeitete und seine Kochkarriere im legendären Gourmetrestaurant *Tantris* in München begann.



Tristan Brandt auf dem Weg in die Selbstständigkeit

Das Mannheimer Modehaus *engelhorn* und Tristan Brandt gehen getrennte Wege. Brandt war seit 2013 Küchenchef im Sternerestaurant *Opus V* und zudem Geschäftsführer der *engelhorn Gastro GmbH* mit insgesamt fünf Restaurants, drei Bars und einer Chocolaterie. Die Trennung erfolgte im besten gegenseitigen Einvernehmen. „Unser gemeinsamer Weg, an dessen Anfang mein Vater als Visionär und Herr Brandt als aufsteigender junger Koch zusammengefunden haben, geht nun nach fast sieben Jahren zu Ende“, sagt Fabian Engelhorn, CEO und geschäftsführender Gesellschafter des Unternehmens. Die Suche nach einem Nachfolger/einer Nachfolgerin an der Spitze des Küchenteams im *Opus V* läuft. Executive Sous Chef Dominik Paul und das Team aus hervorragenden Köchen und Restaurantleiter Adrian Dastig stellen in der Zwischenzeit die Qualität auf dem gewohnt sehr hohen Niveau sicher. Wie bisher bekannt wurde, will Tristan Brandt in die Selbstständigkeit und strebt ein Erlebniskonzept aus Bistro und Sternerestaurant an. Eröffnung soll noch in 2020 sein.

CARING STATT SHARING-KONZEPT

Das Restaurant *Fritz & Felix*, Kulinarik-Hotspot im *Brenners Park Hotel & Spa*, ist seit 10. Juni wieder geöffnet. Das neu aufgestellte Team hat die vergangenen Wochen genutzt, um die neuen Vorgaben in der Gastronomie optimal umzusetzen und fokussiert sich dabei auf das Konzept „Caring statt Sharing“. Statt des ursprünglichen Sharing-Konzepts werden alle Gerichte nun à la carte serviert. Der Gast wählt individuell seine Lieblingsbeilagen, die zu den Signature Dishes serviert werden. Zu den modern interpretierten Beilagen zählen beispielsweise Kürbis, Hanf und Buchweizen oder Gemüse-Chips. Für warme Sommerabende bietet sich außerdem ein Besuch der Sonnenterrasse an.

Die neuen F&B-Köpfe im *Fritz & Felix* sind Küchenchef Farid Fazal, Restaurantleiter Matthias Pfundstein und Barchef Benjamin Schreiber. Zusammen mit ihrem Team nehmen sie die Gäste mit auf eine kulinarische Spritztour durch den Schwarzwald, denn was sich nicht geändert hat: Die Küche steht immer noch für „Comfort Food“, orientiert sich an den Jahreszeiten und setzt dabei vorrangig auf saisonale Produkte



aus der Region. Diese sorgen bei jedem Gericht, kombiniert mit Aromen aus aller Welt, für das besondere Geschmackserlebnis auf der Zunge. Herzstück des *Fritz & Felix* ist der große Premium-Holzkohलगrill, der mit diversen Holzsorten aus dem Schwarzwald – Tanne, Fichte, Buche, Birke – befeuert wird und damit auch für ganz unterschiedliche Geschmacksnuancen sorgt. Auf diesem Grill brutzeln nicht nur Fleisch und Fisch, sondern auch Gemüse-Produkte, die teils über der offenen Flamme oder Glut und teils in gusseisernem Kochgeschirr zubereitet werden. !



BENJAMIN PEIFER

wurde 1986 in Speyer geboren und absolvierte erst eine Bäckerlehre und dann eine Kochausbildung im Ketschauer Hof in Deidesheim. Nach einem Praktikum im Gästehaus Erfordt in Saarbrücken wechselte er ins Hofgut Ruppertsberg und war 2009 bis 2011 Küchenchef der Prälatenstube, Kasel bei Trier. Bis 2016 gab er als Küchenchef im Restaurant Urgestein in Neustadt/Weinstraße den Ton an und erkochte 2014 den Michelin-Stern. Benjamin Peifer betreibt seit 2017 mit seiner Lebensgefährtin Bettina Thiel in Kallstadt das Restaurant Intense. Es hat ebenso einen Stern wie das Restaurant The Izakaya in Wachenheim, das der 34-Jährige 2019 mit Weinspezialist Johannes Lochner eröffnete.

GOURMETKÜCHE IM GEWÄCHSHAUS

Das Angebot kam wie gerufen: **Benjamin Peifer** und **Bettina Thiel**, die Macher des „Intense“ in Kallstadt, laden über den Sommer 2020 zum Pop-up im Gewächshaus im Englischen Garten des Spitzenweinguts Dr. Bürklin-Wolf in Wachenheim. Hier ist genug Platz für 30 Gäste pro Abend. Ein ganz besonderes Erlebnis

Wenn das Wetter Kapriolen schlägt, tropft es schon mal zu *Weck, Worscht un Woi* oder *Wildfang-Aal mit Entenleber*. Von oben, durch die Dachfenster. Dann gibt es zum „Pfalz trifft Japan“-Menü von Benjamin Peifer das Original Pfälzer Regenwasser gratis dazu. „Wir haben versucht, die Tische so zu stellen, dass alles trocken bleibt, aber ab und zu kommt halt doch was durch“, sagt Bettina Thiel entschuldigend. Seit dem 2. Juni und noch bis zum 30. August nutzen Benjamin

FOTOS: INTENS; ENRICO MARIKY

Peifer und Bettina Thiel das Gewächshaus im Englischen Garten des Weinguts Dr. Bürklin-Wolf als Pop-up-Location. In ihrem Restaurant *Intense* in Kallstadt wäre es schwer gewesen, die Corona-Abstandsauflagen einzuhalten und zumindest annähernd kostendeckend zu arbeiten. „Zirka zehn Gäste pro Abend wären dort möglich gewesen“, sagt Benjamin Peifer. „Hier ist genügend Platz für bis zu 30 Gäste, und es gibt trotzdem keine Probleme, allen Hygieneauflagen gerecht zu werden.“ ▷



Zwei gastronomische Unternehmer mit Mut zu neuen Wegen: die Geschäfts- und Lebenspartner Bettina Thiel und Benjamin Peifer

Gequelde mit weißem Kees

Pellkartoffeln mit Quark sind ein typisches Pfälzer Gericht. Die Intense-Version greift die Kartoffel-Quark-Kräuter-Idee auf: soufflierte Chips aus neuen Kartoffeln mit Paprika gewürzt, Schaum aus Quark und Schalottenssig, Emulsion aus Kräutern, eingelegten Schalottenwürfeln, Puder aus gefriergetrockneten Kräutern

PFALZ „AT ITS BEST“ ZUM EINSTIEG INS MENÜ

Macaron „Hommage an die Pfalz“

Dieser kleine Happen – ein Intense-Klassiker – bietet den vollen Geschmack der Pfalz: Baiser aus Forellen-Dashi und Sauerkrautsaft, gebeizte Forelle, Creme aus Forellen-Dashi mit frischem Meerrettich, Chips aus neuen Kartoffeln, roh marinierte Zwiebel, Petersilie und Petersilienpuder



FOTOS: INTENSE





Englischer Garten, Gewächshaus und Sunken Garden sind eine zusammengehörige Location auf dem Gelände des Weinguts Dr. Bürklin-Wolf. In diesem Sommer bilden sie die Kulisse fürs Pop-up des Restaurants Intense



Dampfnudel mit Weisoß

Ein Gericht, das klassisch mit süßer Weinsoße gereicht wird. Die Intense-Dampfnudel stellt Benjamin Peifer nach dem Rezept seiner Oma her, sie wird in salziger Butter gebraten mit einem herzhaften Schaum aus Riesling und Butter serviert.

Swerd gesse, was uff de Disch kummt: Im Hauptrestaurant *Intense* in Kallstadt gilt diese goldene Regel ebenso wie im *The Izakaya* in Wachenheim. Und mit dieser Tradition bricht der Sternekoch und Unternehmer Benjamin Peifer natürlich auch nicht, wo er jetzt sein *Intense* für knapp drei Monate zum Pop-up macht und im zweiflügeligen, stillgelegten Gewächshaus im Englischen Garten des Weinguts Dr. Bürklin-Wolf auftischt. Unverändert ist auf der gläsernen Bühne auch sein Kochstil, den man getrost als eine „Liaison von Pfalz und Asien“ bezeichnen darf. Reservierungen im *Intense Garden* sind mit Start von 18.00 bis 18.30 Uhr möglich, um einen reibungslosen Ablauf des Menüs zu gewährleisten. *Uff de Disch* kommen insgesamt acht Gänge, flankiert von einem aufwändigen dreiteiligen Amuse bouche sowie Petit four und Sweetie to go nach dem mehrteiligen Dessert. Das umfangreiche Genuss-erlebnis kostet inklusive Wasser 120 Euro pro Person, zuzüglich begleitende Weine. Diese kommen – bis auf wenige Ausnahmen wie Champagner, Sake oder Rotwein – vom Weingut Dr. Bürklin-Wolf. Auf Vorbestellung ist natürlich auch eine Prestige-Weinbegleitung möglich, die Bettina Thiel mit hoher Fachkenntnis zusammenstellt.

„Wir sind super dankbar, dass wir in diesem Sommer hier zu Gast sein dürfen“, sagt Benjamin Peifer. Als ihn die Anfrage von Steffen Brahner, Geschäftsführer des Weinguts Dr. Bürklin-Wolf, erreichte, zu dem die außergewöhnliche Location gehört, musste er nicht lange überlegen. Das *Intense* in Kallstadt wäre für eine erfolgreiche Wiedereröffnung nach der Corona-Pause mit Platz für ca. zehn Gäste wohl zu klein gewesen. Während Benjamin Peifer und Bettina Thiel mit ihrem Team dort in Vor-Corona-Zeiten am Wochenende um die 18 bis 20 Gäste am Abend bewirteten, sind es im Gewächshaus nun bis zu 30. Die Resonanz auf das außergewöhnliche Gastronomieerlebnis unter gläsernen Himmel ist hervorragend. „Wir sind nahezu jeden Abend ausgebucht“, berichtet der Chef. „Wir sind vier Tage am Gast, und einen Tag nutzen wir für die Produktion.“

Die Logistik sei eine große Herausforderung, berichtet Benjamin Peifer. Weil seine Küche auf den Produkten vieler kleiner Erzeuger aus der Pfalz beruhe, sei er ziemlich viel am Recherchieren und unterwegs, um die benötigten Mengen für 30 Gäste pro Abend zu organisieren. „Die Produzenten, mit denen wir zusammenarbeiten, sind zum Teil so klein, dass ihnen eine Belieferung nicht möglich ist.“ Trotzdem verfolgt er sein Einkaufskonzept „jenseits der Belieferung durch Metro & Co.“ mit Konsequenz und Herzblut. Auch um sich seine Einzigartigkeit zu bewahren. Die deutsche Spitzgastronomie sei vielfach ohne eigene Identität, stellt Benjamin Peifer fest. „Viele kochen mit Mainstream-Produkten, verlieren sich bei der Zubereitung

Weck, Worschd un Woi

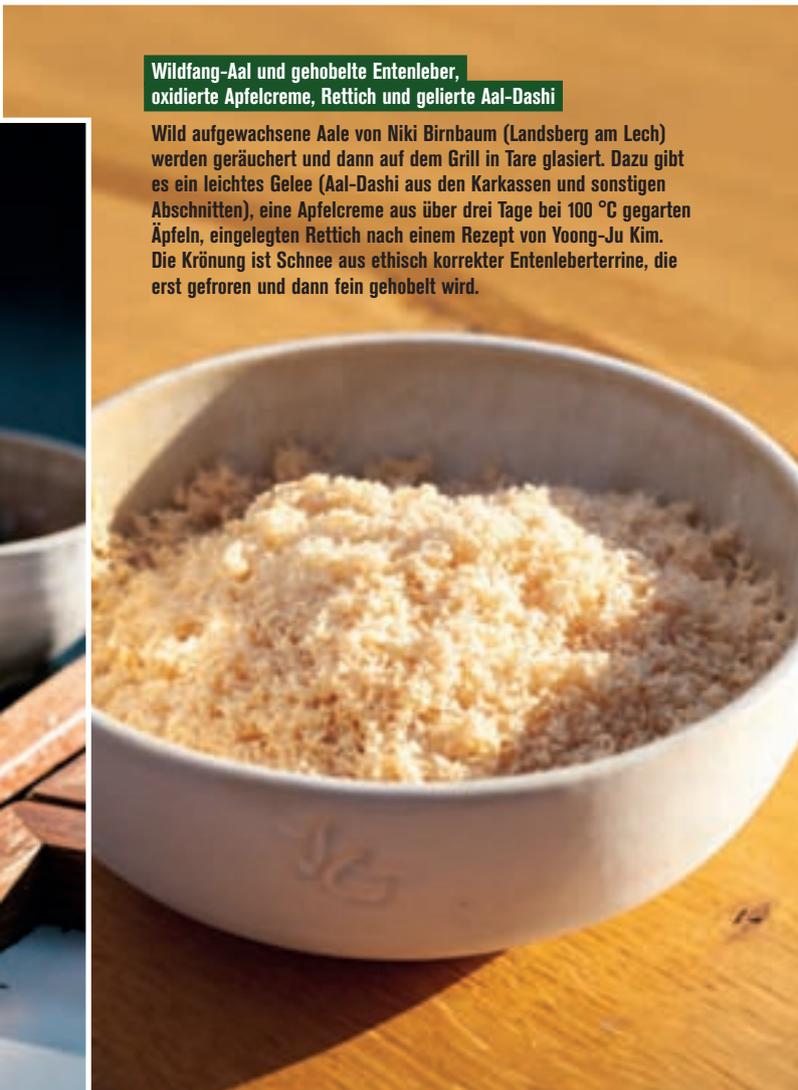
Pfalz pur: Das Sauerteigbrot ist ein ohne Hefe, aber mit extrem langer Teigruhe gebackenes Weizensauerteigbrot. Es ist die ideale Grundlage für aufgeschlagene Nussbutter mit Meersalz, Mini-Radieschen von Martin Braun in Sushi-Essig und Aromaten gepickelt, Coppa (Nackenschinken), in Shoyu gereift und mit Apfelholz geräuchert, Doseworschd aus Schwäbisch Hällischer Schweineschulter und Estragonsenf.





Geräuchertes Sashimi von der 6 Jahre alten Seeforelle, Verjus-Ponzu, Gurken-Tsukemone und Gartenkräuter

Das Mittelstück von der Seeforelle von Niki Birnbaum (Landsberg am Lech) wird in Shio Koji und Meersalz gebeizt, danach acht Stunden kalt geräuchert. Verjus-Ponzu schafft die Verbindung zwischen Pfalz und Japan. Klassisch hergestellt mit Zitrusfrüchten und Shoju, wird die Vinaigrette durch Pfälzer Verjus gesäuert. Die Gurken sind mit Salz, Zucker, Shio Koji und Senfpulver eingelegt. Etwas Kaviar von Forelle und Stör gibt den nötigen Salz-Kick und eine tolle Textur.



Wildfang-Aal und gehobelte Entenleber, oxidierte Apfelcreme, Rettich und gelierte Aal-Dashi

Wild aufgewachsene Aale von Niki Birnbaum (Landsberg am Lech) werden geräuchert und dann auf dem Grill in Tare glasiert. Dazu gibt es ein leichtes Gelee (Aal-Dashi aus den Karkassen und sonstigen Abschnitten), eine Apfelcreme aus über drei Tage bei 100 °C gegarten Äpfeln, eingelegten Rettich nach einem Rezept von Yoong-Ju Kim. Die Krönung ist Schnee aus ethisch korrekter Entenleberterrine, die erst gefroren und dann fein gehobelt wird.



Pfälzer Edamame

Die ersten Pfälzer Erbsen 2020, im Ganzen gegrillt und in einer Vinaigrette aus Yuzu Kosho (Paste aus gesalzener Yuzuschale und Chili) und Kujio Negi (Öl aus gegrillten Lauchzwiebeln) mariniert

und Inszenierung in Schäumchen und viel zu vielen anderen Details, merken aber nicht, dass dem Gericht die Prise Salz fehlt.“

Diesen Weg wollte Benjamin Peifer bei seinem Schritt in die Selbstständigkeit auf keinen Fall gehen. „Wir sind Pfälzer, und das soll der Gast auch schmecken“, erläutert er seine Philosophie. „Ich glaube, wenn der Gast in ein Restaurant kommt, braucht er eine Konstante und will wissen, wo er ist.“ Wo man ist –, das merkt man schon beim Einstieg ins vierteilige Menü im *Intense Garden*: Los geht's furios, mit *Gequellde mit weißem Kees*, *Macaron „Hommage an die Pfalz“* und *Dampfnudel mit Woisoß* – mehr Lokalkolorid geht kaum. Auch der großartige Brotgang *Weck, Worschd un Woi* ist Pfalz in Reinkultur und hebt die regionale Küche gekonnt auf Gourmetniveau. Allein das Brot vom gelernten Bäcker Peifer lässt einen ins Schwärmen geraten. Die Gänge danach sind zum Teil internationaler und bestehen aus Zutaten von weiter her in Deutschland. Der Koch Benjamin Peifer will sich nicht festnageln lassen: „Wir haben den Innovationsstempel bekommen, wir haben den Japan-Stempel bekommen, aber das ist uns gar nicht so wichtig. Wir wollen das, was wir machen, aus dem Bauch heraus machen.“

Viele der heimischen oder deutschen Produkte veredelt Benjamin Peifer mit japanischen Techniken. Er hält diese für ideal, um im Verlauf des Menüs Tiefe und Spannung aufzubauen, ohne dass eine lange Menüfolge insgesamt zu schwer wird. Die Arbeiten am Produktionstag beziehen sich im Wesentlichen auf Fonds, Soßen, Vinaigrettes, Portionierung und klassisches *Mise en place*, während die Garpunkte sämtlich im Garten gesetzt werden. Bevorzugtes Gargerät ist dabei der Holzkohlegrill mit Schamott, der extra nach seinen Vorstellungen gebaut wurde. Benjamin Peifers Ziel ist es, in Zukunft komplett auf dem Grill zu garen.

Der Grill-Leidenschaft huldigt er auch in seinem zweiten Restaurant *The Izakaya* in Wachenheim. Es hat sich inzwischen zu einem „*Intense light*“ entwickelt. Ein Teil

Gintense Fizz

Ein intensiver Reset für die Geschmacksnerven: Schaum aus Gin(tense), Zitrus, Ingwer und Wacholder, getoppt von einem Koriander-Zitrus-Granité



Nordsee-Seezunge und Briskett von der Hohenloher Rinderbrust, Creme aus geröstetem Brioche, Périgordtrüffel, Spargel, Beurre blanc

Die Seezunge wird ohne Haut im Ganzen gegrillt und währenddessen mit einer Tare besprüht. Das ausgelöste Filet wird mit Briskett (Rinderbrust, 36 Stunden bei 68 Grad gegart, dann heiß geräuchert) belegt. Dazu gibt's gegrillten grünen Spargel, fermentierten Spargelsaft – mit Butter montiert, Périgordtrüffel in Champignon-Dashi eingemacht und gehobelt, sowie geröstete Piemonteser Haselnüsse



des Essens wird in der Küche des *Intense* produziert und vor Ort gefinished.

Noch bis Ende August bleiben Benjamin Peifer und Bettina Thiel mit ihrem Team im Englischen Gewächshaus, wohlwissend, dass Wachenheim zukünftig ihr Arbeitsmittelpunkt wird. Bis Mitte 2022 wollen sie das *Intense* in neuen Räumen im Städtchen an der Weinstraße eröffnen. Die Räumlichkeiten dafür werden derzeit geplant und umgebaut; ein Grund dafür, dass 2020 für Benjamin Peifer ein besonders arbeitsintensives Jahr ist. Im neuen Restaurant will er seine Vision von einem

perfekten Restaurant in die Realität umsetzen, berichtet er in einem Preview-Video. Dafür werde ein Haus mit Geschichte umgebaut, „in dem wir unsere Geschichte erzählen wollen“. Das Konzept verteilt sich auf mehrere Räumlichkeiten: So sollen in einem Raum des Restaurants die Zutaten des Menüs präsentiert werden. Der Garfokus solle auf Feuer und Grill liegen, deshalb werde es auch eine offene Küche geben. Ein Teil der 28 Gäste soll an einer Theke um die Küche sitzen können. Fast wie ein Stockholmer Frantzén an der Pfalz? Wir sind gespannt! *Sabine Romeis* !



Ein Stück Käse

ist fester Bestandteil eines Intense-Menüs, variiert aber immer. Für das Menü im Garten wurde der Salat mit Ziegenkäse neu interpretiert. Der milde Lelardon von Antje Wutzke wird nur leicht erwärmt, die Vinaigrette entsteht aus Ziegenmolke, Tomatenwasser und jungen Kräutern von Bauer Martin. Für den Kick sorgen Tomaten, die enthäutet, mit etwas Honig und Salz gedürrt und anschließend geräuchert wurden. Geröstete Pinienkerne sorgen für Röstaromen und Tiefe.



PETIT FOUR

Bienenstich Intense als Lolly: Weißer Schokoladen-Coustard mit Hefe, Vanilleeis, Honig von Elisabeth Blütner, karamellierte Mandeln, Salzkaramell, weißer Schokoladenüberzug und knusprige Streusel



Gughupf, in Vanillesahne getränkt und im Holzofen karamellisiert, gekochter Rhabarber und rohe Erdbeeren, Holunderblütencreme und geräucherter Karamell

Der Gughupf besteht aus einem saftigen Hefeteig, der lange mit wenig Hefe gegärt wurde. Während des Backens wird er immer wieder mit Vanillesahne getränkt und anschließend im Holzkohleofen karamellisiert. Karamell- und Vanillesoße sind geräuchert.



Schorle „to go“

Wassereis aus Wachenheimer Riesling von Dr. Bürklin-Wolf



BURGER IN BIETIGHEIM

Sternekoch Benjamin Maerz hat die Gastronomie im Hause Maerz & Maerz um ein neues gastronomisches Konzept erweitert. Natürlich setzt er auch Burger & Co. qualitätsbewusst und mit viel Raffinesse in Szene

Wahlweise werden die verschiedenen lecker-raffinierten Maerz Burger auf Bestellung auch „to go“ serviert; die Flasche Wein oder Craft Beer kann optional dazu geordert werden



Benjamin Maerz hat das gastronomische Konzept im *Hotel Rose* in Bietigheim-Bissingen ausgebaut. Das heißt: Der Sternekoch vom Restaurant *Maerz* huldigt nun parallel dem Fast Food und natürlich macht er auch dabei keine halben Sachen, sondern bleibt qualitätsbewusst. „Burger und Burgunder“ heißt sein neues Motto. In der Corona-Krise als Zwischenlösung gestartet, wollen Benjamin und Christian Maerz ihr Burger-Konzept nun dauerhaft beibehalten. In der umgestalteten, ehemaligen Weinbar werden die Geschmacksnervenkitzel aus Dry Aged Beef und mehr zu erschwinglichen Preisen serviert. Dazu gibt es beste Weine und Craft-Beer. Aus der ehemaligen Weinbar ist ein Salon mit Platz und Atmosphäre entstanden, der pure Gemütlichkeit mit



Auszug aus der Burgerkarte

ONE NIGHT IN BANGKOK

Gegrillter Schweinebauch | Mango | Thaicurry | Wasabi-Mayo 15,00 €

CHICKEN RUN

200 g Crispy-Chicken | Zitronen-Mayo | scharfes Kraut 14,00 €

VEGGI

Gemüseburger | Büffelmozzarella vom Bodensee | Wasabi-Mayo 13,00 €

BIG MAERZ

2 Stück 180 g Rindfleisch | Büffelmozzarella vom Bodensee 21,00 €

ASPARAGUS

180 g Rindfleisch | gegrillter weißer Spargel | Passionsfrucht-Hollandaise 15,00 €

YOU'RE MY HEART, YOU'RE MY SEOUL

180 g Rindfleisch | eingelegter Kohl | Kimchi-Mayo 15,00 €



einem Hauch von Dekadenz ausstrahlt. Rustikal und zugleich edel spiegelt die Einrichtung die Speisekarte wider. Wer es sich inmitten der Kuhfelle und Trophäen bequem macht und sich bedienen lässt, erlebt einen entspannten und angenehmen Abend. Wer keine Zeit hat, vor Ort zu genießen oder keinen Platz bekommen hat, kann die verschiedenen Burger-Spezialitäten à la Maerz auch „to go“ bestellen. Die Premium-Burger entstehen aus besten Zutaten, die mit

sehr viel Kreativität und Know-how zubereitet werden. Der Star aus Beef im gerösteten Brioche-Bun mit Tomaten, eingelegten Gurken, frischen Gurken, hausgemachter Burgersoße und Pommes frites mit hauseigener Gewürzmischung kann um vorzügliche Sidekicks ergänzt werden.

Auf der Karte von *Maerz Burger* stehen außerdem erstklassige Steaks und Dry Aged Beef, beispielsweise Filet vom Bodensee-Wasserbüffel, Rücken vom

Württembergischer Rind (ca. 200 g) oder Porterhouse von der deutschen Färse (ca. 700 g), begleitet von Brot und Butter, BBQ-Maiskolben sowie Fritten und Steaksoße. Dazu passen Salate der Gärtnerei Kiemle mit Tomaten, Gurken, Kernen und Nüssen in fruchtiger Vinaigrette. Als Dessert schmecken wahlweise Omas Käsekuchen mit cremigem Kern oder das eingemachte Beeren-Mousse von Original Beans Schokolade mit exotischen Früchten und Crumbles. !



Aus der ehemaligen Weinbar im Hotel Rose ist ein Salon mit Platz und Atmosphäre entstanden, der pure Gemütlichkeit mit einem Hauch von Dekadenz ausstrahlt

SAGEN SIE MAL, HERR KORTEWEG*

Wie schmecken Burger mit vegetarischen Pattys?

Korteweg: Als Fleischliebhaber war ich vom Fleischgeschmack begeistert und wollte, als ich Vegetarier wurde, beim Geschmack keine Kompromisse eingehen. Mit *The Vegetarian Butcher* wird ein Sortiment angeboten, mit dem man vegetarische Gerichte kreieren kann, die selbst ein Hardcore-Fleischesser mit großem Genuss verspeisen kann.
chefs!: Aus welchen pflanzlichen Grundprodukten stellen Sie Ihre Fleischprodukte im Wesentlichen her?

Korteweg: Eine unserer Hauptzutaten ist die Hülsenfrucht Soja. Sie hat einen Proteingehalt, der mit dem bestimmter Fleischsorten vergleichbar ist. Wir verwenden oft auch Weizen, Gemüse, Kräuter und Gewürze für die fleischähnliche Textur und den guten Geschmack. Im Allgemeinen sind die Ernährungsprofile unserer Fleischersatzprodukte hinsichtlich Proteinmenge und -qualität sowie für ausgewählte Produkte hinsichtlich Vitamin B12 und Eisen mit tierischem Fleisch vergleichbar. Sie sind z.T. besser im Vergleich zu rotem Fleisch in Bezug auf Ballaststoffe (höher), gesättigte Fettsäuren (oft niedriger) und Kalorien (oft niedriger).
chefs!: Müssen Fleischersatzprodukte eigentlich wie echtes Fleisch schmecken und aussehen? Oder sind Verbraucher/Gäste nicht auch bereit, zugunsten von Tierwohl und Klimaschutz Abstriche zu machen bzw. Neues zu entdecken?

Korteweg: Meine Mission sind vegetarische Fleischprodukte, die mindestens so gut schmecken wie tierisches Fleisch. Ich halte es für unwahrscheinlich, dass jemand, der einen schlecht schmeckenden Fleischersatz probiert hat, ein zweites Mal darauf zurückkommt. Geschmack ist der Schlüssel, und deshalb haben wir für die Herstellung unserer Produkte immer mit den besten Köchen und Entwicklern zusammengearbeitet. Auf diese Weise konnten wir eine völlig neue Generation von vegetarischem Fleisch und Fisch mit dem Geschmack, der Textur und dem Aussehen von Tierfleisch kreieren. Das bestätigen nicht nur unsere Kunden, sondern auch kulinarische Journalisten und Spitzen-

* Jaap Korteweg wuchs auf dem Bauernhof seiner Familie im niederländischen West-Brabant auf und übernahm später den Betrieb. Der Ausbruch der Schweinegrippe veranlasste ihn dazu, sich vegetarisch zu ernähren, jedoch vermisste er den Geschmack, die Struktur und den Biss von Fleisch. Über viele Jahre entwickelte er zusammen mit Food-Experten und Köchen Produkte mit den gleichen Eigenschaften wie Fleisch und er öffnete 2010 die erste vegetarische „Metzgerei“ in Den Haag. Seither leistet *The Vegetarian Butcher* einen Beitrag für ein besseres Klima und den Tierschutz, kommuniziert seine Inhalte dabei aber ohne erhobenen Zeigefinger, sondern auf humorvolle Weise. Ob veganes Gehacktes,



vegane Chicken Nuggets oder vegetarische Burger Patty: Das Sortiment von *The Vegetarian Butcher* wurde für Fleischliebhaber entwickelt, die aus Gründen des Klimaschutzes oder aus gesundheitlichen Aspekten auch gern mal auf Fleisch verzichten, dabei aber keine Abstriche beim Geschmack machen wollen.

köche. In den letzten zehn Jahren haben wir mehrere Preise gewonnen, und als der spanische Spitzenkoch Ferran Adrià unsere veganen Hühnchenstücke probierte, sagte er: „Das ist zarter als Schweinefleisch und saftiger als Hühnchen!“ Und Journalist Mark Bittman von der *New York Times* fragte: „Warum das arme Huhn als Maschine zur Herstellung von Fleisch verwenden, wenn man mit einer Maschine Fleisch herstellen kann, das wie Huhn aussieht?“
chefs!: Was denken Sie persönlich über In-vitro-Fleisch, das aus Stammzellen im Labor künstlich erzeugt wird? Hat das Ihrer Meinung nach eine Zukunft?
Korteweg: Für In-vitro-Fleisch werden meines Wissens nach immer noch tie-

rische Zellen benötigt, um dieses neue Fleisch zu erzeugen. Für diese Zellen bedarf es also zunächst Pflanzenfutter, um die Tiere zu züchten. Unsere Zutaten sind von Anfang an pflanzlich oder vegetarisch, und ich denke daher, dass *The Vegetarian Butcher* ein Produkt herstellt, das weniger komplex ist und auf Tiere verzichten kann. Unser Produktionsprozess ist also schneller und effizienter, weil wir unseren köstlichen Fleischersatz direkt aus Pflanzen herstellen. Auf diese Weise profitieren Umwelt, Welternährungsversorgung und Tierschutz. Aber wie gesagt: Geschmack ist der Schlüssel, alles beginnt mit Geschmack. Nur so kann pflanzliches Fleisch zum Standard werden. !

Saftige Pattys vom Alpenrind



Der Power Punch Burger-Patty von Transgourmet aus Färsefleisch begeistert mit seiner Höhe (3,2 Zentimeter) und seinem Umfang (225 Gramm). Das sorgt nicht nur für mehr Fleischgeschmack und Saftigkeit im Brötchen. Der Patty mit einem Durchmesser von zehn bis elf Zentimetern ist ungewürzt und sowohl roh als auch tiefgekühlt erhältlich. Das tiefgefrorene Produkt kann auf dem heißen Grill oder in einer vorgeheizten Pfanne ca. neun Minuten bei mittlerer Hitze unter Wenden gebraten werden. Die Färsen der Ursprung-Produzenten wachsen im deutschen Alpenvorland auf verschiedenen Höfen auf. In Tannenhausen, einem kleinen Dorf unweit von Kempten, leben auf dem Hof der Familie Eberle die Tiere in großen und weitläufigen Laufställen. Die Ställe bieten mehr als drei Quadratmeter Platz pro Tier und reichlich Stroh für einen weichen Liegebereich. Das Futter (Gras, Heusilage, ein bisschen Mais und Rapsschrot) stammt zu mindestens 50 Prozent vom eigenen Hof. Die Tiere wachsen langsam und gesund auf. Das Fleisch der Färsen – weibliche Rinder, die noch nicht gekalbt haben – ist feinfaseriger als das anderer Rinder. Es wird von vielen feinen Fettäderchen durchzogen und ist besonders zart, aromatisch und saftig.

Burger mit Flammfachs skandinavische Art



Es muss nicht immer Fleisch sein. Der neue Flammfachs von Friesenkrone nach skandinavischer Art bietet die besten Voraussetzungen für die Zubereitung eines saftigen Fischburgers. Die Fischspezialität wird bei Friesenkrone über der offenen Flamme sanft gegart, nicht geräuchert. Durch das kontrollierte und schonende Handling bei 65 bis 70 Grad Celsius über einer Gasflamme bleibt der Lachs besonders zart und saftig. Eine leicht süße, feinrauchige Marinade rundet seinen angenehm milden Geschmack perfekt ab. Den Flammfachs nach skandinavischer Art von Friesenkrone gibt's verzehrfertig, man kann ihn sowohl warm als auch kalt genießen. !

Bull's-Eye – Der BBQ-Profi

Keine Kompromisse –
Bullenstarker Geschmack!



Perfekt zum
Marinieren



- Authentisch amerikanisch-rauchiger Geschmack
- Als Basis oder zum Weiterverarbeiten
- Ohne künstliche Farbstoffe
- Ohne Konservierungsstoffe



GESUNDE DRINKS FÜR DAS IMMUNSYSTEM

Mit diesen Rezepten aus namhaften Hotels rund um den Globus macht gesunde Ernährung richtig Spaß. Die Saftvariationen, Cocktails, Smoothies und Tees stärken das Immunsystem. Die Zutaten optimieren den Nährstoffhaushalt, entlasten gezielt bestimmte Systeme des Körpers und zaubern ein reines und strahlendes Hautbild. Ihre Gäste werden Sie lieben!



Zutaten (für vier Gläser): 1 Bund Grünkohl, grob gehackt, 1 große Zitrone, geschält & geviertelt, 1 Stück Ingwer, geschält, 1 große Gurke in lange Streifen geschnitten, 2 große grüne Äpfel, entkernt und in Scheiben geschnitten, 4 ganze Stangen Staudensellerie
Zubereitung: Gemüse waschen und vorbereiten. In der angegebenen Reihenfolge in den Entsafter geben. Optional kann man den Saft durch ein Sieb gießen, um das Fruchtfleisch herauszufiltern.

Das 5-Sterne-Haus The Mark liegt an der eleganten Madison Avenue in New York und wurde von Jacques Grange und einer Anzahl international bekannter Designer gestaltet. Sternekoch Jean-George Vongerichten etabliert im ‚The Restaurant by Jean-George‘ sein bewährtes Market-Konzept und wird höchsten Ansprüchen an eine familiäre Atmosphäre gerecht. Der Sternekoch ist seit jeher an der Gesundheit der Gäste im The Mark interessiert und bietet so zahlreiche gesunde Säfte und Smoothies an, die einen Boost für das Immunsystem bieten.



COCKTAIL AURORA

Zutaten (für vier Gläser): 300 ml Apfelsaft, 300 ml Ananassaft, 10 g frischer Ingwer (geschält), 15 große Minzeblätter, 30 ml Limettensaft

Zubereitung: Den Ingwer grob hacken und mit allen anderen Zutaten in einen Mixer geben. Einige Minuten lang mixen, um sicherzustellen, dass der Ingwer und die Minze gut aufgelöst sind. Sofort servieren, auf Wunsch mit Obstspießen und frischen Minzblättern garnieren.

FOTOS: HOTELS



Der Borgo Egnazia im Savelletri di Fasano ist kein klassisches Hotel, sondern ein nachgebautes apulisches Dorf mit dem Service eines Fünf-Sterne-Hauses. Als erstes Hotel weltweit lädt das Borgo Egnazia in Apulien, Italien, zu vom Blue Zones Institute zertifizierten Retreats ein. Blue Zones entspringt der Vision des New York Times-Bestsellerautors Dan Buettner, der jene Orte auf der Welt erkundete, an denen Menschen am längsten und gesündesten leben – die sogenannten Blauen Zonen. Gesunde Ernährung spielt dabei eine große Rolle. Deshalb werden in den Restaurants leckere und gesunde Gerichte serviert sowie inhaltsstoffreiche Drinks wie zum Beispiel der Cocktail Aurora.



BERRY QUENCHER

Zutaten (für ein Glas): ½ cup Mangostan-Fruchtfleisch, ½ cup Erdbeeren, ½ cup gefrorene Blaubeeren, 1 cup schwarze Weintrauben

Zubereitung: Trauben durch einen Entsafter geben. Das Mangostan-Fruchtfleisch ausdrücken und nur den Saft behalten. Beeren in einen Mixer geben, andere Fruchtsäfte hinzugeben und pürieren. Sofort servieren.

In den letzten acht Jahren hat Eve Persak, Ernährungswissenschaftlerin der Como Hotels und Resorts, dafür gesorgt, dass die gesundheitsfördernde Shambhala-Küche in den Hotels der Gruppe einen strengen wissenschaftlichen Schwerpunkt darauf legt, wie das menschliche Immunsystem durch die Ernährung gestärkt werden kann. Eve Persak empfiehlt Säfte, die gezielt das Immunsystem stärken und das Wohlbefinden verbessern. Einer dieser Säfte ist der Berry Quencher, ein antioxidantienhaltiger Smoothie aus dunklen Beeren, der freie Radikale abwehrt und sowohl dem Alterungsprozess als auch Stress entgegenwirkt.



Bawah Reserve wird als nachhaltige und ökologisch unbedenkliche Destination betrieben. Das Reserve besteht aus sechs unberührten Inseln und liegt rund 150 Seemeilen nordöstlich von Singapur. Das Bawah-Areal erstreckt sich über 300 Hektar, ist von dichtem Urwald bedeckt und umfasst drei geschützte Lagunen, 13 weiße Sandstrände, sowie einen eigenen Garten. In diesem Garten wächst auch die Rosella, eine Hibiskusart, die in Afrika beheimatet ist. Das Trinken dieser Pflanze soll unter anderem den Blutdruck und Cholesterinwerte senken. Das Reserve bietet seinen Gästen die Rosella als besonderen Tee an.



Zutaten: 1 Handvoll frische oder getrocknete Rosella-Blüten (online bestellbar)
Zubereitung: Blüten der Rosella in eine Teekanne geben und mit kochendem Wasser übergießen. Fünf Minuten ziehen lassen, dann in eine Tasse gießen und Zucker oder Honig zum Süßen hinzufügen. Warm oder kalt genießen. Alternativ die Blüten in einem Topf mit Wasser 15 bis 20 Minuten lang kochen. Dies erzeugt eine etwas tiefere Farbe und einen intensiveren Geschmack des Getränks, das wahlweise heiß oder kalt serviert werden kann sowie gesüßt oder nicht gesüßt.

ROSELLA TEE

Die Verpackung ist das A & O im Take-away-Geschäft. Sie sorgt für den sicheren Transport und zufriedene Gäste, die gerne wiederkommen



SÜSSE SNACKS UND KUCHEN

Genuss@home und unterwegs

Aktuell ist das Take-away-Geschäft für die Gastronomie bedeutsam wie nie zuvor – und wird es wohl auch noch eine Weile bleiben. Wie bringt man süße Snacks und Kuchen to go am besten an den Mann/die Frau?

Delivery und To-go-Verzehr sind derzeit angesagt, denn obwohl Restaurants und Cafés schrittweise wieder öffnen, ist von Alltag noch keine Spur. Für viele Gastronomiebetriebe stehen derzeit Kuchen und Snacks zum Mitnehmen im Fokus – doch wie gelingt das Geschäft mit der süßen Verführung? „Die passende Verpackung ist das A & O“, erklärt Frank Scholz, Leiter des Gastro-Service-Teams bei Froneri Schöllner. „Nur wenn der Kuchen heil zu Hause ankommt, entscheidet sich der Gast ein zweites Mal für die Take-away-Option.“ Ist diese Pflicht erledigt, kann es an die Kür gehen. Mit Verpackun-

gen und Inszenierungen abseits des Alltäglichen hinterlassen Quick- und Fullservice-Anbieter bei ihren Gästen einen bleibenden Eindruck. Die Top-Tipps von Frank Scholz:

- **Authentische Inszenierungen:** Es müssen nicht immer Kuchenverpackungen sein. Brownies zum Beispiel können gut in Hamburger-Boxen transportiert werden, das heißt „all american“ und ist ideal fürs Delivery-Geschäft.

- **Stilvolle, farbenfrohe Verpackungen:** Nicht nur klassisch auf dem Teller lassen sich Torten inszenieren – auch eine edle Verpackung verleiht hochwertigen Torten einen besonderen Look.

- **Dessert zum Mitnehmen:** In Einzelportionen verpackt, lässt sich Cheesecake selbst mit Soßen-Topping problemlos transportieren. Es gibt sogar Verpackungen, die genau für einzelne Kuchenstücke gemacht sind. Sichtfenster zeigen den Inhalt und machen Lust auf mehr.

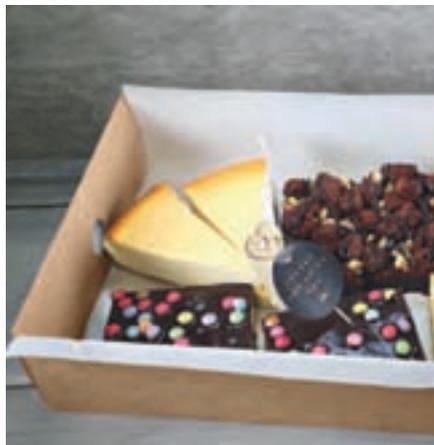
- **Persönliche Botschaft:** Beim To-go-Geschäft ist der persönliche Kontakt mit den Kunden oftmals nur kurz. Darum gilt: Mit kleinen Botschaften und Grußworten auf der Verpackung wird das Take-away-Geschäft persönlicher.

- **Glücksmomente „to share“:** Statt ganzer Stücke kleinere Portionen anbieten. Geschnittene Kuchen-Minis im To-go-Becher lassen sich gut mit nach Hause nehmen und teilen – oder gleich aufessen.

Besonders beliebt zum To-go-Verzehr sind Snacks. Schöllner Backwaren bietet seinen Kunden ein breites Sortiment: von herzhaften Knusperschleifen über gefüllte Donuts und Berliner bis hin zu luftigen Croissants in süßer und pikanter Geschmacksgebung. Seit März zählen auch Dänische Plunder dazu, zum Beispiel der neue Salted-Caramel-Zopf, gefüllt mit Salzkaramell und mit Zucker und Haselnüssen bestreut, sowie Klassiker wie der Spandauer mit Creme mit Vanillegeschmack oder eine Zimtschnecke.

Zu jeder Jahreszeit gefragt sind herzhaftere Snacks wie Laugengebäck, pikante Croissants oder auch Knusperschleifen. Apropos: Die knusprigen Plundersteigschleifen gibt es mit viel sichtbarer Füllung in den Sorten Käse-Salami, Mexican Style oder Käse. Warm aus dem Ofen und abgekühlt – die herzhaften Knusperschleifen zählen zu den Top-Sellern für den To-go-Verzehr.

Praxis-Tipp: Für ein optimales Backergebnis die Plunder am besten bei offener Abluftklappe backen. So kann die Feuchtigkeit entweichen, und die Snacks werden luftig und locker. **!**



HUG-WETTBEWERB CREATIVE TARTELETTES

Erst performen – dann nach Japan

Deutsche und Schweizer Köche/ Pâtissiers sowie Auszubildende können teilnehmen. Gefordert: die Kreation eines Vorspeisen- bzw. Amuse-bouche-Tellers und eines Dessert-Tellers

Für die Vorspeisen-Aufgabe sind Füll- und Präsentationsideen mit dem runden HUG Mini Snack-Tartelette Filigrano 3,8 cm und dem quadratischen HUG Mini Snack-Tartelette Filigrano 3,3 cm gefragt. Für die Kreation des Desserttellers sollen das rechteckige HUG Dessert Choco Tartelette Filigrano 5,3 cm und das rechteckige Dessert-Tartelette Filigrano 11,3 für eine gelungene Präsentation auf dem Teller sorgen. Teilnahmeberechtigt am Wettbewerb sind ausgebildete Köche*innen und Pâtissiers sowie Auszubildende. Pro Kategorie werden aus allen eingehenden Bewerbungen fünf Finalisten von einer unabhängigen siebenköpfigen Fachjury für das praktische Finale am 26. November im *Richemont Luzern* ausgewählt. Auf die beiden Gewinner*innen in den Kategorien war-

FOTOS: HUG



tet eine **zehntägige Studienreise nach Japan** mit exklusiven Einblicken in die bedeutendsten Hotels Japans und in ausgewählte Restaurants. Außerdem im

Plan: ein Besuch der Tempelanlagen und des Fuji-Vulkans sowie ein Blick vom Skytree, zweithöchstes Gebäude der Welt. Einsendeschluss für die Rezeptvorschläge ist der 11. September 2020. Ausschreibungsunterlagen und Tartelette-Musterkarton: www.hug-foodservice.ch !

DAS NEUE RISOTTO-ERLEBNIS!



NEU

Innovative Kartoffel-Spezialitäten

Kartoffel-Risotto, die Innovation aus Micro-Kartoffelwürfeln, in einer cremigen Sauce aus Schmand, Hartkäse und feinen Gewürzen.

- ✓ Ein neues Highlight für Ihre Karte
- ✓ Tiefkühlfrisch und convenient als Beilage oder für die Tellermitte.

www.schne-frost.de

Schne frost

Ein Stück weite Welt auf dem Tisch: Im Hotel Schloss Hohenhaus locken Sushi-Offerten gleichermaßen kleine und große Gäste



Sushi & Family

Asien meets Hessen – Sushi meets Ringgau. Zugegeben, das klingt ungewöhnlich, ist aber kulinarisch für die Region rund um das Hotel *Schloss Hohenhaus* bei Herleshausen sehr spannend. Seit 12. Juni können Gäste und Besucher des Hotels jeweils immer freitags und samstags exzellente Sushi-Kreationen von der Etagère genießen. Das Angebot richtet sich explizit an Familien mit Kindern. Sie suchen gerade im Werra-Meißner-Kreis und im Ringgau oft vergeblich nach einem Restaurant, in dem man sehr gut essen kann und auch abends Kinder gern gesehen sind. Beides ist selbstverständlich im Hotel *Schloss Hohenhaus*: Direktor Peter Niemann ist ebenso wie viele andere im Team selbst Vater von zwei noch nicht schulpflichtigen Kindern. Einen betriebseigenen Kindergarten hat er daher schon früh etabliert – nun kommt das gastronomische Konzept „Sushi & Family“ hinzu.

Besonders praktisch: Wenn es die kleinen Gäste nach dem Essen nicht mehr am Tisch hält, können sie sich im großen Schlosspark ordentlich austoben. Ihre Eltern müssen sich dabei nicht



sorgen – sie haben von der Terrasse aus einen Rundumblick auf den Park. Und wer sich fragt, warum es ausgerechnet Sushi sein muss, dem sei es ganz einfach erklärt: Weil in diesem Jahr das Reisen aufgrund der aktuellen Ereignisse nur eingeschränkt möglich ist, holen Peter Niemann und sein Team die Welt nach *Hohenhaus*. Sie servieren unter dem Motto „Sushi & Family“ unter anderem drei Sushi-Menüs – vegetarisch, als Maki-California-Mix mit Fisch oder als Sashimi-Mix. Ebenfalls im Angebot:

Die Brühe vom Ringgauer Bioland-Rind mit geräuchertem Tofu, Rotalgen und Trompetenpilz oder der Algensalat mit geröstetem Sesamöl und Sashimi von der Petersbach-Forelle. Wie auf *Hohenhaus* üblich, werden so viele regionale Produkte wie möglich verarbeitet. Im besten Falle haben diese ihren Ursprung sogar direkt vor Ort, denn dank eigener Landwirtschaft werden auf *Hohenhaus* Gemüse, Früchte, Kräuter, Fleisch, Getreide und vieles mehr angebaut. Farm to table at its best also.

FOTOS: TORSTEN PROSS



Der innovative Rösti-Snack

Nach dem Erfolg der Avita Gemüse-Hanf-Sticks bereichert Schne-frost nun mit den tiefkühlfrischen Avita Hash Brown Fries den boomenden Markt der Rösti-Snacks. Torsten Neumann, Schne-frost-Geschäftsführer: „Unsere Hash Brown Fries sind die neue Art zu snacken. Mit unterschiedlichsten Dips sind sie das perfekte Fingerfood für zwischendurch oder to go, begeistern aber auch als leckere Beilage, zum Beispiel auf der Burger-Karte.“ Die Hash Brown Fries im Pommes-Look sind eine gluten- und laktosefrei Snack-Alternative aus frischen Kartoffelraspeln, verfeinert mit buntem Pfeffer und einer leichten Zwiebelnote. Nach der Zubereitung sind sie außen herzhaft knusprig und innen angenehm soft. Hash Brown Fries gelingen in Fritteuse, Backofen oder Combidämpfer.

Hotdog – rein pflanzlich

Wenn es um die (Brat-)Wurst geht, haben die meisten Gäste im „Wurstland Deutschland“ ganz klare Vorstellungen: Knusprige Bräunung, saftiger Fleischgeschmack – so will es die kulinarische Tradition. Aber braucht es dafür immer Fleisch? Nicht unbedingt, findet Nestlé Professional. Mit der neuen Garden Gourmet Incredible Bratwurst zeigen die Außer-Haus-Profis, dass Wurst auch anders geht – nämlich pflanzlich, ganz ohne Fleisch. Profiköche*innen bekommen damit eine innovative Option an die Hand, mit der sie die Wünsche der wachsenden Flexitarier-Zielgruppe erfüllen können. Garden Gourmet Incredible Bratwurst schmeckt wie Fleisch, sieht aus wie Fleisch, ist aber komplett pflanzlich. Einmal zubereitet, lässt sich die vegane Wurst vielseitig einsetzen. Zum Beispiel als Hotdog, ganz klassisch als Grillwurst im Brötchen, als herzhaft-würzige Currywurst. Mit den passenden Beilagen wird aus der Garden Gourmet Incredible Bratwurst sogar ein fleischfreies Hauptgericht.



Für Käse- und Gemüse-Fans: die neuen gefüllten Fleischklößchen von Tulip haben wahlweise einen Kern aus Cheddarkäse oder Ratatouille

Ideal für den Restart

Sechs neue Snack-Ideen für das Restart-Geschäft hat Tulip im Sortiment. Ideal als Snack, Beilage oder Tapas sind die neuen gefüllten Fleischklößchen, wahlweise mit Cheddarkäse oder Ratatouille im Kern. Sie werden aus Schweine- und Rindfleisch hergestellt, aromatisch abgeschmeckt und lecker gefüllt. Käse- und Gemüse-Fans kommen gleichermaßen auf ihre Kosten. Für trendige Snacks eignet sich aber zum Beispiel auch Pulled Eisbein, mariniert und langsam gegart. Mit einem Stückgewicht von knapp 2,3 Kilogramm – ohne Schwarte und Knochen – lassen sich damit im Handumdrehen Bowls, Wraps und kleine Tellergerichte herstellen. Fingerfood par excellence sind die Spare-ribs „slow cooked“ – sie gelingen im Heißluftdämpfer oder auf dem Grill außen knusprig und innen saftig.

BLOCK MENÜ BIETET SICHERHEIT

QUALITÄT



HYGIENE



**BLOCK
MENÜ**

Frische Küche



KALKULATION



VERFÜGBARKEIT

4

Die Corona-Krise ist für die Gastronomie/Hotellerie die schwerste Bewährungsprobe aller Zeiten. Jetzt etwas Neues zu eröffnen, scheint absurd. Doch viele Objekte wurden schon weit vor Corona geplant und feiern nun Premiere

Neueröffnungen in Zeiten der Pandemie



1. Hotel Papa Rhein | Bingen

DAS PROJEKT

Hinter dem Hotelprojekt *Papa Rhein* im Welterbe Rheintal bei Bingen steht das Unternehmen *Urban Stay Hotels* von Investor Jan Bolland. Er steckt rund 16 Millionen Euro in das Haus mit dem ungewöhnlichen Namen und einem hohen Anspruch an Design und Lifestyle. Das Haus soll künftig vor allem ein jüngeres und urbanes Publikum an den Mittelrhein locken. Der Baustart war ursprünglich für den März 2018 geplant. Dann gab es doch noch viele Punkte, die mit der Stadt, den städtischen Gremien und auch intern zu klären waren. Mit einem Jahr Verspätung ging's endlich los. Die offizielle Eröffnung ist – nach einer entsprechenden Pre-Opening-Phase – für Ende August/Anfang September geplant. „*Papa Rhein* ist genau das, was wir in Bingen verkörpern wollen: Ein junges,

etwas schräges, aber herzliches Wohlfühl-Design direkt am Rhein“, sagt Jan Bolland über sein Herzensprojekt. „Und wir sind überzeugt, dass es gut ankommen wird. Die Nachfrage ist jedenfalls jetzt schon enorm.“

Im Vordergrund steht das Ziel, aus dem Gebäude am spektakulären Standort am Fluss ein Erlebnishotel zu machen, in dem das „Binger Drumherum“ entsprechend gewürdigt wird und ein gewisser Coolness-Faktor garantiert ist. „Wir wollen deutlich mehr Service- und Ausstattungsqualität bieten als ein Budgethotel“, betont Jan Bolland. „Wir haben uns aber auch zum Ziel gesetzt, die Ausstattung nicht so umfangreich und aufwendig zu gestalten wie in einem Spa-Hotel, denn das schlägt sich natürlich am Ende auch wieder im Übernachtungspreis nieder.“ Das *Papa Rhein* wird 114 Zimmer und Suiten haben, ein Restaurant

namens *Bootschau*, eine Dachterrasse mit Plunge-Pool, Spa sowie Tagungsmöglichkeiten. Es gehört übrigens wie das Hotel und die Berg-Chalets *das marienhöh* im Hunsrück sowie das *Günderode* in Oberwesel zum Kreis der Bollands-Hotels.

DIE GASTRONOMIE

Hotelier Jan Bolland setzt im *Papa Rhein* auf ein lässiges Gastronomiekonzept ohne Sterne-Ambitionen. Und das trotz der Verpflichtung von Nils Henkel, ehemals Zwei-Sterne-Koch auf *Burg Schwarzenstein*, als Küchenchef. Auf der Karte sollen unter anderem auch Bistro-Klassiker zu finden sein, und die Weine aus den umliegenden Regionen stehen im Vordergrund. Geplant ist eine Symbiose aus regionaler Küche (Produkte aus der Region) und weltläufiger Küche mit Fokus auf Fisch und Gemüse.



Kongeniales Duo: Hotelier Jan Bolland hat sich Zwei-Sterne-Koch Nils Henkel als Küchenchef für sein Hotel Papa Rhein an die Seite geholt und setzt im Restaurant Bootshaus auf ein lässiges Gastronomiekonzept ohne Sterne-Ambitionen

„Unsere gemeinsame Idee ist, ein trendiges Kleinod im Mittelrheintal zu schaffen“, verrät Hotelier Jan Bolland weiter. „Der Trend geht heute weg von Gourmetrestaurants hin zu Bistroküchen mit authentischer, gesunder Küche nach bestem Handwerk. Mit dem Team um Küchenchef Nils Henkel wollen wir die vielen tollen vorhandenen Gastronomie-Konzepte in Rheinhessen ergänzen und unser hippestes Lifestyle-Hotel somit noch attraktiver machen.“

DER KÜCHENCHEF

Nils Henkel steht im *Papa Rhein* vor einer ganz neuen beruflichen Herausforderung: Es geht darum, seine Küche mehrheitsfähig zu machen. „Die Corona-Pandemie und die damit einhergehende Krise hat unser aller Leben auf den Kopf gestellt und ganz besonders die Gastronomie &

Hotellerie und alles damit in Verbindung stehende sehr getroffen“, sagt der 51-jährige. Auch für ihn ging mitten in der Krise nach drei erfolgreichen Jahren auf *Burg Schwarzenstein* ein wichtiger Lebensabschnitt zu Ende. Nun blickt er mit Zuversicht nach vorn und freut sich auf die neue Aufgabe im *Papa Rhein*. „Corona hat die Lust auf so etwas wie eine neue Einfachheit geweckt“, sagt Nils Henkel. Im Restaurant *Bootshaus* will er die zelebrieren. Starten wird er mit einem Team aus sechs Köchen*innen plus Küchenhilfen, Spülkräfte und Frühstücksscrew. Zwei Köche aus seinem Team auf der Burg hat er bereits mitgebracht, ein dritter soll folgen. Das *Bootshaus* mit vom Gastraum über ein Fenster einsehbarer Küche, offenem Pass und Gasgrill bietet Platz für zirka 130 Gäste und weitere auf der Terrasse. In Nils Henkels Verantwortung als Küchenchef im Hotel fallen neben dem Restau-

rant auch das Frühstücksgeschäft, das kulinarische Angebot im Spa-Bereich und im Living-Room auf dem Dach sowie Tagungen bzw. Veranstaltungen.

DIE PERSPEKTIVE

Die Zeit ist mehr als reif für das neue, junge Lifestyle-Konzept direkt am Rhein. Der Name des Hotel- und Spa-Profis Jan Bolland bürgt ebenso für Qualität und Erfolg wie der Name Nils Henkel für Fine Dining auf höchstem Niveau steht. Doch er ist Profi genug, um seine Küche im *Bootshaus* auf einer neuen, breiteren Ebene zu zelebrieren. Ob es wieder für Stern/e reicht, wird die Zeit zeigen. !



2. Das James | Flensburg

DAS OBJEKT

Das James im alten Flensburger Hafenviertel Sonwik bringt frischen Wind und urbanen Lifestyle in die Flensburger Hotel- und Gastronomieszene. Die beiden Investoren Stephan Johannsen und Jan Pinno waren einige Jahre mit der Idee schwanger gegangen, in Flensburg ein besonderes Hotel zu errichten, im Spätsommer 2019 konnte endlich Richtfest gefeiert werden. Nun ist es fertig: Am 10. Juli wird das James im ehemaligen Marinegebäude eröffnet, der Name spielt auf den britischen Look des Hauses an. Es liegt direkt an der Flensburger Förde. Den Ausblick auf den Yachthafen und die vorgelagerten Wasserhäuser können die Hotelgäste aus den 81 urban designten Zimmern, Lofts und Suiten genießen, aber auch aus den Restaurants, dem Badehaus und dem Rooftop Pool ergeben sich wunderbare maritime Perspektiven. Das James ist der ideale Ausgangspunkt, um die idyllische Hafenstadt Flensburg, die einst unter der dänischen Krone stand, mit ihren historischen Höfen, Häusern und Speichern zu entdecken.

DIE GASTRONOMIE

Kulinarik wird im Das James groß geschrieben. Die Gäste werden unter anderem in James Farmhouse mit offener

Frontküche, dem Spa-Restaurant *The Roof* und dem Casual Fine-dine Restaurant *Das Grace* verwöhnt. Zehn Stufen führen nach oben ins *Das Grace* und damit in eine besondere kulinarische Sphäre. Es sind Logenplätze unter handgefertigten, glamourösen Kronleuchtern, die unter der sieben Meter hohen Decke schweben und dem Raum einen Hauch von Glamour verleihen. Für das außergewöhnliche Ambiente sorgen neben dem Ausblick aufs Wasser die edle Tischkultur mit hochwertigem Porzellan, Silberbesteck und feinen Gläsern an 58 Genussplätzen. Man kann den Aperitif auf Loungesesseln an der Bar genießen, bevor die Auswahl für die Speisenfolge getroffen wird.

Im James Farmhouse sehen die Gäste den Köchen bei der Zubereitung der Speisen in den beiden offenen Küchen zu – beispielsweise, wie sie Pizza aus dem Ofen holen. Speisen ist bei sommerlichen Temperaturen auf der geschützten Gartenterrasse sowie auch auf der Hafenterrasse möglich. Zum „Afternoon tea“ serviert Restaurantleiter Kim Babilonski im James Livingroom mit seinem Team klassische Teesorten und Scones mit Clotted cream und Marmelade. Außerdem werden Gebäckstücke und pikant belegte Sandwiches – mit oder ohne Champagner – gereicht. Der Kuchenwagen bietet zusätzlich Sahneschnitten und Tartes von 14 bis 17.30 Uhr.

Barkultur ohne Schnickschnack ist in der Bar *The Lion* Programm. Lauschige Nischen und leckere Drinks bieten den angenehmen Rahmen für inspirierende Gespräche und Begegnungen. Für den kleinen Appetit gibt es eine Speisenauswahl auf der Barkarte. Abseits von den belebten allgemeinen Bereichen des Hotels liegen die drei Tagungsräume im Obergeschoss mit vorgelagertem Foyer. Sie bieten ruhige Rückzugsmöglichkeiten für bis zu 120 Personen. Die Räume sind lichtdurchflutet, wohnlich und verfügen natürlich über moderne Präsentations- und Kommunikationstechnik.

DER KÜCHENCHEF

Quirin Brundobler, der Herr der Küchen, war zuletzt Sous Chef im *Sölring'Hof* auf Sylt und hat davor mehrere Jahre als Küchenchef im *Strönholt* des *Budersand Hotel* auf Sylt gearbeitet. Seine Kreationen kommen leicht und geschmackssicher daher und sind für den Gast in ihrer Komposition stets nachvollziehbar. Im *Grace* zum Beispiel variiert er den dänische Kaisergranat mit Tomaten, Kürbisvarianten, Basilikum und Zitrone und die Stubenküken mit Rote Bete, Sommerbeeren und Tellycherry-Pfefferjus. Das Black-Angus-Rind richtet er mit Sellerie und kräftiger Kalbsjus an. Ihm zur Seite steht Sous Chef Norbert Fervágner, der ebenfalls schon in zahlreichen Gourmetrestaurants auf Sylt sowie im *Landhotel Lammershof* und in der *Meierei* im Glücksburg gekocht hat.





„In Kombination mit der eigenen Farm ist das James ein einzigartiges gastronomisches Objekt“

Quirin Brundobler, Küchenchef, Das James, Flensburg

Das James Hotel im alten Hafenviertel Sonwik ist der ideale Ausgangspunkt, um Flensburg zu erkunden. Das kulinarisch-gastronomische Angebot ist auf Regionalität und die Einbindung der Erzeugnisse von der eigenen Farm ausgerichtet



DIE PERSPEKTIVE

Derzeit entsteht ein hauseigener Bauernhof, die *James Farm* – ein moderner landwirtschaftlicher Betrieb, in dem die eigenen Produkte verarbeitet und veredelt werden. Neben den Stallungen ist die hofeigene Molkerei mit Käseerei geplant, weiterhin ist der Anbau von Gemüse und Kräutern vorgesehen. Die ersten 28 Deutsch-Angus-Rinder grasen bereits auf den *James Farm*-Wiesen, auch 180 Hühner leben sich ein. Die

FOTOS: THE JAMES



Käserin käst und testet die Herstellung erster Käsespezialitäten. Und noch eine Besonderheit: Auf der *James Farm* wird im nächsten Jahr auch eine eigene Schlachtereie in Betrieb genommen. *Das James* mit seiner angegliederten Farm ist ein spannendes Projekt, das jetzt – in der Corona-Krise – mehr denn je im Trend liegt. Hier arbeiten Köche und Landwirte Hand in Hand – und der Gast profitiert davon, denn frischer und nachhaltiger kann es in kaum einer (Hotel) Küche zugehen. **!**

3. Seehaus – Bar | Grill | Restaurant | Füssen-Hopfen

DAS PROJEKT

Hopfen am See gilt als die „Riviera des Allgäu“. In erstklassiger Lage direkt am Seeufer wurde im Mai 2020 das *Seehaus Hopfensee Bar | Grill | Restaurant* eröffnet. Von der Sonnenterrasse reicht der Blick weit über das Wasser und auf die Allgäuer Alpen – bis hin zu Schloss Neuschwanstein. Auch das Restaurant bietet dank seiner großflächigen Verglasung einen unverstellten Blick über den See und auf die Bergkulisse. Die angestrebte Mischung aus Allgäuer Kultur und mediterranem Flair wurde hier harmonisch vereint. Details wie der Kamin, die Olivenbäume, die Loungemöbel, die alte Werkbank in der großen Gaststube, der Kronleuchter und das Gemälde vom Oberallgäuer Künstler Kilian Lipp machen das gewisse Etwas aus. Das *Seehaus* wird von der Profile Gastronomie GmbH betrieben und liegt neben dem Seepark, einer beliebten Anlaufstelle für (Wasser) Sport-Fans und Naturfreunde.



Küchenteam ist mittendrin und bekommt vom Geschehen im Restaurant und auf der Terrasse viel mit.“

Alle, die die bayerische Gemütlichkeit schätzen und lieben, dürfen Platz im schönen Biergarten nehmen. Unter den schattenspendenden Bäumen kann man nicht nur sein Bier genießen, das man sich am Kiosk holt, sondern auch bayerische Schmankerln, Kuchen, Eis und vieles mehr, das es am Kiosk zu kaufen gibt. Im bayerischen Biergarten sind auch auch Badegäste willkommen.

DER KÜCHENCHEF

Patrick Straubinger ist ein Gastronomenkind und hat seine Kochausbildung in der *Sonnenalp* in Ofterschwang gemacht. Seither hat er mehrere Stationen absolviert. So war er unter anderem Küchenchef im *Biohotel Eggensberger*, das in erhöhter Lage direkt in Sichtweite über dem Hopfensee liegt. Die Herausforderung im *Seehaus* ist für ihn nicht nur kreativer, sondern auch betriebswirtschaftlicher Art, weil er neben der Küchenchef-Position zusätzlich die Rolle des Betriebsleiters mit Budget- und Mitarbeiterverantwortung ausübt. Im *Seehaus Hopfensee* gibt es 90 Plätze auf der Terrasse und 100 im Innenraum. Zu Patrick Straubingers Team gehören über 20 Mitarbeiter*innen.

Mit der Speisekarte im *Seehaus* möchte sich der 35-jährige Küchenchef von der traditionellen Küche im Allgäu abheben, die Touristen und Einheimische sozusagen an jeder Ecke genießen können. „Schnitzel und Käs’spatzen wird man bei uns nicht finden“, sagt Patrick

Straubinger, „wohl aber exzellente Cuts vom Rind, Fische und Krustentiere sowie viele mediterrane Gerichte und Zubereitungen.“ Das kulinarische Konzept ist regional-mediterran ausgerichtet. Auf der Karte stehen Grillspezialitäten, Klassiker und saisonale Gerichte. Der Gast kann sich sein Essen quasi im Baukastensystem aus Hauptkomponenten und Beilagen zusammenstellen und die Zubereitung an Grill & Co. in der offenen Küche mitverfolgen.

Vertrauen ins Produkt spielt für die Profile Gastronomie GmbH eine große Rolle. Deshalb setzt Patrick Straubinger



DIE GASTRONOMIE

Transparenz und Luftigkeit ziehen sich durch das gesamte Projekt. Selbst der Blick in die große Küche ist transparent in Glas gehalten. „Dadurch bekommen die Gäste Einblick in die Arbeit unseres Küchenteams und können mitverfolgen, wie es die Gerichte zubereitet“, erklären Betriebsleiter & Küchenchef Patrick Straubinger sowie Daniel Lenzenhuber von Profile Projektmanagement. „Letztendlich entsteht so eine Bindung zwischen Küche und Gast, und auch unser





Das Seehaus Hopfensee Bar | Grill | Restaurant besticht durch seine Lage direkt am See und bietet den Gästen atemberaubende Ausblicke auf das Wasser und die Berge, bis hin zu Schloss Neuschwanstein



bevorzugt auf die Zusammenarbeit mit ausgewählten Partnern aus der Region. Der Einsatz regionaler Erzeugnisse ist ihm im Bereich Fleisch natürlich eher möglich als bei Fisch und Seafood, weil die Auswahl auf Seefisch beschränkt ist. Seine Spezialität im Kaffeegeschäft sind Crêpes mit verschiedenen Belägen.

DIE PERSPEKTIVE

Die Gastronomie im *Seehaus Hopfensee* ist seit der Eröffnung im Mai gut ange-

laufen. Die Gäste genießen den besonderen Ausblick und das kulinarische Konzept, das sich vom übrigen Angebot in der Region abhebt. Durch die großzügige Architektur von Gastbereich und Küche war die Umsetzung der Corona-Hygieneauflagen für das *Seehaus*-Team gut möglich, ohne zu viele Plätze einbüßen zu müssen. Ohnehin war das etwas ruhigere Geschäft in den Eröffnungswochen von Vorteil, weil sich das Team so besser aufeinander einspielen konnte. Jetzt steht einer erfolgreichen Sommersaison trotz Krise nichts im Wege. !



4. Wyndberg | Hotel, Restaurant & Destille | Lüneburg

DAS PROJEKT

Das Wyndberg – Hotel, Restaurant, Destille im ehemaligen Syndikatshaus in Lüneburg hat am 19. Juni erstmals seine Türen für Gäste geöffnet. Es liegt zentral zwischen der Parkanlage Liebesgrund, der historischen Altstadt und dem berühmten Lüneburger Rathaus, und es hat eine bewegte Geschichte. Kern des heutigen Gebäudes war ein Giebelhaus, das im Jahr 1438 errichtet wurde und dessen Keller zusammen mit einer späteren tonnengewölbten Erweiterung erhalten ist. Bauherr des Syndikatshauses war ein Rechtsgelehrter des Rats der Stadt Lüneburg. Im 18. Jahrhundert erfolgten der Abbruch des Giebels und die Erweiterung des Baus. Weitere Umbauten wurden im 19. und frühen 20. Jahrhundert vorgenommen. Bis 2006 war das Gebäude Sitz des Lüneburger Schul- und Kulturamtes, seither stand es leer.

Nach der aktuellen, aufwändigen Sanierung des Gebäudes erstrahlt es als *Hotel Wyndberg* in neuem Glanz und bietet seinen Gästen ein einmaliges historisches Ambiente, kombiniert mit modernem Komfort, ohne auf Gemütlichkeit zu verzichten. Bauherr des Hauses ist Stephan Scheer, der bereits andere Hotelprojekte in Lüneburg verwirklichte. Pächter und Betreiber des *Wyndberg Hotel, Restaurant & Destille* sind Marc Blancke (Lüneburger Hotelier, *Hotel Anno 1433, Gästehaus Drewes-Wale*) und Christopher Weckler (langjähriger F&B-Manager der Hamburger *East Hotelgruppe*).



DIE GASTRONOMIE

Die Gastronomie im *Wyndberg* mit 40 bis 50 Sitzplätzen innen gliedert sich in à la carte und Kaffee&Kuchen-Geschäft. Kleine, exklusive Veranstaltungen sind in Planung. Derzeit „the place to be“ ist die „richtig geile Terrasse“ (O-Ton Küchenchef Dominik Lang). Sie erweist sich gerade jetzt, in der Corona-Krise, als Gold Wert, weil das Restaurantgeschäft sich hier seit der Eröffnung am 19. Juni überwiegend im Freien abspielt. „Dadurch können wir relativ entspannt arbeiten, trotz der Hygieneauflagen, und unsere Gäste können sorglos genießen.“

Dominik Lang kocht im *Wyndberg* eine gehobene, klassisch inspirierte Küche zum fairen Preis. Hauptgänge sind beispielsweise *Kabeljau mit Queller, Selleriepüree, Schinken und Beurre blanc* oder *Flanksteak BBQ, Kopfsalat, Pommes Fondantes*. Das aktuelle Menü im *Restaurant Wyndberg* für 52 Euro startet mit *Brunnenkressesuppe, Lachsforelle, Chorizo*, gefolgt von *Rotgarnele, Reiscrème, Wassermelone, Gurke* sowie *Geschmortes und Sous-vide-Gegartes vom Kalb, geräucherte Kartoffelcrème und Sommergemüse*. Es mündet im süßen Finale – *marinierte Sommerbeeren, Mandel, Zitronenverbene, Champagner*.



Das Wyndberg – Hotel, Restaurant, Destille bietet seinen Gästen ein einmaliges historisches Ambiente, kombiniert mit modernem Komfort, ohne auf Gemütlichkeit zu verzichten

DER KÜCHENCHEF

Dominik Lang, ehemals Sous Chef von Thomas Martin und zuletzt Küchenchef in der *Kleinen Weinwirtschaft* im Hamburger Hotel *Louis C. Jacob*, hat zu Lüneburg eine besondere Beziehung. Er hat hier acht Jahre seiner Jugend verlebt, und seine Eltern wohnen in der Stadt. Zu den beruflichen Stationen des gebürtigen Saarländers gehören neben dem *Louis C. Jacob* außerdem der Münchner *Königshof* im Team von Martin Fauster, das Restaurant *JM* unter der Leitung von Küchenchef Jörg Müller auf Sylt sowie das *Le Méridien Stuttgart*. Dominik Lang hat sich für seine neue Aufgabe im *Wyndberg Restaurant* talentierte Kollegen an die Seite geholt. Sein Sous Chef im *Wyndberg* ist Nils Lichte, der unter anderem schon in der *Traube Tonbach* in Baiersbrunn und im Szene-Restaurant *Noas* am Isekai in Hamburg-Eppendorf gekocht hat. Das Team in der Küche komplettiert aktuell Nils Götsche, mit dem Küchenchef Lang bereits im *Louis C. Jacob* gearbeitet hat. Dominik Lang gehört zum CHEFSTROPHY-Netzwerk, war im *Louis C. Jacob* verantwortlicher Ausbilder und plant, auch im *Wyndberg Restaurant* junge Menschen zu Köchinnen und Köchen auszubilden.



DIE PERSPEKTIVE

Lüneburg ist gastronomisch kein Niemandsland, doch das neue *Wyndberg-Hotel, Restaurant, Destille* ist eine echte Augenweide und dürfte sich schnell zum Liebling der Gourmet-Szene entwickeln. Ein ehrgeiziges Projekt ist zudem die

Wyndberg Destille, ein Gemeinschaftsprojekt zwischen dem Bauherrn Stephan Scheer sowie den Betreibern Marc Blancke und Christopher Weckler. Geplant ist, dauerhaft mehr als 60 verschiedene Whiskys zu führen. **!**



Neues Zuhause auf Zeit

Nach dem verheerenden Brand Anfang Januar geht es in der *Traube Tonbach* wieder aufwärts. Bereits seit Pfingsten haben das Drei-Sterne-Restaurant *Schwarzwaldstube* und das Sternrestaurant *Köhlerstube* wieder geöffnet. Im *temporaire* – ganz unkonventionell auf dem Garagendach positioniert – haben die Brigaden von Torsten Michel und Florian Stolte ein Zuhause auf Zeit – und können bis zu 70 Gäste verwöhnen

Endlich wieder kochen dürfen: Mit der Wiedereröffnung der Restaurants *Schwarzwaldstube* und *Köhlerstube* zum Pfingstwochenende wurde für die beiden Küchenchefs Torsten Michel und Florian Stolte ein Traum wahr. Nach dem verheerenden Feuer Anfang Januar, das die legendäre *Schwarzwaldstube* – das dienstälteste Drei-Sterne-Restaurant Deutschlands – sowie die *Köhlerstube* und die *Bauernstube* vernichtet hatte, standen die ambitionierten Küchenchefs

und ihre Teams plötzlich ohne Küche und damit ohne Aufgabe da. „Unsere Motivation, die zerstörten Restaurants schnellstmöglich wiederzueröffnen, war hoch“, sagt Hotelier Heiner Finkbeiner.

Selbst die verordnete Corona-Zwangspause ab Mitte März tat den ehrgeizigen Plänen der Familie zum Wiederaufbau der Restaurants keinen Abbruch. „Wir haben die Zeit effektiv genutzt, und auch der Entwurf unseres neuen Stammhauses nimmt bereits konkrete Form an“, verrät

Finkbeiner. Der Neubau wird voraussichtlich Ende 2021 fertig. Aus dem Anspruch, Gourmetgäste nicht so lange auf ihr nächstes Dinner in *Köhlerstube* oder *Schwarzwaldstube* warten zu lassen, wuchs die Idee einer Übergangslösung auf dem Flachdach der Hotelgarage. „Was wenig glamourös klingt, bot einige Vorteile“, betont Juniorchef Sebastian Finkbeiner. Neben der Nähe zum Hotel verweist er auf die Tatsache, dass eine Aufstockung des Gebäudes statisch machbar war und erste Versorgungsleitungen bereits vorhanden waren. „Als i-Tüpfelchen gibt es einen Panoramablick aufs Tonbachtal.“

Mit dem Entwurf des *temporaire* beauftragte die Inhaberfamilie einen langjährigen Partner: Die Stuttgarter Architektenpartnerschaft ARP setzte die Vision von einem Zuhause auf Zeit für die *Schwarzwaldstube* und *Köhlerstube* um. In nur acht Wochen entstanden durch den Einsatz von rund 20 beteiligten Handwerksbetrieben zwei Geschosse, die auf 600 Quadratmetern Platz für zwei Gasträume, die Küchen sowie die erforderlichen Kühl-, Lager- und Personalräume bieten. „Für das *temporaire* wurden acht Überseecontainer mit zwei vollausgestatteten Küchen ausgebaut“, ergänzt



„Nach dem Brand musste alles neu beschafft werden, Uns war keinen Tag langweilig, aber das Kochen für Gäste hat gefehlt“

Torsten Michel (l.), Küchenchef Schwarzwaldstube, und Florian Stolte, Küchenchef Köhlerstube



DICK

Traditionsmarke der Profis



TYPISCH F. DICK!
Messer – so individuell wie
der Mensch



Die legendäre „Schwarzwaldstube“ fiel Anfang Januar dem Feuer zum Opfer. Jetzt läuft der Restaurantbetrieb im „temporaire“ weiter, bis der Neubau des Stammhauses der Traube Tonbach voraussichtlich Ende 2021 fertig ist

Sebastian Finkbeiner: „Komplettiert wird das Ganze durch zwei vorgelagerte Gasträume und eine umschließende Hülle aus Glas und rund 1600 Lärchenholzplatten, die den Bau wie ein Vogelnest verkleiden.“

Im Inneren erinnert wenig an das stählerne Grundgerüst: „Rund 30 Fenster sorgen für viel Licht und geben der Konstruktion etwas Luftiges“, sagt Renate Finkbeiner, die im Familienunternehmen maßgeblich für die fortlaufenden Modernisierungen des Hotels verantwortlich zeichnet. Das Interior ist bewusst zurückhaltend: „Ton in Ton mit einem graublauen Boden laden bequeme Sitzmöbel zum Verweilen an den großzügig verteilten Tischen ein. Minimale Designelemente wie zum Beispiel filigrane, schwebende Leuchten sowie eine mit schwarzwaldtypischen Schindeln verkleidete Servicestation,

die zugleich beide Restaurants räumlich trennt, unterstreichen das ruhige Ambiente.

Hinter den Kulissen sind die beiden Profiküchen das neue Reich der Teams um die Küchenchefs Florian Stolte und Torsten Michel. Michel verdeutlicht, dass alles, was zu einem Restaurant gehört, nach dem Brand neu beschafft werden musste: „Küchengeräte, Töpfe, Pfannen, Kochgeschirr und das gesamte Porzellan. Aber auch die ganze Tischkultur von Silberbesteck und Gläsern über Tischwäsche und Stoffservietten bis zum Messerbänkchen.“ Alles in allem endlos viele Ausstattungsstücke, die ausgesucht, kalkuliert, bestellt und ausprobiert werden mussten.

„Uns war nicht einen Tag langweilig“, ergänzt Florian Stolte, „aber das tatsächliche Kochen für Gäste hat uns gefehlt.“ Zur Vorfreude gehörten in Zeiten von

Finden Sie einen Händler
in Ihrer Nähe:

www.dick.de/haendler

www.dick.de

Messer . Werkzeuge
Wetzstähle . Schleifmaschinen



Küchenchef Florian Stolte serviert in der „Köhlerstube“ im neuen „temporaire“ Gerichte wie Goldforelle mit Auster, Gurke, Shisosorbet und Ingwersud



Torsten Michels Signature-Gerichte wie Steinbutt im Salzteig mit Auster und Kaviar stehen fortan im „temporaire“ der „Schwarzwaldstube“ auf der Karte

„Die Schwarzwaldstube von einst ist zwar Vergangenheit, aber an unserer Küche hat sich nichts geändert“

Torsten Michel, Küchenchef Schwarzwaldstube

Corona auch gut durchdachte Vorkehrungen für ein sicheres Miteinander. Juniorchef Matthias Finkbeiner gewann für ein umfassendes Hygienekonzept die Expertise der Universitätsklinik Tübingen: „Wir haben mit dem leitenden Hygieneexperten einen Maßnahmenkatalog zum Schutz unserer Gäste und Mitarbeiter erarbeitet.



Das Erlebnis wird auch mit Maske und Mindestbestand außergewöhnlich gut. Die Qualität ist in jedem Fall dieselbe wie früher – nur die Räume sind neu.“ Beide Restaurants sind zwar zunächst nur am Abend geöffnet, doch durch ein gutes Platzangebot ist die geplante Kapazität von 38 Sitzplätzen für die *Köhlerstube* und 32 Sitzplätzen für die *Schwarzwaldstube* gewährleistet.

„Die *Schwarzwaldstube* von einst ist Vergangenheit, aber an unserer Küche hat sich nichts geändert“, bekräftigt Torsten Michel. „Mein Team ist extrem motiviert

für das neue Kapitel, und Gäste dürfen sich wieder auf eine große Karte mit vielen Klassikern sowie drei Menüs freuen.“ Während das Team der *Köhlerstube* ab Februar schon übergangsweise im Hotelrestaurant *Silberberg* wieder Gäste bekoche, nutzten Michels Köche die Zeit bis zum Corona-Lockdown zum Hospitieren bei Kollegen in ganz Europa. Eine wertvolle Zeit, aber für Torsten Michel steht fest; „Jetzt haben Florian Stolte und ich wieder unsere eigenen Küchen und können das tun, was uns am meisten Spaß macht: kochen!“

So klappt's mit dem Restart

Die Teams der *Travel Charme Hotels & Resorts* präsentieren zur Wiedereröffnung der zehn Häuser in Deutschland und Österreich kreative Neukonzepte. Von To-go-Angeboten und deftigen Brotzeit-Varianten in Österreich über die After Adventure Vesper im Harz bis zu Live-Cooking mit Musik an der Ostsee

Have a break. Have a breakfast: Im *Ifen Hotel Kleinwalsertal* können es sich die Gäste bei einem à la carte-Frühstück richtig gut gehen lassen. Auch die Nachmittagsjause für Zwischendurch ist authentisch und vielfältig. Hier gibt es eine Auswahl acht leichter Gerichte: Salate, Suppen, Brotzeitbrettl, Pasta und Desserts. Abends tischen die Chefs in den drei Restaurants *Carnozet*, *Theo's* und *Kilian Stuba* regionale Küche auf. Im „Balkon Jausenkist'l“ gibt es eine Flasche Wein oder Bier und eine deftige Brotzeit direkt aufs Zimmer. Für die Jause am Berg befüllt das Ifen-Team Wanderrucksäcke mit Käse, Kaminwurz & Bauernbrot

Das *Bachmair am See* am Tegernsee lädt seine Gäste zum Genießen unter dem Motto „Do it fast“ sowie „Take your Time“. Das „Do it fast“-Menü umfasst unter anderem die Summerfeeling-Frühstücksbox zum Mitnehmen oder den täglich wechselnden Quick Lunch mit Salat, Hauptgericht und gesundem Dessert. Beim Frühstück mit Weißwürsten, Brezn, Fleischpflanzerl und Obatzda oder einer Brotzeit können sich die Gäste hingegen viel Zeit zum Genießen nehmen.

Im *Hotel Gothisches Haus* in Wernigerode startet das Harz-Erlebnis bei einem Frühstück mit regionalen Spezialitäten: Käse vom Westerhäuser Käsehof, Forelle aus dem Rauch aus Wendefurth, frisches Brot aus der Traditionsbäckerei Silberbach und vieles mehr. Wer sich dann auf die Spuren der Mystik des Harzer Waldes begibt, sollte stets den gut gefüllten Wanderrucksack mit sich tragen, bestückt mit Holzbrettchen, Thermoskanne, Dinkelbrot, Aufschnitt und einem Wanderheft mit Karten und Notfallnummern. Die After Adventure Vesper beschließt das Abenteuer bei Stulle und Cocktail. Alternativ erwarten die Gäste Tapas aus dem Harz. Als Highlight ist für Schmetterlinge im Bauch gesorgt: Was gibt es Schöneres, als ein romantisches Picknick mit Champagner, Sandwiches und frischem Obst?

Bei Volker Neufang vom *Bergresort Werfenweng* nehmen Picknicker ihr Frühstück jetzt in der Grab & Go-Variante ein. Die Frühstücksbox „Boxenstopp“ gibt es



Unkonventioneller Genuss in der Natur: Viele Konzepte der zehn Travel Charme Hotels setzen genau auf diese Art des Esserlebnisses

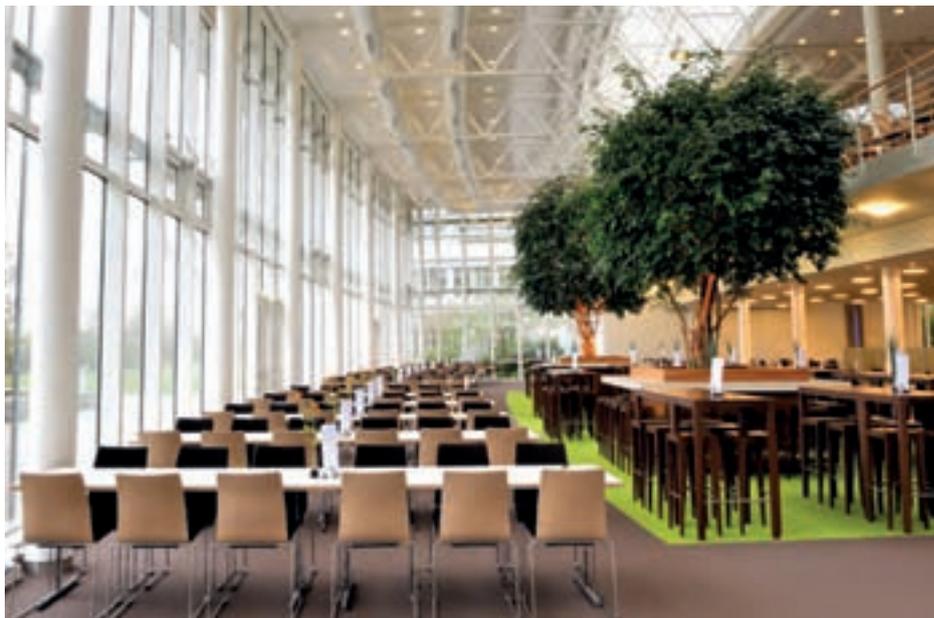
Wein, klingt der Tag mit Blick auf das imposante Bergpanorama aus.

Eiscreme, Picknick, Wein: Das Team des *Strandidyll Heringsdorf* auf Usedom weiß genau, was die Gäste glücklich macht. Zum neuen Gastronomiekonzept zählen daher verlängerte Frühstückszeiten, die Möglichkeit, individuelle Wünsche schon am Vortag zu notieren sowie eine Vier-Gänge-Menü à la carte am Abend. Die Motto-Abende mit Live-Cooking werden von Musik untermalt.

Im *Gastgarten im Fürstenhaus am Achensee* wird Fast Food neu interpretiert. Neben Hotdogs, Bowls und Salaten genießen die Gäste hausgemachten Apfel- und Topfenstrudel sowie Eis vom italienischen Hersteller Bindi. Die Feuerschale sorgt für Stimmung an lauen Sommerabenden. Frühstück gibt's nach dem Grab & Go-Prinzip. Mit einem Lunchpaket oder Picknickkorb lässt sich dann tagsüber die Gegend rund um Tirols größten See erkunden. Abends bestellen die Gäste à la carte, genießen bei einem Picknick den Sonnenuntergang oder schlürfen über der Feuerschale im *Gastgarten* hausgemachte Limonade. !

Genuss am Arbeitsplatz

Das großzügige Betriebsrestaurant La Cantina der R+V-Versicherung in Wiesbaden gehört zu den drei Besten in Deutschland. Das Versicherungsunternehmen R+V betreibt bundesweit neun Betriebsrestaurants, weil ihm eine gute Verpflegung der Mitarbeiter und Gäste sehr wichtig ist. Im Fokus steht eine Genuss-Philosophie



Blick ins Betriebsrestaurant La Cantina: Eine gute Betriebsgastronomie ist immer auch ein starkes Signal, dass Unternehmen ihre Mitarbeiter wertschätzen, und ein ideales Instrument, um die Arbeitgebermarke zu stärken

Kochen in einer Kantine? Während seiner Ausbildung zum Koch im Hotel Hessischer Hof im Odenwald sowie diversen Positionen als Küchenchef in der Spitzengastronomie hatte sich Thomas Walter nie intensiver mit dem Thema Betriebsgastronomie beschäftigt. Das Arbeiten in großen Dimensionen war mit Sicherheit nicht das, was er sich zu Beginn seiner Karriere erträumte. Doch nach dem Abschluss Hotelbetriebswirt an der Hotelfachschule Heidelberg und einem Aufenthalt in London zur Verbesserung der englischen Sprache arbeitete er für mehrere Jahre als Betriebs- und Gebietsleiter bei einem großen Caterer. Danach wechselte er zu einer renommierten

Unternehmensberatung und lernte die R+V-Versicherung im Rahmen eines Projekts in Wiesbaden kennen. Nach erfolgreichem Projektabschluss wurde ihm dort die Position des Gastronomischen Leiters angeboten. Seine Aufgabe: die Gastronomie neu erfinden, aufstellen und optimieren. Thomas Walter nahm die Herausforderung an.

Beim Kantinentest des Vereins Food & Health (München), dessen Ergebnisse Anfang des Jahres im Nachrichtenmagazin Focus veröffentlicht wurden, erreichte La Cantina im Gesamt-Ranking den dritten Rang, in der Kategorie „Genuss“ landete die R+V-Betriebsgastronomie sogar auf dem ersten Platz. „Dem Arbeit-

geber ist es aber nicht nur wichtig, dass seine Mitarbeiter sich gesund und ausgewogen ernähren, sondern über allem steht der Genuss“, erläutert Thomas Walter. „Das Essen muss schmecken, sonst wird es von den Gästen nicht akzeptiert, selbst wenn es noch so gesund ist.“ Mittlerweile betreibt R+V bundesweit neun Betriebsrestaurants, eine gute Versorgung der Mitarbeiter und Gäste ist dem Unternehmen sehr wichtig.

Basis für den Erfolg des R+V-Konzepts ist die Symbiose aus Nachhaltigkeit, Geschmack, Genuss und permanenten Innovationen. Trends wie vegane und vegetarische Küche sind inzwischen selbstverständlich. „Wir wollen allerdings

FOTOS: R+V



keinen Fleisch-Esser zum Veganer machen, sondern den Veganer locken, der heute noch nicht in die Betriebsgastronomie geht“, sagt Thomas Walter. „Wir beschäftigen uns zudem schon jetzt mit innovativen Themen und Produkten wie Algen oder Insekten, auch wenn sie voraussichtlich erst in einigen Jahren in die Gastronomie einziehen werden.“

Brancheninitiativen wie der Kantinentest sind nach Ansicht von Thomas Walter der richtige Weg, um in der Öffentlichkeit auf die große Verantwortung der Betriebsgastronomie für die Gesundheit und Leistungsfähigkeit der Beschäftigten eines Unternehmens aufmerksam zu machen. „Der Kantinentest ist ein Format, dass endlich einmal die Arbeit der Köche und Köchinnen in der Betriebsgastronomie wertschätzt, statt sie durch den Kakao zu ziehen.“ Er begrüßt daher die Entwicklung, dass Unternehmen wie die Fischer Unternehmensgruppe (Waldachtal) oder Vector Informatik (Stuttgart) sich beispielsweise von Top-Köchen wie Harald Wohlfahrt beraten bzw. einem Team der *Traube Tonbach* bekochen lassen, um ihre Betriebsrestaurants für Mitarbeiter noch attraktiver zu machen. Walter: „Eine gute Betriebsgastronomie ist auch immer ein starkes Signal, dass Unternehmen ihre Mitarbeiter wertschätzen. Darüber hinaus ist sie ein ideales Instrument, um die Arbeitgebermarke zu stärken.“

Der Hotelbetriebswirt engagiert sich seit vielen Jahren im Vorstand des Deutschen Instituts für Gemeinschaftsgastronomie. Seine Ziele: die Vernetzung und die Innovationsfähigkeit der Branche verbessern. „Die Betriebsgastronomie fristet nicht länger ein Schattendasein, sondern bekommt nun die Aufmerksamkeit, die ihr schon lange zusteht“, betont Thomas Walter. Während die medial vielbeachtete Sternegastronomie von einer geringen Zielgruppe (schätzungsweise 0,03 Prozent der deutschen Bevölkerung = 24 000 Menschen) in Anspruch

„Wir beschäftigen uns schon jetzt mit innovativen Themen wie Algen oder Insekten, auch wenn sie erst in einigen Jahren in die Gastronomie einziehen.“

Thomas Walter, Abteilungsleiter
Gastronomie & Services, R+V-Versicherung

SAGEN SIE MAL,

HERR WALTER ...

Thomas Walter ist Abteilungsleiter Gastronomie & Services und Geschäftsführer der R+V Dienstleistungs-GmbH, R+V-Versicherung, Wiesbaden

Wie geht Gemeinschaftsverpflegung in Zeiten der Pandemie?

chefs!: Welche Folgen hatte die Corona-Krise für die Betriebsgastronomie der R+V in Deutschland?

Walter: Die insgesamt neun bundesweiten Restaurants der R+V-Versicherung wurden Mitte März geschlossen, als knapp 16 000 Mitarbeiter*innen von der Geschäftsführung ins Homeoffice versetzt wurden. An den Standorten blieben etwa 700 zurück, die in den vergangenen drei Monaten mit kostenlosen Lunchpaketen kulinarisch versorgt wurden.

chefs!: Weniger Arbeit also für Ihre Teams. Mussten Sie Ihre Kollegen und Kollegen in Kurzarbeit schicken?

Walter: Nein, unsere Mitarbeiter waren während des Lockdowns nicht in Kurzarbeit, sondern haben das Angebot für die Bestückung der Lunchpakete gemanagt, die an die verbliebenen R+V-ler ausgegeben wurden.

chefs!: Wie ist die aktuelle Situation vor Ort, sind die Restaurants immer noch geschlossen?

Walter: Unsere Restaurants sind seit dem 15. Juni wieder geöffnet. Zur Akzeptanz des Angebots ist leider erst wenig zu sagen, aber wir gehen davon aus, dass wir auch hier ähnliche Zahlen erreichen werden



wie in der Vergangenheit bei der Abnahme der Lunchpakete.

chefs!: Wie ist Ihre Einschätzung: Werden durch die Erfahrungen in der Corona-Krise zukünftig mehr Mitarbeiter*innen überwiegend im Homeoffice arbeiten und somit langfristig gesehen weniger Gäste in die Betriebsrestaurants gehen?

Walter: Wie viele Unternehmen in Deutschland überlegt auch die R+V derzeit, wie viel Homeoffice für ein „new normal“ definiert wird. Doch für Schätzungen, welche Auswirkungen das auf unser Geschäft hat, und ist es im Moment noch zu früh.

Wussten Sie, dass...

...das Wiesbadener Betriebsrestaurant der R+V mit dem Namen „La Cantina“ zu den Besten in Deutschland gehört? Im Kantinentest 2020 der Organisation Food & Health aus München hat die R+V-Betriebsgastronomie den ersten Platz in der Kategorie „Genuss“ erhalten und ist mit vier Sternen ausgezeichnet worden. Auch in den Kategorien „Nachhaltigkeit“ und „Gesundheit“ haben die Wiesbadener stark gepunktet. In der Gesamtwertung ergab dies Platz drei bundesweit. „Wir freuen uns ganz besonders, dass wir einen solchen Erfolg verbuchen können“, sagt Thomas Walter, Abteilungsleiter Gastronomie & Services und Geschäftsführer der vor zwei Jahren gegründeten R+V Dienstleistungs-GmbH. Mit dem Test werde die große Verantwortung für gesundes Essen am Arbeitsplatz und die Leistungsstärke der Betriebsgastronomien hervorgehoben. www.food-and-health.org



Das Team vom La Cantina-Betriebsrestaurant bei R+V in Wiesbaden unter Führung von Thomas Walter freute sich über die gute Platzierung beim Kantinentest 2020

genommen wird, werden Betriebsrestaurants und Mensen täglich von mehreren Millionen Gästen besucht.

Die Betriebsgastronomie gehört zu den Vorreitern, wenn es um Themen wie gesunde Ernährung, Agrarwende, Digitalisierung, Nachhaltigkeit, Klimaschutz, Kunststoffvermeidung oder CO₂-Reduktion geht. Exakt kalkulieren, sauber rezeptieren, gekonnt digitalisieren und vor allem perfekt organisieren statt zu improvisieren – das sind nach Ansicht von Thomas Walter weitere wichtige Themen. Spitzen- und Betriebsgastronomie schließen sich dabei aber nicht aus, sondern ergänzen sich. „Wir sind stolz darauf, erstklassig ausgebildete Kolleginnen und Kollegen aus der Spitzengastronomie bei uns beschäftigen zu dürfen“, sagt Thomas Walter. Antriebsfeder für den Wechsel ist seiner Ansicht nach die Mixtur aus den Arbeits-



zeiten, den möglichen Perspektiven, der guten Bezahlung sowie einer modernen Führungskultur.

Wer aus der klassischen Gastronomie in die Betriebsgastronomie wechseln möchte, sollte sich auf eine intensive Eingewöhnungsphase einstellen. Kochen können allein reicht mit Sicherheit nicht aus. „Die Bewerber*innen müssen sich neuen Themen gegenüber öffnen, um sich mit den speziellen Anforderungen der Betriebsgastronomie vertraut zu machen“, weiß Thomas Walter aus eigener Erfahrung. Nicht nur bei Themen wie Einsatz von moderner Küchentechnik, Prozessmanagement, Organisation oder Digitalisierung ist der Schulungsbedarf immens, auch bei den eher „weichen“ Skills wie

Mitarbeiterführung, Motivation oder Kommunikation mit Gästen gelten in der Betriebsgastronomie eigene Regeln.

„Es ist täglich eine Herausforderung, wertschätzende Mitarbeiterführung, Gastorientierung und Innovation unter einen Hut zu bringen“, sagt Thomas Walter. „Wir halten dies jedoch für zwingend erforderlich, um auch in Zukunft in einem tollen Team Erfolge feiern zu dürfen und zu den besten der Branche zu gehören.“ Daher hat sich die R+V-Gastronomie entschieden, trotz aktuell schwieriger Rahmenbedingungen 2021 Köche und Restaurantfachkräfte auszubilden sowie ein Duales Studium für Gastronomie-Management anzubieten.

Jörg-Michael Ehrlich |

ANZEIGE

HUG
www.hug-foodservice.ch
We ♥ your creativity!
Karl Zieres GmbH Tel. 06181 18046-0

Kulinarische Europareise



Genießen wie die Franzosen mit SJØ Matjes mit gebackener französischer Auster und Ratatouille

Für Italien steht der grün-weiß-rote Matjes-Salat mit gebratenem Spargel, Ziegenkäse, Rucola und Tomatendressing



SJØ Matjes mit Kartoffel-Bärlauch-Strudel repräsentiert das beliebte Urlaubsland Österreich

Im Rahmen der Europäischen Matjeswoche mit SJØ unterstützt Friesenkronen die Küchenteams in Gastronomie und Gemeinschaftsverpflegung mit leckeren Rezepten sowie Rat und Tat vor Ort

terialien wie beispielsweise Aktionsposter, Infobroschüren, Tischaufsteller und Speisekarteneinleger. Der Friesenkronen-Fischsommelier Andreas Alt sowie das Vertriebsteam unterstützen mit Rat und Tat vor Ort.

„Mehr Urlaubs- und Sommergefühl kann man in einer Woche nicht schmecken und erleben“, sagt Sylvia Ludwig, Friesenkronen-Vertriebsleitung Marke GV in Marne, über die Aktion. „Wir wollen Gastronomie und Gemeinschaftsverpflegung dabei unterstützen, mit saisonalen und trendigen Rezepten aus der Krise zu kommen. Die europäische SJØ-Matjeswoche erzielt zusätzlichen Umsatz und ist ohne viel Personaleinsatz durchzuführen.“

SJØ Matjesfilet lässt sich flexibel einsetzen und mit verschiedenen Aromen hervorragend kombinieren. „Das helle Filet mit einer leichten Salznote schmeckt sehr mild“, betont Andreas Alt, gelernter Koch. „Dank eines innovativen Herstellungsverfahrens hat SJØ nicht mehr den fischigen Matjesgeschmack von früher und passt bestens in die moderne Trendküche.“ Zudem ist er MSC-zertifiziert – ein wichtiges Argument für verantwortungsbewusste Küchenchefs und Gastronomen.



Interessenten, die bis September in ihrem Betrieb eine europäische Matjeswoche mit SJØ veranstalten wollen, melden sich unter vertrieb@friesenkronen.de. Details zu Unternehmen und Produkten unter www.friesenkronen.de und natürlich auf der Facebook-Seite von Friesenkronen.

Urlaubsreisen ins Ausland finden im Jahr 2020 seltener statt, dennoch rückt Europa zusammen, zum Beispiel kulinarisch: Küchenchefs in der deutschen Gastronomie und Gemeinschaftsverpflegung können ihre Gäste mit einer europäischen SJØ-Matjeswoche auf Reisen schicken, denn Friesenkronen hat rund um den echt norwegischen Matjes eine Aktionswoche konzipiert, die Lust macht auf Genüsse aus fremden Ländern.

Mit attraktiven Zutaten aus den europäischen Nachbarstaaten entstanden Gerichte wie etwa SJØ Matjes mit griechischem Bauernsalat in Artischockenböden, italienischer Matjes-Salat mit gebratenem

Spargel, Ziegenkäse, Rucola und Tomatendressing, SJØ mit österreichischem Kartoffel-Bärlauch-Strudel oder SJØ Matjes mit gebackener französischer Auster und Ratatouille. Die entsprechende Broschüre „Europäische Matjeswoche“ mit Wareneinsatzkalkulationen kann unter vertrieb@friesenkronen.de angefordert werden.

Geschichten zu den Zutaten und jede Menge Wissenswertes rund um Matjes machen neugierig auf das „touristische“ Essensangebot in Europa. Die Friesenkronen-Rezeptensammlung umfasst sechs großverbrauchertaugliche Kompositionen. Das Unternehmen bietet außerdem individuelle Rezeptentwicklung und Promotionsma-

ROTE KARTE FÜR HANDSPÜLER

Hygienisch sauberes Geschirr und Besteck sowie strahlende Gläser gehören nicht erst seit Corona zu den Top-Themen der gastlichen Branche. Allerdings hat das Virus dafür gesorgt, dass die Hygienesicherheit nun wie unter einem Brennglas betrachtet wird. Ein Plädoyer fürs maschinelle Spülen und wie die Hersteller den Weg zur eigenen Spülmaschine erleichtern

Neulich, an einem lauen Sommerabend im Juni, auf der Terrasse eines beliebten Fischrestaurants in Kiel: Auf die Frage eines Gastes, wie denn die Biergläser in Zeiten von Corona gespült werden, antwortet die Servicemitarbeiterin freundlich mit „ganz gründlich per Hand im Spülbecken“. Daraufhin erhebt sich die Gruppe kopfschüttelnd, packt ihre Sachen und verlässt schnellstens die Location.

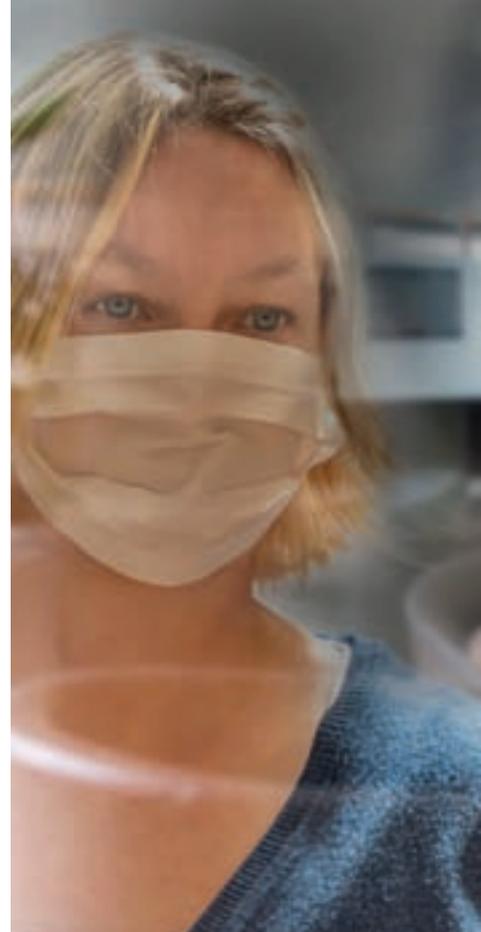
Gut möglich, dass die Gäste den NDR-Podcast von Dr. Christian Drosten zum Thema Gläserspülen in der Gastronomie gehört hatten. Darin bringt Deutschlands derzeit bekanntester Virologe von der Charité in Berlin die Gefahrenlage unmissverständlich auf den Punkt: „Biergläser werden in den Kneipen zwar

mal durchs Wasser gezogen, aber wie viel Spülmittel da noch drin ist, das möchte man nicht so genau hinterfragen. Über diesen Weg wird mit Sicherheit auch dieses Virus übertragen.“

Betriebe, die jetzt noch ihre Gläser manuell spülen, sollten sich daher ihrer Verantwortung bewusst sein und – so schwer es finanziell momentan fällt – zeitnah in maschinelle Spültechnik und Wasseraufbereitung investieren. Gläser spülen per Hand ist ein absolutes No-go und sollte aus hygienischen Gründen eigentlich schon längst verboten sein. Doch statt endlich Nägel mit Köpfen zu machen und Rechtsverbindlichkeit zu schaffen, gibt es in den Corona-Verordnungen der Länder nicht einmal bundes einheitliche Empfehlungen zum Spülen

„Die vorgeschriebenen Temperaturen, die Mindestspülzeiten und die Zusammensetzung der Spülchemie lassen sich beim manuellen Spülen nicht dauerhaft sicherstellen. Dem Einen ist das Wasser zu heiß, der Andere benutzt zu wenig Reinigungschemie, der Dritte ist nicht ausdauernd genug beim Spülen. Das bedeutet, dass sich Coronaviren nicht dauerhaft inaktivieren lassen.“

Thomas Näger, Geschäftsführer, Vereinigung Gewerbliches Geschirrspülen (VGG), über die Probleme beim manuellen Spülen







Die Spülmaschinenhersteller beraten ihre Kunden derzeit intensiv bei der Umsetzung von Spülkonzepten, die Corona-Viren keine Chance zum Überleben lassen



Meiko hat seine Maschinen durch ein unabhängiges Hygieneinstitut zertifizieren lassen



Miele Professional hat aktuell ein besonders attraktives Finanzierungs- und Leasing-Modell für seine Spülmaschinen aufgelegt

Praxis selbst in Top-Betrieben nicht funktioniert) die schlimmste Virenschleuder, die man sich vorstellen kann.

Die Zahlen, in wie vielen Betrieben inzwischen Gläser maschinell gespült werden, schwanken stark, je nach Definition der Zielgruppen der Spülmaschinenhersteller. Während in der gehobenen Gastronomie schätzungsweise in zwei Drittel der Betriebe bereits eine Gläser-spülmaschine steht, ist das in der „normalen“ Gastronomie nur zu 20 bis 25 Prozent der Fall. Eigentlich unverständlich, denn Gläser-spülmaschinen sorgen nicht nur für Sauberkeit und Hygiene, sondern amortisieren sich innerhalb weniger Monate (u.a. geringere Personalkosten, weniger Chemie- und Energiebedarf, weniger Glasbruch).

Die großen Anbieter von Spültechnik wie Winterhalter, Hobart, Meiko oder auch Miele nutzen die aktuelle Situation, um auf die Vorteile des maschinellen Spülens aufmerksam zu machen. Auch sie sind durch den monatelangen Lockdown und den weltweiten Nachfrageeinbruch wirtschaftlich betroffen und hoffen, zumindest in Deutschland neue Kunden für ihre Maschinen zu gewinnen. Meiko hat beispielsweise seine Maschinen durch ein unabhängiges Hygieneinstitut (HygGen) zertifizieren lassen. Das Gutachten bestätigt, dass das Coro-

von Gläsern in der Gastronomie. Einige Bundesländer fordern, dass das Wasser im Spülbecken mindestens 45 Grad Celsius heiß und mit ausreichend Spülmittel versetzt sein muss. Bei der Verwendung von kälterem Wasser schreibt diese Verordnung vor, dass auf eine ausreichende Menge des Spülmittels, eine längere Verweildauer der Gläser im Spülbecken, eine sorgfältige mechanische Reinigung sowie eine anschließende Trocknung der Gläser zu achten ist.

Wer die Praxis in den Betrieben kennt, der ahnt, dass diese vage formulierten Forderungen wegen der Komponente Mensch kaum zu erfüllen sind. Wasser mit mindestens 45 Grad Celsius ist für die meisten Mitarbeiter*innen auf Dauer viel zu heiß bzw. schädigt bereits –

erst Recht in Verbindung mit Spülmittel – nach wenigen Minuten die Haut. Frei nach dem Motto „viel hilft viel“ wird entweder das Reinigungsmittel überdosiert (teuer!) oder – beispielsweise bei Hochbetrieb – die Zugabe für eine gewisse Zeit vergessen. Dadurch steigt übrigens nicht nur das Übertragungsrisiko für Corona-Viren, sondern auch für Erreger von Erkältung, Grippe, Magen-Darm-Erkrankungen, Aphten im Mundraum („Mundfäule“), Herpes und vieles andere.

Ein abendfüllendes Thema für sich ist die Trocknung: Bei Hochbetrieb völlig unrealistisch, da die Gläser sofort wieder in Umlauf gebracht werden müssen. Polieren per Hand ist nicht nur zeitaufwendig, sondern selbst bei regelmäßigem Wechsel der Handtücher (was in der

Finanzierungs- und Leasingmodelle der großen Hersteller sind eine gute Möglichkeit, um kurzfristig und kostengünstig auf das maschinelle Spülen umzusteigen. Alle Hersteller haben entsprechende Programme aufgelegt und stehen der Branche beratend zur Seite.

navirus in Meiko-Spülmaschinen nicht überleben kann. Interessant: Meiko ging mit dieser Info schon im Februar im Rahmen der Intergastra an die Öffentlichkeit, als Corona in Deutschland noch kein wirkliches Thema war.

Winterhalter empfiehlt zum Schutz der Gäste die Einhaltung der DIN SPEC 10534. In dieser Vornorm werden die Hygieneanforderungen an den Betrieb gewerblicher Spülmaschinen festgelegt und Hinweise zum hygienischen Betrieb, zur Reinigung und Desinfektion des Spülguts sowie zur Pflege und Wartung der Maschinen gegeben. Die Norm definiert alle für den hygienischen Spülprozess relevanten Parameter wie Temperaturen, Dosiermengen und Kontaktzeiten und gibt Tipps zur Spülorganisation. Die nach der DIN SPEC 10534 zertifizierten gewerblichen Spülmaschinen gewährleisten durch dieses Verfahren eine Keimreduktion um 5 log-Stufen, was der Inaktivierung von 99,999 Prozent aller Keime und damit praktisch dem Niveau einer Desinfektion entspricht. Eine Verbreitung des Corona-Virus – zumindest über Geschirr und Gläser – kann so ausgeschlossen werden.

Die Kosten für eine Untertischmaschine für das Spülen von Gläsern betragen inklusive notwendiger Installationsarbeiten für Strom, Wasser und Abwasser, Wasseraufbereitung und Büfetteinbau zirka ab 8000 Euro und aufwärts. Da die derzeitig verabschiedeten Förderpakete und Soforthilfen des Bundes und der Länder nicht unmittelbar für Investitionen, sondern nur für laufende Betriebsausgaben und Fixkosten genutzt werden dürfen (z.B. Mieten, Pachten, Zinsen, Versicherungen, Strom-, Wasser- und Heizkosten), sind die Finanzierungs- und Leasingmodelle der großen Hersteller eine gute Möglichkeit, um kurzfristig und kostengünstig auf das maschinelle Spülen umzusteigen. Alle Hersteller haben dazu entsprechende Programme aufgelegt und stehen der Branche beratend zur Seite.

Besonders attraktiv ist das Modell von Miele Professional, bei dem die erste Rate erst im zehnten Monat nach der Inbetriebnahme der Maschine fällig wird. Diese liquiditätsschonende Option gilt übrigens nicht nur für Spültechnik von Miele, sondern auch für alle Waschmaschinen, Trockner und Mangeln aus dem aktuellen Programm von Miele Professional. Auch Zubehör wie Sockel, Körbe und Einsätze lassen sich auf diese Weise

finanzieren. Die Verträge haben eine Laufzeit von 36 oder 48 Monaten.

Eine elegante Finanzierungsvariante bietet Winterhalter mit seinem Konzept Pay Per Wash an, bei der die Kunden pro Spülgang bezahlen. Möglich wird dieses Bezahlmodell durch eine WLAN-Vernetzung der Maschinen mit einem Server von Winterhalter. Ohne Investitionskosten erhalten Kunden auf diese Weise Zugang zu Spitzentechnik von Winterhalter und zahlen pro Spülgang lediglich rund 20 Cent. In diesem Betrag ist alles enthalten – Spülchemie, Wartung und auch Reparaturen, sofern sie nicht vom Betrieb verschuldet wurden. Gebucht und bezahlt (per Kreditkarte) wird die Anzahl der Spülgänge – 100, 200, 500, 1000 oder 2000 – online. Die gekauften Spülcodes werden direkt am Maschinendisplay eingegeben, und schon kann sicher und hygienisch gespült werden.

Jörg-Michael Ehrlich

ABSOLUTE ML LINES -
Wie die Liebe auf den ersten Blick

FELIX
SEIT 1790
SOLINGEN GERMANY

 **FELIX SOLINGEN GMBH**
Tel. +49(0)21223140-300
info@felix-solingen.com
www.felix-solingen.com

10% Gutschein:
FELIX10

Was nun, Herr van Tongeren?

Unilever Food Solutions ist ein starker Partner für Profiköche*innen in Gastronomie, Hotellerie, Care-Küchen und betrieblicher Gemeinschaftsverpflegung. Wie hat die Corona-Krise und der Shutdown das Geschäft verändert? Fragen an **Harm van Tongeren**, Geschäftsführung Unilever Food Solutions für Deutschland, Österreich und die Schweiz



Der Holländer Harm van Tongeren ist seit 16 Jahren bei Unilever tätig und übernahm im Herbst 2017 die Geschäftsführung Unilever Food Solutions für Deutschland, Österreich und Schweiz. Im Jahr 2004 begann er seine Karriere im Bereich Customer Development für Food und Refreshment bei Unilever. Anschließend begleitete er als Verkaufsdirektor für Margarine und Dressings in den Niederlanden und im Anschluss als Supply-Chain-Direktor Savory für Europa die erfolgreiche Entwicklung des Unternehmens. Danach war er zwei Jahre als Vizepräsident für die strategische Weiterentwicklung der Supply Chain und ihre Verknüpfung mit der Business-Agenda in den Beneluxstaaten tätig.

Wie hart ist Unilever Food Solutions von den Aus- und Nachwirkungen des Shutdowns und der Corona-Pandemie betroffen?

Van Tongeren: Genauso wie auch viele andere Hersteller und Großhändler im Foodservice-Markt wurde Unilever Food Solutions vom Shutdown hart getroffen. In Restaurants und Hotels ging während der Wochen des Shutdowns bekanntlich nichts mehr, aber auch aus anderen Kunden-Channels wie Betriebsrestaurant, Kita, Schule & Co. gab es über Wochen sehr wenige Bestellungen. Selbst in Krankenhäusern war unser Geschäft betroffen, weil hier coronabedingt die Bettenbelegung runtergefahren wurde. Seit des Restarts zieht das Geschäft ganz langsam wieder an, doch von einer Normalität sind wir nach wie vor weit entfernt. Unabhängig davon lief die Produktion ganz normal weiter, da die Produktionsstätten nicht nur unsere

Produkte, sondern auch die unserer Retail-Marken für den Lebensmittel-einzelhandel beziehungsweise Produkte für andere Länder fertigen.

chefs!: Mussten Sie für Teile Ihrer Beschäftigten Kurzarbeit anmelden?

Van Tongeren: Kurzarbeit kam für uns bisher nicht in Frage. Selbst das Marketing und die Vertriebsteams waren unverändert in Beschäftigung, wengleich viele natürlich vom Home-office aus gearbeitet haben.

chefs!: Wie sah deren Alltag während des Shutdowns aus?

Van Tongeren: Unser erklärtes Ziel in der Krise ist es, unsere Kunden, sprich Gastronomen und Köche/Küchenchefs, aber auch unsere Handelspartner bestmöglich zu unterstützen. So war unser Außendienst zum Beispiel zeitweise in den Märkten der Handelspartner bzw. in den Einzelhandelsfilialen bei der Bestückung der Regale im Einsatz.

Darüber hinaus waren wir mit unseren Kunden in der Gastronomie telefonisch und über digitale Kanäle im ständigen Kontakt und Austausch, um sie durch den Shutdown zu begleiten, zum Beispiel mit Tipps fürs Take-away-Geschäft, und um sie auf die schwierige Phase des Restarts mit passenden Inhalten und Lösungsvorschlägen bestmöglich vorzubereiten.

chefs!: Wie sieht das aktuell aus?

Van Tongeren: Aktuell bieten wir den Gastronomie-Partnern Unterstützung auf verschiedenen Ebenen an. Dabei ist die ganze Vertriebsorganisation eingebunden, sprich der Außendienst, die Kundenbetreuer und unsere Culinary Fachberatung. Hauptsächlich geht es dabei um praktische Tipps und die Vermittlung von Know-how rund um die Wiedereröffnung, Lieferungen, Wirtschaftlichkeit, gesunde Ernährung und Hygiene. Unser Business dreht sich im



„Obwohl wir hier bereits sehr gut aufgestellt sind, möchten wir die digitalen Möglichkeiten in der Zusammenarbeit mit unseren Kunden künftig noch viel stärker nutzen.“

Harm van Tongeren, Geschäftsführer, Unilever Food Solutions

heit und Gesundheit aller Beteiligten im Vordergrund steht. Ein starkes Tool auf dem Weg zum Kunden sind derzeit unsere Webseite und unser Onlineshop. Aber auch unser Newsletter und neue Formate wie Webinare und digitale Live-Events gehören dazu. Unser Partner *Too Good To Go* bietet den Gastronomie-Kunden zudem die Möglichkeit, über die App Gerichte für Take-away anzubieten.

chefs!: *Wird das Unternehmen Unilever Food Solutions durch Corona ein anderes? Oder rechnen Sie damit, dass sich das Geschäft mittelfristig wieder auf dem Level der Vor-Corona-Zeit einpendelt?*

Van Tongeren: Uns ist bewusst, dass die Einschränkungen und deren Folgen uns noch länger begleiten werden. Wir stellen fest, dass die Corona-Krise die Akzeptanz der Digitalisierung beschleunigt. Obwohl wir hier bereits sehr gut aufgestellt sind, möchten wir die digitalen Möglichkeiten in der Zusammenarbeit und in der Beratung unserer Kunden künftig noch viel stärker nutzen. Verkaufs- und Beratungsgespräche zum Beispiel müssen nicht immer vor Ort stattfinden. Das heißt nicht, dass persönliche Betreuung nicht mehr wichtig ist, doch die Besuchsfrequenzen lassen sich zugunsten aller Beteiligten reduzieren und etwa durch Video-Calls ergänzen.



Hilfend während der Krise: Unilever hat eine Service-Hotline eingerichtet und verbindet so Hilfesuchende und Helfende

Moment und vermutlich auch in Zukunft weniger um die Einführung neuer Produkte, sondern um die Inspiration und optimale Unterstützung der Kunden. Wir entwickeln channelspezifische Lösungen, die auf bestimmte Zielgruppen und die aktuellen Rahmenbedingungen abgestimmt sind. Im Austausch mit unseren Kunden wollen wir ihnen dabei helfen, neue Umsatzpotenziale zu entwickeln. Mit all diesen Maßnahmen und Supports signalisieren wir Köchen und Gastronomen: „Wir sind für dich da!“

chefs!: *Was sind jetzt die wichtigsten To do's für die Betriebe?*

Van Tongeren: Es geht insbesondere darum, dass die Kunden trotz Kostendruck ihre Ressourcen optimal nutzen. Es geht darum, durch eine reduzierte Karte und vereinfachte Rezepte auch als kleines, reduziertes Team leistungsfähig zu bleiben. Und nicht zuletzt ist es an der Zeit, Prozesse zum Beispiel durch den

Einsatz moderner Convenience-Lösungen und/oder Vorproduktion auf Basis von Cook & Chill bzw. Sous-vide zu optimieren. Reichlich Inspiration und Anleitung dazu gibt der Content auf unserer Website *ufs.com*, aber auch unser Portfolio. Vor allem Produkte mit hohem Convenience-Grad sind derzeit sehr gefragt.

chefs!: *Sind Ihre Teams jetzt wieder mehr vor Ort beim Kunden?*

Van Tongeren: Wenn möglich und angefragt auf jeden Fall, die Beratung und Unterstützung geschieht aber vor allem über digitale Wege, da für uns die Sicher-

chefs!: *Wie steht es um die Zukunft der Fach- und Handelsmessen, die für Unilever Food Solutions in der Vergangenheit von außen betrachtet essenziell waren?*

Van Tongeren: Menschen machen diese Branche, und sie wollen sich treffen und austauschen. Messen sind dazu ideal und unverzichtbar, wenn es um Produktverkostung geht, aber sie sind auch mit sehr hohen Kosten verbunden. Wie wichtig Messen in den nächsten Jahren sind, muss jedes Unternehmen für sich beantworten. Vielleicht lohnt es sich auch da, neue Wege zu gehen. *Interview: Sabine Romeis |*



Heiß auf den Eis-Sommer 2020

Auch wenn dieses Jahr vieles anders ist – die Lust der Gäste auf ein kühles Eis bleibt. Welche Sorten im Sommer besonders beliebt sind und wie sich auch „to go“ Umsatz machen lässt, zeigt Froneri Schöller mit passenden Inspirationen. Beispiel: fein-säuerliches Mövenpick Himbeer Sorbet und exotisches Mövenpick Passionsfrucht Sorbet. Wie alle Mövenpick Sorbets sind die beiden Sorten vegan, glutenfrei und fettarm. Sie lassen sich auch gut mit Getränken kombinieren und geben Aperitifs eine kühle fruchtige Note. Für alle, die es lieber frisch und cremig mögen, gibt es seit diesem Jahr die Sorte Mövenpick Lemon Cheesecake. Das cremige Eis mit Käsekuchengeschmack ist durchzogen von einer fruchtigen Zitronensoße und enthält Gebäckstückchen. Als Eisdessert „Schicht im Schacht“ (Foto) eignet sich die Sorte auch gut zum Mitnehmen. „Hierfür am besten Käsekuchen, Quarkschmand und Eis in einem durchsichtigen To-Go-Becher schichten. So kommen die einzelnen Komponenten besonders gut zur Geltung“, rät Frank Scholz, Leiter des Gastro Service Teams von Froneri Schoeller. www.froneri-schoeller.de

Rolltasche & Schürze für Grill-Profis

Friedr. Dick hat nicht nur die passenden Messer und Grillwerkzeuge, sondern auch das stylische Outfit für die Grillsaison. Eine Lederschürze sowie die passende Leder-Rolltasche ergänzen das Sortiment. Die beiden Produkte werden in den Niederlanden aus einem geschmeidigen Leder im Vintage-Look gefertigt, farblich abgesetzte Logo-Applikationen setzen weitere Akzente. Die verstellbaren Lederriemen mit Schnallenverschluss im Nacken und an der Hüfte ermöglichen ein komfortables Tragen. Dank einer praktischen Schlaufe ist das Geschirrtuch und auch weiteres Werkzeug wie z.B. eine Grillzange immer griffbereit. Die auf die Lederschürze abgestimmte Leder-Rolltasche hat fünf Fächer, die individuell bestückt werden können. Aufgrund der verstellbaren Lederriemen mit Schnallenverschluss können Messer und Werkzeuge sicher und stilvoll transportiert werden. www.dick.de



Gemeinsam stärker für den Kunden

Zwei in der Branche bekannte Food-Service-Unternehmen gehen seit diesem Frühjahr gemeinsame Wege: Die Service-Bund Gruppe und die Sander Gruppe bündeln unter der ExpertPartnership ihre Schlagkraft. Die Zusammenlegung der individuellen Produkte und Kompetenzen macht die beiden Familienunternehmen mit insgesamt über 85 000 Bestandskunden in HoGa, GV und Care zu einer neuen Stärke im Markt. „Unsere beiden Unternehmen zeichnen sich durch zukunftsorientiertes Denken, viel Engagement und Herzblut aus. Genau deshalb ist Sander der richtige Partner für uns. Mit über 90 Jahren kombinierter Erfahrung werden wir gemeinsam neue Maßstäbe, unter anderem in den Bereichen Produktvielfalt, Konzeptlösungen, Logistik, Prozessverschlankeung und Digitalisierung, setzen“, freut sich Service-Bund Geschäftsführer Ulfert Zöllner (im Foto mit Peter Sander, Geschäftsführender Gesellschafter der Sander Gruppe). Er betont weiter: „Zusätzlich zu der im Markt einzigartigen Kernkompetenz der hochwertigen Manufakturprodukte wird das tiefe und fundierte Know-how von Sander im Bereich Wareneinsatz-Kalkulationen bei Speisekarten und Büfets sowie Dienstleistungs unseren Kunden einen tollen Mehrwert generieren.“ www.servicebund.de und www.sander-gruppe.com

Starke Partner in der Krise

Salomon Foodworld und FVZ Convenience haben die „Zukunftsinitiative Gastronomie“ ins Leben gerufen. Dabei handelt es sich um ein Netzwerk von Partnern der Gastronomie und Gemeinschaftsverpflegung, die alle das gleiche Ziel verfolgen: die Branche in Zeiten der Corona-Krise zu unterstützen. Die Initiative bietet auf der Website www.zukunftgastro.com Lösungen, Wissen und Aktionen für Gastronomen und Großverbraucher, die sich wegen des Lockdowns in einer wirtschaftlich schwierigen Lage befinden. „Wir möchten Zeichen setzen. Es geht um Solidarität und entsprechende Unterstützung. Dabei war es uns wichtig, eine unternehmensübergreifende Plattform zu schaffen, die Hilfestellungen kompakt bündelt und Wissen, Lösungen und finanzielle Aktionen aus ganz verschiedenen Bereichen abdeckt“, sagt Jochen Kramer, Geschäftsleitung Salomon FoodWorld. Unter dem Motto „Gastronomen helfen Gastronomen“ können sich Hilfesuchende fachlichen Rat von Experten holen und persönliche Termine mit ihnen vereinbaren, indem sie auf der Website den SOS-Button anklicken. Gefiltert nach Bundesländern, wird der Kontakt zu branchenerfahrenen Beratern hergestellt. Die Hilfestellung reicht von Themen wie Finanzen und Social Media über eine gastronomische Sprechstunde bis hin zu kreativen Ideen aus dem Markt. Als Partner der Initiative haben sich bereits namhafte Unternehmen wie Vega, Rational, LambWeston, Develley, Nordcap und Bürger angeschlossen. FVZ Convenience, Salomon FoodWorld und die weiteren Netzwerkpartner werden Gastronomen zusätzlich zu Angeboten über den Handel einen #Restart-Bonus zukommen lassen.



Weintipp des Monats

Columbia Winery Chardonnay 2016

Dieser goldgelb schimmernde Chardonnay entfaltet am Gaumen ein betörendes Aromenspiel. Er verführt mit einem Strauß aus heimischen und tropischen Früchten sowie Anklängen von Vanille. Der Wein hat eine angenehm holzige Würze, schmeckt solo oder beispielsweise als Begleitung zu Gerichten mit Meeresfrüchten wie Krabben oder Muscheln. Die Trauben wachsen im Yakima Valley, ein Weinbaugebiet im Süden des US-Bundesstaates Washington, wo es 16 Stunden Sonnenlicht und nur wenig Niederschlag gibt. Das Lesgut wird in Edelstahltanks bei niedrigen Temperaturen mit handverlesenen Hefestämmen fermentiert, um die Komplexität der Zitrusfrüchte und tropischen Früchte noch zu verdichten. Eichenkontakt während der Gärung führt zu subtilen Noten von braunen Gewürzen. Nach der Grundvergärung bleibt dieser Chardonnay für acht Monate bis zur Abfüllung auf der Hefe, um ein angenehmes Mundgefühl und einen geschmeidigen Abgang zu gewährleisten.



Columbia Winery Chardonnay 2016

Rebe: Chardonnay

Weinlage/Land: Yakima Valley, USA

Alkoholgehalt: 14 % vol

Säure: 4,7 g/l

Restzucker: 4,9 g/l

Trinktemperatur: 10-12 °C

Importeur: Mack & Schühle AG – Weinwelt

30 Kilogramm Gulasch in 15 Minuten

Mit dem iVario Pro präsentiert Rational den Nachfolger des VarioCookingCenter. Das Kochsystem punktet mit intelligenten Funktionen und verbraucht rund 40 Prozent weniger Energie als konventionelle Kipper & Kessel

Erst vor kurzem hat Rational mit dem iCombi Pro seine neue Combidämpfer-Generation vorgestellt. Nun folgt der zweite Paukenschlag: Der iVario Pro ist das Nachfolgemodell des VarioCookingCenter und wartet ebenfalls mit Superlativen auf. Einige Beispiele: Obwohl die Anschlusswerte gegenüber dem Vorgängermodell verringert wurden, hat der iVario Pro eine bis zu 20 Prozent höhere Anbratkapazität. Mit der wartungsfreien Druckgaroption ist er bis zu 35 Prozent schneller gegenüber Garen ohne Druck.

„Produktivität, Flexibilität und Einfachheit zeichnen den neuen iVario Pro aus“, erläutert Oliver Frosch, Geschäftsführer Rational Deutschland. Die Basis bildet das patentierte iVarioBoost-Heizsystem aus Keramik-Heizelementen. In weniger als 2,5 Minuten heizt der iVario Pro auf 200 °C auf und hat genügend Energie, um etwa 30 Kilogramm Gulasch in zirka 15 Minuten anzubraten. Damit ist iVarioBoost laut Rational viermal schneller als herkömmliche Technik. Ebenso kommt es nicht zu einem Temperaturabfall, wenn kalte Flüssigkeit aufgegossen wird. Fast ebenso schnell kann iVarioBoost die Energie wegnehmen, damit sensible Speisen nicht anbrennen oder überkochen.

Für die Präzision sorgt iCookingSuite, die Garintelligenz im iVario Pro. Sensoren erkennen Menge und Garzustand und regeln entsprechend die Garparameter, damit das Wunschergebnis ohne großes Zutun des Anwenders erreicht wird. „Der iVario Pro befreit von Kontroll- und Überwachungsaufgaben, zum Beispiel dank AutoLift, der das Gargut automatisch aus der Garflüssigkeit herausholt“, erklärt Oliver Frosch. Gleichzeitig ist das Bedienkonzept neu, und der Nutzer kann unterschiedliche Betriebsarten für Fleisch, Fisch, Geflügel oder Beilagen wählen oder verschiedene Zubereitungsarten. Das spart Ausbildungs- und Anlernzeit.

Darüber hinaus sorgt iZoneControl für mehr Flexibilität, denn der iVario Pro kann jetzt in bis zu vier Zonen, die in Form und Größe frei wählbar sind, eingeteilt werden.

Auch in puncto Ergonomie setzt das neue Kochsystem Standards. Da nichts anbrennt, ist der iVario Pro leicht und häufig bereits in zwei Minuten zu reinigen. Verschiedene Aufstellvarianten wie Wandhängung oder auf Rollen machen den Neuen äußerst anpassungsfähig.

Der iVario Pro 2-S mit seinen zwei Tiegeln ist ideal für Restaurants oder als Zusatzgerät in der Gemeinschaftsverpflegung. Die beiden Ein-Tiegel-Kochsysteme mit 100 bzw. 150 Litern sind die neuen Leistungsträger in der Gemeinschaftsverpflegung. Ergänzt wird die Geräte-



generation durch den iVario 2-XS, der mit zwei Tiegeln zu je 17 Litern Fassungsvermögen, umfangreichem Zubehör und zu einem äußerst attraktiven Preis perfekt für Restaurants ab 30 Essen ist.

Wer sich ein Bild vom neuen Kochsystem machen möchte, kann dies online bei einem Webinar. Schon bald werden Interessierte den iVario Pro auch live erleben, die Termine werden dann auf rational-online.com zu finden sein.



Auf einen Blick

gastro total Gruppe

- 9 Standorte in Deutschland und Österreich
- rund 20 000 Serviceeinsätze/Jahr
- über 300 Küchenprojekte/Jahr
- 45 Millionen Euro Umsatz
- 230 Mitarbeiter, 50 Servicetechniker, 25 Küchenplaner
- Edelstahlmanufaktur mit 70 Mitarbeitern (Stahl Grossküchen)

gastro total ist eine Gruppe von führenden Großkücheneinrichtern, Servicebetrieben und einer Edelstahl-Manufaktur unter einheitlicher Unternehmensleitung im deutschsprachigen Raum. Der Firmenslogan „wir sind gastro total“ steht für die Leidenschaft der Mitarbeitenden, im Unternehmensverbund die beste Lösung für den Kunden zu entwickeln und Innovationen der Branche voranzutreiben. Ein starker Servicegedanke zeichnet jede Firma der Unternehmensgruppe aus. Zu den Kunden der gastro total Gruppe zählen Hotellerie, Gastronomie und Systemgastronomie, Sozialverpflegung und Betriebsgastronomie. Mit rund 20 000 Serviceeinsätzen und 300 Küchenprojekten pro Jahr sind die dazugehörigen Firmen mit insgesamt 230 Mitarbeitern*innen im Dienst der Kunden tätig.

Zur gastro total Gruppe gehören

- Gebrüder Holzwarth GmbH mit Hauptsitz in Pleidelsheim bei Stuttgart und Niederlassungen im Raum Karlsruhe, Würzburg & Frankfurt am Main. Der Großkücheneinrichter und Servicebetrieb ist seit über 25 Jahren erfolgreich in Deutschland tätig.
- FAR Großküchen und Kühltechnik GmbH mit Sitz in Radstadt (Österreich). Seit über 40 Jahren der führende Großküchenausstatter im Land Salzburg und längst auch darüberhinaus tätig.
- GTA Großküchentechnik Austria GmbH mit Sitz in Loosdorf und Wien (Österreich). Seit über 100 Jahren im österreichischen und internationalen Markt mit individuellen Lösungen in der Gastronomieausstattung. Hochwertige Küchengeräte für Gastronomie, Hotellerie, Fleischerei und Bäckerei.
- Gastroshop GmbH mit Standorten in Loosdorf und Wien.
- Stahl Grossküchen Manufaktur GmbH in Markt Einersheim (Deutschland). Seit mehr als 50 Jahren entwerfen und produzieren die Spezialisten der Edelstahlschmiede Herdanlagen, Theken, Vitrinen und Kühlmöbel.

Die neue Größe im Großküchenmarkt

Planer, Projektabwickler, Produktberater, Hersteller, Händler, Servicetechniker: Die Unternehmensgruppe gastro total bietet mit ihrem Dienstleistungsspektrum ein Rundum-Sorglos-Paket für den Kunden

Geschäftsführer Thomas Förch teilt die Geschichte der Gebrüder Holzwarth GmbH gerne in die Zeiträume „vor 2015“ und „nach 2015“ ein. Die Firma wurde 1988 von den Brüdern Gerd und Jürgen Holzwarth als Service-Unternehmen im Großküchenmarkt gegründet, stieg bald auch in den Gerätehandel ein und übernahm schließlich zusätzlich die Planung und Realisierung von Gesamtprojekten. Nach dem Ausstieg seines Bruders aus dem Geschäft im Jahr 2009 setzte Gerd Holzwarth die Erfolgsgeschichte fort. Am 1. Juli 2015 verkaufte er schließlich sein Unternehmen mit inzwischen 24 Mitarbeiter*innen an die Hohnhaus & Jansenberger Gruppe, ein Industrie-Investor mit Sitz in München. Das war nicht nur ein Wendepunkt in der Firmengeschichte der Brüder Holzwarth GmbH, sondern auch die Geburtsstunde der *gastro total Gruppe*, zu der inzwischen außerdem die Großküchenhändler und -planer FAR und GTA in Österreich sowie die Stahl Grossküchen Manufaktur, Markt Einersheim, gehören.

Thomas Förch, zuvor als Vertriebs- und Planungsleiter bei der Gebrüder

Holzwarth GmbH, stieg neben Peter Jansenberger in die Geschäftsführung auf, inzwischen ist er alleiniger Geschäftsführer & Chef von 85 Mitarbeiter*innen bei Holzwarth. Das Unternehmen mit Stammsitz in Pleidelsheim bei Stuttgart hat mit der neuen Finanzkraft im Rücken weiter Fahrt aufgenommen und unterhält mittlerweile Niederlassungen in Karlsruhe, Würzburg und Frankfurt am Main. Es gilt als führender Großküchen-

ausstatter und -händler in Südwestdeutschland und realisiert inzwischen einen Jahresumsatz von rund 17 Millionen Euro. Wie „vor 2015“ sind Kundennähe und Service die erklärten Stärken des Unternehmens. „Unser USP ist der 365-Tage-Kundendienst“, betont Thomas Förch und erzählt zur Verdeutlichung eine Geschichte aus seiner Anfangszeit im Unternehmen: „Ein Kunde rief mich ganz aufgelöst an, weil er

Bei den Unternehmen der gastro total Gruppe erhält der Kunde seine komplette Küche aus einer Hand. Das heißt auch: Während des gesamten Projekts gibt es von Anfang bis Ende nur einen Ansprechpartner





„Wir agieren als Generalunternehmer und setzen auf Qualität. Deshalb sind wir nicht immer der Günstigste, aber unsere Leistung ist ihr Geld wert“

Thomas Förch, Geschäftsführer,
Gebrüder Holzwarth GmbH, Pleidelsheim

dringend Reiniger für seine Spülmaschine brauchte. Ich habe den Auftrag fertig gemacht, mich nach Feierabend in mein Auto gesetzt und den Reiniger direkt ausgeliefert.“

Geht nicht, gibts nicht: Dieses Motto prägt von Beginn an die Philosophie der Gebrüder Holzwarth GmbH. Heute – „nach 2015“ – kann das Unternehmen noch besser auf die individuellen Kundenwünsche eingehen, denn mit der Stahl Grossküchen Manufaktur als Teil der *gastro total Gruppe*, wurde die Schlagkraft des Großküchenhändlers nochmals deutlich erhöht. „Wir decken inzwischen als Generalunternehmer die Bereiche Planung, Beratung, Herstellung, Handel und Service ab“, sagt Thomas Förch und ergänzt: „Unser Fokus liegt auf Qualität, und die können wir auch

für die Gewerke Lüftung und Fußbodenbau gewährleisten. Bei uns erhält der Kunde tatsächlich seine komplette Küche aus einer Hand.“ Das heißt auch: Während des gesamten Projekts gibt es von Anfang bis Ende nur einen Ansprechpartner.

Im Schwesterunternehmen Stahl Grossküchen Manufaktur werden qualitativ sehr hochwertige Großküchen nach höchstem Hygienestandard mit rund umlaufenden Ecken und durchgehenden Abdeckungen ohne Silikonfugen hergestellt. Bei den ergänzenden Geräten arbeitet Gebrüder Holzwarth – wie die gesamte *gastro total Gruppe* – mit den Führenden der Branche zusammen, unter anderem Firmen wie Rational, Irinox, Winterhalter, Hobart, Meiko, Cool Compact, Blanco und MKN. Ein eigener Anwendungsberater küm-

mert sich um die Einweisung der Teams beim Kunden in die neue Küche. Schulungen werden auf Wunsch schon in der Planungsphase angeboten. Der gelernte Koch Carsten Mayer leitet regelmäßig Inhouse-Schulungen, beispielsweise zum optimalen Zusammenspiel von Schnell-/Schockkühlern von Irinox und multifunktionaler Garteknik wie iCombi Pro und iVario Pro von Rational.

Hohe Fachkompetenz – in Verbindung mit Ehrlichkeit und Zuverlässigkeit sind die unternehmerischen Werte, die die Gebrüder Holzwarth zum führenden Großhändler in Südwestdeutschland gemacht haben. Mit der Power des neuen Eigentümers Hohnhaus & Jansenberger sowie dem starken Verbund innerhalb der Gruppe wird Stück für Stück der Aktionsradius weiter ausgebaut. Die Erweiterung des Geschäfts nach Nordwesten ist bereits erfolgt, inzwischen gehen die Pläne zum Beispiel auch in Richtung München, um die Marktdeckung in Richtung Österreich – zu den beiden anderen *gastro total*-Händlern FAR und GTA – herzustellen.

„Zum Glück sind die Werte und Ziele von Hohnhaus & Jansenberger und Gebrüder Holzwarth die gleichen“, sagt Thomas Förch. „Wir setzen auf Kundennähe, perfekten Service und höchste Qualität. Es geht uns nicht darum, den Auftrag um jeden Preis zu erhalten, sondern stets um die bestmögliche Lösung für den Kunden. Deshalb sind wir mit Sicherheit nicht immer die Günstigsten, doch unsere Leistung ist immer ihr Geld Wert.“ *Sabine Romeis* !



Die neue Küche in der Seemühle, Vaihingen/Enz. Sie wurde von der Gebrüder Holzwarth GmbH konzipiert, geplant und realisiert, inklusive Lüftung und Fußbodenbau

MESSER & ACCESSOIRES

KLEINE SCHÄTZCHEN

Vom stylischen neuen Messer bis zur multifunktionalen Löffzette – Handwerkszeug hat ein Koch/eine Köchin nie genug

Antihaft durch Hammerschlag-Finish

Die schwarzlackierten Samurai-Rüstungen, die als Inspiration dienten, gaben Chromas neuer Kasumi-Messerserie aus der Sumikama Cutlery die Zusatzbezeichnung „Kuro“. Das ist Japanisch und bedeutet auf Deutsch „schwarz“. Doch nicht nur der schwarze Griff unterscheidet die neue Messerserie von der bestehenden Serie Kasumi Masterpiece. So sticht besonders das Hammerschlag-Finish der Kasumi-Kuro-Linie ins Auge. „Mit den kleinen Einschlügen an der Klinge erzeugen wir eine Art Antihaftbeschichtung. Das Schneidgut löst sich dementsprechend viel einfacher von der Klinge“, sagt Mirko Reeh, Inhaber vom Chroma Messer. Neben vier schwarzen Damaszener-Messern ist zudem eine multifunktionale Schere neu im Sortiment.



Wie aus einer anderen Zeit

Vor knapp 3000 Jahren begann in Mitteleuropa die Eisenzeit. Während dieser Zeit entstanden auch die ersten Messer, die nicht mehr aus Stein, Bronze oder Messing gefertigt wurden, sondern aus dem Material, das – in unterschiedlichen Legierungen – auch heute noch für die Messerproduktion eingesetzt wird. In der auf 1500 Stück limitierten Edition Aeon kombiniert Wüsthof jahrtausendealte Mooreiche und eine Hightech-DLC-Beschichtung zu einem Messer, das Designobjekt, Arbeitstier und Zeitgeschichte zugleich ist. Die Edition Aeon besteht aus einem Kochmesser (20 cm) und einem Super Slicer (26 cm).

FOTOS: HERSTELLER



Löffzette – Pinzette und Löffel in einem

Jeder Koch/jede Köchin hat einen Löffel zum Probieren und eine Pinzette zum Anrichten. Die Löffzette von Giesser Messer ist das multifunktionale Tool für beide Anwendungen. Man kann damit aber nicht nur abschmecken. Die Löffzette – einerseits Löffel, andererseits Pinzette – lässt sich darüber hinaus als Grill- oder Fleischzange benutzen, zum Dekorieren und sogar statt Essstäbchen oder als nachhaltiger Besteckersatz für Snacks und Suppen. Das ausgefallene Tool wurde von Giesser gemeinsam mit Starkoch Ralf Jakumeit entwickelt. Rocking Chef Jakumeit ist so überzeugt von der Löffzette, dass er nicht mehr ohne sie reist; sein Credo: „Die Welt braucht die Löffzette!“ Sie wurde erstmalig auf der Intergastra 2020 einem breiten Publikum als Produktneuheit präsentiert und sorgte für begeisterte Reaktionen.





Perfekte Messer für optimale Hygiene

Obwohl Friedr. Dick selbst durch die Krise betroffen ist/war, gewährleistet das Unternehmen die volle Verfügbarkeit der Produkte für Handel und Kochbranche. Außendienstler sind täglich aktiv im Einsatz und sprechen mit Küchenchefs und Gastronomen über Möglichkeiten der Unterstützung in dieser schwierigen Situation des Restarts.

Die aktuellen Empfehlungen beziehen sich vor allem auf eine hygienische Verarbeitung der Lebensmittel. Dazu passt, dass die Premier Plus-Serie von Dick überarbeitet, der Griff noch ergonomischer gestaltet und der Kropf zurückgenommen wurde, um das problemlose Nachschleifen der gesamten Klinge zu gewährleisten. Für die Herstellung der Serie dient ein speziell entwickelter, hochlegierter Stahl, der – dank maximalem Kohlenstoffanteil – für eine lange Schnitthaltigkeit sorgt und eine hohe Hygiene ermöglicht. Ein spezielles Fertigungsverfahren stellt sicher, dass Klinge und Griff ohne Spalt fest miteinander verbunden sind und das Messer dadurch hygienisch einwandfrei ist.



Das originelle Tool ist im Giesser-Sortiment in zwei Größen erhältlich und aus spülmaschinenfestem Edelstahl gefertigt: Es gibt es wahlweise 17 Zentimeter lang für präzises Arbeiten beim Anrichten und Dekorieren und 37 Zentimeter lang für den Einsatz an Herd und Grill. Giesser mit Sitz in Winnenden/Baden-Württemberg ist einer der international führenden Hersteller von hochwertigen Messern für Profis und anspruchsvolle Hobbyköche. Hunger nach Perfektion und das Feilen an hochwertigsten Materialien und bestmöglicher Verarbeitung zeichnen die schwäbischen Spezialisten aus.



Was schneidet besser als Klingenstahl? Rasierklingenstahl. Resolute aus dem Hause Felix Solingen ist laut Hersteller das erste Messer weltweit mit einer Klinge aus Rasierklingenstahl. Mit 59-60 Rockwell erreicht es eine einzigartige Schnitthaltigkeit. Der Griff ist dezent und ergonomisch geformt und liegt sicher in der Hand. Durch die ausgezeichnete Balance überträgt sich die Kraft beim Schneiden wie von selbst aufs Schneidgut.



3 Fragen an...

Rosario Catalano, Geschäftsführer, Felix Solingen GmbH

chefs!: Wieso verstärkt Felix Solingen gerade jetzt, in der Corona-Krise, seine Marketingaktivitäten?

Catalano: Der Online-Handel boomt und wird verstärkt von den Kunden angenommen. In dieser Zeit macht es Sinn, mehr Aktivität auf den Social Media-Kanälen zu haben und Anzeigen zu schalten. Auch Gutschein-Codes und versandkostenfreier Service bringen Kunden dazu, online einzukaufen.

chefs!: Viele Köche/Küchenchefs waren bzw. sind aktuell (noch) in Kurzarbeit. Führt das nicht dazu, dass sie beim Messerkauf zurückhaltend sind?

Catalano: Der etwas zurückhaltende Verkauf der Messer im stationären Großhandel wird durch den Online-



Handel aufgefangen. Wir können jedenfalls in unserem Werksverkauf und Online-Shop keinen Rückgang des Interesses merken.

chefs!: Was macht die Besonderheit und Qualität der Felix-Messer aus?

Catalano: Bei uns steht die Handarbeit noch im Fokus. Hinter jedem Messer steht ein Mensch, der es mit hoher Sorgfalt herstellt und so für die hohe Qualität und Einzigartigkeit sorgt. Hochwertige Materialien und eine Fünf-Jahres-Garantie untermauern die besondere Qualität unserer Felix-Messer. !



9. Jahrgang
Herausgeberin & Chefredaktion:
Sabine Romeis (verantwortlich für den Inhalt)

chefs!-Redaktionsbüro:
Brembach 5a
36129 Gersfeld
Tel. 0 66 54/91 92 30
Fax 0 66 54/91 92 31
E-Mail: s.romeis@chefs-magazin.de

Redaktionsassistent:
Monika Valenti
Tel. 0 66 54/91 92 30
E-Mail: m.valenti@chefs-magazin.de

Redaktion:
Jörg-Michael Ehrlich
Tel. 04 31 / 38 67 40-62
E-Mail: j.ehrlich@t-online.de
Cornelia Liederbach
Tel. 0 61 03/30 16 60
E-Mail: cornelia.liederbach@t-online.de
Kirsten Lichtinger
Tel. 0 75 41/40 16 25
E-Mail: kirsten.lichtinger@gmx.de

Gestaltung/Layout/Schlussredaktion:
servicemedia, Ralf Schneider,
Peter Dwertmann, Saeed Maleki
Tel. 0 40/27 17-36 12 bzw. -36 11

Verlag:
Gastronomia Verlag GmbH & Co. KG
Brembach 5a, 36129 Gersfeld
Tel. 0 66 54/91 92 30
E-Mail: info@gastronomia-verlag.de
www.chefs-magazin.de

Geschäftsführer:
Richard Herbert

Anzeigenleiter:
Richard Herbert
Tel. 0 66 54/91 92 30
E-Mail: r.herbert@chefs-magazin.de

Vertrieb, Leser- & Aboservice:
Monika Valenti, Tel. 0 66 54/91 92 30
E-Mail: m.valenti@chefs-magazin.de

Gültige Anzeigenpreisliste:

Nr. 8 vom 1. Januar 2019
chefs! erscheint 10 x im Jahr 2019

Bezugspreise:
Einzelpreis: 5,90 Euro, Jahresabonnement
Inland: 59,00 Euro, Jahresabonnement
EU-Ausland: 75,00 Euro, Nicht-EU auf Anfrage.
Inlands-Bezugspreise inkl. 7 % MwSt. Kein
Anspruch auf Rückgabe des Bezugsgeldes bei
Ausfall der Lieferung durch höhere Gewalt.

Nachdruck:
Kein Teil der Zeitschrift darf ohne die schriftliche
Genehmigung des Verlages vervielfältigt oder
verbreitet werden. Das gilt vor allem für gewerb-
liche Vervielfältigung per Kopie, Aufnahme in
elektronische Datenbanken und Vervielfältigung
per CD-ROM/DVD. Für unverlangt eingesandte
Manuskripte & Fotos keine Haftung.

Druck: Brühlsche Universitätsdruckerei
GmbH & Co KG, 35396 Gießen
ISSN: 2195-8866

Angeschlossen der Informations-
gemeinschaft zur Feststellung der
Verbreitung von Werbeträgern (IVW)

**GASTRONOMIA
VERLAG**

chefs! ist eine Zeitschrift der Gastronomia Verlag GmbH & Co.KG

www.chefs-magazin.de

KÖCHE UND IHRE HOBBIES

SÖREN ANDERS

Der Chef von Anders auf dem Turmberg in Karlsruhe ist seit seiner Jugend begeisterter Jäger

FOLGE 6

Ich bin kein Trophäenjäger; überhaupt nicht. Wie ich zur Jagd gekommen bin? Bei uns zu Hause, rings um Fellerdilln bei Haiger, gibt es zwar nicht so viel Hippestes zu bestaunen, aber Wald und Wiesen sind überall. Es gab da einen Förster, Sänger mit Namen, in einem wunderschön gelegenen, nostalgischen Forsthaus. Ein Förster wie aus dem Bilderbuch: groß und stämmig mit Rauschebart. Das Forsthaus hatte etwas Magisches, die Fantasie Anregendes.

Als ich meinen Jugendjagdschein gemacht hab – ich war erst fünfzehn Jahre alt – hat mich meine Mutter jeden Dienstag in die Jägerschule nach Dillenburg gefahren. Alle zwei Wochen haben wir Schießen geübt, in Ehringshausen. Bei der Prüfung lief das so ab: zuerst schießen, dann die schriftliche Prüfung, dann die mündliche. Die hat mir der Herr Sänger abgenommen. Und auf einmal hatte ich meinen Schein in der Tasche! Mein grünes Abitur. Mein Gott, war ich froh!

Nach Bestehen der Jagdprüfung durfte ich das erste Mal selbst zur Jagd. Die Aufregung kann sich kein Mensch vorstellen. Das Forstgebiet da oben heißt die Struth, so ein Höhenzug zwischen Rothaargebirge und Westerwald. Wir haben uns immer bei Horst Clixio in Rodenbach getroffen, das war der Pächter. Zusammen mit seinem Sohn Christian hat er mich zur Jäger-

prüfung geführt. Vor den Gesellschaftsjagden gab es meistens Hackbraten, die wir in der Küche geformt haben, bis zu 100 Stück, einfach irre.

Mein erster Abschuss war ein Knopfbock. Ich sehe es noch genau vor mir, wie ich auf dem Ansitz abwartete, bis ich keinen Impuls mehr im Zielfernrohr spüre. Es war der 27. Juni 2002. So etwas vergisst du nicht. Eine Riesenverantwortung hast du da: Man muss ja treffen! Sich bewusst sein, dass man einer Kreatur das Leben nimmt. Der eigene Herzschlag ist in einer Art und Weise zu spüren, wie man das sonst nicht erlebt. Auf einmal stand der Bock auf der Waldwiese. Da habe ich gemerkt: Ich kann das. Hinterher hab ich sofort meine Mutter angerufen: „Mama, sag mal dem Papa, er soll sofort einen Kasten Bier bringen, ich hab eben meinen ersten Bock geschossen!“

Bis heute ist Sören Anders – einst Deutschlands jüngster Sterne Koch – ein begeisterter, aber auch verantwortungsbewusster Jäger. Die Zeit im Wald, beim Ansitzen aufs Wild, ist für ihn der beste Ausgleich zu seinem stressigen Job als Koch, Gastronom und Inhaber von Anders auf dem Turmberg in Karlsruhe. Sein Statement ist seinem Wildkochbuch entnommen, das auf 224 Seiten mit Rezepten und Jagdgeschichten in Wort und Bild begeistert. ISBN 978-3-88190-923-5, 24,95 Euro, Lindemanns Bibliothek

FOTO: THOMAS REBEL



Stylisches Santoku-Messer

Das Prime Line Chef Santoku von Giesser hat einen antibakteriellen Griff und eine Klingenlänge von 18 cm. Der Kullenschliff verhindert das Anhaften des Schneidguts an der Klinge.



Jetzt chefs! abonnieren und Geschenk sichern!

Was Profiköchinnen und -köche wirklich wissen wollen, steht Monat für Monat in *chefs!* Nutzen Sie die Chance eines Abonnements, und verpassen Sie keine Ausgabe mehr.

WÄHLEN SIE IHRE LIEBLINGS-PRÄMIE!

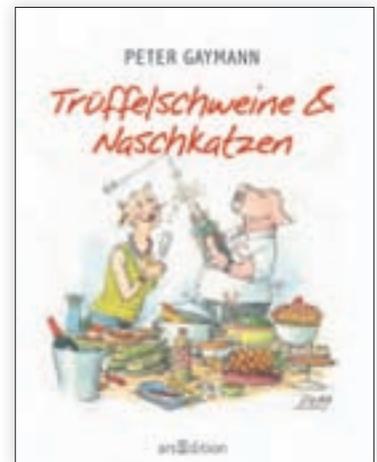


Edelstahltrichter mit Siebeinsatz

Mit dem iSi Edelstahltrichter mit Siebeinsatz geht nichts mehr daneben. Das 750-ml-Fassungsvermögen ermöglicht sauberes Arbeiten, die Masse wird vom Sieb in den Trichter und direkt in den iSi Whip gefüllt. Spülmaschinenfest und auch einzeln verwendbar.

Trüffelschweine & Naschkatzen

Karikaturist Peter Gaymann widmet sich in diesem hochwertigen Band seiner privaten Leidenschaft: den kulinarischen Genüssen. Und bringt so eine ganze Reihe von kulinarischen Weisheiten als Karikaturen zu Papier. Ein optischer Hochgenuss!



Jetzt gleich ausfüllen und absenden:



chefs!-Leserservice,
Brembach 5a, 36129 Gersfeld



Fax: 06654/919231
Tel.: 06654/919230



abo@chefs-magazin.de
www.chefs-magazin.de



Find us on
Facebook

JA, ich abonniere chefs!

Senden Sie mir *chefs!* bitte ab der nächst erreichbaren Ausgabe zum Preis von zurzeit nur 59,00 Euro (inklusive MwSt. und Zustellgebühr). *chefs!* erscheint 10 x im Jahr. Das Abonnement gilt zunächst für ein Jahr und verlängert sich automatisch um ein weiteres Jahr, wenn ich nicht sechs Wochen vor Bezugsende beim Gastronomie Verlag GmbH & Co. KG, Brembach 5a, 36129 Gersfeld, schriftlich kündige. Dieses Angebot gilt nur in Deutschland und solange der Vorrat reicht. Angebote für ein Auslandsabonnement (EU und Non EU) sind auf Anfrage beim Verlag erhältlich.

NAME / VORNAME

GGF. BETRIEB

STRASSE / NR.

PLZ WOHNORT

TELEFON E-MAIL-ADRESSE

POSITION GEBURTSDATUM

Santoku-Messer Trichter mit Sieb Buch Trüffelschweine

Ich zahle bequem durch Bankeinzug (jährlich 59,00 Euro).

IBAN-NUMMER

BIC GELDINSTITUT

KONTOINHABER Ich zahle per Rechnung.

SEPA-Lastschriftmandat: Ich ermächtige die Gastronomie Verlag GmbH & Co. KG, 36129 Gersfeld/Rhön, Brembach 5a, Gläubiger-Identifikationsnummer DE86ZZ00000680622, Zahlungen von meinem Konto mittels Lastschrift einzuziehen. Zugleich weise ich unser Kreditinstitut an, die von der Gastronomie Verlag GmbH & Co. KG auf mein Konto gezogenen Lastschriften einzulösen. Die Mandatsreferenz wird mir separat mitgeteilt. Hinweis: Ich kann innerhalb von acht Wochen, beginnend mit dem Belastungsdatum, die Erstattung des belasteten Betrags verlangen. Es gelten dabei die mit meinem Kreditinstitut vereinbarten Bedingungen.

Widerrufgarantie: Sie können die Bestellung binnen 14 Tagen ohne Angabe von Gründen formlos widerrufen. Die Frist beginnt an dem Tag, an dem Sie die erste bestellte Ausgabe erhalten, nicht jedoch vor Erhalt einer Widerrufsbelehrung gemäß den Anforderungen von Art. 246a § 1 Abs. 2 Nr. 1 EGBGB. Zur Wahrung der Frist genügt bereits das rechtzeitige Absenden Ihres eindeutig erklärten Entschlusses, die Bestellung zu widerrufen. Sie können dazu das Widerrufsmuster aus Anlage 2 zu Art. 246a EGBGB nutzen. Der Widerruf ist zu richten an: Gastronomie Verlag GmbH & Co. KG, Brembach 5a, 36129 Gersfeld, Tel. 0 66 54/91 92 30, Fax: 0 66 54/ 91 92 31, E-Mail: abo@chefs-magazin.de

DATUM UNTERSCHRIFT

JA, ich bin damit einverstanden, dass Sie mich schriftlich und telefonisch oder ggf. per E-Mail über interessante Waren- und Dienstleistungsangebote sowie Aktionen der Gastronomie Verlag GmbH & Co. KG informieren.

iCombi Pro. iVario Pro. Und plötzlich ist viel mehr möglich.

Die decken 90 % aller herkömmlichen Kochanwendungen ab, brauchen trotzdem weniger Platz. Weil sie intelligent planen, zusammenarbeiten, flexibel sind. Damit Sie Energie, Rohwaren, Zeit sparen. Und trotzdem mehr produzieren als jemals zuvor.



Neu gedacht. Neu gemacht.

**MORE 20
TOUR 20**

Jetzt anmelden und
mehr erleben.
rational-online.com

