

Neues Schulungs-Konzept IdeenTage stellt sich vor

Input für mehr Umsatz

Weiterbildung, Umsatzförderung, Inspiration für neuen Schwung im Betrieb: Das neue Infotainment-Workshop-Konzept IdeenTage® der IdeenKüche® ConceptAkademie hatte Ende Juni in Berlin Premiere. *nomy hat zugeschaut.



Live-Übertragung der Cook-and-Chill-Zubereitung für die Teilnehmer: IdeenTage, Berlin

Nein, auch bei diesem neuen Workshop-Konzept wurde das (Gastro-)Rad nicht neu erfunden. Darum geht es den Initiatoren **Tosin A. David** (Service-Profi und Restaurantmeisterin), **Stefan Cammann** (Experte für Combidämpfer/Cook & Chill), **Armin Langer** (Sternekoch und Motivationstrainer) sowie **Mario Grube** (Bar-Spezialist und zertifizierter Barista) auch gar nicht. Sondern darum, das Naheliegende zu tun, das immer noch von viel zu vielen Betrieben vernachlässigt wird: **den Gast begeistern, ihm ein Erlebnis bieten.** Denn deswegen kommt er, mit der Bereitschaft, Geld auszugeben – ganz anders als beim Einkaufen, wo anprobiert, getestet und dann die Ware nicht selten zurückgelegt wird. „Begrüßen Sie den Gast nicht nur, verabschieden Sie ihn auch ausgiebig. Dort erfahren Sie, wie es ihm gefallen hat, was gut war und was nicht“, rät Gastroguide-Guru **Marcellino M.**

Hudalla in seinem Grußwort. Attraktiv zu sein, das sei die zentrale Aufgabe.

Schon probiert?

Das Produkt wird bekanntlich über den Service verkauft – aber nur wenige Betriebe, so die Referenten, lassen ihre Mitarbeiter alle Speisen, die auf der Karte stehen, vorher probieren. Wie sollen diese die Produkte dann herausverkaufen, wie die Marketingwelt es nennt? „Appetitantes Vokabular ist notwendig, das dem Gast das Angebot schmackhaft macht“ erklärt die Service-Expertin Tosin A. David von der Marcelino's Academy dem Fachpublikum, denn „Service ist ein Alleinstellungsmerkmal“. Allerdings eines, das jeder Betrieb sich erarbeiten kann.

Abgesehen von Konzepten, die sie per Frontcooking in den Gastraum verlagert haben, hat **das Gastro-Element „Küche“**

BITS & PIECES

++ Mittagshunger: Guter Name für eine gute Seite – es ist sofort klar, um was es geht: Hier werden tagesaktuelle Mittagstisch-Angebote aufgelistet, mit Location-Angabe und Kontaktdaten. Das Ganze ist noch in Beta und noch nicht allzu gut bestückt, aber die Idee ist klasse. Und für andere Städte multiplizierbar – knurrende Mägen zur Mittagszeit gibt's landesweit.

www.mittagshunger.de ++ Nicht unter den Tresen kriechen: Optimierung und Existenzsicherung im Gastgewerbe klingt nicht nach sommerlicher Lektüre, aber vielleicht ist die Ferienzeit gerade gut, um mal wieder etwas an die Zahlen zu gehen? Die zweite Auflage von Helmut Kammerers **BWL-Handbuch für Gastronomen** ist soeben erschienen, unter anderem wurden ein Kapitel zur Deckungsbeitragsrechnung sowie ein Überblick über betriebswirtschaftliche Kennzahlen hinzugefügt. Kurze Abschnitte, Merksätze, viele Beispiele, Checklisten rund um die Themen Kalkulation, Controlling, Liquiditätsplanung, Finanzierung und mehr – hier ist alles drin, was ein handfestes Handbuch braucht. 32 Euro,



www.matthaes.de ++ The Global Bar Talk: Jim Meehan (PDT, New York), Cocktail-Blogger Jay Hepburn, Jörg Meyer (Le Lion, Hamburg), Steffen Lohr (Markenbotschafter Bacardi) und Helmut Adam (Mixology) unterhalten sich über die Globalisierung der Bar-Branche und wie man durch eine Telefonzelle in eine geheime Bar gelangt. Sehenswert! <http://bit.ly/cnKkUR> ++





Spannend: Kreationen rund um Kaffee

in der Vergangenheit wenig Innovation erfahren, sagt Stefan Cammann, Koch und Betreiber der **Faktorei** im Duisburger Innenhafen. Ein geradezu „innovationsfreier Raum“ sei sie. Bis jetzt. Cammann präsentierte dem Fachpublikum das „**Cook and Chill**“-Verfahren, das gegenüber dem klassischen „Cook and Serve“ einige Vorteile aufweist: Die Speisen werden außerhalb von Hochfrequenzen vorgegart und gelangen anschließend in die Schnellkühlung. Bei Bestellung kommen sie rund acht Minuten in den Kombidämpfer und sind dann schnell „vollendet“. Ergebnis: Bessere Zeitplanung, konstante Qualität, Energie-Einsparung von rund einem Drittel, weniger Platzverbrauch, Einkaufsvorteile durch Mengeneffekte und – das zählt für den Gast – Frische, schnelleres Servieren und Erhalt von Geschmack und Farbe.

Interessierte Gastronomen müssen auch nicht gleich ihren gesamten Throughput umstellen, sondern können sich, zum Beispiel über die Beilagen, langsam an das Verfahren herantasten. Einen möglichen Kritikpunkt am Verfahren, in Convenience-Manier das Essen vorzubereiten, hebt Cammann aus: „Gute Vorbereitung hat es in der guten Gastronomie schon immer gegeben. In unserer Branche heißt das *Mise en place*.“ Und nur **Standardisierung auf hohem Niveau** führe zum Ziel: „Nur ein Gericht, das ich den ganzen Abend gleichbleibend gut produzieren kann, darf auf die Karte, so Cammann.“ Im Vorfeld genau abgewogene Gewürze, so sein Beispiel, sind Standard in der Sternegastronomie, die seiner Meinung nach die „besten Systemgastronomien der Branche“ sind.

Sahnehäubchen 2.0

Abschließend ging es um **Kaffee**: Wie man den Umsatzliebhaber ausschmücken kann, zeigte Mario Grube. Etwa mit einem sim-



Moderatorin Nicole Rösler (li.) mit den Referenten

plen Milchschaum-Herz, das jeder Betrieb per Gieß- und Schäumtechnik, ohne große Barista-Kenntnisse, ins Heißgetränk zaubern kann. Kaffee ist Trendprodukt, wird auch im Heimverzehr immer mehr „premiemisiert“ (siehe Senseo, siehe hochwertige Vollautomaten, die den Filterkaffee daheim ablösen). Umso wichtiger sei es, dass sich die Gastronomie immer wieder etwas Neues einfallen lasse, so Grube. Eine Schoko-Minze-Latte (Wareneinsatz: 20 Cent), oder der von Ferran Adrià erfundene Espuma – Stickstoff-Milchsahneschaum aus dem Siphon, mit Spirituosen verfeinert (Wareneinsatz: 25 Cent) – sorgen für Differenzierung und können preislich sogar weitergereicht oder als „Upgrade“ verkauft werden. Oder: Kaffee-Cocktails – ein Rezept Grubes finden Sie im Titelthema.

Konzept überzeugt

Viel Input gab es für die Fachgäste. Wechselnde Moderationen und Dialoge sowie Einsatz von AV-Technik (z. B. Live-Übertragung aus der Küche) sorgten für Kurzweiligkeit. Der Service im Austragungsort, dem **Kempinski Hotel Bristol am Kurpark**, war erwartungsgemäß tadellos. Einzig eine etwas inspirierendere, innovativere Location mit direktem Zugang zum gastronomischen Backoffice hätte dem Infotainment-Workshop noch besser getan, zudem einige „best-practice“-Beispiele erfolgreicher Unternehmen (vgl. dazu auch Jean George Ploners Buch bzw. unser Interview mit dem Autor). Man darf gespannt sein, was sich das IdeenTage®-Team für die zweite Ausgabe (für den Herbst geplant) aussuchen und -denken wird – wir sind gern wieder dabei und lernen mit!

Nächster Termin: 12. Oktober, in NRW, die Stadt wird noch bekannt gegeben. ++

www.marcellinos-academy.de



Neu: Schweppes Sparkling Tea

++ Erfrischend und genussreich, dabei weniger süß und kalorienarm: Schweppes Deutschland hat die Produktrange **Schweppes Sparkling Tea** auf den deutschen Markt gebracht.

„Wir wollen mit Schweppes Sparkling Tea ein neues Marktsegment im Erfrischungsgetränkereich etablieren“, sagt **Stefan Cancik**, Leiter Produktmanagement AfG & Cab. Schweppes Sparkling Tea ist ein Erfrischungsgetränk auf Tee-Basis.

Jede Geschmacksrichtung basiert dabei auf einer anderen Teeart, die mit Fruchtaromen kombiniert wird. Sparkling Tea ist in den drei Sorten **Green Tea Citrus & Ginger**, **Rooibos Orange & Lemongras** und **Black Tea Peach & Jasmine** erhältlich. Auf Konservierungsstoffe, Farbstoffe und künstliche Süßstoffe wird verzichtet.

Die Sparkling Teas eignen sich ideal für das Mittagsgeschäft, für den Außer-Haus-Verkauf und bieten dem Gast eine gute Alternative im AfG-Bereich. Erhältlich in zwei Gebindegrößen: als **0,5-Liter-Flasche** EW PET und als **1,25-Liter-Flasche** EW PET. Interessierte Gastronomen können sich bei ihrem Außendienst-Ansprechpartner über Bezugsmöglichkeiten informieren. Wer mehr wissen möchte: www.schweppes.de. Übrigens: Für 2011 ist ein spezielles Gastro-Gebinde in Planung. ++

