

JAHRBUCH

#6

**JAHRBUCH: BAU UND BETRIEB VON
GROSSKÜCHEN + FOOD-SONDERTEIL**

SONDER-
PUBLIKATION

2024



Erleben Sie die neue Welt des Kochens



world of cooking

Multifunktionale Profikochtechnik
made by MKN



MKN SteelPlus
über 40% CO_{2e}
reduzierter Edelstahl*

Für weitere Informationen bitte den
QR-Code scannen.

*Option; Scope 1, 2, 3



Mit SpaceClean®
dem ersten und einzigen
vollautomatischen
Reinigungssystem
für Tiegel*



Der neue
FlexiChef®
smart cooking. smart cleaning.

Der neue
FlexiCombi®
schneller. effizienter. digitaler.

Scannen & Erleben

Einfach den QR Code scannen
und den neuen FlexiCombi®
und den neuen FlexiChef®
auch in Ihrer Nähe erleben.



www.mkn.com

*Option

Liebe Leserinnen, liebe Leser,

für die meisten von uns liegt noch ein gutes Stück Arbeit vor dem Beginn des neuen Jahres. Sie arbeiten, andere feiern – in dieser stimmungsvollen Zeit. Deren ohnehin aufhellende Wirkung hat Sie auch erreicht? Mit dem Lichterglanz der Kerzen, der uns berührt, oder einfach durch die besondere Stimmung zum Jahresende?

Sicher ist: Ein kurzer Blick zurück, der wird uns trotzdem guttun: So schauen wir mit Ihnen auf einige unserer Texte aus dem aktuellen Jahr, die Ihnen besonders gut gefielen. Möchten aber auch ins neue Jahr blicken, zum Beispiel auf Messen, wie die Hoga in Nürnberg, die gleich im neuen Jahr stattfindet und zu Inspiration und Austausch anregen wird. Ja, online ist eben nicht alles! Und wir laden Sie ein zu einem kleinen Perspektivwechsel – mit einem Text über ein Schulessen-Projekt auf Madagaskar.

Wie gewohnt finden Sie in unserem Jahrbuch eine große Übersicht der Fachplaner, bereit für viele spannende Objekte, neue oder modernisierte Küchen, über die wir Ihnen dann gern berichten werden.

In diesem Sinne freuen wir uns auf ein neues Jahr mit Ihnen. Wünschen alles und nichts: Alles, was Sie voranbringt und glücklich macht, und nichts, was Sie verzweifeln lässt. Bleiben Sie gesund!

Ihr CATERING MANAGEMENT Team

AKTUELLES

- 4 „Alles für den Gast“ 2024
- 6/7 DGE-Studie; Thailand schmecken
- 8 Aktionswoche ohne Fleisch

KITA- UND SCHULVERPFLEGUNG

- 12 Für gesunden Pausenverkauf
- 14 Siebenfach getestet
- 18 Madagaskar:
Essen, das Schule macht

HOGA NÜRNBERG

- 20 Für erfolgreiche GastgeberInnen

DIGITALE GASTRO

- 24 Eures und Ventopay im Gespräch
- 25 Bargeldlos bezahlen

KIRSCHEN AUS NACHBARS GARTEN

- 26 Nachhaltige Kita- und
Schulverpflegung
- 30 Rems-Murr-Kliniken
mit Bio



KIRSCHEN AUS NACHBARS GARTEN

GRÜNE KÜCHE

- 32 Veganuary:
Neues Jahr, neues Glück?
- 34 Produkte für die grüne Küche

BETRIEBSGASTRONOMIE

- 38 Interview mit Thomas Bühner
- 40 Michael Möglich und heyKantine!
- 42 Haus der Kost unterstützt

TEAMFÜHRUNG

- 44 Planbarkeit: Besser motivieren

TECHNIK UND FACHPLANERÜBERSICHT

- 46 Kaffeepause:
Küche im Status
- 50 Kochen bleibt Handwerk
- 53 Küchenplanerübersicht
- 65 Branchenführer
- 66 Impressum



HENGEDÖRT · MOßGESCHREIBEN

Titelbild: auttawit/stock.adobe.com



Susanne Schmöhl
Objektleitung



Brigitte Kistler
Redaktions- und Anzeigenassistentin



Heike Sievers
Redaktionsbüro



Simonetta Zieger
Redaktionsbüro



Messzentrum Salzburg/Christopher Blank (4)

„ ALLES FÜR DEN GAST “ 2024

Handwerk trifft Gastlichkeit: Zukunft erlebt

Die „Alles für den Gast“ in Salzburg hat vom 9. bis 13. November 2024 erneut eindrucksvoll bewiesen, wie innovativ und anpassungsfähig sich die Gastronomie und Hotellerie den aktuellen Herausforderungen stellen.

Mit 711 Ausstellenden (2023: 629) und 35.972 FachbesucherInnen (2023: 35.451) verzeichnete die Messe einen großen Zuspruch und gab entscheidende Impulse für die zukunftsorientierte Entwicklung der Branche – vor allem in den Bereichen Nachhaltigkeit, Digitalisierung und Nachwuchsgewinnung. „Die „Alles

für den Gast' wurde heuer zum ersten Mal vom Messezentrum Salzburg durchgeführt und stand ganz im Zeichen der Gastlichkeit", so Alexander Kribus, Geschäftsführer der Messezentrum Salzburg GmbH. „Es ist uns gelungen, einen inspirierenden Raum zu schaffen, in dem sich die Gastronomie und Hotellerie mit frischen Ideen, nachhaltigen Konzepten und einem klaren Fokus auf die Zukunft weiterentwickeln konnten. Die diesjährige Gastmesse war für uns ein voller Erfolg und bestärkt uns bereits jetzt in der Planung der 55. Ausgabe.“

Wissenstransfer und neue Ideen

Über 100 Talks, Workshops und Masterclasses mit rund 300 ExpertInnen boten wertvolle Einblicke und inspirierten zu Ideen und praxisnahen Lösungsansätzen. Die FachbesucherInnen konnten sich in 11 Messehallen inklusive der Salzburgarena über vielfältige Konzepte, Trends und Start-Ups sowie spannende Produktpremieren freuen, die das gesamte Portfolio und die Innovationskraft der Branche widerspiegeln. In zahlreichen Diskussionen und Gesprächen wurde an Lösungen für aktuelle und zukünftige Herausforderungen gearbeitet. Die BesucherInnen konnten so wertvolle Impulse für ihre Betriebe mitnehmen und daraus konkrete Strategien entwickeln, um den zukünftigen Anforderungen des Gewerbes erfolgreich zu begegnen.

Nachhaltigkeit im Fokus

Nachhaltigkeit war eines der zentralen Themen der Gastmesse. In der „Bio-Welt“ hatten BesucherInnen die Möglichkeit, nachhaltige Lebensmitteltrends und innovative Konzepte zu entdecken. In der neu geschaffenen E-Mobility-Welt wurden umweltfreundliche Mobilitätslösungen vorgestellt, die auch in der Branche zunehmend an Bedeutung gewinnen. Besonders spannend waren die Talks auf der Gastro Circle Bühne, die sich intensiv mit den Herausforderungen und Chancen der Nachhaltigkeit in der Gastronomie beschäftigten.



DGE-Studie zur Systemgastronomie

Die Menschen in Deutschland essen immer häufiger in Fast-Food-Ketten und anderen Restaurants der Systemgastronomie. Eine im 15. DGE-Ernährungsbericht veröffentlichte Studie hat erstmals die ernährungsphysiologischen Eigenschaften der Speisen und das Nutzungsverhalten junger Erwachsener in diesem Sektor untersucht.

Das Team der Hochschule Anhalt hat eine ausgewählte Stichprobe von 14 Restaurant-Ketten, u. a. auch internationale, in Deutschland analysiert. Die Forschenden erfassten die auf den Internetseiten der Unternehmen präsentierten Speisenangebote und bewerteten deren ernährungsphysiologische Qualität. Zusätzlich befragten sie online eine repräsentative Stichprobe von 947 Menschen im Alter von 16 und bis 34 Jahren, um herauszufinden, wie oft und warum sie die Systemgastronomie nutzen und was sie dort bevorzugt konsumieren.

Jeder dritte junge Erwachsene isst mindestens einmal pro Woche bei einer Restaurant-Kette.

„Rund 30 % der Befragten nutzen ein- oder mehrmals pro Woche die Systemgastronomie“, sagt Prof. Dr. Katja Kröller, Hochschule Anhalt. Damit essen sie dort

häufiger als in individuellen Restaurants oder Kantinen. Als wichtigste Motive nannten sie die gute Erreichbarkeit, den schnellen Service sowie das verlässliche, immer gleiche Angebot.

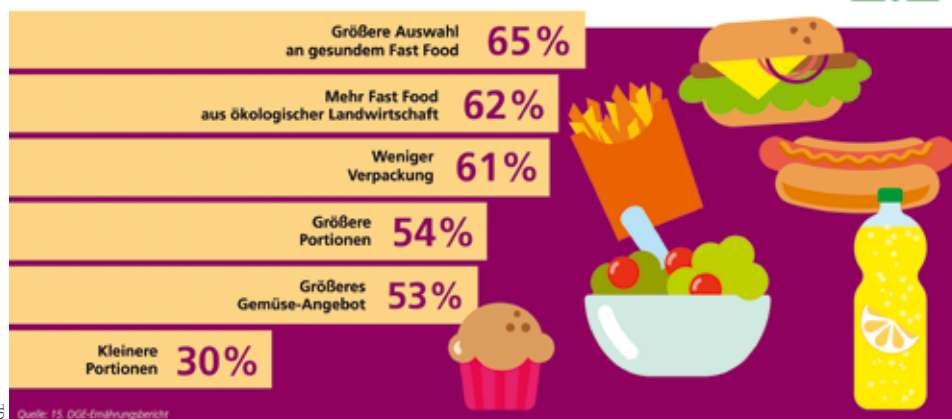
Aspekte der Gesundheit und Nachhaltigkeit spielen bei der Entscheidung für die Systemgastronomie kaum eine Rolle. Strategien, die Gesundheit und Nachhaltigkeit betonen, könnten sogar abschreckend wirken.

Der überwiegende Teil der Speisen und Speisenkombinationen der Systemgastronomie liefert mehr Fett und gesättigte Fettsäuren, Zucker sowie Salz als empfohlen. Auch bei den Kalorien liegen die meisten Speisen und Speisenkombinationen deutlich über den Referenzwerten der DGE. Nur wenige Kombinationen wie Sandwich und Softdrink liegen mit 470 kcal sowohl bei Männern als auch bei Frauen unter dem Richtwert für eine

Hauptmahlzeit. Dieser liegt für Männer bei 675 kcal und 525 kcal für Frauen. Die ernährungsphysiologische Bewertung der vegetarischen und veganen Angebote fällt ähnlich wie bei den fleischhaltigen Varianten aus.

Aufgrund der Verzehrsgewohnheiten der Befragten und der von ihnen häufig konsumierten Produkte sind die Mahlzeiten in der Systemgastronomie ernährungsphysiologisch kritisch zu bewerten, so die DGE. Die Systemgastronomie häufig zu nutzen, könnte zu einer übermäßigen Kalorienzufuhr und damit zu Übergewicht und ernährungsmitbedingten Krankheiten beitragen. Allerdings befürworten jeweils mehr als 60 % der Befragten eine größere Auswahl an gesundem Fast Food, mehr Fast Food aus ökologischer Landwirtschaft und weniger Verpackung, während nur 30 % für kleinere Portionen sind.

Was sich Gäste der Systemgastronomie wünschen



Fachleute raten zum Beispiel: Die gesündere Alternative sollte immer die einfachste und günstigste Wahl sein. Das kann so aussehen, dass beim Bestellvorgang die gesündere Alternative, wie etwa eine kleine Portionsgröße, voreingestellt ist und dass KundInnen selbst aktiv werden müssen, um zusätzliche Komponenten zu bestellen.



Kaimug (4)

Thailand schmecken

Restaurants, Betriebsgastronomien und nun auch im Einzelhandel: Mit einem neuen Shop-in-Shop-Konzept erweiterte die Münchener Thai-Food-Kette Kaimug seit Sommer ihr Angebot.

Startprojekt war ein Rewe in München-Giesing. Auf einer Fläche von 18 Quadratmetern bietet Kaimug frisch zubereitete Thai-Gerichte in Restaurantqualität an. Kaimug steht seit 1996 für Thai-Gastronomie in Top-Locations, vertreten in vielen Metropolen in Deutschland und in der Schweiz. Durch das offene Küchenkonzept kommt der Appetit schon beim Betreten eines Kaimug-Restaurants: Das Design ist an typische Thai-Straßenküchen angelehnt, wo der Wok klappert und es schon von Weitem aromatisch duftet.

Das neue Kaimug-Konzept für den Einzelhandel soll hochwertiges und authentisches Thai-Essen direkt im Supermarkt zugänglich machen. Auf kleinem Raum bietet Kaimug bis zu 50 Gerichte an, die den ganzen Tag über aus einer Kühlvitrine gewählt werden können. Zur Mittagszeit stehen den Kunden zusätzlich vier frisch zubereitete, warme Mahlzeiten zur Auswahl. Das neue Kaimug-Angebot in München-

Giesing ist insbesondere für die zahlreichen Büros und ihr Personal in der „Neue Balan – Campus der Ideen“, einem der größten Bürokomplexe Münchens, interessant. Sebastian Remus, Geschäftsführer der Kaimug Gruppe, sagt: „Unsere Herausforderung ist es, die originalen

Rezepte so weiterzuentwickeln, dass längere Standzeiten möglich sind, auch längere Haltbarkeiten – ohne Qualitätseinbußen.“ Diese Anforderung gilt auch für die Verwendung bei Vending-Automaten von Foodji, mit denen Kaimug zusammenarbeitet.



In der Betriebsgastronomie seien die Anforderungen ähnlich, so **Sebastian Remus**: „Was im Supermarkt funktioniert, gilt teilweise auch an unseren Kantinenstandorten. Ein Großteil der Produkte eignet sich für die Zubereitung im Convectomaten.“ Die Kaimug-Gruppe ist in sechs großen Betriebsgastronomien, z.B. bei Merck und Audi, vertreten, außerdem über Franchisebetriebe.



Isabel Boerdam, Gründerin der Initiative „Eine Woche ohne Fleisch“.

EU - K A M P A G N E

Aktionswoche ohne Fleisch

Die erste bundesweite Kampagne „Eine Woche ohne Fleisch“ inspirierte geschätzt 5,5 Millionen Deutsche dazu, ihren Fleischkonsum für eine Woche zu reduzieren oder ganz auf null zu setzen. Mitte Oktober erlebten Teilnehmende, wie vielfältig und köstlich eine pflanzenbasierte Ernährung sein kann. Die EU-geförderte Kampagne wurde von Apetito, Bonduelle, Iglo, ME-AT und Vivera unterstützt. Wir sprachen mit der Initiatorin **Isabel Boerdam**.

Das Konzept der „Eine Woche ohne Fleisch“ stammt ursprünglich aus den Niederlanden und hat sich inzwischen auf andere Länder, darunter z. B. Belgien und Deutschland, ausgeweitet. Hat die Stiftung Unterschiede in den Essgewohnheiten in diesen Ländern festgestellt?

Ja, obwohl alle unsere Kampagnenländer (Niederlande, Belgien, Dänemark und Deutschland) geografisch nahe beieinander liegen, sind die Essgewohnheiten in jedem Land anders. In Belgien

z. B. wird häufig auswärts gegessen, es wird viel gegessen und Fleisch ist ein kulturelles Grundnahrungsmittel. Fleisch ist auch ein wichtiger Teil der Tradition und des Nationalstolzes, z. B. in Dänemark, das den höchsten Prozentsatz an Menschen aufweist, die noch immer mehr als fünfmal pro Woche Fleisch essen (66%). Auch in den Niederlanden, Belgien und in Deutschland ist man eher bereit, den Fleischkonsum zu reduzieren als in Dänemark. Ein weiterer Unterschied ist die Verfügbarkeit von



Aktionswoche in Hamburg.



Passend: „Pflanzen-Power“ während der Aktion in Düsseldorf.

Lebensmitteln und Anregungen. In den Niederlanden, Belgien und Deutschland ist beispielsweise die Zahl der gebrauchsfertigen Alternativen für Fleisch und Milchprodukte und die Zahl der Online-Rezeptinspirationen viel höher als in Dänemark. Allen gemeinsam ist die Bedeutung des Geschmacks, der mehr als alles andere unser Essverhalten beeinflusst.

Sie haben Sponsoring durch Unternehmen als Teil Ihres Konzepts eingeführt. Können Sie beschreiben, was diese Zusammenarbeit beinhaltet?

Um eine lokale Bewegung zu schaffen, arbeiten wir mit Unternehmenssponsoren zusammen, die uns finanziell unterstützen und in der Lage sind, unsere Kampagnenbotschaft

SAUCEN VIELFALT FÜR PROFIS.

Unsere Saucen sind nicht nur 100% Bio, sondern auch perfekt auf die Bedürfnisse der Küchenprofis abgestimmt. Als Marktführer* im Naturkost-Fachhandel garantieren wir höchste Qualität über den gesetzlichen Standards und ausgefeilte Rezepturen. Entdecken Sie jetzt die Auswahl an hochwertigen Bio-Saucen, die Ihren Speisen das gewisse Extra verleihen! Vertrauen Sie unserer langjährigen Erfahrung.



WÜRZIGE FEINKOST

- 100% Bio-Zutaten aus landwirtschaftlichem Anbau
- doppelte Qualitätssicherung für einwandfreie Produkt-Qualität
- ausgefeilte Rezepturen für perfekte Geschmackserlebnisse



ITALIENISCHE PASTA TOMATENPRODUKTE ÖL
 ESSIG WÜRZIGE FEINKOST GEMÜSEBRÜHE
 DESSERTS

Entdecken Sie unsere Sortiments-Vielfalt: www.byodo.de/cateringline/



*bioVista Handels-Panel, Stand Januar 2024