

GETRÄNKE
ESSMANN

ESSPERTISE

01/21



Sehnsucht nach Begegnung

Folgt auf die Krise der Boom?



Weine haben Konjunktur

Breites Essmann-Sortiment für alle gastronomischen Bedarfe



Fehmarn – Willkommen auf der Sonneninsel

Ein Paradies für Aktivurlauber

... und alles läuft.

Schmeckt ohne Heckmeck.

Sinalco. Unaufgeregt seit 1905.



  [sinalco.de](https://www.sinalco.de)

ESSPERTISE INHALT

EDITORIAL

BRANCHE

- 08 Sehnsucht nach Begegnung
- 14 Trotz Corona-Krise ein gutes Gefühl
- 16 Das Prinzip Hoffnung
- 26 Mehr als nur Sauberkeit
- 30 Wir nehmen draussen Platz
- 34 Branchenmeldungen
- 36 Erfolgsfaktor Nr. 1: Höchste Flexibilität

GENUSS

- 40 Weine haben Konjunktur
- 44 Elephant Bay – Eistee vom Feinsten
- 46 Natur pur – Nachwuchskoch Marianus von Hörsten kocht mit saisonalen Produkten
- 48 Verführerisch – Ausgesuchte Köstlichkeiten im Mephisto, Oldenburg
- 52 Der Natur so nah – Panorama-Hotel Aschberg in den Hüttener Bergen
- 54 Pure Hard Seltzer – Trendgetränk scharrt mit den Hufen
- 58 Weinanbau aus Leidenschaft – Familienunternehmen Hauck

MEDIATHEK

- 66 Impulse – Frisch wie der Frühling

REISEN

- 76 Prächtige Parklandschaft – Zu Gast im schönen Ammerland
- 80 Das weisse Gold von Beelitz – Wenn die Erntesaison zur Festsaison wird
- 84 Fehmarn – Willkommen auf der Sonneninsel

PUNKT.

- 94 Aufbruch und Neubeginn – Von Frühlingsblühern und Schmetterlingen im Bauch

IMPRESSUM Herausgeber: Getränke Essmann KG | Pöttkerdiek 2 | 49808 Lingen | Tel.: 0591 91 30 0 | www.getraenke-essmann.de
 Konzeption/Gestaltung: Schön! Agentur für Strategie, Design & Vertrieb GmbH | Kaiserstraße 10b | 49809 Lingen | Tel.: 0591 80 76 000
www.agentur-schoen.de Redaktion: pro-t-in GmbH | Schwedenschanze 50 | 49809 Lingen | Tel.: 0591 96 49 43-0 | www.pro-t-in.de
 Redaktionsleitung: Katharina Mehring Druck: Bitter und Loose GmbH | Mergenthaler Straße 18 | 48268 Greven | Tel.: 02571 91 82 0
 Die Redaktion übernimmt für unerbeten eingesandte Manuskripte, Bildmaterial und Unterlagen keine Haftung.



Erhältlich im
24 x 0,33l
Kasten
und
6 x 0,33l
Multipack

*Komm, wir trinken
noch ein Pülleken.*



EDITORIAL

LIEBE LESERINNEN, LIEBE LESER!



Hinter uns liegt ein turbulentes, aber – gemessen an der Krise – wirtschaftlich dennoch zufriedenstellendes Jahr. Was mich besonders ermutigt ist, dass wir in einem komplexen Geschäftsjahr unbekanntem Ausmaßes alle an einem Strang gezogen haben. Unsere Sorge gilt daher nicht uns selbst, sondern unseren Kunden, allen voran der Gastronomie, die dringend eine Perspektive braucht. Sobald sie durchstarten kann, stehen wir bereit und werden alles tun, um jeden einzelnen Betrieb bestmöglich zu versorgen.

Mit dieser neuen ESSpertise halten Sie, liebe Leserinnen und Leser, die erste Ausgabe in Händen, in der wir uns in nie dagewesener Weise auf die Gastronomie fokussieren. Dafür stellen wir nicht nur – wie stets – verschiedene Unternehmen vor, sondern greifen unter Stichworten wie „Hygiene“, „Terrassengeschäft“ und „Foodpairing“ Trends auf. Was wir darüber hinaus mit der ESSpertise vorhaben, erläutert Ihnen Torben Veen, der ab sofort als Gesamtvertriebs- und Einkaufsleiter neben der Gastronomie zusätzlich auch die Bereiche Handel und Einkauf der Getränke Essmann KG vertritt und die ESSpertise eng begleitet.

Ich wünsche Ihnen und uns allen ein Frühjahr, das hält, was es dem Namen nach verspricht: das Aufbrechen von etwas Neuem, das Aufblühen frischer Triebe, Farbvielfalt und gute Laune!

In diesem Sinne

Ihr

Markus Rütters

Vorsitzender der Geschäftsführung (CEO)
DGL - Deutsche Getränke Logistik



Als Gesamtverantwortlicher für Vertrieb und Einkauf der Getränke Essmann KG bin ich nah an Ihnen, unseren Kunden, dran: Aktuell erleben Sie und wir alle eine schwere Zeit. Ob Handel oder Gastronomie – Sie alle sind durch die Folgen des Lockdowns in besonderer Weise getroffen. Wir wissen das und setzen unsere ganze Kraft für Sie ein.

Mit der neuen ESSpertise stellen wir Sie, unsere Kunden, in den Mittelpunkt unserer Berichterstattung. Wir tun das konsequent, indem wir Ihnen nicht nur Trends aufzeigen, sondern indem wir Ihnen viele Best Practice-Beispiele „servieren“, Ihnen interessante Mitbewerber vorstellen (vielleicht sind Sie selbst auch in nicht allzu ferner Zukunft dabei) und indem wir jedes unserer Themen auf seine Relevanz überprüfen.

Traditionell trägt die ESSpertise den Untertitel „Das Magazin im Zeichen guter Partnerschaft“. Genau so definieren wir unser Verhältnis zu Ihnen, unseren Leserinnen und Lesern. Daher freuen wir uns auch über Ihre Rückmeldungen, Themenanregungen, Ideen. Halten Sie nicht mit Ihrer Meinung hinter dem Berg.

Ich empfehle Ihnen die vorliegende ESSpertise und freue mich auf viele weitere Ausgaben, in denen Sie unangefochten die Hauptrolle spielen.

Herzliche Grüße

Ihr

Torben Veen

Gesamtvertriebs- und Einkaufsleiter
Getränke Essmann KG





BRANCHE

Bayerns frische Weisse.

Maisel's Weisse
ORIGINAL
ALSOHOLFREI

WORLD BEER AWARDS
WORLD'S BEST STYLE WINNER
WELTBESTES HEFEWEISSBIER

WORLD BEER AWARDS
WORLD'S BEST STYLE WINNER
WELTBESTES HEFEWEISSBIER ALKOHLHFREI 2018 & 2019

MEININGER'S INTERNATIONAL CRAFT BEER AWARD GOLD 2019

MEININGER'S INTERNATIONAL CRAFT BEER AWARD PLATIN 2019

EUROPEAN BEER STAR GOLD AWARD

Maisel's Weisse
AUS BAYREUTH

BRANCHE

SEHNSUCHT NACH BEGEGNUNG

FOLGT AUF DIE KRISE DER BOOM?



↑ Lang, lang ist's her: Gesellige Stunden im Lieblingsrestaurant sind zum Objekt der Begierde avanciert.



↑ Jochen Pinsker
Industry Advisor
Foodservice Europe bei der
npdgroup deutschland GmbH

Sie wird kommen – die Zeit nach dem Lockdown, in der das gesellschaftliche Leben wieder Fahrt aufnehmen wird. Auch wenn das neue „normal“ den Alltag eines Jeden weiterhin bestimmen wird, freuen sich dennoch viele Branchen auf die Zukunft. Insbesondere in der Gastronomie wird das Ende des Lockdowns mit Hochdruck erwartet, denn die Angst um die eigene Existenz ist bei vielen Gastronomen in Deutschland allgegenwärtig. Im Interview mit der ESSpertise spricht Jochen Pinsker, Industry Advisor Foodservice Europe bei der npdgroup deutschland GmbH, über die Zukunft der Gastronomie nach dem Lockdown. Das Unternehmen mit Sitz in Nürnberg betreibt bereits seit 50 Jahren weltweite Marktforschung in verschiedenen Branchen und nimmt dabei auch regelmäßig die Gastronomiebranche unter die Lupe.

Herr Pinsker, Sie beschäftigen sich täglich mit den aktuellsten Zahlen und Trends in der Gastronomiebranche. Wie schätzen Sie die aktuelle Lage der Gastronomie in Deutschland ein?

Wenn wir uns die aktuellsten Zahlen anschauen, dann ist die Lage natürlich alles andere als gut. Wir haben für den abgelaufenen Monat Dezember 2020 im Rahmen unseres Verbraucher-Panels gemessen, dass die Gäste knapp

60 Prozent weniger ausgegeben haben als noch im Dezember 2019. Unter den aktuellen Gegebenheiten erzielt die Gastronomie momentan nicht einmal ansatzweise die Hälfte der Umsätze. Von daher geht es natürlich keinem Akteur in der Gastronomie gut. Dazu muss man aber auch sagen, dass die einzelnen Segmente unterschiedlich stark von der Krise betroffen sind. Den Fullservice-Restaurants, Cafés, Bars →



Chiemseer

Rosenheimer Spezialitätenbrauerei



oder Diskotheken, die außer dem Mitnahme- oder Liefergeschäft ihre Räumlichkeiten geschlossen halten müssen, geht es noch einmal deutlich schlechter, als der Betriebs- und Schnellgastronomie. Wenn nur noch 40 Prozent ausgegeben werden, dann hat das auch negative Auswirkungen auf die gesamte Lieferkette, sprich auf Großhändler und auf Hersteller. Von daher trifft es alle – und zwar sehr stark.

Wie drückt sich die Krise in Zahlen aus?

Das gesamte Jahr 2020 war eine Achterbahnfahrt. Deswegen fehlen der gesamten deutschen Gastronomie 35 Prozent des Umsatzes. Wenn man die absoluten Zahlen vergleicht, ergibt sich folgendes Bild: Konnten im Vorjahr 2019 noch 83 Milliarden Euro Umsatz erzielt werden, kommen wir für 2020 nur noch auf 54 Milliarden Euro – demnach hat die Gastronomie in Deutschland 29 Milliarden Euro weniger eingenommen als in 2019.

Was können Gastronomen jetzt tun, um sich auf die Zeit nach der Krise vorzubereiten?

Die Corona-Krise hat uns gelehrt, dass wir auch in Zukunft mehr Zeit zu Hause verbringen werden. Immer mehr Arbeitgeber werden ihren Mitarbeitern auch weiterhin flexible Arbeitszeiten und Homeoffice anbieten. Je weniger Menschen sich allerdings auf den Weg zu ihrem Arbeitsplatz machen, desto mehr rücken die gastronomischen Angebote in den Hintergrund. Ein Drittel aller Gastronomiebesuche hängt in irgendeiner Form mit der Arbeit zusammen. Daher sollten Gastronomen sicherstellen, dass sie alle Möglichkeiten ausschöpfen, um ihren „ehemaligen“ Gast auch zu Hause zu erreichen – Stichwort Home Delivery. Wir haben aber auch gelernt, dass die Menschen sehr wohl dazu bereit sind, zum Gastronom hinzufahren, um sich Dinge abzuholen, also per Click and collect. Diese Möglichkeiten sollte jeder Gastronom jetzt schon unter der Fragestellung prüfen, ob sie für sein Objekt wirtschaftlich Sinn ergeben, denn diese Angebote werden bleiben.

Für eine Kneipe oder Diskothek ist das natürlich irrelevant. Deswegen ist es

enorm wichtig, weiterhin mit seinen Kunden zu kommunizieren. Diejenigen, die kontinuierlich mit ihren Kunden in Kontakt geblieben sind – zum Beispiel über Social Media – sind deutlich besser aus dem ersten Lockdown herausgekommen als diejenigen, die ihren Gästen gegenüber stumm waren. Jeder Kontakt ist wichtig, sei es durch regelmäßige Bilder aus der Küche oder Live-Streams. Die Lieferanten spielen auch eine wichtige Rolle. Als Gastronom brauche ich gerade jetzt einen starken Partner, der mir nicht nur anpassungsfähige Konditionen bietet, sondern mir auch eine schnelle und flexible Lieferung garantiert, wenn die Türen wieder geöffnet werden dürfen.

Folgt dem Lockdown - Ihrer Einschätzung nach - der Boom?

Die Socializing-Funktion der Gastronomie wird in ihrer Bedeutung steigen. Aufgrund unserer Studien wissen wir, dass es drei Dinge gibt, die die Menschen am meisten vermissen und die sie nach der Krise als Erstes wieder machen wollen – sie alle haben mit Gastronomie zu tun! Aufgrund der aktuellen Einschränkungen sagen 49 Prozent der Befragten, dass sie Urlaubsreisen am meisten vermissen. Dicht gefolgt →

↓ Die Sehnsucht nach Begegnungen und ausgelassener Stimmung steigt in der Bevölkerung von Tag zu Tag.





**Sanft sprudelnd
aus dem Münsterland.**

www.von-direkt-vor-der-tür.de



Foto: © Flamingoimages, envato elements

↑ Gerade die jüngere Generation brennt darauf, endlich wieder gastronomische Angebote wahrnehmen zu können.

von 41 Prozent, die sich nach privaten Tagesausflügen oder Wochenendtrips sehnen, und 36 Prozent sagen, sie vermissen auswärts Essen oder Trinken zu gehen am meisten. Diese Zahlen beschreiben sehr gut, dass die Menschen wirklich „heiß“ darauf sind, wieder raus zu kommen. Wenn Sie heute ankündigen, dass morgen die Gastronomie wieder öffnen darf, dann würden sich manche Menschen wohl schon einen Tag vorher anstellen, um noch einen Platz zu bekommen.

Anders als noch im ersten Lockdown wird der Wunsch rauszugehen immer größer und die Bedenken, die dagegenstehen, immer kleiner. Die Bereitschaft über den eigenen Schatten zu springen steigt stetig, besonders in der jüngeren Bevölkerung.

Was bleiben wird, ist das „Homing“ – das heißt, dass die Menschen sich nicht wie beim Cocooning zu Hause einigeln, sondern, dass sie sich vermehrt Freunde und Familie nach Hause einladen werden. Gemeinsam Grillen, gemeinsam Kochen oder einen Spieleabend machen. Dieses Verhalten wird dem Wunsch nach mehr Socializing gerecht. Inwiefern da die Gastronomie eine Rolle

spielen wird, bleibt abzuwarten. Wichtig ist: Sozialisierung ja, Cocooning nein – das ist meine Einschätzung.

Wie wird sich das Konsumverhalten der Kunden nach dem Lockdown verändern?

Comfort Food oder „Little Treats“, also der erschwingliche Luxus, wird in Zukunft für viele Menschen der Besuch in der Gastronomie sein. Die Leute wollen sich selbst wieder etwas Gutes tun. Wir messen das seit der Krise auch deutlich in Zahlen, denn die Bereitschaft der Gäste sich zum Beispiel ein Dessert dazuzubestellen, ist deutlich angestiegen. Sich tatsächlich mal etwas gönnen, sich selbst zu belohnen – dieses Bedürfnis zu stillen wird der Gastronomie nach der Krise deutlich in die Karten spielen.

Inwiefern muss die Branche das Konsumverhalten der Kunden nach den Beschränkungen verstehen und ihre Strategien anpassen?

Wir haben eine ganz gute Idee davon, wie das neue „normal“ aussehen wird. Deswegen ist es wichtig, dass die Branche den Menschen an seinem neuen Arbeitsplatz – nämlich immer öfter zu Hause – die Möglichkeit bietet, auch weiterhin ihre Produkte zu nutzen. Der

Standort wird daher ein wichtiger Faktor werden. Officelagen und Verkehrsknotenpunkte waren vor Corona absolut boomende Locations. Gerade für den schnellen Verzehr zwischendurch. Da wird sich in Zukunft sicherlich einiges verschieben: Weniger Leute fahren ins Büro und auch die Nutzung der öffentlichen Verkehrsmittel wird noch eine ganze Zeit lang unter dem Niveau von vor Corona sein. Interessanter werden demnach die Wohnlagen der Menschen, etwa in den Vororten und Stadtteilzentren, dahin wird sich viel verschieben, dort wo Community in Zukunft zusammenkommt.

Herr Pinsker, vielen Dank für das Gespräch! ●



Echte Gastro-Freundschaft

Gäste mit einem Lächeln und freundlichen Worten begrüßen. Beste Qualität bei Speisen & Getränken mit einem 360-Grad Service bieten. Das ist perfekte Gastfreundschaft. Hinter den Kulissen - anspruchsvolle Arbeit. Das Team der Niehoffs Vaihinger Fruchtsaft GmbH kennt die Herausforderungen und unterstützt Sie gern dabei.

Hotel, Restaurant, Café, Mensa, Bar, Club, Event, Spa, Terrasse, Biergarten oder To-go-Geschäft – wir haben für jeden Trinkanlass das richtige Getränk im richtigen Gebinde.

Unsere neue Broschüre ist anders: Sie folgt den Trinkanlässen Ihrer Gäste und erleichtert Ihnen so einen optimalen Überblick über unsere Marken, Produkte und Gebinde. Die jeweils passende Produkt-Programmliste, z.B. für das Frühstück, im Restaurant oder auf der Terrasse und im Biergarten, kann über einen QR-Code heruntergeladen werden. Das ist einfach, übersichtlich und nutzerfreundlich.

Mit Getränken Akzente setzen

Ihr Getränkeangebot ist ein wichtiger Umsatzbringer. Und genau wie Ihre Speisekarte ist auch die Getränkekarte ein kleiner Balanceakt zwischen beliebten Standards und neuen Trends. Mit den Marken und dem Angebot der Niehoffs Vaihinger Fruchtsaft GmbH setzen Sie Akzente.

Als guter Gastgeber wissen Sie: Das richtige Getränk rundet das Essen erst so richtig ab. Es muss zur Speise passen, sie perfekt ergänzen, die Geschmacksknospen zum Explodieren bringen und Lust auf mehr machen. Sorgen Sie mit unseren Fruchtsäften für ein saisonales Angebot. Ob Johannisbeere, Orange oder Maracuja: Säfte korrespondieren sehr gut mit dem Angebot auf Ihrem Teller.

TIPP unserer Fruchtsaft-Sommelière: Foodcocktails, d.h. speisebezogene Getränkecreations runden ein wunderbares Genusserlebnis ab. Frucht kann z.B. Schärfe

abmildern, eine orientalische Note süß unterstreichen oder mit einer feinen Säure abrunden.

Vergessen Sie Ihre kleinen Gäste nicht. Trinkste! ist ein zuckerarmes Getränk auf Teebasis mit nur 4% Zucker, d.h. circa 50% weniger als bei vergleichbaren Erfrischungsgetränken. Zwei leckere Sorten mit kinderfreundlichem Etikett stehen zur Auswahl: Rooibos mit Kirsche und Rooibos mit Orange & Ananas.



Fordern Sie jetzt unsere neue Broschüre per Mail mit dem Stichwort echte Gastro-Freundschaft an oder nutzen Sie den QR-Code zum Download.



NIEHOFFS
Vaihinger
FRUCHTSAFT GMBH

Niehoffs Vaihinger Fruchtsaft GmbH
Bahnhofstraße 40
67742 Lauterecken
Kundenteam, Tel.: 06841-105 15 00
info@nfv-marken.de

BRANCHE

TROTZ CORONA-KRISE EIN GUTES GEFÜHL

Kaum eine Branche lebt so sehr vom Kontakt mit anderen Menschen wie die Veranstaltungsbranche. Hier ist auch eigentlich der 37-jährige Carlo Ricke zuhause, der seit 2012 bei Getränke Essmann tätig ist. Die ersten drei Jahre machte er sich als Auslieferungsfahrer einen Namen, ehe er in den Veranstaltungsservice bei Essmann wechselte. Hier ist Ricke seit vielen Jahren in leitender Position tätig und der Herr über Schankwagen, Zapfanlagen und Co. Mit der fortschreitenden Corona-Krise hat sich sein Arbeitsalltag allerdings massiv verändert.

Welcher Wagen fährt mit welchem Equipment wann zu welchem Kunden? Alles eine Sache der präzisen Planung, die Carlo Ricke aus dem Effeff beherrscht. Zusammen mit seinem Kollegen Maik Lohhaus, der sich um die Büro- und Reservierungsarbeiten kümmert, managet Ricke den Veranstaltungsbereich bei Getränke Essmann mit Passion. Neben 14 Schankwagen, fünf Pkw-Kühlwagen, drei Lkw-Kühlwagen und fünf Absatzcontainern, behält er stets den Überblick über mobile Theken, Zapfanlagen, Festzeltgarnituren, Stehtische und das komplette Gläserortiment von Essmann. Die Auslieferung sowie Wartungs- und Reparaturarbeiten des Equipments gehören ebenso zu seinen Aufgaben wie die Einweisung der Kunden in die Funktionsweisen der Geräte und Wagen.

„Ich bin ein sehr geselliger Mensch und unterhalte mich gerne mit unseren Kunden über den Veranstaltungsbereich und die Gastronomie. Man kommt viel rum und bekommt viel von den Kunden mit“, erzählt Ricke über die Zeit vor der Corona-Krise. „Früher war es ganz normal, dass man sich auch mal mit dazugesetzt und einen Kaffee mitgetrunken hat. Wenn man jetzt die ganze Zeit zuhause rumsitzt, ist das natürlich echt etwas anderes“, sagt er. Den Kundenkontakt vermisst er daher sehr – war Ricke doch stets der erste Ansprechpartner. „Wenn es Fragen gibt, wie etwas funktioniert oder wenn etwas kaputt ist, rufen die Kunden immer bei mir an und ich fahre in Notfällen auch zu den Kunden raus, um zu helfen.“

Auch die Abläufe während der Arbeit hätten sich seit der Pandemie massiv verändert: „Als wir noch ausliefern konnten, waren wir nur mit Maske unterwegs, wir haben sämtliche Kontakte unter den Fahrern vermieden. Man arbeitete fast nur noch alleine, das war früher nicht so. Da hat jeder mal mit angepackt – jetzt heißt es nur noch: Mach das Tor auf, stell die Sachen da hin, nimm das Leergut mit und leg den Lieferschein mal da hin“, sagt Ricke bedrückt.



↑ Carlo Ricke wünscht sich bald wieder seiner normalen Arbeit nachgehen zu können.

NIEMAND WIRD IM STICH GELASSEN

Seitdem keine Veranstaltungen mehr stattfinden, sind alle Schank- und Kühlwagen abgemeldet und stehen gewartet in den Hallen von Essmann – jederzeit einsatzbereit, doch die Abteilung von Carlo Ricke ist vorerst geschlossen. Auch wenn er nicht zum regulären Fahrerstaffel gehört, war Ricke bis Anfang Februar 2021 wieder als Lkw-Fahrer in der Auslieferung tätig. „Ich habe das große Glück, dass ich nebenbei noch fahren durfte und die Kollegen unterstützen konnte. Trotzdem: Seit dem 8. Februar bin ich in Kurzarbeit – bis die Gastronomie wieder öffnet. Aber wir gehen davon aus, dass es bis Ende März dauern wird.“ Die restlichen Auslieferungsfahrer seien aber nach wie vor nicht von Kurzarbeit betroffen, betont Carlo Ricke. Über das Engagement seines Arbeitgebers ist er dennoch sehr glücklich: „Die Firma ist so nett und stockt die 67 Prozent, die man vom Arbeitsamt bekommt, mit 23 Prozent auf. Finanziell ist das sehr, sehr gut.“

Auch das Krisenmanagement seines Arbeitgebers findet er vorbildlich: „Toi, toi, toi – die ganze Firma ist bis jetzt coronafrei geblieben. Essmann hat die Situation echt im Griff und rechtzeitig reagiert. Zu Beginn der Corona-Krise hat jeder Lkw Desinfektionsmittel bekommen, damit wir Fahrer direkt alles desinfizieren können, weil auch immer ein Fahrerwechsel stattfindet. Das gibt uns ein gutes Gefühl, wenn wir zur Arbeit gehen“, so Ricke. Ebendiese so bald wie möglich wieder aufnehmen zu können, wünscht er sich deswegen sehr. ●

2020
BEST SELLER

RUNDSCHAU
DES NEUEN VERBRAUCHS

Warsteiner
BREWERS
GOLD

SEIT 1753
Warsteiner
DAS EINZIG WAHRE

BREWERS
GOLD

NATURTRÜBE
BERNSTEINFAHNE
BIERSPEZIALITÄT

JETZT
ZUGREIFEN

UNSER NEUER
PUBLIKUMSLIEBLING:
BREWERS GOLD.

BIERSPEZIALITÄT
MILDE · NATURTRÜBE
BIERSPEZIALITÄT

DAS EINZIG WAHRE

BRANCHE



Foto: © Julia Petersen

↑ Keine Schlange wohin das Auge reicht: Die Türen des LUNA Club in Kiel sind seit dem Lockdown geschlossen.

DAS PRINZIP HOFFNUNG

WIE KUNDEN UND PARTNER DIE KRISE MEISTERN

Wann ist es endlich in Sicht, das viel zitierte Licht am Ende des Tunnels, auf das die Gastronomie- und Veranstaltungsbranche deutschlandweit so sehnsüchtig wartet? Der Tag X scheint noch in weiter Ferne zu liegen und die ständige Verlängerung des Wortes mit „L“ zieht die Betroffenen zunehmend down. Neben der Sehnsucht, endlich wieder Türen und Tore für die Gäste öffnen zu dürfen, eint Gastronomen und Veranstalter vor allem eins: ein unfassbares Durchhaltevermögen und die große Kunst, in der Krise die Hoffnung nicht zu verlieren.

LICHT AUS IM LUNA CLUB

Um 0.00 Uhr öffnen sich normalerweise die Türen des LUNA Club in Kiel, um feierlustigen Nachteulen bis in die frühen Morgenstunden einen Ort zu bieten, an dem jeder so sein kann, wie er ist. Gute Drinks gehören im LUNA Club genauso dazu wie Hip-Hop und elektronische Musik. Erst Anfang 2020 haben drei motivierte Männer das Flaggschiff der Kieler Clubszene übernommen – damals hatte der Titel „Hotspot“ noch eine andere Bedeutung. Der „Kellerclub“, wie ihn einer der

drei Betreiber, Jan Marxsen, gerne bezeichnet, lebt von kleinen Bands, die sich im LUNA Club ausprobieren können. Aber auch echte Größen wie die Brüder Kalkbrenner waren schon zu Gast. „Der LUNA Club ist in Schleswig-Holstein einer der Clubs, der in der Subkultur die Fahne weit oben hält. Wir buchen viele Underground-Künstler und bieten ihnen eine Plattform, um spielen zu können“, so Marxsen.

Gegründet im Jahr 2000, wollte man zum 20-jährigen Jubiläum des LUNA Clubs eigentlich eine Woche lang durchfeiern, doch daraus wurde aufgrund des ersten Lockdowns Anfang März 2020 nichts.

Sein Arbeitsalltag habe sich seitdem um 180 Grad gedreht, erklärt Jan Marxsen. „Ich bin ausgeschlafen (*lacht*). Eigentlich kümmere ich mich um das normale Tagesgeschäft mit Vorbereitungen für die Nacht, Bookings, bereite das Programm für die nächsten Monate vor, erledige administrative Aufgaben oder bestelle Getränke. An einem normalen Tag sind wir um 20 Uhr im Club, treffen alle Vorbereitungen und dann gehen um 0 Uhr die Türen auf. Das ist jetzt alles weg.“ →

KRONE COOL LINER



WEIL ICH BEIM

KÜHLTRANSPORT

KEINE KOMPROMISSE

EINGEHE.

JETZT
QR-CODE SCANNEN UND
MEHR ERFAHREN!



KRONE COMMERCIAL VEHICLE SE
Bernard-Krone-Straße 1, 49757 Werlte, DEUTSCHLAND,
Tel.: +49 5951 209-0, info.nfz@krone.de, www.krone-trailer.com

KRONE
Wir transportieren Zukunft

Davon, die Füße still zu halten, hält man im LUNA Club allerdings gar nichts. „Die Fläche im oberen Bereich unseres Clubs wurde nie optimal genutzt, deswegen haben wir dort im ersten Lockdown eine neue Bar gebaut. Als wir dann ab dem 18. März wieder öffnen durften, war das für uns eine Art Pilotprojekt, weil wir erst einmal schauen mussten, wie es mit dem Barbetrieb läuft. Es lief dann zum Glück sehr gut bis wir ab dem zweiten Lockdown auch da komplett geschlossen worden sind. Bis heute.“

HIER SPIELT DIE MUSIK

Die DNA des LUNA Club besteht vor allem aus Musik. Und auch wenn hier schon lange kein Künstler mehr auftreten konnte, schlägt das musikalische Herz weiter. „Stille wie sich das gehört, sind wir alle Musiker. Weil wir mit der Zeit kreativ werden mussten, haben wir aus dem LUNA Club „LUNA Club Records“ gemacht. Wir wollten nicht dieses übliche „kauf doch einen Gutschein oder Cocktails to-go“ anbieten. Das machen schon all unsere Freunde und wir möchten niemandem das Geschäft wegnehmen. Befreundete Künstler haben uns deswegen viele ihrer unveröffentlichten Songs geschickt und wir haben daraus Platten gemacht, die man gegen eine Spende kaufen und damit den Club unterstützen konnte. Uns war klar, dass wir davon nicht unsere Miete zahlen, geschweige denn unsere privaten Kühlschränke füllen können,

aber man muss irgendetwas machen, um nicht in Vergessenheit zu geraten“, sagt Marxsen.

EINMAL LUNA, IMMER LUNA

Wie in vielen anderen Gastronomien auch ist den Mitarbeiter der LUNA Club über die Jahre hinweg sehr ans Herz gewachsen. Dennoch gibt es hier keine Kurzarbeit. „All unsere studentischen Hilfskräfte haben sich andere Jobs gesucht und unsere zwei Festangestellten haben einen Arbeitsauflösungsvertrag mit uns gemacht. Sie haben einfach mehr davon, sich einen neuen Job zu suchen als bei uns in Kurzarbeit zu sein,“ erklärt Jan Marxsen. „Die meisten kommen allerdings wieder zurück zu uns. Wir haben sehr loyale Mitarbeiter, die für den Club brennen. Das ist total schön, unsere WhatsApp-Gruppe heißt auch „LUNA-Family“.

Die Stimmung im Kieler LUNA Club ist nach so langer Zeit zwar angespannt, doch Jan Marxsen und sein Team schauen weiterhin positiv in die Zukunft und fühlen sich gut vorbereitet. „Wir haben jetzt auch ein zweites Getränkelager. Wenn wir also bei Essmann anrufen und die uns sofort beliefern, können wir innerhalb von zwei Tagen wieder aufmachen. Wenn wir wieder öffnen dürfen, feiern wir eine Woche durch, das steht fest. Das ist auch unser Mindset – wir bräuchten nur das Go von der Bundesregierung“. →



↑ Die drei Betreiber des LUNA Club v.l.: Marc Wolf, Jan Marxsen und Philipp Harms



GUIDO MARIA SCHNAPSITAXI

FOLGE UNS AUF
 **FACEBOOK &**
 **INSTAGRAM!**
 #guidomariaalikoer



Foto: © MABO Eventtechnik

↑ Events mit hunderten von Besuchern sind zur Zeit undenkbar.

MABO: EVENTALLROUNDER AM LIMIT

Auf dieses Go wartet auch das Team der MABO Eventtechnik aus Emsbüren sehlichst. Die Eventprofis aus dem Emsland sind auf Eventtechnik, Loungemöbel, Live-Entertainment und Eventservice für kleine und große Veranstaltungen spezialisiert. Von der kleinen Hochzeit bis zum großen Open Air füllten normalerweise rund 300 Veranstaltungen pro Jahr die Auftragsbücher des Unternehmens. Für 2021 sind es bis dato gerade einmal 50 – für die aktuelle Situation findet Geschäftsführer Maik Borgmann deswegen klare Worte: „Beschissen ist noch geprahlt. Letztes Jahr sind wir gut durch die Krise gekommen. Wir hatten noch relativ viele Aufträge im Kalender und es wurde nur das Nötigste abgesagt. Es kamen auch ein paar neue Veranstaltungen dazu, wie zum Beispiel die Auto-Disco im INDEX in Schüttorf oder Auto-kinos und Streamings. Der Kalender für 2021 wird hingegen immer leerer und aktuell kommen keine neuen Anfragen rein“, so Borgmann. Sollten künftige Veranstaltungen coronabedingt abgesagt werden, bietet die MABO Eventtechnik ihren Kunden daher die kostenlose Stornierung von Buchungen an. Diese Option verschaffe beiden Seiten mehr Planungssicherheit, sagt der Eventprofi.

KAMPF UM JEDEN EURO

Eigentlich hätte 2020 für die MABO Eventtechnik ein Rekordjahr in der Firmengeschichte werden sollen. Um stets auf dem aktuellen Stand zu bleiben, investierte das Unternehmen im vergangenen Jahr trotz aller Widrigkeiten knapp 100.000 Euro in

neue Technik – nun wird die finanzielle Not immer größer. „Hilfsgelder habe ich nicht wirklich bekommen, lediglich einmalig 9.000 Euro am Anfang der Corona-Krise. Im Nachhinein wurden allerdings noch sehr oft die Regularien geändert – ob wir das Geld jetzt nun doch noch zurückzahlen müssen, steht deswegen auf einem ganz anderen Blatt. Auch die Überbrückungshilfe II und die Novemberhilfe habe ich nicht erhalten. Jetzt kam durch die Dezemberhilfe etwas Geld rein“, so Borgmann. Wo immer es geht Kosten zu senken habe nun oberste Priorität, sagt der Geschäftsführer.

Anders als in der Gastronomie können Maik Borgmann und sein Team nicht von heute auf morgen wieder mit der Arbeit beginnen: „Wenn es heißt, ihr dürft in zwei Tagen wieder aufmachen, wird in der Gastronomie einmal durchgewischt, dann kommt am nächsten Tag die Ware und am Tag drauf können Gastronomen ihre Gäste begrüßen. Wenn es heißt, am Samstag dürft ihr wieder Veranstaltungen machen, dann sag ich immer: Welche denn? Unsere Veranstaltungen haben immer zwei Monate bis ein Jahr Vorlauf- und Planungszeit. Das heißt, wenn wir kurzfristig innerhalb von einer Woche die Freigabe bekommen sollten, sind keine Veranstaltungen da, weil die nicht geplant sind.“

TROTZ ALLEM: AM BALL BLEIBEN

Aufgrund der aktuellen Lage musste Maik Borgmann seine Mitarbeiter zwangsläufig in die Kurzarbeit schicken. Trotzdem lässt man bei der MABO Eventtechnik den Kopf nicht hängen. „Wir haben →

DAS  ORIGINAL
ORIGINAL SERVIERT

FÜR ALLE, DIE DAS ORIGINAL LIEBEN.

COKE AUS DER KLASSISCHEN GLASFLASCHE, EISKALT UND MIT FRISCHER ZITRONE.



Coca-Cola, Coke und die Konturflasche sind eingetragene Schutzmarken der The Coca-Cola Company.

in der Firma jetzt ein Studio aufgebaut, das man für Live-Streamings mieten kann. Die Jungs sind regelmäßig hier, um unser Equipment zu warten, aufzubauen und zu testen, um weiterhin im Thema zu bleiben. Vor allem aber auch, um die Lust am Job zu behalten! Aber man muss schon sagen, dass von unserem ursprünglichen Alltag nicht mehr viel übriggeblieben ist.“ Sorgen bereitet Maik Borgmann außerdem eine folgenschwere Entwicklung: „Das größte Problem, das unsere Branche haben wird ist, dass viele freie oder feste Mitarbeiter in andere Berufszweige abwandern und auch nie wieder zurückkommen werden. Man munkelt, dass uns nach der Krise 40 Prozent der Fachkräfte fehlen werden.“

↓ Wenn tatsächlich nach der Krise 40 Prozent des Personals abgewandert sind, wird es schwierig werden, die heiß ersehnten, großen Events auf die Beine zu stellen.

AGENTUR SCHÖN: WICHTIGE ERKENNTNISSE

Wenngleich die Werbeagentur Agentur Schön! aus Lingen grundsätzlich ihrer Arbeit nachgehen kann, sind die Auswirkungen der Corona-Krise dennoch auch bei ihr spürbar. „Wir sind als Team ab April 2020 in die Kurzarbeit gegangen, weil ich gemerkt habe, dass das Marketingbudget von unseren Mittelstandskunden eingefroren wurde. Über diese Entscheidung bin ich rückblickend sehr froh, denn so konnten wir die kurzfristigen Einbußen gut überbrücken. Glücklicherweise erholte sich die Situation gegen Ende des vergangenen Jahres wieder“, freut sich der Geschäftsführer Bastian Kuhn. Auch dank unseres langjährigen Kunden Getränke Essmann habe man die Krise bei Schön! gut überwinden können.

Mit der Kurzarbeit ging es für die Werber im gleichen Schritt ins Homeoffice, um die gesundheitlichen Risiken auf ein Minimum zu reduzieren. Dank der optimalen Infrastruktur können alle Arbeiten



Foto: © MABO Eventtechnik



Foto: © Agentur Schön!

↑ Stolz auf sein Team ist Bastian Kuhn, Geschäftsführer von Schön! Agentur für Strategie, Design & Vertrieb GmbH

ohne Probleme von Zuhause aus erledigt werden. Man habe zudem die Erkenntnis gewonnen, dass die Arbeit im Homeoffice der Produktivität zu keiner Zeit einen Abbruch getan habe. „Mein Team zieht komplett mit und darüber bin ich sehr froh. Wir schauen positiv in die Zukunft“, ergänzt Kuhn. Auch die anfängliche Skepsis der Kunden gegenüber digitalen Meetings und Präsentationen seien im Nachhinein völlig unbegründet gewesen. „Wir sind davon ausgegangen, dass wir unsere Ideen auch im digitalen Gespräch emotional überbringen und verkaufen können. Wir haben unsere Kunden dabei an die Hand genommen und uns zusammen mit ihnen auf eine neue Ebene begeben. So haben unsere Meetings und digitalen Präsentationen intuitiv super funktioniert“, berichtet Kuhn. Es seien wichtige Erfahrungen, die auch nach der Krise Bestand haben werden. ●

MICHELIN X[®] MULTI™ Z&D 17.5/19.5

VERLASSEN SIE SICH AUF UNS



©2021 MICHELIN, MICHELIN REIFEN und die grafische Darstellung des Michelin Mann sind Eigentum der Compagnie Générale des Etalonnements Michelin, Michelin Reifwerke AG & Co. KGaA - Michelinstraße 4 - 76185 Karlsruhe/Deutschland - Foto: Michelin

Optimierte Mobilität und Rentabilität*

Die kraftstoffeffiziente und somit nachhaltige MICHELIN X[®] MULTI™ Serie für den Nah- und Fernverkehr, in den Dimensionen 17.5 und 19.5 für die Antriebsachse und Rundumbereifung, können Sie das ganze Jahr ohne Reifenwechsel fahren. Informieren Sie sich jetzt über das komplette Angebot auf www.business.michelin.de!

Km

Hohe
Laufleistung

⚡

Geringer
Kraftstoffverbrauch

🛡️

Hohe
Sicherheit

🌱

Aktiver Beitrag zum
ökologischen Fußabdruck

* Verlängerung der Nutzungsdauer um bis zu 18% im Vergleich zu den Vorgängerprodukten der gleichen Dimension.



M+S



ANZEIGE

MICHELIN IN ZAHLEN

Als einer der führenden Reifenhersteller beschäftigt Michelin heute mehr als 121.000 Mitarbeiter auf fünf Kontinenten. In den insgesamt 126 Forschungs- und Produktionsstätten sowie den 7.620 Vertriebszentren arbeiten sie kontinuierlich an bewährten Produkten sowie an revolutionären Innovationen. Rund 200 Mio. Reifen werden so jedes Jahr hergestellt.



STERNEKÜCHE UND PREMIUMREIFEN: PASST DAS ZUSAMMEN?

Sehr gut sogar. MICHELIN Reifen und der Guide MICHELIN nehmen beide eine Spitzenposition in ihrem Segment ein. André und Édouard Michelin, die das Unternehmen 1889 gründeten, wollten von Anfang an das Autofahren über das Kerngeschäft Reifen hinaus in all seinen Facetten zum Erlebnis machen. Kein Wunder also, dass die Produktpalette des Unternehmens mit den Jahren rasant wuchs. Wussten Sie, dass heute neben dem berühmten Restaurantführer auch Services wie digitale Flottenlösungen, die Auto-Servicekette Euro-master, rund 3.000 Lifestyleprodukte wie Sportschuhe mit MICHELIN Sohlen, Karten- und Reise-Apps zur Marke Michelin zählen?

IHR REIFENPARTNER FÜR IHREN TRANSPORTER!

Transporterreifen müssen aufgrund der zum Teil sehr hohen Warengewichte besonders robust sein und verfügen daher über erhöhte Tragfähigkeiten gegenüber üblichen Pkw-Reifen. Oft sind die Ladungen ungleichmäßig im Van verteilt, sodass die verstärkten Karkassen im wahren Sinne des Wortes schwere Arbeit leisten müssen. Während Transporterreifen insbesondere im Stadtverkehr häufiges Beschleunigen und Abbremsen auf die Straße übertragen müssen, wird von ihnen dennoch eine hohe Laufleistung erwartet. Im Stadtverkehr kommt es darüber hinaus durchaus auch mal vor, dass Transporter-

reifen den einen oder anderen Bordstein anrennen, daher verfügen sie über verstärkte Flanken. Spediteure und Logistiker, die sowohl sommers als auch winters lange Strecken fahren, können auf lauffähigkeitsstarke und robuste Sommerreifen- wie auch Winterreifenprodukte setzen wie beispielsweise den MICHELIN AGILIS ALPIN im Winter und den MICHELIN AGILIS 3 im Sommer. Sollten Sie sich vermehrt im städtischen Verkehr bewegen und eher in milden Winterregionen unterwegs sein, und vielleicht auch aus Zeitgründen einen saisonalen Reifenwechsel vermeiden, sind Sie mit Ganzjahresreifen sehr gut bedient. Sowohl der MICHELIN AGILIS ALPIN als auch der MICHELIN Cross Climate verfügen über das in Deutschland vorgeschriebene 3-PMSF Symbol und bedienen alle winterauglichen Eigenschaften, wie Bremsen auf Schnee oder glatten Fahrbahnoberflächen über die ganze Lebensdauer des Reifens bis zur gesetzlichen Mindestprofiltiefe von 1,6 Millimetern.

AUFGEPASST BEIM LUFTDRUCK!

Umfassende Fuhrparkuntersuchungen, die Michelin laufend bei Transportunternehmen durchführt, haben ergeben, dass auf der Antriebsachse oft mit zu hohem Reifenfülldruck gefahren wird. Dabei ist dieser besonders im Winter entscheidend für die Leistung des Reifens. Daher sind Fuhrparkverantwortliche und Fahrer gleichermaßen gefordert, vor Fahrtbeginn stets den Reifenfülldruck zu prüfen und bei Bedarf zu korrigieren. Bei winterlichen Verhältnissen zeigt sich spätestens an einer Steigung, ob diese wichtige Maßnahme erfolgt ist. Ein zu hoher Reifenfülldruck kann eine Verkleinerung der Reifenaufstandsfläche zur Folge haben, mit der die Traktion insbesondere auf glatten Fahrbahnen und an Steigungen deutlich herabgesetzt wird. Das Ergebnis: Die Reifen drehen schneller durch. Durch das geringere Einfederungsverhalten setzen sich die Profilirillen außerdem schneller mit Schnee zu und die Gesamtleistung nimmt ab. ●



Innovative Hygiene.



waschraumHYGIENE

küchenHYGIENE

wäscheHYGIENE

objektHYGIENE

Hände- und
Flächendesinfektion

Hagleitner gestaltet Hygiene – für Sie.



www.hagleitner.com

BRANCHE

MEHR ALS NUR SAUBERKEIT

NEUES BEWUSSTSEIN FÜR HYGIENE DURCH DIE CORONA-PANDEMIE

Die Corona-Pandemie und die damit einhergehenden Einschränkungen haben das öffentliche Leben und viele Branchen stark beeinflusst. Gerade das Thema Hygiene hat einen höheren Stellenwert als je zuvor. Durch die Corona-Pandemie sind viele für das Thema Hygiene stärker sensibilisiert worden und achten stärker auf die Umstände in Gebäuden, die sie besuchen. Eine Branche, in der Hygiene und Sauberkeit immer eine große Rolle spielen, ist auch die Hotellerie.

Wie zum Beispiel das Hotel Greive in Haren. „Mit unseren hohen Standards bei der Sauberkeit unseres Hauses konnten wir auch bisher bei unseren Gästen punkten. Wir haben die Pandemie dennoch zum Anlass genommen, das Thema Hygiene noch einmal neu in den Blick zu nehmen“, erklärt Hotelfachmann und Junior-Chef Tobias Greive. Seit 2009 unterstützt er mit seinem Bruder Alexander seine Eltern bei der Führung des Familienunternehmens. Das Thema Hygiene werde auch in Zukunft einen höheren Stellenwert einnehmen, da ist er sich sicher.

Unter den aktuell geltenden Auflagen des Bundes und der Länder dürfen Hotels zurzeit keine touristischen Gäste empfangen und müssen strenge Hygienekonzepte umsetzen. Dazu zählen zum Beispiel die kontaktlosen Desinfektionsmittelpender, die seitdem im Eingangsbereich des Harener Hotels stehen.

FÜR DIE SICHERHEIT DER GÄSTE

Doch nach der Pflicht kommt die Kür. Das Hotel Greive hat mit dem Hygieneserviceleister Hagleitner seine bisherigen Maßnahmen unter die Lupe genommen und einiges umgestellt. Teil der Neuerungen war die Umstellung auf die Produkte des Anbieters. Die Reinigungsmittel von Hagleitner sind auf die Branche Gastronomie und Hotellerie abgestimmt und zertifiziert. Diese Zertifizierung ist wichtig, um die Wirksamkeit gegen Viren und die Hautverträglichkeit zu bestätigen. Auf der Desinfektionsmittelliste des Verbundes für angewandte Hygiene, kurz VAH, sind alle zertifizierten Produkte vermerkt. Auf diese Produkte können Gastronomen und Hotelbetreiber vertrauen.

Darüber hinaus wurden die Mitarbeiter im Hotel Greive von Hagleitner in Kleinstgruppen im Umgang mit den Reinigungsmitteln geprüft. Mit dem disinfectionCERTIFICATE der Firma →

↓ Desinfektionsmittelpender sind in der Hotellerie und Gastronomie nicht wegzudenken. Die kontaktlosen Geräte sind für die Gäste besonders sicher.



ENTSPANNT DURCH DEN TAG.

#SHOPLOCAL



 **GERMETA**
Meine Quelle seit 1679.



Foto: © Hotel Greive

- ↑ Für die Gäste ist immer wieder sichtbar, wie viel Wert das Hotel Greive auf die Hygiene legt.
- ↓ Der Umgang mit den neuen Produkten will gelernt sein. In einer Schulung wurde das Personal mit den Reinigungsmitteln vertraut gemacht.



Foto: © Hotel Greive

Hagleitner kann das Hotel nachweisen, dass hier zertifizierte Hygienereiniger und Desinfektionsmittel verwendet werden. „Damit können wir unseren Gästen bei Ihrer Ankunft direkt ein sicheres Gefühl geben, denn auch sie achten jetzt noch mehr auf Hygiene. Das nehmen wir sehr ernst“, bekräftigt Tobias Greive.

„Wenn wir Anfragen bekommen, fragen viele ganz konkret nach unseren Hygienemaßnahmen und was sie bei ihrem Besuch in unserem Haus beachten müssen. Auch deshalb sind wir froh, dass wir jetzt noch besser aufgestellt sind als zuvor. Hygiene bedeutet in der aktuellen Zeit auch Sicherheit“, so Greive weiter.

Für die Reinigung der Zimmer brauchen die Mitarbeiter jetzt einige Minuten länger, aber das nimmt man im Hotel Greive gerne in Kauf, wenn der Aufenthalt der Gäste dadurch sicherer wird.

HYGIENEEXPERTE HAGLEITNER GIBT TIPPS

Das Unternehmen Hagleitner hat auf seiner Webseite einen Bereich zum Thema Hygiene während der Corona-Pandemie eingerichtet. Dort stellt das Unternehmen nicht nur seine Produkte vor, sondern gibt Tipps, worauf beim Kauf eines Hygieneprodukts zu achten ist. „Bekämpft 99,9 % der Bakterien“ - wer würde da nicht zugreifen? Aber bei der Verwendung eines solchen Produkts bleiben von 100.000 Bakterien 100 übrig. Besser ist eine Wirksamkeit von 99,999 % - hier bleibt statistisch gesehen nur ein Bakterium zurück. Ein solches Produkt erhält dann auch eine Zertifizierung. Ein kleiner, aber feiner Unterschied. Darüber hinaus bietet Hagleitner Videos zur richtigen Technik beim Händewaschen und der Handdesinfektion sowie Schulungsvideos zur Anwendung der Produkte in unterschiedlichsten Bereichen.

Im Hotel Greive läuft das angepasste Hygienekonzept außerordentlich gut und die teils neuen Abläufe haben sich in der Belegschaft gut eingespielt. Die Inhaber sehen in der Maßnahme eine nachhaltige Investition in die Zukunft. Auch wenn die Auflagen irgendwann gemildert oder komplett zurückgenommen werden, das neue Bewusstsein für die Hygiene im Alltag wird wohl nicht so einfach wieder verschwinden. Auch steht für Tobias Greive fest: „Die Desinfektionsmittelspender werden bleiben.“ ●



K-DESIGN
Großschirme & Windschutz

**SONNEN-, WIND- & REGENSCHUTZ
FÜR DIE AUSSENGASTRONOMIE**

Lucas
OUTDOOR

Lucas Lingen GmbH & Co. KG
Am Darmer Bahndamm 6-8 | 49808 Lingen (Ems)

Telefon 0591 | 800 60-20
gastro@lucas-outdoor.de

www.lucas-outdoor.de
www.k-design.biz

BRANCHE

WIR NEHMEN DRAUSSEN PLATZ

TERRASSE ALS AUSHÄNGESCHILD IN DER GASTRONOMIE



Foto: © K-Design

↑ Die Großschirme von K-Design werden aus hochwertigen und langlebigen Materialien hergestellt.

Ob Sommer oder Winter, im Restaurant entscheiden sich immer mehr Gäste für einen Sitzplatz auf der Terrasse. Um dieses Potenzial auszuschöpfen, muss der Außenbereich von Restaurants, Cafés und Bars nicht nur funktional, sondern auch ein Ort zum Wohlfühlen sein. Dabei kommt es aber nicht nur auf eine hübsche Dekoration und schicke Möbel an. Das richtige „Dach über dem Kopf“ ist für den Komfort ebenso entscheidend. Mit der richtigen Ausstattung können Gastronomen die Terrassen-Saison voll ausnutzen und sogar noch weiter ausdehnen. Die Gäste belohnen das mit einem erneuten Besuch. Denn wo man sich wohlfühlt, geht man gerne wieder hin.

KOMPETENTER PARTNER FÜR GASTRONOMEN

Die Firma Lucas Outdoor aus Lingen ist seit vielen Jahren ein fachkompetenter Partner für die Gastronomie, wenn es um Komplettlösungen für den Allwitterschutz im Außenbereich geht. Seit Anfang 2021 hat sich das Portfolio des Familienunternehmens weiter vergrößert. Durch den Zusammenschluss mit der Firma K-Design können die Kunden jetzt aus einer Vielzahl verschiedener Großschirme wählen. Mit den unterschiedlichen Modellen und Größen können die Kunden von Lucas Outdoor ihrem Außenbereich einen individuellen Charakter verleihen. Und das ist wichtig, um potenzielle Kundschaft anzusprechen: Bei der Einrichtung ei-

ner Terrasse sollten Gastronomen ebenso sorgfältig planen wie im Innenraum. Oft befindet sie sich direkt vor dem Eingang zum Lokal und ist die Visitenkarte des Betriebs. Und für den ersten Eindruck hat man bekanntermaßen nur eine Chance. Ein einladender Außenbereich macht Lust auf einen Besuch und zieht die Gäste in die Gastronomie.

Zur Hochsaison des Terrassengeschäfts zählen eindeutig die Sommermonate. In dieser Zeit genießen die Gäste in der Gastronomie gerne die warmen Sonnenstrahlen, trinken genüsslich ein kaltes Getränk oder machen Rast auf einer langen Radtour. Einen angenehmen Schattenspender →

Sie haben zwei Freundschaftsanfragen.



Dithmarscher
... frisch von der Küste!



www.dithmarscher.de

genießen sie dabei ebenso sehr wie den Platz an der Sonne. Großschirme sind für viele Gastronomen das Mittel der Wahl, denn es gibt sie in vielen verschiedenen Ausführungen. Ob rund, quadratisch, drei- oder viereckig – alle Großschirme werden auch von Lucas Outdoor und K-Design in verschiedenen Größen und Farben angeboten, hergestellt aus hochwertigen und langlebigen Materialien für den täglichen Einsatz in der Gastronomie. Ihren Kunden bieten die Hersteller außerdem das Rundum-Sorglos-Paket: Von der Beratung vor Ort über die Produktion der Großschirme bis hin zum vollumfänglichen Service gibt es hier alles aus einer Hand. Auf Wunsch können die Schirme im Winter abgeholt und eingelagert werden. Passend zum Start der Terrassensaison werden sie wieder ausgeliefert.

SO GEHT DIE TERRASSENSAISON IN DIE VERLÄNGERUNG

Das Terrassengeschäft kann sich auch in den kühleren Monaten des Jahres lohnen. Mit der richtigen Ausstattung lässt sich die Saison nahezu auf das gesamte Jahr ausdehnen. Windschutz,

Beleuchtung und Heizanlagen sind für lange Abende oder die kälteren Jahreszeiten ein wichtiger Bestandteil des gastronomischen Outdoor-Konzepts. Mit der richtigen Beleuchtung wird der Schirm zum überdimensionalen Lampenschirm. Die Wellenlänge des Lichts ist bei den Produkten von Lucas Outdoor und K-Design so gewählt, dass Insekten davon nicht angezogen werden. Für besondere Lichtspiele ist auch der Einbau von Farbwechsel-LEDs möglich. Für kühlere Abendstunden können Infrarot-Heizstrahler direkt am Schirm montiert werden. Ob per Schalter, Fernbedienung oder App auf einem Mobilgerät, die Steuerung kann durch den Kunden frei gewählt werden. Und wenn es doch einmal regnet, können die Schirme mit einer passenden Regenrinne verbunden werden. Für die richtige Außendarstellung können alle Schirme nach Wunsch des Kunden mit dem Logo des Restaurants oder einem individuellen Design bedruckt werden.

Mit einer durchdachten Ausstattung der Terrasse können Gastronomen die Saison also nicht nur optimal ausnutzen,

sondern zusätzlich verlängern. Wer sich für eine Komplettlösung mit Licht- und Heizelementen entscheidet, kann seine Gäste praktisch das ganze Jahr über an der frischen Luft bewirten. Denn auch wenn draußen keine sommerlichen Temperaturen herrschen, entscheiden sich immer mehr Restaurantbesucher für den Platz im Freien. Sie genießen den Ausblick und die lockere Atmosphäre. Dieser Trend ist schon jetzt spürbar und wird sich in den kommenden Jahren weiterentwickeln. Mit einem attraktiven Außenbereich gewinnen Gastronomen neue Gäste sowie Laufkundschaft für ihr Lokal. Das Ambiente zieht sie magisch an: Wenn Küche und Service dann auch noch punkten, kann aus einer Zufallsbekanntschaft schnell ein kulinarischer Wiederholungstäter werden. ●

- ↓ Ein attraktiver Außenbereich ist das Aushängeschild des Lokals.
Der steht und fällt nicht zuletzt mit einer gut geplanten Überdachung.



VON RHEINLAND BIS RUHRGEBIET

Linde Material Handling Rhein-Ruhr:
Einer der größten Linde-Händler in NRW

Linde Material Handling

Linde

Linde Material Handling
Rhein-Ruhr



Durch den Zusammenschluss der Klaus Pahlke Fördertechnik aus Haan und der Schrader Industriefahrzeuge aus Essen entstand im November 2020 Linde Material Handling Rhein-Ruhr. Mit 330 Mitarbeitern für Kunden vom Rheinland bis zum Ruhrgebiet.



Das breite Portfolio von Linde Material Handling bietet Ihnen Lösungen für Ihren innerbetrieblichen Warenverkehr an: Von Niederhubwagen, über Hochhubwagen, Schubmaststaplern und Kommissionierern bis hin zu Gabelstaplern und Automation.



Wartung, Reparatur und 24/7 Notfall-Hotline. Über 180 Servicetechniker verteilt im gesamten Gebiet garantieren Ihnen kurze Reaktionszeiten im Problemfall ebenso wie die regelmäßige Wartung Ihrer Fahrzeuge.



Geprüfte Gebrauchstapler von Linde als qualitative, hochwertige und kostengünstige Alternative. Unterschiedliche Aufarbeitungsstandards garantieren die gewohnte Zuverlässigkeit bei fast Neufahrzeugoptik.



Für den schnellen Ersatz defekter Geräte, der Flottenanpassung bei Auftragsspitzen oder zur Überbrückung bei Neufahrzeuglieferung bietet unser Mietservice einen Fahrzeugpool von über 650 Fahrzeugen.



Sicherheitsunterweisungen und Schulungen für Ihr Personal runden unser Lösungsportfolio ab. So erhalten Sie bei uns stets alles aus einer Hand!

→ www.lmh-rr.de

BRANCHE

BRANCHENMELDUNGEN

NEUE BRAUEREI IN FLENSBURG

The Baltic Brewery ist seit rund zwei Jahren am Markt und steht für handgemachtes Craftbier. CBO, Chief Brewing Officer, Paul Alford, stammt aus England, hat aber auch walisische und irische Wurzeln. Daher kommt wohl auch die Liebe zu hopfenbetonten Ales und Stouts, die er aus seiner Heimat gut kennt. Diese Leidenschaft teilt er mit seinem Geschäftspartner Martin Molzen. Gemeinsam vertreiben sie derzeit zwei unterschiedliche Biere: Ein Pale Ale und ein IPA. Zu kaufen gibt es beide Biere im Online-Shop, beim Lagerverkauf der Brauerei und in Gastronomien sowie in vielen Märkten in und um Flensburg. ●



THE BALTIC BREWERY

Zur Bleiche 44, 24941 Flensburg
Tel. 0461 9958 3599
cheers@balticbrewery.com
www.balticbrewery.com

RUNDER GEBURTSTAG BEI LILIENTHALS BÜRGERSTUBEN

Das Restaurant und Hotel in Bad Segeberg beging 2020 sein 25-jähriges Jubiläum. Gebührend gefeiert werden konnte es leider nicht. Doch das möchten die Inhaber Heino und Kirsten Lilienthal in diesem Jahr nachholen. Bis dahin bedanken sie sich bei ihren Gästen, Freunden und Geschäftspartnern für die jahrelange Treue und vertrauensvolle Zusammenarbeit. Die Bürgerstuben liegen an der ältesten Straße Bad Segebergs und verwöhnen ihre Gäste mit deftiger Hausmannskost sowie raffinierten Spezialitäten. ●

Lilienthals Bürgerstuben - Restaurant & Hotel

Lübecker Str. 12a, 23795 Bad Segeberg
Tel. 04551 7475
info@buergerstuben-segeberg.de
www.buergerstuben-segeberg.de

PARKHOTEL HACKMANN GMBH & CO. KG ÜBERNIMMT HOTEL IN RHEINE

Das „City Club“ wird zum „Cascada Central-Hotel“. Der neue Betreiber ist die Parkhotel Hackmann GmbH & Co. KG aus Meppen. Geführt wird das Hotel von Hoteldirektorin Kerstin Plegge, die bereits verschiedene Positionen in der internationalen Hotellerie innehatte. Zuletzt war sie als Director Revenue Management im bekannten Grand-Hotel Atlantic in Hamburg tätig. Diese Erfahrungen wird sie nun im Cascada Central-Hotel Rheine einbringen. ●



Humboldtplatz 8, 48429 Rheine
Tel. 05971 80800
info@cch-rheine.de
www.cch-rheine.de



↑ Paul Alford und Martin Molzen sind die Köpfe hinter der Craftbier Brauerei aus Kiel.

ERFOLGSFAKTOR NR. 1:



UNSERE REGIONALEN GESELLSCHAFTEN:



Markus Rütters
Vorsitzender der Geschäftsführung (CEO)
DGL - Deutsche Getränke Logistik

Die Pandemie ist über die Getränkebranche hereingebrochen wie ein Tsunami - mit hochschlagenden Wellen und nachfolgenden Talsohlen, zerstörerisch für Betriebe und Existenzen. Die DGL - Deutsche Getränke Logistik steckte als Gesamtunternehmen noch in den Kinderschuhen, als der „Sturm“ losbrach, auf den die Flaute folgte. Im Gespräch lässt der Vorsitzende der Geschäftsführung Markus Rütters das letzte Jahr aus der Perspektive des Getränkegroßhandels Revue passieren - und kommt trotz allem zu einem überraschend positiven Fazit.

Herr Rütters, wie haben Sie das erste Corona-Jahr rückblickend erlebt?

In groben Zügen war es ein Jahr der neuen Phänomene, der großen Zurückhaltung, kurzfristigen Normalisierungstendenzen und eines totalen Konsumeinbruchs.

Welche Beobachtungen haben Sie genau gemacht? Welche „neuen Phänomene“ meinen Sie?

Der Reihe nach: Es begann im März, mit dem ersten Lockdown wurden wir alle Zeugen von Hamsterkäufen in Form eines teilweise panischen Bevorratungskonsums. Es stellte sich in unserem Land die Frage: Ist die Versorgungssicherheit gewährleistet? Diese Welle hat uns nahezu überrollt.

Dieser ersten „heißen Phase“ folgte ein kurzer Zeitraum, in dem wir ein nahezu durchschnittliches Verbraucherverhalten beobachten konnten - bevor der Handel seine Liebe zum Aktionspreis wiederentdeckte und damit die wetterbedingt ohnehin hohe Nachfrage deutlich anheizte. Der Konsum verlagerte sich im Sommer zumindest teilweise von der Gastronomie an den privaten Grill, der Handel verzeichnete sozusagen von der Gastronomie geliehene Umsätze.

Das klingt nach einem munteren Auf und Ab in der Absatz- und damit für die DGL und Getränke Essmann auch in der Lieferkurve.

Das ist richtig, die Getränkebranche ist ohnehin ein saisonal stark schwankendes, auch vom Wetter abhängiges Geschäft. 2020 haben diese Schwankungen neue extreme Ausmaße erreicht. Spürbar wurde das wieder im Oktober und November, die

HÖCHSTE FLEXIBILITÄT

Zeit des „Lockdown light“, in der die Umsätze auf ein sehr mäßiges Niveau fielen. Das konnte der Handel in der Vorweihnachtszeit durch attraktive Preise wieder etwas auffangen, abgelöst von einem kuriosen Jahresendgeschäft.

Was heißt „kurios“, was genau ist da passiert?

Bis zum 22. Dezember war die Welt für uns in Ordnung: Bis zum 15. Dezember haben wir sogar gigantische Mengen bewegt, in Nordrhein-Westfalen zum Beispiel mit einem Plus von etwa 25 Prozent im Vergleich zum Vorjahreszeitraum - ein Effekt, den es in anderen Bundesländern übrigens so nicht gegeben hat. Aber ab dem 23. Dezember brach das Geschäft bis zum Jahresende stark ein.

Wie haben Sie die Wellenbewegungen im Laufe des Jahres organisatorisch auffangen können?

Die hohen Anforderungen durch die Hamsterkäufe im ersten Lockdown konnten durch die Einbrüche in der Gastronomie personell aufgefangen werden. Und auch im Sommer waren wir gut auf Kurs: Als Region, in der Deutschlandurlaub stattfindet, belohnt mit schönem Wetter und angesichts einer Gastronomie, die ihre Außenplätze zum Teil verdoppelt oder sogar verdreifacht hat, gab es gut zu tun, teilweise mehr als im Vorjahr. Das sah in den großen Städten - ich nenne hier mal Düsseldorf - übrigens ganz anders aus. Aber wir haben das sehr gut hinbekommen.

Dennoch: Über den gesamten Zeitraum hinweg muss ich schon sagen, dass die Folgen der Pandemie uns vor sehr herausfordernde logistische, einkaufstechnische und warendispositorische Aufgaben stellen.

Wie ist die Situation aktuell?

In den ersten Wochen des neuen Jahres hat die ganze Branche enorme Minuszahlen verzeichnet, weil es keine Genuss-Schwerpunkte gibt - keine Gastronomiebesuche, aber eben auch keine Treffen mit Freunden, Bekannten oder in größerem Verwandtenkreis. Dazu kommt eine insgesamt schlechte Konsumlaune.

Welche längerfristigen Folgen erwarten Sie?

Das ist schwer zu sagen, niemand kann prognos-

tizieren, wie es weitergeht. Der deutsche Transportmarkt liegt beispielsweise am Boden, das geht auch an unserer eigenen Speditionslogistik nicht spurlos vorbei: Zum ersten Mal bleiben Fahrzeuge bei unserer Tochter Borchers wirklich stehen, es gelingt uns nicht, die notwendige Auslastung zu generieren. Und solange jede Klarheit fehlt, müssen wir auf jede Bewegung höchst flexibel reagieren. Allerdings erwarten wir für die nächsten Wochen in unserem Kerngeschäft, der klassischen Getränkelogistik, durchaus wieder einen Boom: Gutes Wetter plus gute Preise plus eine mögliche Aufhebung des Lockdowns - diese Rechnung führt im Ergebnis zu einer riesigen Nachfrage, die wir dann aus dem Stand heraus werden bedienen müssen.

Blicken wir einmal nach vorn:

Was erwarten Sie für die Zeit nach Corona?

Ich erwarte eine Ernüchterung, ein „wie vorher“ wird es in der Gastronomie meines Erachtens kurzfristig nicht geben - der Weg zu der aktuell so sehr vermissten Normalität in der Gastronomie oder auch bei Veranstaltungen und Events könnte ein längerer werden. Dem Handel dagegen könnte die Lust der Menschen auf Begegnung auch und gerade im privaten Raum, ihre Sehnsucht nach Geselligkeit und dem ungezwungenen Miteinander einen kräftigen Volumenschub geben. Den erwarte ich grundsätzlich auch wieder für die Gastronomie, wengleich hier sicher unter veränderten Vorzeichen.

Gibt es Lehren, die Sie aus der Krise ziehen?

Wir haben dreierlei gelernt: Erstens, dass wir uns nie zurücklehnen dürfen und dass wir sehr achtsam sein müssen, um uns flexibel auf die Kundenbedürfnisse einstellen zu können. Zweitens, dass wir vor allem auf unsere Kunden angewiesen sind. Wenn die Gastronomie nicht allmählich wieder in Tritt kommt bzw. in Tritt kommen darf, wird es schwierig. Und drittens, und das ist für mich das wichtigste, dass wir als Gesamtunternehmen DGL - Deutsche Getränke Logistik das herausfordernde Jahr 2020 gemeinsam vor Ort in unseren regionalen Gesellschaften gut gemeistert haben; das stärkt zu Recht unser Selbstbewusstsein. ●



GENUSS

Das Wasser mit Stern



Viele Mineralien. Ganz leichte Kohlensäure.

ECHTE KRAFT KOMMT AUS DER NATUR.

1.816 mg/l Hydrogencarbonat	348 mg/l Calcium	108 mg/l Magnesium
---------------------------------------	----------------------------	------------------------------

NEU

Gerolsteiner Feinperlig
Sanft sprudelnd
und reich an Mineralien

Gerolsteiner Feinperlig
Sanft sprudelnd
und reich an Mineralien

Gerolsteiner Feinperlig
in 12 x 0,75L Glas MW und
6 x 1,0L Glas MW erhältlich!

**Klimaneutrales
Produkt**
mit First Climate

GENUSS

WEINE HABEN KONJUNKTUR

BREITES ESSMANN-SORTIMENT FÜR ALLE GASTRONOMISCHEN BEDARFE



Foto: © Getränke Essmann KG

↑ Das Weinsortiment von Getränke Essmann bietet eine große Auswahl.

Anders als beim Bier blieb der Weinkonsum in Deutschland auch in 2020 sehr konstant und hat in den letzten Jahren sogar leicht zugenommen. Für die Gastronomie ist daher gerade der Ausschank von offenen Weinen und Hausweinen ein wichtiger Umsatzfaktor. Derzeit arbeitet der Lingener Getränke-Spezialist Essmann mit rund 100 Lieferanten aus dem Bereich Wein und Spirituosen zusammen, um seinen Kunden ein möglichst breites Sortiment anbieten zu können.

Speziell auf die eigene Kundenstruktur zugeschnitten umfasst das Weinsortiment von Getränke Essmann aktuell rund 350 Artikel. Etwa ein Drittel der Angebotsplatte besteht aus deutschen Weinen, gefolgt von Weinen aus Italien, Frankreich, Spanien und Österreich, aber auch Übersee-Weine zählen zum Portfolio von Getränke Essmann. Die Zusammensetzung des Sortimentes wird spätestens alle zwei Jahre im Rahmen der Erstellung des Weinkataloges von Essmann einmal komplett durchleuchtet und situativ den Marktbedürfnissen angepasst.

Die Aufnahme von neuen Weinen hängt von verschiedenen Faktoren ab, erklärt Andreas Voß, der sich zusammen mit sei-

ner Kollegin Femke Weßling um den Einkauf von Wein und Spirituosen bei Getränke Essmann kümmert. „Die Weinqualität ist neben dem Preis-Leistungs-Verhältnis die Grundlage aller Entscheidungen, dicht gefolgt von der Frage, ob der Wein das bestehende Sortiment von Essmann bereichert und letztlich verkauft werden kann“, so Voß. Des Weiteren prüft Andreas Voß, ob das Weingut respektive der Vertriebspartner vom Konzept und der Ausrichtung zu Getränke Essmann passt. „Wir setzen auf authentische Weine und eine strategisch langfristige und vertrauensvolle Partnerschaft mit unseren Winzern und Weingütern, die im Übrigen überwiegend familiengeführt sind. Neulistungen von Weinen oder Winzern werden dann in gemeinsamen Teambesprechungen zwischen unseren Vertriebskollegen und uns im Einkauf festgelegt“, erklärt Voß.

NEUEN WINZERN UND TRENDS AUF DER SPUR

„Über die Jahre hinweg hat man auf Veranstaltungen oder Messen, zum Beispiel unserer Drinks!Con, den ein oder anderen Kunden kennengelernt und sich dann über Neuheiten oder Trends im Bereich Wein und Spirituosen ausgetauscht. Auch →

Alkoholfrei fruchtig-frisch!

Der perfekte Durstlöscher.



50%
Stauder Alkoholfrei
+ 50%
Zitronenlimonade
= 100%
Geschmack!



Stauder®

Ehrlich wie das Ruhrgebiet.

Informationen oder Sortimentsanregungen erhalten wir daher über Fachmessen, die Fachpresse, Gespräche mit Winzern, aber auch durch Gespräche mit unseren Kunden. Grundsätzlich sollte man mit offenen Augen oder, wie in diesem Fall beim Wein, eher mit offenem Gaumen durchs Leben gehen“, sagt Andreas Voß. Mit der Zeit entwickle sich aber ein gutes Gespür für Trends und Themen, die auch nachhaltig am Markt funktionieren würden. „Daraus können dann auch neue Kooperationen mit Winzern entstehen“, so Voß weiter.

MEHR ALS NUR EIN SCHÖNES ETIKETT

Anders als beim „Otto Normalverbraucher“ müssen Weine in der Gastronomie den speziellen Bedürfnissen seiner Abnehmer entsprechen. So benötigt ein Landgasthof mit vielen Veranstaltungen Weine mit einem einfachen Handling, etwa mit Drehverschluss, die darüber hinaus ein sehr gutes Preis-Leistungs-Verhältnis bei konstanter Qualität gewährleisten.

Die gehobene Speisegastronomie mit einer sehr differenzierten Weinkarte benötigt eher gehobene, zum Teil auch exklusive Qualitäten mit begrenzten

Verfügbarkeiten. „Wir achten bei der Auswahl der Weine, Winzer und Weingüter vor allem auf eine nahezu ausschließliche Vermarktung in die Gastronomie und den Fachhandel, damit sich unsere Kunden mit ihrem Sortiment von Lebensmitteleinzelhandel abgrenzen können“, erläutert Andreas Voß. Der Lebensmitteleinzelhandel benötige hingegen für sein Weinsortiment in den vielen tausend Filialen Weinproduzenten, die eine große Bedarfsmenge abdecken können oder auch verstärkt Marketingweine, die mit einem ausgefallenen Design am Point of Sale zum Kauf anregen sollen. „Für die Gastronomie haben wir zwei exklusive Wein-Eigenmarkenlinien. Zum einen die „Kurt Freund“-Linie in der 0,75 l-Flasche, zum anderen unsere „GWN Weinlinie“ in der 1,00 l-Flasche. Beide sind durch den verwendeten Stelvin-Drehverschluss für den Service leicht händelbar und bieten ein optimales Preis-Genussverhältnis bei bester konstanter Qualität“, schwärmt Andreas Voß.

GROSSE FREUDE ÜBER WELTNEUHEIT

Besonders freut sich der Einkaufsprof von Getränke Essmann über eine neue Produktgattung, die Ende 2020 auf dem Markt zugelassen wurde: Im Mai 2019 stimmten die Mitglieder des Konsor-

tiums DOC Prosecco für eine Änderung ihrer Satzung, um die Einführung einer Prosecco Rosé-Variante zu ermöglichen. Die italienischen Behörden setzten nun die neue Verordnung in Kraft – die Änderung darf seit dem 13. August 2020 offiziell umgesetzt werden. Den Winzern ist es nun erlaubt, einen Prosecco Rosé innerhalb des DOC-Gebiets herzustellen. Beschlossen wurde zudem, dass der Anteil der Pinot Nero DOC-Traube im Prosecco Rosé mindestens zehn Prozent und maximal 15 Prozent betragen muss. Der Prosecco DOC Rosé muss außerdem ein Jahrgangswein „Millesimato“ sein und mit dem Referenzjahrgang etikettiert werden.

POSITIVER TREND ERWARTET

Der Weinabsatz wird in den nächsten Jahren weiter steigen, da ist sich Andreas Voß sicher. „Ich sehe auch noch Wachstumspotenziale in der Gastronomie. Innovative, kreative Konzepte für kulinarische Weinevents und Genuss-Erlebnisse werden dabei an Bedeutung gewinnen und den Absatz nachhaltig steigern. Der Gastronomie stehen wir bei der Planung und Beratung in Zusammenarbeit mit unseren Winzern natürlich immer gerne mit Rat und Tat zur Seite.“ ●

↓ Die Begeisterung der Gäste für leckere und besondere Weine wird in der Gastronomie in den kommenden Jahren steigen.



NEU
LIMITED EDITION

Bitburger Maibock.

Süffig und fruchtig-frisch im Geschmack.



Bitte ein Bit

Im Bitburger STUBBI® (eingetragene Marke der Bitburger Braugruppe)

GENUSS

EISTEE VOM FEINSTEN

↘ Acht verschiedene Geschmacksrichtungen hat Elephant Bay im Sortiment.



Foto: © Elephant Bay GmbH

ELEPHANT BAY EROBERT TOP-GASTRONOMIE

„Ungesund und übersüßt“, dieses Label haftete lange nicht nur klassischen Softdrinks, sondern auch Eistees an. Dem allgemeinen Gesundheitstrend folgend haben viele Hersteller inzwischen einen Wandel vollzogen – hin zum Eistee als leichtem Erfrischungsgetränk mit natürlichem Geschmack. Noch relativ frisch am Getränkemarkt reiht sich „Elephant Bay“ bereits in die Riege der hippen Eistee-Produzenten ein.

Das unabhängige Unternehmen mit Sitz in Stuttgart hat sich auf erfrischende Eistees spezialisiert, die vor allem die junge Zielgruppe erreichen sollen. „Komplett frei von Allergenen und mit 100 Prozent natürlichem Geschmack“, so spricht die Marke all die Kunden an, die auf eine gesunde Ernährung achten und sich gerade an warmen Sommertagen guten Gewissens eine Erfrischung gönnen möchten.

Darum legt Elephant Bay großen Wert darauf, dass die Produkte aus natürlichen Inhaltsstoffen bestehen und darüber hinaus auch vegan sind. „Wir sind stolz auf unsere Produkte und der daraus resultierenden anhaltenden Beliebtheit sowie den wachsenden Absatz“, sagt Sherief El-Schafie, Geschäftsführer der Elephant Bay GmbH. Und natürlich freut er sich, unter anderem durch die Kooperation mit großen und namhaften Verlegern in Objekten der Top-Gastronomie vertreten zu sein.

VIELFÄLTIG UND NACHHALTIG

Acht individuelle Geschmacksrichtungen umfasst das Produktportfolio, neben den gängigen Sorten Zitrone und Pfirsich werden Granatapfel, Blaubeere, Himbeere, Rosenwasser, Wassermelone sowie Mango/Ananas angeboten – jeweils verpackt in einem modernen und ansprechenden Design.

Auch das Thema Nachhaltigkeit ist der Marke ein großes Anliegen, daher setzt man bei Elephant Bay nicht nur auf natürliche Inhaltsstoffe, die Eistees sind obendrein in umweltfreundlichen 0,33l-Glasflaschen und der Mehrwegkiste mit 20 Flaschen erhältlich. Das kommt auch bei den Kunden und Verbrauchern gut an: „Wir dürfen eine überproportionale Absatzentwicklung auf dem deutschen Eistee-Getränkemarkt erleben“, so Geschäftsführer El-Schafie.

ENTSCHEIDUNG FÜR REGIONALE PARTNER

Ansässig in der Landeshauptstadt Baden-Württembergs hat sich Elephant Bay dafür entschieden, auch die Abfüllung ihrer Eistees regional zu organisieren. Den Weg in die Flasche findet der Elephant Bay Eistee deshalb in Osterburken bei der Erwin Dietz GmbH (Dietz Fruchtsäfte). ●

ELEPHANT BAY GMBH

Nöllenstr. 11 · 70195 Stuttgart

Tel. 0711 217 268 60

info@elephant-bay.com

www.elephant-bay.com

GENUSS

NATUR PUR

**NACHWUCHSKOCH MARIANUS VON HÖRSTEN
KOCHT MIT SAISONALEN PRODUKTEN**

Bester Jungkoch der Welt 2017, Gewinner des Next Chef Awards 2018 – Marianus von Hörsten zählt zu den Nachwuchsstars der Gastroszene. Seit 2019 betreibt er in Hamburg sein eigenes Lokal: Das Restaurant Klinker. Wer sich in der heimischen Küche mit der kulinarischen DNA des norddeutschen Profikochs vertraut machen möchte, dem sei sein ebenfalls 2019 im GU Verlag erschienenes Kochbuch „Meine Hofküche“ ans Herz gelegt. Von Hörsten nimmt die Leser mit auf eine Reise in seine Kindheit. Die verbrachte er auf einem Demeter-Hof in der Lüneburger Heide, den seine Eltern bis heute betreiben. Durch die vielen stimmungsvollen Fotos fühlt der Leser sich als stiller Beobachter der Hof-Idylle.

Demeter-Höfe haben sich einer naturverträglichen Landwirtschaft verschrieben, die als besonders nachhaltig gilt. Ihren Namen hat diese Form der Landwirtschaft von der griechischen Göttin Demeter. Sie steht für Fruchtbarkeit und Ackerbau. Die biologisch-dynamische Wirtschaftsweise dieser Höfe orientiert sich an den natürlichen Kreisläufen: Die gehaltenen Rinder produzieren Mist, aus dem der ökologische Dünger für die Felder hergestellt wird. Auf den Feldern wächst wiederum auch das Futter für die Rinder. Während Bio-Bauern nebenbei auch konventionelle Landwirtschaft betreiben dürfen, widmen sich Demeter-Höfe nur der biologisch-dynamischen Landwirtschaft. Überall auf der Welt ist der Begriff bekannt und die Höfe international den gleichen Richtlinien verpflichtet. Die Einhaltung wird regelmäßig kontrolliert. Demeter ist viel mehr eine Lebenseinstellung als nur eine Form der Landwirtschaft. Und diese Philosophie und Wertschätzung der Produkte findet sich in von Hörstens Kochbuch. Bodenständige Gerichte mit einer Prise moderner Interpretation machen die Rezepte in „Meine Hofküche“ so besonders. Sie sind gut nachzukochen und stellen von Fleisch über Wild bis hin zu Fisch und Desserts unterschiedliche Geschmacksrichtungen und Produkte in den Fokus.

LAMMRÜCKEN | SPARGEL | BÄRLAUCH

Saisonal und regional – das ist die Hofküche von Profikoch Marianus von Hörsten. Eines der belieb-



Foto: © Marianus von Hörsten, Meine Hofküche, Gräfe und Unzer Verlag

MEINE HOFKÜCHE

*Regional, saisonal und richtig lecker
Marianus von Hörsten*

ISBN: 978-3-8338-7099-6

Preis: 24,99 €

testen Saison-Gemüse Deutschlands ist der Spargel. Denn frisch gibt es ihn nur zwischen Ende April und Ende Juni. Ob vom Wochenmarkt oder dem Bauer des Vertrauens – während dieses kurzen Zeitfensters findet das weiße Stangengemüse reißenden Absatz. Genießen kann man den Spargel in vielen Variationen: mit Schinken, Sauce Hollandaise oder Butter. Spargel lässt sich in unendlichen Kombinationen genießen. Marianus von Hörsten bringt das Edelgemüse im Zusammenspiel mit saftig gegar-tem Lammrücken und würzigem Bärlauch auf den Teller. Als geschmackvollen Begleiter empfiehlt Sommelier Holger Kautz den Chardonnay & Weißer Burgunder des Weingutes Hauck. Ein ausführliches Porträt der Winzerfamilie und ihrer Weine ist auf Seite 58 zu lesen.

REZEPT LAMMRÜCKEN

HAUPTGERICHT FÜR 4 PERSONEN

Zeitbedarf: 45 Minuten

Pro Portion ca. 690 kcal

ZUTATEN:

LAMMRÜCKEN

- 800 g Lammrücken (küchenfertig)
- Salz
- 30 ml Öl
- 100 g Butter
- 50 g Panko (asiat. Semmelbrösel)
- Pfeffer
- 50 g schwarze Oliven
- 50 g Kapern

SPARGEL

- 500 g weißer Spargel
- 100 g Kirschtomaten
- ½ Bund Bärlauch
- ½ Bund Basilikum
- 50 g Butter
- 20 ml Aceto balsamico bianco
- Salz | Pfeffer

LAMMRÜCKEN

Backofen auf 160° (Umluft) vorheizen. Den Lammrücken trocken tupfen und salzen. Das Öl in einer großen Pfanne erhitzen. Darin den Lammrücken bei großer Hitze von allen Seiten stark anbraten. Dann auf den Ofenrost legen und im Ofen (Mitte) ca. 8 Min. nachgaren. Herausnehmen, noch 10 Min. ruhen lassen und dann in vier gleich große Stücke schneiden. Die Pfanne säubern und die Butter darin schmelzen. Das Panko in die Pfanne geben und goldbraun und knusprig werden lassen, salzen und pfeffern. Oliven und Kapern klein hacken und unter das Panko mengen. Die Pankomischung als »lockere Kruste« auf den Lammrückenstücken verteilen. Die Pfanne wieder säubern.

SPARGEL

Den Spargel schälen und die holzigen Enden abschneiden. Die Stangen in ca. 3 cm lange Stücke schneiden. Die Kirschtomaten waschen und halbieren. Den Bärlauch abbrausen, trocken schütteln und in feine Streifen schneiden. Die Basilikumblättchen von den Stängeln zupfen und grob hacken. Die Butter in der Pfanne schmelzen. Darin den Spargel bei kleiner Hitze ca. 10 Min. sanft braten, bis er noch leicht Biss hat. Mit dem Balsamessig ablöschen und den Bärlauch unterheben. Den Spargel so lange weiterbraten, bis er auf den Punkt gegart ist, dann die Pfanne vom Herd nehmen und Basilikum (ein bisschen davon für die Garnitur zurückbehalten) und Tomaten untermischen. Mit Salz und Pfeffer abschmecken.

ANRICHTEN

Den Spargel auf Teller oder große Schalen verteilen und darauf die Lammrückenstücke anrichten. Mit dem übrigen Basilikum garnieren.

GUTEN APPETIT!



Foto: © privat

ESSMANNS WEINSOMMELIER HOLGER KAUTZ EMPFIEHLT

Der Wein zeigt feine und komplexe Aromen von weißen Pfirsichen, Mirabellen und Zitronenzeste, im Hintergrund dezente Röstaromen. Am Gaumen wirkt er frisch und leicht cremig, gehaltvoll mit wenig Fruchtsäure. Zu diesem Gericht passt der Chardonnay & Weißer Burgunder QbA vom Weingut Hauck außerordentlich gut. Die Kombination aus Frucht und Würze ist ein fantastischer Begleiter für das Fleisch und den Spargel. Gleichzeitig ist er nicht zu aufdringlich und überlässt dem saftigen Rehrücken sowie zarten Gemüse die Hauptrolle. Um ehrlich zu sein, läuft mir beim Schreiben schon das Wasser im Mund zusammen.

GETRÄNKE
ESSMANN

OBERLAUSITZER BRAU-  TRADITION SEIT 1846
BERGQUELL BRAUEREI/LÖBAU

Bergquell

... immer wieder!



Die beliebten Portersorten auch im kleinen Gebinde 24 x 0,33l und als Six-Pack

„Wir leben Bier und lieben Tradition!“

Bergquell-Brauerei Löbau GmbH - die Heimat der Lausitzer Porter-Familie!
www.bergquell-porter.de

GENUSS

VERFÜHRERISCH

AUSGESUCHTE KÖSTLICHKEITEN IM MEPHISTO, OLDENBURG



Foto: © Mephisto Oldenburg

↑ „Der schönste Platz ist immer an der Theke!“ – im „Mephisto“ ein gemütlicher Ort für gute Gespräche.

Mephisto? Das ist doch der Bösewicht aus Goethes Roman Faust? Genau! Doch anders als der namensgebende, teuflische Verführer aus dem Buch führen Anke und Heinz Kreuzwieser mit Tochter Nastasja Spierling in ihrer Gaststätte nur Gutes im Schilde.

„Ja, auch das Mephisto in Oldenburg will verführen: zu gut gezapftem Bier, alkoholhaltigen oder alkoholfreien Genüssen und frisch zubereiteten deutschen Speisen“, scherzt Heinz Kreuzwieser. Charmant, freundlich und als Original – so kennen die vielen Stammgäste und wiederkehrenden Gäste ihren Gastwirt aus dem Artillerieweg 56. Neben den vielen Köstlichkeiten an Speisen und Getränken, die der Familienbetrieb anbietet, sind auch der freundliche Service und liebevoll geplante Events gute Gründe für Besuche im Mephisto.

WERDEGANG: PHÖNIX, FAUST, MEPHISTO

Der studierte Germanist wollte eigentlich Lehrer werden, doch es kam anders als geplant. In den 80ern gründete er gemeinsam mit seiner damaligen Lebensgefährtin das beliebte „Phönix“ in Oldenburg und führte es 12 Jahre lang. 1992 wechselte er in die Jägerstraße und betrieb 22 Jahre lang das „Faust“. Das „Mephisto“ schließlich übernahm er im Jahr 2014. „Das Haus und die Räumlichkeiten sind sehr schön, das hat uns überzeugt“, erinnert er sich an die damalige Entscheidung. Auch die Lage ist gut: Nur 500 Meter Luftlinie entfernt liegt die Oldenburger Universität. Deshalb zählen auch immer Studenten zu den Gästen. „Wir freuen uns jedoch über unser durchweg gemischtes Publikum aller Altersklassen“, betont der Gastwirt. Denn im „Mephisto“ wünscht er sich Begegnung und Austausch ganz unterschiedlicher Menschen und für seine Gäste gute Gespräche. →

B'sonders mild. B'sonders hell.

Bayerische
Brauspezialität



Foto: © Mephisto Oldenburg



↑ Der Biergarten ist stimmungsvolle Kulisse für viele Events und private Feiern.

MEPHISTO

Artillerieweg 56
26129 Oldenburg
Tel. 0441 71917
www.mephisto-oldenburg.de

↓ Mitten in der Stadt und doch grün – die Terrasse des Mephisto lädt zum Verweilen ein.



Foto: © LuckyLife11, Pixabay

EVENTS: LESEFORUM, BLUES, SPIELEABEND

Diese fördert das Team des „Mephistos“ mit liebevoll geplanten Events. Jeden 2. Dienstag treffen sich Literaturliebhaber und Autoren zum „Leseforum“ inklusive regelmäßiger Interviews der Literaten, geführt vom Oldenburger TV – hier kommt Kreuzwiesers Liebe zur deutschen Sprache wieder zum Ausdruck. Alle vier Wochen feiern die Oldenburger außerdem einen Bluesabend, bei dem beispielsweise der Berliner Christian Rannenberg aufspielt. „Außerdem veranstalten wir jeden Sonntag einen Spieleabend mit vielen Stammgästen“, erklärt der Gastronom. Beim regelmäßig stattfindenden Pub-Quiz können alle Gäste miträtseln und es kommt viel Spaß und Spannung auf.

CORONA: KLAGEN HILFT NICHT WEITER

„Die Zeit der coronabedingten Schließung seit dem 2. November 2020 haben wir für Renovierungen genutzt“, berichtet Kreuzwieser. Über die Situation klagen will er nicht: „Das Leben ist eine stete Herausforderung. Sich zu beschweren hilft nicht weiter.“ Im Herbst gab es die Überlegung, die rund 90 Außenplätze auf der Terrasse mit einer Markise zu überdachen. „Letztendlich hatten wir uns erstmal dagegen entschieden, was Stand heute rückblickend auch richtig war“, resümiert er.

Bei vielen Entscheidungen, wie auch einer möglichen Überdachung der Terrasse, ist Peter Proske von Essmann ein geschätzter Ansprechpartner für Kreuzwieser: „Uns verbindet eine jahrzehntelange Bekanntschaft. Sei es das regelmäßige Durchsprechen des Angebots von Essmann oder die Beratung rund um das Geschäft – er steht mir mit Rat und Tat zur Seite.“ ●

Foto: © Mephisto Oldenburg

GIB ALLES!
AUCH DEINEM KÖRPER.



- ✓ Premiummineralwasser mit hoher Mineralisierung
- ✓ calcium- und magnesiumhaltig
- ✓ soziale & ökologische Nachhaltigkeit

www.rosbacher.de/SGS



ROSBACHER Mineralwasser liefert die Mineralstoffe Calcium und Magnesium im Idealverhältnis von 2:1. Genau in dem Verhältnis, in dem es von unserem Körper über Schweiß verloren geht. Die natürliche Mineralisierung durch den langen Weg tiefer Gesteinsschichten entspricht damit den strengen Anforderungen der deutschen Mineral- und Tafelwasserverordnung. Empfohlen vom Deutschen Institut für Sporternährung e. V.

www.rosbacher.de



DAMM & BIERBAUM

GENUSS

DER NATUR SO NAH

PANORAMA-HOTEL ASCHBERG IN DEN HÜTTENER BERGEN

Im Städtedreieck Eckernförde, Rendsburg und Schleswig liegen die Hüttener Berge – ein wunderschönes Naherholungsgebiet in Deutschlands „hohem Norden“. Auf dem zentralen, 98 Meter hohen Aschberg bietet das Panorama-Hotel Aschberg einen unvergleichlichen Panorama-Blick über die gesamte Umgebung bis hin zur Ostsee.

dem noch jungen Team des Panorama-Hotels Aschberg wichtig. So finden Gäste in den Badezimmern des Hotels biologisch abbaubare Hygiene-Produkte und beim Einkauf der Lebensmittel setzt man auf Regionalität.

Wer nicht nur auf reine Entspannung aus ist, der kann sich vom Hotel ausgehend auf eine Rad- oder Wandertour begeben. „Wir packen auch immer wieder gerne Lunchpakete für unsere Gäste“, ergänzt Bente Vosteen.

HUK'S RESTAURANT

Nach mehreren hochkarätigen Stationen in der kulinarischen Welt Schleswig-Holsteins ist Michael Huk nicht nur der neue Geschäftsführer des Panorama-Hotels Aschberg, sondern steht darüber hinaus auch als Chef de Cuisine in seinem eigenen Restaurant hinter dem Herd. Im „Huk's“ dürfen sich die Gäste auf eine naturnahe, bodenständige und absolut frische Küche mit vielen geschmacklichen und optischen Highlights freuen, denn Huk setzt auf echtes Handwerk. „Unsere Fisch- und Fleischwaren stammen von hausbekannten Produzenten aus der Region, unter anderem von der Halbinsel Schwansen und von den nahen Eckernförder Fischbetrieben. Aber auch vegetarische Gerichte stehen auf der Menükarte“, erzählt Bente Vosteen.

Auch Events können im „Huk's“ oder in den Veranstaltungsräumen des Hotels gefeiert werden. Das erfahrene Team berät mit viel Fachkompetenz und hilft gerne bei der Organisation und Durchführung. ●

PANORAMA-HOTEL ASCHBERG

Am Aschberg 3 · 24358 Ascheffel
Tel. 04353 998000-10
rezeption@panorama-aschberg.de



Foto: © Panorama Hotel Aschberg GmbH

↑ Der Innenraum des Restaurants "Huk's" bietet einen schönen Ausblick in die Natur.

„Noch näher an der Natur kann man in Schleswig-Holstein nicht übernachten. Das Hotel umgibt eine gewisse Magie, bei klarem Wetter ist sogar die Bucht der Ostseeküste zu sehen. Optimal, um die Seele baumeln zu lassen und sich eine Auszeit vom hektischen Alltag zu nehmen“, sagt die Direktorin des Panorama-Hotel Aschberg, Bente Vosteen. Das Naturthema wurde auch im Inneren des Hotels aufgegriffen und spiegelt sich hier in modernen Holzmöbeln, kombiniert mit natur- und pastellfarbenen Wänden. Der gezielte Einsatz von Accessoires rundet den modernen und jugendlichen Charakter des Panorama-Hotels Aschberg ab. 30 großzügige, lichtdurchflutete Zimmer laden die Gäste zum Ausruhen und Entspannen ein, die große Fensterfronten geben den Blick frei auf die ursprüngliche Landschaft. Jedes Zimmer führt darüber hinaus direkt auf die große Terras-

se. Ein weiteres Highlight des Hotels ist der 20 Meter hohe Aussichtsturm, der gleichzeitig als riesige Kletterwand und in der Spitze als Veranstaltungsort fungiert.

NEUES TEAM MIT FRISCHEN IDEEN

Seit dem 01. August 2020 steht das Panorama-Hotel Aschberg unter der Leitung von Geschäftsführer Michal Huk. Hinter ihm steht ein noch sehr junges Team, das dem Hotel neues Leben eingehaucht hat. „Wir alle finden diesen Platz hier oben super schön und empfinden dieses Hotel als etwas ganz Besonderes. Unser Team ist so außergewöhnlich, weil eigentlich keiner von uns auf der Suche nach einem neuen Job war. Wir haben alle energetisch zusammengefunden“, so Vosteen.

Der Schutz der Natur und der effiziente Einsatz natürlicher Ressourcen sind



Mit den Jungsmal wieder richtig einen heben!



Es gibt viele Lösungen und genau eine, die am besten zu Ihnen passt.

STILL bietet für jeden Bedarf und jede Anforderung das optimale Fahrzeug. Ob Gegengewichtsstapler, Lagertechnikgeräte oder Wagen und Schlepper, ob elektrisch, verbrennungsmotorisch oder hybrid – eines haben alle Fahrzeuge von STILL gemeinsam: Die optimale Abstimmung der Eigenschaften Kraft, Präzision, Ergonomie, Kompaktheit, Sicherheit und Umweltverantwortung macht sie „simply efficient“.

Erfahren Sie mehr unter: www.still.de oder www.still.shop

first in intralogistics

STILL



Foto: © J SELTZER GmbH

GENUSS

PURE HARD SELTZER

TRENDGETRÄNK SCHARRT MIT DEN HUFEN

In den USA ist Hard Seltzer von einem Nischenprodukt zu einem Top-seller geworden. 2020 verdreifachte sich der Absatz in den Staaten, Hersteller White Claw dominiert den Markt unangefochten. Das alkoholhaltige Wasser mit Fruchtnote ist erfrischend und mit einem Kaloriengehalt von etwa 100 kcal pro Dose deutlich leichter als andere alkoholische Getränke. In Deutschland steckt das Getränk noch in den Kinderschuhen, besonders was die Bekanntheit dieser völlig neuen Produktkategorie betrifft. Das stellt die Hersteller vor die große Herausforderung, ihren potenziellen Kunden das unbekannte Getränk buchstäblich schmackhaft zu machen.

➤ Hard Seltzer ist in den USA enorm erfolgreich. In Deutschland soll der große Hype bald kommen.

Diese Aufgabe geht die Marke PURE Hard Seltzer gemeinsam mit der Vertriebsgesellschaft United Liquids an. Das Unternehmen wurde im Mai 2019 aus der Taufe gehoben und fokussiert sich auf den Markenaufbau abseits des Biersegments. Das Tochterunternehmen der Brauerei C. & A. Veltins konzentriert sich auf die Gründer-Szene und ist offen für innovative Ideen. Die Zusammenarbeit mit den Gründern von PURE Hard Seltzer - Jannik Lockl, Jonas Brüggmann und Sebastian Iffland – entstand über den Investor Jeff Maisel, Inhaber der Brauerei Maisel. United Liquids kümmert sich um die Listung der Marke im Einzelhandel, organisiert und betreut den Vertrieb, hat die Absatzentwicklung und Werbemaßnahmen im Blick und reagiert auf neue Entwicklungen. Dafür sind viele Außendienstmitarbeiter im Einsatz, die bei den Abnehmern in persönlichen Gesprächen die Überzeugungsarbeit leisten.

AUF DEN GESCHMACK BRINGEN

Beim ersten Treffen mit dem Gründer-Trio von PURE Hard Seltzer stimmte die Chemie sofort und auch das Produkt hat Rüdiger Berk, Geschäftsführer von United Liquids, überzeugt. „Wir haben uns direkt mehrere Hard Seltzer besorgt und alle verkostet, um das Produkt besser kennenzulernen und mit PURE zu vergleichen. Die Unterschiede im Geschmack waren gravierend“, berichtet Berk. Mit anderen Worten: Hard Seltzer ist nicht gleich Hard Seltzer. Die Herstellungsart, Zutaten und Zusammensetzung sind bei jeder Marke anders.

PURE Hard Seltzer kombiniert glutenfreien Alkohol aus einer eigens entwickelten Weinbasis mit einer perfekt abgestimmten Komposition aus natürlichen Aromen und dem klassischen Mineralwasser-Prickeln. Dadurch entsteht ein Drink, der kohlenhydrat-, zucker- und glutenfrei ist, kaum Kalorien und einen Alkoholgehalt von 5% enthält. Die Sorten: →



Foto: © J SELTZER GmbH

↑ Jungen Gründern fehlen meist die Kontakte, um im Handel gelistet zu werden. Erfahrene Vertriebspartner sind für sie Gold wert.



Bär Cargolift – Lifting Performance.

Unser Fokus ist das zuverlässige Ein- und Ausladen Ihrer Transportgüter – mit robuster Mechanik, innovativen Technologien und kosteneffizienten Services – kurz gesagt: Mit leistungsfähigen Hubladebühnen.

Gerd Bär GmbH · 74078 Heilbronn · Fon +49 7131 2877-0
www.lifting-performance.com



➤ PURE Hard Seltzer gibt es in drei erfrischenden Geschmacksrichtungen.

Lemon-Lime, Rhabarber und Cassis. United Liquids bewertet PURE Hard Seltzer als eines der qualitativ hochwertigsten Erzeugnisse auf dem Markt. Das ist zwar eine sehr gute Grundlage und ein exzellentes Verkaufsargument, aber keine Garantie für den Erfolg der Marke.

Hard Seltzer ist in Deutschland bisher noch ein Nischenprodukt, das dem „deutschen Gaumen“ erst bekannt gemacht werden muss. Das ist in Deutschland erfahrungsgemäß schwerer als in anderen Märkten. Die Konsumenten kaufen Marken, denen sie vertrauen und die sie schon lange kennen. Bei der Einführung neuer Produktkategorien ist viel Überzeugungsarbeit nötig. Damit PURE Hard Seltzer erfolgreich wird, möchte United Liquids die Marke zu einem der führenden Anbieter machen. Der Kunde greift erfahrungsgemäß zum bekanntesten Produkt, das er online oder im Markt zuerst findet, wenn er ein Hard Seltzer probieren möchte.

„NACH RED BULL IST HARD SELTZER DIE INTERESSANTESTE ENTWICKLUNG, DIE WIR HABEN.“

Zitat United Liquids

Das alkoholhaltige Trendgetränk richtet sich klar an eine jüngere Zielgruppe. Eine magische Grenze scheint dabei ein Alter von 40 Jahren zu sein. „In mehreren Verkostungen hat sich herauskristallisiert, dass alle unter 40 es lecker finden und die über 40-jährigen nicht so begeistert davon waren. Daraus ergibt sich für uns eine eindeutige Strategie“, so der United Liquids Geschäftsführer weiter.

Hard Seltzer ist grundsätzlich ein äußerst erklärungsbedürftiges Getränk, da es eine vollkommen neue Kategorie ist. Sein Geschmack ist schwer zu beschreiben, PURE Hard Seltzer muss probiert werden. Seit Oktober 2020 kümmert sich United Liquids um den Vertrieb und hat seitdem einige Guerilla-Aktionen umgesetzt: Dazu zählen Probierstände in Fußgängerzonen und die Platzierung von PURE in der Campus-Tüte,

mit der Studierende als Teil der Zielgruppe direkt erreicht werden. Ebenso unverzichtbar wie Verkostungen sind die Social-Media-Kanäle. Hier tummelt sich die Zielgruppe und kommt mit Hard Seltzer in Berührung. Das funktioniert gerade bei Start-ups in der Regel sehr gut, da die Gründer oft im selben Alter wie ihre Zielgruppe sind und die gleiche Sprache sprechen. Um die Vermarktung auf Instagram, Facebook und Co. kümmern sie sich oft selbst. Für Logistik und Vertrieb sind Partner wie United Liquids auch aufgrund ihrer Kontakte mit dem Handel wertvoll, sie bringen die Produkte in die Getränkemärkte, Einzelhandelsketten und die Gastronomie.

CORONA BREMST DEN BOOM AUS

Während der (Lebensmittel-)Einzelhandel von der Corona-Pandemie profitieren kann und einen regelrechten Umsatz-Boom erlebt, gibt es in der Gastronomie und im Eventbereich aufgrund der Schließungen derzeit kaum Absatzmärkte. Sollten Restaurants, Bars und Kneipen im Sommer wieder öffnen können, erwartet Rüdiger Berk eine große Nachfrage nach neuen Produkten. Wer sehnt sich nicht danach, im Sommer mit Freunden gemütlich auf der Terrasse seiner Lieblingsbar zu sitzen und dabei das ein oder andere Kaltgetränk zu genießen?

Von dieser Vorfreude könne auch PURE Hard Seltzer profitieren, glaubt er. Eine weitere wichtige Basis für PURE sind Festivals. Die Betreiber sind experimentierfreudig, offen für Neues und geben Trends eine Plattform. Auch da sollen die Besucher PURE Hard Seltzer probieren. „Probieren“ – das ist das große Stichwort und die große Herausforderung für United Liquids: „Unser größtes Argument ist der Geschmack von PURE. Durch die Herstellung auf Weinbasis unterscheidet er sich von den meisten Mitbewerbern. Unsere Aufgabe ist es flächendeckend Verkostungen zu organisieren, um möglichst viele Menschen von diesem einzigartigen Getränk zu überzeugen.“ Aktuell können alle drei Geschmacksrichtungen PURE Hard Seltzer online bestellt werden. Abgefüllt ist das prickelnde Trendgetränk in 0,33 l Sleek-Dosen; aufgrund des hohen Weingehalts ist die Dose zudem unbepfandet. ●

GENUSS

WEINANBAU AUS LEIDENSCHAFT

FAMILIENUNTERNEHMEN HAUCK: MIT HERZ, HAND UND VERSTAND



↑ Vater Heinz Günter und Tochter Jana vom Familienweingut Hauck im Weinberg.

Rheinhessen ist das größte Weinanbaugebiet Deutschlands. Inmitten des „Lands der tausend Hügel“ und umfasst von einer großen Rheinschleife liegt das Weindorf Bermersheim vor der Höhe – auch bekannt als Geburtsort der Hildegard von Bingen. Hier lebt die Familie Hauck. Sie hat sich mit Herz, Hand und Verstand dem Anbau der köstlichen Weintrauben und dem Ausbau ausgezeichneter Weine verschrieben.

SPEZIALISIERUNG NICHT BEREUT

Wein ist bei Haucks Familiensache – oder besser Familien-Leidenschaft. Heinz Günter und Heike Hauck übernahmen den traditionsreichen Hof, der bereits 1727 das erste Mal erwähnt wurde, einst als gemischte Landwirtschaft von den Großeltern. „Diese Bewirtschaftungsform ist typisch für unsere Region“, erklärt Tochter Dr. Jana Hauck, die gemeinsam mit ihren Eltern und einem Team von Mitarbeitern den Hof führt. „In den Tälern liegen die fruchtbaren Böden, die sich auch gut für den Ackerbau eignen und auf den Hängen

wachsen traditionell die Reben“, fährt sie fort. Vater Heinz Günter Hauck hatte jedoch sein Herz allein an den Weinanbau verloren. Er studierte Weinbau und Önologie und stellte den Traditionsbetrieb im Jahr 2000 komplett um. Ein damals mutiger Schritt in die Spezialisierung, den er und seine Familie jedoch nicht bereuen sollten.

DYNAMISCH UND AN EINEM STRANG

Dr. Jana Hauck wuchs als eines von vier Kindern auf dem Hof und zwischen den Reben auf. Sie studierte Betriebswirtschaftslehre, war Jahre in verschiede-

nen Berufsfeldern und international tätig und promovierte über die Arbeit von Familienbetrieben: eine ideale Verknüpfung von Theorie und Praxis. Die Beziehung zur Heimat und zum elterlichen Betrieb blieb immer bestehen. Sie ist für Jana Hauck eine Herzensangelegenheit. Vor vier Jahren stieg sie ganz in den Familienbetrieb ein.

Als Familie gemeinsam anpacken und an einem Strang ziehen, um die Qualität jedes Jahrgangs zu steigern – das ist heute das Motto der Haucks. Ihre Arbeitsweise verbindet traditionelles

Handwerk in der Landwirtschaft und im Weinkeller, jahrzehntelange Erfahrung sowie die Lust an Innovationen gleichermaßen. Wie die Haucks diese scheinbaren Gegensätze vereinen? Jede der beiden tätigen und verantwortlichen Generationen trägt mit den ganz eigenen Kenntnissen zum Familienbetrieb bei. Das Ergebnis ist eine große Dynamik und ein gemeinsames Streben, wie sie besonders Familienbetriebe hervorbringen können.

QUALITÄT ENTSTEHT IM WEINBERG

Heute hegen und pflegen die Haucks 140.000 Weinstöcke auf 28 Hektar Anbaufläche. Riesling, Silvaner und Spätburgunder sowie weitere Rebsorten wachsen auf ton- und lössreichem Boden in luftigen Höhen von bis zu 262 Meter über Normalnull. Kalkstein durchzieht die Erde. Die Weinreben nehmen die Mineralien über ihre Wurzeln auf. Diese Lage mit einem vorrangig kühlen Klima lässt Weine mit Frucht und Mineralität entstehen.

Dabei folgt Familie Hauck der Philosophie: Die Qualität des Weins entsteht im Weinberg. Erste Priorität ist die Ernte gesunder, aromatischer und vollreifer Trauben als ideale Basis für den Ausbau der Weine. Daran arbeiten Vater und Tochter gemeinsam im Weinberg. Eine schonende maschinelle Pflege soweit möglich und viel Handarbeit wo nötig, tragen dazu bei, dass sich die Trauben bestens entwickeln können. Diese nachhaltige Bewirtschaftung kommt nicht nur dem Erntegut zugute, sondern hält auch die Reben und Böden der Haucks gesund.

FINGERSPITZENGEFÜHL IM WEINKELLER

Nach der Ernte und Traubenlese verlagert sich die Arbeit für Vater und Tochter in den Weinkeller: Die meisten Weißweine werden in modernen Edelstahltanks vergoren, während die Rotweine in Maischegärung im Fass entstehen. Die Begleitung der Gärprozesse, Filtration und Abfüllung erfordern viel Fingerspitzengefühl und Erfahrung. Besondere Handwerkskunst von Kellermeister und -meisterin sind beim kreativen und komplexen Prozess der Cuvéetierung gefragt, also beim →



↑ In Fässern im Weinkeller lagern die Rotweine.



↑ Weinlese erfordert sorgfältige Handarbeit. Für höchste Qualität der Trauben.

Foto: © Weingut Hauck

Foto: © Weingut Hauck

Foto: © Weingut Hauck

MAGNUS^o

Mehr als Wasser.

MAGNUS Imperial. Nah. Nordisch. Gut.



www.magnus.de
facebook.de/magnusmineralbrunnen

Kombinieren verschiedener Rebsorten oder gleicher Reben unterschiedlicher Lagen zu einer Cuvée. „Sogar verschiedene Partien in den Tanks und Fässern vom gleichen Weinberg können sich unterscheiden“, erklärt die Winzerin die notwendige Liebe zum Detail.

ZUSAMMENSPIEL IN DER KOMMUNIKATION

Beim Verkauf arbeiten schließlich Mutter und Tochter Hand in Hand: Heike Hauck hält die Fäden im Büro bei Buchhaltung, Logistik und Kundenkommunikation in der Hand. Jana Hauck widmet sich insbesondere der digitalen Kommunikation.

In diesem Zusammenspiel schaffen es die Haucks, eine große Vielfalt an Weinen besonderer Qualität anzubieten: Dazu gehören vor allem Weißweine: neben Silvaner und Riesling auch Grau- und Weißburgunder sowie Auxerrois. An Rotweinen bietet das Weingut Hauck Spätburgunder an, darüber hinaus Cabernet Sauvignon, St. Laurent, Dornfelder und Portugieser. Das Angebot runden Rosé-Weine sowie Sekt von Riesling und Bacchus-Reben ab. ●

KUNSTSTÜCK

WEISSER BURGUNDER & AUXERROIS

MODERN, OPULENT UND MIT PURER, KLARER FRUCHT

Was Jungwinzerin Dr. Jana Hauck vom Weingut Hauck aus Rheinhessen da in die Flasche gezaubert hat, bleibt im Gedächtnis. Die Cuvée aus Weißburgunder und Auxerrois, Jahrgang 2019, verbreitet schon in der Nase eine opulent wirkende und dennoch freche Frucht. Das außergewöhnliche Flaschendesign unterstreicht diese Geschmackseindrücke auch optisch: Die sehr moderne Aufmachung reduziert den Eindruck auf das Wesentliche, ist durchdacht und rund und dennoch auffallend genug, um alle Blicke einzufangen.

Der Wein gehört zur Linie „kunststück“ des rheinhessischen Traditionsbetriebs „Weingut Hauck“ und ist eine „Überzeugungstat“ der jungen Generation: „Einzigartig und wiedererkennbar“ sollen die Weine laut Winzerin Dr. Jana Hauck sein.

Das gemäßigte Klima mit warmen Tagen und kühlen Nächten in den Weinbergen des Weinguts Hauck ermöglicht eine optimale Ausprägung der Aromen

Weitere Informationen zum Weingut Hauck gibt es bei Holger Kautz, Sommelier IHK:
Mobiltelefon: 0171 6419081
kautz@getraenke-essmann.de



Foto: © Weingut Hauck

↑ Herrliche, alte Reben – nicht nur lecker, sondern auch wunderschön anzuschauen.

WEINGUT HAUCK GBR

Albiger Straße 15
55234 Bernersheim vor der Höhe
Tel. 06731 1272
vinum@weingut-hauck.de
www.weingut-hauck.de

in den Beerenhäuten der Trauben. Durch die langsame und kühle Vergärung bleibt ein Teil der Kohlensäure im Wein gebunden.

Am Gaumen ist der Wein leicht und gleichzeitig füllig. Aromen von Apfel, Birne, Heu und weißen Blüten dominieren. Leicht pfeffrige Anklänge kommen durch. Im Abgang der Cuvée macht sich eine leichte Säure bemerkbar, die dem Wein am Schluss noch einen Kick gibt.

Eine Cuvée mit neuartigem und sehr eigenständigem Aroma – mit hohem Erinnerungswert! ●



Foto: © Weingut Hauck

← Eine Flasche, ein Statement: „kunststück Weißer Burgunder & Auxerrois“ vom Weingut Hauck.



Belebt den Weingenuss.

Ein guter Wein – das ist Genuss pur. Und zu jedem guten Wein empfiehlt sich ein ebenso gutes Wasser. Staatl. Fachingen ist perfekt, denn es wirkt ausgleichend auf den Geschmackssinn, indem es die Geschmacksnerven neutralisiert. Eine ideale Basis, um die vielschichtigen Aromen des Weines genießen zu können. Staatl. Fachingen – belebt den Weingenuss!

**STAATL.
FACHINGEN**

Das Wasser. Seit 1742.

ANZEIGE

Staatl. Fachingen Gourmet

Idealer Begleiter zum Wein: Das richtige Mineralwasser sorgt für ein ausgewogenes Geschmackserlebnis

Zu einem guten Wein gehört stets ein gutes Wasser. Für Gastronomen und Hoteliers ist die Auswahl des richtigen Mineralwassers zum Wein daher von großer Bedeutung. Staatl. Fachingen Gourmet, das Premium-Mineralwasser im eleganten Glasfacetten-Gebinde, begeistert sowohl Gastronomen als auch anspruchsvolle Gäste.

Die Gastronomie-Range aus dem Hause Fachingen hat sich mit ihren drei Sorten erfolgreich in der Premium-Klasse etabliert und empfiehlt sich aufgrund der inneren und äußeren Werte als ideale Ergänzung zu Wein.

Der Kohlensäuregehalt, der Anteil von Mineralstoffen und Spurenelementen sowie die Herkunft sind wichtige Faktoren für den individuellen Geschmack eines Mineralwassers. Staatl. Fachingen, welches eine ideale Zusammensetzung aus Mineralien wie Hydrogencarbonat, Calcium und Magnesium enthält, hat einen besonders feinen Geschmack. Dieser ist wichtig für das Zusammenspiel von Wasser und Wein.

So sorgt die Gourmet-Range von Staatl. Fachingen für ein ausgewogenes Geschmackserlebnis: Staatl. Fachingen Gourmet MEDIUM mit fein perlendem Kohlensäuregehalt, das mild moussierende Mineralwasser Staatl. Fachingen Gourmet STILL mit Quellsäure und das stille Mineralwasser Staatl. Fachingen Gourmet NATURELL ohne Kohlensäure neutralisieren die Geschmacksknospen von Zunge und Gaumen und unterstreichen – je nach Sorte – das gute Aroma eines Weines noch zusätzlich.



Die edlen Glasfacettenflaschen von Staatl. Fachingen sind ein Eyecatcher auf jeder festlich gedeckten Tafel.

Manchen Menschen schlägt der Genuss von säurebetonten Weinen, wie beispielsweise Riesling, auf den Magen. Durch den hohen Gehalt an Hydrogencarbonat und die besondere Kombination an Mineralstoffen macht Staatl. Fachingen diese Weine verträglicher. Das Hydrogencarbonat neutralisiert die Weinsäure und trägt damit entscheidend zum Weingenuss bei.

Staatl. Fachingen überzeugt durch innere und äußere Werte Führende Gastronomen und Spitzenköche entscheiden sich für Staatl. Fachingen nicht zuletzt aufgrund des besonders hochwertigen und edlen Flaschen-Designs. Mit der an eine Bordeaux-Flasche aus dem 19. Jahrhundert angelehnten Flaschenform setzt Staatl. Fachingen ein optisches Highlight.

Das elegante, schlanke Glasgebilde passt hervorragend zu einem stilvollen und edlen Tischarrangement der gehobenen Gastronomie. Die Individualflaschen mit blau eingetragtem Emblem sind ausschließlich bei ausgewählten Getränkefachgroßhändlern im 0,25-Liter, 0,5-Liter und 0,75-Liter-Glasfacettengebinde erhältlich.



Idealer Begleitung bei Weinproben: Staatl. Fachingen neutralisiert die Geschmacksknospen von Zunge und Gaumen und bringt so das gute Aroma eines kräftigen Rotweins besonders zur Geltung.



MEDIATHEK

Brohler Mineralwasser. Natürlich klimaneutral.

Gute Gründe für Brohler Mineralwasser:

- Starke Marke mit langer Tradition
- Aktives Umweltmanagement seit 1997 und EMAS zertifizierter Umweltstandort
- Abfüllung ausschließlich in umweltfreundliche Mehrwegflaschen
- 100 % GDB-Poolgebinde
- 100 % klimaneutrales Produkt: Von der Quelle über den Vertrieb bis zur Leerturückführung
- Zertifizierte Klimaschutzprojekte zum Ausgleich aller CO₂-Emissionen



Mehr Informationen zu unserem Engagement für einen nachhaltigen Umwelt- und Klimaschutz:
www.brohler.de/klimaneutral



Trink Brohler.
Fühl dich wohler.



MEDIATHEK

DRUCKFRISCH

Frisch wie der Frühling – das sind die Veröffentlichungen, die wir hier und heute vorstellen: Neue Impulse, um ausgetretene Pfade zu verlassen, die eine Fülle von Ideen auslösen können und inspirierend wirken sollen für Auge, Bauch und Kopf.

Eine Mischung aus Buch und Warenkunde stellt das ausgewählte Frühlingskochbuch dar: Es ist vielmehr als ein Koch-

buch, denn es gewährt Einblicke in die traditionelle italienische Hausfrauenkost. Und: Es liegt erstmals auf Deutsch vor. Wir stellen Tipps und neue Rezepte zum Trendgetränk Wermt vor und machen einen Ausflug in die deutschsprachige Foodblogger-Szene. Und nicht zuletzt gibt es noch nützliches Handwerkszeug fürs Smartphone, um in allen Medien und auf allen Kanälen sichtbar zu werden bzw. up-to-date zu bleiben: Willkommen im Jahr 2021! ●

HOCH LEBE DIE NUDEL!

Der erste Eindruck täuscht nicht! Das Buch ist nicht retro, sondern stammt tatsächlich bereits aus dem Jahr 1974. Warum dann die Vorstellung hier? Weil es erstmals in deutscher Sprache erscheint, und weil die enthaltenen 1001 Nudelklassiker zeitlos gut und einfach nachzukochen sind.

Der bereits 2004 verstorbene Autor Vincenzo Buonassisi erzählt die Geschichte hinter dem italienischen Nationalgericht, berichtet von Traditionen und Leidenschaft, und begeistert mit Rezepten und authentischer Recherche aus allen Regionen Italiens.

Die charmante, zeitgenössische Aufmachung des Titels zieht sich mit vielen Illustrationen durch das gesamte Buch. Es enthält zahlreiche Rezepte für alle Arten von Nudeln – mit Sauce oder in Suppen, frisch oder getrocknet, mit oder ohne Loch in der Mitte, hohl oder gefüllt, ob frisch oder getrocknet, ob mit Gemüse, Fisch oder Wild zubereitet – die Vielfalt begeistert.

Als vielgereister italienischer Journalist hat er aber auch Rezepte sowohl für chinesische Nudeln als auch für osteuropäische Pastagerichte und Varianten aus anderen Teilen der Welt aufgenommen.

Möglicherweise ist diese Zusammenstellung die umfangreichste systematische Sammlung in diesem Rezeptbereich, und dennoch erhebt der Autor selbst keinen Anspruch auf Vollständigkeit. Dieser Codex kann durchaus als Nudel-Bibel gelten und beweist: Die Pasta stellt ein eigenes kulinarisches Universum dar! ●



"DER PASTA-CODEX"

Vincenzo Buonassisi
Callwey-Verlag (2021), 683 Seiten,
ISBN 978-3-7667-2529-5
Preis: 39,95 €

Exklusive Gewerbewochen



ROSIER Business.

Perfekte Betreuung von Gewerbekunden in Verkauf & Service.

Während der ROSIER Mercedes-Benz Gewerbewochen bieten wir Ihrem Unternehmen individuelle Fuhrpark-Lösungen, die Ihren Mobilitätsansprüchen gerecht werden. Profitieren Sie von preisgünstigen Sonderkonditionen unseres Flottensterne-Programms für Fuhrpark-Größen von 1+ oder 5+. Gern auch in Kombination mit unserem Rundum-Sorglos Wartungs-Paket. Wir konfigurieren Ihnen Ihr Gewerbeleasingangebot zum Flottensterne-Sonderpreis. Nutzen Sie die aktuelle Förderung für Hybrid- und Elektrofahrzeuge in Kombination mit den günstigen Gewerbekunden-Konditionen.



Scannen Sie diesen QR-Code und greifen Sie online bei unseren Gewerbekunden-Angeboten zu.

Mercedes-Benz

Das Beste oder nichts.



Anbieter: Mercedes-Benz AG, Mercedesstraße 120, 70372 Stuttgart

ROSIER

Autohaus Heinrich Rosier GmbH • Autorisierter Mercedes-Benz Verkauf und Service
Menden • Arnsberg • Hemer • Meschede • Paderborn • Bad Driburg • Stendal • Sylt
Hotline: 02373.171-641 • www.mercedes-benz-rosier.de
Autohaus ROSIER Braunschweig GmbH • Autorisierter Mercedes-Benz Verkauf und Service
Braunschweig • Goslar • Helmstedt • Peine • Wolfsburg • Hotline: 0531.802-406

ALLES WAS WÄCHST

Meret Bissegger war viele Jahre selbst Inhaberin eines Restaurants im Tessin und engagiert sich in der Slowfood-Bewegung. Als leidenschaftliche Köchin und Pflanzenfachfrau porträtiert die Autorin über 50 Frühlings- und Sommergemüsesorten und gibt Tipps zu deren Verarbeitung und Lagerung. Ergänzende Texte zu ökologischen und wirtschaftlichen Themen, die derzeit im Trend liegen, bieten Anregungen zum Umgang mit Lebensmitteln.

Über 160 Rezepte in diesem Buch, überwiegend vegetarisch, oft auch vegan, geben Anfängern und Fortgeschrittenen Inspirationen: Von den ersten Frühlingsboten aus dem Süden wie Favebohnen und Stängelkohl über einheimische Mairüben bis zu den Sommerklassikern Auberginen und Tomaten.

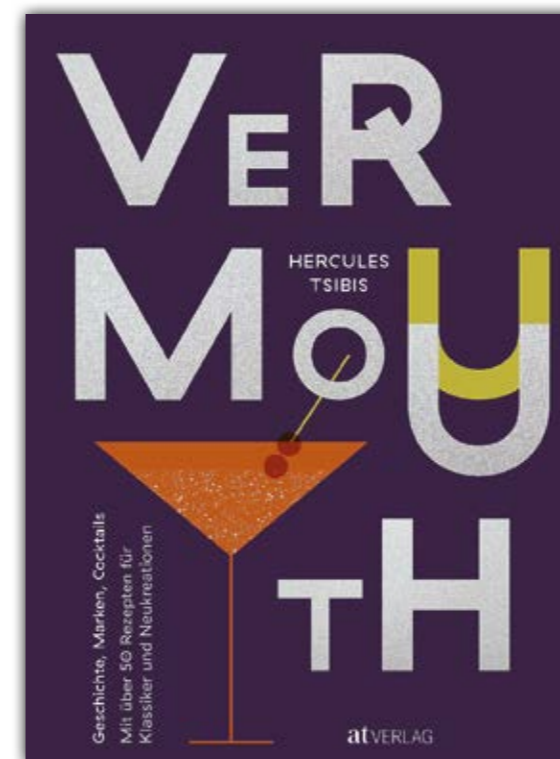
Aber auch weniger bekannte Gemüsesorten wie Mönchsbart, Okra oder Papacelle werden beschrieben und verarbeitet. Aromatische Kräuter, knackige Salate, essbare Blüten oder Wildpflanzen und exotischere Zutaten ergänzen die Grundrezepte. Reportagen über Anbau, Ernte und Verarbeitung des Gemüses runden das Buch ab: eine passende Mischung aus Warenkunde und Rezepten. ●



„MEINE KÜCHE IM FRÜHLING UND SOMMER“

Meret Bissegger, AT-Verlag (2021), 416 Seiten,
ISBN 978-3-03902-053-9, Preis: 39,90 €

EIN TREND- GETRÄNK!



Das Wermutkraut (Artemisia absinthium) ist namensgebend für das neue Trendgetränk Wermut. Denn nichts anderes als das ist die englische Bezeichnung hierfür: der Titel Vermouth von Hercules Tsibis. Und: Guter Wermut hat nichts mit den bitteren Trinkerfahrungen der Jugend zu tun, sondern ist vielmehr ein sehr aromatisches Getränk, das auf wunderbare Art bittere, süße und manchmal saure Noten mit der vielfältigen Kräuterwelt vereint.

Vermouth erlebt gerade eine riesige Welle der Popularität. In diesem Buch gibt der international bekannte Barkeeper Einblick in seine und die Welt des berühmten Aperitifs. Er erläutert Ursprung, Geschichte und Zukunft dieses vielseitigen Getränks und nimmt die Leser mit auf eine Reise durch die Glitzerwelten der Cocktailbars. Neben 26 klassischen Rezepten präsentiert er 26 innovative „New Fashioned“-Getränke, gemixt mit Zutaten aus aller Herren Länder.

Alle Liebhaber von Vermouth und Cocktails erhalten hier nicht nur eine Rezeptsammlung, sondern eine nützliche Warenkunde, praktische Hinweise für Einsteiger und Profis zum nötigen Equipment und den unverzichtbaren Techniken des Mixens. ●

„VERMOUTH“ AT-Verlag (2021), 288 Seiten, ISBN 978-3-03902-118-5, Preis: 28 €



Gerne auch für die Nachbarn brauen.

Urtypisch Zipfer.

Der eigene Weg ist immer der urtypische.

Schon seit 1858 wird in Zipf, einer kleinen Gemeinde im oberösterreichischen Hausruckviertel, gebraut. Die Nähe zu den Hopfenfeldern im Mühlviertel macht es der Brauerei bis heute möglich, beim Brauen einen eigenen Weg zu gehen: Zipfer wird noch mit Naturhopfen gebraut - mit Hopfen, so unverfälscht, wie er von den Feldern kommt. Und das schmeckt. Urtypisch Zipfer.

zipfer.at

Jetzt erhältlich in Deutschland!

Zipfer Märzen
5,0 vol.%, Stammwürze 11,8°

Seit jeher unser beliebtestes Zipfer: meistverkauft und gebraut mit 5 Sorten Naturhopfen. Heller Goldton, fruchtige Malzaromen, fein abgerundete Hopfennoten. Einfach urtypisch vollmundig und erfrischend.

0,5l Flasche EAN 90031977

Zipfer Limetten-Radler
2,0 vol.%, Stammwürze 9,6°

Der Geschmack von Österreich-Urlaub. Hellgolden, zarter Lemongrasduft, sonnengereifte Limetten harmonieren perfekt mit erfrischendem Zipfer.

0,5l Flasche EAN 9028800601136

APP ALLES GESTALTEN



Grafik: © Canva



Die moderne Welt ist geprägt von einer Fülle von Informationen. Wer wahrgenommen werden möchte - egal ob klassisch im Print, in den digitalen Welten oder in den sozialen Medien -, der muss sich professionell aufstellen und schnell reagieren können.

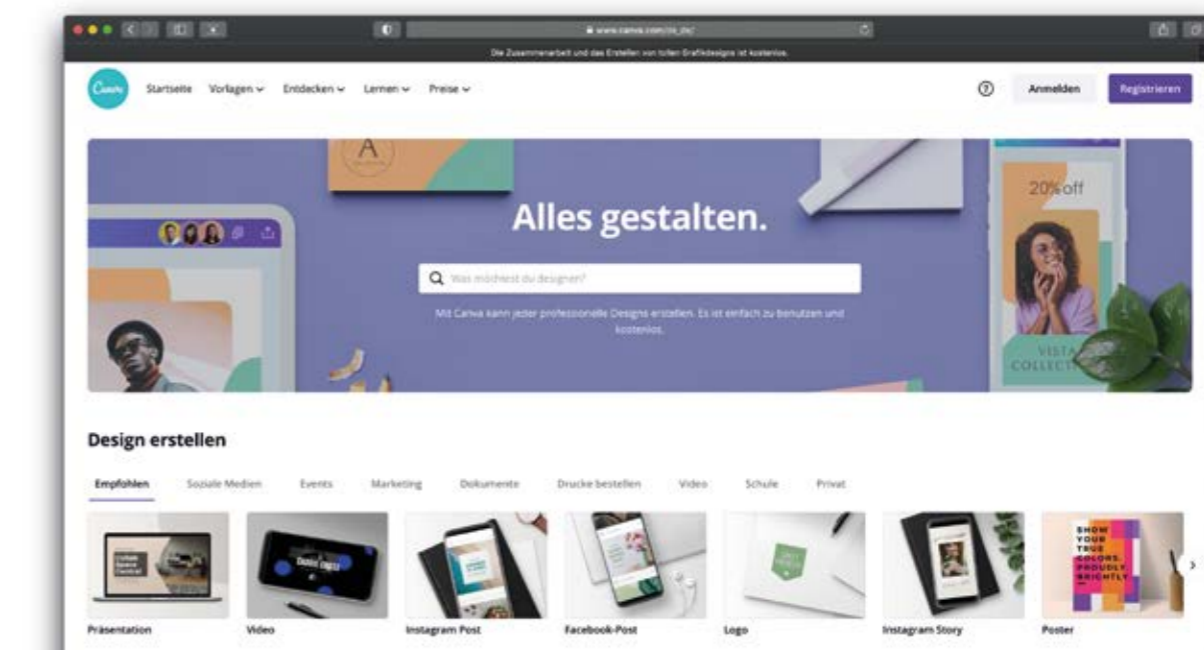
Die Idee hinter der App: Eine Software für Grafikdesign, die im Netz funktioniert, die Bilder, Schriften und Designs bereithält, und die - anders als beispielsweise Photoshop - so leicht verständlich ist, dass sie jeder bedienen kann.

Genau dafür wurde Canva von einem australischen Gründer-Duo entwickelt. Die App, die es für iOS und Android gibt, die aber auch eine hochfunktionale Heimat im Internet hat, macht es möglich, sich in kürzester Zeit in allen Medien - auch Videos - designstark zu bewegen. Denn die Gestaltungsmöglichkeiten erscheinen auf den ersten Blick unendlich, aber für alle sozialen Medien und elektronischen Informationswege gibt es hier eine Vielzahl von kostenlosen, hochwertigen Vorlagen zur Orientierung und um sie für eigene Zwecke weiter zu bearbeiten.

Auch für klassische Printprodukte - von der Visitenkarte bis hin zu ganzen Zeitschriften-Layouts - liegen qualitätvolle Entwürfe und Muster bereit. So sind tagesaktuelle Speisekarten, Aushänge und Anzeigen rasch auf die eigenen Bedürfnisse angepasst und im Handumdrehen erledigt. ●

„CANVA“

System: iOS und Android; auch www.canva.me
Kosten: kostenlos/ Pro-Version mit erweitertem Funktions-/Vorlagenumfang kostenpflichtig

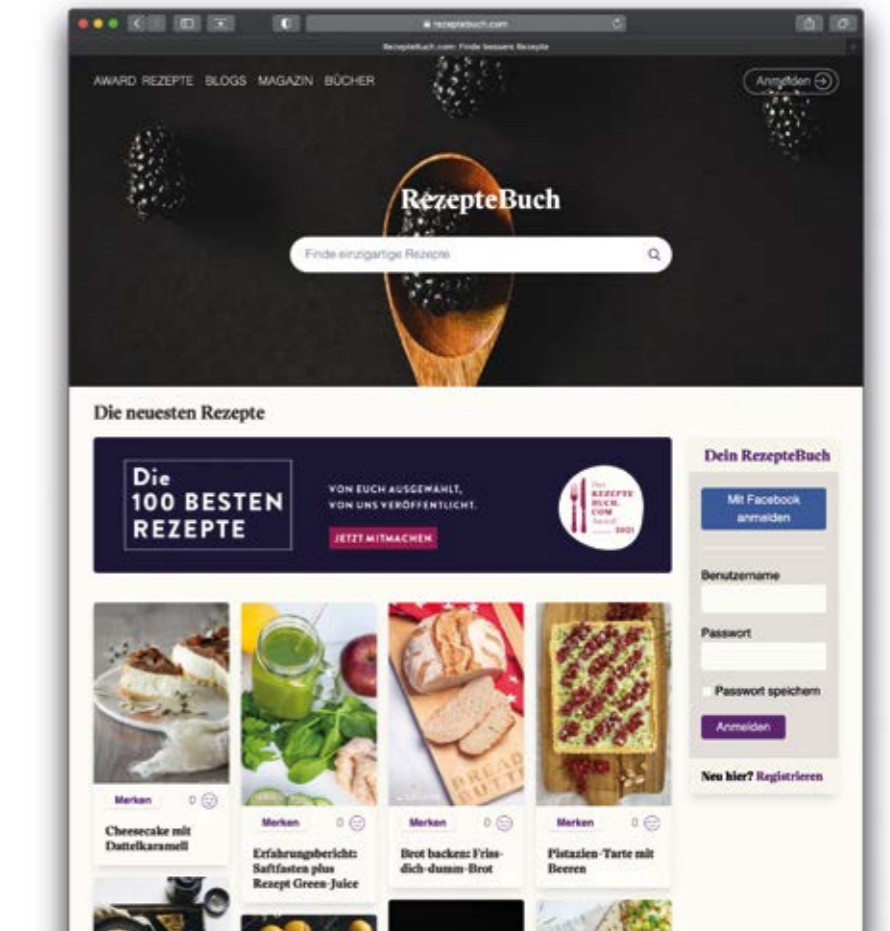


WEB KREATIVE KOCHIDEEN

Tagesaktuelle Texte, Themen und Meinungen werden online veröffentlicht – gebloggt wie es neudeutsch heißt. Zum Thema Essen – neudeutsch Food – finden sich ergo Foodblogger im Netz, die oft richtungsweisend sind, weil sie kreative Rezepte und spannende Zubereitungsarten erproben, gewohnte Pfade verlassen und Teil einer gut vernetzten Szene sind.

Diese Szene ist international, zeigt sich aber schon in Deutschland bzw. im deutschsprachigen Raum in großer Anzahl und Vielfalt. Die Website [RezepteBuch.com](http://rezeptebuch.com) – online seit 2009 und beheimatet im ostwestfälischen Oerlinghausen – bündelt die Rezepte von fast 33.000 Foodloggern und Kochenthusiasten, die ihre Kreationen mit der Welt teilen, entweder eingetragen von der ersten Zutat bis zum letzten Arbeitsschritt oder auch als Links zu Rezeptbeiträgen anderer Blogs.

In Zusammenarbeit mit dem Callwey-Verlag erscheint jetzt eine kuratierte Sammlung der 100 besten Rezepte des



„REZEPTEBUCH“
www.rezeptebuch.com



Jahres – das Rezeptebuch wird sozusagen real, die Vielfalt vorsortiert und übersichtlich. Ist die innovative Wildheit vorbei, wenn die Rezepte zwischen zwei Buchdeckel gepresst werden? Nein: Es ist eine illustre Sammlung von Gerichten und die erhebliche Arbeit am Bildmaterial, die oft großen Anteil am Erfolg vieler Blogger hat, kommt in Buchform besonders gut zur Geltung. So wird auch der digital eingefangene, perfekt unperfekte Moment auf Papier gedruckt für die Ewigkeit festgehalten. ●

„DIE 100 BESTEN REZEPTE DER BESTEN FOODBLOGGER“

Callwey Verlag (2021), 240 Seiten,
ISBN 978-3-7667-2527-1
Preis: 29,95 €

Luigi Moretti
L'ITALIANA AUTENTICA
BIRRA MORETTI
L'AUTENTICA
RICETTA DAL 1859
PREMIUM LAGER

BIRRA MORETTI
THE ITALIAN PASSION FOR BREWING
Luigi Moretti
BIRRA MORETTI
L'AUTENTICA
RICETTA DAL 1859
PREMIUM LAGER

EIN SCHLUCK ITALIEN
JETZT AUCH IN DEUTSCHLAND!



REISEN

DER RICHTIGE MIX FÜR IHR PREMIUM- SORTIMENT!

NEU
AB Q1 2021!

- ★ Außergewöhnliche Geschmackswelten in Premium-Qualität
- ★ Neues, hochwertiges Design in der 20x0,275l MW Kiste
- ★ Perfekt zum Mixen oder pur



DAL 1932
SANPELLEGRINO
ITALIAN SPARKLING DRINKS

REISEN



↑ Ein Meer aus Blüten: Der Rhododendronpark Hobbie in Westerstede.

PRÄCHTIGE PARKLANDSCHAFT

ZU GAST IM SCHÖNEN AMMERLAND

Für eine kleine Flucht aus dem eintönigen Alltag lohnt sich der Blick nach Norddeutschland, genauer gesagt ins schöne Ammerland im Nordwesten Niedersachsens. Aus der Luft betrachtet, besteht das Ammerland aus lauter grünen Flecken, die ab und zu bunte Flächen zeigen – das sind die blühenden Gärten und Parks, die jährlich zahlreiche Besucher in ihren Bann ziehen. Für diese fröhliche Parklandschaft ist das Ammerland sogar europaweit bekannt.

Im Frühjahr erwacht das Ammerland aus seinem Winterschlaf und verwandelt sich mit den ersten Sonnenstrahlen in eine farbenfrohe Oase. Denn dann beginnt die Blütezeit in den zahlreichen Rhododendron-Parks und Baumschulen, welche sich teilweise schon seit mehr als 100 Jahren in Familienbesitz befinden. Fast alle Parks im Ammerland haben ganzjährig geöffnet und können zu jeder Jahreszeit besucht werden. In den meisten Parks werden Interessierten fachkundige Führungen angeboten. Zu den prächtigsten Parkanlagen zählt der Rho-

dodendronpark Hobbie in Westerstede, der deutschlandweit größte seiner Art. In Fachkreisen zählt er sogar zu den prächtigsten Parkanlagen in Europa. Auf insgesamt 70 Hektar erwartet die Besucher eine gepflegte und naturnahe Anlage mit über 85 Jahre alten und bis zu neun Meter hohen Alpenrosen. Die Wanderwege im Ammerland wurden erst vor Kurzem ausgeschildert und bieten Frischlufthungrigen die Möglichkeit, die Parklandschaften, Baumschulen und die Landschaft bequem zu Fuß zu erkunden. Wer es lieber etwas schneller mag, der kann das vielfältige Ammerland auch mit dem Fahrrad auf der Ammerland-Route entdecken. Ein Halt am Zwischenahner Meer sollte dabei auf jeden Fall eingeplant werden, denn der Name „Perle des Ammerlandes“ macht deutlich, dass nicht nur die Parks und Gärten einen Besuch wert sind.

ZU GAST BEIM KOCH-KANZLER

Mit der RHODO wird sich im Jahr 2023 der Stadtkern von Westerstede im Ammerland in ein farbenfrohes Blütenmeer mit Erlebnisausstellung und Aktivitäten für Groß und Klein →

Einfach **6 x 1,0 L.**
Einfach **12 x 0,75 L.**
Einfach **einzigartig.**

In den bewährten Sorten Classic, Medium und Still.



Neues
Design &
Gebinde


**FÜRST
Bismarck**
Einfach einzigartig.

FürstBismarckQuelle.de

↓ Das Ammerland bietet eine abwechslungsreiche Landschaft.



Foto: © Ammerland Touristik



Foto: © Hotel Sonnenhof Oeltjen GbR

↑ Gemeinsam mit ihrem Vater Uwe Oeltjen leitet Svenja Oeltjen den Sonnenhof.

verwandeln. Bis dahin lohnt sich allerdings jetzt schon ein kulinarischer Besuch beim „Koch-Kanzler“ Uwe Oeltjen, der in Westerstede sein Hotel-Restaurant Sonnenhof regiert. Den Spitznamen trägt er schon genau so lange wie Bundeskanzlerin Angela Merkel ihr Amt innehat. „Als damals die Kanzlerwahlen waren, haben wir als Werbegag auch eine Kanzlerwahl veranstaltet. Die Parteien waren in unserem Fall verschiedene Essen und was am meisten gegessen worden ist, hat gewonnen. Und weil es nur einen Kandidaten gab – nämlich mich – bin ich seitdem der Kochkanzler“, erzählt Uwe Oeltjen. Wie es sich für einen Kanzler gehört, packt er selbst mit an und steht als Oberhaupt in der Küche des Sonnenhofs. Hier verabschiedet er zwar keine Gesetze, dafür aber gute und saisonale Küche. Typisch norddeutsch, erfreut sich der Grünkohl bei den Gästen des Sonnenhofs großer Beliebtheit. Übertroffen wird die grüne Palme jedoch vom Spargel-Buffer des Restaurants, welches auf der Beliebtheitskala ganz oben logiert. Das weiße Gold beziehen die Oeltjes dabei von einem Bauern direkt aus der Nachbarschaft.

Auch Tochter Svenja Oeltjen ist als gelernte Hotelkauffrau seit 2018 mit an Bord des Sonnenhofs und unterstützt ihren Vater tatkräftig. „Neben unserem regulären Betrieb veranstalten wir regelmäßige Events. In unserem weitläufigen Garten organisieren wir zum Beispiel das „Sonnenhof à la carte“ – an unterschiedlichen Stationen mit Probierportionen können unsere Gäste nach Herzenslust schlemmen. Auch unsere Themenbuffets, wie das amerikanische Buffet oder der italienische Abend, werden von unseren Gästen sehr gut angenommen. Zudem gehören auch unser Wein-Tasting und unser Eisstockschießen im Winter zu den Highlights auf dem Sonnenhof“, so Svenja Oeltjen. ●



Foto: © Hotel Sonnenhof Oeltjen GbR

← Der schön gestaltete Garten des Sonnenhofs lädt die Gäste zu sonnigen Stunden im Freien ein.

**KONTAKT:
HOTEL-SONNENHOF
OELTJEN GBR**

Langebrügger Straße 57
26655 Westerstede

Tel. 04488 8474-0
info@so-hof.de
www.so-hof.de

ERFRISCHEND FEINPERLIG SEIT 1852

APOLLINARIS - THE QUEEN OF TABLE WATERS



Apollinaris, das rote Dreieck und das Apollinaris Logo sind eingetragene Schutzmarken.

REISEN

DAS WEISSE GOLD VON BEELITZ

WENN DIE ERNTESAISON ZUR FESTSAISON WIRD

Asparagus officinalis – so heißt das Gemüse, dem sich die brandenburgische Kleinstadt Beelitz seit fast zwei Jahrhunderten verschrieben hat. Klingt nicht besonders schmackhaft? Bei der deutschen Bezeichnung des bundesweit begehrten Gemüses läuft den Liebhabern schon eher das Wasser im Mund zusammen: Die Rede ist vom Spargel. Und Beelitz ist eines der bekanntesten Anbaugelände Deutschlands. Der „Beelitzer Spargel“ ist weit über die Grenzen Brandenburgs hinaus bekannt.

Wenn Ende April – je nach Wetterlage – der erste Spargel gestochen wird, ist das in Beelitz ein großes Ereignis. Hübsch rausgeputzt erntet die Spargelkönigin unter großem Beifall die erste Stange der Saison. Jedes Jahr eröffnet diese Zeremonie auf einem der zahlreichen Spargelhöfe der Stadt die Erntezeit. Die endet strikt am 24. Juni, dem Johannistag. Denn eine alte Bauernregel lautet: „Stich den Spargel nie mehr nach Johanni“ und daran hält man sich auch in Beelitz.

1861 pflanzte Carl Herrmann hier den ersten Spargel an. Einige Jahre später findet das Stangengemüse auf dem Markt der Stadt reißenden Absatz. Viele Jahre später wurde in der DDR deutlich weniger Spargel produziert, das Gemüse avancierte zum inoffiziellen Zahlungsmittel im Rahmen von Tauschgeschäften. Passenderweise ist der Spargel auch als das „weiße Gold“ bekannt. In den 1990er Jahren wurde der Beelitzer Spargel zu einem Publikums-magneten und errang seinen heutigen Kultstatus. Eine Büste von Carl Herrmann, dem „Spargelpionier“, finden Besucher an der Ecke Berliner Straße / Clara-Zetkin-Straße. Die Beelitzer eh-

ren nicht nur den Urvater des Spargelanbaus, sie widmen dem beliebten Stangengemüse auch eine Königin, ein Museum und ein Fest, das immer am ersten Wochenende im Juni abgehalten wird. Die Spargelbauern haben sich außerdem zum Beelitzer Spargelverein zusammengeschlossen, stehen für ein

qualitativ hochwertiges Produkt und möchten das Gemüse auch als Kulturgut bewahren.

SYRINGHOF LÄDT ZUM SCHLEMMEN EIN

Und da Beelitz den Beinamen Spargelstadt trägt, kommen Liebhaber des →



↑ Beim alljährlichen Spargelfest ist die ganze Stadt auf den Beinen.

Foto: © Spargelstadt Beelitz

Das Lieblingswasser von Mutter Natur.

Natriumarm, aber mit vielen lebenswichtigen Mineralien wie Calcium und Magnesium, ist Carolinen Mineralwasser aus den Tiefen des Teutoburger Waldes unnachahmlich im Geschmack. Und damit gehört Carolinen zu einem der besten Mineralwässer, die uns die Natur schenkt. Carolinen. **Aus gutem Grund.**



bio
mineralwasser

Carolinen
Aus gutem Grund

edlen Gemüses bei einer Tour durch die Region so richtig auf den Geschmack. Ein absolutes Muss ist für sie eine Radtour auf der Beelitzer Spargelstraße. Dieses Leitsystem führt entlang der weiten Spargelfelder zu den Höfen, die ihn anbauen. Einer dieser landwirtschaftlichen Betriebe ist der Syringhof: 1991 wurde er als traditioneller landwirtschaftlicher Betrieb gegründet. Heute ist das Familienunternehmen zusätzlich im Ökolandbau und Feinkostbereich aktiv. Angebaut werden unter anderem diverse Getreidesorten, Sonnenblumenkerne und natürlich Spargel. Neben dem Spargel hat sich der Syringhof auf den Anbau von Kürbissen spezialisiert. Die haben zwar erst im Herbst Saison, das DLG-prämierte und Bio-zertifizierte Kürbiskernöl kann aber jederzeit im Online-Shop geordert werden. Dort werden auch Kürbiskerne in verschiedenen

Variationen sowie ein Kürbiskern-Pesto angeboten.

Während der Spargelsaison ist auf dem Hof richtig was los. In der hauseigenen Gastronomie versorgen die Syring ihre Gäste mit schmackhaften Spargelgerichten und weiteren Leckereien aus eigenem Anbau. Für Gruppen gibt es ein Angebot mit einer Führung über den Hof und anschließendem Spargelessen.

PUBLIKUMS-MAGNET BEELITZER HEILSTÄTTEN

Wer sich alle Spargel-Variationen in Beelitz gut hat schmecken lassen, kann auch darüber hinaus noch viel erleben. Ähnlich bekannt wie der Spargel dürften vielen die Beelitzer Heilstätten sein. Die ehemalige Lungenheilstätte wurde zwischen 1898 und 1930 erbaut und erstreckt sich mit mehreren Gebäuden

über eine Fläche von 200 Hektar. Einige Gebäude sind heute einsturzgefährdet, andere befinden sich im Besitz unterschiedlichster Investoren, die Konzepte für die Nachnutzung der Gebäude entwickeln und umsetzen. Für eine Besichtigung der Heilstätten empfiehlt sich der Baumkronenpfad Beelitz-Heilstätten. Auf der bis zu 36 Meter hohen Stahlkonstruktion schauen die Besucher auf einige Gebäude herab. Besonders beeindruckend ist der Blick auf das „Alpenhaus“: Die Natur hat sich das große Gebäude so weit zurückerobert, dass auf dem Dach ein richtiger Wald entstanden ist. Die Heilstätten sind auch bei Fotografen und Filmemachern äußerst beliebt. Das Areal diente zum Beispiel für Roman Polanskis „Der Pianist“ oder „Operation Walküre“ mit Tom Cruise in der Hauptrolle als Kulisse. Das Musikvideo für „Mein Herz brennt“ von Rammstein wurde ebenfalls in einem der Gebäude gedreht. Wer genau hinschaut, erkennt die Orte vielleicht bei einem Besuch wieder.

Auch für Reiter ist Beelitz eine schöne Adresse. Die Stadt liegt mitten im Naturpark Nuthe-Nieplitz, den man auf dem Reitrundweg hoch zu Ross erkunden kann. Auch für Wanderer und Radfahrer gibt es hier viele verschiedene Touren mit kostenlosen Audio-Guides. Das NaturParkZentrum liegt nur rund 18 Kilometer von Beelitz entfernt und eignet sich wunderbar für einen Tagesausflug. Wer ein Faible für Gartengestaltung hat und neue Ideen sucht, plant seinen Urlaub in Beelitz für das Jahr 2022: Dann findet dort die Landesgartenschau unter dem Motto „Gartenfest für alle Sinne“ statt. ●

AUF NACH BEELITZ:

www.beelitz.de
www.beelitzer-spargelverein.de
www.syringhof.de
www.baumundzeit.de
www.naturpark-nuthe-nieplitz.de

← Die Spargelkönigin herrscht für ein Jahr über das edle Gemüse und eröffnet die Erntesaison.



Foto: © Spargelstadt Beelitz

POSSMANN

Das Beste was ein Apfel werden kann.

**Testen Sie unsere
Streuobstsäfte!
Ihre Zunge wird Augen
machen.**



REISEN

WILLKOMMEN AUF DER SONNENINSEL

FEHMARN - EIN PARADIES FÜR AKTIVURLAUBER



↑ Fehmarn bringt es auf 2.200 Sonnenstunden im Jahr. Touristen genießen die am liebsten an einem der 20 Strände der Insel.

Wenn man auf der Festlandseite der Fehmarnsundbrücke steht, kann man sie schon sehen: die Insel Fehmarn. Einen knappen Kilometer lang ist die Brücke, über die man mit Auto oder Bahn fährt, um das beliebte Urlaubsziel zu erreichen. Diese Verbindung ist gleichzeitig das Wahrzeichen der Insel. Die Einheimischen nennen die Brücke liebevoll „Kleiderbügel“. Sie selbst heißen nicht etwa „Fehmarner“, sondern „Fehmaraner“, was Urlauber unbedingt wissen sollten.

Die drittgrößte Insel Deutschlands ist besonders bei Aktivurlaubern ein beliebtes Ziel. Der Name Fehmarn geht auf den slawischen Ausdruck „fe mer“ zurück, der übersetzt so viel heißt wie „am Meer gelegen“.

Entlang der Küstenlinie verläuft ein Teil des 300 Kilometer langen Radwegenetzes. Bei einer gemütlichen Radtour über den Deich und entlang der 78 Kilometer langen Küste wird das Meer auch vom Land aus erlebbar. Und das können Urlauber ausgiebig bei bestem Wetter genießen, denn hier scheint die Sonne rund 2.200 Stunden im Jahr. Deswegen trägt Fehmarn auch den Spitznamen „Sonneninsel“.

Auf dem Wasser und an der Küste herrscht reges Treiben: Denn Fehmarn ist das Mekka der Wind- und Kitesurfer aus ganz Deutschland. 17 Surfspots gibt es rund um die Insel. Die Wassersportler schätzen besonders die optimalen Wetterbedingungen und kommen deshalb immer wieder. An den verschiedenen Spots herrschen unterschiedliche →

Badeschiff Berlin, 52°29'52.1"N 13°27'42.4"E

Der Aperitivo der Berliner

NEU
JETZT PROBIEREN!

DAS ORIGINAL FERTIG GEMIXT.

Foto: © Tourismus-Service Fehmarn, Dirk Moeller



↕ Ob zu Land oder zu Wasser, Fehmarn ist ein Paradies für Aktivurlauber.



Foto: © Tourismus-Service Fehmarn, Dirk Moeller

Windrichtungen und Wassertiefen vor, sodass vom Anfänger bis hin zum Profi alle die passenden Bedingungen für ihre Ansprüche vorfinden.

FEHMARN IST VIELSEITIG

Für Naturfans lohnt sich der Besuch auf Fehmarn besonders zwischen Mitte April und Mitte Mai. In den vier Naturschutzgebieten gibt es zu dieser Zeit besonders viele geflügelte Gäste. Zu den dort lebenden Brut- und Rastvögeln gesellen sich zahlreiche Zugvögel, um sich in ihren prachtvollen Gefiedern der Damenwelt zu präsentieren und ihr Balzritual zu vollführen. Ebenso sehenswert sind die Steilküsten von Wulfen und Katharinenhof und ein spannendes Kontrastprogramm zu den Sandstränden der Insel. Für Naturliebhaber oder auch Familien rundet die perfekte Unterkunft den Urlaub ab: Ferien auf dem Bauernhof stehen auf Fehmarn hoch im Kurs, rund 100 Ferienhöfe gibt es auf der Ostseeinsel. Frische Eier vom Hof zum Frühstück, Ponyreiten, Ziegen streicheln und vieles mehr machen den Aufenthalt für Kinder zu einem unvergesslichen Abenteuer. Wer es noch ursprünglicher mag, entscheidet sich für einen der 17 Campingplätze Fehmarns. Hier werden Urlauber nicht nur von der Sonne geweckt, sondern können mit einem Blick aufs Meer entspannt in den Tag starten. →



Kronsberg



**Keine Experimente.
Kein anderes.**

Foto: © Ristorante Doppeleiche



← Im Restaurant Doppeleiche kommen vor allem saisonale und regionale Produkte auf den Teller.

EST. 1992



RISTORANTE ITALIANO
BREITE STR. 32 | FEHMARN

Ein „must-see“ ist die Altstadt der Inselhauptstadt Burg. Historische Fachwerkhäuser und romantische Gassen laden zu einem gemütlichen Bummel durch die kleinen Geschäfte ein. Jeden Mittwoch findet auf dem Marktplatz der Wochenmarkt statt. Hier gibt es saisonale und regionale Produkte aus der Region und wie es sich für eine Insel gehört, auch fangfrischen Fisch aus der Ostsee. Lohnend ist ein Blick in die St.-Nikolai-Kirche, eine der ältesten Kirchen der Insel. Erbaut wurde sie in der Übergangsphase von der Romanik zur Gotik, in den einzelnen Bauabschnitten finden sich die charakteristischen Merkmale der jeweiligen Zeit wieder. Der opulente Innenraum des Gotteshauses bringt seine Besucher immer wieder zum Staunen.

NACHHALTIG SCHLEMMEN IM RESTAURANT DOPPELEICHE

Nur wenige hundert Meter von der Kirche liegt das Restaurant Doppeleiche, in zweiter Generation geführt von Damiano Durante. Er übernahm es 2011 von seinem Vater Pancrazio. Die Familie Durante hat eine lange gastronomische Tradition. Familienoberhaupt Pancrazio Durante kam 1961 als Gastarbeiter nach Deutschland und machte sich mit einem Imbiss auf dem Campingplatz Meeschendorf selbstständig. Danach

betrieb er mehrere Restaurants in Lübeck, Neustadt, Haffkrug, Neumünster und Eutin. Im April 1992 übernahm Pancrazio die Doppeleiche und baute das Restaurant nach seinen Vorstellungen um.

Heute empfängt Damiano Durante seine Gäste im Restaurant, der Lounge, auf der Terrasse oder im Hotel. Gekocht

wird hier gehobene italienische und regionale Küche. Das besondere an der Küche in der Doppeleiche: Die verwendeten Produkte stammen, wenn eben möglich, von der Insel. Das Küchenteam um Chef Damiano liebt es mit den frischen Zutaten zu kochen und diese Leidenschaft teilen sie auf Facebook und Instagram: Hirschrücken mit Kürbis und Rosenkohl. Das Fleisch kommt →



↑ Das Haus in der Inselhauptstadt Burg hat Tradition. Erbaut wurde es Anfang des 20. Jahrhunderts als Wohnhaus.

Foto: © Ristorante Doppeleiche

JETZT KLEIDEN WIR UNS, WIE WIR WIRKLICH SIND!



Unsere nachhaltigen
Klassiker im frischen Design!



mein
**becker's
bester**
natürlich für mich

von Jäger Torsten, der Kürbis ist auf dem Hof Kohlhoff in Klausdorf gewachsen und der Rosenkohl wurde direkt hinter dem Restaurant geerntet. Regionaler geht es nicht. Irgendwann soll die gesamte Wochenkarte ausschließlich mit Produkten von der Insel gekocht werden – das ist das Ziel des Teams.

Mit vielen weiteren echt fehmarnschen Zutaten stellt die Doppeleiche auch selbstgemachte Marmeladen, Gelees, Limonaden und vieles mehr her. Auch die Pasta wird immer frisch gemacht, auf Wunsch auch glutenfrei. Und was wäre ein italienisches Restaurant ohne eine saftig belegte knusprige Pizza? In der Doppeleiche wirbelt der Pizzaiolo – so werden in Italien die Pizzabäcker genannt – den Teig gekonnt durch die Luft. Durch die Glasfront können die Gäste sogar dabei zusehen, wie ihre Pizza Flugstunden vom Meister bekommt. Gebacken wird die Pizza im hochmodernen Steinofen.

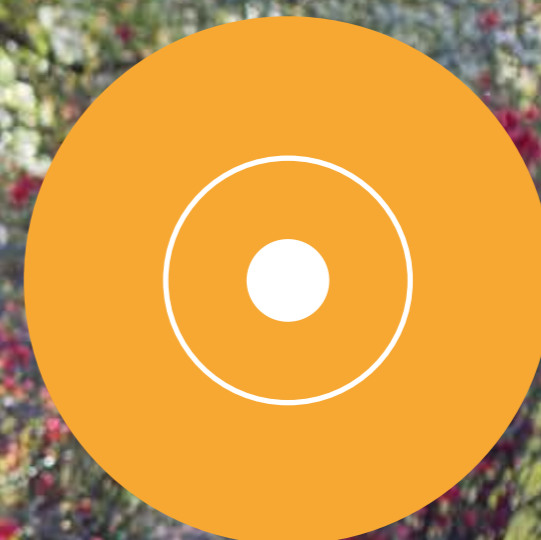
Authentische italienische Küche und Kreationen aus regionalen Produkten – dafür steht die Doppeleiche.

VON FEHMARN NACH SKANDINAVIEN

Frisch gestärkt geht es weiter zu einem Ausflugsziel am Rand der Insel. Rund acht Kilometer sind es von Burg bis zur Küste nach Puttgarden. Dort gibt es ein einzigartiges Einkaufszentrum. Der BorderShop bietet auf 8.000 Quadratmetern ein großes Sortiment an Bier, Wein und Spirituosen, aber auch alkoholfreie Getränke und Süßigkeiten gibt es hier zu kaufen. Der besondere Clou: Der BorderShop schwimmt auf dem Meer. Die Waren stammen aus aller Welt, vieles aus den skandinavischen Ländern. Und das ist kein Zufall, denn von der Nordküste Fehmarns ist es nur noch ein Katzensprung bis nach Dänemark. Jede halbe Stunde fährt vom Hafen in Puttgarden eine Fähre zum europäischen Nachbarland. Die Überfahrt dauert nur 45 Minuten. Von der Küste führt die Europastraße 47 bis in die Hauptstadt Kopenhagen. Die Autofahrt dauert dorthin nicht einmal zwei Stunden. Durch diese gute Verbindung lässt sich der Urlaub auf der Ostseeinsel Fehmarn angenehm mit einem Ausflug zu den dänischen Nachbarn krönen. ●

↓ Vom Flügler Leuchtturm hat man eine herrliche Aussicht über das Meer. Wenn die Rapsfelder blühen, lohnt sich der Ausflug besonders.





PUNKT.

PUNKT.

AUFBRUCH UND NEUBEGINN

VON FRÜHLINGSBLÜHERN UND SCHMETTERLINGEN IM BAUCH

Alle Jahre wieder schleicht sich mit der Wärme der ersten Sonnenstrahlen ein Kribbeln an – erst unbewusst, dann immer deutlicher: Kälte und Schnee liegen hinter uns und der Frühling ist da!

Die ersten Frühjahrsblüher kommen erst zögerlich, dann kraftvoll aus den Zwiebeln und Knollen hervor, in denen das Leben während der kalten Jahreszeit in der Erde pausiert. Knospen werden prall und öffnen sich zu Blüten. Schwärme von Zugvögeln, von Gänsen und Kranichen kehren aus ihren Winterquartieren zurück und Meise, Spatz und Amsel bauen erste Nester in Nistkästen und Hecken. Im gesamten Tierreich beginnt die Paarungs-, Brut- und Setzzeit.

Und das ist bei uns Menschen nicht anders: Je länger die Tage werden, je höher die Sonne steht, desto besser sind wir gelaunt. Mit jedem Grad Wärme werden wir aktiver, machen Frühjahrsputz und nehmen uns neue Dinge vor.

All diese Vorgänge lassen sich natürlich wenig romantisch, gänzlich unsentimental und rein wissenschaftlich erklären:

Wenn die Tage länger werden löst das Sonnenlicht in Flora und Fauna biochemische Reaktionen aus. Unter anderem das Wohlfühl-Vitamin D, aber auch andere Hormone und Botenstoffe werden freigesetzt und alles was lebt bekommt Energie und Schwung.

Nur uns Menschen ist es allerdings gegeben, diese Energie und diese Wohlgefühle in Worte und Töne zu fassen: Klassisch, so wie der deutsche Lyriker Eduard Mörike Anfang des 19. Jahrhunderts mit seinem Gedicht „Er ist's“ vom blauen Band des Frühlings schwärmte, das nun wieder durch die Lüfte flattert. Oder für die Zeit recht frivol und doppeldeutig Anfang des 20. Jahrhunderts im Schlager „Veronika, der Lenz ist da“ vom Sextett der Comedian Harmonists besungen. Unzweideutig („Fräulein, woll'n se oder nicht?“) bekommt die hier besungene Dame einen Hinweis auf frühes Gemüse: „Veronika, der Spargel wächst!“

So ist es jedes Jahr wieder ein bunter Strauß von Frühlingsgefühlen, der für uns Neubeginn und Aufbruch bedeutet. Herzlich willkommen also dir, lieber Frühling, mit Schmetterlingen im Bauch! ●



↑ Durch die Natur streifen und sie ganz unmittelbar be"greifen": Der Frühling lädt dazu ein.

AM ABEND GEHT DIE SONNE AUF.

Schöffelhofer WEIZEN

NEU!

The advertisement displays seven bottles of Schöffelhofer Weizen-Mix in various flavors: Maracuja, Grapefruit (Alkoholfrei), Grapefruit, Kirsche (new), Zitrone (Naturtrüb), Zitrone (Alkoholfrei), and Granatapfel (Guaraná). The bottles are set against a warm, golden sunset over a city skyline. The Schöffelhofer logo is prominently displayed in the top right corner.

VILSA pur.



Das reine **Wunder der Natur.**