

HOGAPAGE

Das Magazin für Hotellerie & Gastronomie



HOGAPAGE

Fehlt Personal?
Dann nix wie los!

HOGAPAGE – BESTE
ONLINE-SPEZIAL-JOB-
BÖRSE FÜR HOTEL
UND GASTRONOMIE*

*1. Platz im Ranking der Spezialjobbörsen
für Hotel und Gastronomie bei der Qualitäts-
analyse 2022 von jobboersencheck.de –
gewählt von Arbeitgebern und Arbeitnehmern.



Gemeinsam stark?

Wenn (zu) viele Interessensverbände mitmischen 14

Heißes Sizilien

Streetfood-Paradies 30

Gewürz-Erlebnisse 64

Kampf der Hofas

Jeder Schüler zählt 38

Prickeln im Glas 68

Hotel Imperial Wien

150 Jahre Extraklasse 84

Zukunft E-Mobilität 72



Die PURE METAL Besteckserie

**PUR
HARMONISCH
INTUITIV**

Messer . Werkzeuge
Wetzstähle . Schleifmaschinen

www.dick.de

EDITORIAL

Happy Birthday!

Liebe Leserinnen, liebe Leser,

ja, es ist kaum zu glauben, dass es bereits zehn Jahre her ist, seit das erste HOGAPAGE-Magazin erschienen ist. Bunt wie die Branche und anders als alle anderen Publikationen, sorgte es schnell für große Aufmerksamkeit und fand viele begeisterte Leser, die ihm bis heute treu geblieben sind. Heute gehört es wohl unbestritten zu den großen Branchenplayern am Fachzeitschriftenmarkt.

Das vergangene Jahrzehnt hat dabei nicht nur unser Magazin erwachsen werden lassen, es hat auch unsere Branche auf eine wilde Achterbahn geschickt – von den goldenen Jahren, in denen die Branche boomte, über die unglaublich harte Corona-Zeit bis hin zur Gegenwart, die wieder voller neuer Herausforderungen steckt.

Was werden die nächsten Jahre bringen? Eines ist sicher: Nichts ist so beständig wie die Veränderung, so lautet ein sehr weises Sprichwort. Denn nur, wer sich verändert, kann sich entwickeln und daran wachsen. Nach fast zehn Jahren als Chefredakteurin des HOGAPAGE-Magazins wird es nun Zeit für mich, den Staffelstab weiterzureichen. Karoline Giokas hat als meine Stellvertreterin bereits bewiesen, wie viel Herzblut sie für unsere Branche und unser wunderschönes Heft mitbringt. Ich selbst werde als Gesamt-Chefredakteurin sowie Geschäftsführerin der HOGAPAGE Media GmbH auch weiterhin dafür sorgen, dass alle Medien-Angebote von HOGAPAGE unseren hohen Qualitäts-, Informations- und Unterhaltungsansprüchen gerecht werden.

Wir freuen uns auf die Zukunft und sind schon heute gespannt, wie sie für unsere grandiose Branche aussehen mag. Eines können wir Ihnen schon heute versprechen: Mit HOGAPAGE bleiben wir für Sie dran – an den Trends, an den Entwicklungen und an den Lösungen für neue Herausforderungen, welche auch immer es sein mögen. Viel Spaß beim Lesen unserer Jubiläumsausgabe!

Herzlichst

Ihre

Daniela Müller
Chefredakteurin

und Ihre

Karoline Giokas
Stellvertretende Chefredakteurin

INHALT

ENTRÉE

Info-Häppchen und Neues 8

Ploners Gastro-Kolumne

„Die Höhle der Löwen“ neu gedacht – für das Gastgewerbe 11

TITELSTORY

Gemeinsam stark

Wenn (zu) viele Interessensverbände mitmischen 14

SPECIAL

Ein Jahrzehnt voller Leidenschaft

Eines der marktführenden Branchenmagazine feiert Jubiläum 20



10 Jahre
HOGAPAGE **20**

AROUND THE WORLD

Streetfood-Paradies Sizilien

Wie die heiße Insel mit Arancini, und Bellini verzaubert 30

BRANCHE INSIDE

Kampf um jeden Schüler

Wie geht es für die Hotelfachschulen weiter? 38

MANAGEMENT & MARKETING

HDV-Camps 2023

Arbeitgeberqualitäten im Fokus... 42

Damit der Gast wiederkommt

Wie aus gelegentlichen Besuchern Stammgäste werden 46

SYSTEMGASTRONOMIE

#gemeinsam STARK

Die Highlights der BdS-Mitgliederversammlung 52

Starke Partner – starke Themen

BdS-Hauptgeschäftsführer Markus Suchert und HOGAPAGE Media Geschäftsführerin Daniela Müller im Klartext 56

FOOD & BEVERAGE

Comeback oder Auslaufmodell?

Über aktuelle kulinarische Trends bei Molkereiprodukten 58

The Big Five – Food-Kolumne von Andrew Fordyce

Sex sells 63

Für ein bisschen mehr Würze

Von der Kunst, mit Aroma-Erlebnissen zu verwöhnen 64



64 *Die Kunst des Würzens ist ein delikater Balanceakt.*

Prickeln im Glas

So lassen sich Gäste den Sommer 2023 schmecken 68

TECHNIK & EQUIPMENT

Zukunft oder Einbahnstraße?

Ist Elektro-Mobilität schon reif für die Branche? 72



84

*Legende:
Das 5-Sterne-Superior-Hotel Imperial Wien*

Klare Sache

Das bringt innovative Spültechnik 76

KARRIERE & RATGEBER

Immer auf dem neuesten Stand

Vier Weiterbildungstipps für Wissbegierige 80

Mit künstlicher Intelligenz (KI) in Führung?

Was Teamleader im Umgang mit ChatGPT beachten sollten 82

STARS & LEGENDS

150 Jahre der Extraklasse

Auf den Spuren einer Hotellegende: Das 5-Sterne-Superior-Hotel Imperial Wien 84

10 Fragen an ...

... Zoran Pingel 90

Jetzt rede ich!

Die Gazpacho im Exklusiv-Interview 92

SERVICE

Editorial 3

Bücher – Lesestoff für Profis 50

Bildungskompass 83

Aus den Verbänden 94

Marktplatz 96

Vorschau / Impressum 98

Gemeinsam s



... doch bisweilen „fremdet“ das Flaggschiff DEHOGA, wenn andere Gastro-Verbände aktiv werden

Darf man das – einfach, ohne Erlaubnis des Verband-Flaggschiffs, einen großen Branchentag ausrufen? Nicht jedem im DEHOGA-Präsidium gefällt das offenbar, einer macht seinen Unmut deutlich. Von der Spitze der DEHOGA-Geschäftsführung wird hingegen betont, dass man auf allen Ebenen zur Zusammenarbeit bereit sei.

Text: Wolfgang Bublies



DEHOGA-
Hauptgeschäfts-
führerin
Ingrid Hartges

**Wir wollen
Sprachrohr
für alle sein**

Foto: SvetaZi via Getty Images, Dehoga/ Svea Pietschmann

stark...?



jura[®]

PROFESSIONAL

Die neue Generation
des mobilen Bezahlens
und Verwaltens



GIGA W10

Frisch gemahlen, nicht gekapselt

Die GIGA W10 ist ideal für den Einsatz in eleganten, repräsentativen Arbeits-, Freizeit- und Lounge-Umgebungen geeignet. Auf Knopfdruck bereitet sie sowohl heiße wie auch echte Cold-Brew-Spezialitäten zu. Kombiniert mit Pocket Pilot 2.0 setzt sie auch neue Maßstäbe in puncto Payment, Abrechnung und Verwaltung. Die kostenlose Software ermöglicht bargeldloses Bezahlen und kommt ohne Zusatzgeräte aus. Sie erlaubt die zentrale Überwachung und Verwaltung von Vollautomaten und bietet hohe Individualisierbarkeit.



Buchen Sie Ihre persönliche
Onlineberatung
via JURA LIVE Office.

juragastroworld.de



BdS-Hauptgeschäftsführer
Markus Suchert

**Es macht
absolut
Sinn,
Synergien
zu nutzen**

Viele Köche verderben den Brei, sagt der Volksmund. Das stimmt freilich nicht in der modernen Gastronomie bzw. Hotellerie. Wer dort glänzen will, braucht nicht nur einen versierten Chefkoch oder Küchendirektor, sondern auch eine fachkundige Brigade – Spezialisten für Suppen und Vorspeisen, Fisch, Fleisch und Vegetarisches sowie für die Desserts und edle Getränke.

Kein Wunder, dass es entsprechend auch auf Verbandsebene neben dem vermeintlich allumfassenden DEHOGA, dem Deutschen Hotel- und Gaststättenverband, eigene Interessensvertretungen gibt für manche Spezialisierung, zumal sich – das lässt sich ab und an heraushören – nicht alle stets ausreichend beim Gastro-Flaggschiff perfekt aufgehoben fühlen. Es scheint, als würde umgekehrt der DEHOGA sogar bisweilen fremdeln, wenn sich vermeintliche „Verbandskonkurrenz“ um die Lobbyarbeit kümmert.

Alle Verbände und Anregungen sind willkommen ...

Dabei ist, getreu dem Motto „Gemeinsam sind wir stark“, ein Miteinander doch sinnvoller. Immerhin wird diese Devise von der langjährigen DEHOGA-„Chefin“ Ingrid Hartges betont: Die Hauptgeschäftsführerin des Bundesverbandes sagt im Gespräch mit unserem Magazin: „Alle Verbände und Anregungen sind willkommen, der DEHOGA ist auf allen Ebenen zur Zusammenarbeit bereit.“ Das habe sich schon vielseitig bewährt, etwa bei langjährigen Partnerschaften zur Gewerkschaft Nahrung-Genuss-Gaststätten NGG, zur Arbeitsgemeinschaft Mittelstand, zur Brauerei- und Weinwirtschaft, bei deutschen Jugendmeisterschaften und anderen Veranstaltungen.

Der DEHOGA mit rund 65.000 Mitgliedern sei die legitime Interessensvertretung der gesamten Branche. „Wir wollen Sprachrohr für alle sein“, stellt Hartges aber auch den Führungsanspruch des DEHOGA heraus und verweist auf aktuelle Themen, allen voran das Ziel, die 7-Prozent-Mehrwertsteuer-Regel für Speisen, die zum Jahres-

ende hin auf der Kippe steht, dauerhaft zu sichern. Ein Thema, an dem man seit Jahren dran sei. Das erfordere, so Hartges, viel Arbeit. „Deshalb hilft es, Allianzen zu knüpfen, Doppelarbeit zu vermeiden. Gemeinsam für die Branche, müsse die Devise lauten. „Nur so kann man mit einer starken Stimme sprechen.“

Braucht jede Spezialisierung ihre Lobbygruppe?

Nicht einfach, bei rund 100 Einzelverbänden und Organisationen, auf welche der DEHOGA verweist – und es kommen immer wieder neue hinzu. Interessensgruppen und Initiativen gibt es also reichlich im Gastgewerbe. Da darf die Frage erlaubt sein, ob es für jede Spezialisierung tatsächlich eine eigene Lobbygruppe braucht, der dann womöglich die Schlagkraft fehlt? Andererseits ist es – Achtung Kommentar – schon sinnvoll, dass gerade bedeutende und wachsende Gastro-Zweige entsprechend vertreten sind.

Hierfür steht etwa der BdS, also der Bundesverband der Systemgastronomie. Er vertritt aktuell rund 830, überwiegend mittelständische Unternehmen mit insgesamt mehr als 120.000 Beschäftigten, etwa bei McDonald's, Burger King, Starbucks oder Nordsee, aber auch bei jüngeren Konzepten wie The Ash, Purino oder Greenkarma. Oder die Hoteldirektorenvereinigung Deutschland (HDV) mit 210 Mitgliedern, die sich als starkes Netzwerk für die Top-Führungskräfte der Branche und politisches Sprachrohr der Hotellerie sieht.

Nicht einfach so weitermachen wie bisher ...

Im Mai 2021 hat sich die Denkfabrik Zukunft der Gastwelt (DZG) gegründet, weil sich, so Vorstandssprecher Dr. Marcel Klinge, gezeigt habe, „dass wir in Sachen Wahrnehmung und Wertschätzung in Gesellschaft und Politik noch sehr viel Luft nach oben haben“. Fast jedes Gastwelt-Unternehmen habe sich in den vergangenen Jahren neu erfinden müssen. „Daher sollten wir in Berlin nicht einfach so weiter-



HDV-Vorsitzender
Jürgen Gangl

Alle haben doch dasselbe Ziel: unsere Branche unterstützen



Jahre Hogapage

Ein Jahrzehnt voller Leidenschaft

Eines der marktführenden Branchenmagazine
feiert zehnjähriges Jubiläum

Am 4. September 2013 hieß es endlich: **BUHL** macht nun auch Zeitschriften, und zwar die **HOGAPAGE**. Dieses Jahr blickt das Fachmagazin auf eine Dekade zurück, geprägt von unvergesslichen Momenten, einem nachhaltigen Wandel und steten Herausforderungen. *Text: Karoline Giokas*

Nur ein knappes halbes Jahr nachdem Charlotte und Hermann Buhl die BUHL Medien Verlag und Agentur (heute HOGAPAGE Media) ins Leben gerufen hatten, feierte das neue Wissensmagazin HOGAPAGE Premiere und betrat damit die große Bühne der gastronomischen Fachzeitschriften. Mit dem Informationsmagazin für die Hospitality und die Menschen, die in ihr arbeiten, sollte eine Lücke im Zeitschriftensegment geschlossen werden. Mit einem Redaktionskonzept, das Information und Unterhaltung gekonnt kombinierte, deckte es fortan alle Bereiche und Themengebiete der Gastronomie ab – es liefert spannende Reportagen, fundier-

te Fachbeiträge inklusive nützlicher Praxistipps, fesselnde Geschichten über Aktuelles und Vergangenes, berichtet über Alltägliches und Kurioses.

Als kritisches Printmedium greift HOGAPAGE stets gesellschaftliche Themen und aktuelle Herausforderungen auf, immer mit Blick auf die Branche und die Themen, die diese bewegen. „Wir bringen das HOGAPAGE-Magazin heraus, weil wir unsere Branche lieben und ich mein ganzes Berufsleben in ihr verbracht habe“, war damals der Wortlaut des Herausgebers Hermann Buhl in seinem ersten Editorial. „Ihre Sorgen und Nöte, aber auch ihre schönen Seiten, Außenstehenden

oftmals ein Rätsel, sind mir vertraut und HOGAPAGE ist eine Hommage an unsere Branche!“

Wie im Bilderbuch

Wohl wahr! Hermann Buhls Biografie ist zwar kein Einzelfall, aber durchaus exemplarisch für die tollen Möglichkeiten, die die Gastronomie- und Hotelbranche aufstrebenden jungen Menschen bietet. Aufgewachsen in einer bäuerlichen Großfamilie, musste Buhl schon früh im landwirtschaftlichen Kleinbetrieb mit anpacken. Nach seinem Hauptschulabschluss machte er es seinem großen Bruder nach, absolvierte eine solide Kochlehre und wagte direkt im Anschluss im Alter von nur

10 Jahre HOGAPAGE

Happy Birthday!

Wir produzieren Burger
für jeden Anlass
und Geschmack.

Kontaktieren Sie uns gerne:
+49 3221 10513-00
service@osi.de | www.foodworks.com


FOODWORKS

An  Group Company



Streetfood-Paradies Sizilien



Wie die heiße Insel mit Arancini,
Bellini & Cassata und malerischem
Ambiente verzaubert

„Kennst du das Land, wo die Zitronen blühn?“ – willkommen auf der größten und
vielleicht köstlichsten Insel des Mittelmeers! Seit Jahrhunderten betört Sizilien große
Dichter wie Goethe, heute sind Catania und Palermo ein gefundenes Fressen für
Streetfood-Fans. *Text: Sebastian Bütow*



Böse Zungen behaupten ja gern, dass Sizilien auf der Landkarte aussehe wie ein Fußball, getreten von einem Frauenstiefel, als wolle der Rest Italiens dieses lästige Ärgernis am Südzipfel wegstutzen. Traditionell gilt die prachtvolle Insel als „Armenhaus Italiens“, das mit Arbeitslosigkeit, Armut und Korruption zu kämpfen hat. Und dann wäre da noch das schlimme M-Wort. Doch dazu später.

Sizilien verzaubert die Menschen, betört die Sinne

Aus Genießersicht stellt Sizilien definitiv ein Paradies dar. Die heiße Insel habe die Macht, Menschen zu verzaubern und ihre Sinne zu betören, schwärmte einst der US-Schriftsteller Truman Capote („Frühstück bei Tiffany“). Er verliebte sich so sehr in Sizilien, dass er dem nicht weniger berühmten Kollegen D. H. Lawrence dessen Villa in

Taormina abkaufte, um hier seinen Bestseller „Die Grasharfe“ zu schreiben. Auch Goethe, Thomas Mann und Richard Strauss ließen sich in dem malerischen 10.000-Einwohner-Städtchen inspirieren.

Pasta, komponiert wie eine Oper

Apropos Komponist: Eine allgegenwärtige Speise auf Sizilien ist Pasta alla Norma, Nudeln mit gebackenen



Kampf um jeden Schüler

Wie geht es für die Hotelfachschulen weiter?

Zu wenige Anmeldungen, wegbrechende Bildungsaufträge – auch die Hotelfachschulen bekommen den tiefgreifenden Wandel der Gastronomie und Hotellerie zu spüren. Einige erfinden sich neu, andere stehen vor dem Aus. *Text: Karoline Giokas*

Bereits 2018 musste die Hotelfachschule Garmisch-Partenkirchen für immer ihre Türen schließen. Und das nach 60 Jahren! Werner Prochaska, der ehemalige Schulleiter, machte laut Medienberichten unter anderem die Entstehung zu vieler Schulen gleichen Zuschnitts, die mit den Jahren entstanden sind, dafür verantwortlich.

Nach 32 Jahren ist Schluss

Seit Sommer 2022 ist nun auch die endgültige Schließung der Berufs- und Hotelfachschule in Pegnitz beschlossene Sache. Lange wurde in dem Bayreuther Landkreis hitzig über die Zukunft der Weiterbildungsstätte, die 1990 gegründet wurde, diskutiert. Zwar ist die Hofa Pegnitz die einzige kommunale Hotelfachschule in Oberfranken, aber der Betrieb wurde im Laufe der letzten Jahre immer unwirtschaftlicher: Einst konnte die Schule über 180 Schüler verzeichnen, zuletzt waren es nur noch rund 30 bis 35. Zu wenige.

Zwei Jahre „Bewährungsfrist“ wurden der Schule deshalb eingeräumt, um das Ruder herumzureißen – dafür sogar in Zusammenarbeit mit der IHK und dem DEHOGA eine Social-Media-Kampagne gestartet, bei der u.a. Ehemalige der Hofa Pegnitz zu Wort kommen. Bisher ohne sichtbaren Erfolg. Mit dem Schuljahresende 2022 wurden daher bereits keine neuen Schüler mehr aufgenommen. 2024 sollen die Pforten ganz geschlossen werden.

Von der Hotelfachschule zur Business School

Harald Becker von der Wihoga Dortmund ist überzeugt, dass das bisherige Modell Ersatzschule keine ökonomische Perspektive mehr hat. „Wir müssen uns auf die neuen Marktbedingungen einstellen, wenn wir unserem Anspruch auch in Zukunft gerecht werden wollen“, so der Schulleiter. Immerhin sei bekannt, wie stark die Gastronomie und Hotellerie seit Jahren unter der geringen Wertschätzung der Berufe, den schwierigen Arbeitsbedingungen und der zum Teil unzureichenden Bezahlung leidet. Die Pandemie tat ihr

Übriges. „Vor Corona konnten wir dem negativen Trend mit innovativen Angeboten immer etwas entgegensetzen. Corona hat unserer Branche einen so herben Schlag versetzt, den wir nicht mehr auffangen können“, ergänzt Becker. Die Bildungslandschaft in der beruflichen Aus- und Weiterbildung habe sich inzwischen verändert. Der Trend gehe in Richtung Seminare und Kurzlehrgänge.

Im Oktober 2022 beschloss Becker daher, das Geschäftsmodell der renommierten Ausbildungsstätte grundlegend zu ändern. Zum Sommer 2023 löst die Wihoga ihr Berufskolleg auf,



AB DEM SCHULJAHR 2023/24 KÖNNEN DIE ABSCHLÜSSE AN DER HOFA BAD WÖRISHOFEN AUCH BERUFSBEGLEITEND INNERHALB VON DREI JAHREN ABSOLVIERT WERDEN.

wird zukünftig als Weiterbildungsträger für nicht refinanzierte und nicht staatlich organisierte Zertifikatslehrgänge und Seminare aktiv werden. Das gilt für berufsbegleitende Online- und Hybrid-Formate. Zudem werden Arbeitsförderungsmaßnahmen angebo-

ten. Zusätzlich wird an der Entwicklung einer Gastroakademie Dortmund gearbeitet, die die Marke WIHOGA auch weiterhin in die Welt tragen wird.

Neue Möglichkeiten entdecken

Von dramatischen Schüler-Anmeldeinbrüchen kann auch die Hotelfachschule Bad Wörishofen berichten. „Unsere Schülerzahlen sind in den letzten Jahren kontinuierlich zurückgegangen: von 73 im Schuljahr 2012/13 auf 22 in 2022/23“, weiß Lehrkraft Ralf Kössel. Und genau hier liege das Problem: „Allgemein sind die neuen Auszubildendenverhältnisse seit 2007 bis 2021 um knapp 63 Prozent eingebrochen. Außerdem gibt es immer mehr akademische Studiengänge an FHs und Unis mit Schwerpunktsetzung Hotelmanagement/Tourismus, die junge Menschen mit (Fach-)Abitur und abgeschlossener Berufsausbildung im Gastgewerbe stärker ansprechen als die Weiterbildung zum Betriebswirt.“ Von der Abwanderung während Corona in attraktivere Branchen, dem nach wie vor schlechten Image der Hospitality und den inzwischen besseren Aufstiegschancen auch ganz ohne Betriebswirt gar nicht zu reden.

Jetzt wird mit regionalen Partnern kooperiert

„Unsere aktuellen Anmeldezahlen für das neue Schuljahr geben uns Anlass zur Hoffnung: Mit 18 Anmeldungen (Stand: Mitte Juni) wäre dies gegenüber derselben Zeit im Vorjahr eine Steigerung um über 100 Prozent!“, freut sich Kössel. Als Fachschule bietet Bad Wörishofen in erster Linie ausgebildeten jungen Menschen aus der Hotellerie und Gastronomie die Möglichkeit an, sich zum Staatlich geprüften Hotelbetriebswirt betriebswirtschaftlich fortzubilden – jetzt auch mit der zusätzlichen Berufsbezeichnung Bachelor Professional. „Ziel sollte es in den nächsten Jahren unter anderem sein, die Schülerzahlen wieder so zu steigern, dass zwei ‚stabile‘ Klassen mit jeweils ca. 20 Studierenden eingerichtet werden können“, blickt Kössel in die Zukunft und ist überzeugt: „Wir sollten dabei verstärkt auf die Bedürfnisse der touristischen Anbieter in der Region achten und mit diesen Kooperationen aufbau-



HDV- Camps 2023

Arbeitgeberqualitäten im Fokus

Die Hoteldirektorenvereinigung Deutschland (HDV) hat ihre diesjährigen Camps erfolgreich abgehalten. Die regionalen Veranstaltungen bieten den HDV-Mitgliedern die Möglichkeit, sich in kleineren Gruppen über branchenrelevante Themen auszutauschen und sich weiterzubilden. *Text: Daniela Müller*

Der Workshop der diesjährigen HDV-Camps 2023 gab den Teilnehmern die perfekte Gelegenheit, ihre eigenen Arbeitgeberqualitäten herauszuarbeiten und sich dabei auch von anderen HDV-Mitgliedern inspirieren zu lassen. Drei spannende Themen standen dabei im Vordergrund: „Employer Branding“, „Talent Management“ und „Retention Management“. Die Workshops wurden von Prof. Dr. Stefan Huf von der Dualen Hochschule Baden-Württemberg Stuttgart geleitet, der als renommierter Experte in diesem Bereich gilt.

Employer Branding als wichtiger Faktor für die Hotelbranche

Der erste Workshop-Block, „Employer Branding“, beschäftigte sich mit der

Arbeitgeberattraktivität und dem Personalmarketing. Hierbei ging es um die Frage, wie Hotels sich als attraktive Arbeitgeber positionieren können, um Talente anzuziehen und zu begeistern. Neben Einblicken in erfolgreiche Strategien hatte Workshop-Leiter Dr. Stefan Huf viele konkrete Hilfestellungen bei komplexen Herausforderungen zu bieten.

Das zweite Thema, „Talent Management“, rückte die Ausbildung, Personalentwicklung, Potenzialdiagnostik und Mitarbeiterförderung in den Fokus. Die Teilnehmer erhielten wichtige Informationen darüber, wie sie das vorhandene Potenzial in ihren Mitarbeitern erkennen und gezielt fördern können, um so eine langfristig erfolgreiche Personal-

entwicklung zu gewährleisten. Schließlich stand noch der spannende Programmpunkt „Retention Management“ an, der sich mit den Herausforderungen der Fluktuation und der Mitarbeiterbindung beschäftigte. Hier wurden Maßnahmen vorgestellt und erarbeitet, mit denen Hotels ihre Mitarbeiter langfristig ans Unternehmen binden können. „Wir müssen uns bewusster werden, dass die persönliche Beziehung der Schlüssel zum Erfolg ist und individuelle Lösungen für jeden einzelnen Mitarbeiter erfordert“, so Dr. Stefan Huf.

Viel Lob für die gastgebenden Hotels

Besonderen Anklang bei den Camp-Teilnehmern fanden auch die Veranstaltungsorte – das Cup Vitalis Hotel in

Bad Kissingen und das Lind Hotel in Rietberg. Die Teilnehmer wurden hier nicht nur von großartigen Gastgebern verwöhnt, sondern konnten auch die Vorzüge der Hotels genießen.

Nicht nur HDV-Mitglied Jens Dünnbier war begeistert: „Die HDV-Familie der Region Nord erlebte im beeindruckenden Rietberger Hotel Lind ein rundum gelungenes HDV-Camp. Danke an den Gastgeber Denis Jacob und sein großartiges Team sowie an den Dozenten Stefan Huf, der altbekannte Themen zur Personalentwicklung neu interpretierte und mit den Teilnehmenden teils auch kontrovers diskutiert hat. Bravo!“

Die vielen Vorzüge der Hotellerie betonen

Fördermitglied Rolf Slickers von Servitex betonte die Bedeutung der aktuellen Themen: „In dem hochkarätig besetzten Workshop ging es um brandaktuelle Inhalte, die unsere Branche in Anbetracht des Fachkräftemangels immer wieder vor Herausforderungen stellen.“ Besonders überraschend für die Teilnehmer sei dabei die These gewesen, dass es in Deutschland gar keinen Fachkräftemangel gibt. Diese hätte der Workshop-Leiter sogar glaubwürdig mit neuesten Zahlen belegt. „Verblüfft



Das Hotel Lind in Rietberg bot den Camp-Teilnehmern eine ausgelagerte Tagungslocation mit tollem Seeblick.

hat uns auch die Anregung, nicht länger über die Defizite der Branche zu reden, sondern stattdessen in drei Arbeitsgruppen die ‚Unique Employment Propositions‘ (Anm. d. Red.: positive Alleinstellungsmerkmale) der Hotellerie herauszuarbeiten, getreu der These: Wenn Millionen Menschen gern in der Hotellerie arbeiten, gibt es gute Gründe für sie, dort zum Teil über Jahrzehnte angestellt zu sein.“ HDV-Vorstandsmitglied Andreas Neining, Teilnehmer des HDV-Camps, zeigte sich ebenfalls begeistert von den Workshop-Inhalten: „Drei spannende Themenfelder und Themengebiete, die wir gemeinsam be-

arbeitet und gestaltet haben. Zusammenfassend kann man sagen: toller Input für unser tägliches Doing!“

Die diesjährigen HDV-Camps waren also wieder ein voller Erfolg und haben gezeigt, dass die Hotellerie mit den Herausforderungen des Arbeits- und Fachkräftemangels aktiv umgeht und konkrete Lösungsansätze bietet. Die HDV-Camps sind seit über einem Jahrzehnt fester Bestandteil des Jahresprogramms der Hoteldirektorenvereinigung Deutschland und sind auch für das kommende Jahr bereits fest im Terminkalender vieler Mitglieder eingeplant.



Genuss und Bildung auf Top-Niveau: Kulinarisch und fachlich boten die HDV-Camps ein klasse Programm.



#GEMEINSAM

#gemeinsam **STARK**

Positive Bilanz und neuer Geschäftsführer: die Highlights der BdS-Mitgliederversammlung

Unter dem Motto #gemeinsam versammelte sich der Bundesverband der Systemgastronomie e.V. (BdS) im Mai in Bonn. Gemeinsam mit dem neuen Hauptgeschäftsführer Markus Suchert wurden in der einzigartigen Atmosphäre des Kameha Grand, idyllisch direkt am Rheinufer gelegen, nicht nur die erreichten Ziele gefeiert, sondern auch die Wertegemeinschaft der Systemgastronomie gestärkt. *Text: Daniela Müller*



Das BdS-Präsidium freute sich über die rege Teilnahme an der diesjährigen Mitgliederversammlung (v.l.): Peter Bohnet, Marcus Lettschulte, Joana Johannsen, Frank Bierkämper, Sandra Mühlhause, Markus Suchert, Ingo Gugisch, Frauke Petersen-Hanson und Alexander van Bömmel.



BUNDESVERBAND
DER SYSTEM
GASTRONOMIE E.V.

Etwa 200 Gäste folgten der Einladung zur diesjährigen Mitgliederversammlung des Bundesverbands der Systemgastronomie e.V. (BdS) nach Bonn. Vertreten waren neben den Verbandsmitgliedern auch zahlreiche Fördermitglieder und Journalisten. Neben einem kurzweiligen und vielseitigen Programm fanden die Teilnehmer auch jede Menge Möglichkeiten für den intensiven fachlichen Austausch mit Kollegen und Lieferanten. Zusätzlich hatten sie die Gelegenheit, den neuen Hauptgeschäftsführer des BdS, Markus Suchert, kennenzulernen, der seit dem 1. April nun offiziell im Amt ist.

Viele Erfolge im vergangenen Jahr

„#gemeinsam ist in der Systemgastronomie keine Floskel, es ist gelebte Wirklichkeit, denn wir sind zu Recht stolz darauf, dass Menschen aus unterschiedlichen Nationen, Kulturen und Religionen in unseren Restaurants zusammenarbeiten. Für mich ist das ein deutliches Zeichen für eine integrative, vielfältige und tolerante Kraft, die in der Systemgastronomie steckt“, betonte Sandra Mühlhause, Präsidentin des Bundesverbands der Systemgastronomie e.V., in ihrer Eröffnungsrede.

Die Systemgastronomie und der BdS haben im letzten Jahr auf allen Ebenen und in allen Bereichen erstaunliche Leistungen erbracht und Fortschritte gemacht. Das zeigen zum Beispiel der spannende Podcast „Pizza, Burger, Business – Die Systemgastronomie“, der ein eigenes Format geschaffen hat,

der erfolgreiche Teamcup der Systemgastronomie, der nach zwei Jahren virtueller Ausrichtung eine überwältigende Resonanz erfahren hat, und die Verleihung des Preises der Deutschen Systemgastronomie.

Lobbyarbeit trägt Früchte

„Doch natürlich gestaltet der BdS die Branche nicht nur dank erfolgreicher Veranstaltungen, sondern vor allen Dingen tatkräftig und erfolgreich auf politischer Ebene“, wie Sandra Mühlhause betonte. Dank des Engagements konnten zum Beispiel deutliche Verbesserungen für die Branche in Bezug auf die Energie- und Strompreisbremse sowie bei „beleuchteten Werbeanlagen“ erzielt werden.

„Besonders erfreulich für die gesamte Hospitality war sicherlich die Entscheidung, dass die reduzierte Mehrwertsteuer für Speisen über das Ende 2022 hinaus verlängert wurde. Zwar wurde das Thema erneut bis Ende 2023 befristet, aber Sie können sicher sein, dass wir alles dafür tun, hier eine dauerhafte Reduzierung zu erreichen“, unterstrich Mühlhause.

Thilo Reiche, Gebietsverkaufsleiter Nord-West, MKN, Maschinenfabrik Kurt Neubauer GmbH & Co.:

„Insgesamt waren wir sehr zufrieden mit der Veranstaltung, weil sie für die Präsentation unserer Geräte und zum Netzwerken sowie zum Austausch mit anderen Fördermitgliedern eine sehr gute Plattform bot. Ich finde es sehr gut, wie intensiv der BdS seine Fördermitglieder mit einbindet. Zum Beispiel die Idee der Aussteller-Rallye. Die Rallye hat spielerisch bewirkt, dass wirklich viele Besucher an die Stände der Fördermitglieder kamen. Als weiteres Highlight muss man die hervorragende Organisation hervorheben und die Wahl der Location im Kameha als auch die Veranstaltung auf dem Drachenfels.“

Kampf um reduzierte Mehrwertsteuer geht weiter

Auch der neue Hauptgeschäftsführer des BdS, Markus Suchert, bekräftigte in seiner mit viel Spannung erwarteten Antrittsrede, dass das Thema reduzierter Mehrwertsteuersatz ganz oben auf seiner Agenda stünde: „Die Systemgastronomie hat selbst in den schwersten Krisenzeiten investiert und dadurch Arbeitsplätze gesichert. Auch wenn wir nun wieder eine wirtschaftliche Erholung sehen, ist eine Unterstützung für die Gastronomie aufgrund des zunehmenden Kostendrucks weiterhin notwendig“, forderte er.

„Unsere Gäste spüren die gestiegenen Kosten und wir müssen dafür sorgen, dass ein leckeres Essen mit Familie und Freunden bezahlbar bleibt. Deshalb setzen wir uns für die dauerhafte Beibehaltung des reduzierten Mehrwertsteuersatzes auf Speisen ein.“ Das schaffe finanzielle Spielräume bei Gästen und den mittelständisch geprägten Unternehmen der Branche, ist Markus Suchert überzeugt. „Ich werde bei diesem Thema nicht nachlassen und unsere Stimme nachdrücklich einbringen“, versprach er anschließend und erhielt dafür viel Zustimmung aus dem Publikum.



Fotos: Soho A studio/stock.adobe.com, www.mb-photodesign.com

Für ein bisschen mehr Würze

Von der Kunst, den Gaumen mit Aroma-Erlebnissen zu verwöhnen

Einerseits suchen Gäste nach aufregenden kulinarischen Erlebnissen und sind bereit, Neues zu probieren, andererseits lieben sie nostalgische, klassische Geschmacksrichtungen. Die Herausforderung für Gastronomen: ein harmonisches Gleichgewicht zu schaffen. *Text: Karoline Giokas*

Gewürze und Kräuter machen Gerichte bunter und lassen Gastroprofis in der Küche kreativ werden. Einer der größten Trends der coronageprägten Jahre heißt „New Flavoring“. Gäste verspüren Appetit auf alles, Hauptsache, es ist nicht langweilig – denn viele haben sich in Lockdown-Zeiten beim heimischen Experimentieren an neue Geschmäcker gewagt. Das Vorurteil, die Deutschen würden nur Pfeffer, Salz und Muskat kennen, ist also längst passé.

Internationaler denn je

Vor allem die Jungen sind wagemutig, wollen am besten die ganze Welt auf dem Teller serviert bekommen. Eine, die sich auch traut, ist Spitzenköchin Julia Komp.

Nachdem sie 2016 ihren ersten Stern bekam, hängt sie diesen an den Nagel, um die Welt und all ihre Geschmäcker zu erkunden. 14 Monate später kam sie mit einem Koffer voller Gewürze und vielen tollen Ideen für neue Rezepte zurück. Jetzt hat sie mit Les Grandes

Épices No. 1 ihre erste eigene Gewürzbox auf den Markt gebracht. „Wir dürfen uns in Deutschland ruhig trauen, mehr Gewürze beim Kochen einzusetzen“, ist die 33-Jährige überzeugt. Wer den Kochstil Koms in seiner großzügigen Kombination und mit oft ungewöhnlichem Einsatz europäischer, orientalischer und asiatischer Gewürze probieren möchte, kommt aktuell in ihrem Kölner Restaurant Sahila auf



Julia Komp,
Sahila Köln

Gewürze schaffen es, Erinnerungen lebendig werden zu lassen



den Geschmack. Koms persönliche Lieblingsgewürzmischung ist das Ras el Hanout, welchem sie als Hommage an ihren Aufenthalt in Marokko den Namen „Medina“ gegeben hat. „Es erinnert mich an die trubeligen Märkte in der Altstadt Marrakeschs – und ge-

nau darin liegt die Kraft von Gewürzen, Gerüchen und Geschmäckern: sie schaffen es, Erinnerungen in uns wieder lebendig werden zu lassen.“

Veganes Trendlebensmittel?

Senf ist weithin bekannt, nicht aber unbedingt, dass er mehr als einfach nur ein Gewürz ist. Seit vielen Jahrhunderten zählt er weltweit auch zu den am meisten angebauten und verwendeten Superfoods. Während seine Ursprünge meist auf das alte Ägypten zurückgeführt werden, wussten bereits die Griechen ihn als Gewürz wie als Medizin einzusetzen – wurde dem Senf doch zugeschrieben, sämtliche Leiden zu heilen, angefangen bei Hysterie über

Schlangenbisse bis hin zur Beulenpest. Heute findet dieses uralte Samenkorn sowohl pur als auch in Kombination mit verschiedenen Gewürzen immer mehr Verwendung. Gerade bei Veganern erweist sich Senf als großer Trend, weiß auch Simone Seiboth. „Er verleiht



Zukunft oder Einbahnstraße?

Ist Elektro-Mobilität schon reif für die Branche?

Für optimale Abläufe in der Gastronomie muss man nicht nur einen kühlen Kopf bewahren – man braucht auch coole Gadgets. Alles, was man über moderne Kühltechnik wissen muss, verrät dieser Artikel. Text: Michael Eichhammer

Klimawandel in der Fahrzeugtechnik? Fahrzeuge mit reinem Elektroantrieb werden zwar immer beliebter. Die Anzahl an zugelassenen Elektroautos in Deutschland überstieg Ende des Jahres 2022 erstmals die Millionenmarke. Am 1. Januar 2023 waren demnach laut Statista rund 1,01 Millionen Fahrzeuge gemeldet. Im Vergleich zu Diesel- und Benzinfahrzeugen scheinen Elektroautos jedoch weiterhin ein Nischenprodukt, da sie noch immer nur 3,7 Prozent aller Fahrzeuge in Deutschland ausmachen.

Nachhaltig in allen Facetten

Früher hieß es: Das Auge isst mit. Heute kann man sagen: Das Gewissen isst mit. Das Trendthema Nachhaltigkeit ist längst auch im Catering und der Gemeinschaftsverpflegung angekommen. Dazu gehören viele Aspekte: die Bio-Qualität der Lebensmittel, das Verhindern von Lebensmittelverschwendung, die Nutzung von Ökostrom etc. Unternehmen, die sich Nachhaltigkeit auf die Fahnen geschrieben haben, setzen konsequenterweise auch auf Elektrofahrzeuge. Zum einen aus Überzeugung, zum anderen auch als Teil der Außenwirkung. Denn der moderne Kunde prüft sämtliche Bereiche des Unternehmens auf umweltschonendes Verantwortungsbewusstsein – inklusive der Fahrzeugflotte. Wer in einem erkennbaren E-Fahrzeug unterwegs ist, wird

zum fahrenden Markenbotschafter. Caterer bestätigen, immer wieder von neugierigen Beobachtern auf ihre Fahrzeuge angesprochen zu werden.

Vorurteile oder berechnete Sorgen?

Ein Klischee besagt, E-Autos würden sich finanziell nicht lohnen. Sie sind jedoch langfristig durchaus wirtschaftlich. Je mehr ein E-Auto genutzt wird, desto eher amortisieren sich die Anschaffungskosten. Das liegt an den niedrigen Betriebskosten, Steuervorteilen, staatlichen Förderungen sowie Vorteilen bei Service- und Wartungskosten. Letzteres ist allerdings b a u a r t b e d i n g t.

Ein Elektro-Fahrzeug aufzuladen dauert selbstredend noch deutlich länger als ein klassischer Tank-Stopp. Ein Problem ist dies aber in Branchensegmenten wie Catering und Gemeinschaftsverpflegung nicht. Da hier häu-

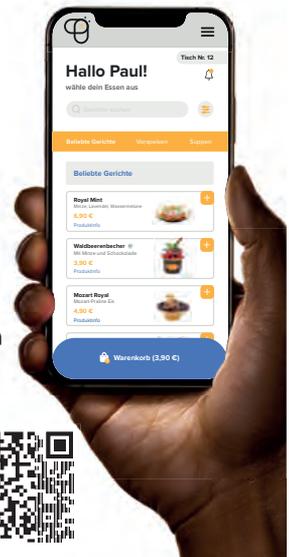
ANZEIGE

Das 3POS-Rezept gegen Personalmangel

Das 3POS-Team gratuliert HOGAPAGE zu 10 erfolgreichen Jahren. Ihr behaltet aktuelle Branchenentwicklungen immer im Blick. Nun möchten wir eure Fans mit neuen innovativen Lösungen begeistern. Als bevorzugte und wirksame Maßnahme gegen Personalmangel hat sich der virtuelle Kellner **TableBee** etabliert. Die digitale Speisekarte per QR-Code und unsere neuen mobilen **Self-Order-Kioske** sind an jedes Gastro-Konzept anpassbar, was früher noch unvorstellbar war. Eine weitere effektive Lösung für weniger Stress im Gastgewerbe ist **Mobiles Bonieren** mit integriertem EC-Gerät. Die Auswertung der Daten geht damit kinderleicht und blitzschnell.

Wir sind stolz, euer Partner zu sein. In diesem Sinne wünschen wir HOGAPAGE weiterhin viel Erfolg und gutes Gelingen.

Maritime Grüße aus Kiel
Euer 3POS-Kassensystem
www.3pos.de





150

Jahre der Extraklasse

Auf den Spuren einer Hotellegende

Es verkörpert Wiener Eleganz, beherbergt seit Jahrzehnten die Reichen und Mächtigen und füllt mit seiner Historie ganze Bücher: Das 5-Sterne-Superior-Hotel Imperial Wien aus dem Portfolio von Marriott International feiert in diesem Jahr ein geschichtsträchtiges Jubiläum. *Text: Karoline Giokas*



ERIAL

Mario Habicher erinnert sich noch genau daran, wie er vor rund acht Jahren zum Hotel Imperial Wien gestoßen ist. „Zu dieser Zeit war ich gerade für die W Hotels, die Lifestyle-Marke von Marriott International, in Russland beschäftigt. Als dann das Angebot für die Position des General Managers im Hotel Imperial Wien auf meinem Tisch lag, fühlte ich mich sehr geehrt, für eine derart geschichtsträchtige Ikone in Betracht gezogen zu werden. Ich begegnete die-

ser Aufgabe daher mit einer gewissen Ehrfurcht und Demut“, erinnert sich der gebürtige Tiroler.

Bei seinem Auftakt im Oktober 2015 sah ihm sprichwörtlich die ganze Welt zu. Denn bereits wenige Tage nach dem Start in seine neue Position fanden in dem Wiener Traditions- haus die Syrien-Friedensgespräche statt und Habicher begrüßte Außenminister wie hohe diplomatische Vertreter aus insgesamt 17 Staaten im Eingangsbereich,

während namhafte TV-Sender dieses Event international übertrugen. „Da merkt man sofort, wo man angekommen ist und welches Standing das Hotel in der internationalen Diplomatie hat“, bestätigt der Direktor lächelnd.

Wo Stars und Politiker Tür an Tür logieren

Beim Hotel Imperial handelt es sich ja auch schließlich nicht um irgendein Hotel. Das Haus war von Beginn an die erste Adresse für gekrönte Häupter,

10 FRAGEN AN ...

... *Zoran Pingel*

„Ich möchte mein eigenes Restaurant eröffnen“

Serienstar Zoran Pingel wurde 1999 in Hamburg geboren. Seine Mutter ist Mitte der 90er Jahre aus Serbien nach Deutschland gekommen, sein Vater ist Deutscher. Mit 16 Jahren verzichtete Zoran Pingel darauf, weiterhin zur Schule zu gehen. Stattdessen verfolgte er sein Ziel, als Schauspieler durchzustarten. Und das ist ihm gelungen! Sein Debüt gab er bereits wenige Wochen nach seiner ersten Vorstellung in einer Hamburger Schauspielschule im Tatort „Borowski und die Kinder von Gaarden“. 2017 war er im Kinofilm „Die Pfefferkörner und der Fluch des schwarzen Königs“ zu sehen. Neben regelmäßigen Auftritten in Primetime-Krimis ist Pingel zunehmend in großen Serien vertreten, zuletzt in der aufwendigen Fantasy-Serie „Der Greif“.

Interview: Sebastian Bütow



Für Ihre Rolle in der Fantasy-Serie „Der Greif“ mussten Sie zehn Kilo zunehmen – warum eigentlich?

Ich habe mit den beiden Regisseuren diskutiert. Wir kamen zu dem Ergebnis, dass ich körperlich zulegen muss. Meine Figur Memo ist einer, der nirgendwo reinpasst. Er ist ein Heavy-Metal-Fan mit großer Klappe, trägt eine für die neunziger Jahre typische Vokuhila-Frisur und hat eine Fehlstellung am Bein. Ich als Zoran bin aber sehr sportlich, was man nicht glaubt bei einem Typen, der nur im Plattenladen rumhängt und humpelt.



Für welche Produktion sind Sie aktuell im Einsatz?

Ich drehe die dritte Staffel der Serie „Sløborn“, in der die Bewohner einer Insel mit einer Pandemie zu kämpfen haben. Leider darf ich inhaltlich noch nichts verraten.



Welche Rolle hat Sie bisher am meisten herausgefordert?

„Der Greif“ – im positiven Sinne. Es ist eine riesige Produktion, mit Hunderten Leuten, darunter Spezialisten, die schon bei „Game of Thrones“ mitgewirkt haben. Es gibt viele Szenen mit Monstern, die erst in der Postproduktion zum Leben erweckt werden. In einer Szene fliegt der Greif bedrohlich auf mich zu – aber er ist in diesem Moment gar nicht da.



Gibt es eine Rolle, die Sie unbedingt mal spielen möchten?

Als Kind habe ich Achtziger-Jahre-Filme verschlungen bei meinem Onkel, der viele VHS-Kassetten sammelte, darunter auch „Rocky“. Ich würde wahnsinnig gern einen Boxer spielen! All diese Filme haben damals dafür gesorgt, dass ich Teil der Filmbranche sein will. Fantasy habe ich jetzt geschafft, jetzt fehlt noch der Boxer. Und James-Bond-Bösewicht wäre natürlich auch cool. (Lacht.)



Wie sehr nehmen Sie sich die Meinung von TV-Kritikern zu Herzen?

Ich lese keine Kritiken. Ich versuche, meinen Job immer so gut wie möglich zu machen. Am Ende eines Drehs muss ich als Künstler einfach loslassen, dann liegt es nicht mehr in meiner Hand. Ich höre lieber auf die Menschen in meiner Nähe.



Was ist Ihnen besonders wichtig, wenn Sie in einem Hotel zu Gast sind?

Wenn man in Hotels unterwegs ist und kein „Gefühl von Zuhause“ erlebt, ist das schade. Ich behalte Hotels in Erinnerung, in denen die Menschen nett und zuvorkommend sind, einem ein Zuhause-Gefühl vermitteln. Beeindruckt hat mich das Soho House in Berlin. Es hat ein winziges Kino mit gemütlichen Sesseln. Kellner servieren Getränke.



Haben Sie ein Lieblingsrestaurant?

Allerdings, das „Man Wah“ auf dem Spielbudenplatz in Hamburg. Es ist das einzige mir bekannte Restaurant, das original chinesisches Essen anbietet, es schmeckt köstlich und authentisch. Mit meinen Freunden habe ich dort die ganze Karte durchbestellt. Es wird in meiner Erinnerung immer das Restaurant sein, in dem ich am meisten Spaß hatte. Die meisten Besucher sind Chinesen. Es hat große drehbare Tische, wie in China offenbar üblich, damit man sich das Essen teilen kann. Mein Lieblingsgericht ist die „Peking Duck“. Nirgendwo habe ich eine bessere Ente gegessen als dort. In mir schlummert der Traum, eines Tages selbst ein Restaurant zu eröffnen.



Wow! Haben Sie schon konkrete Vorstellungen?

Ich liebe die italienische Küche, es ist Essen für die Seele. In Italien hatte ich mal ein unvergessliches Restaurant-Erlebnis. Es war so gut, als hätte uns eine Großmutter bekocht. Die anderen Gäste hätten aus „Der Pate“ stammen können. Das Gefühl, das mir dieses Restaurant gegeben hat, solch eine Authentizität möchte ich in meinem Restaurant auch erschaffen.



Mit welcher berühmten Persönlichkeit möchten Sie an einer Hotelbar ein paar Drinks nehmen?

Al Pacino! Er ist mein absoluter Lieblingsschauspieler, einmal im Jahr sehe ich mir „Der Pate“ an. Er steht für große Schauspielkunst, ihm gelingt immer eine Leichtigkeit. Ich würde ihm alle Masterclass-Schauspieler-Fragen stellen, die mir so einfallen, und alles von ihm aufsaugen.



Das Leben ist zu kurz, um ...

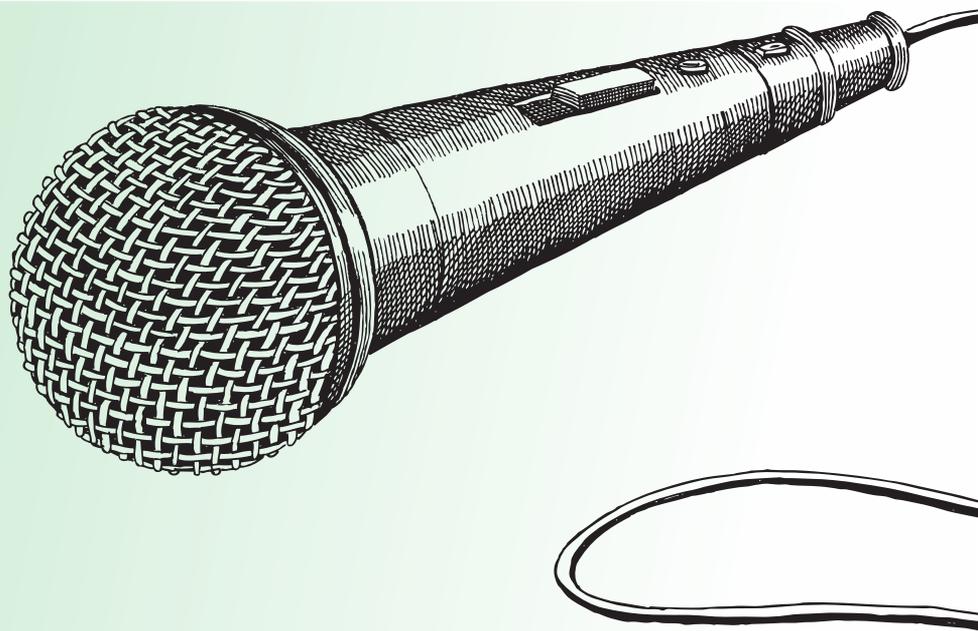
... sich zu stressen.



*Die
Gazpacho
im Exklusiv-
Interview*



JETZT REDE ICH!



Volle Gemüse-Pulle! Sie ist so gesund wie kaum eine andere Speise – und die perfekte Abkühlung an richtig heißen Sommertagen: die Gazpacho. Im Exklusiv-Interview verrät die kalte Kultsuppe, was sie mit Christoph Kolumbus und einer Oscar-Preisträgerin verbindet.

In Ihrem Heimatland Spanien bietet Sie sogar McDonald's an. Sind Sie stolz darauf?

Wenn auch eine der größten Gastro-Ketten der Welt nicht an mir vorbeikommt, ist damit alles gesagt. Frisch zubereitet schmecke ich allerdings besser! Aber nicht vergessen, mich noch im Kühlschrank ruhen zu lassen, damit die Aromen sich entfalten können.

Was gehört denn alles hinein, damit Sie gelingen?

Definitiv Tomaten, Gurke, Paprika und Olivenöl – und natürlich Salz und Pfeffer. Nach Belieben gern auch weiteres Gemüse. Vor vielen Jahrhunderten hing meine Zubereitung immer davon ab, welche Gemüsesorten zur Verfügung standen. Ich war ideal geeignet, um aus sämtlichen Gemüse- und Brotresten eine Mahlzeit zu zaubern, deshalb galt ich auch lange Zeit als Arme-Leute-Essen.

Das Brot verleiht Ihnen eine festere Konsistenz ...

... und hilft, mich noch sättigender zu machen! In älteren Rezepten ist immer Brot dabei, heute nicht. Denn viele genießen mich heutzutage lieber leichter oder sogar glutenfrei.

Hollywood-Schönheit Gwyneth Paltrow outete sich als Ihr Fan, veröffentlichte sogar ein Rezept.

Ich liebe sie! Ich finde, dass sie mindestens zehn Jahre jünger aussieht – vielleicht hat sie ihre ewige Jugend ja mir zu verdanken. Wie kaum ein anderer Star verkörpert sie einen gesunden Lebensstil. Logisch, dass sie auf mich abfährt, denn gesünder geht's nun wirklich nicht. Eine Schüssel mit meiner Wenigkeit hat keine 100 Kalorien. Und Salvador Dalí, genialer Künstler und ein Landsmann von mir, war ebenfalls vernarrt in mich. Jamie Oliver hat mir mal ein schönes Kompliment gemacht.

Welches denn?

Er sagte, ich sei eine Hommage an frische Zutaten und Einfachheit, ich würde ihn immer wieder beeindrucken.

Ein gewisser Christoph Kolumbus soll einst Ihre Karriere beschleunigt haben.

Das ist absolut richtig! Er hat nicht nur Amerika entdeckt, sondern auch das, was mich ausmacht. Während seiner Reisen im 15. Jahrhundert machte er Halt auf den Kanarischen Inseln, entdeckte dort Tomaten-, Gurken- und Paprikafelder und brachte sie von dort aufs spanische Festland.

Welche Variante von Ihnen können Sie besonders empfehlen?

Verleihen Sie mir eine fruchtige Note mit Wassermelone oder Erdbeeren! Sie können mich auch asiatisch würzen, etwa mit thailändischer Fischsoße, Koriander oder Zitronengras. Oder probieren Sie doch mal meine weiße Variante, die „Ajablancó“! Statt Tomaten werden gemahlene Mandeln verwendet, dieser nussige Geschmack hat was! Aber wissen Sie was? Reisen Sie doch mal in die Region Malaga. Dort werden nicht nur Flamenco-, sondern auch Gazpacho-Wettbewerbe zelebriert. Sie werden staunen über meine Vielfalt! Spannend ist auch, was die spanische Koch-Ikone Ferran Adrià aus mir gemacht hat.

Schießen Sie los!

Sein Restaurant „El Bulli“ wurde x-mal zum besten Restaurant der Welt gekürt. Dort bot er mich auf eine innovative Weise an. Bei seiner „Gazpacho deconstruido“ werden meine Zutaten nicht miteinander püriert, sondern separat serviert, sodass jeder eine bevorzugte Version meiner Wenigkeit zusammenstellen kann. Diese Idee finde ich großartig. Olé!

Gazpacho, wir bedanken uns für das Gespräch. ▀

Text: Sebastian Bütow

VORSCHAU

Das nächste HOGAPAGE-Magazin erscheint am 12. September 2023



Special: Digitalisierung

Hospitality goes digital: Wie künstliche Intelligenz (KI) jetzt die moderne Gastgeberwelt revolutioniert und wo noch viel ungenutztes Potenzial lauert. HOGAPAGE klärt auf und zeigt neueste Best Practices.



Food to go

Gesund, nachhaltig und natürlich bezahlbar – was sind aktuell die wichtigsten Entwicklungen und Trends für das Snackgeschäft? Wir geben einen Überblick, liefern Anregungen und Beispiele für eine einfache Umsetzung.



Außerdem

- Clever kalkuliert & organisiert: Winterreis & Desserts
- Einwandfreie Hygiene im Gastgewerbe
- Diese Outdoortrends verlängern die Saison

HOGAPAGE-Jahresabo – zum Lesen oder Verschenken

Ihre Abo-Vorteile:

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

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

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



Ausgabe 6/2022



Ausgabe 1-2/2023



Ausgabe 3/2023

IMPRESSUM

Herausgeber:

Charlotte Buhl, Hermann Buhl

Verlag (Firmensitz):

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

Geschäftsführer:

Daniela Müller

Objektleitung und Chefredakteurin (V.i.S.d.P.):

Daniela Müller

Stellv. Chefredakteurin:

Karoline Giokas

Redaktion:

Wolfgang Bublies, Sebastian Bütow, Michael Eichhammer, Astrid Filzek-Schwab, Andrew Fordyce, Gabriele Guetzer, Frank Simmeth, Jean-Georges Ploner
Tel.: +49 821 319470-788, Fax: +49 821 319470-799
magazin.hogapage@buhl-gruppe.de

Grafik/Layout:

MARC ANTÓN Medien KG,
Daimlerstr. 9, 86368 Gersthofen

Web:

Heiner Anwander

Sales-Team Deutschland/Österreich/Schweiz:

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

Bankverbindung:

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

Erscheinungsweise:

Das HOGAPAGE-Magazin erscheint 5x pro Jahr.

ISSN: 2197-5485

IVW-gepr. Druckauflage:

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

Verteilung:

Postversand an Unternehmen der Hotellerie & Gastronomie in Deutschland, Österreich und der Schweiz



Druck:

Mayr Miesbach GmbH
Am Windfeld 15
D-83714 Miesbach

Druckverfahren: Offset-Druck



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

Liebe Leser, hat Ihnen das Magazin gefallen?

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

magazin.hogapage@buhl-gruppe.de

www.hogapage.de/magazin