

HOGAPAGE

Das Magazin für Hotellerie & Gastronomie



Jobbörse

Today

Einkaufsführer

Speisekartenplaner

Machen Sie kurzen Prozess!

Erfolgreicher durch Optimierung der betrieblichen Abläufe 12

**Frischer Wind in der
Gastro-Szene: Chicago**

Restauranthauptstadt Amerikas 24

Erste Hilfe in der Küche 34

**Gute Ausbilder
braucht das Land**

Freiwillige vor! 70

Fingerfood 48

**Seven Pines Resort
setzt neue Maßstäbe**

Luxusurlaub auf Ibiza 76

Modernes Interieur 64

NEWS **Entrée**

Info-Häppchen und Neues 6

Ploners Gastro-Kolumne

Offen für Feedback 9

Titelstory

Machen Sie kurzen Prozess!

Mehr Erfolg durch Optimierung der betrieblichen Abläufe 12

Special

Kinder an die Macht?

Wie es mit den jüngsten Gästen im Hotel und Restaurant klappt 18

Around the World

Chicago, Chicago – my kind of town

Frischer Wind treibt die Gastro-Szene in der »Windy-City« voran 24

Branche Inside

Erfolgsrezepte abseits der Küche

Moderne Köche brauchen kreative Kochideen und gutes Marketing 30

Management & Marketing

Gut gerüstet für den Notfall

Unfallprävention und Erste Hilfe im Betrieb sind Chefsache 34

Das Geheimnis meines Erfolges

Michel Péclard im HOGAPAGE-Talk über Vorbilder, Erfolgsrezepte und Misserfolge 38

Food & Beverage

Nimm's leicht!

Spritzige Sommerweine sind an warmen Tagen beliebte Essensbegleiter 40

Die Welt der Gewürze: zwischen Steiermark und Fernost

Die Suche nach den gefragtesten Geschmacksträgern 44

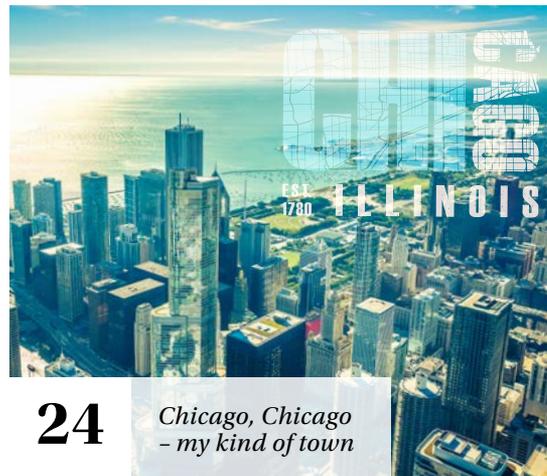
Von der Hand in den Mund

Neue Ideen für die Fingerfood- und Snack-Karte 48

The Big Five – Food-Kolumne von Andrew Fordyce

Streetfood goes professional 55

Kurzer Prozess **12**



24 *Chicago, Chicago – my kind of town*

64

Die Gastronomie wird »hyggelig«



44 *Die Welt der Gewürze: zwischen Steiermark und Fernost*

AFRIKA + STREET-FOOD = YUMMY!

YUMMY CHOW

Technik & Equipment

Internet- und TV-Lösungen für das Gastgewerbe
Kabellos, serviceorientiert und ultrascharf 56

Jetzt wird's frostig
Moderne Kühltechnik sorgt auch in puncto Betriebskosten für einen kühlen Kopf 60

Die Gastronomie wird »hyggelig«
Erfolg und Misserfolg im Gastgewerbe hängen nicht unwesentlich vom richtigen Interieur ab 64

Karriere & Ratgeber

Freiwillige vor!
Gute Ausbilder braucht das Land 70

HOGAPAGE-Jobbörse mit noch mehr Möglichkeiten
Das Job-Tool für Profis bietet jetzt auch Video-Präsentationen 74

Stars & Legends

Entspannter Luxus auf Ibiza
Seven Pines Resort setzt neue Maßstäbe für die Hotellerie der Baleareninsel 76

10 Fragen an...
Esther Sedlaczek 82

Jetzt rede ich!
Die Limonade im Exklusiv-Interview ... 84

Service

Editorial 3

Bildungskompass 73

News aus den Verbänden 86

HOGAPAGE Marktplatz 90

Impressum / Vorschau 92

HOGAPAGE Stellenmarkt 93



Seven Pines: Entspannter Luxus auf Ibiza **76**



HOGAPAGE-Jobbörse mit mehr Möglichkeiten **74**



Die Limonade im Exklusiv-Interview **84**



BUN + CURRYSAUCCEN + FLEISCH + VERPACKUNG + PREIS = ERFOLG

AWARDS

- 1. Platz! Internationaler New Foods Innovations-Wettbewerb von 134 geprüften Neuheiten aus 17 Ländern
- „Best of Market“ Internorga 2017

YUMMY-CHOW.DE

Machen Sie kurzen Prozess!

Schneller, besser,
erfolgreicher
durch Optimierung
der betrieblichen
Abläufe



Wenn es im Service zu lange dauert, die Küche chronisch unterbesetzt ist und zu viele Lebensmittel weggeworfen werden müssen – dann läuft es bei Ihnen nicht rund. Machen Sie am besten kurzen Prozess und sorgen Sie für Veränderung! Aber auch in Betrieben, in denen oberflächlich alles gut funktioniert, lohnt es sich, die Prozesse und Abläufe regelmäßig auf den Prüfstand zu stellen. Manchmal ist noch deutlich mehr drin, als man zunächst denken mag.

Text: Daniela Müller

Vom Check-in im Hotel über den Bestellvorgang im Restaurant bis hin zur Speisenzubereitung in der Küche – in jedem Betrieb gibt es eine ganze Reihe von wiederkehrenden Abläufen, die möglichst sinnvoll organisiert werden müssen. Dazu muss das Umfeld so ausgelegt sein, dass alle benötigten Dinge griffbereit sind und das Personal möglichst kurze Wege zurücklegt. Tatsache ist: Nur bei optimal strukturierten Prozessen funktionieren die Abläufe im Alltag verlässlich und tragen dazu bei, dass ein Betrieb wirtschaftlich erfolgreich ist.

Neues wagen!

Wer in seinem Unternehmen getreu dem Leitsatz »Das haben wir schon immer so gemacht« handelt, läuft zunehmend Gefahr, von seinen Mitbewerbern überholt zu werden. Nicht nur im Zuge der fortschreitenden Digitalisierungswelle tun sich für aufgeschlossene Unternehmer ständig neue Möglichkeiten auf, von Optimierungsmaßnahmen in vielerlei Hinsicht zu profitieren: Weniger Kosten, niedrigerer Wareneinsatz, gesenkter Personalbedarf, zufriedener Gäste, mehr Zeit – all das kann der Lohn für Anpassungen in den Abläufen sein.

Wie perfekt organisierte Prozesse aussehen können, demonstrieren erfolgreiche Systemer wie McDonald's, Vapiano & Co. seit vielen Jahren. Dabei ist Prozessoptimierung nicht nur ein Thema, das große Betriebe beschäftigen sollte. »Ich rate jedem Gastronomen oder Hotelier dazu, seine Betriebsabläufe genau zu analysieren und sich zu fragen, ob er heute immer noch alles genauso machen würde wie zu dem Zeitpunkt, als er die Prozesse so im-

plementiert hat«, so Jean-Georges Ploner, Gründer des Beraternetzwerkes Global F&B Heroes, Buchautor und HOGAPAGE-Kolumnist. »Die Welt dreht sich, und die Bedürfnisse der Gäste ändern sich, während die Kosten nur eine Richtung kennen: nach oben! Deshalb ist es schlichtweg notwendig, dass man die eigenen Prozesse kritisch hinterfragt und regelmäßig prüft, ob sie verbessert werden können.«

Ohne sorgfältige Analyse keine sinnvolle Optimierung

Die Entscheidung, Dinge zu verändern, darf dabei keinesfalls zu blindem Aktionismus führen. Bevor konkrete sinnvolle Maßnahmen ergriffen werden können, gilt es, möglichst alle Abläufe im Unternehmen genau zu definieren und zu analysieren. Kein kluger Unternehmer würde allein den Blickwinkel von oben herab als Entscheidungsgrundlage wählen. Denn hier sind nicht nur Mitarbeiter, sondern auch die Gäste wertvolle Informationsquellen, um die entscheidende Frage zu klären: Was läuft gut und wo hakt es? Auf diese Weise können zielgenau Schwächen erkannt und behoben werden. Wer Gewissheit haben möchte, was den Gästen am eigenen Betrieb missfällt, kann z. B. Befragungen durchführen, einen Blick in die Online-Bewertungsplattformen werfen oder Mystery-Checks vornehmen. Das Ergebnis wird in jedem Fall aufschlussreich sein und eine gute Basis für das weitere Vorgehen darstellen.

»Ich rate grundsätzlich dazu, gegenüber Kritik – vor allem aber auch gegenüber Neuem – offen zu sein. Egal, ob es das Input eines neuen Mitarbeiters ist, der einen Verbesserungsvorschlag hat, die Teilnahme an einer Trendtour oder der Besuch bei einem Kollegen – wer seine Augen offen hält, wird viele Ideen sammeln können, die eventuell auch für den eigenen Betrieb Sinn machen können«, sagt Jean-Georges Ploner.

Hilfsmittel aus der digitalen Welt

Auch der englische Star-Koch Jamie Oliver, ein Perfektionist in Bezug auf seine Betriebsabläufe, suche gerne über dem eige-



Kinder an die Macht?

Wie es mit den
jüngsten Gästen im
Hotel und Restaurant
klappen kann

Mit Kindern im Hotel oder am Restauranttisch kann es schnell drunter und drüber gehen. Andere Gäste rollen angesichts geballter Kids-Power, gewöhnungsbedürftiger Tischmanieren und des Lautstärkepegels schnell mit den Augen oder ergreifen entnervt die Flucht. Alle Gäste glücklich zu machen, gleicht einem Spagat, für den es ein kluges Konzept, die passende Einrichtung und Fingerspitzengefühl beim Personal braucht.

Text: Eva Schiwarth

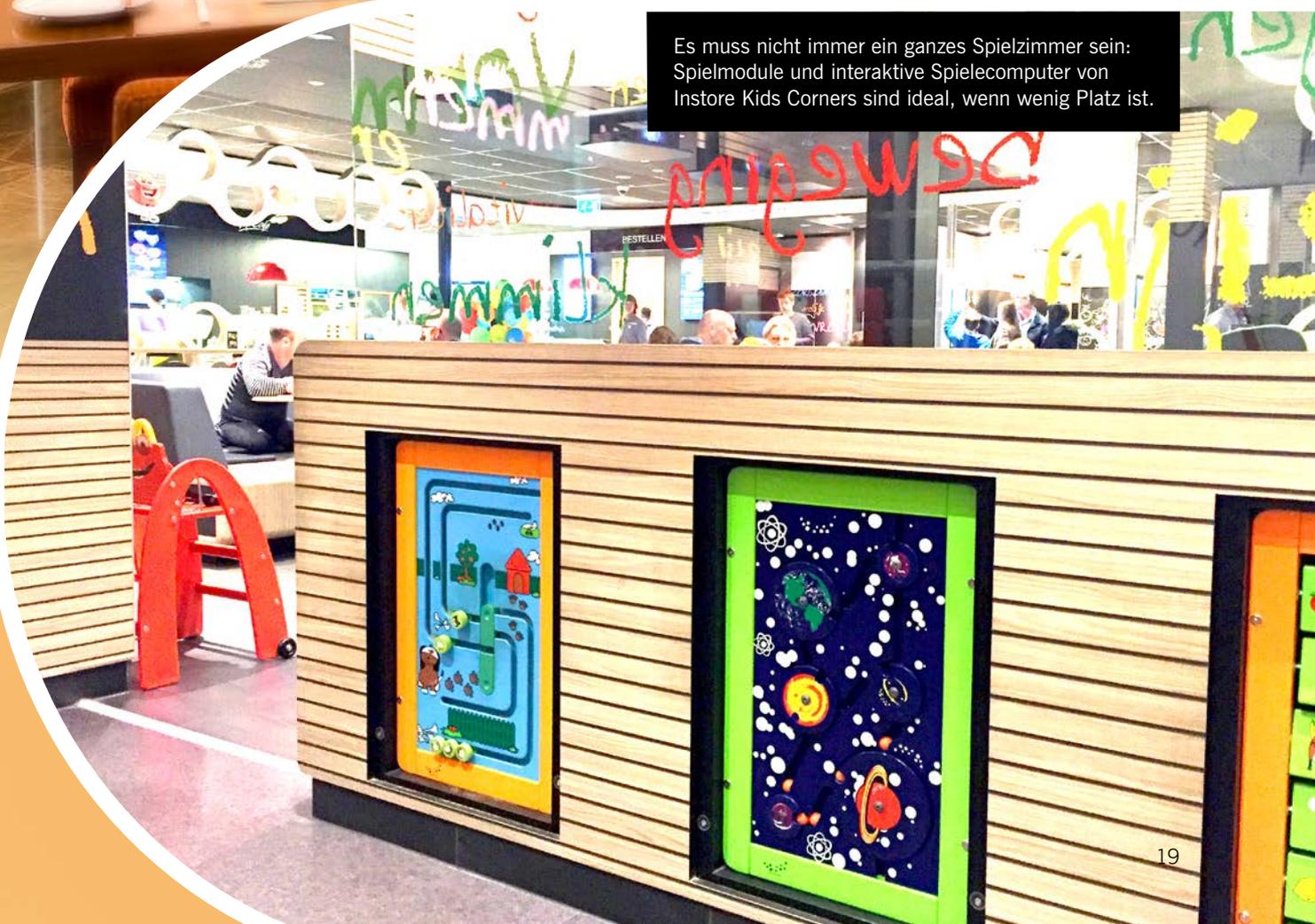


Hotel oder Restaurantbesuch mit Kindern? Macht Spaß mit Hotel- und Gastronomie-Malbüchern oder Spielen von malposter-shop.de.

Im Hotel Falkensteiner Club Funimation Katschberg in Kärnten sind Kinder jeder Altersgruppe nichts Besonderes, sondern die Regel: In den 185 Zimmern können bis zu 240 Kinder gleichzeitig zu Gast sein. Das Haus ist eines von drei Objekten der Falkensteiner-Gruppe in Österreich, die sich dem Familienurlaub verschrieben und sich auf diese Gästeklientel eingestellt haben. Die Wurzeln der Gruppe liegen in einer kleinen Familienpension in Südtirol mit sieben Betten, nach über 50 Jahren hat man einiges an Know-how und Erfahrungen gesammelt, was Familien und was Kinder wollen.

»Familien werden immer in den Urlaub fahren, das ist für sie die wichtigste Zeit im Jahr. Und inzwischen sind sie bereit, für eine gute Unterkunft und gute Leistungen auch gut zu bezahlen«, meint Gugi Spielbüchler, General Managerin am Katschberg. Die Ansprüche hätten sich dabei in den letzten Jahren gewandelt. »Heute wollen die Eltern nicht mehr einfach ihre Kinder abgeben und ihre Ruhe haben. Für unsere Gäste ist es heutzutage wichtig, dass sie die gemeinsame Zeit sinnvoll verbringen und jeder auf seine Kosten kommt.«

Es muss nicht immer ein ganzes Spielzimmer sein: Spielmodule und interaktive Spielecomputer von Instore Kids Corners sind ideal, wenn wenig Platz ist.



Chicago, Chicago – my kind of town

Frischer Wind treibt die Gastro-Szene
in der »Windy-City« voran...





Frisch gekürt als Restoranthauptstadt Amerikas und nur zwei Flugstunden weiter als New York liegt die viel schönere Stadt. Schon Frank Sinatra besang die Millionenmetropole am Michigansee. 8.000 Restaurants und Bars bedienen Klassisches und Szenetrends inmitten atemberaubender Architektur und zu normalen Preisen. Neue Eindrücke und Gänsehaut sind garantiert.

Text: Gabriele Guetzer

EST. 1780 ILLINOIS



Das Geheimnis meines Erfolges

Michel Péclard sprach mit HOGAPAGE im zweiten Teil der Serie über seine persönlichen Vorbilder, Erfolge und Misserfolge

Es gibt erfolgreiche Gastronomen, es gibt sehr erfolgreiche – und es gibt die wirklichen Big-Player, die mit ihren Konzepten nicht immer konventionelle Wege gegangen, dabei stetig gewachsen sind und in der Branche nachhaltige Spuren hinterlassen haben. Im Gespräch mit HOGAPAGE erklären gastronomische Entrepreneure ihr Erfolgsrezept.

Interview: Clemens Kriegelstein

TEIL 2

»Mach nur das, was du selbst toll findest«

Michel Péclard, geboren 1968, hat eigentlich eine Ausbildung zum Buchhalter absolviert. Doch die Materie erwies sich als relativ trocken. Als er mit Freunden am Zürifest 1994 mit großem Erfolg einen »Spiessli«-Stand betrieb, kam er auf einen neuen Geschmack: Péclard schrieb sich in Luzern an der Hotelfachschule ein. Dabei absolvierte er seine Praktika nicht nur in der 5-Sterne-Hotellerie, sondern auch als Leiter Buchhaltung/Administration bei diversen Gastro-Betrieben. Das stärkte seinen Riecher für das erfolgreiche Umsetzen von Gastronomie-Ideen. Heute ist Péclard einer der erfolgreichsten Multigastronomen der Schweiz mit inzwischen 13 Betrieben, darunter ein Ausflugsschiff auf dem Zürichsee.



Haben Sie ein gastronomisches/unternehmerisches Vorbild?

Als ich noch ganz jung war, durfte ich einem Vortrag von Gerd Käfer aus München beiwohnen. Sein Querdenken, Umdenken und Andersdenken war für mich eine Offenbarung. Er ist mein erstes großes Vorbild. Dann Ian Schrager. Er hat die Hotellerie neu erfunden und mit wegweisenden Kreativen wie Philippe Starck oder Herzog & de Meuron unglaublich tolle Hotelkonzepte umgesetzt. Oder die Brüder Costes aus Paris. Ihr Hotel Costes mit dem integrierten Restaurant ist für mich immer noch eine Wucht. Ein Hotel, das mit viel Mut eine eigene, fast »bordellische« Welt darstellt. Dann die Angestellten, nicht immer wahnsinnig top ausgebildet, aber einfach superschick, super Paris, un peu arrogant vielleicht, das jedoch in einer sehr, sehr coolen Façon.

Was war Ihre größte Hürde auf dem Weg zum Erfolg?

An mich und meine Ideen zu glauben und mich »durchzustieren«. Man wird dauernd infrage gestellt und mit Argwohn beäugt, wenn man nicht den sogenannten »richtigen« Weg geht. Vor allem von der gastronomischen Konkurrenz. Sich da ein dickes Fell anzueignen, war nicht immer leichte Kost. Aber inzwischen hab ich mir einen ziemlich guten Pelz angeeignet.

Gibt es Dos & Don'ts für ein erfolgreiches Gastronomiekonzept?

To do, foremost: Lerne mit Zahlen umzugehen. Zähl die Erbsen, bevor du die Suppe pürierst. Wer nicht zählen kann, wird früher oder später dafür zahlen. To not do, by all means: Mach nur das, was du selbst wirklich supertoll findest und willst. Folge deinem Trend. Und nur dem. Alles andere wird ein Fake, ein Möchtegern-Dings, ein Pseudo-Nix – das will niemand.

Was würden Sie einem jungen Koch raten, der vom eigenen Lokal/Unternehmen träumt?

Unbedingt eine Hotelfachschule – auch der Buchhaltung wegen

– zu besuchen. Ich selbst doziere an der Hotelfachschule Luzern. Eine solide Ausbildung legt den Grundstein für Erfolg.

Wie hat sich Ihr Geschäft in den letzten zehn Jahren verändert?

Die Auflagen sind massiv angestiegen. Deshalb wird die Hürde für Jungunternehmer leider immer schwerer. Die auflagenbedingten Investitionen für neue Betriebe sind horrend. Und die Banken unterstützen die Gastronomie m. E. viel zu wenig.

Auf welchen Erfolg sind Sie besonders stolz?

Dass ich den Mut hatte, ohne finanziell reichhaltigen Hintergrund überhaupt anzufangen. Den Camping-Platz Fischer's Fritz von einer Büchsenravioli-Kaschemme zu einem »Place to be« zu formen, war sauanstrengend. Der Erfolg ist umso schöner.

Was war Ihr größter unternehmerischer Fehler?

Ein Restaurant mit einem Partner zu eröffnen, der nicht die gleiche Sprache sprach wie ich. Wir gingen fast in Konkurs. Das war uns eine Lektion. Wir beide sind heute alleine erfolgreicher.

Gibt es Dinge, die Sie heute anders machen würden?

Vermutlich gehöre ich zu den wenigen Menschen, die alles nochmals genauso machen würden, inkl. aller Tränen, Schweißtröpfchen, Ängste. Und aller Freuden, Lacher und Jubel-Momente.

Wie oft schauen Sie persönlich in all Ihren Lokalen/Betrieben vorbei?

Fast täglich. Ich esse jeden Tag in einem meiner Betriebe, wenn ich in Zürich bin. Ich lebe meine Gastronomie zu 100 Prozent und kann sofort feedbacken, anregen und motivieren.

Wie viele Stunden hat Ihr Arbeitstag im Schnitt?

Null. Und 24. Da ich den tollsten Job mit dem besten Team der Welt habe, gibt es die Trennung zwischen Arbeit und »Freizeit« gar nicht. Gefällt mir ziemlich gut so. 

Von der *Hand* in den *Mund*



Fingerfood ist in und beschränkt sich schon lange nicht mehr auf Sandwiches, Würstchen und Hamburger

Mit den Fingern zu essen, macht einfach Spaß. Das gilt in den eigenen vier Wänden genauso wie in der Öffentlichkeit, wo informelles Snacken salonfähig geworden ist. Mit dem passenden Angebot und der richtigen Inszenierung begeistert man auch anspruchsvolle Gäste. *Text: Wolf Demar*

SO SERVIEREN SIE HOT DOGS

Die Welt ist in Bewegung. Viele Dinge ändern sich. Dazu zählt auch die Art und Weise, wie wir uns ernähren. Wie die Ernährungswissenschaftlerin Hanni Rützler in ihrem jährlich erscheinenden Foodreport darlegt, lösen sich unsere traditionellen Ernährungsgewohnheiten zunehmend auf. Immer weniger Menschen essen jeden Tag Frühstück, Mittagessen und dann ein feines Abendmahl. Vor allem in Frequenzlagen haben Lokale zunehmend durchgängig geöffnet und bieten auch am Nachmittag warme Speisen an. Die Verkehrsgastronomie boomt nach wie vor. Und das Wachstum bei Streetfood- und Ethno-Konzepten ist ungebremst. Im Sommer wollen viele Menschen im Freien essen. Was das alles miteinander zu tun hat? Auf Messer und Gabel wird dabei gerne verzichtet!

Sinnliche Freude

Die Lust, mit den Fingern zu essen, hängt damit zusammen, dass wir das Essen dabei ganz unmittelbar wahrnehmen. Sich danach die Finger abzuschlecken, ist vielleicht nicht in jedem Rahmen passend, aber zweifellos eine sinnliche Freude. Wenn in traditionellen Luxusrestaurants gleich mehrere Sets von noblem Besteck neben dem Teller platziert werden, geht es um die Inszenierung eines festlichen Rahmens und nicht um den sinnlichen Genuss.

Doch zunehmend wird auch in der Gastronomie mit den Fingern gegessen – nicht zuletzt deshalb, weil es so praktisch ist. Wenn das Handling von hochwertigem Besteck problematisch ist, stellt Einwegbesteck eine nur mäßig attraktive Alternative dar. Weder haptisch noch sensorisch macht es Spaß, von Plastik zu essen, und

auch ökologisch sind derartige Wegwerfartikel problematisch. Viel schlauer ist es da, Speisen anzubieten, die man gerne mit den Fingern isst.

Fingerfood als sinnvolle Ergänzung

Das Linzer Restaurant Stadtliebe ist ein angesagtes Lokal, das vor allem bei jungen Leuten extrem beliebt ist. Mittags kommen Kunden aus den umliegenden Büros zum schnellen Lunch, am Abend bleiben die Gäste dann auch gerne länger und bestellen mehrere Gänge. Doch auch am Nachmittag und nach 22 Uhr knurrt so manchem der Magen.

Um diese Gäste kulinarisch zu versorgen, braucht es nicht die gesamte Küchencrew. Das würde sich auch nicht lohnen, erklärt Mitbesitzer Edi Altendorfer. »Tapas sind nach wie vor total angesagt. Dabei geht es allerdings nicht um authentische andalusische Rezepte. Gäste lieben auch unsere Pastrami- und Steckerlfisch-Tapas. Es geht ums unkomplizierte Snacken zwischendurch, und das wird auch bei uns immer beliebter«, so Altendorfer. Einzelne Tapas-Gerichte kosten 3,90 Euro – bestellt man alle vier auf einmal, hat man eine vollwertige Mahlzeit für den Spezialpreis von nur zehn Euro.

Zusatzgeschäft mit »Brot-o-Typen«

Gemeinsam mit Paul Gürtler betreibt Altendorfer auch das trendige Steakrestaurant Paul's, wo man sich dem Thema Fingerfood ebenfalls widmet – und zwar in Form des Brotes. Es gab einmal eine Zeit, in der einfach ein Brotkörperl in die Tischmitte gestellt wurde und bei der Rechnung gefragt wurde, wie viel Gebäckstücke verzehrt wurden. Alternativ wurden Brot und Gebäck gemeinsam mit dem Gedeck verrechnet. Bei beiden Varianten waren die Erlöse minimal. Für echte Spezialitäten, mit denen man die Gäste auch optisch begeistern kann, sind diese jedoch gerne bereit zu bezahlen. Also hat Gürtler mit



**TRUE
DOGS**



- **Nach Burgern der Trend aus den USA**
- **In 2 trendigen Sorten**
- **Jetzt auch mit Seiten-Schnitt**
- **In aktueller Handmade-Optik**
- **Bei Bedarf: 2 – 3 Minuten von oben erwärmen**

Mehr Infos und trendige Rezepte unter:
www.schulstadbakerysolutions.de



Jetzt wird's frostig

Moderne Kühltechnik sorgt auch in puncto Betriebskosten für einen kühlen Kopf

Ob Kühlschrank, Kühlvitrine, gekühlte Verkaufstheke oder begehbare Kühlzelle: In der Profi-Küche ist eine konstante Kühlung der Lebensmittel und Getränke mit der jeweils optimalen Temperatur unabdingbar. Nicht nur für den Geschmackssinn des Gastes, sondern auch für Frische und Hygiene. Moderne Kühltechnik erfüllt diese Anforderungen präziser und zuverlässiger als in die Jahre gekommene Kühlungsvarianten. Die neue Generation der coolen Produkte punktet zusätzlich mit Energieeffizienz.

Text: Michael Eichhammer

Das Kühlen der Lebensmittel ist ein elementarer Posten im Budget. Nicht nur hinsichtlich der Investitionskosten (geschätzt bis zu 400 Euro pro Kubikmeter Kühlraumvolumen), sondern auch im Betrieb. Rund 20 Prozent der Energie, die in der Gastronomie verbraucht werden, entfallen auf den Bereich Kühlung. Moderne Technik kann den Geldbeutel des Gastronomen gerade hinsichtlich der Folgekosten spürbar entlasten. Einsparungen bis zu 30 Prozent sind nicht nur optimistische Herstellerversprechen, sondern realistisch erreichbar. Generell gilt: Kühltechnik, die älter als 15 Jahre ist, sollte dringend ausgetauscht werden, denn die Stromkosten, die das veraltete Gerät verursacht, sind garantiert nicht mehr zeitgemäß.

»Energieeffizienz ist die Geldbörse des Kunden«, bestätigt Fernando dos Santos Moreira, Produktmanager für den Bereich Kühlzellen bei der Viessmann Kühlsysteme GmbH. Viele Kunden begehen dabei allerdings einen klassischen Denkfehler: Sie achten nur auf den Anschaffungsbetrag und übersehen dabei das Wesentliche: Die Betriebskosten einer Kühlzelle sind oft acht bis zehnfach so hoch wie die Anschaffungskosten. Wer auf eine gute Energieeffizienz achtet, spart langfristig Geld.

Moderne Geräte sind hygienischer

Spätestens wenn die Lebensmittelkontrolle ansteht, wird die Wichtigkeit der Hygienefreundlichkeit eines Kühlgeräts deutlich. Dazu gehört auch, dass es leicht zu reinigen ist. Die kritischen Punkte einer Kühlzelle sind die Stoßbereiche. Die Fugen, die durch die Sandwich-Bauweise bedingt sind, stehen einer durchgehend glatten Oberfläche im Wege. So können sich Bakterien in den Tiefen festsetzen. Etwas altbacken ist der Versuch, die Un-



Modelle wie der WTpes 5972 Vinidor von Liebherr bringen den Wein auf Idealtemperatur.

ebenheiten mit Silikon auszugleichen. Das wird schnell rissig und brüchig. Eine modernere Lösung: Wandüberlappung und fugenfreie Bodenunterlappung. Werden die Bleche so übereinandergeschoben, dass lediglich eine kleine Stufe entsteht, ist diese weniger schmutz anfällig und leichter zu reinigen als tiefe Fugen. Bei kleineren Geräten wie Külschränken ist es im Gegensatz zu Kühlzellen möglich, diese kritischen Stellen komplett zu umgehen: indem der Kühlkorpus in einem Stück hochdruckgeschäumt wird.

Energieeffizienz

Unebene Stoßbereiche sind nicht nur die Fehlerleufel der Hygiene. Sie sind zudem ungewollte Wärmebrücken. Die größtmögliche Schwachstelle ist allerdings die Tür. Deshalb legen die Hersteller größten Wert darauf, diese und andere Störbereiche so dicht zu gestalten, dass nicht unnötig Energie verloren geht. Dazu gehört unter anderem eine Schwallwand, die das Austreten von Tauwasser verhindert. Auch moderne Kältemittel können helfen, Strom zu sparen. Die neue Generation kommt mit kleineren Kompressoren aus als althergebrachte Kältemittel. Viel im Einsatz ist derzeit herstellerübergreifend das als umweltfreundlich geltende Kältemittel R290.

Relevant ist zudem die Wandstärke. Die Faustregel: je dicker die Wand, desto weniger Energieverbrauch. Allerdings wirkt sich die Wandstärke auch auf den Produktpreis aus. »Tendenziell wird die Isolierung immer dicker, was effizienter ist, weil weniger Kälte an die Umgebung verloren geht«, so Hanns Rüsck, Geschäftsführer bei KBS Gastrotechnik. Gute Schaum- und Panel-Qualität hilft ebenfalls bei der Reduzierung der Betriebskosten. Intelligente Regelungstechnik und Sensoren können Schwankungen der Kühlanforderungen erkennen und situativ ausgleichen.

Die Tecto-Reihe von Viessmann verspricht einen Vorsprung durch Technik in Sachen Energieeffizienz und Hygiene.



GASTROJOKER®
Gastronomieversandhandel

Onlineshop für die
große & kleine
Gastronomie



Kühlvitrinen + Kühlregale + Kühltheken uvm.



Fass-, Flaschen- & Weinkühlung uvm.

Kühltechnik
Küchentechnik
Gläser & Geschirr
Gastronomiebedarf

+
10,- € Gutscheine gültig bis 11.11.18

Nutzen Sie den
Gutscheincode
"HOGAPAGE"

ab einem
Warenwert von
100,- € netto

www.gastrojoker.de

20.000 Artikel online 30 Top Marken

BESTELHOTLINE (Mo - Fr 8.30-18.30Uhr)

☎ 0800 007 0770

*kostenfrei aus dem dt. Festnetz / Mobilfunk

NordCap® KBS Neumärker

TABLE ROC® GGG Bartscher

TRUSTED SHOPS



Freiwillige vor!

Gute Ausbilder braucht das Land

Die Qualität der Fachkräfte der Zukunft steht und fällt mit der Qualität ihrer Trainer und Lehrstätten. Deshalb sind gut geschulte Ausbilder und Betriebe, die die richtigen Rahmenbedingungen für die Talententwicklung schaffen, ein absolutes Muss für die Branche. Wie man den besten Nährboden für den jungen Nachwuchs schafft, was einen guten Ausbilder ausmacht und was man von Rechts wegen beachten sollte – hier sind die Antworten.

Text: Petra Sadtke

Einfach mal so« Lehrlinge/Azubis ausbilden, das geht nicht. Drei Punkte sind in Deutschland gemäß Berufsbildungsgesetz erforderlich, um sich selbst auf den Nachwuchs loslassen zu dürfen: erstens ein Berufsabschluss oder mehrjährige Berufserfahrung im Ausbilderberuf (berufliche Eignung). Zweitens pädagogische Kenntnisse, erworben durch Meisterprüfung oder »AdA-Schein« (Ausbilderschein) gemäß AEVO (Ausbilder-Eignungsverordnung). Drittens die persönliche Eignung, die im Gesetz allerdings nur in Form von Ausschlussmerkmalen definiert ist (als ungeeignet gilt bspw., wer nachweislich rechtsradikales Gedankengut verbreitet).

Die Regelungen in Österreich und der Schweiz sind ähnlich, abgesehen von einigen länderspezifischen Abweichungen und unterschiedlichen Fachtermini. In Österreich heißt der AdA-Schein etwa Ausbilderprüfung, erste Anlauf- und Prüfungsstellen sind die jeweiligen nationalen Industrie- und Handelskammern oder Wirtschaftskammern (IHK, WKO). In der Schweiz muss man, um die Ausbildungsbewilligung beim Berufsbildungsamt seines Kantons zu erhalten, einen drei- bis fünftägigen Berufsbildnerkurs bei einem Anbieter nach Wahl absolvieren.

Die Ausbildungskosten variieren, abhängig u. a. vom (Bundes-)Land: Für die Prüfungsgebühr berappt man mindestens um die 100 Euro, einen Platz im (nicht vorgeschriebenen) Vorbereitungskurs bekommt man ab 300 Euro (Tipp: Es gibt viele Anbieter, teuer ist nicht unbedingt gleich besser, vergleichen!). Eine gute Recherche ist ratsam (siehe Info-Kasten: Web-Tipps, weiterführende Links).

Habe ich das Zeug zum Ausbilder?

Was das Gesetz nicht vorgibt, ist ein konkreter Kriterienkatalog, anhand dessen man herausfinden kann, ob man überhaupt das »Zeug« zum Ausbilder hat. Hier ist eine kritische Selbstanalyse der eigenen Stärken und Schwächen als Hausaufgabe unabdingbar. Denn eines sollte man sich bewusst machen: Ausbilder sind nicht nur verantwortlich für die fachliche Qualifizierung ihrer Lehrlinge. Sie prägen auch den weiteren Verlauf des Berufs- und Lebensweges ihrer jungen Schüler im positiven oder im negativen Sinne entschei-

dend mit – durch ihr Verhalten und Engagement. Mehr noch: Sie formen die Branche mit. Schließlich kämpfen die Hotellerie und die Gastronomie seit Jahren mit einem schweren Nachwuchsproblem und hohen Abbruchzahlen von Lehrlingen gerade im ersten Lehrjahr.

»Ein guter Ausbilder ist meiner Einschätzung nach einer, der seinen Beruf mit sehr viel Herzblut und Umsicht macht und sein großes Fachwissen ebenso vermitteln kann«, sagt Barbara Kleewein, Personalbeauftragte des für seine Lehrlingsausbildungsarbeit ausgezeichneten Parkhotels Pörtschach in Kärnten (www.parkhotel-poertschach.at). Wer als einzige Motivation hat, mit seiner Weiterbildung zum Trainer die eigene Karriere zu befeuern oder dem eigenen Betrieb ein besseres Image zu verschaffen, wird mit dieser egozentrischen Einstellung Nachwuchskräften und Branche wohl keinen guten Dienst erweisen können.

Wer diese Schlüsselkompetenz nicht besitzt, sollte nicht ausbilden

Fragt man Berater und Top-Ausbildungsbetriebe nach der Schlüsselkompetenz, die eine Lehrkraft unbedingt haben sollte, kommt diese Antwort wie aus einem Munde: Empathie. »Ein guter Ausbilder ist immer gleichzeitig auch ein guter Zuhörer. Einer, der sich in andere, in jeden Schüler individuell, hineinversetzen kann. Nur so gewinnt ein Lehrling die Sicherheit: Der will das Beste für mich«, sagt Führungskräfteberater Bernd Geropp (www.mehrfuehren.de).

Ein empathischer Lehrer bezieht in seine Handlungen und Äußerungen ein, dass sich Lehrlinge an einem Wendepunkt ihres Lebens befinden: raus aus Schule und Hotel Mama, rein ins Berufsleben, wo man erstmals echte Verantwortung übernehmen muss. Das fällt vielen jungen Leuten extrem schwer. Geropp: »Wer als Ausbilder hier nicht Geduld – viel Geduld – mitbringt, scheitert. Wenn Lehrlinge zehnmals dasselbe fragen und dasselbe wieder vergeigen, denkt ein fähiger Trainer: In 99 Prozent der Fälle machen das Azubis nicht, weil sie mich ärgern wollen, sondern, weil sie es derzeit einfach nicht besser können. Und dann hilft er seinen Schülern, weil er das als seine wichtigste Aufgabe ansieht.«

HOGAPAGE JAHRESABO

Das HOGAPAGE-Magazin als Abonnement



Nur 41,40 €*
pro Jahr

Ihre Abo-Vorteile*

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

So einfach bestellen Sie

- Per Bestellformular auf magazin.hogapage.de
- Per E-Mail an abo.magazin@hogapage.de
- Per Telefon unter **+49 821 319470-700**

* Jahresabo (6 Ausgaben):

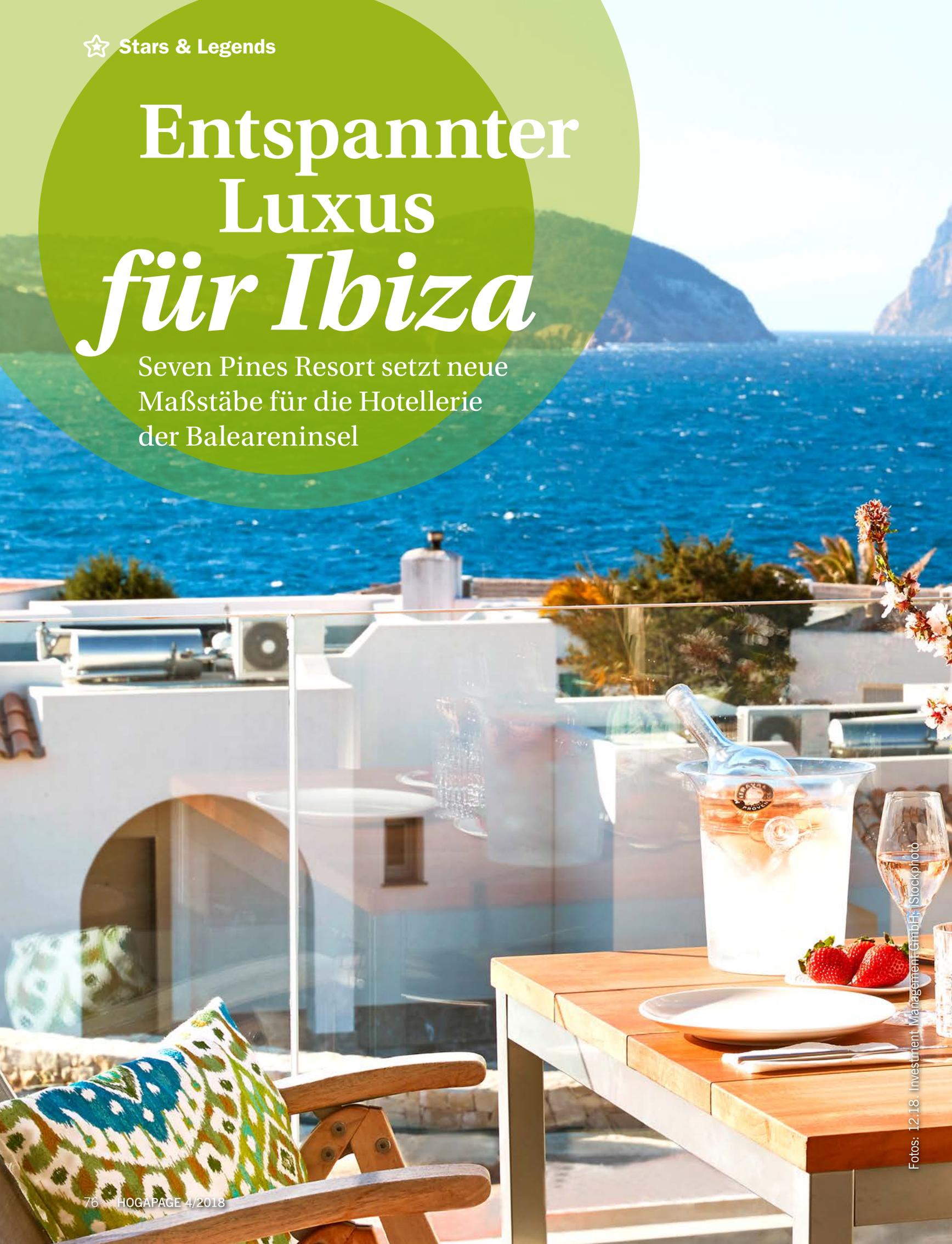
41,40 Euro pro Jahr, inkl. MwSt. und Versand bei Lieferung innerhalb Deutschland.

51,40 Euro pro Jahr, inkl. MwSt. und Versand bei Lieferung im EU-Ausland.

68,40 CHF pro Jahr, inkl. Versand bei Lieferung in die Schweiz.

Entspannter Luxus für Ibiza

Seven Pines Resort setzt neue
Maßstäbe für die Hotellerie
der Baleareninsel





Ibiza umgibt eine einzigartige Anziehungskraft: Wildes Hippie-Feeling, bunte Boheme, (neu)reicher Jetset, Hollywood-Stars und exzessive Rave-Partys mit Weltklasse-DJs – kaum ein Ort bringt so Gegensätzliches derart perfekt in Einklang wie die drittgrößte Baleareninsel. Dabei scheint es, dass Ibiza mittlerweile ein ganzes Stück erwachsener geworden ist und sich auf seine natürliche Schönheit besinnt. Kein Zufall also, dass das neueste Hotel-Highlight der Insel sich nicht an die typische Party-Klientel richtet, sondern auf authentisches ibizenkisches Flair setzt – und auf entspannten Luxus, der ebenfalls keine lauten Töne nötig hat.

Text: Daniela Müller

Es ist schon ein beeindruckendes Fleckchen Erde: Das Seven Pines Resort wurde an der Westküste Ibizas am Rand eines Pinienwaldes auf einer Fläche von stolzen 56.000 Quadratmetern errichtet. Von seiner exklusiven Lage hoch auf den Klippen bietet es einen atemberaubenden Blick auf das azurblaue Meer und die Felseninsel Es Vedrà, der magische Kräfte nachgesagt werden. Während im Süden der Insel die Bässe der Megaclubs praktisch rund um die Uhr wummern, ist hier die Welt noch in Ordnung und genauso schön wie der Sonnenuntergang, den man vom Hotelgelände aus quasi aus der ersten Reihe bewundern kann. Auf den ersten Blick wirkt die Anlage, die aus 81 Bungalows und Suiten-Gebäuden besteht, die sich um das parkartige Grundstück am Rande eines Pinienhains verteilen, wie ein ibizenkisches Dorf: Die zweigeschossige Bauweise der Häuser in kubischer Form mit weißem Putz kommt der typischen Finca ibicenca jedenfalls sehr nahe.

Gastgeber aus Leidenschaft

In der Rolle des General Managers ist Markus Lück Herr über das neue Luxus-Resort, dessen Konzeption, Gestaltung und Bau er von der ersten Stunde geleitet hat. Eine Aufgabe, für die der gebürtige Trierer die notwendige Portion Erfahrung mitbrachte. Gemeinsam mit seinen Eltern zog er im Alter von 13 Jahren ins englische Oxford und entdeckte früh sein ausgeprägtes Organisationstalent. »Ich habe mich dort an der Durchführung von schulischen Events und Veranstaltungen beteiligt«, erinnert er sich. Wenn die Eltern an Wochenenden beruflich unterwegs waren, ließ er zu Hause die eine oder andere Party steigen. »Für mich war es immer das Größte, wenn meine Gäste begeistert waren und alles im Detail perfekt gelungen ist«, so Lück.

Seine Leidenschaft als Gastgeber überzeugte am Ende auch Lücks Eltern, die sich, zunächst wenig begeistert, dem Berufswunsch ihres Sohnes beugten. »Sie hatten erst mal die üblichen Vorurteile von wegen ›Wer nichts wird, wird Wirt‹ usw. im Kopf. Unter der