

SPEZIAL

#5

*Impulse für den Foodservice zur Festtagssaison &
Alles für den Gast - Preview*

SONDER-
PUBLIKATION

2025





world of cooking

Besuchen Sie uns!

17. - 21. Oktober 2025
HOST Mailand
7P Stand C47

Reinigung ist Chefsache



FlexiChef®
smart cooking. smart cleaning.

Multifunktionales Highspeed Kochen
mit **SpaceClean®**, der einzigen
vollautomatischen Reinigung für Tiegel*.

* Option

Du willst mehr erfahren?
Einfach den QR-Code scannen
und von Stefan alles wichtige
zum **FlexiChef®** und unserer
Option SteelPlus erfahren!



Liebe Leserinnen, liebe Leser,

ja, wir lieben Papier und deshalb lesen auch wir gern Zeitschriften, auch fachfremde. Und von dort entwenden wir heute den wunderbar augenzwinkernden Slogan „Hinterher ist man immer schlauer“ (den „Das Magazin“ gern für sich beansprucht). In diesem Sinne wünschen wir Ihnen hier mit unserer neuen Ausgabe eine gleichermaßen inspirierende und informative Lektüre. Lassen Sie sich zum Beispiel in die Kaffeewelt entführen, zu unserem (und Ihrem?) Lieblingsgetränk, das vor allem als wärmender Begleiter im Pflegeheim, als kleine Auszeit für Ihr Küchenteam und vor allem als krönender Abschluss eines festlichen Menüs für Ihre Gäste funktioniert – diese Bohne ist mehr als ein Getränk und die Technik darum herum ohnehin Faszination pur. Lesen Sie dazu ab Seite 16.

Genießen Sie bei einer Tasse Kaffee einen kleinen Vorab-Ausflug zur „Alles für den Gast“ in Salzburg oder zur „Host“ in Mailand? Auch dazu haben wir für Sie spannende Beiträge geschrieben (auf den Seiten 12 bis 15 und 37). Genüsslich geht's auch im Europapark Rust zu. Welche Rolle gutes Essen für das Gesamterlebnis im größten Freizeitparks Europas spielt, erfahren Sie im Interview mit Thomas Mack ab Seite 8. Und weil Sie hier ein Festtagsheft vor sich liegen haben, dürfen auch süße Köstlichkeiten nicht fehlen – finden wir zumindest. Dazu mehr ab Seite 24.

Eine genussvolle, erfolgreiche Herbst- und Festtagssaison für Sie und Ihre Gäste – und möge unser Magazin Ihnen Impulse liefern, trotz aller Herausforderungen, mit Kreativität und Herz Ihre Gäste zu begeistern.

Herbstliche Grüße, Ihr CATERING MANAGEMENT Team

AKTUELLES

- 4 Bio-Zertifizierung
- 5 DGE-Verpflegungsscheck
- 6 Aveato-Geburtstag „Wir machen Gastgeber glücklich“
- 8 Sterneküche im Europapark: Thomas Mack im Interview

MESSE „ALLES FÜR DEN GAST“

- 12 Begegnung und Inspiration
- 14 Messeneuheiten

KAFFEE UND KAFFEETECHNIK

- 16 Kaffeepause: Genuss mit Inszenierungskraft
- 18 Kaffee und Technik bei der Gast-Messe
- 22 Rezepte rund um den Kaffeegenuss



WINTERKÖSTLICH

- 24 Genuss für feierliche Tage
- 26 Süßes und Feines

KIRSCHEN AUS NACHBARS GARTEN

- 28 Klimagesunde Teller in Kita und Schule: SchoolFood4Change
- 32 Enten aus nachhaltiger Erzeugung
- 33 Bio-Projekte fördern, Hülsenfrüchte-Tag



KITA- UND SCHULVERPFLEGUNG

- 34 Im Interview: Markus Grube, Vielfalt Menü

MESSE „HOST MAILAND“

- 37 Technik-Impulse

FÜHRUNGSKULTUR

- 38 Low- oder High-Performer?

- 41 Branchenführer
- 42 Impressum

Neues Lehrbuch

In einer Zeit, in der die Gastronomie vor großen Herausforderungen steht, präsentiert sich das neue Lehrbuch „Team Küche“ als unverzichtbarer Begleiter für Lehrende, Auszubildende und AusbilderInnen. Es bietet mehr als 600 Seiten kompaktes Wissen und Trends, angepasst an die 14 Lernfelder, die nun die Grundlage für die Ausbildung bilden. Diese Lernfelder sind nicht nur theoretisch dargestellt, sondern bieten einen praktischen Rahmen, um die verschiedenen Facetten des Kochberufs zu verstehen.

Das Buch hebt sich von anderen Lehrbüchern ab, indem es aktuelle Themen wie Selbstfürsorge, Teamarbeit und den Umgang mit sozialen Medien integriert.

Andere wichtige Aspekte des Buches sind die Themen Nachhaltigkeit und Ressourcenschonung. Neben den Gebieten Betriebsorganisation, Warenwirtschaft, gastronomisches Angebot und Service ist das zentrale Thema der Arbeitsplatz – die Küche. Mit diesem kreativen Raum verbinden die AutorInnen aktuelle Themen und regen die LeserInnen an, ihre Umgebung aktiv zu gestalten. Ziel ist es, die Leidenschaft für das Kochen zu entdecken und zu lernen, wie man diese Leidenschaft in der Karriere umsetzen kann.



Buch „Team Küche“

Von Jan-Patrick Timmer,
Dr. Gerlind Friedrich,
Thomas Johanning, Dominik Kron,
Roland Stieglmeier-Maidl,
Sven Stolzenberg; 656 Seiten,
mehrfarbig, Hardcover; ISBN:
978-3-582-04950-6.



Mehr Bio mit Zertifikat

Ziel des Projekts war es, durch eine Verbesserung der Rahmenbedingungen für die Bio-Zertifizierung in der AHV deren Akzeptanz zu erhöhen und so den Einsatz von Bio-Lebensmitteln zu steigern.

Der Gesetzgeber hat entschieden: Seit dem 4. Oktober 2024 ist die Bio-Zertifizierung in der Gastronomie und Gemeinschaftsverpflegung über das Ökolandbaugesetz und die Bio-AHV-Verordnung gesetzlich geregelt. Die Anforderungen für Küchen an die Bio-Zertifizierung wurden vereinfacht und eine neue optionale Auszeichnung eingeführt.

Die Kennzeichnung darf nach der neuen Bio-AHV-Verordnung nur noch über die Auslobung von Bio-Zutaten und Bio-Erzeugnissen (mit 100 % Bio-Zutaten) erfolgen. Aufwändige Warenflussberechnungen bei Parallelproduktion von Bio-Menüs und Bio-Menükomponenten in der Küche sind nicht mehr nötig, da die gleichen Bio-Zutaten und Bio-Erzeugnisse am selben Tag nicht in der Küche verwendet werden dürfen.

Eine tagesaktuelle Bio-Zutatenübersicht ist Pflicht. Wie bisher sind Bio-Zutaten und Bio-Erzeugnisse nur von nach der EU-Bio-Verordnung zertifizierten LieferantInnen zu beziehen und müssen entsprechend gekennzeichnet sein.

Zusätzlich kann nun auch der wertmäßige Anteil aller eingesetzten Bio-Zutaten und Bio-Erzeugnisse am gesamten Wareneinsatz an Lebensmitteln in der Küche über ein neues Logo kenntlich gemacht werden. Die Stufe Bronze steht für einen wertmäßigen Anteil von 20 - 49 %, Silber für 50 - 89 % und Gold für 90 - 100 %. Dokumentationsmethoden und -hilfen zum Nachweis des wertmäßigen Bio-Anteils, stehen auf oekolandbau.de zum Download bereit.

Quelle: [Oekolandbau.de](http://oekolandbau.de)

Gestartet: Der neue DGE-Verpflegungs-Check

Die bisherige DGE-Zertifizierung wurde konsequent weiterentwickelt. Startschuss war im September.

„Wir wollen es Betrieben so einfach wie möglich machen, sich auszeichnen zu lassen und haben uns daher bewusst von der bisherigen Zertifizierung verabschiedet“, sagt Prof. Dr. Margit Böltz, Leiterin des Referats Gemeinschaftsverpflegung und Qualitätssicherung der DGE. Ab sofort heißt es „DGEprüfte Qualität“ statt „DGE-zertifiziert“. Fachliche Grundlage bilden weiterhin die DGE-Qualitätsstandards.

Der neue DGE-Verpflegungs-Check ist weniger aufwändig und zeitsparender als ein klassisches Zertifizierungsverfahren. Unter dem Motto „einfach, digital und transparent“ hat die Fachgesellschaft ihr Verfahren komplett neu aufgestellt. Die Digitalisierung ermöglicht einen insgesamt schnelleren, nahezu papierlosen, einfachen und kostengünstigeren Prozess. Die Betriebe füllen eine Checkliste mit Ja/Nein-Kriterien aus. Insgesamt gibt es bis zu neun Qualitätsbereiche, die beispielsweise Lebensmittelqualitäten und -mengen bewerten. Die Fragen können im eigenen Tempo beantwortet werden – auch eine Unterbrechung ist möglich.

Zu den Fragen gibt es Erklärungen und weiterführende Informationen. Wenn im bisherigen System von den Betrieben bzw. Einrichtungen einzelne Kriterien wiederholt nicht umgesetzt wurden, war ein Bestehen des Audits und ein Erhalt des Zertifikates nicht möglich – das entfällt zukünftig.

Als Auszeichnung gibt es ein Zertifikat und ein Schild, auf dem das erreichte Ergebnis in den Auszeichnungsstufen A bis E abgebildet ist.



DYNAMIK WANDEL GASTLICHKEIT

ALLES FÜR DEN
GAST

55
JAHRE



08.–11. NOV. 2025
MESSEZENTRUM SALZBURG

GASTMESSE.AT



Alexander Schad (l.), Kaspar Althaus (r.).

INTERVIEW

„Wir machen Gastgeber glücklich“

Anlässlich des 25. Aveato-Geburtstags sprachen wir mit dem Mitgründer und Geschäftsführer **Alexander Schad** – über Pläne, Konzepte und Erinnerungen.

Herzlichen Glückwunsch zum 25., lieber Herr Schad, ein großartiger Erfolg. Sie sind, gemeinsam mit Kaspar Althaus, mit Sandwiches gestartet und inzwischen ist Aveato zu einem der bekanntesten Businesscaterer herangewachsen. Was war anfangs ein wichtiger Meilenstein?

Vielen Dank! Kaspar und ich haben 1999 mit einer kleinen Sandwich-Bar am Hackeschen Markt begonnen. Alles war improvisiert – wir haben morgens selbst Sandwiches geschmiert und auf dem Roller ausgeliefert. Dann kam ein entscheidender Moment: Ein Anruf von Microsoft für Canapés bei einem Kundenevent. Dafür brauchten wir plötzlich einen Lieferwagen. Das war der Moment, in dem wir vom kleinen Lieferdienst zum richtigen Caterer wurden.

Wie entstand der Name Aveato?

Mit zunehmender Bekanntheit brauchten wir einen neuen Namen, denn „eat Business Catering“ ließ sich nicht schützen. Also haben wir ein „A“ davor und ein „O“ dahinter gesetzt – und so entstand „aveato“, ein Kunstbegriff mit dem Essen im Zentrum. Ganz schlicht und passend für das, was wir tun.

Heute steht Aveato für jährlich rund 70.000 Caterings für mehr als 20.000 KundenInnen deutschlandweit. Von welchen Größenordnungen sprechen wir bei Ihnen?

Im Durchschnitt liegen unsere Aufträge bei rund 250 Euro. Unser Kerngeschäft ist das Meeting- und Office-Catering für Büros und auch Caterings für mittlere Events. Große Veranstaltungen kommen obendrauf – dieses Jahr zum Beispiel das Berlinale-Event mit 3.000 Personen pro Tag. Ich erinnere mich noch an den Aufbau: Alles lief wie am Schnürchen – und doch waren wir alle ein bisschen aufgeregt. Ein schöner Moment.

Berlin ist dabei nur einer Ihrer Standorte – wenn auch Stammhaus und Ihre berufliche Heimat sozusagen?

Ja, hier haben wir zwei Schweizer, Kaspar Althaus und ich, 1999 mit der Sandwich-Bar begonnen, dann kam der Lieferservice dazu. Daraus hat sich aveato entwickelt. Inzwischen sind wir deutschlandweit vertreten und betreiben fünf Produktionsküchen in den großen Messestädten. Damit können wir fast jeden Eventspot innerhalb von drei Stunden erreichen. Wir wollen moderat weiterwachsen – Städte wie Stuttgart stehen auf unserer Wunschliste.

Sie sind mehrfach zum „Caterer des Jahres“ gekürt worden. Welche Erfolgsfaktoren zeichnen Aveato aus?

Für uns ist Catering mehr als Essen: ein Drittel Logistik, ein Drittel Essen, ein Drittel Mensch. Unser Erfolgsgeheimnis ist der gemeinsame Glaube, dass in jedem Menschen ein

guter Gastgeber steckt. Unsere Rolle ist die helfende Hand im Hintergrund. Daraus entstand unser Leitbild: Wir machen Gastgeber glücklich! Diese Haltung prägt die gesamte Firma und sorgt für ein starkes Wir-Gefühl. Der Erfolg ist vor allem das Ergebnis der tagtäglichen Arbeit unserer Teams – die Qualität kochen, liefern und im Service umsetzen.

Bis zu 69 % Ihrer Speisen sind vegetarisch und oder vegan. Wo sehen Sie Ihr Angebot?

Pflanzenbasierte Gerichte sind ein zentraler Bestandteil unseres Angebots. Wir setzen auf Brain-Food – also gesunde, ausgewogene Speisen, die die Produktivität steigern, gleichzeitig auf die Planetary Health Diet einzahlen und das Wohlbefinden der Mitarbeitenden fördern. Comfort-Food soll weiterhin Genuss und Energie verbinden. Die Resonanz zeigt, dass die Teams zufriedener und konzentrierter sind, wenn sie ausgewogen essen.

Was bringt die Zukunft?

Wir wollen die Marke weiter stärken, innovative Lösungen entwickeln und das Catering-Erlebnis für unsere KundInnen kontinuierlich verbessern. Dabei bleiben wir unserem Leitbild

Über Aveato und Läkkerai:

Läkkerai „Der digitale Sousschef“: Die Küchensoftware automatisiert die Planung, leitet die Mitarbeitenden an und sichert die Qualität, damit Gastronomie-Unternehmen mit wenig Personal immer eine Top-Performance liefern können.

www.laekkerai.com

Aveato „der Business Caterer“: Feines Business-Catering ab 75 € Mindestbestellwert in Berlin, Hamburg, Köln, Düsseldorf, Frankfurt am Main und München.

www.aveato.de

treu: Gastgeber glücklich machen. Ich freue mich schon auf die nächsten Kapitel unserer Geschichte.

Lieber Herr Schad, wir sind gespannt auf weitere News von Ihnen! Danke für das Interview.

red.



VON DEN MACHERN VON FINISH*

Geschirrspülen im Gastgewerbe leicht gemacht

Die Quantum-Professional-Produktreihe

44 % aller Barbesucher würden eine andere Bar in Erwägung ziehen, wenn sie wüssten, dass die Gläser der Einrichtung Schlieren oder Wasserflecken aufweisen. **

Niemand stößt gern mit schmutzigen Gläsern an – in belebten Bars kommt es auf jedes eingeschenkte Glas und jeden Teller an. Stellen Sie deshalb sicher, dass Gläser und Geschirr blitzsauber und für die nächste Runde bereit sind. Begeistern Sie Ihre Gäste dauerhaft – mit der Quantum-Professional-Reihe, die selbst hartnäckigste Rückstände und Flecken mühelos beseitigt.

5-Sterne-Service leicht gemacht



* Finish – die bewährte Maschinengeschirrspülmittel-Marke, verwendet in über 100 Millionen Spülmaschinen weltweit. Berechnung basierend auf Nielsen Marktanteilsdaten und Reckitts internen globalen Haushaltspanelsdaten.

** Mulberry Marketing Communications Forschungsumfrage zu Quantum Professional, 2024.



reckitt
PRO SOLUTIONS





K U L I N A R I K I M E U R O P A - P A R K E R L E B N I S - R E S O R T

Sterneküche zwischen Fahrspaß und Snackstand

Sterneküche zwischen Fahrspaß und Snackstand? Im Europa-Park ist das längst Realität.

Thomas Mack ist geschäftsführender Gesellschafter und spricht im Interview über die Rolle von gutem Essen für das Gesamterlebnis im größten Freizeitpark des deutschsprachigen Raums.

Herr Mack, der Europa-Park ist ein Freizeit- und Erlebnis-park. Welche Rolle spielt Kulinarik dabei?

Kulinarik spielt für die Zufriedenheit der Gäste eine sehr große Rolle. Mir war es immer ein Dorn im Auge, dass ein Freizeitpark beim Essen ein schlechtes Image hat. Deshalb auch die Länderküchen: So können die Gäste die Küche der verschiedenen Länder möglichst authentisch erleben. Ich mag den echten Geschmack und finde es immer schade, wenn man bei uns Gerichte „eindeuscht“. Heute sind wir übrigens auch das einzige 2-Sterne-Restaurant in einem Freizeitpark weltweit. Dass wir in kürzester Zeit von null auf zwei Michelin-Sterne kommen würden, hätte niemand für möglich gehalten. Peter Hagen-Wiest ist ein genialer Koch. Ihm haben wir viel zu verdanken. Die hohe Qualität strahlt übrigens Tag für Tag auf alle gastronomischen Betriebe im Park aus. Bei unserem Sterne-Restaurant Ammolite –

The Lighthouse Restaurant – wollte ich einfach – losgelöst vom ganzen Trubel – einen Ort der gehobenen Gastronomie schaffen. Nach meinem Studium an der Hotelfachschule Luzern war ich weltweit viel unterwegs und habe Konzepte analysiert.

Zwischen Spitzenrestaurant und Snackstand – was gilt es, in den unterschiedlichen gastronomischen Konzepten jeweils besonders zu beachten?

Am Ende geht es immer um Qualität – auch eine Currywurst muss richtig gut sein. Das spürt der Gast sehr schnell.

Was erwarten Gäste heute vom kulinarischen Angebot?

Die Gäste haben an einem ausgefüllten Tag im Europa-Park einerseits relativ wenig Zeit fürs Essen, andererseits schätzen sie eine moderne, qualitätsvolle und vielfach auch regionale Küche.



Egal ob Zander, Hummer oder pflanzlich mit Aubergine: Das Gastronomieangebot im Europa-Park Erlebnis-Resort ist herausragend – beispielsweise im Ammolite – The Lighthouse Restaurant oder im Eatrenalin.

Worauf achten Sie und Ihr Team beim Lebensmitteleinkauf – insbesondere mit Blick auf Qualität, Zuverlässigkeit und Nachhaltigkeit?

Qualität ist auch hier das A und O. Nachhaltigkeit ist für uns ebenfalls eine große Herausforderung. Wir betreiben alle erdenklichen Anstrengungen in Sachen Nachhaltigkeit, weil wir von Herzen daran glauben, dass dies der einzige Weg in die Zukunft ist. Der Europa-Park wurde weltweit als erster „Green Amusement Park“ vom TÜV zertifiziert. Speziell in der Gastronomie gibt es viele Beispiele: überwiegend regionale Lieferanten, weitgehender Verzicht auf Verpackungen, in allen Restaurants Glas und Porzellan. Dazu kommen Mehrwegbecher mit Motiven, die als begehrte Sammelobjekte gelten, sowie Mehrweggeschirr und Photovoltaik im großen Stil. Wir unternehmen außerdem große Anstrengungen, um Lebensmittelverschwendung zu vermeiden.

„Am Ende geht es immer um Qualität – auch eine Currywurst muss richtig gut sein.“

THOMAS MACK

Wie gehen Sie mit Herausforderungen wie internationalen Lieferengpässen, Zöllen und Preissteigerungen um?

Diese Unsicherheit trifft uns natürlich sehr. Aber Jammern hilft nicht. Wir versuchen, pragmatisch alle Herausforderungen zu lösen. Bei den Lieferengpässen ist es vielfach besser geworden. Doch die Preissteigerungen treffen uns Tag für Tag – vom Bau über Energie bis zu den Personalkosten, da geht alles unglaublich stark nach oben.



Thomas Mack, geboren 1981 in Lahr, ist geschäftsführender Gesellschafter des Europa-Park und zählt zur achten Generation der Unternehmerfamilie Mack. Nach seiner Ausbildung an der Hotelfachschule Luzern sammelte er internationale Erfahrung in Spitzenrestaurants, Hotels und Freizeitparks auf mehreren Kontinenten. 2007 stieg er in die Geschäftsleitung des Europa-Parks ein, seit 2016 gehört er zur obersten Führungsspitze. Dort verantwortet er unter anderem die Hotel- und Gastronomiesparte, das Entertainment sowie das mit zwei Michelin-Sternen ausgezeichnete Restaurant Ammolite – The Lighthouse, die Wasserwelt Rulantica und das multisensorische Fine-Dining-Erlebnis Eatrenalin. Für seinen Innovationsgeist wurde er mehrfach ausgezeichnet, etwa als Hotelier des Jahres oder Restaurateur des Jahres. Thomas Mack steht für eine Mischung aus Familiensinn, Kreativität und unternehmerischer Vision, mit der er den Europa-Park konsequent vom Freizeitpark zum ganzjährigen Erlebnisresort weiterentwickelt.

Wie Achterbahn und Sterneküche zusammenpassen, wird im Europa-Park Erlebnis-Resort ersichtlich: Das Ammolite – The Lighthouse Restaurant ist mit zwei Michelin-Sternen ausgezeichnet.



Europa-Park (2)

Der Europa-Park lebt von Innovation – gilt das auch für die Küche und die Produktauswahl?

Innovation ist absolut wichtig für uns. Wo immer es geht, schauen wir nach den neuesten Trends. Hier gilt wirklich: Stillstand ist Rückschritt. Ein herausragendes Beispiel ist sicherlich unser neues Fine Dining Restaurant „Eatrenalin“, in dem die Gäste auf weltweit einmalige Weise – auf einem Floating Chair – einen faszinierenden Abend verbringen, der alle Sinne berührt, begleitet von Kulinarik auf Sterne-Niveau.

Wie wichtig ist Storytelling für das gastronomische Erlebnis – und welche Rolle spielt dabei das Produkt selbst?

Das Produkt ist nach wie vor das Wichtigste – aber das Erlebnis spielt eine immer größere Rolle.

Gibt es ein Produkt oder einen Geschmack, der für Sie persönlich mit Kindheit, Familie oder Heimat verbunden ist?

Die Küche meiner Mutter hat mich durch und durch geprägt. Da fällt mir sofort ein: Mamas Königssuppe, danach Badisches Schäufole mit Kartoffelsalat nach dem Rezept von Oma Hilde, zum Dessert Mamas Ananaseis mit Löffelbiskuit. Meine Mutter hat einen sehr großen Anteil am Sinn für gutes Essen und damit auch an der heutigen Gastronomie des Europa-Park-Erlebnis-Resorts.

PAUL M. MÜLLER
SEIT 1984
FOODNEWS
DER MARKTBERICHT

Das Interview stammt aus den Food News von Paul M. Müller. Als konzernunabhängiges Importhaus führt es über 170 Produkte für Kunden aus Gastronomie, Industrie und Großhandel. Die zweimonatlich erscheinenden Food News umfassen nicht nur spannende Interviews, sondern auch branchenrelevante Neuigkeiten zu Ernte, Verarbeitung und Logistik. Die Anmeldung ist kostenlos möglich unter www.paulmmueller.com/newsletter/