

HOGA PAGE

Das Magazin für Hotellerie & Gastronomie



Jobbörse

Immobörse

Branchenbuch

Online-Shop

Speisekartenplaner

Hip statt heilig

Israels Küche erfindet sich neu 14

**Betriebsgastronomie
mit Verwöhn-Faktor**

Kantinen, die Gäste begeistern 38

Social Media 54

**Süßes hat
immer Saison**

Eis und Desserts 64

Outdoor-Möbel 74

**Wohlfühl-Locations
der Fernsehstars**

Promi-Liebeseklärungen 100

Arbeiten in Freizeitparks 88

NEWS **Entrée**

Info-Häppchen und Neues 6

Ploners Gastro-Kolumne

Service muss schnell sein 12

Titelstory

Heilig ist woanders

Die Küche Israels nabelt sich zusehends von ihrer jüdischen Tradition ab und erfindet sich neu 14

Special

Ahoi, INTERNORGA 2017!

Hamburg öffnet sein Tor für die Gastro-Branche 20

ProWein 2017

Die ganze Welt der Weine und Spirituosen 28

Branche Inside

Wie buche ich einen Star?

So klappt das Event mit dem besonderen Promi-Faktor 32

Betriebsgastronomie mit Verwöhn-Faktor

HOGAPAGE stellt Kantinen vor, die Gäste begeistern 38

Die neue Liefer-Ära

Großes Geschäft oder trügerische Verlockung? 46

Management & Marketing

Wenn das Personal einfach nicht funktionieren will...

Eine kurze Gebrauchsanweisung für schwierige Mitarbeiter 50

Social Media - richtig gespielt

Erfolg mit Strategie 54

Food & Beverage

Aus dem Vollen gefischt

Die Überfischung der Weltmeere hat die Fischpopulation in vielen Gegenden dramatisch sinken lassen – doch es findet ein Umdenken statt 60

Süßes hat immer Saison

Köstlichste Desserts für das große Finale 64

Totale Erfrischung

Sommerdrinks mit und ohne Alkohol 70

Technik & Equipment

Hallo, mein Sonnenschein!

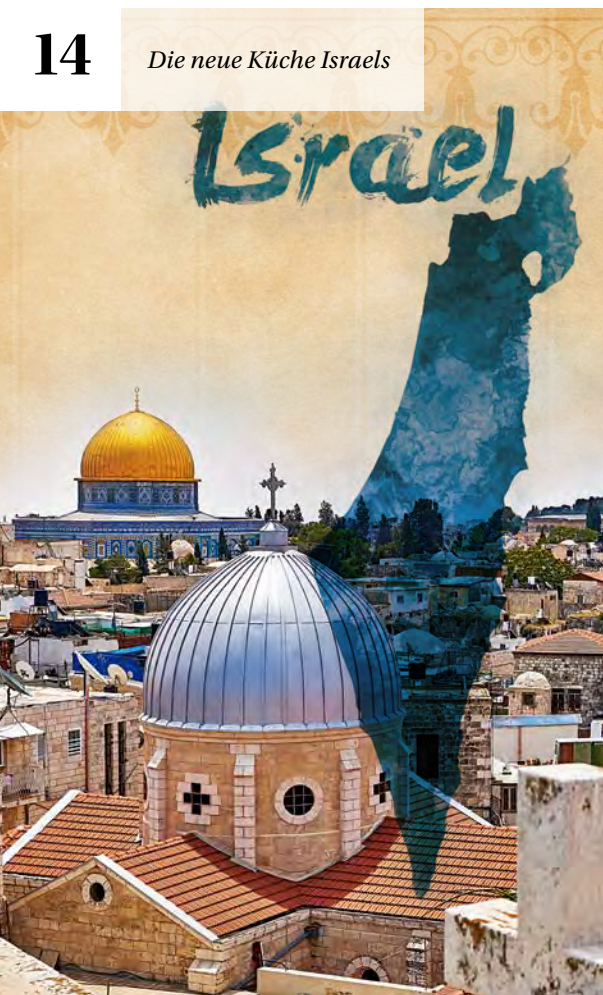
Die schönsten Neuheiten für die Outdoor-Gastronomie 74

Keine Last zu schwer

Busse, Transporter oder Pick-ups helfen Gastronomen und Hoteliers, ihr Geschäft effizient zu betreiben 80

14

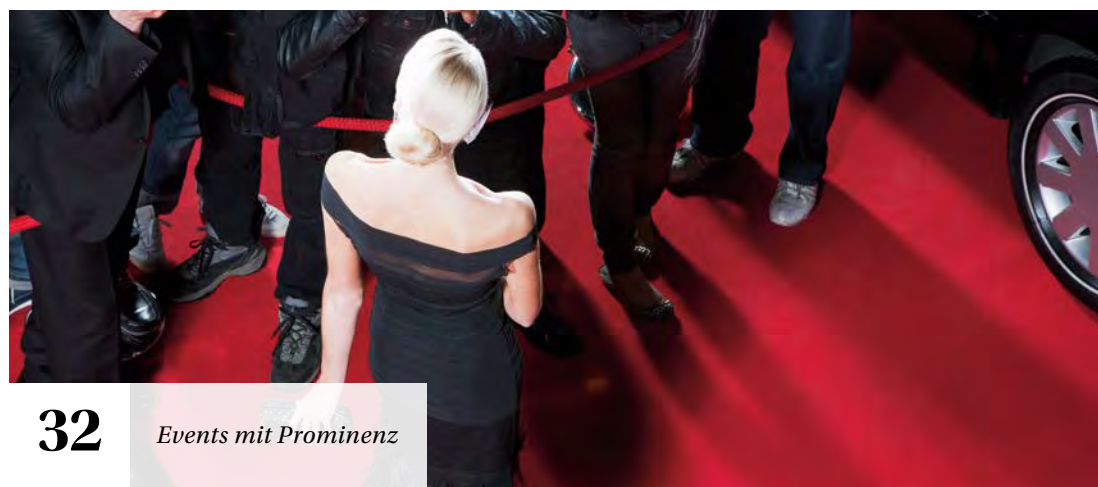
Die neue Küche Israels



54 *Social Media: Das digitale Zeitalter ruft*

60

Nachhaltig gefischt – perfekt serviert



32 *Events mit Prominenz*

👤 Karriere & Ratgeber

Die großen Meister der süßen Künste

Leidenschaft, Kreativität und ein besonderes Händchen zeichnen einen guten Pâtissier aus 84

Besucherrekord vs. Fachkräftemangel

Die große Herausforderung der deutschen Freizeitparks 88

Berufe auf hoher See

Assistant F&B Manager: Gastgeber mit Leib und Seele 92

★ Stars & Legends

Unterwegs zu höchsten Genüssen

Im Gegensatz zur Legende ist im Salzburger Restaurant Ikarus kein Absturz zu befürchten 94

Mein zweites Wohnzimmer

Promi-Liebeserklärungen an ihre Wohlfühl-Locations 100

10 Fragen an...

Ruth Moschner 104

Jetzt rede ich!

Das Fischstäbchen im Exklusiv-Interview 106

🌐 Jobs & Immobilien

Jobs 114

Immobilien 118

H Service

Editorial 3

Bildungskompass 87

News aus den Verbänden 108

Buchtipps 112

HOGAPAGE Social Media 120

Impressum 122

Dch hab die Zimmer.

DIE INTERNORGA DEN AUSBLICK.



#INTOTOMORROW
17. - 21. MÄRZ 2017

Möbel-Trends für die Outdoor-Gastro

74



88

Arbeitgeber Freizeitpark



Im Porträt: Restaurant Ikarus in Salzburg

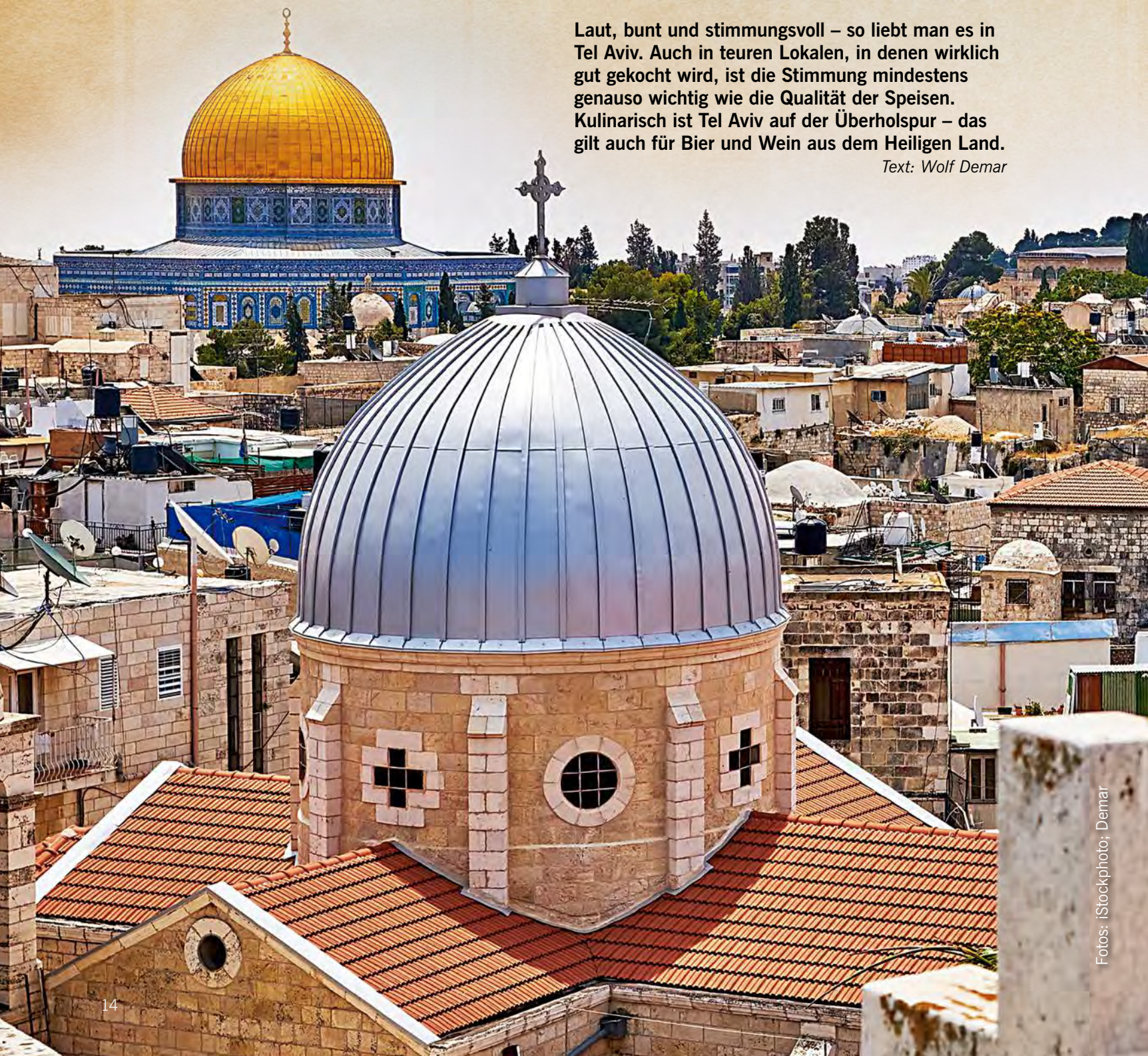
94

Heilig ist woanders

Die Küche Israels nabelt sich zusehends von ihrer jüdischen Tradition ab und erfindet sich neu

Laut, bunt und stimmungsvoll – so liebt man es in Tel Aviv. Auch in teuren Lokalen, in denen wirklich gut gekocht wird, ist die Stimmung mindestens genauso wichtig wie die Qualität der Speisen. Kulinarisch ist Tel Aviv auf der Überholspur – das gilt auch für Bier und Wein aus dem Heiligen Land.

Text: Wolf Demar



Israel



Hippe Bars findet man in Tel Aviv an jeder Ecke.

Alt und Neu existieren hier nebeneinander, übereinander und miteinander. Tel Aviv selbst ist eine sehr junge Stadt und wurde erst 1908 gegründet. Das benachbarte Jaffa existiert jedoch bereits seit über 5.000 Jahren. Die beiden Städte sind längst zusammengewachsen und heißen seit 1950 offiziell Tel Aviv-Jaffa. Während das traditionelle Jaffa (oder arabisch Yaffo) hauptsächlich von Arabern bewohnt wird, ist Tel Aviv eine moderne jüdische Stadt. Die meisten Restaurants haben zwar englischsprachige Speisekarten, die Websites sind zumeist jedoch nur in hebräischer Sprache (und Schrift!) gehalten.

In den meisten Restaurants wird heute überwiegend levantinisch gekocht, was mit dem Klima, der lokalen Tradition und den vorhandenen Lebensmitteln zu tun hat. Mit dem modernen Israel hat die klassische »jiddische Küche« – »gefüllte Fisch«, Borsch oder Tscholent – so gut wie nichts gemeinsam. Gerichte wie Hummus, Falafel, Shakshouka oder Taboulé stehen dagegen häufig auf den Speisekarten. Gemüsebetont, leicht und mit frischen Kräutern gewürzt, entspricht die levantinische Küche dem aktuellen Zeitgeist.

Zu den bei uns bekanntesten Gerichten jüdischen Ursprungs gehört Pastrami, das meist als Sandwich angeboten wird, in den USA beinahe zum Standardangebot jedes Delis zählt und auch bei uns immer beliebter wird. Auch die koschere Küche (siehe Infokasten) hat in der jungen Restaurantszene nicht mehr die Bedeutung von früher.

Die schicken Ecken Tel Avivs

Eines der besten Restaurants der Stadt nennt sich Yaffo-Tel Aviv und liegt in einem modernen Bürogebäude in der wohlhabenden Montefiore-Nachbarschaft. Es gehört Haim

Cohen, der hier eine moderne levantinische Küche aufischt, die Inspirationen aus dem ganzen östlichen Mittelmeerraum und Europa in sich vereint.

Tscholent: ein Eintopfgericht der aschkenasischen jüdischen Küche für die Mittagsmahlzeit am Sabbat. Grundbestandteile sind Fleisch, Bohnen, Graupen und Kartoffeln.

Betriebsgastronomie mit Verwöhn-Faktor

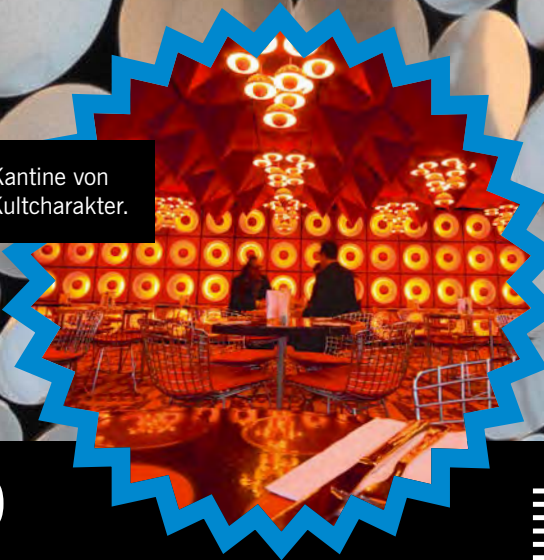
HOGAPAGE stellt Kantinen vor, die Gäste begeistern

Vorbei sind die Zeiten, in denen Kantinen lediglich die Mägen hungriger Mitarbeiter mit Einheitsbrei und Currywürsten füllten. Heute liegt die Messlatte hoch: Modernes Kantinenessen ist nicht nur Kalorienlieferant, sondern soll dazu beitragen, dass die Mitarbeiter motiviert, gesund und fit ihre Arbeit verrichten können. Der Genuss darf dabei nicht zu kurz kommen – schließlich konkurriert die Betriebsgastronomie auch immer mit den Angeboten auf der Straße. HOGAPAGE hat fünf Kantinen mit dem besonderen Etwas besucht.

Text: Daniela Müller



Fotos: picture alliance/dpa; ris Carstensen/DER SPIEGEL; picture alliance/AP Images



Die alte Spiegel-Kantine von V. Panton hatte Kultcharakter.

1

Die jetzt schon legendäre (neue) Spiegel-Kantine

Das Betriebsrestaurant im jetzigen Spiegel-Haus in der Hamburger HafenCity musste in verdammt große Fußstapfen treten: Sein Vorgänger, die in den späten 60ern von Verner Panton designte knallbunte Kantine im ehemaligen Standort in der Brandstwierte, entwickelte über die Jahre echten Kultstatus, diente regelmäßig als Kulisse für Film- und Fotoproduktionen.

Zeitgemäß und elegant – mit dem gewissen Hauch Exzentrik

Wer nun die neue Kantine im 2011 bezogenen Unternehmenssitz in der Ericusspitze betritt, dem wird schnell klar, dass die Designer Peter Ippolito und Gunter Fleitz selbstbewusst genug waren, ein zeitgemäßes, elegantes und zugleich exzentrisches optisches Highlight zu schaffen – die Spiegel-Kantine 2.0 eben: ein heller Raum im Erdgeschoss mit weißem Terrazzoboden und einer Terrasse zum Wasser. Auffällig ist die Decke mit rund 4.300 runden, silbrig-matten Aluminium-Elementen. Große gelbe Lichtschalen sorgen für Abwechslung auf der schillernden Oberfläche und bringen eine positive Grundstimmung in den Raum.

Gutes Essen und guter Service

Das Mitarbeiterrestaurant ist ein wichtiger Treffpunkt im Unternehmen. 236 Personen können dort gleichzeitig speisen, außerdem gibt es 158 Sitzplätze auf der Terrasse. Ein Blick auf Interieur und Angebot lässt schnell erahnen: Die Verpflegung der eigenen Mitarbeiter liegt dem Unternehmen

am Herzen. Und das ist sicherlich ein Grund, warum Küchenleiter Alfred Freeman bereits seit 27 Jahren mit an Bord ist. »Rudolf Augstein, der verstorbene Herausgeber und Gründer des »Spiegels«, wollte im Haus ein gastronomisches Angebot schaffen, damit seine Mitarbeiter nicht mehr auf die umliegenden Restaurants angewiesen waren. Er beschloss, einen Treffpunkt einzurichten, mit gutem Essen und professionellem Service in einer außergewöhnlichen Atmosphäre«, erzählt Alfred Freeman. »Aus diesem Gedanken heraus haben wir unser Angebot immer weiter verfeinert – und im Endeffekt ist die Verpflegung hier ein nicht zu unterschätzender Motivationsfaktor für die Mitarbeiter.«

Die Verantwortung des Küchenchefs

Die tägliche Motivation für Alfred Freeman besteht darin, seine »Stammgäste« – und davon hat er immerhin knapp 1.000 täglich – gesund und ausgewogen zu ernähren und dadurch ihre Leistungsfähigkeit zu steigern. Dem Thema »Brainfood« hat der engagierte Küchenchef übrigens bereits ein eigenes Buch gewidmet. »Ich bin sehr glücklich darüber, dass ich hier im Unternehmen mit einem guten Budget exzellente Voraussetzungen für meine Arbeit habe und bei den Waren nicht an der Qualität sparen muss«, sagt er. Dass so gut wie alles frisch gekocht bzw. zubereitet wird, versteht sich für ihn und seine rund 25 Mitarbeiter in der Küche von selbst, wie auch die möglichst regionale Herkunft der Waren. Gute Öle, erstklassige Gewürze – auch im Detail bleibt sich der Küchenleiter treu.

Genuss für jeden Geschmack

Der alltägliche Kampf gegen die knurrenden Mägen startet für das Team von Alfred Freeman frühmorgens: Bis mittags lockt ein reichhaltiges Frühstücksbüfett, das es mit jedem gehobenen Hotelfrühstück aufnehmen kann: Brötchen, Müsli, Säfte, Eier Speisen, Obst und alles, was das Herz begehrt – natürlich frisch produziert. Mittags gibt es vier Gerichte zur Auswahl, jedes kostet den Mitarbeiter nur 3,50 Euro: ein fleisch- oder fischhaltiges, ein vegetarisches Gericht, einen Salatteller (kein Salatbüfett, denn dann würde jeder nur auf Altbewährtes zurückgreifen, sondern eine köstliche Kreation des Küchenchefs) – und seit Kurzem auch eine vegane Speise. Ganztätig stehen den Mitarbeitern zudem die Snackbar im 5. Stock (mit Design-Elementen der alten Spiegel-Kantine) sowie Meeting-Points mit Kaffeespezialitäten-Maschinen zur Verfügung.

Bemerkenswert ist schließlich die Tatsache, dass in der Spiegel-Kantine die Mahlzeiten und Getränke an den Tischen serviert werden. »Die Mitarbeiter sollen ihre Pause genießen – und nicht in der Schlange vor einer Essensausgabe stehen«, meint Alfred Freeman. Dass dies gewährleistet ist, dafür sorgen ca. 25 Service-Mitarbeiter. Praktisch ist da auch, dass alle Gerichte bereits vom Schreibtisch aus vorbestellt werden können. Das erleichtert nicht nur dem Küchenteam die Planung, es spart auch dem Mitarbeiter Zeit. Er kann diese dann z. B. in der Fitness-Etage nutzen, einen Gymnastik-Kurs belegen oder dem Masseur einen Besuch abstatten – auch das gehört zum Angebot für die Mitarbeiter.



Erfolg mit Strategie

Social Media ist nicht nur ein Modewort, sondern eines der wichtigsten Phänomene des digitalen Zeitalters. Wer mitspielen möchte, muss erst einmal die Spielregeln studieren – wer gewinnen möchte, braucht eine Strategie.

Text: Michael Eichhammer

Die sozialen Medien machen den klassischen Medien und Unterhaltungsformaten längst ernsthaftige Konkurrenz: Kaum jemand, der sich nicht auf Facebook austauscht oder auf Instagram Bilder postet. Neben Social Communities (auf Deutsch: soziale Gemeinschaften) wie Facebook, Google+ oder Twitter zählen zu den sozialen Medien auch digitale Kommunikationsmittel wie Diskussionsforen, Weblogs und Mikro-Blogs.

Die sozialen Medien haben sogar ihre eigenen Stars erschaffen: So mancher YouTuber, der seine Videos auf der Plattform veröffentlicht, genießt den Ruhm, der zuvor nur Filmstars vorbehalten blieb. Dabei sind die digitalen Communities nicht nur für Privatpersonen interessant, sondern auch als modernes Marketing-Tool überaus beliebt. Sie helfen bei der Marken- und Kundenbindung und fördern die Mundpropaganda auf eine Weise, wie sie vor der digitalen Revolution

nicht denkbar war. Im Vergleich zu anderen Werbeformen sind sie zudem relativ günstig, erreichen die Zielgruppe sehr direkt und erlauben die direkte Interaktion mit dieser. Daher darf Social Media heute im Marketing-Mix des Gastgewerbes nicht fehlen.

Authentisch, transparent und regelmäßig

Sie sind ein frisches Handwerkszeug, um die Aufmerksamkeit für ein Hotel oder

einen gastronomischen Betrieb zu steigern. Wer Social Media richtig nutzt, erhält als Lohn für seinen Fleiß nicht nur loyale Gäste: Je mehr Leute über das Haus schreiben, desto wichtiger stufen Suchmaschinen wie Google die Unternehmensseiten ein, sodass diese weiter vorne in den Suchergebnissen auftauchen. All die positiven Effekte der sozialen Mediennutzung kommen allerdings nur zum Tragen, wenn man die digitalen Kanäle auf die richtige Art und Weise nutzt. Dazu muss man zunächst wissen, dass Online-Marketing mit kundenorientierten sozialen Medien anderen Regeln folgt als klassische Promotion-Maßnahmen.

Gefragt ist beispielsweise eine andere Ansprache an die internetaffine Zielgruppe. Authentisch und transparent muss die Kommunikation mit den Gästen sein – online ganz wie im Service vor Ort. Ebenso wichtig: die Kontinuität. Nur wer regelmäßig neue Beiträge erstellt, bleibt in aller Munde.

Social Media als attraktiver Gesprächspartner

Die sozialen Medien sind, richtig genutzt, die digitale Form der persönlichen Weiterempfehlung. Dazu müssen selbstredend die Inhalte wie Fotos, Videos oder Texte für den User spannender sein als eine durchschnittliche Print-Broschüre mit nüchternen Fakten. Social-Media-Inhalte sind im Idealfall wie ein spannender Gesprächspartner: originell, witzig, attraktiv, ehrlich und enthusiastisch. Sie sollen zu einem Besuch verleiten – oder auch die positiven Eindrücke des Gastes bestätigen, die er vor Ort bereits hatte. Nicht in Form von purer Faktenvermittlung und schon gar nicht wie Werbebotschaften. Eher wie eine packende, überraschende Geschichte oder der Einblick in ein Tagebuch.

Und diese muss nicht zwingend mit dem eigenen

Haus verbunden sein: Wer sich als User für gutes Essen oder edle Getränke interessiert, freut sich beim Besuch einer Social-Media-Präsenz über Wissenswertes darüber. Wer gerne reist, interessiert sich nicht nur für Ihr Hotel, sondern auch für Tipps und Ausflüge in der Region.

Glaubwürdige Referenzen sind die beste Werbung

Authentischer als die Selbstdarstellung des Hotels oder des gastronomischen Betriebs ist im Zweifelsfall das, was neudeutsch »User-generated Content« (Content = neudeutsch für Inhalte) genannt wird – Inhalte, die von den Gästen selbst erstellt werden. Reale Eindrücke von Besuchern in Form von Texten, Bildern oder Videos wirken auf die Social-Media-User meist glaubwürdiger als die unternehmenseigenen Informationen. Private Fotos von ent-



Alexander Borchard (Familotel Borchard's Rookhus) glaubt: »Snapchat ist kurzlebig, wird sich aber entwickeln.«

spannten Hotelgästen, die deren Freunde und Kolle-

gen auf Facebook sehen, können effektiveres Marketing sein als eine aufwendige Werbekampagne.

»Die direkte Kommunikation mit der Zielgruppe ist der große Vorteil von Social Media und eine tolle Möglichkeit, vor allem Emotionen zu vermitteln«, berichtet Alexander Borchard, Geschäftsführer des Familotels Borchard's Rookhus am

Die wichtigsten Social-Media-Dienste



Facebook ist das am meisten verbreitete soziale Netzwerk. Den Konkurrenten Instagram hat Facebook-Gründer Mark Zuckerberg mittlerweile einfach übernommen. Texte, Fotos und Videos sind hier gleichrangig vertreten.



Instagram ist vor allem auf Fotos und Videos ausgerichtet. Visuelle Inhalte sind bei den jüngeren Usern besonders beliebt.



Twitter-Nutzer wissen: In der Kürze liegt die Würze. Kurznachrichten sind das Alleinstellungsmerkmal des Dienstes. Twitter-User stellen tendenziell häufiger neue Nachrichten ins Netz, als es beispielsweise auf Facebook der Fall ist.



YouTube gehört zu Google und ist auf Videos spezialisiert.



Snapchat hat die jüngste Zielgruppe. Der Clou: Die Bilder und Kurzvideos sind maximal 24 Stunden zu sehen. Snapchat lebt vom Reiz dieser Kurzlebigkeit.



Google+ ist Googles Antwort auf Facebook, doch nicht so erfolgreich wie das Original.



Aus dem Vollen gefischt



Die Überfischung der Weltmeere hat die Fischpopulation in vielen Gegenden dramatisch sinken lassen – doch es findet ein Umdenken statt

Nachhaltigkeit bestimmt seit Kurzem auch die Fischerei. Immer mehr Gastronomen, aber auch Konsumenten legen Wert auf Produkte mit ASC-, MSC- oder einem anderen Zertifikat. Und der Handel reagiert mit einem entsprechenden Angebot.

Text: Clemens Kriegelstein

Seit Beginn der industriellen Fischerei Anfang der 50er-Jahre ist der Fisch-Gesamtbestand in den Weltmeeren deutlich gesunken. Arten wie Kabeljau, Seehecht, Petersfisch oder Roter Thunfisch sind laut WWF (World Wide Fund for Nature) akut vom Aussterben bedroht. Bei anderen Sorten wie etwa Shrimps verursachen die riesigen Aquakulturen verheerende Umweltfolgen. Nach Angaben von Greenpeace sind annähernd 90 Prozent der Fischbestände überfischt oder zumindest bis an ihre Grenzen genutzt.

Die Gründe für diese Problematik sind mannigfaltig. An erster Stelle steht die immer ausgefeiltere Fischereitechnik. Bei der Jagd mit Schleppnetzen werden etwa für jedes Kilo Scholle, das gefangen wird, bis zu 15 Kilo anderer Meereslebewesen wie Schildkröten, Delfine oder Haie umgebracht. Die Methode ist höchst effektiv, denn Eisenketten graben sich in den Boden und scheuchen so alle Schollen ins Netz. Dabei wird allerdings das gesamte Ökosystem zerstört. Laut dem WWF werden aktuell jährlich 90 Mio. Tonnen Fisch aus den Meeren geholt. Das ist eine Vervierfachung gegenüber dem Wert von vor 50 Jahren.

Blausiegel gegen Überfischung

Verbraucher und Gastronomen können allerdings über den gezielten Kauf von Fisch mit dem blauen MSC-Siegel einen Beitrag dazu leisten, die Situation in unseren Meeren zu verbessern. Das MSC-Siegel kennzeichnet Fischerzeugnisse aus

umweltgerechter Fischerei. Es wird nur an Fischereibetriebe verliehen, die dafür sorgen, dass ausreichend Fisch für die Zukunft vorhanden ist, dass Meeressäuger und Wasservögel geschützt werden und dass der Lebensraum Meer in seiner Vielfalt erhalten bleibt.

MSC steht für den englischen Namen »Marine Stewardship Council«, was übersetzt so viel wie »Rat zur Bewahrung der Meere« bedeutet. Der MSC wurde 1997 von der Umweltschutzorganisation WWF und dem Lebensmittelkonzern Unilever gegründet. Heute ist der MSC eine unabhängige und gemeinnützige Einrichtung. Gemeinsam mit Wissenschaftlern, Fischereiexperten und Umweltschützern hat der MSC einen Umweltstandard für die Beurteilung von Fischereibetrieben entwickelt. Das blaue Siegel des MSC wird nur an Fischereibetriebe verliehen, die nicht zur Überfischung beitragen, darauf achten, dass die Fangmethoden keinen nennenswerten Beifang produzieren und auch sonst das Ökosystem nicht schädigen.

Gütezeichen für Aquakulturen

Um die maritimen Fischbestände zu schonen und den weltweiten Fischbedarf zu decken, werden Fische inzwischen aber auch vermehrt in Aquakulturen gezüchtet. Heute stammen bereits rund 50 Prozent der weltweit verzehrten Fische aus Zuchtfischereien. Aquakulturen sind aber auch einer Reihe von Kritik-

Anzeige

VERPASSEN SIE UNS NICHT!
*Friesenkrone auf der Internorga
Halle B4, EG, Stand 203*

Friesisch Tapas

Das erste Matjes Fingerfood

Aus handwerklicher Herstellung und bester Rohware sind Friesisch Tapas aus der Friesenkrone Manufaktur, in Hamburg dabei. Für Events, Buffet und Catering sind die kleinen Genuss-Stückchen der Hit: mit regionalen Zutaten und aus handverlesenen Produkten. Insgesamt zwölf kleine, tiefgefrorene Köstlichkeiten hält die Manufaktur genussbereit.

Friesisch Tapas zum Einhängen

Doch Friesenkrone zeigt nicht nur Produkte, sondern konzeptionelle Lösungen für sein servierfertiges High-Convenience-Angebot: Ein eigens für Friesisch Tapas patentierter Löffel, der bequem am Glasrand hängt, demonstriert, wie lecker, frech und jung eine stilvolle Präsentation sein kann.

Außerdem am Messestand: Julia Komp, Deutschlands jüngste Sterneköchin, zeigt mit ihren innovativen Kreationen, dass das

echt norwegische Matjesfilet SJÖ puren Naturgeschmack mit milder Salznote bietet.



<http://www.friesenkrone.de>

Hallo, mein Sonnenschein!

*Die schönsten Neuheiten
für die Outdoor-
Gastronomie*



Fotos: iStockphoto, Käfer

Der Reichstag in Berlin ist das einzige Parlamentsgebäude der Welt, das ein öffentliches Restaurant beherbergt: das Käfer Dachgarten-Restaurant. Bieten kann die Terrassen-Gastronomie 13 Punkte im Gault & Millau und das ganz besondere Ambiente dieses Ortes.

Die Frischluft-Saison ist essenziell für den Jahresumsatz. Wie man sein Außengastronomie-Angebot optimiert und ob sich die Investition in neues Outdoor-Equipment lohnt, ist daher immer eine Überlegung wert.

Text: Michael Eichhammer

Wenn das Wetter mitspielt, sitzen Gäste zwischen April und Oktober am liebsten im Freien. Auch der Umsatz steigt, wenn Sonne und frische Luft zum Mitarbeiter des Gastwirts werden. Der außergastronomische Bereich ist daher für die Wirtschaftlichkeit des Betriebs nicht zu unterschätzen. Wer Gäste in der Sonnensaison verlässlich an sich binden will, braucht daher nicht nur ein gutes Outdoor-Konzept, sondern auch das entsprechende Mobiliar.

»Gäste schätzen es, Neues zu entdecken, denn ein attraktives Ambiente mit frischen Ideen kommt immer gut an und macht neugierig«, weiß Mirko Lauer, Geschäftsführer bei Vega. »Funktionale Möbel, die natürlich zum Stil des Hauses passen sollten, unterstützen ein erfolgreiches Outdoor-Geschäft.« Neben der Qualität sollte man auch darauf achten, dass die Möbel für die besonderen Bedürfnisse der Gastronomie maßgeschneidert sind. Gute Outdoor-Möbel müssen wetterfest, UV-beständig und pflegeleicht sein. Nur wenn Langlebigkeit auch unter Dauereinsatz gewährleistet ist, können sich die Kosten amortisieren.

Tropft nicht, wackelt nicht ...

Mobiliar aus hochwertigen Kunststoffen und Möbel mit Aluminium-Rahmen sind daher auch in dieser Saison angesagt. Kommt Polsterung ins Spiel, gilt es, das Augenmerk auf die Eigenschaften des Materials zu legen: Polsterungen mit Materialien wie Quick-Dry-Foam-Schaumstoffen trocknen z. B. nach Regen besonders schnell. Was die Optik angeht, sollten die Materialien auf den Gast natürlich wirken und dennoch möglichst wetterfest sein. Daher wird zwar gern auf echtes Holz verzichtet, Holzoptik dagegen liegt zeitlos im Trend. Unverändert beliebt sind Farben wie Weiß, Sand und Taupe. Je nach Lokalität kann es auch wichtig sein, wie leicht die Möbel nach dem Einsatz stapelbar sind. Zudem sollte sich das Mobiliar nach der Saison platzsparend einlagern lassen. Tische mit Kippmechanismus oder Seitenstapler sind ideal bei wenig Platz. Auch modulare Lösungen, bei denen sich Tische auf unterschiedliche Weise miteinander kombinieren lassen, sind beliebt, um kleinen wie großen Gruppen gerecht zu werden. Auch ein funktionaler Mehrwert ist gern gesehen – beispielsweise im Tisch integrierte »Antiwackel-ausrüstungen«, die Bodenunebenheiten ausgleichen, damit Tische auf jedem Untergrund sicher stehen, ohne zu wackeln.

Nicht vergessen: Neben den Möbeln für die Gäste sind als Zusatzausrüstung Beschattung und Servicetische mit einzuplanen. Heizstrahler helfen ebenfalls, die Bewirtungszeiten zu erhöhen. Und weil das Auge bekanntlich mitisst: Pflanzen als Deko gehören zum sommerlichen Ambiente einfach dazu.



Supremo



Big Ben



Big Ben

Hochwertige Sonnenschirme für Restaurants und Hotels!

Big Ben im Windkanaltest

youtu.be/A6T9uWoD8YE

Jetzt kostenlosen Katalog anfordern!

Tel.: +49 8458 603 890
E-Mail: info@caravita.eu



Michael Caravita GmbH
Ingolstädter Str. 9
85080 Gaimersheim
DEUTSCHLAND

5 JAHRE GARANTIE
ANS DE GARANTIE

Garantiebedingungen unter www.caravita.de/garantie

Keine Last zu schwer

Busse, Transporter oder Pick-ups helfen Gastronomen und Hoteliers, ihr Geschäft effizient zu betreiben

Ob für den Großeinkauf im C&C-Markt, den Transport des Catering-Equipments zum Veranstaltungsort oder um Gäste zum nächsten Bahnhof bzw. Flughafen zu bringen – ohne die modernen Packesel wäre der Gastro-Alltag häufig deutlich schwieriger bis völlig unmöglich zu meistern.

Text: Clemens Kriegelstein

Der Markt für Nutzfahrzeuge in der Kategorie bis zu 3,5 Tonnen wächst hierzulande beständig. Kein Wunder: Ohne moderne Busse, Transporter oder Pick-ups lässt sich kaum ein Unternehmen, das regelmäßig Waren oder Personen transportieren muss, führen. Die Ansprüche, die dabei an die vier-

rädrigen Helden des Arbeitsalltags gestellt werden, sind enorm und verlangen einen Spagat zwischen typischen Pkw-Annehmlichkeiten und den Nehmerqualitäten eines Klein-Lkws. So werden auch in Nutzfahrzeugen heutzutage Klimaanlage, Navigations- oder diverse Fahrerassistenzsysteme vorausgesetzt. Selbst

modernste Automatikgetriebe sind häufig schon zumindest gegen Aufpreis zu bekommen. Und auch wenn es derzeit noch eine kleine Nische speziell für urbane Betriebe ist, immer mehr Hersteller bieten zumindest in ihren kleineren Baureihen auch in diesem Segment schon Elektromotoren an.

Ford: Transportaufgaben seit 1965

Ein gutes Beispiel für den Einzug von Pkw-Sicherheits- und Komfort-Features in den Nutzfahrzeugesektor ist beispielsweise der Ford Transit, der seit über 50 Jahren gebaut wird, aktuell in seiner sechsten Modellgeneration auf dem Markt ist und der mit jährlich knapp 400.000 weltweit verkauften Exemplaren zu den erfolgreichsten Vertretern seiner Gattung gehört. Auf Wunsch erhältlich für dieses Modell sind nun etwa:

- Pre-Collision-Assist – dieses Assistenzsystem hilft, Auffahrunfälle oder Zusammenstöße mit Passanten zu vermeiden oder die Unfallfolgen zumindest zu mindern.
- Adaptive Geschwindigkeitsregelanlage – damit hält der Fahrer den vorgewählten Sicherheitsabstand zum Vordermann bis zu einer zuvor festgelegten Höchstgeschwindigkeit automatisch ein.
- Verkehrsschild-Erkennungssystem – informiert den Fahrer durch Symbole im Multifunktionsdisplay über aktuell gültige Tempolimits oder Überholverbote.
- ESP mit Berganfahrhilfe.
- Seitenwind-Assistent – das gerade für Fahrzeuge mit hohem Aufbau wichtige System hilft dem Fahrer, durch automatischen Bremsengriff in der Spur zu bleiben, wenn die Sensoren des ESP starken Seitenwind feststellen.
- 6-Gang-Automatikgetriebe.

Technische Daten Ford Transit:

- Nutzlast: je nach Ausführung bis zu 2.078 kg
- Laderaumgröße: je nach Ausführung bis zu 16,1 m³
- Leistung: 105–170 PS
- Antrieb: Front, Heck oder Allrad



Fotos: Ford, Volkswagen

VW: kultiger Lademeister

Volkswagen hat das seltene Kunststück geschafft, selbst seine Transporter zu Kultfahrzeugen zu machen. Für die Modelle T2 und T3 aus den 70er- und 80er-Jahren werden heute sogar mit hohen sechsstelligen Laufleistungen noch horrend Preise verlangt – und bezahlt. Und für die erste Generation, den T1 aus den 50er- und 60er-Jahren, kann man – je nach Variante und Zustand – auch schon mal bis zu 100.000 Euro veranschlagen ...

Aktuell verkauft VW mit dem T6 die sechste Baureihe, die VW-typisch durch ihre große Variabilität punktet. So ist dieses Modell etwa als Kastenwagen, Pritsche, Doppelkabine und Kombi zu haben, dazu noch als Großraumlimousine (Multivan und Caravelle) sowie als Freizeitmobil (California). Zwei Radstände und drei Dachhöhen multiplizieren zudem die Möglichkeiten der Baureihe, sodass sich mit der Vielzahl an Aggregate-Kombinationen über 700 Varianten ergeben. Bei Motoren, Kraftübertragung und Antrieb profitiert der T6 von der umfangreichen Modellvielfalt des VW-Konzerns und bietet Benzin- und Dieselmotoren zwischen 84 und 204 PS, Front- oder Allradantrieb, Schalt- oder Automatikgetriebe. Und auch VW lässt sich natürlich beim Thema Sicherheit und Assistenzsysteme nicht lumpen und verbaut auf Wunsch fast alles, was man aus den Pkw-Modellen kennt, von der Müdigkeitserkennung über die City-Notbremsfunktion oder Distanzregelung bis hin zu Bergabfahrassistent und Spannungstabilisierung.

Und wem platzmäßig der T6 nicht genügt, für den gibt es ganz aktuell den neuen Crafter. Das Raumwunder, dessen Verkaufsstart dieser Tage beginnt, kann man mit drei verschiedenen Längen und ebenso drei Höhen bestellen. Dazu natürlich auch wieder eine große Motorenauswahl und auf Wunsch Allradantrieb. Und selbst in dieser Klasse hat VW darauf geachtet, den Innenraum weniger nach Lkw als nach Pkw aussehen zu lassen.



Technische Daten VW Crafter:

- Nutzlast: zu Redaktionsschluss noch nicht bekannt
- Laderaumgröße: je nach Ausstattung bis zu 18,4 m³
- Leistung: 102–177 PS
- Antrieb: Front-, Heck- oder Allradantrieb

Technische Daten VW T6:

- Nutzlast: je nach Ausführung bis zu 1.400 kg
- Laderaumgröße: je nach Ausführung bis zu 9,3 m³
- Leistung: 84–204 PS
- Antrieb: Front- oder Allradantrieb



Mein zweites Wohnzimmer



Promi-Liebeserklärungen an ihre Wohlfühl-Locations

Diese fünf Promis sind immer auf Achse, kennen unendlich viele Restaurants und Hotels. Und doch gibt es diesen einen Ort, der es ihnen besonders angetan hat. Willkommen in den Wohlfühl-Locations der Fernsehstars!

Text: Sebastian Bütow

»Das Kölner Savoy ist für mich wie heimkommen«

Von RALF ZACHERL,
Sterne- und Fernsehkoch, Gastronom

Die Ankunft im Savoy Hotel in Köln ist für mich immer wie heimkommen. Das Haus hat eine extrem gut geführte Bar, mit vielen tollen Getränken, der Barchef probiert immer wieder Neues aus. Vor Kurzem servierte er mir einen Whisky mit Pekannuss-Infusion – wow!

Der allerbeste Moscow Mule

Ein Klassiker dort ist für mich der Moscow Mule, den machen sie so was von gut. Ich habe ihn vor acht Jahren zum ersten Mal im Savoy getrunken. Immer wieder hat die Bar neue Sachen auf Lager, das ist wahnsinnig spannend. Toll ist auch die individuelle Begrüßung, ob beim Frühstück oder an der Rezeption.

In die Savoy-Sauna – und die Welt ist wieder in Ordnung

Außerdem liebe ich den Fitness- und Wellnessbereich, auch wenn ich mehr der Kneipen-Sportler bin (lacht). Die Sauna ist schön großzügig gebaut und nie richtig voll. Es gibt nichts Schöneres, als nach einem langen Drehtag hier zu entspannen. Zwei Saunagänge – und die Welt ist wieder in Ordnung.



Immer treffe ich dort irgendwelche Bekannten und Fachkollegen, ob das jetzt Steffen Henssler ist oder Stefan Marquard und viele, viele mehr. Die Vertreter der Medienwelt werden ja immer gerne im Savoy untergebracht. In Köln wird schließlich eine Menge gedreht. Ich war zuletzt sehr lange zu Gast, weil ich Juror der ersten Staffel von »MasterChef« war.

Wunderschöner Blick auf den Dom

Das Hotel liegt übrigens direkt am Hauptbahnhof, in der Turiner Straße. Auch toll: Mein Lieblingsschinese »The Great Wall«, der sehr authentisch kocht, ist nur fünf Minuten vom Savoy entfernt. Gut zu wissen: Das Personal ist sehr diskret – was dort passiert, bleibt auch dort. Die wissen genau, dass ich meinen doppelten Espresso mit viel Milchschaum trinke, da muss ich nicht mehr viel sagen. Und im Sommer ist die Dachterrasse der Hammer! Du hast einen wunderschönen Blick auf den Dom.

Adresse: Savoy Hotel, Turiner Str. 9, 50668 Köln, www.savoy.de



»Ich erlebte das Paradies auf Erden in Indien«

Von **JESSICA KASTROP**,
Sky-Sportmoderatorin – und die erste Frau, die die
Fußball Champions League moderiert

Kennen Sie diese schicksalhaften Momente? Wenn Sie einfach wissen, dass Sie auf dem richtigen Weg sind? So erging es mir, als ich im Oktober durch Zufall im Internet auf ein Reisebüro in Ludwigshafen gestoßen bin, das mir eine Reise nach Indien in ein Ayurveda-Resort anbot. Ich wusste sofort: »Das ist es!« Und nach einem neunstündigen Flug nach Kochi und 90 Minuten Fahrt landete ich einige Wochen später direkt im Paradies.

Wunderbarer Strand, wunderbare Gartenanlage

Das Sitaram Beach Retreat in Thrissur liegt direkt am Indischen Ozean, an einem ganz wundervollen Strand, mit einer noch wundervolleren Gartenanlage. Vor zwei Jahren eröffnet und liebevoll gestaltet, haben Dr. Vignesh und sein Team dort einen einzigartigen Platz geschaffen.

Holz-Cottages im Palmengarten

Rund um einen riesigen Palmengarten sind kleine Holz-Cottages angesiedelt, in denen maximal 25 Gäste Platz finden. Doch wer indischen Kitsch vorzufinden glaubt, der täuscht sich gewaltig. Klare Linien, tropische Hölzer, eine moderne Außendusche – auch der gemeine Westler fühlt sich sofort wohl. Die Ausstattung – ayurvedisch. Das heißt: Back to basics, back to the roots. Keine Minibar, kein Fernseher. Digital Detox. Aber keine Angst, WLAN hat auch im Sitaram Einzug gehalten...

»Das Versprechen der Transformation wurde gehalten«

Der Aufenthalt im Sitaram Beach Retreat gestaltet sich als Kur, und bei einer Kur muss man sich natürlich auch an gewisse Regeln halten – aber es lohnt sich. Am ersten Tag sagte der Sitaram-Gründer und Ayurveda-Arzt Dr. Vignesh zu mir: »Wir schicken Sie komplett erneuert zurück.« Das Versprechen der Transformation hat er gehalten.

Ayurveda bedeutet »die Weisheit vom Leben«, eine 6.000 Jahre alte medizinische Wissenschaft, die in Indien und Sri Lanka an Universitäten genauso umfangreich gelehrt wird wie die klassische Schulmedizin. Das Sitaram hat seine eigene Medikamenten-Fabrik, wo Kräuter zu einzigartigen Heilmischungen verarbeitet werden.

Innere und äußere Reinigungen

Die Anwendungen, die inneren und äußeren Reinigungen, die Massagen, die Meditationen, das Yoga – das alles dient dazu, sich ein Stück weit rundzuerneuern und wieder mit einem ganz neuen Gefühl nach Hause zu fahren. Vor dem Urlaub war ich müde und erschöpft. Jeder Tag fühlte sich gleich an. Ich konnte mich an nichts mehr freuen, hatte den Kontakt zu mir selbst verloren. Doch dank der »Panchakarma-Kur«, einer sehr gründlichen inneren Reinigung, kehrte mein altes Ich zurück. Es ist wie eine Erneuerung, eine Renovierung von innen. Am Ende fühlt man sich nicht nur zehn Jahre jünger – man sieht auch so aus!

Schluss mit »Schneller-Höher-Weiter«

Man schöpft an diesem wunderbaren Ort neuen Lebensmut, bekommt neue Impulse. In unserer Gesellschaft geht es ja vor allem ums »Schneller-Höher-Weiter« – das ist dort komplett anders. Für mich war es das Paradies auf Erden! Ein Ort voller Liebe, voller Hingabe, voller Dankbarkeit. Einfach traumhaft schön! Ich werde wiederkommen. Versprochen.

Adresse: Sitaram Beach Retreat
Nambikadavu Road, Near Snehatheeram Beach,
Nattika, Kerala 680569, Indien
www.sitaramretreat.com



10 FRAGEN AN

... Ruth Moschner

»Ich glaube, Köche sind sensibler, als sie es zugeben wollen«

Wohl kaum eine andere Frau darf den TV-Köchen Steffen Henssler, Christian Lohse, Ralf Zacherl & Co. so regelmäßig in den Kochtopf schauen wie sie: Ruth Moschner führt seit 2013 durch die TV-Show »Grill den Henssler« (VOX). Ihr Erfolgsrezept: eine große Portion Schlagfertigkeit und jede Menge treffsicherer Humor. Die Moderatorin, Schauspielerin, Buchautorin und erklärte Genießerin plaudert im Interview mit HOGAPAGE über ihre Erfahrungen mit den Künstlern am Herd und schwärmt über ihre aktuelle TV-Show »So tickt der Mensch«, die derzeit auf SAT.1 zu sehen ist.

Interview: Daniela Müller



Sie beschäftigen sich beruflich wahnsinnig viel mit Food-Themen. Was ist zurzeit Ihre persönliche Trendküche, die Sie glücklich macht?

Ich mag alles, was authentisch ist – also wenig verarbeitet und kein Fake! Nach wie vor ganz weit oben steht bei mir daher die israelische Küche, immer frisch, klar, seelenfütternd, genussvoll. Die Vietnamesen begeistern mich mit ihrem Umgang mit frischen Kräutern und tollen Aromen. Aber gegen einen deutschen Eintopf ist auch nix zu sagen (lacht).



Welche Situation kann Ihnen in einem Restaurant so richtig die Laune vermiesen?

Wenn ich Hunger habe, kann ich richtig »knatschig« werden. Das heißt, zu lange sollte man mich nicht warten lassen. Außerdem finde ich es sehr schade, wenn die Küche unflexibel auf Änderungswünsche reagiert. Das ist oft ein Zeichen dafür, dass nicht frisch gekocht wird. Nicht immer, natürlich – aber könnte sein...



»So tickt der Mensch« heißt Ihre neue TV-Show, die derzeit auf SAT.1 zu sehen ist. Gemeinsam mit prominenten Gästen und mithilfe von verblüffenden Experimenten zeigen Sie, wie wir Menschen wirklich funktionieren. Was ist für Sie der besondere Reiz an dem Format?

Ich finde die Idee dahinter einfach großartig. Die Fragen, die in der Show gestellt werden, verraten so viel über unser Verhalten. Hier wird gezeigt, wie wir wirklich sind – ohne Wenn und Aber. Und das ist teilweise sehr lustig, aber zugleich auch erstaunlich und erschreckend. Was mich sehr glücklich macht: Bei uns wird niemand vorgeführt, weil einfach JEDER, der die Experimente sieht, beginnt zu überlegen, wie er selbst reagiert hätte.

4

In einem Ihrer Experimente geht es darum, ob ein Sternekoch einen Gast mit Fertignahrung blenden kann. Könnten Sie einen solchen Schwindel blind aufdecken?

Ich glaube schon, dass ich eine sehr feine Zunge habe. Aber mit Respekt vor dem großen Kochkünstler – immerhin hatten wir Alexander Herrmann als Lockvogel – würde ich es niemals wagen, da groß rumzumäkeln, und mir nur denken: »Aha, der kocht also so... hm...« Ja, ich würde wahrscheinlich auf seinen Charme und seine Aura reinfallen.

5

Welches Experiment aus der Show hat Sie bisher am meisten verblüfft?

Also, das Sterneküchen-Experiment steht bei mir tatsächlich ganz weit oben. Toll fand ich aber auch Sonja Zietlow mit ihrem Versuch zum Vordrängeln im Supermarkt oder Hans Sarpei, der zusammen mit unserem Psychologen Rolf Schmiel unterschiedliche Arten der Motivation bei Fußballern ausprobiert hat. Sensationell!

6

Sie moderieren auch die sehr erfolgreiche TV-Show »Grill den Henssler« (VOX). Hat sich der Respekt, den Sie gegenüber professionellen Köchen und Servicepersonal haben, verändert, seit sie so eng mit den verschiedensten Küchenprofis arbeiten?

Ich hatte vorher schon großen Respekt, weil ich ja selbst koche und weiß, wie viel Herzblut und Arbeit da drinsteckt. Und ja, der ist durch meine Arbeit mit Steffen noch mal gestiegen. Ich habe mehr Bewusstsein dafür entwickelt, wie wichtig es einem Profi ist, dass es dem Gast schmeckt. Kochen ist eine sehr emotionale Sache, da wird diese Kritik schnell zu einer persönlichen Angelegenheit – und ich glaube, da sind die Köche sensibler, als sie oft zugeben wollen. Deshalb: Wenn es im Restaurant schmeckt: loben, loben, loben (lacht)! Das ist ja sowieso nie verkehrt.

7

Welcher Kandidat in der Show hat Sie mit seinen Künsten am Herd besonders beeindruckt?

Ich bin ein Fan von Mieke Katz, die immer unfassbar gut vorbereitet ist und es trotz fulminantem Küchenauftritt immer noch schafft, charmant mit mir zu quatschen. Ich mochte Evelyn Weigert, die neben der Zubereitung des Nachtischs und einer extra Wette auch noch zusammen mit Samy Deluxe gesungen und gegroovt hat. Und ich fand Tim Oliver Schultz phänomenal, weil auch er eben die Kombination Kochen UND Show wunderbar umgesetzt hat. Das Reden, also etwas über sich zu erzählen, wird von den meisten unterschätzt, daher ziehe ich vor den Unterhaltungskünstlern noch tiefer meinen Hut als vor den anderen. Wobei ich die Nervosität durchaus verstehen kann und überhaupt nicht böse bin, wenn mich ein Kandidat gestresst wegschickt. Dann plaudere ich halt aus dem Nähkästchen (lacht).

8

Wie ist es um Ihre Qualitäten als Küchenfee bestellt? Sie haben bei »Grill den Henssler« ja schon einmal mit der Kandidatin Sonja Zietlow spontan die Rollen getauscht – und das Duell mit einem veganen Dessert gewonnen. Würden Sie sich zutrauen, mit einem Hauptgericht gegen den Henssler anzutreten – und mit welchem Coach?

Klar! Aber noch eine Niederlage gegen mich würde Steffen nicht verkraften. Ich glaube, er hat erst neulich seine letzte Therapiestunde bezüglich seines veganen Desasters abgeschlossen. Nein, Scherz beiseite. Aber die Überraschung war natürlich nur beim ersten Mal groß genug. Eine Wiederholung wäre nur eine Kopie und nicht mehr so lustig. Aber WENN, dann natürlich gerne mit Christian Lohse, Ali Güngörmüs oder Nelson Müller als Coach. Oder Stefan Marquard. Oder Ralf Zacherl... Verdammt, die sind einfach alle echt klasse!

9

Welche prominente Persönlichkeit würden Sie gerne mal ganz zufällig an der Theke treffen?

Ich würde gerne mal Angela Merkel treffen und sie fragen, wie sie es schafft, bei all den anstrengenden Politmachos so ruhig zu bleiben. Ich bewundere ihre Gelassenheit. Alternativ wäre für mich noch Johann Wolfgang von Goethe interessant. Den würde ich um eine Einschätzung unserer aktuellen Situation bitten.

10

Vervollständigen Sie diesen Satz: Das Leben ist zu kurz ...

... um es nicht zu nutzen.



Kann uns ein Sternekoch mit Fertignahrung blenden? Werden wir schlauer, wenn wir einen Arztkittel anziehen? Und warum haben bereits Kleinkinder einen Sinn für Gerechtigkeit? In der neuen SAT.1-Panelshow »So tickt der Mensch« zeigen Moderatorin Ruth Moschner und ihre prominenten Gäste mithilfe von verblüffenden und oftmals aberwitzigen Experimenten, wie wir wirklich funktionieren.