

# HOGAPAGE

Das Magazin für Hotellerie & Gastronomie



Jobbörse

Nachrichten

Einkaufsführer

Shop

# Gastgewerbe? Aber sicher!

Was Arbeitgeber und Mitarbeiter dem  
Imageproblem der Branche entgegensetzen 16

**Vietnam –  
Land der Kontraste**

Tradition trifft Moderne 26

**Powerfrauen** 38

**Simple  
und lecker**

Desserts als Handwerkskunst 58

**Backwaren-Trends** 52

**Hotel Elephant  
Weimar**

Kulturhotspot & Wohnzimmer 84

**Stilvolle Raumkonzepte** 68

# INHALT



52

Ahoi!  
Bread Ahead...

## ENTRÉE

Info-Häppchen und Neues ..... 8

HOGAPAGE GASTROPOLIS ..... 12

### Ploners Gastro-Kolumne

Ja zu Verbänden,  
gerade jetzt! ..... 13

## TITELSTORY

### Hot or Not – Wie sexy ist die Hospitality-Branche?

Was Arbeitgeber und Mitarbeiter  
dem Imageproblem der Branche  
entgegenzusetzen ..... 16

## SPECIAL

### Edle Begleiter

Spritzige Trends rund um  
Champagner, Sekt & Co. .... 22

## AROUND THE WORLD

### Vietnam:

#### Ein Land der Kontraste

Von pulsierenden Märkten und  
redseligen Einheimischen ..... 26

## BRANCHE INSIDE

### Jetzt poppt's!

Pop-up-Gastronomie für  
belebende Abwechslung ..... 34

## MANAGEMENT & MARKETING

### Frauenpower!

Hier gibt das weibliche  
Geschlecht den Ton an ..... 38

## FIGHT CLUB

Wie digital wird das Event der  
Zukunft sein? ..... 42

## SYSTEMGASTRONOMIE

### Schöne neue Arbeitswelt

Berufsbilder der System-  
gastronomie werden fit für  
die Zukunft gemacht ..... 46

## FOOD & BEVERAGE

### Ahoi! Bread Ahead...

Das neue Geschäft mit  
Backwaren & Co. .... 52

### The Big Five – Food-Kolumne

von Andrew Fordyce  
Authentisch. Punkt. .... 57

### Simpel und lecker!

Klassische Desserts in echter  
Handwerkskunst ..... 58

### Heute schon gesnackt?

Ideen und Anregungen  
für ein erfolgreiches  
Zusatzgeschäft ..... 64

## TECHNIK & EQUIPMENT

**Der erste Eindruck zählt**  
Authentische und stilvolle  
Raumkonzepte ..... 68

**Sauber bleiben**  
Hygiene und Reinigung mit  
verlässlichen Helfern ..... 74

## KARRIERE & RATGEBER

**Wer rastet, der rostet**  
Fünf Weiterbildungstipps  
für wissbegierige Köpfe ..... 76

**Vielseitige Rollenspiele**  
Wie man verschiedene  
Funktionen glaubwürdig ausfüllt,  
ohne sich zu verstellen ..... 80



*Wie sexy ist die  
Hospitality-Branche?*

**16**



**26**

*Vietnam:  
Ein Land der Kontraste*



**22**

*Getränke in der  
Gastronomie*

## STARS & LEGENDS

**Haus der Dichter und Denker**  
Hotel Elephant Weimar ..... 84

**10 Fragen an ...**  
Marcus Mittermeier ..... 90

**Jetzt! rede ich!**  
Der Ingwer im  
Exklusiv-Interview ..... 92

## SERVICE

Editorial ..... 3

Bücher – Lesestoff für Profis ..... 44

Bildungskompass ..... 79

News aus den Verbänden ..... 94

HOGAPAGE Marktplatz ..... 96

Vorschau / Impressum ..... 98



**NEU**

**TYPISCH F. DICK!**

Messer – so individuell wie  
der Mensch

Finden Sie einen Händler  
in Ihrer Nähe:

[www.dick.de/haendler](http://www.dick.de/haendler)

[www.dick.de](http://www.dick.de)

Messer . Werkzeuge  
Wetzstähle . Schleifmaschinen

# HOT OR NOT



# Wie sexy ist die

# Hospitality-Branche?

## Was Arbeitgeber und Mitarbeiter dem Imageproblem des Gastgewerbes entgegensetzen

**Mitarbeiter für die Hotellerie und Gastronomie zu akquirieren ist mittlerweile zu einer hohen Kunst geworden. Corona scheint dafür nicht allein verantwortlich zu sein. Branchenexperten verraten uns, warum, und zeigen wirksame Mittel für das Personal-Recruiting auf. Ihre Mitarbeiter reden Klartext.**

*Text: Karoline Giokas*

**E**s ist in aller Munde. Die Gastgeberbranche tut sich schwer, geeignetes Personal zu finden – seit Corona scheinbar mehr denn je. »Das liegt aber an allen beteiligten Akteuren«, ist sich Tim Plasse, Geschäftsführer des Benediktiner Weissbräuhauses in Gießen, sicher. Die Entwicklung, die die Branche gerade

knallhart erfährt, habe sich schon lange abgezeichnet. »In den letzten zehn bis zwanzig Jahren haben wir nicht unbedingt alles dafür getan, als attraktives Gewerbe zu gelten, obwohl es kaum eines mit höherem Spannungswert gibt«, weiß Konzeptfinder Plasse, der erst im Juni gemeinsam mit Bitburger den ersten Eigenbetrieb der Braugruppe als Pilotprojekt eröffnet hat. »Corona verschärft im Grunde einfach nur die Probleme, die uns schon lange begleiten, durch ein großes Brennglas. Wir können jetzt aber einfach nicht mehr wegsehen, geschweige denn uns über die Situation beschweren, sondern müssen nach Antworten suchen«, ruft der Vollblut-Gastronom auf. »Wenn wir uns nicht eingestehen können, dass wir selbst dran beteiligt sind, wird sich auch nichts ändern.«

Eine One-size-fits-all-Lösung gebe es aufgrund der mannigfaltigen Bedürfnisse und Anforderungen der vielen verschiedenen Gastronomiekonzepte noch nicht. Jedoch rät Plasse: »Wir müssen endlich umdenken und lernen, Arbeiten zu automatisieren, die ungern gemacht werden und frustrieren. Beispielsweise füllt keiner gerne Temperaturlisten aus oder poliert Besteck. Klar handelt es sich hierbei um Pflichtaufgaben, dafür gibt's aber doch heutzutage technisch hochentwickelte Abhilfen.«

**Qualifikationen lassen zu wünschen übrig**

Bei Hans im Glück ist der Geschäftsbetrieb aktuell mit einer immensen Belastung verbunden – sowohl für das Management als auch in erster Linie für die Mitarbeiter, da auch hier im

# Edle Begleiter

Getränke in der Gastronomie

Beim Blick in die Weinkarte ist nach Corona ein Run auf Premium-Produkte festzustellen. Die Gastronomen können hier eine wichtige Rolle einnehmen, die des Kommunikators.

*Text: Gabriele Guetzer*



SUSANNE  
WINTERLING,  
WEINGUT  
WINTERLING:  
»Die Kunden  
lassen es  
mehr krachen«

Wunschdenken, erlebt man beim kleinen, feinen Importeur Eggers & Franke. Die vertreiben ausschließlich Edelmarken, darunter Charles Heidsieck, den Champagner-Produzenten, der seinen Fokus vorrangig auf die Gastronomie gelegt hat. Zu Corona-Zeiten hatten ihre Kunden Muße, haben sich mit Champagner beschäftigt, Tastings gemacht, Qualitätsunterschiede bemerkt. Und dieses neu erwachte Interesse merkt der Importeur nicht nur im Allgemeinen, sondern im Besonderen am wachsenden Bewusstsein für Vintage-Champagner.

Bei Heidsieck, eher der Understatement-Player im Champagner-Zirkus, setzt man auf Pouring-Accounts in anspruchsvollen Restaurants wie dem Kinfelts (dazu noch mehr). Großer Geschmack im Glas, das ist ideal zum Anfüttern. Das wirtschaftliche Potenzial und die Neugierde auf qualitätvolle Getränke sind auf jeden Fall da, bestätigt auch Susanne Winterling vom gleichnamigen pfälzischen Weingut, die auf Crémants fokussieren: »Die Kunden lassen es mehr krachen.«

Vor Kurzem sorgte eine Pressemeldung des Deutschen Weininstituts (DWI) für große Aufmerksamkeit in der Redaktion. Der Durchschnittspreis pro gekaufte Flasche ist während der Corona-Zeit merklich gestiegen und der Umsatz, den der LEH mit Wein in dieser Zeit machte, legte um satte acht Prozent zu. Kann man daraus ableiten, dass das Hin zum Höherpreisigen auch in Restaurants zu merken ist? »Natürlich hoffen wir auf einen vergleichbaren Effekt in der Gastronomie«, sagt Ernst Büscher, Pressechef des DWI. Und in der Tat: Winzer, Sommeliers, Händler und Restaurantbetreiber nicken schon bejahend. Worum also geht's und ist diese sogenannte Premiumisierung mehr als nur eine Modeerscheinung?

### Premiumisierung bei hochwertigen Getränken

Dass die Gastronomie vom veränderten Genuss- und Einkaufsverhalten der Gäste profitiert, ist mehr als reines

### Welche Ansprüche stellen Gäste jetzt?

Bei Wein, Schaumwein & Co. scheinen es weniger die sonst so geläufigen Begriffe Nachhaltigkeit bzw. Transparenz zu sein. Nun lassen sich diese im Weinbau ohne Vorkenntnisse auch nicht so griffig darstellen. Aber zu wissen, wo etwas herkommt, ist weiterhin ein großes Thema. Da sind zum einen die klassischen Informationen zu Terroir, Alter der Reben, deren Verarbeitung, zum anderen, gerade bei jüngeren Gästen, das Storytelling. Sie möchten gerne Geschichten rund um den Wein hören, sagt Ernst Büscher. »Wenn der Winzer im gleichen Alter ist wie die Clique, die sich durch einige seiner Weine verkostet, wenn er vielleicht sogar um die Ecke seine Weinberge hat, dann ist das für diese Zielgruppe ein wichtiges Qualitätsmerkmal. Sie finden es inspirie-

DIE PREISGEKRÖNTE FRANKE A300

GROSSE  
WIRKUNG,  
KOMPAKTE  
GRÖSSE

DIESER EINE MOMENT.



### Franke A300

Die neue Franke A300 sorgt für grossartige Kaffeeerlebnisse an Orten, an denen der Platz begrenzt ist. Mit ihrem intuitiven, leicht zu bedienenden Touchscreen, dem automatischen EasyClean-System und dem integrierten FoamMaster™ ist Ihr Kaffee in Premiumqualität nur wenige Sekunden entfernt.

Möchten Sie mehr erfahren? [coffee.franke.com](http://coffee.franke.com)



red dot winner 2021



**FRANKE**

MAKE IT WONDERFUL

An aerial photograph of a city, likely Hanoi, Vietnam, featuring a large body of water (Hoan Kiem Lake) in the foreground. A bridge crosses the water, leading to a park area with a prominent pagoda. The city skyline is visible in the background under a warm, golden light.

# Vietnam: Ein Land der Kontraste

Von pulsierenden Märkten und redseligen  
Einheimischen



**Die leichte, ungewöhnliche Küche ist international beliebt. Die Bevölkerung ist jung. Die Altstadt Hanoi ist eine der angesagtesten Destinationen Südostasiens. Edelresorts stehen dort, wo früher GIs surften. Und Pho ist allgegenwärtig.**

*Text: Gabriele Gugetzer*

**E**ine ältere Generation hierzulande assoziiert das Land noch mit dem Vietnamkrieg – vor Ort heißt er amerikanischer Krieg – und dem anschließenden Bruderkrieg. Aber Vietnamesen sind Überlebenskünstler, denn sie sind seit Tausenden von Jahren Spielball der Mächte. Hier lässt man die Vergangenheit hinter sich auf eine Weise, die Westler kaum nachvollziehen können. Der Krieg wird allenfalls im Street Style zitiert, in zerschlissenen Uniformhemden und mit einem auf cool getrimmten Flaggenmotiv. Die Bevölkerungszahl hat sich verdoppelt, die Lebenserwartung ist hoch, Hungersnöte sind längst Geschichte. Von oben relativ strikt geführt und vor dem klassischen Übel der Korruption nicht gefeit, kam das Land auf der anderen Seite (bei Redaktionsschluss) gut durch die Pandemie und erholt sich die Wirtschaft schnell.

Fischgerichte und Fischsauce sind gesetzt, kein Wunder bei über 3.000 Kilometer Küstenlinie. Aus einer solchen Ausdehnung ergeben sich erstaunliche Entfernungen. Die Hauptstadt Hanoi im Norden liegt nur wenige Autostunden von der chinesischen Grenze entfernt, aber nach Ho Chi Minh City im Süden dauert es dann ein- einhalb Tage.

### **Hanoi – Eierkaffee und französische Hochküche**

Übernächtigt aus dem Flieger gestiegen, kann man in Vietnams Hauptstadt schnell ins Grübeln kommen. Ist man gerade in Paris? Im strengen Russland? Oder doch in Asien? Also, unbedingt zu Fuß los und verträumte, baumbestandene Boulevards mit Atelierwohnungen unterm Dach entdecken. Oder knallbunte, kreislaute Gassen. Oder Betonbunker im Stalin-Stil. Parallel-



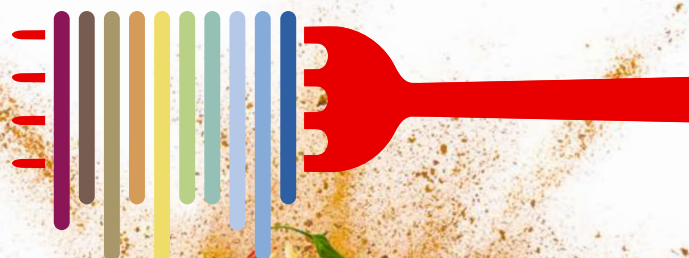
www.anuga.de

**TASTE THE FUTURE**

ANUGA IN KÖLN: 09.–13.10.2021

ANUGA @HOME: 11.–13.10.2021 & ON DEMAND

# ENDLICH wieder Anuga!



Jetzt Ticket  
online kaufen:  
[anuga.de/tickets](https://anuga.de/tickets)  
Sicherer Messebesuch:  
[anuga.de/check](https://anuga.de/check)

- ✔ Leitthema „Transform“ – im Fokus:  
der Wandel der Ernährung
- ✔ Neues Hybridmodell -  
physische Messe in Köln  
und digitale Anuga @home
- ✔ Neue wirtschaftliche  
Perspektiven - Business &  
Networking auf der wichtigsten  
globalen Branchenplattform

Koelnmesse GmbH  
Messeplatz 1, 50679 Köln  
Telefon +49 1806 002 410  
[anuga@visitor.koelnmesse.de](mailto:anuga@visitor.koelnmesse.de)

(0,20 EUR/Anruf aus dem dt. Festnetz,  
max. 0,60 EUR/Anruf aus dem Mobilfunknetz)

 koelnmesse

## Vietnamesische Kräuterkunde

Nichts wird so freigiebig ausgeteilt wie Kräuter, in Stängeln, gebündelt oder gleich auf einen Kräuterteller getürmt.

### MINZE (HUNG CAY):

Die vietnamesische Variante (*Mentha x. gracilis*) ist noch beliebter als Koriander. Etwas schärfer als unsere Minze (*Mentha spicata*).

### MOLCHSCHWANZ (DIEP CA):

Das Kraut, so viel sei gesagt, heißt nicht grundlos so.

### KORIANDER (NGO):

Als Deko, auf den Kräuterteller. Auch die Wurzeln werden verwendet.

### LANGER KORIANDER (NGO GAI):

Zu Pho.

### MELISSE (KHIN GIOI):

Erinnert an Zitronengras. Roh oder in Gerichte, klassisch zu Bananenblütensalat.

### PERILLA (TIA TO):

Für den Kräuterteller.

### PFEFFERBLATT (LA LOT):

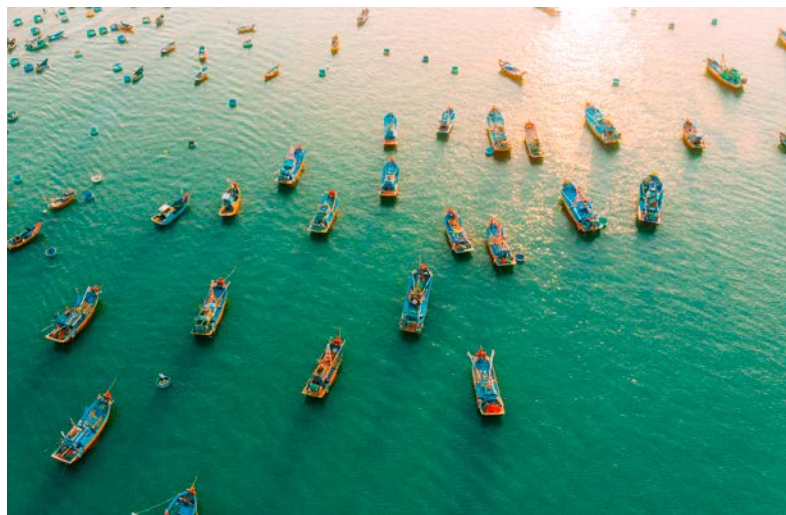
Zum Einwickeln von Grillgut.

### REISFELDPFLANZE (RAU OM):

Säuerlich. Für Fischgerichte und Suppen, gut auch zu Eierspeisen. Thaibasilikum (Rau Que): Feines Gewürznelkenaroma, deshalb gerne zu Gerichten mit Wurst verwendet.

### VIETNAMEISCHER KORIANDER (RAU RAM):

Lange, spitz zulaufende Blätter. Leicht an Minze erinnernd. Für Pho.



universen, nur wenige Gehminuten voneinander entfernt. Hoan Kiem mit dem gleichnamigen See und der Altstadt, Ba Dinh und Tay Ho (West Lake) sind die drei zentralen Viertel, wo man einkauft und ausgeht und ein Großteil des Alltags draußen stattfindet.

Hier hört das tosende Leben nur mal zur Mittagszeit auf. Die endlose Energie könnte auch mit der Kaffeebegeisterung der Locals zu tun haben, die ihnen die Franzosen – auch mal eine Besatzungsmacht – beschert haben. Nach Brasilien ist Vietnam zweitgrößter Exporteur für Kaffee, aber es bleibt genug im Land, die Qualität ist super. Und mit Ca Phe Trung hat man sogar eine stadteigene Variante am Start, einen köstlich-cremigen Mix aus Eigelb, Kondensmilch und Robustakaffee. In der Altstadt gibt es viele entzückend gestylte Coffeeshops (WLAN ist natürlich gesetzt), aber das Café Giang, von außen ein Überbleibsel aus kommunistischer Zeit, gilt bei vielen immer noch als bester Boxenstopp.

Auch das Fischgrillgericht Cha Ca mit seiner herzhaften Dosis Kurkuma und den allgegenwärtigen Kräutern und die Hühnersuppe Bun Thang sind Hanoier Erfindungen, ebenso wie eine der berühmtesten Suppen der Welt. Von Pho gleich noch mehr.

Am anderen Ende von Hanois kulinarischer Skala liegen Restaurants wie das La Verticale von Didier Corlou. Der stammt aus der Bretagne, wohnt schon seit vielen Jahren in Hanoi und perfektionierte als Erster die Mélange aus

DIE FISCHSAUCE RED BOAT GIBT'S MITTLERWEILE AUCH IM WESTEN UND ÜBERZEUGT MIT TOP-QUALITÄT. SIE WIRD AUF PHU QUOC GEWONNEN UND IST DIE ERFOLGSGESCHICHTE EINES EHEMALIGEN BOOTSFLÜCHTLINGS, CUONG PHAM.

französisch-vietnamesischer Edelküche, mit Eleganz, Charme, regionalen Zutaten und einer französischen Weinkarte. Morgens Pho, abends Corlou – das wäre kulinarisch nicht zu toppen.

### »Charlie don't surf«: Zentralvietnam

An der Traumküste von Da Nang landeten 1965 die ersten US-Marines. Heute erinnert nichts mehr an diesen Landgang mit weitreichenden Folgen. Das



Zitat aus dem Film »Apocalypse Now« ist hingegen Filmgeschichte geworden. Aber Da Nang hat dieses Vermächtnis völlig hinter sich gelassen und schwingt sich auf, ein international beliebtes Ziel zu werden. Es hat die besten Surfspots des Landes und mit Hoi An ein Küstentstädtchen, das trotz seiner rasenden Beliebtheit bei Touristen jeglicher Einkommens- und Altersklasse irgendwie dennoch reizvoll ist. Längst haben sich internationale Hotelketten verewigt. Das touristische Wachstum ging so schnell, dass der Umweltschutz schon mal auf der Strecke blieb. Plastikbeutel sind oft ein Übel, Vietnam spielt da leider in der internationalen Topliga. Die Luxushotellerie setzt Zeichen.

### Ho, Ho, Ho Chi Minh

Hier stehen die Wolkenkratzer, hier glitzert und glamourt es, hier funkeln Fünfsternehotels um die Wette. Was wohl der Namensgeber dazu zu sagen wüsste ... Über neun Millionen Einwohner zählt Ho Chi Minh City, HCMC oder einfach nur Ho Chi Minh. (Wobei die Innenstadt, der Distrikt 1, unter Einwohnern noch immer Saigon heißt.) Sie ist nicht nur die größte Stadt des Landes und sein wirtschaftlicher Motor, son-

dern auch die am schnellsten wachsende Metropole in Asien. Dank dieses Booms bestehen hochpreisige Restaurants mit japanischem oder kantonesischem Zungenschlag, auch dank des Tropenklimas florieren Dachgartenbars, die geschickt bei Singapur abgekupfert haben. Die Chill Sky Bar hat den ultimativen Panoramablick, im frisch renovierten Saigon Saigon tranken einst Kriegsreporter Schulter an Schulter mit Politikern, der Social Club auf dem Dach des wunderschönen Hotel des Arts wirkt wie eine Oase in der Natur, Infinity-Pool eingeschlossen, AIR Saigon ist supercool und die Barkarte schon bei den Häppchen erstaunlich ... Satayspieße vom Wagyu aus der australischen Region Margaret River, frittierte Shrimpsröllchen mit japanisch angeschräfter Mayo, Austern mit Thai-

pfeffer-Mignonette, alles wow, alles chic, alles undenkbar in Hanoi.

Auch in HCMC hat der Kaffee seine Handschrift gefunden, hier ist es Robusta, mit Kondensmilch gesüßt, in ein Riesenglas dekantiert, das randvoll mit zerstoßenem Eis befüllt ist. Denn es ist heiß, Baby!

HCMCs Lage ist ideal für Tagestouren ins Mekong-Delta oder zu der Tunnelanlage von Cu Chi. Wen die Vietnamkriegszeit interessiert, könnte den Besuch der Tunnelanlage auch mit einem Besuch im War Remnants Museum in HCMC kombinieren.

### Auf dem Pho-Pfad

Anfang des 20. Jahrhunderts wurde in der Region Hanoi eine Suppe erfunden



PHO MIT FRITTIERTEN BROTSTANGEN. NIX GRISSINI, WELCOME QUAY. AUSSEN KNUSPRIG, INNEN SUPERFLUFFIG DANK INSTANTHEFE UND BACKPULVER.



# FRAUEN



# POWER!

## Hier gibt das weibliche Geschlecht den Ton an

**In vielen Bereichen ist das Hotel- und Gastgewerbe nach wie vor eine Männerdomäne – vor allem in den obersten Etagen. Warum ist das so und wie schaffen es Powerfrauen, sich trotzdem ihren eigenen Weg zum Erfolg zu bahnen? Drei von ihnen haben uns furchtlos ihre Meinung gesagt und geben wertvolle Tipps.**

*Text: Karoline Giokas*



Ich sehe etwas in dir, das du vielleicht selbst noch nicht so siehst. Hab den Mut, es auszuprobieren, ich unterstütze dich dabei!« Ein starkes Statement, das Carmen Dücker in ihrer inzwischen 30-jährigen Laufbahn bei den Best Western Hotels geprägt hat. Denn so begann auch ihre Karriere in einem Bereich, für den sie sich ursprünglich gar nicht beworben hatte, mehr noch, bisher auch keine Erfahrung vorzuweisen hatte. »Diese Art und Weise der Personalentscheidung, den persönlichen Eigenschaften und Eindrücken mehr zu vertrauen als einer Auflistung von fachlichen Fähigkeiten in einem Lebenslauf, hat mich mächtig beeindruckt«, erinnert sich Dücker. Heute ist sie gemeinsam mit Marcus Smola Geschäftsführerin der Hotelgruppe, hat sich seit ihrem Eintritt 1993 von der Marketing-Assistenz über die Leitung der neuen Medien der Best Western Muttergesellschaft DE-HAG Hotel Service bis hin zur Direktorin E-Business & Marketing Touristik und stellv. Geschäftsführerin hochgearbeitet. Sie selbst steht nun im Unternehmen dafür, neue Mitarbeiter nicht rein nach Lebenslauf einzustellen und bestehende Mitarbeiter nach ihren persönlichen Stärken und Fähigkeiten weiterzuentwickeln – das tut nicht nur diesen Mitarbeitern, sondern vor allem auch dem Unternehmen gut.

Ist das eine eher weibliche Führungseigenschaft? »Ich kenne durchaus auch

Männer, die sehr empathisch sind, meistens vertrauen sie jedoch bei der Besetzung von Stellen eher auf Fakten und belegte Leistungen. Dabei kann man in den Menschen weitaus mehr Potenzial wecken, wenn man außerhalb der klassischen Wege denkt«, ist Dücker überzeugt. »Es gehört halt ein wenig mehr Mut und Veränderungswillen von beiden Seiten dazu.« Bei ihr wurde dieser bisher allerdings mit einer einzigen Ausnahme immer belohnt.

Es ist erstaunlich, betrachtet man die Statistiken, dass mehr als die Hälfte der Stellen in den Tourismus-, Hotel- und Gaststättenberufen, 65,4 Prozent (Statista 20. Juni 2020), Frauen ausmachen, aber nur rund 28 Prozent der Führungspositionen laut den aktuellen Zahlen der Bundesagentur für Arbeit (Stand Juli 2021) durch weibliche Mitarbeiter besetzt sind. Was das Bild zusätzlich verzerrt, ist, dass es so wenige Frauen in Aufsichtsräten der Unternehmen gibt. »Ich weiß aus eigener Erfahrung, dass der Schritt von der zweiten Reihe in die erste so viel größer ist als jeder andere davor«, stellt Dücker fest. »Auch bei uns sind Beirat und Aufsichtsrat bis auf eine Ausnahme eine reine Männerdomäne. Wenn



Sandra English,  
Bastion Marie

**Selbst die Zügel in der Hand zu halten ist toll, aber ohne ein starkes Team geht es nicht**

dann alle Vorstände, Geschäftsführer und diese Gremien an einem Tisch sitzen, fällt jene Unter-

zahl sicher den beiden anwesenden Frauen deutlich mehr auf als den männlichen Kollegen. Für die ist ein solches Bild ja nicht ungewöhnlich. Wir Frauen jedoch freuen uns schon sehr über jede weitere Kollegin, die das Bild vielfältiger macht und ganz nebenbei die Geschlechterverteilung in unserer Branche auch immer besser zu repräsentieren hilft. Denn eines kann ich aus eigener Erfahrung sagen: Die erste bzw. einzige Frau zu sein bedeutet schon die eine oder andere Herausforderung. Daher ist es wichtig, dass mehr Frauen den Mut haben, hier vorauszugehen, um es all ihren Kolleginnen leichterzumachen, diesen Schritt in die erste Reihe zu wagen.« Das sei allerdings kein Thema ihrer Branche. »Ich glaube, da muss in der ganzen Gesellschaft noch viel aufgebrochen wer-

# Ahoi! Bread Ahead...



## Das neue Geschäft mit Backwaren & Co.

Brot in Sicht – denn mit guten Backwaren lässt sich richtig Umsatz machen, was der boomende Markt für Takeaway-Produkte beweist. Wir lassen uns von Brian Bojsen in die Kunst des Smørrebrøds einführen, beobachten Londons Backkette Bread Ahead und gucken der Convenience in den Köcher.

*Text: Gabriele Guetzer*

Schon klar, nicht immer behalten Zukunftsforscher Recht. Aber bei ihrer Einschätzung, dass echte Bäcker und leckere Backwaren zum Mitnehmen auch nach Corona boomen werden, lagen sie goldrichtig (s. a. »Kein Lesen im Kaffeesatz«, 2/2021). Wieso ist das so und wie kann die Gastronomie davon profitieren? Wir haben sieben Trends ausgemacht, die die immer fixer arbeitende Convenience teilweise auch schon auf dem Zettel hat.

## #1 Eine Bäckerei hat Restaurant-Potenzial

Das kleine Brot-Imperium Bread Ahead war bislang in Londons hochpreisigen Trend-Ecken zwischen Hampstead Heath, Chelsea, Soho und Borough Market angesiedelt. In den Cafés, deren Optik eine gekonnte Mischung aus superzeitgemäß und gemütlich bietet, gibt es sehr, sehr gutes Backwerk auf die Faust. Die aktuelle Neueröffnung in Wembley ist ein Sprung nach vorn, denn statt eines weiteren Cafés wurde ein mehrstöckiges Tagesrestaurant eröffnet. Backwaren, die vor Ort mit langer Teigführung hergestellt werden, werden im Angebot an die Tageszeit angepasst, von Muffins, Sandwiches, Sauerteig bis zu Brioche, selbstverständlich in ordentlichen Öfen und nicht im Schnellpüster gebacken. Zum Brunch bubbelt dann schon Veuve Clicquot im Glas, beispielsweise zum Käse-Speck-Rindfleisch-Burger. Das Burgerbrötchen ist inhouse gebacken, der Preis (11 Euro) für Londoner Verhältnisse ein echter Schnapper. Auch die Lage der Location ist interessant: Hier kommen Besucher des Wembley-Stadions vorbei. Das Konzept der drei Gründer ist perfekt durchdacht, denn es bietet eine Bandbreite, die den Fußballfan wie den Lifestyle-Esser anspricht. Was Fixes auf die Faust, was Sättigendes, was Veganes, was Elegantes.

**Fazit:** Ein sattes Umsatzplus (5 Prozent) notierte die deutsche Gesellschaft für Konsumforschung für Brot und Backwaren auch hierzulande im vergangenen Jahr. Hier schlummert viel Potenzial.

## #2 Brot ist Heimat

Auf der einen Seite Menschen, die für eine handgeschmierte Schnittlauchstulle richtig viel Geld auf den Tresen hinlegen, auf der anderen Seite Tankstellen, die dürr belegte Aufbacksemeln verschleudern. Is(s)t Deutschland wirklich so extrem, spiegelt das noch die Realität wider? Nein, sagt Klaus Borchers, Bäckermeister im gleichnamigen Traditionsbetrieb. Der Hannoveraner erlebt gerade »eine sehr erfreuliche Verjüngung in etlichen Betrieben«, kennt allein in seiner Stadt einige Neugründungen, was jahrzehntelang nicht der Fall war, und geht davon aus, dass sich das auch auf die Ausbildungsplatzsituation auswirken wird.

Corona als Chance? Er bejaht: »Es hat ein Umdenken beim Verbraucher eingesetzt. Lebensmittel werden wieder höher geschätzt, Regionalität ist ein wichtiger Faktor und die Erkenntnis, dass es nicht immer nur billig geht, setzt sich zunehmend durch.« Die jungen Wilden der Bäckerzunft, telegen mit Tattoos auf dem Arm und Sauerteigansatz in der Tasche, empfindet er dabei als große Hilfe. Denn sie bringen Old-School-Produkte – in seinen sechs Filialen sind belegte Brötchen der Renner – in die Jetztzeit.

Für jeden Instagram-Trend gibt's eben auch einen Gegentrend, dieser heißt Beständigkeit. Was wäre beispielsweise mit bunt gefärbten Broten zwischen Matchagrün und Safrangelb, mit alten Getreidesorten... sind das Umsatzbringer? Borchers beschäftigt in seinem mittelständischen Betrieb 50 Mitarbeiter, gebacken wie geschmiert wird von Hand nach überlieferten Rezepten. Er weiß eindeutig, wie's geht. Seine klare Kante: »Nach ca. 20.000 Jahren muss Brot nicht neu erfunden, aber weiterentwickelt werden. Wir sollten nur darauf achten, nicht jedem Trend nachzulaufen und gleich jedes Trendfood zu verbacken, auch unter dem Gesichtspunkt der Regionalität.«

**Fazit:** »Brot braucht Heimat«, sagt Klaus Borchers. Mit Tradition, Qualität und regionaler Verortung können

SCHON PROBIERT?

# OFENFRISCHE SNACKS & FINGEFOOD

Jetzt das einzigartige Resch&Frisch System für die Gastronomie entdecken.

[www.resch&frisch.com/gastronomie](http://www.resch&frisch.com/gastronomie)



- ✓ KURZE BACKZEIT
- ✓ KOSTENLOSE LIEFERUNG
- ✓ SPEZIALGERÄTE BEIGESTELLT

— SEIT 1924 —

**RESCH & FRISCH**

AM LIEBSTEN IMMER

f reschundfrisch | i reschundfrisch | #reschundfrisch

[www.resch-frisch.com](http://www.resch-frisch.com)



*Simpel  
und lecker!*



## Klassische Desserts in echter Handwerkskunst

**Ein Positives der Corona-Pandemie? Echte Handarbeit wird wieder wertgeschätzt! So auch beim krönenden Abschluss und süßen Schmankerl für zwischendurch. Pâtissiers aus Hotellerie und Gastronomie setzen dabei auf bekannte Naschereien und Rezepte wie aus Omas Backstube – modern interpretiert. Und Convenience-Hersteller ziehen nach.**

*Text: Karoline Giokas*

Seinen eigenen Stil beschreibt Michael Hollaus gar nicht gern selbst. Der österreichische Pâtissier des Jahres 2021 möchte sich nicht festlegen, arbeitet intuitiv, und viele seiner Dessertkreationen entstehen aus reiner Stimmung oder spontaner Eingebung, beispielsweise durch Gerüche, die er beim Spaziergehen aufschnappt. Grundsätzlich serviert der Chef Pâtissier des 5-Sterne-Superior Inter Alpen-Hotel Tyrol im Fine Dining des Hauses – dem À Chef's Table – zwei verschiedene süße Abschlüsse. Warum zwei? »Erst einmal soll der Gaumen gesäubert werden«, erklärt Hollaus. Das ist Aufgabe des Pre-Desserts, das meist aus einer säuerlich-frischen Kreation beispielsweise mit frischen Zitrusfrüchten, sahnigem Schmand und fruchtigen Vogelbeeren besteht. »Nach den sieben bis acht vorherigen Gängen ist die Zunge übertüncht und nicht bereit, neue Geschmäcker aufzunehmen. Säuerliche Komponenten regen dagegen alle Nerven der Zunge an und neutralisieren.«

Zu den absoluten Rennern unter den süßen Sünden des Hauses zählen zwar vor allem landestypische Klassiker wie die Salzburger Nockerl. Hollaus' Ding ist das aber nicht ganz – obwohl gebürtiger Salzburger! Der sympathische Österreicher möchte bei seinen Gästen viel lieber mit Geschmäckern aus seiner Kindheit Erinnerungen an glückliche Momente ihrer eigenen wecken und ihnen so ein Lächeln entlocken. »Es gab für mich als kleinen Jungen nichts Schöneres als eine Süßspeise, die mit Früchten aus dem hauseigenen Garten garniert war.«

So kommen heute bei dem 33-Jährigen im Sommer die Erdbeeren in eine Vanille- oder die Johannisbeeren in eine 20 cm hohe Baiser-Torte, im Spätsommer landen dann die Himbeeren und Zwetschgen auf einer leichten Tarte und im Herbst die Nüsse und Äpfel im Apfelstrudel. Wichtig ist dem Mann der süßen Künste, der schon als Vierjähriger seiner Mutter beim Backen über die Schulter geschaut hat, vor allem eines: Es muss auch ihm selbst schmecken. »Es nützt nichts, wenn das Dessert ein optisches Highlight ist, auch in puncto Geschmack müssen die einzelnen Komponenten in allen Facetten harmonieren.«

### Auf die Qualität wird geachtet

Ian Matthew Baker, Chef Pâtissier aus dem Hotel Vier Jahreszeiten Kempinski München, steckt bereits mitten in den Planungen für die Wintermonate. Der 38-Jährige und sein Team produzieren für das michelinprämierte Schwarzreiter Restaurant sowie die Tagesbar des Hauses ein breites Spektrum feinsten Schlemmereien – vom Fruchtetörtchen über die Pralinen bis hin zum Tellerdessert. »Wir wollen zwar immer an den aktuellen Trends dranbleiben, dürfen aber hier in Bayern nicht allzu verrückt werden«, erzählt der sympathische Brite, der seine Ausbildung unter anderem unter der Backlegende David Avery – er kreierte beispielsweise die Hochzeitstorte von Lady Diana und Prinz Charles – absolvierte. Soll im Detail heißen: Für das Sterne-Restaurant wird bei der Dessertrange ab Herbst gerne mal mit Kräutern und Gemüse experimentiert. Da steht beispielsweise auch mal eine vegane Zucchini-Bananen-Yuzu-Zitronen-Torte auf der Karte.

CARTE D'OR

Dessert-  
kompetenz

AUS  
EINER  
HAND



Unterstützen. Inspirieren. Begeistern.



# Der erste Eindruck zählt

Authentische und stilvolle Raumkonzepte

Egal ob Restaurant oder Hotel – der Gast legt mittlerweile neben exzellenten Speisen und einem hervorragenden Service zunehmend Wert auf eine schöne Einrichtung. Der Wohlfühlfaktor steht hierbei ganz klar im Vordergrund: Bequem, stylish und individuell soll es sein.

*Text: Martina Kalus*

## KONWAY

Der Vollpolstersessel Lina lässt sich mit Bezugsstoffen von Englisch Dekor individuell und harmonisch in das jeweilige Objekt einfügen.



**A**uthentisch und stilvoll müssen Raumkonzepte heute sein, um dem Gast ein Ambiente zum Wohlfühlen zu bieten. Aktuell erfreuen sich klassisch-elegante Vollpolsterserien großer Beliebtheit. Die Vollpolsterstühle Suro und Suro-Arm von Objekt-m bieten dezente Eleganz. Die Rückenlehne ist bei beiden Stühlen leicht nach hinten gewölbt

und gewährleistet somit höheren Sitzkomfort. Der Vollpolsterstuhl lässt sich mit verschiedenen Beiztönen und Bezügen farblich an das jeweilige Raumkonzept anpassen. Im Bereich der Bezüge geht der Trend zu Kunstledern und Mikrofaserstoffen mit melierender Optik. »Die wechselnden Schattierungen beleben die Oberfläche«, erklärt Joachim Hagen von Objekt-m. »Auch sind Braun- und Grautöne beliebt, wobei die Waage hierbei leicht zugunsten der Brauntöne ausschlägt.«

Auch Konway vereint schlichte Eleganz mit hochwertiger Qualität und Komfort. Die Polstermöbel mit Bezugsstoffen von Englisch Dekor lassen sich beispielsweise ganz individuell und harmonisch ins jeweilige Objekt einfügen. Stellvertretend dafür stehen die Serie Annika sowie die etwas leichteren und moderneren Varianten Lina und Alicé. Diese Serien bieten Stühle, Diningessel, Barhocker und Loungevarianten, welche ganzheitliche Konzepte und die aufeinander abgestimmte Ausstattung unterschiedlicher Räume ermöglichen, wie zum Beispiel im Ratskeller Aachen oder dem Wirtshaus Anna in Düren.

### Reizvolle Optik

Ein Comeback feiern die Schalenstühle und sorgen dabei für einen lässig bequemen Sitz. Roma von A.B.C. Worldwide ist dahingehend ein Design-Statement: Sein schwarzes Kufengestell aus pulverbeschichtetem Stahlrohr gibt dem Schalenstuhl sein reizvolles Äußeres. Es wirkt in sich geschlossen und versprüht gleichzeitig Leichtigkeit, ohne dass es dabei an Stabilität einbüßt. Die Querstrebe im vorderen Bereich macht es noch solider. Auf diesem Gestell ruht die Sitzschale wie ein verbindendes

DESIGN WIRD ZUM ERLEBNIS, WENN ALLE SINNE STIMULIERT WERDEN UND SICH EIN MENTALES WOHLBEFINDEN EINSTELLT.

# KONWAY®

Beständig seit über 20 Jahren

• Ihr professioneller Objekteinrichter •  
in Hotellerie, Gastronomie & Industrie



Komplette INDOOR-Konzepte -  
Stühle, Sessel, Tische & Polsterbänke nach Maß!



Umfassendes OUTDOOR-Sortiment -  
aktuelle Designs in großer Farbvielfalt!



Fachberatung • Planung • Produktion • Montage •  
Außendienst • 1000 m<sup>2</sup> Showroom • Bemusterung

KONWAY® 2021-22  
HAUPTKATALOG  
800 Seiten



KONWAY® COMPACT  
BROSCHÜRE  
32 Seiten

Unsere aktuellen Printunterlagen liegen für Sie bereit -  
fordern Sie jetzt Ihr persönliches Exemplar an !

## KONWAY GmbH

Elf Morgen 7 • 64589 Stockstadt / Rh.  
Tel.: 06158-87810 • Fax: 06158-878110  
Mail: info@konway.de • Web: www.konway.de

# 10 FRAGEN AN

## ... Marcus Mittermeier

Marcus Mittermeier, Jahrgang 1969, kennen die meisten Zuschauer als Kommissar in der ZDF-Erfolgsreihe »München Mord«. An der Schauspielschule Ruth von Zerboni in München absolvierte der bodenständige Regensburger seine Schauspielausbildung. Danach spielte er auf vielen Bühnen und inszenierte sein erstes Theaterstück. In der ZDF-Serie »Samt und Seide« mimte er sechs Jahre lang den Firmenerben Roland Althofer. Mit dem gleichnamigen Komiker Michael Mittermeier, der ebenfalls aus Bayern stammt, ist Marcus Mittermeier übrigens nicht verwandt. Danach wurde er nach eigener Aussage schon Hunderte Male gefragt. Wir haben es ihm erspart...

*Interview: Sebastian Bütow*