

CHEFS

inspiration

Das Magazin

NACHHALTIGKEIT ALS CHANCE

Grüne Ideen und schwarze Zahlen

PFLEGEFALL PFLEGEBRANCHE

Der Alloheim-Boss im Interview

MAKE RIBS GREAT AGAIN

Münchens neue Liebe

Wie sich der Spitzenkoch neu erfunden hat

DER NEUE JOHANN LAFER

CHRISTIAN RACH UND DIE DEUTSCHE KÜCHE (S. 8) · CLAAS MÄDER UND DAS ONNO (S. 32)



IHRE WAHRE NATUR.

100% Bio. Nachhaltig verpackt.

Entdecken Sie auf [Teekanne.de/foodservice](https://teekanne.de/foodservice), was zeitgemäße Gastronomie heute sein kann:
ein natürlicher, nachhaltiger Genuss für anspruchsvolle Gäste.



HERZLICH *willkommen!*

In öffentlichen Debatten geht es immer öfter ums Gegeneinander. Um Ent- oder Weder und nicht um die Frage, wie wir eigentlich komplexe Herausforderungen wirklich lösen können. Gerade bei Themen des Umweltschutzes und der Nachhaltigkeit. Die einen kleben sich auf die Straßen, die Bild-Zeitung erklärt derweil der Politik den Kampf „um unser Auto“. Die totale Revolution gegen die maximale Besitzstandswahrung. Ich finde ja: Viel zu oft wird der Eindruck erweckt, als gäbe es nur Schwarz oder Weiß. Tatsächlich aber ist intelligentes Management doch, wenn man Dinge unter einen Hut bekommt, die sich scheinbar ausschließen. In dieser Ausgabe geht es daher schwerpunktmäßig um Nachhaltigkeit, beziehungsweise um die Verbindung von Umwelt-, Klima- und Ressourcenschutz mit guter Gastfreundschaft und höchstem Wohlfühlfaktor. Urlaub mit gutem Gewissen, vielleicht sogar vor der Haustür: Das ist durchaus ein Thema, mit dem die Branche punkten kann. Im In- wie im Ausland.



GRÜSST SIE:
Hans-Gerd Janssen

Was passieren kann, wenn der Gesetzgeber recht einseitig ein Thema angeht, zeigt das Interview mit Dr. Steffen Hühner, dem Vorstandsvorsitzenden der Alloheim-Gruppe. Denn was in den vergangenen drei Jahren in der Pflegebranche an externen Herausforderungen zusammengekommen ist, lässt inzwischen das gesamte System ins Wanken kommen. Es geht einfach nicht, wenn man einerseits die Personalkosten per Gesetz erhöht und gleichzeitig keine höhere Vergütung zulässt. Wenn sich dann auch noch Inflation, Corona und die Energiepreisschere aufaddieren, wird es wirklich problematisch. Insofern ist es ausgesprochen spannend zu lesen, was Dr. Hühner aus dieser Situation folgert und für sich sowie die Branche ableitet. Ich wünsche eine inspirierende Lektüre!

HANS-GERD JANSSEN

Inhalt

Fotos: CHEFS CULINAR; Ydo Sol; The Fontenay; Jigal Fichtner; Peter Hörmann; Foto: www.stock.adobe.com / rh2010; derWaldfrieder; Living Hotel Das Viktualienmarkt GbR

JOHANN LAFER

Wie aus einem talentierten Koch aus Österreich eine Marke wurde

60



RACHINIERT

Christian Rach über die Zukunft der Gastro

08



RUNDE FREUDE

... mit pfliffigen Knödelrezepten

52



14

KANN MAN NACHHALTIGKEIT MESSEN?

Digitalisierung und Klimaschutz vereinen: Dazu gibt es inzwischen viele Angebote. Wir sorgen für einen besseren Überblick über GreenSign & Co.



IMPRESSUM

HERAUSGEBER
VERANTWORTLICH
REALISATION
DRUCK

CHEFS CULINAR GmbH & Co. KG · Mühlendamm 1 · 24113 Kiel
CHEFS CULINAR West GmbH & Co. KG · Holtumsweg 26 · 47652 Weeze
Tietge GmbH · 77654 Offenburg · www.tietge.com
Druckhaus Kaufmann GmbH · 77933 Lahr

CHEFS INSPIRATION ist das Magazin für Freunde und Kunden von CHEFS CULINAR.
Alle Rechte vorbehalten. Nachdruck nur mit schriftlicher Genehmigung des Herausgebers.





24

BACK TO THE BONE

Rippchen und ihr Comeback am Viktualienmarkt



28

WINTER ADE?

Wie es künftig in Ski-Gebieten weitergeht



36

SORGENKIND PFLEGE

Die Pflege ist schon lange selbst ein Pflegefall. Wie hoch der Druck ist, berichtet Dr. Steffen Hehner

» 08 | NEUES VOM RESTAURANTTESTER

Christian Rach und die deutsche Küche

14 | SO GEHT NACHHALTIGKEIT

Grüne Lösungen für die gesamte Branche

20 | SO LOCKT MAN INFLUENCER

Besuch beim Social-Media-Star Café Buur

24 | ALLES AUF RIPPCHEN!

Im St. Ribs in München

28 | WINTER ADE?

Hotels in Ski-Gebieten und der Klimawandel

32 | DER NEWCOMER

Alle guten Dinge im Restaurant Drei in Rendsburg

36 | DIE PROBLEME DER PFLEGE

Alloheim-Chef Dr. Steffen Hehner gibt Einblicke

44 | EINER VON UNS

Daniel Kämmer und seine Liebe zum guten Essen

48 | UNSERE HERBSTMESSE IN LEIPZIG

Innovationen, Ideen – und genussvoller Austausch

52 | KNÖDEL FÜR ALLE!

Ein Klassiker, drei Rezepte

56 | VEGANES WISSEN

Woraus Fleischersatz entsteht

58 | PLANTED FOODS

Vleisch vom Schweizer Start-up

60 | EINER, DER UNS INSPIRIERT

Warum Johann Lafer jetzt gesünder kocht

66 | WIE WAR DER CODE NOCH MAL ...

Herausforderungen beim digitalen Check-in

67 | SAVE THE DATE

Neue Termine für Workshops und Seminare

Backstage

Manche machen Homeoffice, unsere Autoren dagegen Roadoffice, wenn man sieht, wo sie für diese Ausgabe waren. Aber mal ehrlich: Löhnen sich für Begegnungen mit Menschen wie Christian Rach, Johann Lafer, Dominik Frank oder Steffen Hehner nicht auch weiteste Wege?



AUF ENTDECKUNGSREISE

VOR DER HAUSTÜR

Christian Rach hat sich verliebt – und zwar in Deutsche Küche. Unter diesem Titel ist sein neues Buch nun draußen und wird von der Kritik regelrecht gefeiert. Ganz offenbar hat der strenge Juror, frühere Sternekoch und Restaurant-

ter also einen Nerv getroffen. Im Interview für unser Magazin und im Podcast mit Matthias Rilling und Ulf Tietge aber geht es noch um viel mehr: um die Zukunft der Gastronomie, um Fehler, die man nicht machen darf, um den Erhalt der sieben Prozent auf Speisen und warum es eben längst nicht nur wichtig ist, was auf dem Teller liegt – sondern wie sich der Gast fühlt. Ein Plädoyer für Erlebnisse, für Ambiente und Stimmung. Prädikat: sehr hörenswert!



AUS DER RIPPE

GESCHNITZT

München? Das ist Weißwurst und Schweinsbraten – aber wenn es nach Dominik Frank geht, dann trendet von der Isarmetropole bald ein weiteres kulinarisches Thema durch die Republik: Spareribs. Auf genau die hat sich das *St. Ribs* am Viktualienmarkt konzentriert und wird seither von Fleischliebhabern regelrecht überrannt. Und das als Inhouse-Hotel-Restaurant. Folgt auf den bundesweiten Burgerboom also eine regelrechte Rippchen-Renaissance? Die Chancen dafür stehen gut, zumal Frank ein Strukturierer ist, der für seine Rippchen keine Smoker und wenig Personal braucht. Ein Konzept mit System – perfekt in Zeiten des großen Fachkräftemangels.



ÜBER DEN DÄCHERN

VON DÜSSELDORF

Um gleich mal ein Geheimnis zu verraten: Dr. Steffen Hehner hat Höhenangst. Das aber hinderte den Boss der Alloheim-Gruppe nicht daran, sich für uns in luftiger Höhe auf der Dachterrasse der Unternehmenszentrale fotografieren zu lassen.

Sich so mutig auch unangenehmen Situationen zu stellen – das passt natürlich zu einem der wichtigsten Manager der deutschen Pflegebranche, die derzeit aus wirtschaftlichen Gründen vielerorts vor dem Absturz steht. Wie man es aber schafft, in Pflegesatzverhandlungen nicht über den Tisch gezogen zu werden, warum die Alloheim so glänzend durch die Krise kommt und was die aktuelle Lage für die Branche insgesamt bedeutet: Diese Geheimnisse hat uns Steffen Hehner ebenfalls verraten – im großen Interview ab Seite 36.

Zeit sparen, Qualität bewahren!



Die smarte Lösung für kreative Saucenvielfalt!



Erfahre alles über **effiziente Saucen**
im Handumdrehen!



Unilever
Food
Solutions



Text Ulf Tietge

DER GAST WILL WEG VOM ALLTAG

Christian Rach im Interview über drei Wahrheiten: Warum die Leute ausgehen, wann Kellner auch mal was falsch machen dürfen und warum das Essen doch nicht so wichtig ist ...

Es gibt nicht viele Menschen, die einen Michelin-Stern und eine Goldene Kamera bekommen haben – aber auf Christian Rach trifft beides zu. Erst hat der Saarländer als Gastronom und Spitzenkoch in Hamburg Karriere gemacht, dann brachte er den Gastroalltag ins Fernsehen. Erst als Restauranttester, jetzt als Juror bei Steffen Henssler. Zudem schreibt Rach Koch- und Fachbücher, hat seinen eigenen Podcast und kämpft lautstark für die Branche – und die Freude am Genuss.

Corona ist vorbei – und doch ist die Gastro aus dem Krisenmodus noch lange nicht raus. Herr Rach, liegt das nur an den schwierigen Rahmenbedingungen oder auch an der Gastro selbst?

Das hat viele Gründe und ist nie nur an äußeren Faktoren festzumachen. Natürlich spielen externe Faktoren wie Personalmangel oder die Vier-Tage-Wo-

che eine Rolle. Aber es gibt eben auch Faktoren innerhalb der Gastro, und das zusammen bringt Unruhen beziehungsweise Krisen mit sich.

Sie sind Deutschlands bekanntester Restauranttester und haben fast immer schnell gewusst, was man tun kann. Gibt es so etwas wie die drei goldenen Regeln des Christian Rach, also Tipps, die fast jedem Gastronom helfen könnten?

Nein, die gibt es natürlich nicht. Das wäre ja fast schon Scharlatanerie. Was man aber machen muss: Man darf nicht warten. Man muss selbst handeln. Das beginnt immer mit der Ursachenforschung bei sich selbst. Wenn andere Kollegen noch genug Personal haben und man selber nicht, dann muss man den Grund dafür herausfinden. Was macht ein anderer besser? Was kann ich bei mir selbst verbessern? Ich könnte jetzt viele Geschichten erzählen, wie

**CHRISTIAN RACH**

Der Saarländer Christian Rach (Jg. 1957) mag's ungewöhnlich. Zum Kochen kam er über den Umweg Studium (Mathematik und Philosophie), das er nicht beendete, weil er lieber in Frankreich kochen und lernen wollte. In Hamburg modelte er eine Fernfahrerkeine und ein Friedhofshäuschen zum Restaurant um. Hier erkochte er sich einen Michelin-Stern. Deutschlandweit bekannt wurde er mit der RTL-Sendung „Teufels Küche“ und als „Rach, der Restauranttester“. Bücher schreibt er auch.



WAS RACH MAG

Der Restauranttester liebt die deutsche Küche – und findet es spannend, wenn Küchenchefs Klassiker neu interpretieren

› beispielsweise gastronomische Leiter in Pflegeheimen behandelt werden. Das ist teilweise echt unterirdisch, und ich habe oft das Gefühl: Viele haben den Gong noch nicht gehört. So richtig es ist, dass viele Gastronomen einen tollen Job machen – es gibt auch noch zu viele, die Angst vor Veränderung haben.

Und was sollte man dieser Tage als Gastronom unbedingt vermeiden?

Man muss es schaffen, seinen Betrieb ohne Hilfe über die Runden zu bringen. Man denke nur an die Corona-Hilfen. Die wurden am Anfang richtig bejubelt, aber es hat auch viele Kollegen kalt erwischt, als dann das Finanzamt mit den Rückzahlungen kam. Ziel muss es immer sein, eine vernünftige BWA zu erreichen und ein solides, wirtschaftliches Fundament zu haben. Die Kalkulation muss dabei von den Schlüsselfaktoren ausgehen. Miete, Energiekosten, das kann man ja kaum beeinflussen. Dann muss man gucken, wie viel Umsatz brauche ich, um diese Kosten solide zu erwirtschaften, und dann geht's an den Personalschlüssel.

UNSER BUCHTIPP

Christian Rach spricht aus, was oft vergessen wird: Die deutsche Küche hat wunderbare kulinarische Traditionen. In seinem aktuellen Buch (Südwest-Verlag) berichtet er in 16 Kapiteln (170 Rezepte) von Spezialitäten, von Wein und Bier, von der deutschen Brotkultur und der Liebe zur Butter. Interessant ist auch der Blick von außen: Was halten Japaner und Franzosen von der deutschen Küche?



Am Tisch für Drei, dem Podcast von CHEFS CULINAR, haben Sie unter anderem gesagt: „Das Essen darf nicht stören“ – wie ist das zu verstehen?

Die Frage ist doch: Warum gehen die Leute aus? Und da gibt es eine geringe Anzahl derer, denen es explizit ums Essen geht. Ich habe früher in meinem Restaurant immer gesagt: Wenn ein Tisch da ist, der das Essen in den Mittelpunkt stellt, dann ist das schon großartig. Alle anderen wollen einfach zwei Stunden Flucht vom Alltag, weit weg von Krieg, Krisen, Klimawandel und all diesen belastenden Themen unserer Zeit. Also müssen wir uns als Gastgeber fragen: Wie schaffen wir es, dass unsere Gäste mal den Alltag verlassen dürfen?

Wenn Atmosphäre, Service und Erlebnis wichtiger sind als das, was auf dem Teller liegt – warum ist der Service nach außen so oft namenlos, während der Küchenchef wie eine Heldenfigur quasi über allem steht?

Der Service ist in vielen Betrieben tatsächlich leider namenlos geworden, und das ist falsch. Die Kollegen in der Küche

haben es verstanden, sich viel progressiver zu vermarkten und sich Sendezeit im Fernsehen zu erarbeiten. Da tut sich der Service schwer, denn hier gilt: Der Gast ist der Star. In der Küche sollte eigentlich das Produkt der Star sein, aber das schafft nicht jedes Ego. Der Service ist der Mittler zwischen einem Produkt und dem Wunsch des Gastes und muss daher sehr empathisch arbeiten. Das erfordert ein unglaubliches Feingefühl, weil jeder Tisch und jeder Abend so anders sind. Beim einen ist Krise angesagt, die anderen haben sich frisch verliebt, daneben geht's ums Geschäft – allen gerecht zu werden, ist herausfordernd, aber schwer vermittelbar.

Also gibt es wenig Chancen, so etwas wie The Taste oder Kitchen Impossible auch auf den Service zu übertragen? Dafür ist Service vielleicht zu schwer zu messen. Nur ein Beispiel: Heute legen nur noch die wenigsten Wert auf richtige Etikette und ob man von links oder rechts eindeckt. Es ist auch richtig, gegen die Etikette zu verstoßen, wenn man dadurch ein Gespräch nicht stört. Richtig guter Service drängt sich eben nicht in den Vordergrund, auch wenn wir alle schon Sommeliers erlebt haben, die sich wichtiger nehmen als den Gast und dann manchmal so eine belehrende Attitüde haben – das ist eher nicht förderlich.

Berücksichtigt die Ausbildung von Köchen und Gastronomen schon hinreichend die Bedeutung von Wohlfühlambiente, Aufenthaltsqualität, Interior Design, Musikstimmung und solchen Sachen?

Das weiß ich nicht genau, und es kommt sicher darauf an, wo du arbeitest. Aber es ist auf jeden Fall wichtig, den Blick auf diese Dinge zu schärfen

und junge Menschen auch für diese Details zu sensibilisieren. Wichtig ist: Leg den Menschen ans Herz, ihr Profil zu schärfen und an ihre Zielgruppe zu denken. Das ist wichtiger als Shabby Chic oder gestärkte Tischdecken.

Sie sind ein Fernsehstar, Sie wissen um die Macht der Medien, und obwohl kein Tag mehr ohne Kochsendung und Autogrammwünsche vergeht, findet die Branche weder genügend Azubis noch bleiben Köche ihrem Beruf lange treu. Müssen wir uns damit abfinden oder gäbe es Möglichkeiten, hier etwas zu verändern?

Man muss sich nie mit etwas abfinden. Aber wir müssen attraktive Arbeitsbe-

dingungen schaffen. Ich bin ein Fan der Vier-Tage-Woche für die Gastro, um die Arbeitszeiten entsprechend attraktiver zu machen gegenüber anderen Branchen, in denen man an fünf Tagen von morgens bis abends im Dienst ist. Wer schon nachts und am Wochenende arbeitet, der darf auch drei Tage in der Woche frei haben. Wir müssen aber auch so ehrlich sein, dass die Vier-Tage-Woche nicht mit 6 Stunden und vollem Lohnausgleich geht, sondern mit 8, 9 oder auch mal 10 Stunden. Anders wird man es nicht leisten können.

Ein Thema dieser Tage: die 7 Prozent Mehrwertsteuer auf Speisen. Was ist Ihre Meinung in dieser Debatte?



AM DRÜCKER

Christian Rach ist grundsätzlich neugierig und holt sich viel Inspiration aus der Heimat



RACH ON AIR

Christian Rach kennt man aus dem Fernsehen. Aber auch am Mikro am Tisch für Drei macht er einen top Job!

Olaf Scholz hat versprochen, es werde so bleiben. Da kann und da sollte man ihn beim Wort nehmen, was der Gastro auch sehr helfen würde. Unterm Strich geht es um drei bis dreieinhalb Milliarden Euro, und ich glaube: Das ist günstiger, als das Risiko einzugehen, die Gastronomie noch weiter zu belasten und das Erlebnis Gastronomie für noch weniger Menschen leistbar zu machen.

Und was ist Ihr Tipp? Wie geht's aus?

Ich bin mir noch nicht sicher. Ich fürchte: Wenn der Druck von anderen Branchen zu groß wird, kann die Mehrwertsteuervergünstigung auch noch fallen.

Wenn man einen Restauranttester trifft, hofft man ja immer auch auf einen

Geheimtipp. Wer hat Sie unlängst so beeindruckt, dass Sie ihn oder sie gern weiterempfehlen?

Puh, schwierig. Vincent Moissonnier und sein Team haben mich beeindruckt, als sie nach vielen sehr erfolgreichen Jahren in Köln gesagt haben: Im Juni ist Schluss mit High-End und wir entwickeln ein komplett neues Thema rund um die Mittagspause. Weniger elitär, aber deswegen nicht weniger wert. Und ich finde: Wenn Menschen ohne Not sich so verändern und neu erfinden können, das ist grandios.

Sie haben ein neues Buch geschrieben. Deutsche Küche. Man könnte meinen, dazu ist doch alles schon bekannt, oder etwa nicht?

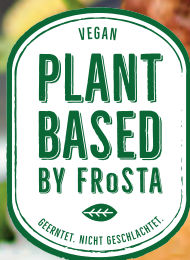
Das zu meinen, ist schon typisch

Fotos: Pascal Oertel

NEU

TK Plant Based Hamburger vom Feld, vegan

UNSER FLEISCH IST AUS GEMÜSE



- Geerntet. Nicht geschlachtet
- Ca. 110 g Hamburger Patty auf Basis von Gemüse
- Ohne künstliche Komponenten, anders als die meisten anderen
- Hoher Anteil an Gemüse und Champignons
- Vegan, frei von Soja und ohne kennzeichnungspflichtige Zusatzstoffe auf der Speisekarte
- Perfekt für Kombidämpfer, Pfanne, Griddleplatte und Fritteuse

„Ganz ehrlich: Deutsche Küche ist wunderbar und hat eine unfassbare Vielfalt.“

CHRISTIAN RACH
Koch, Tester, Autor

deutsch. Erst recht, wenn man mal daran denkt, wie viele italienische Kochbücher jedes Jahr auf den Markt kommen. Ganz ehrlich: Deutsche Küche ist wunderbar. Wir haben vielleicht nicht das eine deutsche Traditionessen – aber eine unfassbare Vielfalt und eine großartige Produkt- und Gemüseküche. Aufgeteilt ist das Buch daher nicht nach

Jahreszeiten oder so, sondern nach Produktgruppen: Brot zum Beispiel. Oder Kartoffeln.

Im Buch heißt's: Inspiration kann man sich nicht nur in Ostasien oder rund ums Mittelmeer holen – sondern auch in der Heimat. Ist das etwas, was wir neu entdecken sollten?

Heimat ist immer wichtig. Ich finde: Es reicht nicht, wenn man sich nur in der Welt auskennt und die Bundesländer, ihre Hauptstädte, Flüsse, Berge und kulinarischen Traditionen nicht kennt. Denn dann verpasst man was.

Wir wissen, wie sehr die Deutschen ihr Schnitzel, ihre Roulade, ihre Spätzle lieben – aber in der Gastro gibt es ganz oft die ganze Welt in einer Karte. Ist es

an der Zeit, unsere Heimatküche neu zu entdecken und vielleicht auch weiterzuentwickeln?

Das passiert! Gerade auf dem Land gibt es ganz viele junge Kollegen, die das Regionale ins Zentrum stellen. Gleichzeitig aber gehört für diese Köche eine Ingwerwurzel, ein Knoblauch und Gewürze aus aller Welt einfach zum Standard dazu. Und dann wird's spannend, weil dann eben vermeintlich Altbekanntes neu interpretiert wird. □

TISCH FÜR DREI

Im CHEFS CULINAR Podcast plaudert Christian Rach noch mehr aus dem Nähkästchen. Einfach den QR-Code scannen und lauschen!



Very norddeutsch-lecker: Unser Ostsee Cheddar.

DIE KÄSESPEZIALITÄT IM KÜHLREGAL.



RÜCKER

SEIT
1890

Wie von der Käsetheke.

Traditionell auf Holz gereift.

REZEPTUR VON
KLAUS RÜCKER

Rücker

GESCHMACK: FEIN-WÜRZIG

Unser Ostsee Cheddar reift über Wochen mit natürlichen Rücker-Rotkulturen auf Fichtenholz. Das verleiht ihm nicht nur seine erstaunlich cremige Konsistenz, sondern macht ihn konkurrenzlos leicht und würzig. So geht veredeln auf Norddeutsch!



Einzigartig durch Naturreife mit Rücker-Rotkulturen



Lovebrand Potenzial für junge Zielgruppe



Für warme und kalte Küche

www.molkerei-ruecker.de

Text Stephan Fuhrer, Jana Zahner

GRÜN UND GUT

Alle Welt spricht von Nachhaltigkeit – nur, was ist das überhaupt?
Und wie kann man diese in deutschen Hotels, Großküchen
und Restaurants überhaupt finden, leben, messen und beurteilen?



GRÜNER REISEN

... das wollen mittlerweile fast drei Viertel aller Übernachtungsgäste. Für Gastgeber wird es entsprechend immer wichtiger, sich nachhaltig aufzustellen – und dieses Engagement auch nach außen zu zeigen

Wenn man sein Auto zur AU bringt, kann man die Abgaswerte bestimmen lassen.

Stellt man sich auf die Waage, hat man sein Gewicht. Aber wie bitteschön misst man eigentlich Nachhaltigkeit in der Küche? Mit dem CO₂-Fußabdruck? Und wenn ja, wie geht das überhaupt? Mit Energieverbrauchszahlen? Mit Pi mal Daumen? „Am besten mit möglichst vielen Kriterien, um ein Gesamtbild zu bekommen“, rät Anja Engel vom Green-Sign Institut, eine der Anlaufstellen, die sich inzwischen hierzulande rund um das Thema Nachhaltigkeitszertifizierungen für die Branche etabliert haben. Genauer gesagt ist der Berliner Dienstleister mittlerweile deutscher Marktführer im Hotelbereich.

VIELE KRITERIEN ZÄHLEN

Bei GreenSign ist man nicht nur um die Analyse der vordergründigen Kriterien wie Energie und Speiseangebot, sondern auch um weitaus tiefer gehende bemüht – um nachhaltiges Management etwa, um Kommunikation, Regionalität sowie um soziale und wirtschaftliche Verantwortung. Dazu kommt das Qualitätsmanagement. Anhand von mehr als 100 Kriterien wird dabei ein möglichst ganzheitliches Nachhaltigkeitsbild angestrebt, der Schwerpunkt auf Umwelt aber nicht außer Acht gelassen.

„Das dauert dann auch erst mal, bis man sich durch die Formulare gearbeitet hat, dabei ist man aber auch schon mitten im Prozess“, erklärt die Green-Sign-Sprecherin. Schließlich müsse man sich da bereits mit den Themen intensiv auseinandersetzen. „Viele sehen dann





GRÜN GELABELT

Das *The Fontenay* in Hamburg liegt nicht nur im Grünen, sondern ist neuerdings auch GreenSign-zertifiziert

› zum ersten Mal selbst, wo sie stehen, und manchmal auch, dass sie vieles längst auf den Weg gebracht haben – oder eben noch am Anfang sind.“ Wenn alle Infos zusammengetragen wurden, kommen die Prüfer schließlich zum Audit ins Hotel. Anhand der Ergebnisse wird dann der Level der Zertifizierung festgelegt: von 1 (mies) bis 5 (top).

ZERTIFIZIERUNGEN BOOMEN

Über mangelnde Nachfrage können sich die Berliner Nachhaltigkeitsspezialisten derzeit nicht beschweren. Schließlich geht es in Zeiten, in denen Nachhaltigkeit nicht nur zum guten Ton und Selbstverständnis gehört, sondern gleichzeitig quer durch alle Branchen hindurch auch gerne mal mit inhaltsleerer Reklame ersetzt wird, vor allem um Glaubwürdigkeit. Der Vorteil von GreenSign dabei: „Wir sind selbst zertifiziert, mussten uns dafür einem hochkomplexen Verfahren beim GSTC stellen“, erzählt Engel. Hinter dem Kür-

zel steckt ein international agierender und anerkannter Zertifizierer von Zertifizierungsunternehmen.

Mittlerweile haben sich bei GreenSign daher mehr als 750 Hotelbetriebe ihren Nachhaltigkeitslevel bestätigen lassen. Ganze Ketten sind darunter. So die *Lindner Hotels* mit diversen Standorten sowie ihren *me and all hotels*. Oder die *Familux Resorts*, die in ihren vier Familienhäusern nicht nur darauf setzen, dass die Gäste die Anstrengungen entsprechend wertschätzen, sondern auch die eigenen Mitarbeiter – durch die „Stärkung der lokalen Gemeinschaft, mit dem Ziel, ein positives Arbeitsumfeld und verbesserte Dienstleistungsqualität zu schaffen“, wie die beiden Brüder und Geschäftsführer Florian und Julian Mayer bekräftigen. Auch so gehe Nachhaltigkeit. Seit Kurzem darf sich zudem

auch *The Fontenay* in Hamburg über eine entsprechende GreenSign-Auszeichnung freuen.

GRÜNER LUXUS

„Das GreenSign-Zertifikat bestärkt uns in unserem täglichen Engagement hinsichtlich Nachhaltigkeit und Responsible Business“, erklärt der Ge-

schäftsführende Direktor Thies

Sponholz die Motivation dahinter. „Damit setzen wir ein Zeichen, dass wir unsere Verantwortung ernst nehmen und zukunftsorientiert handeln.“ Daran lasse man sich gerne messen und hoffe auch, damit die Aufmerksamkeit

der Gäste und Mitarbeiter zu gewinnen, so Sponholz. Mit dem Zertifikat wolle man zudem zeigen, dass Luxus und Nachhaltigkeit durchaus vereinbar sind. Das war auch für Caroline von Kretschmann vom *Europäischen Hof*



ANJA ENGEL

Hotel Europa in Heidelberg eines der Hauptanliegen beim eigenen Zertifizierungsprozess. Für die Hoteliere des Jahres 2022 sei das Engagement dahinter in ihrer enkelfähigen und werteorientierten Unternehmensphilosophie ethische Pflicht und Qualitätsversprechen zugleich: „Die Zertifizierung hat uns geholfen, konkrete Maßnahmen zur Nachhaltigkeit zu implementieren, konstant an einer Verbesserung der Nachhaltigkeit zu arbeiten, und sie ermöglicht es uns, diesen Anspruch transparent und messbar gegenüber unseren Gästen zu kommunizieren“, umreißt von Kretschmann den Nutzen.



CAROLINE V. KRETSCHMANN

Für Klaus Ommer, Leiter Consulting und Akademie bei CHEFS CULINAR, ist eine derartige Zertifizierung schon allein aus diesem Grund ein guter Weg, auch weil man dazu gebracht werde, den Betrieb ganzheitlich zu betrachten. Wo rattern eigentlich die Stromfresser? Wo kommt die Energie überhaupt her? Und können mich digitale Helfer vielleicht dabei unterstützen, noch effizienter und dadurch ressourcenschonender unterwegs zu sein? Dazu könne man lernen, dass Nachhaltigkeit eben noch viel mehr beinhaltet, dass es auch beim Einkauf bis ins kleinste Puzzleteil Thema ist, beim eigenen Personalmanagement usw. „Das alles ist von entscheidender Bedeutung für eine erfolgreiche Ausrichtung des gastgewerblichen Betriebes auf die Zukunft“, sagt Ommer.

Neben der Hotellerie sieht der Chef-Consulter einen derartigen Prozess

auch für die breite Gastronomiebranche als gute Gelegenheit an, um beim Thema Nachhaltigkeit voranzukommen.

Zusammen mit GreenSign hat CHEFS CULINAR im Herbst daher auch ein modulares Leistungspaket für die Gastronomie und die Gemeinschaftsverpflegung einschließlich Care ins Leben

gerufen, das ähnlich wie das Hotel-Verfahren aufgebaut, aber ganz spezifisch auf die Belange der Gastronomie bzw. GV abgestimmt ist und am Ende auch die Möglichkeit der Zertifizierung bietet.

„Gemeinsam mit unseren Partnern haben wir definiert, was eine nachhaltige Gastronomie und

was eine nachhaltige Küche ist“, erklärt Ommer. Dazu wurden die drei Säulen der Nachhaltigkeit sowie die 17 Nachhaltigkeitsziele der Vereinten Nationen in acht relevante Handlungsfelder für die Gastronomie und die Gemeinschaftsverpflegung heruntergebrochen und in einen digitalen Fragebogen mit

SO GEHT'S

Das neue Nachhaltigkeitsangebot von CHEFS CULINAR ist für Restaurants, Cafés, Krankenhäuser, Altenheime und Betriebskantinen erhältlich. Der Prozess beginnt mit der Selbstevaluierung anhand eines Fragenkatalogs, der über eine Auswertung eine erste Standortbestimmung leistet. Das Team von CHEFS CULINAR übernimmt optional die weitere Begleitung auf dem Weg zur Nachhaltigkeit und zur Vorbereitung des Zertifizierungsprozesses. Die Zertifizierung selbst übernimmt dann GreenSign und zeichnet den Erfolg mit dem spezifischen GreenSign-Label aus. Weitere Infos, hier lang:



IMMER MEHR REISENDE WOLLEN IN HOTELS NACHHALTIG NÄCHTIGEN

Anteil der Reisenden weltweit, die beabsichtigen, im kommenden Jahr mindestens einmal in einer nachhaltigen Unterkunft zu übernachten (von 2016–2022)





ALLES IM EIMER

... und die Kitro-Kamera filmt und analysiert, was da genau weggeschmissen wurde

timierung der Abläufe: „Ein Schlüssel für uns ist die Digitalisierung, die wir mit der Einführung von JOMOs^oft nun forciert haben. Schließlich führt auch Effizienz zu mehr Nachhaltigkeit“, ist der Abteilungsdirektor überzeugt.

DIGITAL NACHHALTIG

Digitalisierung und Nachhaltigkeit zusammen denken – genau das wird künftig auch mehr und mehr mit der Verpflegungsmanagement-Software JOMOs^oft möglich sein. „Wir haben uns zuletzt gedacht: Wie können wir unsere Kunden da noch besser unterstützen?“, sagt Carsten Ripkens, Geschäftsführer von CHEFS CULINAR Software & Consulting, wo die Software entwickelt und vermarktet wird. „Uns war schnell klar, dass wir das Thema Nachhaltigkeit über die gesamte Software und Prozesskette hinweg denken müssen.“ Denn mit dem modular aufgebauten JOMOs^oft lassen sich je nach Bedarf einige oder alle Bereiche der Großküche steuern: vom Einkauf über die Warenannahme bis hin zur Anbin-

dung der Kasse. „Gerade die digitale Speisenerfassung spielt bei der Nachhaltigkeit eine große Rolle, weil hier die bedarfsgerechte Produktion im Fokus steht“, ergänzt Anna Janßen, Marketing-Managerin JOMOs^oft. In Sachen Messbarkeit bringt die Software nun



MARK-ERICH VOLKER

eine Neuheit: Nachhaltigkeitsmanagement. Kunden können sich damit von jedem der rund 30 000 Food-Produkte von CHEFS CULINAR den CO₂-Wert anzeigen lassen. Auch die Artikel anderer Lieferanten können über eine

➤ rund 120 Fragen eingebracht. „Sobald diese Selbstevaluation ausgefüllt ist, sieht der Gastronom oder Betreiber der Gemeinschaftsverpflegung, wo seine konkreten Handlungsfelder für eine gezielte Weiterentwicklung sind“, so der Fachberater. „Darauf aufbauend bieten wir eine gezielte Beratung zur Weiterentwicklung bis hin zur Zertifizierung durch GreenSign an.“

GDA ALS VORREITER

In der Care-Verpflegung wird das Thema Nachhaltigkeit noch etwas komplexer. Gerade in der Pflegebranche muss in den Küchen oftmals besonders wirtschaftlich kalkuliert werden. Was also ist hier möglich? Und wie kann man den Erfolg von Maßnahmen messen? Bei der GDA in Hannover – der Gesellschaft für Dienste im Alter mbH, die neun Seniorenresidenzen in Niedersachsen, Rheinland-Pfalz und Hessen betreibt – zum Beispiel durch die öffentliche Anerkennung. Der Premium-Anbieter hat im Jahr 2021 den Frankfurter Preis der Gemeinschaftsgastronomie gewonnen – nicht nur wegen seiner Vorreiterrolle rund um

das Thema Nachhaltigkeit, aber auch deswegen. Die Energie in den Häusern wird bei der GDA etwa wann immer möglich nachhaltig erzeugt, in den Anlagen stehen Bienenkörbe und Insektenhotels, und alle Firmenwagen sind elektrisch unterwegs. In der Küche sieht das in etwa so aus, dass das frisch und vor Ort gekochte Angebot immer pflanzlicher wird. „Wir wollen niemandem verbieten, Fleisch zu essen, darum geht es nicht. Aber wir haben zum Beispiel alle Rezepturen auf den Prüfstand gestellt und dahingehend optimiert, dass sie mehr pflanzliche Anteile haben“, berichtet Mark-Erich Volker, Abteilungsdirektor Non-Care. Dazu habe man die CO₂-Emissionen in der Küche auswerten lassen. „So konnten wir im Jahr 2022 die in den Küchen verursachte Emission in Bezug auf den Lebensmitteleinkauf um 9 Prozent senken“ – immerhin um 236 000 Kilo. Dazu arbeiten Mark-Erich Volker und sein Team regelmäßig an der Op-

zusätzlich buchbare Dienstleistung bewertet werden. Maßgeblich für die CO₂-Bewertung sind in allen Fällen die sechs Kriterien Landnutzung, Lagerdauer, Transportweg, Transportmittel, Verarbeitung und Verpackung hinsichtlich der die verschiedenen Zutaten analy-

„Ein Schlüssel ist die Digitalisierung. Schließlich führt auch Effizienz am Ende zu mehr Nachhaltigkeit.“

MARK-ERICH VOLKER
Abteilungsleiter Non-Care bei der GDA

siert werden. Natürlich zeigt die Software nicht nur die CO₂-Werte einzelner Artikel an. Über die entsprechenden Module lassen sich die CO₂-Fußabdrücke einzelner Rezepturen oder kompletter Speisepläne automatisiert berechnen. Für die Aufbereitung dieser komplexen Daten arbeitet CHEFS CULINAR Software & Consulting mit den Nachhaltigkeitsexperten von Greenado zusammen, die wissenschaftlich vom Institut für Energie- und Umweltforschung Heidelberg begleitet werden.

„Wenn ich die Daten aller Grundprodukte habe, weiß ich auch: Wie viel CO₂ verursachen meine Spaghetti Bolognese? Und kann mein Speiseangebot nach Nachhaltigkeitskriterien optimieren“, sagt Carsten Ripkens. Das sei auch gerade für Unternehmen, die einen Nachhaltigkeitsbericht erstellen

müssen, eine wertvolle Datengrundlage. Letztlich unterstützt JOMOssoft bei der Ermittlung des CO₂-Fußabdrucks des Verpflegungsmanagements. Dazu kann der Speiseplan mit farbigen Icons in Grün, Gelb und Rot versehen werden, dank derer der Gast auf einen Blick vergleichen kann, ob etwa die Mexikanische Quinoapfanne oder das Kichererbsen-Kokos-Curry mit Spinat die nachhaltigere Mahlzeit ist. „Die eigenen Bemühungen rund um das Thema werden dadurch wirklich sichtbar“, sagt Anna Janßen, – was Transparenz und Vertrauen schaffe.

FOOD-WASTE VERMEIDEN

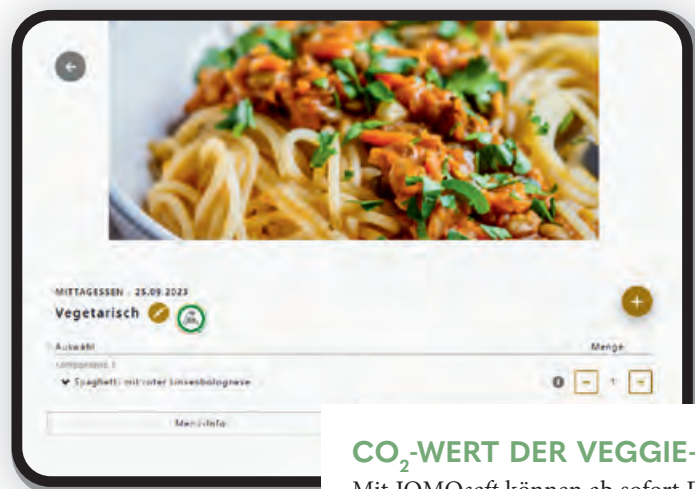
Daneben gibt es weitere Wege, die Großküchen nachhaltiger werden lassen können. Um Lebensmittelabfälle zu reduzieren, bietet CHEFS CULINAR Software & Consulting etwa Seminare wie „Restlos glücklich“ Führungskräften an, die ihre Küche bei diesem Thema optimieren möchten.

Ein Partner in Sachen Abfallvermeidung ist das Schweizer Start-up Kitro. Das hat

eine Food-Waste-Kamera entwickelt, die den Inhalt der Mülltonne erfasst. „Man kann nur reduzieren, was man auch messen kann“, sagt Benno Rust, Director of Business Development bei Kitro. Dafür braucht es kaum mehr als eine Steckdose. Die Tonne ruht auf einer Waage, die jede Veränderung des Gewichts registriert und automatisch dafür sorgt, dass jeder neue hinzugekommene Abfall von der Kamera aufgenommen wird. Eine KI analysiert die Bilder, erkennt die entsorgten Produkte und zeigt Optimierungspotentiale. So lässt sich etwa herausfinden, warum regelmäßig Pommes auf den Tellern der Gäste zurückbleiben – und welche Maßnahme den Rücklauf reduziert. Eine einfache Idee – mit großer Wirkung... □

MEHR ZUM THEMA?

Infos zu JOMOssoft und Kitro gibt es auf zukunftsstgruener.de. Weitere Infos zu Angeboten wie speziellen Nachhaltigkeitsseminaren sowie viele weitere Tipps zum Thema finden Sie auf chefsculinar.de



CO₂-WERT DER VEGGIE-BOLO?

Mit JOMOssoft können ab sofort Daten zur Nachhaltigkeit ausgewertet werden

DAS ERFOLGSREZEPT VON *Café Buur*

Kaum ein Café ist so präsent in den Sozialen Medien wie die Kölner Frühstückslocation Café Buur. Doch was hat vom Insta-Hype zum Erfolg geführt? Und wie lassen sich die Tipps übertragen?

Hätte man vor zehn Jahren nach den Sightseeing-Hotspots von Köln gefragt, wäre kein Mensch auf die Idee gekommen, ein Café zu erwähnen. Seit 2017 ist das anders. Neben dem Kölner Dom und der Hohenzollernbrücke gehört für viele auch das *Café Buur* im angesagten Belgischen Viertel zu den Sehenswürdigkeiten der Stadt – zumindest für die Generation Social Media. Kein Wunder, immerhin hat das Café allein auf Instagram rund 172 000 Follower, auf TikTok zählen die Videos bis zu 2,6 Millionen Aufrufe. „Wir posten mindestens fünfmal pro Woche. Alle wollen neue Foodporn- und Unterhaltungsvideos von uns sehen“, sagt Gründer und Inhaber Parham Pooramin. Aber wie kam's dazu?

Eröffnet wurde das *Café Buur* in der Kölner Richard-Wagner-Straße im Mai 2017. Parham Pooramin, der eigentlich Maschinenbau studierte, kam mit jeder Menge kulinarischer Inspiration von seiner Asienreise zurück. Zusam-

men mit seiner Mutter und seiner Frau entschied er sich gegen einen Bürojob und stattdessen für das erste gemeinsame Café. Das Konzept: All-Day-Breakfast. Serviert werden Speisen wie Açaí-Bowls, Mac-and-Cheese-Balls, Köfte-Tacos, Lotus-French-Toasts oder Marshmallow-Cookie-Dough – und das den ganzen Tag. Damit war das *Café Buur* vor gut sechs Jahren eines der ersten Restaurants, das mit einem solchen Konzept in Deutschland Erfolg hatte.

INSTAGRAM ALS SPRUNGBRETT

Auch bei *Café Buur* sorgten Personalengpässe und wenig Gäste in den ersten Monaten für Schwierigkeiten. Den ersehnten Erfolg brachte erst ein Instagram-Post von Influencerin Farina Opoku (@farinaopoku). „Sie hat einfach ein Foto von einem unserer Gerichte gepostet. Und zwei Wochen später hatten wir eine Schlange vor unserem Café, die bis heute, vor allem am Wochenende, anhält“, sagt Pooramin rückblickend. Mittlerweile sind täglich im Schnitt fünf bis sechs Social-Media-Promis im Café

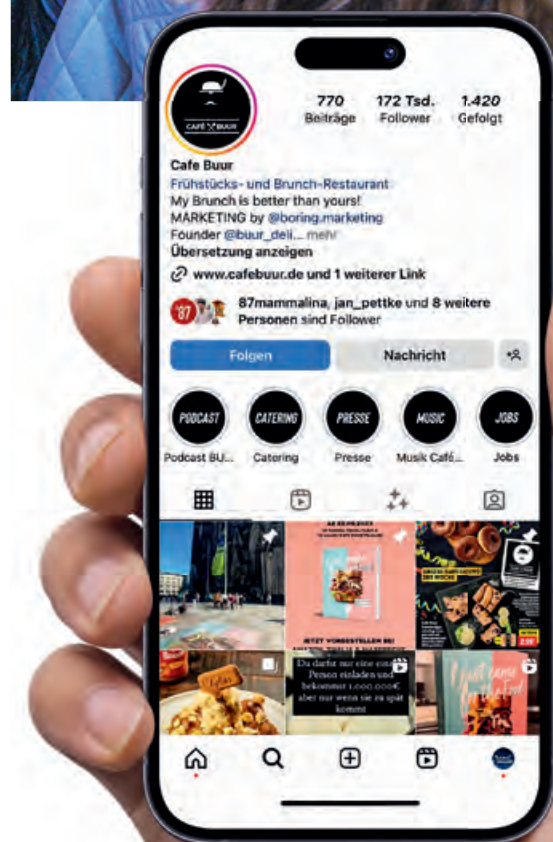


Fotos: Café Buur; www.stock.adobe.com/Hand Robot



FAME DANK FOODPORN

Mit 172 000 Followern auf Instagram gehört das Café Buur zu den reichweitenstärksten Betrieben in Deutschland. Das gelingt dank instagrammable angerichteter Speisen, der Reichweite vieler Influencer und der Qualität der Speisen





Fotos Café Buur



➤ Buur zu Besuch, darunter auch die ganz Großen in Deutschland wie etwa Dagi Bee, Paola Maria, Kai Pflaume oder Twenty4tim. Was sie ins Café zieht? Die Speisen machen optisch was her, sind ausgefallen und kreativ angerichtet. Sie schreien regelrecht danach, fotografiert und gepostet zu werden. „Wir haben das Thema Social Media von Anfang

an mitgedacht“, so Pooramin. Trotzdem glaubt er: „Fancy Gerichte und tolles Marketing bringen dir nichts, wenn es vor Ort nicht schmeckt und der Service nicht passt.“ Nur wer das Rundum-Paket mitbringe, schaffe es vom kurzfristigen Hype zum langfristigen Erfolg. Deshalb rät Parham Pooramin auch dringend von falschen Inszenierungen

auf den sozialen Netzwerken ab: „Die Leute sind mittlerweile viel hellhöriger und kritischer geworden. Am Ende muss sich die Onlinewelt mit der Realität decken.“

DAS ERFOLGSGEHEIMNIS

Café Buur scheint das gelungen zu sein. Insgesamt 180 Mitarbeiter sind mitt-

DUNI



SAY YES!

Neu! Bio Dunisoft® Unifarben

Bring Farbe auf deinen nachhaltigen Tisch

- Nachwachsende Rohstoffe - fossilfrei
- Reduzierter CO₂-Fußabdruck
- Dunisoft OK Compost Home-zertifiziert
- Innovatives und nachhaltiges Bindemittel

Bio Dunisoft®

Mit wegweisendem Bio Binder, so weich und elegant wie das Original. In allen Unifarben erhältlich.



Bio Duniletto® Slim

Angenehm weiche Haptik und Optik, nachhaltig und praktisch im Handling. In allen Unifarben erhältlich.





BUUR X PFLAUME

Café-Buur-Inhaber Parham Pooramin zusammen mit Kai Pflaume bei einer Videoproduktion für Social Media (links). Zubereitet wird Kai's Ehrenpflaume-Porridge – zu finden neben vielen anderen Rezepten im ersten Café-Buur-Kochbuch

Schlange stehen ist bei Café Buur keine Seltenheit. Vor allem am Wochenende müssen Gäste mit Wartezeiten vor dem Café im Belgischen Viertel rechnen (rechts)

lerweile an den drei Standorten Köln, Düsseldorf und Frankfurt beschäftigt. Parham Pooramin hat außerdem eine eigene Marketingagentur gegründet, die sich neben *Café Buur* auch um die Social-Media-Präsenz von anderen Unternehmen, auch außerhalb der Gastronomie, kümmert. Er findet: So wie man als Restaurant vor 20 Jahren Flyer und

vor zehn Jahren eine gute Website gebraucht hat, braucht es heutzutage einen guten Auftritt in den sozialen Medien.

Sein Tipp für Social-Media-Neulinge: „Kauft euch ein Handy mit guter Kamera und fangt einfach an! Das Wichtigste dabei: authentisch sein. Lieber ist es nicht zu 100 Prozent professionell, da-

für aber nahbar und echt.“ Was heutzutage nach seiner Erfahrung nicht mehr viral geht, sind Imagevideos. Stattdessen steigen die Chancen auf einen Hype, wenn sich der Restaurantbetreiber oder ein Teammitglied vor die Kamera traut. Kurz gesagt: „Man muss es einfach machen, sonst wird man abgehängt“, findet Pooramin. 



PFALZGRAF

Ein Stück Schwarzwald

Ein echter Schokotraum

TK SCHOKO-MOUSSE-TORTE

Text Ulf Tietge | Fotos Verena Gremmer

MAKE RIBS GREAT AGAIN

Wer richtig was auf den Rippen sucht, wird in München seit Juli fündig. Das St. Ribs beweist, dass es auch für neue Fleisch-Konzepte nach wie vor einen Markt gibt

Gegen den Strom schwimmen konnten die *Living Hotels* ja schon immer. Als in Deutschland ein Hotelzimmer standardmäßig aus Bett, Bad und Minibar bestand, brachte Dr. Max Schlereth von seinen Reisen durch die USA die Idee mit den Serviced Apartments mit und integrierte Küchen und Kochfelder in die Zimmer. Wohnen auf Zeit, 1982 war das ein revolutionärer Ansatz – und das Konzept zieht bis heute. Manche Gäste bleiben über Nacht, andere dagegen für zwei, drei oder vier Wochen.

Auch die Expansionsstrategie bei den *Living Hotels* ist anders als üblich. Die Gruppe baut ihre eigenen Immobilien auf eigenen Grundstücken, statt von Projektentwicklern oder Investoren Gebäude anzupachten. Und während immer mehr Hotels ihre Gastro auslagern, vollführen die *Living Hotels* seit Corona die Rolle rückwärts. Nicht ganz freiwillig, mag schon sein, aber Not macht ja erfinderisch.

Und wie erfinderisch, das kann man am Viktualienmarkt in München erleben, wo ein kleines Restaurant mit 60 Plätzen seit Wochen Schlagzeilen macht: das *St. Ribs*, ein Konzept, das ganz auf Rippchen setzt. St. Louis Cut und Baby Backs, Shortribs vom Rind und feinste Kalbsriple. Was in Steakhäusern nur eine (manchmal vernachlässigte) Nebenrolle spielt, hier sind sie die Stars, werden inszeniert, zelebriert und zeigen: Es gibt eben auch einen Markt jenseits des Mainstreams mit seinen vielen neuen Veggie-Angeboten.

„Wir behandeln unsere Rippchen mit mindestens so viel Liebe wie andere ihre Filets“, sagt Dominik Frank, 40. Der F&B-Manager der *Living Hotels* hat das Konzept gemeinsam mit CHEFS CULINAR und Münchens Gastro-Vordenker Moritz Haake (u. a. Burger & Lobster Bank) entwickelt und perfektioniert. „Es geht nicht allein darum, wie wir in der Küche arbeiten – wir denken den Prozess bis zurück zum Bauernhof“, sagt Dominik Frank, dem man





RIPPCHEN

Als Teil der Holy Trinity mit Beef Brisket und Pulled Pork haben Spare-ribs in den USA eine irre Beliebtheit. Mit dem *St. Ribs* kommt jetzt aus München ein System, das voll und ganz auf Rippchen setzt und als Nächstes in Bonn und Düsseldorf eröffnen soll



Fotos: Verena Gremmer, Living Hotel Das Viktualienmarkt GbR



MANN MIT SYSTEM

Dominik Frank lässt im *St. Ribs* nicht einfach nur Rippchen servieren, sondern hat ein ganzes System entwickelt: von der Haltung in den Niederlanden über Vorgaben für die Cuts, eigens entwickelte Gewürzmischungen bis hin zur küchenfertigen Vorbereitung der Rippchen, damit es in der Küche schnell geht

angesichts seiner Begeisterung für das Thema sofort anmerkt, dass er gelernter Koch ist. Und ein Strukturierer. Einer, der aufräumt, der für klare Verhältnisse sorgt und sich in den ersten Wochen auch gern selbst in die Küche stellt, damit „der Schlendrian erst gar nicht Einzug halten kann“.

Und was macht jetzt das Geheimnis perfekter Rippchen aus? „Zunächst mal kommt der richtige Cut“, sagt Frank. „Unsere Partner achten darauf, dass bei den Baby Backs auch wirklich viel Fleisch auf den Rippen bleibt.“ Dann geht es mit einer eigens für jeden Cut entwickelten Gewürz-Öl-Mischung in einen Tumbler, den man sich wie die Trommel einer Waschmaschine vorstellen kann, nur ohne Wasser natürlich. „Im Tumbler werden die Gewürze regelrecht ins Fleisch massiert“, sagt Frank. Danach geht es ins Sous-vide-Bad, und auch hier werden Kalbsrippchen anders behandelt als Beef oder solche vom Schwein.

In der Küche braucht es dank dieser Form des Mise en Place nur noch einen Küchenchef mit drei Helfern, um auch mal 160 Menschen an einem Abend mit perfekten Rippchen und drei Gängen glücklich zu machen. Und das, obwohl

Ribs viel anspruchsvoller sind, als man denkt. Grillen, lackieren, wieder grillen, noch mal lackieren, dann mit der St. Ribs-Sauce unterm Salamander Röstaromen hervorzaubern, finishen und hochkant auf einem schicken Brett mit einem kleinen Beil zum Gast bringen. Sehr instagrammable, das Ganze. Und leistbar: Die Rippchen gibt es für 21 Euro, mit Pommes ist man bei 25 Euro. Viele Gäste ordern noch eine Portion Cheese-Bällchen mit Rippchen-Fleisch (aus den Abschnitten, low-waste-gedacht) oder ein Spaghetti-Eis, das ja irgendwie immer noch reinpasst. Durchschnittsbon je Couvert: um die 50 bis 60 Euro, denn viele bestellen nicht Wein oder Champagner, sondern eine Dr. Pepper Cola, den speziellen Eistee im St. Ribs oder ein Helles. „Wir sind inzwischen bei Double- und Triple-Seatings an vielen Abenden“, sagt Dominik Frank, der mit seinem Team jetzt auch in Bonn ein St. Ribs eröffnen wird und schon weiterdenkt: ein On-line-Shop vielleicht, um sich das St. Ribs-Erlebnis nach Hause holen zu können? Oder doch erst das neue Konzept in den anderen Living Hotels ausrollen? Das wäre der übliche Weg. Aber was heißt das schon ...?

Kreative & festliche Rezeptideen.

Knödelspezialitäten für die Profi-Küche.



Burgis – Es ist Liebe. Knödel Liebe.

Man schmeckt sie in jedem unserer Knödel – von Neumarkt bis nach Hamburg. Wir sind der Knödelspezialist Burgis, ein heimatverbundenes Familienunternehmen aus der Oberpfalz. Unsere regionalen Knödelspezialitäten sind unverzichtbare Helfer und Problemlöser in der Profi-Küche und erleichtern die Speisenzubereitung in der gesamten Verpflegung.

Unsere Produkte bieten:

- Kalkulationssicherheit
- Personalentlastung
- Gelingsicherheit
- Hohe Standzeiten
- Spielraum für Kreativität
- Flexibilität in Zubereitung und Ausgabe

Sämtliche der High Convenience Produkte sind vegetarisch, unsere Kartoffelknödel vegan. Bowls, Suppen oder Burger – mit unseren Produkten lassen sich verschiedenste Gerichte kreieren. Auch für besondere Verpflegungsansprüche wie gluten- oder laktosefreie Ernährung.



Geprüfte Qualität aus Bayern, auf die man sich verlassen kann.

Als erster Betrieb im Freistaat verwenden wir ausschließlich Kartoffeln, die mit dem Qualitätssiegel „Geprüfte Qualität – Bayern“ ausgezeichnet sind. Damit erfüllen unsere Knödelspezialitäten nicht nur die Ansprüche unserer Kunden auf hochwertige Lebensmittel und Transparenz bei der Erzeugung. Sie übertreffen sie sogar. Denn alle Produkte aus diesem bayerischen Programm erfüllen Anforderungen, die deutlich über den gesetzlichen Vorgaben liegen.

Mit dem dreistufigen Kontrollsystem bieten die ausgezeichneten Burgis-Knödelprodukte Verlässlichkeit und Transparenz auf allen Stufen der Erzeugung und des Handels – von unseren Vertragsbauern bis zu Ihnen nach Hause.

Im Einzelnen sind dies:

- Eigenkontrolle und interne Kontrollen
- Externe, neutrale Kontrollen
- Staatliche Kontrolle der Kontrollen



Können wir Ihnen Appetit auf die Burgis Knödel Liebe machen?

Kommen Sie bei Rückfragen gerne auf uns zu.
QR-Code scannen für weitere Infos & Rezepte.

Burgis Kartoffelknödel frisch geformt 4 x 20 x 90 g Schale, Art.-Nr.: 16810075



Burgis frische Eierspätzle 4 x 2,5 kg Beutel, Art.-Nr.: 14467127



Burgis kochfertiger Kloßteig 4 x 2,5 kg Beutel, Art.-Nr.: 13818036





Text Jana Zahner

LEISE KRISELT DER SCHNEE

Der Klimawandel stellt Hotelbesitzer in deutschen Wintersportregionen vor Probleme, vor allem in den Mittelgebirgen. Bleibt die Frage: Wie lockt man Urlauber an, wenn der Schnee immer öfter ausbleibt?

WINTER-WUNDERLAND

Das *Hotel Romantischer Winkel* in einer klaren, verschnéiten Winternacht. Der Wintersport verliert im Harz wegen des Klimawandels an Bedeutung – jetzt zahlt sich aus, dass Hotelinhaber Joseph Oelkers schon seit Jahrzehnten den Fokus auf Wellness, Kulinarik und Indoor-Events setzt

WINTERURLAUB

Das gab's noch nie: „Unser Skilift ist vergangenen Winter an keinem Tag gelaufen“, erzählt Volker Hupfer, Inhaber des Naturparkhotels *Waldfrieden*, gelegen auf immerhin 1020 Höhenmetern bei Todtnau im Schwarzwald. Nicht an einem einzigen Tag lag in der Saison also genug Naturschnee, um die hoteleigene Piste hinter dem Haus zu befahren. „Normalerweise haben wir Schnee von Januar bis März“, erzählt der Hotelier, und man hört schnell heraus, dass auf die weiße Pracht einfach nicht mehr so Verlass ist wie früher.

FAMILIEN ALS ZIELGRUPPE

Der Klimawandel ist da – und das spüren nicht nur die Hoteliers im Hochschwarzwald. Auch in weiteren mittelhohen Lagen wie im Allgäu, dem Sauerland oder dem Harz machen sich Hoteliers und Touristiker darüber Gedanken, mit welchen Aktivitäten sie ihre Gäste in der kalten Jahreszeit locken können, wenn der Wintersport teils komplett flachfällt. Und das ist auch bitter nötig, denn eine Studie des Centre National de Recherches Météorologiques in Grenoble sagt bei einer globalen Erwärmung von zwei Grad der Hälfte aller europäischen Skigebiete ein sehr hohes Risiko für Schneemangel voraus. Was also tun? „Den Kopf in den Sand stecken, geht nicht“, findet Daniela Diemel vom *Hotel Nuhnetal* im westfälischen Winterberg – selbst Wintersportfan. Zu ihren Kunden zählen Familien mit Kindern, die im Sauerland



SPORT MIT ZUKUNFT?

Ein Skifahrer auf einer Piste im Hochschwarzwald bei Todtnau. In der vergangenen Wintersaison hatte der Tourismus in der Region mit Schneemangel zu kämpfen. Schneekanonen auf den Pisten mussten den ausbleibenden Niederschlag ersetzen

› Ski- oder Snowboardfahren wollen, um die lange Fahrt ins Hochgebirge zu vermeiden. Auch wenn die umliegenden Pisten bei Schneemangel beschneit werden – um sich gegen wetterbedingte Ausfälle abzusichern, hat Diemel die Grenze für eine kostenlose Stornierung auf 30 Tage vor Anreise gesetzt. „Das wäre für uns anders nicht machbar.“

FAHREN AUF MATTEN?

Klar ist: Die Tourismusregionen und ihre Gastgeber müssen sich breiter aufstellen als bisher. Eine Erleichterung für die Hotelbesitzerin ist, dass die Region auch Radsportler anzieht. Neben dem größten Bikepark Deutschlands wurde 2014 in Winterberg auch ein Trailpark für Mountainbiker mit einem 40 Kilometer langen Streckennetz eröffnet. Dazu kommen Wanderer. Laut einer Befragung des Bayerischen Zentrums für Tourismus sei Wandern sogar die beliebteste Aktivität von Winterurlaubern überhaupt – erst danach folgt das Skifahren. Dabei kam ebenfalls raus, dass immerhin 36 Prozent der Befrag-

ten angaben, ihr Reiseziel auch dann zu besuchen, wenn dort mal kein Schnee liegen sollte – um dann eben anderen Aktivitäten nachzugehen. Und man kann das Glück natürlich auch selbst in die Hand nehmen: „Wir haben zuletzt das Schwimmbad erneuert und unseren Saunabereich vergrößert“, erzählt Daniela Diemel, die zudem davon ausgeht, dass das Skifahren auf Matten sich in den kommenden Jahren auch im Freizeitsport etablieren könnte – 2022 wurde bereits der erste Weltcup im Skispringen auf dem künstlichen Belag ausgetragen. Der ist zwar zu materialintensiv für kilometerlange Abfahrten, aber allemal ausreichend, damit Kinder auf Übungspisten Ski- und Snowboardfahren lernen können – ohne dafür stundenlang mit dem Auto in die Alpen fahren zu werden. Die Berge und Hügel sind ja da, ob mit und ohne Schnee.

WELLNESS ALS ALTERNATIVE

Auch *Waldfrieden*-Familie Hupfer hat zuletzt kräftig investiert, der Hausherr nennt sein vor einigen Jahren gebautes Spa-Haus entsprechend „eine zukunftsweisende Investition“. Den Ausfall des vergangenen Winters sieht er als Nagelprobe für sein Konzept: „Wir hatten kaum Stornierungen und eine insgesamt gute Auslastung, die Gäste waren zufrieden“, erzählt der Inhaber, der gleichzeitig Küchenchef ist.

Die Kulinarik spielt in diesem Konzept eine ebenso wichtige Rolle. Genauso wie die Gelegenheit, inmitten von Natur und moderner Schwarzwaldarchitektur eine Auszeit zu erleben. Diesem Mix sei es letztlich zu verdanken, dass der *Waldfrieden* trotz eigenem Lift nur



VOLKER HUPFER

noch wenig vom Wintersport abhängig sei. „Den Skiurlauber, der täglich Skifahren will, den haben wir nicht mehr“, sagt Hupfer.

„Der Ausfall des Winters vergangenes Jahr war die Nagelprobe für unser Konzept – das funktioniert hat.“

VOLKER HUPFER

Inhaber vom Naturparkhotel Waldfrieden

Fast unabhängig von dem Wetter vor seiner Haustür sieht sich auch Joseph Oelkers mit seinem *Hotel Romantischer Winkel* in Bad Sachsa im Harz. Seit er das Hotel 2001 von seinen Eltern übernommen hat, haben seine Frau und er in Indoor-Angebote investiert, wie den steten Ausbau der heute 3800 Quadratmeter großen Wellnessanlage, den Young Beach Kids & Teens Club, Animation für alle Altersgruppen und kulinarische Events mit prominenten Gästen im neu eröffneten *Joseph's Fine Dining*. Mit bemerkenswertem Erfolg: „Manche Leute sind vier Tage bei uns und nie draußen“, sagt der Hotelier. Die Schneemenge habe so keinen Effekt auf die Buchungszahlen. „Im Gegenteil: Die Gäste freuen sich, wenn die Straßen zu unserem Hotel frei sind.“

BEDROHTE WINTERPARADIESE

Sorgen macht sich Hotelier Hupfer dennoch. Nämlich, dass der Hochschwarzwald einmal seinen Ruf als Winterparadies verlieren könnte, wenn die Erderwärmung weiter voranschreitet. „Vielen Leuten geht es gar nicht mehr so sehr um den Wintersport, sondern darum, überhaupt Schnee zu sehen – das wird immer mehr zu etwas Besonderem.“ Und das gelte übrigens

nicht nur für den Gast aus Hamburg, sondern auch für die wachsende Zahl an Kurzurlaubern aus dem eine Autostunde entfernten Freiburg. „Die Herausforderung, vor der wir Gastronomen stehen, ist: Wir müssen uns stetig verbessern und neue Argumente finden, warum sich ein Aufenthalt bei uns lohnt“, findet Volker Hupfer.

DER LIFT BLEIBT!

Bleibt die Frage, wie die Zukunft vom hoteleigenen Skilift wohl aussehen wird? Der Lift koste zwar mehr, als er einbringe, sagt Hupfer, aber er soll trotzdem bleiben. Nicht nur als Angebot für die Gäste, sondern auch für die Einheimischen: „Den wollen wir erhalten, solange es geht.“



WOHLFÜHLEN IN JEDER SAISON

Sein vor einigen Jahren gebautes Spa-Haus nennt Volker Hupfer eine „zukunftsweisende Investition“ – weil es ein wetterunabhängiges Angebot für seine Gäste ist



NORDISCH BY NATURE

Das Boutique-Hotel *Onno* in der Stadtmitte von Rendsburg (oben) bietet 39 Zimmer und ist ein gutes Beispiel dafür, dass inhabergeführte Häuser am Markt sehr erfolgreich sein können

Großen Wert legte Gastgeber Claas Mäder (links) auf Design und Ambiente – sowie auf digitale Prozesse und modernes Arbeiten. Die Küche im *Drei* kann mit drei Köchen bis zu 160 Gäste versorgen

Blick in den Gastraum (unten) mit Emporen für die Gäste und Spiegel an den Wänden, um immer alles im Blick zu haben



Text Ulf Tietge | Fotos Pascal Oertel u.a. Aller guten DINGE ...

... sind drei – und das gilt in Rendsburg gleich dreifach. Denn hier tischt Claas Mäder in dritter Generation nordische Küche im Restaurant Drei auf, hat ein kunstverliebttes Boutiquehotel ins Städtchen gezaubert und die Kultkneipe der Stadt erhalten. Trotz Corona, trotz Inflation und ohne Probleme mit dem Personal

Genau 18 Jahre war Claas Mäder im Ausland. Mit 16 ist er nach der Realschule von daheim weg, hat erst auf einem Bauernhof gearbeitet, dann in Oslo Hotel-Management studiert, in der norwegischen Hotellerie Karriere gemacht und im hohen Norden seinen Lebensgefährten Martin kennengelernt. Der wiederum mochte Rendsburg und ging 2017 mit Claas nach Norddeutschland. Das Familienunternehmen übernehmen. Die Mutter ablösen, die ansonsten vielleicht noch mit 85 das kleine Hotel mit den damals 16 Zimmern führen würde. „Mir war aber auch klar, dass Rendsburg kein Schritt zurück sein darf. Dass wir was draus machen und investieren müssen!“

Um es vorwegzunehmen: Das ist mehr als gelungen. Auch, weil Claas Mäder sich mit Akribie selbst ums Marketing kümmert, digital denkt, seine Sparkasse mit einem soliden Businessplan überzeugt hat und nett zu seinen etwa 80 Mitarbeitern ist. Nur den Mindestlohn kriegt hier keiner, das spricht sich rum, zudem dürfen die Mitarbeiter entschei-

den, wen sie im Team haben wollen – und wen nicht. Soll heißen: Wer zum Probearbeiten kommt, der muss die Kollegen überzeugen, nicht den Chef.

RENSBURGS GUTE ADRESSE

Mit dieser Philosophie ist das *Onno Hotel* binnen fünf Jahren eine der besten und beliebtesten Adressen im Norden geworden. 82 Prozent Auslastung übers ganze Jahr – das muss man angesichts von norddeutschem Schietwetter im Januar und Februar erst mal hinkriegen. 39 Zimmer hat das *Onno* heute, ein Dutzend Apartments, ein Restaurant mit Anspruch (seit 2021), eine Kultkneipe (seit 2022) und fünf Crew-Häuser – die braucht es für die Mannschaften von Yachten und Schiffen, die in den Werften gewartet und überholt werden und in dieser Zeit von ihren Crews nicht bewohnt werden. Wie passend, dass das Design im *Onno* mit der Welt der Werften spielt, mit Cortenstahl und Salzwasser, mit dänisch schlichtem Design und dosiertem Hygge: Sichtbeton trifft hier auf samtbezogene Riesenhocker, XXL-Boxspringbetten auf Industrial-Chic-Möbel

aus schwarzem Stahl und eine mollig warme Fußbodenheizung auf Regenduschen wie im Spa.

Und das alles in Rendsburg. Im Schatten von Eisenbahnbrücke und Schwebefähre. In einer schnuckeligen Kleinstadt mit viel dänischer und norddeutscher Geschichte. Gleich gegenüber der Hauptwache, in der heute das *Drei* auf-tischt, lebte und starb der dänische König, ein paar Meter weiter hat man für den friesischen Freiheitskämpfer Uwe Jens Lornsen ein Denkmal errichtet, und Claas Mäder ist schon ein bisschen stolz darauf, dass es die historische Zellentür in der Hauptwache noch gibt, hinter der man Lornsen bei Wasser und Brot für sein Streben nach Unabhängigkeit von Dänemark büßen ließ.

Wasser und Brot gibt es im *Drei* noch heute – glücklicherweise aber auch einiges mehr. Der karge Zellenboden ist feinen Eichendielen, einem Fischgrätparkett im Kaminzimmer und Schiefer aus Öland gewichen. Durchaus beeindruckend, wie gediegen und stilvoll das Restaurant eingerichtet ist. Aber: Es ist fast zu schön geworden, sagt Claas



DAS DREI

hat seinen Platz in Rendsburgs alter Hauptwache mit den drei Bögen vis-à-vis vom alten dänischen Königssitz

➤ Mäder: „Als wir fertig waren, haben wir uns fast ein bisschen erschrocken – und haben gegen Vorurteile arbeiten müssen.“ Ist das *Drei* nicht zu teuer? Gehen da nicht nur die feinen Leute hin?

Dieser Kampf ist glücklicherweise gewonnen. Wir sind an einem ordinären Mittwoch im *Drei*, und schon um halb sechs ist mehr als die Hälfte der Tische belegt. Nordisch-norddeutsche Küche gibt es, gutbürgerlich und mit üppigen Portionen. Das kommt gut an. Der aufmerksame Service bringt Pannfisch mit Bratkartoffeln (28 Euro), Büsumer Fish 'n' Chips mit Nordseekrabben (19,50), Holsteiner Rumpsteaks (36,50) und Rote-Bete-Pralinen mit Joghurtcreme (19,50). Dessert? Dann vielleicht schwedisches Lakritzeis mit finnischen Lakritz-Streuseln und deutscher Lakritz-Schnecke?

Bei den Spirituosen bleibt Claas (bis auf den Aperol natürlich, den lieben auch die Nordlichter) seinem nordischen Konzept treu. Hinter der Bar stehen isländischer Gin mit Gletscherwasser, Rum aus Flensburg, Kanalwasser aus der Gegend und eine reiche Auswahl an Aquavit, Kümmel und Bitterspirituen. Dass wir im trinkfesten Norden sind, verrät die Karte auch – den Champagner gibt es zum gleichen Preis wie

die Flasche Ostholsteiner Edelkorn. 0,7 Liter für 55 Euro, da sollte man besser nicht nur zu zweit hier sein.

NEUE WEGE GEHEN

Eine Besonderheit ist die kompakte Weinkarte mit ausgesuchten Positionen aus Deutschland (viel Pfalz, viel Rheinhessen), Italien, Frankreich und Südafrika, die Sommelier Christoph Brunner von CHEFS CULINAR für das *Drei* geschrieben hat, was vom Restaurant auch genau so kommuniziert wird. Mit Foto und allem. „Er hat die Kompetenz, wir nicht. Hinzu kommt: Wir haben viele Gäste aus Skandinavien bei uns“, sagt Claas. „Und die sollen genauso ihren Wein finden wie die vinophilen Rendsburger, also brauchte es einen Profi für die Weinkarte.“

Clever sein. Smart. Sich nicht von alten Denkmustern bremsen lassen – das ist typisch Claas. Gemeinsam mit den Experten von CHEFS CULINAR hat er die Küche im *Drei* so bauen lassen, dass drei Köche 160 Gäste verwöhnen können. Die Küchencrew hat HI TASTE-Produkte im Einsatz (die Süßkartoffel-Bowl ist ein echter Bestseller), und der Service wird von einem Pudu-Roboter unterstützt. All das bringt Effizienz – ist aber noch lange nicht das Ende der Fahnenstange. „Schau mal“, sagt Claas,

zieht's Handy aus der Tasche und lässt ChatGPT ein Herbstmenü schreiben. Nach zehn Sekunden schlägt die KI vor: Kürbissuppe, gebratene Maronen, Waldpilzrisotto, Lammkeule und Apfelküchlein als Dessert. Weitere zehn Sekunden später ist der Werbetext übers Menü für Facebook fertig – mit appetitanregender Beschreibung und passenden Smileys.

„Als ich aus Norwegen wieder nach Deutschland kam, bin ich in der digitalen Steinzeit gelandet“, sagt Claas dazu, und man merkt, wie es ihn schmerzt, dass Deutschland derzeit so darbt und unter immer noch mehr Bürokratie leidet. „In Norwegen habe ich meine Steuererklärung verstanden und selbst erledigen können. Einfach mit dem iPad auf dem Sofa. Hier dagegen haben nicht mal mehr Steuerberater die Chance, alles zu verstehen.“ Auch deshalb wird nach dem Kauf der Kultkneipe *Datscha* (2022) und der Entscheidung fürs *Drei* (2021) jetzt erstmal langsam gemacht. „Es geht darum, an den Feinheiten zu arbeiten. Zuzuhören, nachzufragen und darauf zu reagieren, was die Gäste und was die Mitarbeiter wollen. Weißt du, ich habe einen Stein ins Wasser geworfen, und jetzt will ich mal gucken, wie weit sich die Wellen noch ausbreiten.“



THE BOTANIST
ISLAY DRY GIN



COINTREAU

CARLOS I
BRANDY DE JEREZ
SOLERA GRAN RESERVA

FERNET-BRANCA

DR. STEFFEN HEHNER

Mit einem Doktor für Pharmazie hat Dr. Steffen Hehner 22 Jahre lang als Unternehmensberater für McKinsey gearbeitet – dann kam das Angebot, von Januar 2023 an den Vorstandsvorsitz der Alloheim-Gruppe zu übernehmen. Die Alloheim ist mit 22.000 Mitarbeitern aus 130 Nationen der größte Anbieter auf dem Pflegemarkt und ist 2018 für 1,1 Milliarden Euro von der Carlyle Group an den schwedischen Private-Equity-Investor Nordic Capital verkauft worden.



DIE PFLEGE KURIEREN

Wie geht's angesichts von immer mehr Insolvenzen und Schließungen weiter mit der Pflegebranche? Das wollen wir von Alloheim-Chef Dr. Steffen Hehner wissen

Text Ulf Tietge | Fotos Jigal Fichtner

Rund eine Million Menschen leben in deutschen Pflegeheimen – doch die Branche bebt. Personal fehlt, die Kosten steigen, und zahlreiche Anbieter mussten in den vergangenen Monaten Insolvenz anmelden. Wir haben Dr. Steffen Hehner, den Vorstandsvorsitzenden von Deutschlands größtem Anbieter Alloheim, zu den Aussichten für die Branche, den Ursachen der Krise und seinen Plänen befragt.

Herr Hehner, von außen hat man den Eindruck, die Pflegebranche ist selbst zum Pflegefall geworden. Trügt der Schein – oder stimmt das?

Das ist in der Tat so, nachdem sehr, sehr viele Dinge in den vergangenen zwei Jahren zusammengekommen sind. Es gab im Januar 2022 eine größere gesetzliche Änderung, die vieles durcheinander gewirbelt hat. Dadurch sind die Finanzierungsgrundlagen völlig verändert worden. Hinzu kommen die Folgen durch Corona und Covid, die gerade in

den Pflegeheimen zu großen Belastungen für die Mitarbeiter und die Bewohner führten. Und dann sind da noch die Kosten durch die hohe Inflation, die systembedingt zunächst überhaupt nicht ausgeglichen wurden. Last not least: die verpflichtende Angleichung an die Tariflöhne – und damit waren wir in einem perfekten Sturm. Die gesamte Kostenstruktur ist nach oben gegangen, ohne dass dies refinanziert wurde, und das hat die ganze Branche ins Wanken gebracht. Die Folge ist, dass seit etlichen Monaten immer wieder kleine, mittlere und inzwischen auch große Betreiber in die Insolvenz gehen oder Rettungsschirmverfahren beantragen.

Selbst in der Tagesschau hieß es unlängst, es drohe ein Flächenbrand...

Ich würde schätzen, dass momentan 60 bis 70 Prozent der Anbieter stationärer Langzeitpflege nicht mehr in der Lage sind, wirtschaftlich zu arbeiten. Das betrifft nicht nur die privaten Anbieter, sondern auch die frei gemeinnüt-



› zigen. Selbst Einrichtungen der Kirche gehen inzwischen in die Insolvenz, zuletzt hatten wir einen Fall im Kreis Mettmann, davor war es eine Gruppe von Heimen im Schwäbischen. Es trifft alle, die ganze Branche kämpft mit einem Wasserstand bis zur Unterlippe.

Und wie ist das bei Ihnen?

Wir haben durch unsere Größe echte Vorteile und können tatsächlich noch wirtschaftlich arbeiten. Da geht's um Skaleneffekte, durch die wir Kostenstrukturen auf viele Einrichtungen umlegen. Zudem haben wir durch unsere Größe die Möglichkeit, professionelle Strukturen zu schaffen, um die Widrigkeiten des Markts frühzeitig zu antizipieren und damit umzugehen. Klassisches Beispiel: Jede Einrichtung hat die Möglichkeit, durch Verhandlungen mit Pflegekassen und Kostenträgern zusätzliche Kosten geltend zu machen. Viele aber tun sich damit schwer, diese Verhandlungen rechtzeitig zu beginnen und optimal vorzubereiten. Bei uns geht es um 280 Verhandlungen pro Runde – und wir haben dabei den Anspruch, immer die Ersten zu sein.

Da könnte man auf die Idee kommen, dass Alloheim noch weiter wachsen – und vielleicht sogar davon profitieren wird, dass es so schwierig geworden ist, am Markt zu bestehen.

Wir werden weiter wachsen. Einmal durch den Bau neuer Einrichtungen, wir wissen schließlich alle, dass der Bedarf in den nächsten Jahren weiter wachsen wird – Stichwort Babyboomer. Wir werden aber auch Einrichtungen, die sich uns anschließen wollen, in unsere Gruppe integrieren. Das hat Allo-

„Wir werden weiter wachsen. Und wir werden Einrichtungen integrieren, die sich uns anschließen wollen.“

DR. STEFFEN HEHNER sieht die aktuelle Krise als Chance für Alloheim

heim über viele Jahre zu dem gemacht, was wir heute sind: der größte private Anbieter mit aktuell 260 Einrichtungen, 22.000 Mitarbeitern, aber einem Marktanteil von nur 2,5 Prozent. Der Markt ist einfach noch immer sehr fragmentiert, während wir merken, dass wir erst durch die Nutzung von Skaleneffekten sehr hochwertig und wirtschaftlich arbeiten können.

Lassen Sie uns mal drei Jahre nach vorn schauen. Wie viele Betriebe hat die Alloheim-Gruppe bis Weihnachten 2026?

In den nächsten drei Jahren werden etwa 15 Neubauten hinzukommen. In der Pipeline haben wir 27 projektierte Vorhaben, zudem gibt es 20 in der Anbahnungsphase. Die Übernahmen kann man nie so genau vorhersagen – wenn Sie mich persönlich fragen, würde ich sagen: 100 weitere Einrichtungen. Das würde auch dem entsprechen, was wir in den vergangenen Jahren leisten und auch organisatorisch schultern konnten. Wenn ich allein danach ginge, wie viele Einrichtungen aktuell täglich bei uns anrufen, dann könnte die Zahl auch bei 200 im Jahr liegen.

Was müsste auf politischer Ebene passieren, damit die Situation für die Gesamtheit der Branche wieder erträglich wird?

Es bräuchte zuerst mal ein genuines Interesse auf Seiten der Politik, die Themen wirklich anzupacken. Die Pflegeversicherung hat ja leider einen grundsätzlichen Webfehler: Wir alle kennen die Krankenversicherung als Vollkaskoversicherung mit nur geringen Zuzahlungen. Bei der Pflege ist es umgekehrt. Da gibt es eine Zuzahlung von der Pflege – und alles andere muss privat finanziert werden. Angesichts von inzwischen mehreren Millionen Pflegebedürftigen muss das überdacht werden, um deren Versorgung abzudecken. Es wird dauerhaft nicht funktionieren, dass nur die gepflegt werden, die es sich leisten können.

Das würde zu deutlich höheren Beiträgen für die Pflegeversicherung führen und sicher zu Mehrkosten im zweistelligen Milliardenbereich.

Aktuell sind die Beiträge noch sehr gering. Aber es stimmt: Wir reden über eine große Aufgabe, die derzeit nicht zuletzt durch Zuschüsse aus Steuergeldern finanziert wird. Der Staat muss die Pflegebranche ja heute schon massiv unterstützen, hinzu kommt, dass viele Bewohner nach dem Aufzehren ihrer Ersparnisse in die Sozialversicherung abrutschen und damit wiederum Kommunen und Kreise für sie aufkommen müssen. Die Belastungen sind also schon da – aber eben chaotisch verteilt und unorganisiert.

Wo müsste denn dann ein ehrlicher Pflegeversicherungsbeitrag liegen?



AUF WACHSTUMSKURS

Bis zu 100 Einrichtungen werde die Alloheim-Gruppe in den nächsten Jahren übernehmen, 30 bis 50 weitere bauen, schätzt Vorstand Dr. Steffen Hehner

Wir haben aktuell etwa eine Million Menschen, die stationär gepflegt werden müssen – das kostet etwa 50 Milliarden Euro pro Jahr. Das ist etwa ein Viertel des Krankenversicherungsvolumens. Insofern reden wir über einen Beitrag von etwa 3,5 bis 4 Prozent von der Lohnsumme.

Welche Rolle spielt bei diesem ganzen Schlamassel die interne Organisation des jeweiligen Betreibers – oder anders gefragt: Wie gut ist die Branche aufgestellt und organisiert?

Auch da gibt es „von ... bis“. Es geht ja stets darum, eine gute Pflege zu gewährleisten, und dafür braucht es gutes Personal in ausreichender Menge sowie wirklich gute Organisations- und Ablaufstrukturen. Damit sind wir schnell beim Thema Technologie und Digitalisierung, einem vernünftigen Qualitätsmanagement sowie einem guten Aus- und Weiterbildungskonzept. Nehmen Sie allein mal das Thema Aus-

bildung. Wir haben 1700 Azubis jedes Jahr und natürlich eine eigenständige Organisation mit hierfür freigestellten Ausbildern, die sich um nichts anderes als um diese jungen Menschen kümmern. Ein kleiner Betreiber kann sich das gar nicht leisten.

Und reicht das, um genügend Personal zu finden?

Wir gehen noch weiter. Wir planen den Aufbau eigener Pflegeschulen.

In Deutschland oder im Ausland?

Sowohl als auch. Ausländische Fachkräfte sind natürlich ein Thema und spielen in der Pflegebranche wie in vielen Krankenhäusern eine große Rolle. Alle großen Betreiber sind inzwischen im Ausland aktiv. Wir planen, jährlich 300 bis 400 Fachkräfte nach Deutschland zu holen. Wir setzen hierfür auf lokale Partner, engagieren uns aber auch vor Ort, ermöglichen eigene Klassen und positionieren uns als Arbeitgeber-

marke. Zunächst haben wir hierfür zwei Länder besonders im Fokus: Vietnam und Nordmazedonien.

Zwei Fragen habe ich von Hans-Gerd Janssen mitgebracht, von dem ich auch grüßen soll. Die erste lautet: Wie gewinnt man eigentlich Pflegesatzverhandlungen?

Hmm. Gewinnen tut man da eigentlich gar nichts. Man kann höchstens einen guten Kompromiss erreichen, erst recht mit Blick auf den sehr engen gesetzlichen Rahmen, in dem man sich überhaupt nur bewegen kann. Wichtig ist natürlich trotzdem eine sehr gute Vorbereitung. Herr Janssen wird das wissen: Erfolgreich verhandelt man immer dann, wenn man ein bisschen mehr weiß als sein Gegenüber. Hinzu kommt, dass man Partner auf der anderen Seite hat, keine Gegner. Nur mit so einem Mindset kann man Vertrauen aufbauen, und das weiß unser Chef-Verhandler, der genau diese Verhandlungen seit in- >



Fotos: Alloheum Gruppe



HEIMELIG

260 Heime betreibt die Gruppe aktuell, darunter auch Seniorenresidenzen mit Panoramablick aufs Wasser wie hier in Grünheide am Peetzsee östlich von Berlin

› zwischen 29 Jahren führt. Der Mann ist eine Legende in der ganzen Branche ...

Die zweite: Welche Rolle spielen die Verköstigungssätze?

Die Verköstigungssätze sind eines von vier zentralen Preisbildungsthemen. Wir haben klassische Pflegesätze für die medizinischen Aspekte der Pflege, wir haben das Thema Unterkunft, die Investitionskosten und eben die Kosten für die Vollpension unserer Bewohner. Unsere Strategie ist: Wir kochen selbst. In jeder unserer 260 Einrichtungen, und dafür beschäftigen wir insgesamt mehr als 1000 Mitarbeiter.

Und was macht die Verpflegung finanziell aus?

Etwa 15 Prozent.

Und ist das ausreichend, um Ihre Bewohner wirklich lecker, abwechslungsreich und so gesund wie möglich zu ernähren? Ich mein: Vorhin sprachen Sie von Hotelpension, das lässt an Hotelstandards denken. Gibt es den in Pflegeheimen?

Mit 25 Prozent könnte man besser kochen und mit 30 Prozent noch mal besser. Und klar: Das Essen ist eine zentrale Beschäftigung, es ist für viele unserer Bewohner das Highlight des Tages,

und wir wissen alle, wie sehr Ernährung die Gesundheit beeinflusst. So limitiert die Mittel auch sind – unser Anspruch ist, dass wir täglich selbst und frisch kochen. Vor Ort und nicht aus einer Zentralküche heraus. Ich habe schon viele Male bei uns in den Häusern gegessen und finde: Geschmacklich ist das super! Es ist aber auch so, dass die Ansprüche hier inzwischen gewachsen sind. Früher waren Boulette und Kartoffelsalat das allerhöchste der Gefühle, heute bieten wir mit 1500 standardisierten Rezepten eine große Angebotsvielfalt an. Wir veranstalten jährlich eine eigene Kocholympiade, und dabei merkt man erst,

püretto

Genuss mit Sicherheit

Die neue Marke für die sichere
Verpflegung von Menschen mit
Kau- und Schluckstörungen.

Neu!
bei BestCon Food

*Maximale
Flexibilität.*



püretto proform

fein abgeschmeckt und in Form gebracht

- **Fix und fertig – natürlich geformt mit wenigen Zutaten**
Fein abgeschmeckt gehören Beilagen wie Bratkartoffeln, Gemüse oder leckere Fleisch und Fischprodukte zum Sortiment.
- **Stabil und einfach – regenerieren und servieren**
Ob cook and serve, chill oder freeze die Produkte passen zu Ihrem Verpflegungskonzept.
- **Sicher feinst püriert – weich, homogen und leicht zu schlucken**
Die natürlichen Formen der Produkte bringen Abwechslung in die Dysphagiekost.

Produziert in Deutschland. Lernen Sie das neue Sortiment für die feinst pürierte Kost von püretto kennen.

www.pueretto.de

Seit fast 20 Jahren
Ihr Partner für
Dysphagiekost.

püretto pur feinst pürierte Pürees

- **Natürlich pur – für einen individuellen Geschmack**
Ob Obst, Gemüse, Fleisch oder Fisch – alle Pürees sind ungewürzt und in ca. 4 g Pellets tiefgefroren.
- **Einfach flexibel – für unterschiedliche Konsistenzen**
Flüssig- oder Breikost, Schaum oder Timbale lassen sich ohne viel Aufwand zubereiten.
- **Vielseitig sicher – für feinst pürierten Genuss**
In der Dysphagietherapie in Kliniken oder in Senioreneinrichtungen einsetzbar.

*Maximaler
Komfort.*



 **BestCon**
Best of Convenience *food*

› wie gut unsere Küchenteams wirklich sind.

Überall vor Ort zu kochen, klingt vergleichsweise aufwendig.

Sicher kann man mit Zentralküchen bestimmte Skaleneffekte erzielen, aber im Gegenzug hat man Transportkosten, verliert Qualität und Flexibilität. Ich finde es großartig, dass in vielen unserer Einrichtungen die Köche auch gern noch einen Kuchen oder eine Torte für die Bewohner zaubern. Und es ist gut, dass wir auf besondere Ereignisse auch reagieren können. Wenn bei uns ein Bewohner 100 wird, ist es doch nur selbstverständlich, dass der Küchenchef dann auch mal etwas ganz Besonderes auf den Tisch bringt.

Kleiner Themenwechsel: Auf einer Skala von 1 bis 10: Wie innovativ und für neue Ideen aufgeschlossen ist die Bran-

„Unsere Strategie: Wir kochen selbst. In jeder unserer 260 Einrichtungen und mit 1000 Mitarbeitern.“

DR. STEFFEN HEHNER sieht bei Zentralküchen Nachteile durch Transportkosten und weniger Flexibilität

che aus Ihrer Sicht?

Puh, ich glaube: Da gebe ich als Durchschnitt eine Vier.

Und wo steht Alloheim?

Bei Acht. Unser Vorteil ist, dass wir uns Innovationen leisten können. Elektronische Trinkbecher zum Beispiel, die genau registrieren und dokumentieren,

wer wie viel getrunken hat, und das den Pflegekräften melden. Wir geben insgesamt für IT und digitale Technologie in etwa so viel Geld aus, wie acht normale Einrichtungen Umsatz machen. Während man andernorts vielleicht gerade mal W-Lan anbietet, starten wir innovative Projekte mit Telemedizin.

Stichwort neue Ideen: Wäre es eine Option, Menschen im Ausland zu pflegen?

Ich meine: Viele Menschen holen sich neue Zähne in Ungarn, verbringen den Winter in der Türkei – warum also nicht die Menschen da pflegen, wo es dafür die nötigen Arbeitskräfte gibt?

Das ist ein sehr interessantes Thema, an dem wir auch dran sind. Man denke nur an die seinerzeitigen Gastarbeiter, die mittlerweile auch im Pflegealter sind. Warum soll man die nicht in ihrer alten Heimat pflegen? Wir haben auch einen gewissen Pflege-tourismus, wo man auf Einrichtungen in Ungarn oder Tschechien setzt, weil es einfach günstiger ist. Auf der Gegenseite muss man aber auch wissen: Die stationäre Pflege, wie wir sie kennen, gibt es in vielen anderen Ländern überhaupt nicht. Heime, wie es sie bei uns gibt, werden Sie in Italien oder Spanien nicht finden – ebensowenig wie ausgebildete Fachkräfte.

Klingt, als könnte man Ihr Know-how exportieren. Dann wird aus Alloheim doch noch Allohome...

Das ist aktuell kein Thema, und es ist rechtlich sehr kompliziert. Wir kennen uns in Deutschland am besten aus und haben dennoch kaum mehr als zwei Prozent Marktanteil. Da werden wir uns jetzt nicht auch noch im Ausland verzetteln, sondern konzentrieren uns lieber zunächst aufs Hier und Jetzt. □



HERRSCHAFTLICH

Aus dem Alloheim-Portfolio:
Schloss Westhusen bei Dortmund



THE VEGETARIAN BUTCHER TK NO MEATBALLS

Bei Gerichten mit Fleischbällchen gibt's keine kulinarischen Grenzen – das gilt auch für die vegane Variante auf Pflanzenproteinbasis. Ob gebacken, mit Pasta oder mit Kartoffeln: Hier kommt jeder auf seine Kosten, und das komplett fleischfrei.

VPE: 2 kg

FRANKENLAND FRUCHTJOGHURT

KiBa zum Löffeln: Der 3,8-%-Joghurt kommt im praktischen 5-Kilo-Eimer und überzeugt mit einem frischen und vollmundigen Geschmack. Die Kombination aus Kirsche und Banane ist ein Klassiker, ob beim Frühstück oder für leckere Desserts.

VPE: 5-kg-Eimer



NEU IM SORTIMENT

Dürfen wir vorstellen? Spannende, neue Produkte für Köche, Schleckermäuler und glückliche Gäste



JAUS BUNS AUS WEIZEN

Saftige Burger brauchen weiche und gleichzeitig knusprige Brötchen. Die Weizensoftbrötchen von Jaus bringen genau diese Qualitäten mit – und kommen entweder mit Sauerteig und Haferflocken oder Sesam daher oder bestehen aus Briocheiteig.

VPE: 7 x 4 Stück

SELTSMANN SERIE „NORI“

Inspiziert vom Ozean: Die Struktur der Meeresalge war Vorlage für das Relief der Porzellanserie „Nori“. Durch das Wechselspiel von glatten und strukturierten Flächen sticht die Serie hervor – und erfüllt spielend leicht alle gastronomischen Anforderungen.

VPE: 1 Stück



TK CARPACCIOS

In Scheiben geschnitten, Lebensmittelszubereitung auf Basis von gekochtem Oktopus, White-Tiger-Garnelen und japanischen Sepien (Ø jeweils 10 cm) sind der perfekte Einstieg in Ihr Menü – und im Handumdrehen serviert. So haben Ihre Gäste Meeresfrüchte noch nie erlebt!

VPE: 10 x 80-g-Schalen



A chef with short dark hair, smiling, is shown in profile from the chest up. He is wearing a blue denim jacket with a logo on the left chest that reads "Beef CULINAR" with a stylized orange flame or star above it. He is holding a large, fresh red fish (likely a sea bream) with both hands, presenting it towards the right. The background is a rustic kitchen with a stone wall and some kitchen equipment visible in the lower right.

Text Stephan Fuhrer

SCHAU MIR IN DIE PFANNE, KLEINER!

Daniel Kämmer ist nicht nur Spitzenkoch, sondern auch begnadeter Küchenstrategie. Kein Wunder, dass der Mann irgendwann Chef der CHEFS CULINAR Genusswelt werden musste ...



OB FISCH ODER FLEISCH

– Daniel Kämmer hat zu nahezu jedem Produkt eine pfiffige Idee. Bei der Produktion der Grillfibel von CHEFS CULINAR, aus der dieses Bild stammt, zauberte der Koch mit diesem Rotbarsch ganz weltoffen ein Meet-&-Greet mit einer Königskrabbe auf den Teller – und das im Levante-Style

Ein Glück, war der Bub schon recht früh auf sich allein gestellt, möchte man meinen. Denn weil Mutter und Vater Kämmer im Alltag beruflich sehr eingespannt waren, begann der sechsjährige Daniel, sich eben selbst was zu kochen. „Erst Nudeln mit Butter, dann Nudeln mit Butter und Ei und schließlich meine erste Bolognese“, erzählt der Küchenchef der CHEFS CULINAR Genusswelt und muss bei der Erinnerung an sich als kleinen kochenden Bengel in der schwäbischen Provinz selig lächeln. „Ich hab’ danach allen immer verkündet, dass ich mal Koch werde – und bin’s dann auch geworden.“ Andere Berufswünsche? Gab’s nie. „Das mit der Küche war irgendwie schon immer klar“, sagt Daniel.

KOCH, ENTERTAINER UND ENTWICKLER

Wenn man es ganz genau nimmt, ist aus Daniel Kämmer aber schon noch ein bisschen was anderes geworden. Schließlich stehen er und sein dreiköpfiges Köcheteam nicht nur in der Küche, um für die eigene Datenbank oder verschiedene Events und Marketing-Aktionen Rezepte zu entwickeln, sondern sind auch als Moderatoren und Entertainer auf Messen und Veranstaltungen unterwegs. Gleichzeitig arbeiten Daniel Kämmer, René Ludwig, Christoph Koscielniak und Maximilian Pilz auch für das Consulting-Team von CHEFS CULINAR, unterstützen Kunden dabei, neue Küchenkonzepte auf die Beine zu stellen, oder teilen ihr Wissen in Vorträgen. Für Daniel ist das neben dem Kochen ein ebenso wichtiger Teil seines Jobs. „Wenn man am Ende eines Prozesses zusammen mit dem Kunden ein Problem löst und dieser dann optimistisch und positiv nach vorne schauen kann, gibt mir das persönlich genauso viel“, so der Chefkoch.

Apropos Prozesse: Die spielen für Daniel Kämmer in seinem beruflichen Werdegang eine wichtige Rolle. Denn er weiß aus eigener Erfahrung in

➤ zahlreichen Küchen: „Man muss in unserem Job eben nicht nur kochen, sondern sich auch organisieren können.“

NICHT NUR STERNE

Zu Beginn seiner Laufbahn, als er bei Sternekoch Lothar Eiermann in dessen *Wald & Schlosshotel Friedrichsruhe* seine Ausbildung begann – als Jugendlicher und erster Lehrling ohne Abi („das war halt ganz in der Nähe, Mama hat mich hingefahren“) –, war Daniel das noch nicht so ganz klar. Die Botschaft war in der gehobenen Küche auch eine andere. Es ging ums Handwerk, ums Können und ums Bessere als die anderen. So ganz schmeckte das dem kumpeligen jungen Kerl aber nicht. Und wäre er bald darauf nicht im *Maritim Seehotel*

„Man muss in unserem Job nicht nur kochen, sondern sich auch organisieren können.“

DANIEL KÄMMER
über die Basics in der Profi-Küche

am Timmendorfer Strand gelandet und hätte mit Lutz Niemann einen offenen, kreativen und empathischen Chef getroffen, hätte es das mit der Kochkarriere auch schon wieder sein können.

Doch es ging weiter. Zum Glück. Dieses Mal selbst als Küchenchef. Etwa im

Grand M im *Maritim Hotel Berlin* oder im *Restaurant L'Echalote* in Bremen. Mal raus aus der Sterne-Gastronomie zu kommen, war für mich wichtig“, erzählt Daniel. Zu sehen und zu lernen, wie man für ein Catering auch mal 5500 Gerichte schicken kann. Und dass Convenience oder High Convenience, richtig eingesetzt, auch mal die bessere Lösung sein kann, als immer alles selbst zu machen. „Diese sehr unterschiedlichen Prozesse haben mich fasziniert – und geerdet“, bilanziert der Chef der Genusswelt. Und es hat ihn am Ende auch – über weitere Stationen, etwa als Küchendirektor für alle Marken der H-Hotels – schließlich zu den Profiköchen von CHEFS CULINAR nach Weeze geführt.

Extra sahnig, besonders lecker: Unsere Sahnepuddinge

- ✓ Servierfertig & sofort einsetzbar
- ✓ Gleiche Rezeptur in beiden Gebindegrößen
- ✓ Vorteile bei Hygiene, Energie & Personalplanung
- ✓ 85 g für die individuelle Verpflegung
- ✓ 5-kg-Eimer für den großen Bedarf

frischli



Mehr Informationen finden Sie auf: www.frischli-foodservice.de





FACHMANN

Der Kerl kann in der Küche beides: akribisch arbeiten und dabei Spaß haben, wie bei der Chefs Challenge aus dem Jahr 2021 mit und gegen Kumpel Thorben Schröder

DIE KIDS KOCHEN AUCH SCHON

Und was macht Daniel, wenn es sich bei ihm mal nicht um Küchen und ums Kochen dreht? „Ich verbringe total gerne Zeit mit meinen Kids“, erzählt der zweifache Vater. Um was zu tun? „Um etwa gemeinsam zu Hause was Leckeres zu kochen“, sagt der Koch und lacht sein ansteckendes Lachen. Und die Kids ziehen mit. Der Apfel fällt eben doch nicht weit vom Stamm. Dazu Daniel:

„Sie müssen ja nicht meinen Weg gehen, aber ich find's schon mal schön, dass sie meine Leidenschaft für mit Liebe gekochtes Essen teilen...“

UNSERE PROFIKÖCHE

Sie wollen Kontakt aufnehmen, weitere Infos zu unserem Küchen-Profis oder mal einen Blick in unsere Genusswelt werfen? Hier lang:



geti wilba

Das Besondere ist unsere Stärke.

Ihre Nummer 1 ... in Sachen Hühnerfleisch

Wir sind ein zuverlässiger, vertrauensvoller Partner für unsere Kunden und Lieferanten.

Wir bieten eine lückenlose Kontrolle vom lebenden Tier über eine eigene Schlachtung bis hin zur eigenen Weiterverarbeitung des fertigen Produktes und bürgen für eine gleichbleibende und ausgezeichnete Qualität.

GETI WILBA Fleischprodukte GmbH
Hansestraße 2, D-27432 Bremervörde
E-Mail: geti-wilba@geti-wilba.de
www.geti-wilba.de





NACHHALTIG NETWORKEN

Fetzigste Koch-Battles der Nachwuchsköche bei Rock the kitchen, Kulinarik der Extraklasse und jede Menge Austausch über Neues, Nachhaltiges und Bewährtes: Das Programm der Herbstmesse in Leipzig war randvoll. Neben der Messe in Leipzig veranstaltet CHEFS CULINAR Messen in Neumünster, Berlin, Ulm und Düsseldorf. Wir bieten außerdem eine Reihe an Seminaren und Workshops an – s. S. 67. Weitere Infos auf chefsculinar.de/messen



Rein in DIE GENUSSWELT

Text Sophie Radix | Fotos CHEFS CULINAR

Hier trifft sich die Branche: Auf der Leipziger Herbstmesse von CHEFS CULINAR gab es Bewährtes und Neues, Feuriges und Nachhaltiges für Gastronomen – ein Rundgang

Vegane Cevapcici, Trinkhalme aus Schilf, Teebeutel aus Maisstärke und viele wertvolle Informationen zu den Megathemen Digitalisierung und Nachhaltigkeit – all das gab's auf der Herbstmesse in Leipzig zum Probieren, Kennenlernen und Anfassen. Im Mittelpunkt: Lina, die aktuell wohl innovativste Gastro-Software in Deutschland und Kollex, eine Bestell-App für Gastronomen. Die zahlreichen Besucher erlebten an den Ständen mit allen Sinnen, wie Nachhaltigkeit, Wirtschaftlichkeit und Genuss vereinbar sind. „Unsere Bolo-Alternative aus Sonnenblumenprotein wird bereits in den besten Kliniken angeboten“, erzählte etwa Planet-V-CEO Govinda Thaler, einer von 180 Ausstellern. „Sicherlich ein Zeichen, dass vegane Speisen einen immer höheren Stellenwert einnehmen.“

Die große Vielfalt an Fleisch und fangfrischem Fisch gab's natürlich trotzdem zu begutachten. Genauso wie das große

Italien-Special, in dem feinste Öle, erlesenste Weine und beste Teigwaren präsentiert wurden. Auf den Showbühnen und -küchen konnten die Besucher zudem bei dem Nachwuchs-Kochbattle „Rock the Kitchen“ mitfiebern. Oder sie schauten direkt bei den Profiköchen René Ludwig und Maximilian Pilz aus der CHEFS CULINAR Genusswelt über deren Schultern, wie diese Gerichte mit Mini-Gemüse, Buchweizen und anderen kreativen Zutaten zauberten.

NACHHALTIG EFFIZIENTER

In Leipzig fanden zum ersten Mal Seminare rund um das Thema Nachhaltigkeit statt, in denen die zertifizierte Nachhaltigkeitsbeauftragte Astrid Nogaitzig den Teilnehmern wertvolle Tipps an die Hand gab, wie jeder Gastronom den Alltag ein Stück weit ökologischer gestalten kann – was am Ende im Übrigen nicht nur dem Planeten helfe: „Wer intelligent unterwegs ist, spart Emissionen – was sich natürlich in der Bilanz

zeigt“, sagte die Betriebswirtin für das Hotel- und Gaststättengewerbe.

HI TASTE IN ALLER MUNDE

Eine weitere Möglichkeit zum Energiesparen: der Einsatz von High Convenience. Produkte aus der HI TASTE-Linie von CHEFS CULINAR helfen, den Verbrauch klein zu halten, lernten die Besucher. „Wer mit einer fertigen Jus arbeitet, spart viele Kilowattstunden“, erklärte Verkaufsleiter Andreas Patz. Immerhin köchele eine solche gerne mal 24 Stunden, was sich auch in der Stromrechnung zeigt. Dazu könne HI TASTE auch eine Antwort auf den zunehmenden Fachkräftemangel sein. Dass die Qualität der Speisekarte noch verbessert werden kann, konnten CHEFS CULINAR-Kunden an den entsprechenden Ständen verkosten. Sousvide-gegart Gänse, Kalbsbäckchen und Co.: ein Festessen! Und das ist nur ein Grund, um bei der nächsten Messe im Frühjahr wiederzukommen. □

SÜSSE ZIELGRUPPE

Mehlspeisen werden wieder entdeckt, und Desserts können schon mal vom Grill kommen. Der süße Nachtisch feiert nicht nur im Berliner Restaurant *Coda* sein Comeback, wo es nur Desserts gibt, einschließlich der passenden Getränke. Mit einer gelungenen Dessertkarte lässt sich nicht nur mehr Umsatz generieren, sondern auch ein gelungener Schlusspunkt setzen. Da kommt man gerne wieder.

E-BIKERS WELCOME

Hieß es früher „Bikers welcome“, so gehören heute Gäste mit Pedelec zur Zielgruppe. Um die 8,5 Millionen E-Bikes rollen in Deutschland. Dieses Jahr werden erstmals mehr E-Bikes verkauft als Velos. Findige Hoteliers haben das Potenzial erkannt und Ladestationen installiert. Sogar der ADAC hat das Thema entdeckt und bietet Touren und Fahrsicherheitstraining an.

GUTE IDEE

Von Null auf Hundert zum Service-Profi – das verspricht das neue Berliner Unternehmen Gastroutine, das mit einer App den eklatanten Personalmangel beheben will. Die Nano-Lernplattform soll Branchen-Neulinge und Geflüchtete in maximal vier Stunden fit für einen Job in der Gastronomie machen. www.gastroutine.de

KLEIN, ABER FEIN

Kulinarisch werden Sardinen gerade neu ausgelotet, nachzulesen in „Das große Nuri Sardinen Kochbuch“ (Brandstätter Verlag). Die kleinen Fische landen beispielsweise auf Flammkuchen. Auch zwischen Lasagneblättern mit Tomatensoße oder im Nizzasalat machen sie sich gut. Mit kleinem Aufwand lässt sich Großartiges zaubern. Lecker!

CHEFS CULINAR UNTERSTÜTZT FORDERUNG ZUR MEHRWERTSTEUER

7 PROZENT MÜSSEN BLEIBEN!

CHEFS CULINAR unterstützt die DE-HOGA-Forderung: 7 Prozent Mehrwertsteuer auf Speisen in Restaurants müssen bleiben! Bei einer Erhöhung auf 19 müssten die Betriebe die Kostensteigerungen zwangsläufig über höhere Preise an die Gäste weitergeben. Umsatzverluste wären vorprogrammiert, Existenzen würden erneut auf dem Spiel stehen. „Die Gastronomie zu stärken, muss eines der Hauptanliegen von Politik und Gesellschaft sein“, erklären Hans-Gerd Janssen und Dirk Lütje, Geschäftsführer von CHEFS CULINAR

gemeinsam. Restaurants seien für uns alle ein wichtiger Bestandteil des sozialen Lebens, der Kommunikation und der Kultur. „Das muss die Politik anerkennen. Und zwar mit einem Mehrwertsteuersatz, der auch in Zukunft bei 7 Prozent liegt. Das ist eine der wesentlichsten Voraussetzungen für die Gastronomie, wirtschaftlich arbeiten zu können sowie lebendig und für ihre Gäste bezahlbar zu bleiben.“ Wer die DEHOGA-Petition unterstützen möchte, hier lang:



BEWERBUNGSPHASE MARKETING.AWARD

DIE ZUKUNFT HAT ZUKUNFT

In Zeiten von Fachkräftemangel und steigenden Kosten sind zündende Ideen und Lösungen gefragt. Der in der Branche bestens bekannte und angesehene Marketing.Award setzt hier an und zeichnet die besten Ideen und Konzepte aus. Zielgruppe ist die Gemeinschaftsgastronomie. Der Preis wird gemeinsam von gypraxis und CHEFS CULINAR vergeben. Das aktuelle Motto lautet:

„Impulse für eine bessere Zukunft“. Eine hochkarätig besetzte Jury wird insgesamt zehn potenzielle Preisträger nominieren. Diese werden nächsten Juni zu den gypraxis Trendtagen in Hanau eingeladen. Als Preis winkt eine Mitgliedschaft im exklusiven Marketing.Award-Club. Einsendeschluss für die Bewerbung ist der 16. Februar 2024. Alle Infos unter: marketingaward.eu □





DIE SIEGER

Stefan Wilke, Caroline Kampmann (für Bernhard Kampmann), Dieter Fembacher, Kai-Uwe Schütt (von links). Es fehlt Andreas Widmann

LAURENTIUS AWARD 2023

EHRE, WEM EHRE GEBÜHRT: EIN STATEMENT FÜR DIE AUSBILDUNG

Teamplayer gesucht! Verstärke unser Team! In Deutschland sind eine Viertelmillion Lehrstellen frei. Gerade die Gastronomie ächzt unter dem Mangel. Gleichzeitig suchen fast 150 000 junge Leute eine Ausbildung.

WERTSCHÄTZUNG

Der Verband der Köche Deutschlands (VKD) hat dafür mit Unterstützung u.a. von CHEFS CULINAR den Laurentius Award ins Leben gerufen und erstmals vergeben. Laurentius who? Laurentius ist der Schutzpatron der Köche. Frei nach dem Motto „tue Gutes und rede darüber“ werden herausragende Ausbilderinnen und Ausbilder in Restaurants, Hotellerie, Gemeinschaftsverpflegung oder Event-Gastronomie geehrt. Auch das ist Werbung für die Branche.

Drei Fragen standen für die Bewerber im Vordergrund: Warum sind Sie Ausbilder geworden? Was ist Ihre Ausbildungsphilosophie? Welche Werte geben Sie an Ihre Azubis weiter? Alle Bewerber wurden vor Ort besucht, im September schließlich wurden erstmals im *Méridien* (Frankfurt) die Sieger gekürt. Die fünf Sieger zeichnen sich alle durch starke Statements aus. Kai-Uwe Schütt (*Upstalsboom*, Wyk auf Föhr) zielt auf junge Menschen, die „auch nach ihrer Ausbildung neugierig bleiben“, und Bernhard Kampmann (*Schlichte Hof*, Bielefeld) möchte die Individualität fördern. Andreas Widmann von *Widmann's Alb.leben* (Königsbrunn) will am Ende der Ausbildung einen selbstbewussten Menschen, „der bereit ist, die Küchen der Welt zu erobern“. Dafür

gibt es Coaching, Teamtage und Projekte. Bei Stefan Wilke (*The Fontenay*, Hamburg) liegen Modernität und Wertschätzung im Fokus. Den Ehrenpreis erhielt Martin Seitel vom Restaurant *St. Erhard*, Regensburg (Kolpinghaus-Gaststätten-Betriebs GmbH). Für ihn zählen Aufgaben und Ziele definieren, Wertschätzung zeigen, Entwicklungswege aufzeigen, Hilfstätigkeiten richtig kommunizieren, regelmäßige Feedbacks geben, angemessen bezahlen und Sicherheit geben. □

LAURENTIUS AWARD

Mehr über den Laurentius Award sowie alle Statements der Nominierten finden Sie auf: www.vkd.com



FÜR 10 (BEILAGEN-) PORTIONEN

PRETTY IN PINK

Rosarote Semmelknödel mit
Roter Bete und Meerrettich

SEMMELKNÖDEL

300 g Semmelknödel
30 g kernige Haferflocken
30 g Meerrettich
80 g Rote Bete
30 g Rote-Bete-Pulver

DIE SEMMELKNÖDELMASSE wie im Rezept angegeben herstellen (siehe nächste Seite im Kasten). Haferflocken dazugeben. Meerrettich und frische Bete jeweils waschen, schälen und reiben. Mit dem Rote-Bete-Pulver unter die Semmelknödelmasse mischen.

Knödel abdrehen und in reichlich Salzwasser gar kochen.

PROFI-TIPP

Etwas Rote-Bete-Saft im Kochwasser verstärkt die Farbe und verhindert das Auslaugen.



Rezepte Maximilian Pilz, Daniel Kämmer, René Ludwig | Fotos CHEFS CULINAR

GIB DIR DIE KUGEL!

Semmelknödel können mehr als nur Beilage. Wir rücken die Brotbällchen mal ganz in den Mittelpunkt: in Rosarot mit Roter Bete und Meerrettich, schön herbstlich mit Kürbis und Bacon sowie als feinen Salat mit gebackenen Radieschen

FÜR 10 (BEILAGEN-) PORTIONEN

GOLDENE HERBST-BÄLLCHEN

Knackige Semmelknödel mit gebratenem Speck und Kürbiskernen

SEMMELEKNÖDEL

300 g	Semmelknödel
70 g	Bio-Hokkaidokürbis
70 g	Bacon
40 g	Kürbiskerne
2 g	Jodsalz
2 g	schwarzer Pfeffer, gemahlen
3 g	brauner Rohrzucker

DIE SEMMELEKNÖDELMASSE wie im Rezept angegeben herstellen (Kasten).

Den Kürbis waschen und in feine Würfel schneiden. Den Bacon ebenfalls klein schneiden. Beides in einer Pfanne anschwitzen. Die Kürbiskerne grob hacken und zum Kürbis in die Pfanne geben. Mit den Gewürzen abschmecken und garen, bis der Kürbis noch leicht Biss hat. An-

schließend mit der Knödelmasse vermischen.

Aus dem Teig die Knödel abdrehen und in ausreichend Salzwasser gar kochen.

PROFI-TIPP

Probieren Sie den Semmelknödel-Teig auch mit anderen Brotsorten wie Vollkorn oder Lauge aus oder mischen Sie die Sorten.





FÜR 10 (BEILAGEN-) PORTIONEN

RESTEFEST MIT OFENRADIESCHEN

Semmelknödelsalat mit gebackenem Gemüse und Apfelessig

SEMMEKNÖDEL

300 g Semmelknödel
400 g Radieschen
30 g Rapsöl
3 g Jodsalz
20 ml Apfelessig

FÜR DEN SEMMEKNÖDELSALAT die Semmelknödel wie im Rezept angegeben herstellen und fertig garen. Sobald die Knödel ausgekühlt sind, in Spalten schneiden.

Die Radieschen waschen und halbieren. Mit Öl und Salz würzen und im Ofen auf

einem Blech bei 170 Grad 10 Minuten backen. Ebenfalls auskühlen lassen. Mit den Knödelspalten mischen sowie mit Apfelessig und nach Bedarf mit Pfeffer abschmecken.

PROFI-TIPP

Dieses Rezept eignet sich optimal, falls Sie Semmelknödel übrig haben und diese noch weiter verarbeiten möchten. Probieren Sie den Semmelknödelteig auch mal mit anderen Brotsorten wie Vollkorn oder Lauge aus oder mischen Sie die Sorten.

SEMMEKNÖDEL- GRUNDREZEPT

Für 300 g Semmelknödel
113 g altbackene Brötchen
klein schneiden. 38 g Zwiebelwürfel in etwas Rapsöl
anschwitzen, mit 85 ml Milch
(1,5 % Fett) ablöschen und
aufkochen. Die Milch zu den
gewürfelten Brötchen geben
und vermengen. 28 g Vollei,
19 g Mehl (Type 405),
19 g Speisestärke und 2 g ge-
hackte Petersilie dazugeben
und nochmals vermengen.
Mit 1 g Salz, etwas Pfeffer und
Muskatnuss würzen. Masse zu
Knödeln formen.
In siedendem Salz-
wasser für etwa
15 Minuten garen.



JACKFRUIT

Die unreifen Früchte des in den Tropen heimischen Maulbeergewächses haben lange Fasern und absorbieren gut Aromen. Darum werden sie als Grundstoff für Braten, Pulled Pork, Geflügel oder Currys geschätzt. Reife Jakobsfrüchte schmecken fruchtig-süß und sind ideal für süß-saure Gerichte oder Desserts. Der Anteil an veganen Produkten ist aber noch gering.

WEIZEN

In der japanischen Tempura-Küche wird Weizen (bzw. Reis) mit Wasser verknetet, dann die Flüssigkeit mit den Kohlenhydraten entzogen. Was übrig bleibt, ist der Seitan genannte Kleber (Gluten), der anfangs als Panade benutzt wurde, inzwischen aber auch als Fleischalternative gute Dienste leistet. Das ist schlecht für Gluten-, aber gut für Soja-Allergiker.

Text Pascal Cames

EINMAL MIT OHNE

Auch wer kein Fleisch essen mag, träumt von Beef, Burger, Bratwurst. Mittlerweile ist das für Vegetarier und Veganer kein Problem. Nur: Aus welchen Grundstoffen gibt es die Fleischalternativen inzwischen eigentlich? Wir stellen die spannendsten vor

SOJA

Seit ungefähr 2000 Jahren wird in Japan und China bereits mit Sojabohnen gekocht. Eine japanische Spezialität ist Nattō. Dafür werden Sojabohnen gekocht und fermentiert (die indonesische Variante heißt Tempeh). Weit bekannter ist aber Tofu, der aus dem geronnenen Eiweiß der Sojamilch hergestellt wird. Die Konsistenz der Tofublöcke ist von puddingartig bis fleischartig wie beim Seidentofu. Der geschmacksneutrale Tofu lässt sich würzen, fermentieren, einlegen, räuchern, frittieren, braten. Es lassen sich daraus Pattys, Nuggets und Würste herstellen.

KICHERERBSEN

Über den „Umweg“ Orient (Falafel, Hummus) sind Kichererbsen in aller Munde. Die proteinreichen Hülsenfrüchte lassen sich zu Wurst oder Burger weiterverarbeiten. Das Wasser, in dem Kichererbsen gekocht werden, Aquafaba, gilt als Eiklarsatz und ist Grundlage für vegane Desserts.

ERBSEN

Durch die Verwendung für vegane Lebensmittel hat die Hülsenfrucht ihr Comeback jenseits der Erbswurst erlebt. Besonders ihr Protein wird in der Verarbeitung geschätzt. Sie ist regional, hat einen hohen Eiweißanteil (25 Prozent) und ist allergenarm. Erbsen wachsen in Europa und lassen sich bis auf eine Höhe von 2000 Meter kultivieren.

PILZE

Pilze sind als Fleischersatz geschätzt, wie das Beispiel Parasol-Schnitzel zeigt. Sie lassen sich trocknen und zu Pulver verarbeiten, um Soßen aufzuwerten. Shiitake, Portobello- und Steinpilze sind stark im Geschmack – Umami-Alarm!

GEMÜSE

Kartoffeln, Karotten und Sellerie sind für vegane Produkte aus vielerlei Gründen interessant.

Kartoffeln sind als Füllstoff und als Bindemittel (Stärke) gefragt, Karotten und Sellerie aber als Lieferant für Geschmack, Textur und Knusprigkeit.

Wichtig: Sellerie ist die häufigste Lebensmittelallergie bei Erwachsenen.





SPIESSIG?

Zum Abbeißen lecker!
So schaut ein pflanzlicher
Kebap aus dem Hause
Planted aus

Text Pascal Cames

GEPFLANZTES FLEISCH

Der Chemiebaukasten wird nicht angerührt: Planted kann auch so leckere Lebensmittel produzieren – mit Geschmack und Textur. Eine Erfolgsgeschichte ...

Das Kempththal (Eigenwerbung „The Valley“) bei Zürich ist bekannt für seine Erfolgsgeschichten. Anno 1887 siedelte sich ein gewisser Julius Maggi an, um dort Lebensmittel gegen Mangelernährung zu produzieren. Sein Rohstoff: Leguminosen, also eiweißhaltige Hülsenfrüchte. Vor vier Jahren installierte sich das FoodTech-Startup Planted, das nichts weniger will als Tierwohl, Klimaschutz und Geschmack unter einen Hut zu bringen. Der Rohstoff: pflanzliche Proteine. Die Programmatik: „Unser Ziel ist es, das Lebensmittelsystem zu verändern, indem wir gemeinsam mit all unseren Teams besseres pflanzliches Fleisch als tierisches herstellen“, heißt es.

CLEANE PRODUKTE

Die Geschichte beginnt 2017 mit Pascal Bieri, der mit vielen Eindrücken und Ideen aus den USA zurückkommt. Der erste: Die Zukunft muss fleischloser werden. Experten gehen davon aus, dass 2035 jede zehnte Mahlzeit fleischlos sein wird. Der zweite Eindruck: Ohne Konservierungsstoffe und Geschmacksverstärker schmeckt's besser. Es sollen cleane Produkte sein. Und so werden aus Gelberbse, Hafer und Sonnenblume pflanzliche Hühnerbrüste und Kebap. Bei der Produktion kommen zwei Verfahren zum Zuge. Das eine ist die Extrusion, mit der pflanzliche Proteine von kugelförmig in eine fasrige, ge-

streckte Form gebracht werden; so wie tierische Muskelfaserproteine. Zudem wird fermentiert. Das gibt Aroma und Textur. Seit 2019 arbeitet das Team von Planted an einer besseren Welt. Das Unternehmen wächst, genauso wie die Anzahl der Patente und das Portfolio.

VLEISCH AM STÜCK

Mittlerweile bietet unter anderem die Deutsche Bahn in ihren Bordbistros die pflanzliche Bratwurst an, mit Tim Raue und Haya Molcho werden Sondereditionen entwickelt. „Planted ist das erste vegane Proteinprodukt, das mich als Fleischersatz vollkommen überzeugt. Das Produkt hat eine einzigartige Textur und Struktur“, sagt Haya Molcho von den Neni-Restaurants. Mittlerweile

wird Planted Foods in mehr als 6100 Restaurants in der Schweiz, Deutschland, Frankreich, Italien sowie anderen Ländern angeboten. Pro Stunde wird rund eine Tonne pflanzliches Fleisch produziert.

Um das Portfolio zu erweitern, wird weiter am Standort Kempththal geforscht. Zu den selbstgesteckten Zielen von Planted gehört Fleisch aus einem Stück, wie zum Beispiel eine Hühnerbrust. Merke: Auch wer nichts Tierisches essen mag, will es doch so wie die meisten (Bratwurst, Schnitzel, Döner) haben und möchte nicht alleine essen. Passend dazu gab es vergangenes Jahr erstmals einen pflanzlichen Braten. Nicht nur die Welt will gerettet werden, sondern auch der Sonntag ...



SHINY HAPPY PEOPLE

Die Planted-Crew – inzwischen 200 Personen

VON LAFER LERNEN

Das Schicksal als Chance: Andere jammern über ihre Armut, für Johann Lafer wurde sie zum Glücksfall. Der gebürtige Österreicher nutzte sein Talent und wurde zu einem der größten Köche Deutschlands – und zu einer Marke, die sich immer wieder neu erfindet

Berlin, 1977: Die geteilte Stadt ist nicht arm, aber sexy, sondern arm und gewalttätig. Der Deutsche Herbst bedroht die Nation, der Bahnhof Zoo ist bekannter Umschlagplatz für harte Drogen. In Ost-Berlin steht dem Regime eine Revolte ins Haus, weil es keinen Kaffee mehr gibt. In diesen wilden Zeiten steigt Johann Lafer am Flughafen Tegel aus dem Flieger. Die Erinnerung daran ist noch sehr präsent: „Es war mein allererster Flug. Dazu brauchte ich eine Aufenthalts- und Arbeitserlaubnis. Und Geld hatte ich so gut wie keins.“ Dafür eine Stelle in der Küchenbrigade von Hans-Jörg Schlenker im *Schweizerhof*, dem bevorzugten Hotel des Showbusi-

ness. Seine profunde Ausbildung und die Liebe zur Patisserie hatten Johann Lafer den Weg aus der Steiermark in den Großstadtschub ermöglicht. Oder wie er es sagt: „Ich hatte Glück, in meiner Jugend durch die Armut zu Hause viel zu lernen.“ Ein Satz, den Arnold Schwarzenegger – ebenfalls ein prominenter Steirer – so ähnlich in seiner Biografie schrieb.

VON DER TORTE ZUM FISCH

Der Weg aus der österreichischen Provinz in die Gourmettempel der Metropolen wird für Johann Lafer ein Weg von der Patisserie in die „normale“ Küche. 1980 wird er als bester deutscher Patissier ausgezeichnet, wird Chefpatisier im Hotel *Schweizer Stuben* und in Eckart Witzigmanns *Aubergine* in München. Währenddessen arbeitet er daran, seine Talente auszubauen: Von Berlin wechselt er zunächst nach Hamburg ins

* geboren am 27. September 1957 in St. Stefan im Rosental (Steiermark), lernte der Sohn eines Landwirts Patissier in Berlin und arbeitete bei Witzigmann und anderen Größen. Es folgt eine gigantische Karriere

RÜHRIGER MANN MIT VIELEN TALENTEN

Mit seinem Restaurant *Stromburg* erkochte sich Johann Lafer zwei Michelin-Sterne. Als Koch wurde er mehrfach ausgezeichnet. Mindestens genauso groß ist sein Talent als Geschäftsmann und Vermarkter in eigener Sache. Mit Kochkursen, als Berater, im Fernsehen und als Macher ist er längst zur Marke geworden



ENTWICKLUNGEN

Johann Lafer in Wertheim 1980, darunter sein Risotto mit Pfifferlingen und Käsespänen und der Knödel mit Rotkraut



› *Le Canard*, wo sich bei der Zubereitung von Austern, Hummer und Loup de Mer neue Herausforderungen stellen. Überhaupt, was ist Talent, Herr Lafer? „Wenn mehr als Handwerk rauskommt“, lautet die Antwort. Wenn etwas entsteht, das uns staunen lässt. „Nehmen wir an, Sie braten Zwiebeln. Wie heiß ist das Fett, wie lange schmoren Sie, wie entwickeln Sie Süße, wie arbeiten Sie Nuancen heraus? Talent zeigt sich,

wenn man es besser machen will.“ Das habe ihn immer angetrieben: die persönliche Erfüllung, das „Da-geht-noch-mehr!“

Einer der bevorzugten gastronomischen Orte, um immer noch weiterzukommen, ist Paris. Bei dem weltberühmten Konditor und Chocolatier Gaston Lenôte verfeinert Johann Lafer nicht nur seine Kunst als Pâtissier, sondern erhält wichtige Lektionen in Sachen Disziplin.

Nicht umsonst sagte Lenôte: „Die Feinbäckerei lehrte mich den Geschmack der Genauigkeit, des Maßes, der Disziplin.“ Was Genauigkeit angeht, steuert Johann Lafer eine Anekdote bei, wie sein Meister Ökonomie in die Küche brachte: „Alles genau und kein Handgriff zu viel, lautete Lenôtres Regel.“ So habe er ihn gefragt: „Warum nimmst du die Himbeere von der linken in die rechte Hand und legst sie auf die Torte, wenn du das gleich mit der rechten machen kannst?“ Den Grundsatz, Arbeitsabläufe zu analysieren und zu rationalisieren, übernimmt Johann Lafer in seine Unternehmungen. So verwundert es nicht, dass ihn Gaston Lenôte später als vollkommensten Koch der Welt bezeichnen wird – weil er Pâtissier, Chocolatier, Glacier und ausgezeichnete Koch in einer Person sei.

DER ALLESKÖNNER

Johann Lafer lässt den lobenden Worten Taten folgen, und zwar in den typischen Lafer'schen Siebenmeilenschritten. Mit 26 Jahren wird er Küchenchef im *Le Val d'Or* in Guldental (Rheinland-Pfalz) und erobert im selben Jahr den Michelin-Stern zurück. Vier Jahre später kommt der zweite dazu. Noch wichtiger ist, was dazwischen geschieht: Die Hochzeit mit Silvia Buchholz, die zunächst seine Chefin ist. Gemeinsam übernehmen sie die *Stromburg* in Stromberg im Hunsrück. Sie renovieren und bauen um und installieren dort ihr Sternerestaurant *Le Val d'Or* sowie ein Zweitrestaurant namens *Turmstube* und

„Talent ist, wenn mehr als Handwerk herauskommt. Talent ist, wenn man es besser machen will.“

JOHANN LAFER

Patissier, Koch, Autor, Unternehmer

ein Hotel. Das alte Restaurant in Guldental wird zur Kochschule Table d'Or umgebaut. Zudem hat es Platz für Film- und Fotostudios. Johann Lafer lässt es medial krachen! Der Tausendsassa bringt Lieblingsrezepte, Backwaren und wie man richtig grillt in Buchform heraus. Sogar eine eigene Zeitschrift, „Johann Lafer – Das Journal für den guten Geschmack“, wird es von ihm geben.

Für manche Starköche ist es ein Einschnitt, wenn sie den Sprung ins Fernsehen wagen. Für Johann Lafer ist es eine natürliche Sache. Schon in der Berufsschule zeigt er ein Händchen für die Präsentation. Er ist talentiert. Als ihm der damalige Fernsehdirektor Dieter Klein rät, vor der Kamera zu agieren, wie er es hinter der Kamera tut, steht einer in Deutschland nie dagewesenen Karriere als Fernsehkoch nichts mehr im Wege. Außer der Tatsache, dass auch für Johann Lafer der Tag nur 24 Stunden hat. Nach 45 Jahren hinterm Herd und vor der Kamera („Lafer! Lichter! Lecker!“) sowie als Chef von bis zu 80 Mitarbeitern fordert der Körper seinen Tribut. Arthrose in beiden Knien, diagnostizieren die Ärzte. Operationen scheinen unumgänglich.

GESÜNDER ESSEN

Wie so oft im Leben von Menschen, die auch unter widrigen Umständen nach vorne blicken, entsteht auch aus dieser vertrackten Situation etwas Neues: Um eine zweite Knie-OP zu vermeiden, trifft Johann Lafer die Experten auf dem

Gebiet der Schmerztherapie, Dr. Petra Bracht und Roland Liebscher-Bracht. Sie befreien den Koch von seinen Qualen, daraufhin entsteht das Buch „Essen gegen Schmerzen“. Den Tipps und Übungen von Liebscher-Bracht steuert Lafer 90 vegane Rezepte bei, die vor Übersäuerung schützen, der Ursache vieler Gelenkschmerzen. Der Bestseller wird zum Wendepunkt für den Koch, sich intensiver mit gesunder Ernährung zu beschäftigen. Wie gesagt: Talent zeigt sich, wenn noch immer ein bisschen mehr geht. Für Johann Lafer ist dieses Mehr ein Lebenselixier.

Das zeigt sich derzeit auch bei dem Koch und dem Thema Nachwuchs. „Gute Köche braucht das Land“, sagt Johann Lafer, und nicht nur die: In allen Bereichen des Gastgewerbes fehlen Fachkräfte. „Dabei haben wir in Deutschland über 350 Sterne-Restaurants. Wenn es nicht mal denen gelingt, Köche und Fachpersonal anzuwerben, wie sollen es die anderen schaffen?“,

fragt er und zeigt den Digital Natives von heute derzeit als Mann aus analogen Zeiten, wie Online-Marketing auf YouTube, Instagram und TikTok funktioniert. Mit vielen eigenen Beiträgen und als Mitgründer des Food-Networks Starcook gibt Johann Lafer sein geballtes Wissen an den Nachwuchs weiter. Talente finden – und fördern. So schließt sich der Kreis.

Aber er denkt eben auch immer häufiger an sich selbst: „Tu deinem Körper etwas Gutes, damit deine Seele Lust hat, darin zu wohnen.“ Das Teresa von Ávila zugesprochene Zitat wird zu Lafers neuem Lebensmotto. Nach und nach schraubt er den Pflanzenanteil beim Kochen immer höher. Warum? Weil es sein körperliches und geistiges Wohlbefühl fördere. Der Lebensweg von Johann Lafer bleibt also spannend – was nicht weiter überrascht, weil auch ein hervorragender Koch und Patissier eben niemals auslernt ...

UNSER BUCHTIPP

Das Essen und Wohlbefinden zusammengehören, ist bekannt. Der Starkoch bringt in seinem neuesten Buch 90 vegane Rezepte für eine Arthrose-gerechte Ernährung. „Essen gegen Schmerzen“, Gräfe und Unzer, 34 Euro



Manfred Jürgens
TIEFKÜHLKOST



Für das perfekte Frühstücksbuffet...



Hefezopf
Art.-Nr. 18303070

...und die Kaffeepause

Quarkbällchen
Art.-Nr. 15313126



Eclairs
Art.-Nr. 18837889



*tief gekühlt,
hoch effizient...*

Manfred Jürgens
TIEFKÜHLKOST

BACKSTUBE

MJ Tiefkühlkost GmbH & Co. KG
Hansfelder Hof 1 · 23619 Hamberge

Manfred Jürgens
TIEFKÜHLKOST

SNACKS

GRATULATION!

an Marcus Stöckmann aus Bad Belzig
Viel Freude mit der Apple Watch Series 8



Gewinner unseres Rätsels in Ausgabe 3/23

TGO PROFI- GASTROBRÄTER



Der gewerblich zugelassene Gastrobräter hat eine thermoelektrische Zündsicherung und überzeugt mit höchster Sicherheit.

MITRÄTSELN & WAS HEISSES GEWINNEN!

Lösungswort, Kundennummer, Firmenanschrift und Name an inspiration@chefsculinar.de senden und mit ein wenig Glück einen Gastrobräter mit großer Grillfläche gewinnen!*

Fleisch in Aspek	geringe Entfernung	japan. Richtung des Buddhismus	Apfelsorte	zweckmäßig, sinnvoll	Schuldsumme, Pflichtgebot	kleine ital. Nudel-pasteten	Mitglied d. Band 'Die Ärzte'	Anstreichmittel (Mz.)
Apothekergewicht			ital. Pressedienst (Abk.)		13	Pep, Schwung	15	
nicht quer	4			eiförmig			Zuckersorte	wüstes Gelage
			Steuer d. Wiedervereinigung	10		Lesepult in kath. Kirchen		
alternativer Personenkreis	gedörrtes Obst	Abk.: Südwestrundfunk	nicht diese, sondern ...	Gewürzblatt				
	12			alte niederländische Münze	Beruf in der Metall-industrie	verflüssigtes Erdgas (Abk.)		1
Verheiratet-sein	Figur von Lorient					Abk.: Nord-nordost	Brief-, Paketgut	
		2	Suppenschüssel	einheitlicher Farbton	letzter griech. Buchstabe	zukünftig (lat., 2W.)	3	
Spitzenkünstler	Schwertlilie	germanisches Volk					essbare Meeresmuschel	gehoben: ausgedehnt essen u. trinken
hart, unnachgiebig				Hülsenfrucht	geröstete Weißbrotschnitte	7		
	6	Küchengerät		14	Aare Zufluss in der Schweiz	Naumburger Domfigur	9	
Abk.: Allg. Landrecht	Wappen-vogel	Gesottenes, Gekochtes	engl. Anrede und Titel	Figur in franz. Märchen		Abk.: auf dem Dienstweg	Kurzform von Ulrich	
11			8	Sohn Noahs (A.T.)		ehem. Reifen-druckmaß (Abk.)		
franz. Johannisbeerlikör	Bündnis, Vereinigung				verkleinerte Nachbildung			5
Bootszubehör			engl.: Auge			kurz für darin	16	

© RateFUX 2023-494-204

LÖSUNG

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----	----	----	----	----	----	----

*TEILNAHMEBEDINGUNGEN

Einsendeschluss: 26.01.2024. Am Gewinnspiel teilnehmen dürfen keine Privatpersonen, sondern ausschließlich Kunden von CHEFS CULINAR. Der Gewinner wird ausgelost und schriftlich benachrichtigt. Deshalb benötigen wir Name und Adresse direkt im Teilnahmeschreiben. Wir behalten uns vor, den Gewinner in der kommenden Ausgabe zu veröffentlichen. Gewinnversand nur innerhalb Deutschlands. Der Rechtsweg ist ausgeschlossen, eine Barauszahlung ist nicht möglich. Mitarbeiter der Firmengruppe CHEFS CULINAR sind von der Teilnahme ausgeschlossen.

ALI BABA & DIE 40 CODES



Deutschland und die Digitalisierung – das ist irgendwie eine schwierige Beziehung. Selbst wenn man einfach nur irgendwo übernachten möchte, hat unser Autor festgestellt, der vor lauter Codes und Nummern nicht mehr ein noch aus wusste ...

Gar nicht so einfach, in diesem Hotel einzuchecken. Denn zunächst muss man mal den Reservierungscode beim digitalen Check-in wissen. Booking meint, das wäre die leicht zu merkende 4023220076 – ist es aber nicht. Ätsch, Fehlermeldung! Gleich noch mit Fehlercode, keine Frage, so viel Netiquette haben auch Programmierer. Ins Bett bringt mich das trotzdem nicht ...

Also wieder zurück ins passwortgeschützte Outlook, aus Sicherheitsgründen noch schnell den Code fürs Telefon eingeben und nach weiteren Zahlenreihen in einem Ozean aus E-Mails suchen. Vielleicht geht Zimmer 109 ja mit CCJCIYFA-1 auf? Nein. Dafür aber kriegt man mit diesem Code einen neuen Code. 7216. Damit soll die Haustür aufgehen, heute nur leider nicht, weil der Server down ist, heißt es vom Guest Relationship Team.

Und jetzt? Das Beste draus machen. Essen gehen. Mein Japanisch ist leider nicht das beste – und so passt es zu diesem Tag, dass wir mit den Zahlen aus der Speisekarte bestellen müssen. Einmal V3, V7 und V9, dann die H14 und schließlich zwei Portionen SU12, dazu zwei Flaschen B4. Beahlt wird mit Karte und Pin-Code – und schon stehen wir wieder vor unserem Hotel Sesam, für das ich den Code schon wieder vergessen hab'. 2761? 7612? 7261? Nee. Alles falsch. Also wieder die Nummer der Hotline wählen (wie war die noch gleich?), mit der 2 Deutsch als Systemsprache einstellen, mit der 4 mein Anliegen auswählen, fünf Minuten warten und dann: Sorry, keiner erreichbar.

So bleibt zumindest Zeit zum Nachdenken. Zum Beispiel darüber, dass unsere Welt nun wirklich irre vercodet ist. Wer sich im Schwimmbad die Spind-Nummer nicht merkt, geht mit dem Handtuch um die Hüften heim. Oder versuchen Sie mal, Ihr Auto aus dem Flughafenparkhaus zu holen, ohne noch zu wissen, ob Sie nun in Parkhaus 4, 14 oder wo auch immer standen! Und auf welcher Etage! Hab' neulich erst einen alten, verstaubten Sportwagen gesehen, der von seinem Besitzer wahrscheinlich seit Jahren vermisst wird ...



Dass wir mit Codes und Passwörtern so unsere Probleme haben, ist aber eigentlich verwunderlich. Schließlich hat unser Hirn eine Kapazität von etwa 100 Terabyte – das entspricht einem Bücherturm von 2500 Kilometern Höhe. Nur: Für Zahlen ist unser Gehirn nicht gemacht – denn es denkt in Bildern. Wir Menschen sind unfassbar gut im Erzählen von Geschichten, aber wir verwechseln 538 und 358 so schnell, weil optisch der Unterschied so gering ist.

Wie man jetzt gedanklich von Hirnleistung zu Fitnessstudio kommt, darf sich jeder selbst zusammenreimen, aber tatsächlich hat man dort ein Herz für so Zahlendreher wie mich und den Spinden Namen gegeben. Bei wem also check ich heut mal ein? Bei Will Smith, Niki Lauda oder Arnold Schwarzenegger? Oder doch bei Pippi Langstrumpf – ganz nach dem Motto: zwei mal drei macht vier, widdewiddewitt, und drei macht neune ...

Save! the DATE!



Direkt
anmelden!



CARE SEMINARE

RESTLOS GLÜCKLICH! Hotel Villa Medici, 76669 Bad Schönborn	21.–22.11.23
HACCP-BEAUFTRAGTER Schlosshotel Blankenburg, 38889 Blankenburg/Harz	23.–25.04.24

PRAXISSEMINARE FÜR AUSZUBILDENDE

KOCHERLEBNIS FÜR AUSZUBILDENDE – JUNIOR SWEETS Ausbildungsverbund Teltow e.V., Berufliches Bildungszentrum, 14513 Teltow	15.02.24
KOCHERLEBNIS FÜR AUSZUBILDENDE – JUNIOR MEAT Landgasthof Westrich, 47551 Bedburg-Hau	05.03.24
KOCHERLEBNIS FÜR AUSZUBILDENDE – JUNIOR FOND & SAUCE Landgasthof Westrich, 47551 Bedburg-Hau	06.03.24
KOCHERLEBNIS FÜR AUSZUBILDENDE – JUNIOR FOND & SAUCE Rettungsschuppen Laboe, 24235 Laboe	13.03.24
KOCHERLEBNIS FÜR AUSZUBILDENDE – JUNIOR FISH Landgasthof Westrich, 47551 Bedburg-Hau	19.03.24
KOCHERLEBNIS FÜR AUSZUBILDENDE – JUNIOR SWEETS Landgasthof Westrich, 47551 Bedburg-Hau	20.03.24
KOCHERLEBNIS FÜR AUSZUBILDENDE – JUNIOR MEAT Kermess KG, Hotelberufsfachschule in der Kermess KG, 81241 München	10.04.24

HOGA SEMINARE

PURE NATURE MIT NILS HENKEL Papa Rhein Hotel & Spa, 55411 Bingen am Rhein	20.11.23
KONZEPT-TOUR ATHEN Athen	25.–26.04.24

Alle Termine unter Vorbehalt. Stand: 26. Oktober 2023. Infos und Anmeldung auf www.chefsculinar.de/akademie



Gute Gastro. Garantiert.

Die neue Gastro-Softwareplattform, die deinen Alltag leichter macht.

Dienstpläne schreiben, Waren bestellen, Speisekarten planen:

Der Alltag in der Gastronomie kann ganz schön anstrengend sein. Nur kein Stress – ich bin für dich da! Als digitale Komplettlösung unterstütze ich dich in allen Bereichen der Gastronomie.

Meine Module kannst du je nach Bedarf und Saison einzeln oder im Komplettpaket buchen.
Dein Betrieb wird fit für die Zukunft und läuft (fast) wie von selbst.

Hol LINA in
dein Team! →



+49 (89) 8 98 78 69 - 2 00



www.lina.de



info@gastro-mis.de

