

HOGA **PAGE**

Das Magazin für Hotellerie & Gastronomie



Der Weg ist das Ziel!

Wie Resilienz Betriebe in stürmischen Zeiten wachsen lässt 14

Charmantes Valencia

Das Beste aus Spanien

28

Concierge mit Herz

34

Zarter Schmelz für kühle Tage

Winterliche Desserts

52

Smartes Fingerfood

58

Maximilian's Augsburg

Nobelherberge mit Weitblick

86

Innovative Gargeräte

68



Gastfreundschaft braucht Verbündete, keine Blockierer

Liebe Leserinnen, liebe Leser,

manchmal fragt man sich, ob alle, die sich „Interessenvertreter“ nennen, auch wirklich die Interessen jener vertreten, denen sie verpflichtet sind. Die NGG behauptet in einer Pressemitteilung Mitte August ernsthaft, eine Rückkehr zur 7-Prozent-Mehrwertsteuer sei nichts weiter als ein Geschenk an die Gastronomen. Ein fatales Signal, gar ein Schlag ins Gesicht all jener, die Tag für Tag versuchen, ihre Betriebe über Wasser zu halten und damit Arbeitsplätze zu retten!

Fakt ist: Gastgeber kämpfen seit Jahren mit steigenden Kosten. Viele haben die Steuererhöhung 2024 nicht an die Gäste weitergereicht, sondern zum großen Teil aus eigener Tasche getragen – und das trotz explodierender Kosten bei Energie, Lebensmitteln und Personal.

Die 7 Prozent sind keine Wohltat, sondern eine Überlebensnotwendigkeit. Ohne sie wird es noch mehr leere Stühle und geschlossene Türen geben. Wer wie die NGG die Rückkehr zur ermäßigten Mehrwertsteuer torpediert, gefährdet nicht nur die wirtschaftliche Existenz von Unternehmen (vor allem von kleinen Familienbetrieben), sondern auch die Arbeitsplätze derer, die er eigentlich schützen will.

Herzlichst
Ihre

Karoline Giokas
Chefredakteurin



Die DarkNitro Serie

**ULTIMATIV
MARKANT
STARK**

Messer . Werkzeuge
Wetzstähle . Schleifmaschinen

www.dick.de

INHALT

ENTRÉE

Info-Häppchen und Neues 8

Ploners Gastro-Kolumne

Radikal ehrlich oder
radikal luxuriös..... 9

Recht so?

Kündigungsschutz auch bei späterer
Kenntnis der Schwangerschaft... 10

TITELSTORY

Zukunftskraft für die Gastrobranche
Resilienz: Für Unternehmen
ein Schlüsselthema..... 14

SPECIAL

Kollege Roboter, bitte übernehmen!

Wie smarte Maschinen den
Hotellalltag entlasten..... 20



Paella und Palmen:
Charmantes Valencia

28

AROUND THE WORLD

Valencia

Das Beste aus Spanien
in einer Stadt..... 28

BRANCHE INSIDE

Wo Wünsche Wege finden

Mit Stil und Seele Concierge
im Luxushotel..... 34

MANAGEMENT & MARKETING

Vielfalt als Stärke

Der Einsatz von HDV und Fair Job
Hotels für Inklusion und Diversity 38

Partnerschaft, die wirkt

HOGAST und ihre Lieferpartner
sorgen für Qualität und Effizienz
im Einkauf 42

SYSTEMGASTRONOMIE

Next Generation Gastro

Warum junge Menschen in die
Systemgastronomie einsteigen 46

Regierungschek des BdS

Systemgastronomie zieht
Zwischenbilanz 50

FOOD & BEVERAGE

Schöner Schmelz für kühle Tage

Winterliche Highlights bei
Eis und Dessert..... 52

Pierre Nierhaus – Food-Kolumne

So wird Essen zum Erlebnis 57

Snack it smart

Klein, handlich und voller
Geschmack: Fingerfood 58

Antoniewicz denkt weiter

Nachhaltigkeit ist keine Option, sie ist
unsere Pflicht..... 63

Zeit sparen mit Niveau

Die neue TK setzt auf große Namen
und interpretiert Klassiker frisch... 64



58

Fingerfood begeistert
Gäste und bringt Vielfalt



86

Hotel Maximilian's:
Wandel in die Zukunft

TECHNIK & EQUIPMENT

Heiß, intelligent und effizient

Die neue Generation thermischer
Geräte ist ein heißer Tipp..... 68



72

Das H2 Hotel Saarbrücken
gefällt mit Industrial Chic

Einrichtung zum Wohlfühlen

Eine bewusste Gestaltung verwandelt
Hotels in echte Erlebnisorte 72

Frische unter Kontrolle

Gastro-Kältetechnik auf dem
nächsten Level..... 78

KARRIERE & RATGEBER

KNOW-HOW FÜR MACHER

Heben Sie Ihr Können auf das
nächste Level..... 82

STARS & LEGENDS

Nobelherberge mit neuem Weitblick

Das Augsburger Hotel Maximilian's ist
auf die Zukunft ausgerichtet 86

10 Fragen an ...

... David Kebekus..... 92

Jetzt rede ich!

Der Espuma im Interview..... 94

SERVICE

Editorial..... 3

Bildungskompass..... 85

Marktplatz..... 96

Vorschau / Impressum..... 98



Zukunftskraft für die Gastrobranche

Resilienz: Für Unternehmen ein Schlüsselthema und alltägliche Notwendigkeit, um Krisen zu meistern

Das Zauberwort heißt Resilienz. Ein Begriff, den nicht jeder gleich erklären kann. Definiert wird Resilienz zumeist als Widerstandsfähigkeit, die dazu beiträgt, aus (oftmals negativen) Erfahrungen zu lernen. Die Rede ist also, wenn man so will, von einer Zukunftskraft. Jene Kompetenz, die hilft, krisensicher zu werden. Oder anders ausgedrückt: Jene Fähigkeit, mit Schwierigkeiten und Rückschlägen so umzugehen, dass man gestärkt aus kritischen Situationen hervorgeht. Angesichts vielseitiger Probleme ist diese Zukunftskraft im Gastgewerbe aktuell wichtiger denn je.

Text: Wolfgang Bublies



Foto: Sumi/stock.adobe.com/generiert mit KI

Kollege Roboter, bitte übernehmen!

Wie smarte Maschinen den Hotelalltag entlasten, den Service verbessern und dabei sogar Herzen erobern

Roboter, die Getränke liefern, Flure saugen oder Teller abräumen: In der Hotellerie übernehmen smarte Helfer zunehmend Aufgaben, die früher ausschließlich von Menschen erledigt wurden. Vorreiterprojekte zeigen, wie sich Technologie und Menschlichkeit zu einem neuen Erfolgsmodell verbinden lassen – ganz ohne Science-Fiction. Text: Karoline Giokas

Sie fahren Aufzug, sie sprechen mit Gästen, sie liefern Snacks aufs Zimmer oder räumen Geschirr ab. Und sie heißen Jeeves, Balu oder BellaBot. Was vor wenigen Jahren noch wie ein Marketinggag geklungen hätte, ist mittlerweile in immer mehr Hotels Realität. Denn Robotik hält Schritt für Schritt Einzug in den Alltag der Branche und zeigt, dass Digitalisierung nicht kühl und distanziert sein muss, sondern im besten Fall entlastet, begeistert und verbindet. Ein besonders spannendes Beispiel liefert das Mercure Hotel Bochum City, betrieben von Event Hotels. Gemeinsam mit dem Technologiepartner Giobotics testet und etabliert die Hotelgruppe ver-

schiedene Robotermodelle für Gastronomie, Housekeeping und Logistik – mit messbarem Erfolg.



Mitarbeiter des Mercure Hotel Bochum City

Roboter sind ganz klar eine wertvolle Unterstützung und Bereicherung für unser Team. Sie ergänzen unsere Arbeit und helfen dabei, den Service noch effizienter und angenehmer zu gestalten

Jeeves bringt die Cola – rund um die Uhr

Der prominenteste Kollege auf Rollen im Mercure Hotel Bochum hört auf den Namen Jeeves. Der smarte Minibar-Roboter liefert kleine Bestellungen wie Getränke oder Kosmetikartikel direkt ans Hotelzimmer, auf Wunsch rund um die Uhr und vollkommen kontaktlos. Möglich machen das eine ausgefeilte Sensorik und die Fähigkeit, selbstständig Aufzüge zu benutzen.

„Jeeves ist vor allem bei Familien und technikaffinen Gästen sehr beliebt“, berichtet General Manager André Wagner. „Für viele ist der Roboter ein echtes Highlight ihres Aufenthalts.“



So geht Gläserspülen.

winterhalter®

Perfekt sauber sollen sie sein. Und gleichzeitig so schnell und schonend wie möglich gespült werden. Das ist die Kunst beim Gläserspülen. Winterhalter beherrscht sie wie kein anderer.

- ✓ Professionelle Systemlösung für strahlende Sauberkeit und maximale Hygiene
- ✓ Variable Spüldruckanpassung zum Schutz empfindlicher Gläser
- ✓ Wasseraufbereitung für polierfreie und brillante Gläser

[WINTERHALTER.DE/GLAESERSPUELN](https://www.winterhalter.de/glaeserspuelen)



Valenc

Das Beste aus Spanien in ei



Valencia: Sünder Stadt

Zwischen Paella, Palästen und Palmen: Warum Valencia die vielleicht charmanteste Stadt Spaniens ist

Mit fünfundzwanzig Sternerestaurants und einem wahren Kult um Paella ist Genuss die eine Seite von Valencia. Die andere ist mit einer unverwechselbaren Mischung aus Gotik und Jugendstil, Ausgeh-Altstadt und zeitgenössischen Bauten die Architektur. Überdies locken sechs sandige Stadtstrände, tolle Museen und lebenswerte Temperaturen.

Text: Gabriele Guetzer

In Andalusien ist es grotesk heiß, in Barcelona hysterisch voll, in Madrid regiert die Hektik, auf Mallorca werden Besucher ausgebuht. In Valencia ist es schön entspannt, auf Schritt und Tritt. Die drittgrößte Stadt Spaniens liegt an der Ostküste und guckt aufs Mittelmeer. Italienisches Dolce Vita ist deswegen zwar nicht an den Strand geschwappt – Spanier sind halt Spanier. Doch in Valencia kennt man lässige Lebensqualität.

Märkte, Mandelmilch- und Rooftopbars, Cafés, Fangfrisches aus dem Meer, kühlende Grünzonen, nächtliches Treiben inmitten gotischen Gemäuers, sehr freundliche Menschen, ein gepflegtes Stadtbild – hier lässt es sich leben. Die Aufräumarbeiten nach den Überschwemmungen, die die Region im letzten Oktober zum Thema in den Medien machten, dauern zwar an, aber die atmosphärische Innen-

stadt Valencias war von den Fluten nicht betroffen.

Europas Gemüsegarten und ein Netz von Bewässerungskanälen

Als echtes Alleinstellungsmerkmal ist vor allem die Huerta zu nennen. Diese landwirtschaftliche Region vor den Toren der Stadt ist 28 Quadratkilome-

DER MERCADO CENTRAL ZÄHLT ZU DEN GROSSEN FRISCHMÄRKTEN EUROPAS UND MACHT RICHTIG SPASS.

ter groß. Das klingt nach Agribusiness, ist aber etwas ganz anderes. Das Bewässerungssystem, der Schlüssel zum Erfolg in dieser trockenen Ge-

gend, wurde vor 1.200 Jahren während der maurischen Zeit gebaut und läuft bis heute wie ein Volkswagen.

Europaweit agierende Großkonzerne wie San Lucar sind hier angesiedelt, daneben beackern Kleingärtner ihre Parzellen. Kein Wunder, dass die Vereinten Nationen dieses System von Gemüseärten als vorbildliches Weltlandwirtschaftserbe deklariert haben. Orangen, Melonen, Zitronen, Tomaten, Kaki und Zwiebeln werden angebaut, überdies die Erdmandel, aus der die lokale Erfrischungsmilch Horchata gemacht wird.

Zudem ist die Huerta ein Naherholungsgebiet, das man mit dem Rad erkunden kann. Mitten in dieser ländlichen Idylle steht das Landhaus Villa Indiano, in das man einziehen möchte. Das geht zwar nicht, aber es wird fein gekocht im traditionellen Stil,



Foto: Michael Blann via Getty Images, Rosewood Schloss Fuschl

Wo Wünsche Wege finden

Mit Stil und Seele Concierge im Luxushotel

Im Rosewood Schloss Fuschl sorgt Head Concierge Norbert Strambach mit Feingefühl, Erfahrung und weitreichendem Netzwerk für unvergessliche Gästemomente – und verkörpert eine Hoteltradition, die auch in digitalen Zeiten nichts von ihrer Magie verloren hat.

Text: Karoline Giokas

Was macht heutzutage – zwischen Suchmaschinen, WhatsApp und künstlicher Intelligenz – einen waschechten Concierge aus? Einer, der es genau wissen muss, ist Norbert Strambach. Seit fast zwei Jahrzehnten empfängt er Gäste im exklusiven Salzburger Rosewood Schloss Fuschl mit aufmerksamer Gelassenheit, Herz und Verständnis für das, was Menschen auf Reisen wirklich suchen: Vertrauen, Nähe,

Authentizität und besondere Erlebnisse. Dabei versteht er es, den Zauber klassischer Gastfreundschaft mit der modernen Welt zu verbinden.

Ein Beruf mit Geschichte

Es sind nicht nur goldene Schlüssel, die einen Concierge der „Les Clefs d’Or“ auszeichnen, sondern vor allem

sungsorientiertem Denken.“ Die digitale Welt hat vieles verändert, doch gerade deshalb suchen Gäste wieder verstärkt den persönlichen Kontakt.



Norbert Strambach,
Head Concierge
Rosewood Schloss
Fuschl

Der besondere Moment entsteht, wenn ich einem Gast mit einem kleinen Detail oder einer unerwarteten Information ein Lächeln ins Gesicht zaubern kann

„Trotz Internet und künstlicher Intelligenz werden wir als Concierge immer noch gefragt, quasi als letzte Instanz, wenn es wirklich wichtig ist“, erzählt Strambach. Seine Mission: Wünsche zu erkennen, bevor sie ausgesprochen werden.

Haltung, Menschenkenntnis und ein breites Netzwerk. Norbert Strambach, beschreibt seinen Beruf so: „Mensch sein mit einem offenen Ohr und lö-

Und das mit einem Mix aus Erfahrung, Intuition und dem Vertrauen, das nur durch persönliche Begegnung entsteht.

Vielfalt als Stärke

Der Einsatz von HDV und Fair Job Hotels für Inklusion
und Diversity in der Hospitality

Mit dem Beitritt zur „Charta der Vielfalt“ und einer neuen Workshopreihe setzen die Hotel-
direktorenvereinigung Deutschland und der Fair Job Hotels e.V. ein klares Signal für gelebte
Vielfalt, Chancengleichheit und eine zukunftsfähige Unternehmenskultur in der Hotellerie.

Text: Karoline Giokas





Das erste Meeting zum Thema „Inklusion in der Hotellerie“ fand Anfang des Jahres im Anne-Sophie in Künzelsau statt und war ein voller Erfolg.

Die Hotellerie ist bunt, vielfältig und auf Menschen angewiesen, die ihre Individualität einbringen können. Doch gelebte Vielfalt will gestaltet werden. Mit einer neuen Workshopreihe geben die Hoteldirektorenvereinigung Deutschland (HDV) und der Fair Job Hotels e. V. praxisnahe Impulse, wie Inklusion, generationenübergreifende Zusammenarbeit und interkulturelle Kompetenz erfolgreich in den Hotelalltag integriert werden können. Das erklärte Ziel ist eine offene, wertschätzende und zukunftsfähige Arbeitswelt in der Branche.

Auftakt mit Herz beim ersten Get-together

Am 30. Januar 2025 fiel im Hotel-Restaurant Anne-Sophie in Künzelsau der Startschuss für die gemeinsame Workshopreihe. Unter der Leitfrage „Inklusion in der Hotellerie – wie gelingt das? Wie können Hotels inklusiver werden, wenn man nicht weiß, wo man anfangen soll?“ standen praxisnahe Lösungen und inspirierende Erfolgsgeschichten im Mittelpunkt.

Expertinnen wie Jutta Helferich aus dem Anne-Sophie, Sandra Huerga Kanzler vom Inklusionshotel Einsmehr und Stefanie Trzecinski von der Bera-

tungsagentur Kopf, Hand und Fuß gaben wertvolle Einblicke in gelebte Inklusion, von der Gewinnung geeigneter Mitarbeiter über die Gestaltung barrierefreier Arbeitsplätze bis hin zu einer wertschätzenden Teamkultur.

Ein Highlight war die Anwesenheit von Carmen Würth, Initiatorin und Eigentümerin des Hotel-Restaurants Anne-Sophie. Mit persönlichen Einblicken schilderte sie, warum Inklusion für sie eine Herzensangelegenheit ist und wel-



Wolfgang Selinger, HDV

„Gelebte Vielfalt ist unsere Tradition; heute zudem ein entscheidender Erfolgsfaktor für die Hotellerie“

chen Mehrwert sie für Betriebe und Menschen gleichermaßen bringt.

Was den Workshop besonders auszeichnete, war die spürbare Menschlichkeit. Inklusion wurde nicht als abstraktes Konzept behandelt, sondern als echte Bereicherung, für den Hotelbetrieb ebenso wie für die Mitarbeiter. Das Fazit war eindeutig: Inklusion ist nicht nur möglich, sondern ein Gewinn für die gesamte Branche.

Klares Bekenntnis zur Vielfalt

Der Startschuss zum Projekt ist Teil eines größeren Engagements: Ende 2024 traten die HDV und Fair Job Hotels der „Charta der Vielfalt“ bei. Die Initiative, 2006 gegründet und von der Beauftragten der Bundesregierung für Migration, Flüchtlinge und Integration unterstützt, steht für die Anerkennung und Wertschätzung aller Menschen, unabhängig von Alter, ethnischer Herkunft, Geschlecht, Religion, sexueller Orientierung, Behinderung oder sozialer Herkunft.

Mit dem Beitritt bekennen sich HDV und Fair Job Hotels zu diesen Grundsätzen und wollen sie nicht nur auf dem Papier, sondern auch im Arbeitsalltag ihrer Mitglieder sichtbar machen.

„Eine unserer zentralen Stärken ist Vielfalt“, erklärt Wolfgang Selinger, Vorstandsmitglied der HDV. „Wir wollen eine Kultur fördern, in der jeder Mensch wertgeschätzt wird und sich ohne Vorurteile entfalten kann. Mit unserem Beitritt setzen wir bewusst auf die Förderung dieser Werte in unserer Branche.“

Vielfalt als Vorteil

Für die Initiatoren ist klar: Diversity ist kein Nice-to-have, sondern ein hand-



Next Generation Gastro

Warum junge Menschen in die Systemgastronomie einsteigen – und dort bleiben

Die Systemgastronomie steht wie kaum eine andere Branche für Aufstiegschancen, Teamgeist und berufliche Vielfalt. Ob klassische Ausbildung, duales Studium oder Quereinstieg: Junge Menschen erleben hier echte Entwicklungsperspektiven, getragen von starken Marken, engagierten Ausbildern und einem Verband, der sich für moderne, zukunftsfähige Ausbildungswege einsetzt. *Text: Karoline Giokas*

Kaum ein Arbeitsumfeld ist so wandlungsfähig und so verlässlich wie die Systemgastronomie. Wo früher der Eindruck dominierte, es handle sich „nur um Gastronomie“, zeigen moderne Ausbildungsstrukturen, dass längst mehr dahintersteckt: strukturierte Karrieren, durchdachte Entwicklungspfade, geliebte Diversität und

eine Ausbildung, die nicht nur fordert, sondern vor allem fördert.

Karriere mit Konzept

Gerade junge Menschen finden hier, was sie suchen: ein faires Miteinander, einen klaren Rahmen und Arbeitgeber, die den Wandel verstehen. Der Bundesverband der Systemgastronomie (BdS)

setzt sich mit seinen Mitgliedsunternehmen nicht nur seit Jahren konsequent für eine hochwertige Ausbildung und duale Studienangebote ein, sondern schafft damit auch die Basis für nachhaltige Nachwuchsförderung.

Ein Beispiel für diese neue Generation von Gastro-Talenten ist Melissa Hänold.

Die junge Frau hat ihre Ausbildung bei L'Osteria erfolgreich abgeschlossen und wurde direkt im Anschluss als Assistant Managerin im Bochumer Restaurant am Westfield Ruhr-Park übernommen

Nicht nur Mitarbeiter, sondern Teil einer Familie

Für sie war früh klar: Die Branche hat mehr zu bieten, als viele denken. L'Osteria weist dabei genau die Mischung aus Verantwortung, Struktur und Menschlichkeit auf, die sie gesucht hat. „Ich bin quasi in der Gastronomie aufgewachsen. Mein Vater war lange bei L'Osteria, meine Mutter hat ebenfalls in der Branche gearbeitet“, plaudert Melissa Hänold aus dem Nähkästchen. Dennoch entschied sich die heute 22-Jährige zunächst bewusst dafür, nicht einfach dem Familienweg zu folgen. Erst über Umwege fand sie zurück zur Systemgastronomie und fühlt sich dort heute genau am richtigen Platz.

Was sie überzeugt hat? „Die Vielfalt der Ausbildung, die Entwicklungsmöglich-

keiten, aber vor allem das Vertrauen, das mir entgegengebracht wurde. Ich durfte schnell Verantwortung übernehmen und habe erlebt, dass mein Engagement gesehen wird.“ Innerhalb von nur zwei Jahren absolvierte Hänold die Ausbildung, durchlief alle Stationen – von Küche über Service bis Management – und stieg direkt in eine Führungsrolle ein. Besonders in Erinnerung geblieben sind ihr die internen Stationsabnahmen: „Man bekommt



“
Melissa Hänold,
FR L'Osteria SE

Ich sehe meine Kollegen öfter als meine eigene Familie. Das ist nicht nur ein Job, das ist ein Teil meines Lebens

direkt Feedback. Das motiviert total und zeigt, dass man ernst genommen wird.“

Systemgastronomie ist mehr als Routine

Auch Iris Alcer, duale Studentin bei L'Osteria in Berlin, erlebt ihre Ausbildung als intensiven, aber lohnenden

Prozess. Sie studiert Culinary Management an der IU Internationalen Hochschule und arbeitet gleichzeitig im Restaurantbetrieb. „Ich wollte nicht nur im Hörsaal sitzen. Ich wollte das, was ich lerne, sofort anwenden“, erklärt sie.

Heute steht sie als Teil des Führungsteams in einem Restaurant mit 45 Mitarbeitern. Ihr Weg begann im Service, ging über die Küche und Bar bis hin zu Managementmeetings, bei denen sie früh eingebunden wurde. „Ich war 20, als ich plötzlich einem 40-jährigen Küchenchef gegenüber saß. Aber ich wurde ernst genommen – so, wie ich bin.“ Ihre größte Herausforderung? „Der Spagat zwischen Studium und

Ebenso vielfältig wie die Systemgastronomie sind auch die Ausbildungsmöglichkeiten in der Branche der Chancen. Man kann eine Ausbildung in den verschiedensten Systemen absolvieren – in Vollzeit und in Teilzeit.



Schöner Schmelz für kühle Tage

Niemals zu kalt: Winterliche Highlights bei
Eis und Dessert

Zwischen Klassikern und der Sterne-Pâtisserie von René Frank ist in diesem Herbst
und Winter auch Platz für trendige Aromen und Rezepte aus anderen Ländern.

Text: Gabriele Gugetzer/Karoline Giokas



Foto: Teras/stock.adobe.com/generiert mit Midjourney, Coda Berlin/Claudia Gódke

Manche Vorlieben ändern sich nicht. Sobald die Temperaturen sinken, darf es beim Dessert gerne wieder ein wenig üppiger und gehaltvoller zugehen. Laut Frank Scholz, dem Ice Cream Ambassador bei Froneri, sind die Mövenpick-Eissorten Maple Walnut, Crème Vanilla und Chocolate Chips das ganze Jahr über sehr beliebt. „Natürlich gibt es ab Herbst bestimmte Geschmacksrichtungen, die besonders gut ankommen, zum Beispiel Mövenpick Salted Caramel“, so Scholz.

„Saisonalität ist ein ganz wichtiges Thema. Mit einem jahreszeitlich abgestimmten Angebot können Gastronomen immer wieder neue Akzente setzen. Zum Beispiel, indem sie ihre Eiskarten mehrmals im Jahresverlauf auswechseln und Eisdesserts wie Mö-



Ich reduziere Patisserie ungerne auf Zucker
 Zweisterner
 René Frank
 vom Berliner
 Restaurant
 Coda

venpick Kaminfeuer im Winter ins Programm nehmen. In der kälteren Jahreszeit kommen auch Heiß-Kalt-Kombinationen bei den Gästen sehr gut an. Heiße Früchte und Eis, das ist ein Klassiker, der auf keiner Dessertkarte fehlen darf.“

Kurkuma, Matcha, Cannoli

Dieser Dreiklang an Aromen und Produkten liegt im Trend. Zwar muss die besinnliche Jahreszeit nicht zwingend zeitgeistig sein, aber ein bisschen Abwechslung ist nie verkehrt. Bei Hitchcock hat man einen Bio-Kurkumasaft neu im Sortiment. Bei Aiya färbt Matchapulver die Biskuitroulade in einem an Tannengrün erinnernden Farbton. Bei Milram erinnert man sich an die sizilianische Feiertagsknabberer Cannoli und präsentiert den Winterklassiker Kürbis neu. Und: Alle Rezepte sind absolut machbar ohne Pâtissier (siehe letzte Seite dieses Artikels).

Paris-Brest mit Twist

Wenn die kühleren Monate näher rücken, besinnt sich Maxence Barbot gerne auf gemütliche und genussvolle Klassiker. „Die Art von Desserts, die Wärme

und Großzügigkeit ausstrahlen“, verrät der Chef-Pâtissier vom Le Bristol Paris. Angetrieben von seinem unermüdlichen Streben nach Perfektion stellt er den Austausch in den

Mittelpunkt seines Schaffens und kreiert enge Verbindungen zwischen Produzenten, Lieferanten und seinem Team. Seine Philosophie, die Ästhetik mit einer harmonischen Balance der Aromen verbindet, verspricht eine frische und moderne Perspektive.

RUND UM DIE UHR ITALIENISCH GENIEßEN!



www.bindi.de | www.bindi.at



Zeit sparen mit Niveau

Die neue TK setzt auf große Namen und interpretiert Klassiker ganz frisch

Das ist Tiefkühlkost im Jahr 2025: Die Produkte sparen Zeit, unterstützen eine bewusste Ernährung, können von Gastronomen kostengünstig und nachhaltig eingesetzt werden und machen Lust auf Aromen aus anderen Ländern. *Text: Gabriele Guetzer*



Convenience einerseits, bewusste Ernährung andererseits. Darin spiegeln sich zwei Themen und zwei Trends beziehungsweise Notwendigkeiten. Passt die TK-Industrie da glaubhaft hinein? Auf jeden Fall, findet Jörg Blanke, Marketingleiter bei Agrarfrost. „Unsere Kartoffeltiefkühlprodukte kommen ohne Zusatzstoffe, künstliche Aromen und Farbstoffe aus. Verarbeitet werden ausschließlich Kartoffeln aus nachhaltigem deutschem Anbau.“

Die Nachfrage nach Produkten des Unternehmens wachse seit Jahren stetig. Produkte wie Pommes frites, sagt Blanke, hätten sich zum eigenständigen Hauptgericht entwickelt. „Vor allem vor dem Hintergrund einer zunehmend vegetarischen und flexitarischen Ernährung gewinnen sie weiterhin an Bedeutung.“

Das rustikale Feeling

Echten, unverfälschten, herzhaften Geschmack schätzt der Gast in der kühlen Jahreszeit. Kartoffeln bringen ihn mit. Es wird schon einen Grund geben, warum Schne-Frost sein Rustico-Sortiment um weitere

Produkte wie Reibekuchen und Bratkartoffeln ergänzt hat, ebenso bewusst im Handmade-Look gehalten (funktioniert auch mit Patatas Bravas). Bei Aviko hat man das Thema Loaded Fries mit einer herbstlichen Pilzvariante ergänzt, herzhaft abgeschmeckt mit mexikanischen Aromen und aufgefrischt mit frischer Chili und Ananasstückchen.

TIEFKÜHLKOST IST 2025 MEHR ALS NUR PRAKTISCH. SIE IST PROGRAMM.

Tiefkühlkost kann mehr als nur praktisch sein

Saisonunabhängige Verfügbarkeit und variable Conveniencegrade seien starke, flexible und wirtschaftliche Waffen im Kampf um Gäste, sagt Sabine Eicher, Geschäftsführerin des Deutschen Tiefkühlinstituts (siehe auch: „Drei Fragen an“). Aber das geht auch mit

Veggie-Klassiker

★ Gemüse-Würstchen für den Trend zum bewussten Genuss

- Veggie-Wurst aus buntem Gemüse mit aromatischen Gewürzen verfeinert - Top-Qualität in einer essbaren Hülle.
- Vielfältige Verzehrsmöglichkeiten von der klassischen Bratwurst bis hin zu trendigen Hot Dogs für alle Veggie-Fans.
- Easy Convenience - schnell in der Zubereitung.

Mehr Infos: www.avita-food.de

Avita
NATÜRLICH VEGGIE



Serviervorschlag

Einrichtung zum Wohlfühlen

Eine bewusste Gestaltung verwandelt Hotels in echte Erlebnisorte

Ob Luxussuite, Budgethotel oder stylischer Steak-Club: Durchdachtes Interior Design ist weit mehr als eine ästhetische Hülle. Es schafft Atmosphäre, erzählt Geschichten und bringt Orte zum Sprechen. Wie das gelingt, zeigen aktuelle Hotelprojekte und die Haltung einer Architektin, die Gastlichkeit neu denkt.

Text: Karoline Giokas





Nobelher neuem V

Das Augsburger Traditions-Sup
die Zukunft



berge mit Weitblick

erior-Hotel Maximilian's ist auf
ausgerichtet

Es gibt viele gute Gründe, zurückzublicken. Das 5-Sterne-Superior-Hotel Maximilian's in Augsburg hat eine mehr als 300-jährige Geschichte, die Wurzeln liegen sogar über 500 Jahre zurück. Dennoch ist die Nobelherberge mit Sternrestaurant als erstes Haus am Platz so modern wie nie. Gerade wird auf dem Dach eines angebundenen Neubaus eine Terrasse mit Schwimmbad (neudeutsch: Rooftop-Pool) erstellt. Sie bietet Gästen künftig einen Weitblick über die City.

Text: Wolfgang Bublies

Das Kaiser
Bayer's
The pillow
of your dreams

10 FRAGEN AN

*... David
Kebekus*

„Sind Restaurants zu hell
beleuchtet, komme ich nie
wieder“

Comedian und Autor David Kebekus, Jahrgang 1983, kennen viele als bissigen Beobachter des Alltags, der mit trockenem Humor und scharfer Zunge die Absurditäten unserer Gesellschaft seziert. Ob auf der Bühne, im Podcast oder als Buchautor: Der gebürtige Kölner bringt Pointen auf den Punkt, ohne den Zeigefinger zu heben. Dabei geht es ihm nie nur um Klamauk, sondern um Haltung. Mit seinem Buch „Aha? Egal.“ stellt er sich dem Wahnsinn der Gegenwart, mal nachdenklich, mal herrlich respektlos. Als Bruder von Comedy-Megastar Carolin Kebekus ist er längst aus dem Schatten der Schwester getreten und zeigt, dass leise Töne manchmal die lauteste Wirkung haben. Vielseitig, klug, schnörkellos: David Kebekus ist eine Stimme mit Profil.

Interview: Sebastian Bütow

*Der Espuma
im Exklusiv-
Interview*



Espuma leicht gemacht!

Mit dem iSi Gourmet Whip lassen sich im Nu lockere Espumas, Soßen, Cremesuppen oder Desserts zaubern.

VORSCHAU

Das nächste HOGAPAGE-Magazin erscheint am 05. November 2025



Special: Alles für den Gast 2025

Seit 55 Jahren ist die „Alles für den Gast“ wichtiger Treffpunkt für die Hospitality im Donau-Alpen-Adria-Raum. Wir zeigen alle Neuerungen und spannenden Innovationen.

Qualität trifft Effizienz

Fertig, aber nicht von der Stange: Moderne Convenience-Produkte sparen Zeit, sichern gleichbleibende Qualität und lassen dennoch Raum für Kreativität in der Küche.

Außerdem

- Die Aussichten 2026: Wintergärten, Sonnenschutz & Outdoormöbel
- Rundum sorglos: wichtige Versicherungen für die Branche
- Reinigung & Schädlingsbekämpfung

HOGAPAGE-Jahresabo – zum Lesen oder Verschenken

Ihre Abo-Vorteile:

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

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

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



Ausgabe 2/2025



Ausgabe 3/2025



Ausgabe 4/2025

IMPRESSUM

Herausgeber:

Charlotte Buhl, Hermann Buhl

Verlag (Firmensitz):

HOGAPAGE Media GmbH, Alfred-Nobel-Str. 9, 86156 Augsburg, Deutschland
Tel.: +49 821 319470-700
magazin.hogapage@buhl-gruppe.de
Amtsgericht Augsburg, HRB 33096

Geschäftsführerin:

Daniela Müller

Objektleitung und Gesamtfredakteurin:

Daniela Müller

Chefredakteurin Magazin:

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

Redaktion:

Wolfgang Bublies, Sebastian Bütow, Michael Eichhammer, Gabriele Gugetzer, Pierre Nierhaus, Jean-Georges Ploner
Tel.: +49 821 319470-788, Fax: +49 821 319470-799
magazin.hogapage@buhl-gruppe.de

Grafik/Layout/Lektorat:

MARC ANTÓN Medien KG,
Daimlerstr. 9, 86368 Gersthofen

Web:

Heiner Anwander

Sales-Team Deutschland/Österreich:

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

Bankverbindung:

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

Erscheinungsweise:

Das HOGAPAGE-Magazin erscheint 5 x pro Jahr.

ISSN: 2197-5485

IVW-gepr. Druckauflage:

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

Verteilung:

Postversand an Unternehmen der Hotellerie & Gastronomie in Deutschland und Österreich



Druck:

Mayr Miesbach GmbH
Am Windfeld 15
D-83714 Miesbach

Druckverfahren: Offset-Druck



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

Liebe Leser, hat Ihnen das Magazin gefallen?

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

magazin.hogapage@buhl-gruppe.de

www.hogapage.de/magazin