

# GV MANAGER

DAS MANAGEMENT-MAGAZIN  
FÜR DIE GEMEINSCHAFTSGASTRONOMIE

- 14 WEITERBILDUNGS-NAVI**  
MITARBEITERGESPRÄCH AUF  
AUGENHÖHE
- 32 KONZEPT**  
HEALTHY HOSPITAL FOOD
- 44 MANAGEMENT**  
LIEFERANTENBEWERTUNG



» SEITE 8  
GV-MANAGER &  
GV-TEAM DES JAHRES

# Eine Schüssel Vielfalt



Salatbuffets bieten Vielfalt und Flexibilität. So richtig einladend wirken sie meist aber nur direkt zu Ausgabestart – voll bestückt, schön herausgeputzt, kleckerfrei. Während der Corona-Pandemie strichen viele GV-Betriebe die Buffets zudem aus hygienischen Gründen. Grund genug, diese einmal auf den Prüfstand zu stellen. Jörn Brandenburg hat dazu eine klare Meinung: „Ich glaube, dass Bowls und Salatteller langfristig das Salatbuffet in der Gemeinschaftsgastronomie ablösen werden.“ Ausschlaggebend für den Betriebsleiter von Apetito Catering: „So lässt sich Foodwaste noch besser vermeiden – bei optisch attraktiverem Gesamteindruck.“ Hinzu kommt für ihn ein zeitlicher Vorteil –

**„Abläufe so zu vereinfachen, dass sie auch für ungelernte Kräfte in gleichbleibender Qualität umgesetzt werden können, ist elementar angesichts des aktuellen Personal-mangels – und mit Basisprodukten sehr gut möglich.“**

**Caro Bosselmann**  
Café BoBo, Hannover



und zwar im doppelten Sinne: „Eine Bowl kann gut vorbereitet und vom Gast auch direkt mitgenommen werden – das ist gerade in der knappen Mittagspause wichtig.“ Ein Aspekt, den Caro Bosselmann bestätigt. Sie betreibt das Café BoBo in Hannover, dessen Angebots-schwerpunkt auf Bowls liegt und mittags auch stark von Geschäftsleuten frequentiert wird. Ihr systemgastronomisches Konzept setzt auf standardisierte Rezepte, die sich unkompliziert und schnell zubereiten lassen. „Die Grundidee

Salatteller und Bowls mit individuellen Toppings sind eine Chance für mehr Angebotsvielfalt, bei sicherer Kalkulation und geringem Foodwaste. Ideen für die Praxis.

der Bowl kommt von der Poké Bowl, ich habe aber einiges an europäische Geschmäcker angepasst und kann so freier mit Trends arbeiten, als bei der klassischen Poké Bowl, die eher aus rein kalten oder rohen Lebensmitteln besteht“, ergänzt sie. Bewusst können und sollen ihre Gäste die Bowls nicht individuell zusammenstellen. Dafür nennt sie zwei Gründe: „Einerseits schaffe ich es nur mit fixen Gerichten und ausgewählten Toppings, close to No Food Waste zu arbeiten. Andererseits sollen meine Gäste so wenig Entscheidungen wie möglich treffen müssen. Sich für alles einzeln zu entscheiden, raubt Zeit und erschöpft.“ Daher ist ihre Karte gut strukturiert und enthält nur die wichtigsten Infos. Zudem sind ihre Mitarbeiter geschult darin, den Gästen Empfehlungen auszusprechen zur gewünschten Basis-Bowl.

### Baukasten schafft Vielfalt

Für Jörn Brandenburg sind Bowls in der Betriebsgastronomie ein Muss mit großem Potenzial: „Sie eröffnen Küchen die Chance, Kreativität zu zeigen. In Zukunft werden sie aber auch immer wichtiger, um dem tagtäglichen Gast – mit überschaubarem Aufwand – Vielfalt bieten zu können.“ Nicht zu vergessen, dass sie warm und kalt essbar sind und sich auch gut zum Mitnehmen eignen. Aber: Sind Bowls nicht so ein Frauen-Ding? „Mein Konzept richtet sich an eine jüngere, ernährungstrendbewusste Zielgruppe. Diese ist tendenziell weiblich, auch wenn ich kein Freund von solchen Schubladen bin. Aber Frauen folgen solchen Trends oft auf Social Media und sind da experimentierfreudig“, berichtet Caro Bosselmann, die im BoBo etwa 65 Prozent weibliche Gäste hat. „Zu mir kommen aber auch Studenten oder ganz, ganz viele Anzugträger um die 50, die mittags mal etwas anderes wollen.“ Besonders gut kommt bei dieser Klientel die Surf & Turf Bowl an. Sie enthält statt Salat etwas Babyspinat, Tomaten und Frühlingszwiebeln. Dafür hat sie in Form von Rosmarinkartoffeln eine typische Kohlenhydratkomponente und mit Rinderfilet und Garnelen zwei beliebte Eiweißkomponenten. Um Flexitarier mit Bowls zu erreichen, braucht es auch laut Jörn Brandenburg von Apetito Catering beliebte Eiweißstoppings wie Fisch, Satéspieße oder kleine Rouladen. „Damit könnte man gar Mit-

Foto: Homann Foodservice



**Köche unter sich:** Jörn Brandenburg (l.) mit Andreas Stark im neuen Concept Court von Homann Foodservice, wo sich auch Kunden kreativ inspirieren lassen können.

arbeiter aus der gewerblichen Produktion ködern, wenn man sie peu à peu heranzuführt. Denn von heute auf morgen werden wir nicht alle Gäste von solch gemüselastigen Kreationen überzeugen“, ist der Leiter des Betriebsrestaurants am Homann-Standort Lintorf sicher.

### Bowl-Bausteine

Und wie baut man eine Bowl am besten auf? „Bei uns haben die Gäste grundsätzlich die Wahl, ob ihre Basis Salat oder Reis sein soll“, erläutert Caro Bosselmann. Hinzu kommen acht bis neun fixe Zutaten, darunter viel Gemüse, aber auch meist eine eiweißreiche Hauptkomponente wie Hähnchenstreifen, Falafeln oder Ziegenkäse. Gewählt wird schlussendlich nur der Dip und mögliche Add-Ons wie Spicy Cashews, Chiliflocken oder Gojibeeren. Dafür zahlen die Gäste im Schnitt 15 Euro.



JETZT  
*New*

Gratis Rouladen-Tasty-Box bestellen!

HÄHNCHEN-ROULADE ATHEN



Hanna

GEFLÜGEL-GENUSS PUR



HÄHNCHEN-ROULADE HAUSFRAUEN ART





## BELLA MOZZARELLA

(von Andreas Stark, Homann Foodservice)

### \*\*\* FRUCHTIGER KLASSIKER

Zutaten (für 10 Personen)

**2 kg entsteinte Sauerkirschen, 280 ml Essig, 4 Lorbeerblätter, 80 g Zucker, etwas Kirschkonfitüre, 1 kg kleine Mozzarellakugeln, 500 ml Homann Balsamico Dressing, Olivenöl, Salat/Rucola/Basilikum**

Sud aus Essig, Lorbeerblättern und Zucker kochen, etwas abkühlen, dann Kirschen zugeben und mind. 1-2 Std. ziehen lassen.

Dressing aus Kirschkonfitüre, Homann Balsamico Dressing und etwas Sud der eingelegten Kirschen herstellen.

Einige Basilikumblätter und Olivenöl mixen. Mozzarellakugeln und eingelegte Sauerkirschen auf dem Teller verteilen mit Dressing und Basilikumöl beträufeln und mit frischem Basilikum, Salatblättern oder Rucola garnieren.



Absolutes Herzstück einer Bowl ist laut Caro Bosselmann der Dip, den sie auch stets in einem Glasschälchen im Zentrum der Kreationen platziert. „Erst der Dip verbindet die vielfältigen Zutaten, gibt der Bowl ihren Geschmack und die Richtung“, erläutert sie. Dabei basieren all ihre Dips auf einer Grundzutat: der veganen Salat Mayonnaise von Homann Foodservice. „Anfangs war ich skeptisch, doch je mehr ich damit experimentiert habe, umso begeisterter wurde ich“, berichtet Caro Bosselmann, die die Mayonnaise mal mit Wasabi mischt, mal mit Trüffeln, mal mit Rote Bete und Walnüssen o.ä. Neben dem Geschmack, der cremigen Konsistenz und der guten Portionierbarkeit punktet das Grundprodukt laut Caro Bosselmann auch mit der unkomplizierten Weiterverarbeitung. „Abläufe so zu vereinfachen, dass sie auch für ungelernete Kräfte in gleichbleibender Qualität umgesetzt werden können, ist elementar angesichts des aktuellen Personalmangels – und dank dieses Basisprodukts sehr gut möglich“, erläutert sie.

Da die Mayonnaise rein vegan ist, erweitert sich damit zudem das vegane Speisenportfolio. „Vegane Produkte laufen bei uns inzwischen

am besten, auch bei Nicht-Veganern“, berichtet Caro Bosselmann, deren attraktives Angebot scheinbar viele zum Probieren animiert. Für Homann Foodservice und den GVMANAGER hat sie zum Thema Salat im Concept Court eine exklusive Trendbowl namens Waikiki kreiert (Foto S. 36). Sie ist angelehnt an Bali, die indonesische Insel, die nicht nur als Trendfoodschieme für leichte und gesunde Kreationen gilt, sondern auch als beliebtes Urlaubsziel. Die Basis bildet eine Mischung aus Salat und Babyspinat, mit Sesam und Chili eingelegter Wakame-Salat, Edamame, Gurke sowie Avocado. Getoppt wird das Ganze mit Frühlingsschneepflaumen, gesalzene Erdnüsse, Shredded Nori und China-Rose-Sprossen. Und als Dip darf natürlich die vegane Homann Mayonnaise, verfeinert mit Misopaste, nicht fehlen. Als vegane Proteinkomponente kommt noch ein asiatisch gewürzter Plantbased-Hähnchenspieß on top.

### Urlaub auftischen

Die Bowl ist damit perfekt, um Urlaubsgefühle zu wecken – ein Ziel, das auch die Aktion „Salate einfach besser machen – Urlaubsfeeling für Ihre Gäste“ von Homann Foodservice verfolgt. Sie enthält für jedes der neun Homann Salatdressings eine internationale Rezeptidee für einen kreativen Salat. Der Classic Wedge Salat beispielsweise wird dank eines als „Wedges“ keilförmig aufgeschnittenen Eisbergsalats zum absoluten Hingucker. Den US-amerikanischen Schliff bekommt er durch das saisonale American-Dressing, gebratenen Bacon, Käse, Tomaten und Nüsse. „Wir haben jeweils landestypische Zutaten, u. a. aus Thailand, Italien und Frankreich, für die Ideen aufgegriffen. Diese sind aber nicht als starre Rezepte, sondern als abandelbare Vorschläge zu sehen“, erläutert der kreative Kopf hinter den Ideen, Andreas Stark, Head of Key Account Management, Foodservice-Endanwender bei Homann Foodservice. Eines seiner Highlights ist „Bella Mozzarella“, eine fruchtige Variante des italienischen Klassikers Caprese. „Hier habe ich die Tomaten ersetzt durch Kirschen, die in einem Sud aus Essig mit Lorbeerblättern gezogen haben.“

Auch Andreas Stark sieht die Dressings von Homann Service als hilfreiche Grundzutat in Profiküchen. „Sie stellen eine Basis dar, die gleichbleibende Qualität und Kalkulation gewährleistet – ohne dass der Gast das sieht. Denn die Basis liegt bei einem Gericht, wie bei einem Eisberg auch, unterhalb der Oberfläche. Das individuelle Endprodukt, das der Gast auf dem Teller hat, entsteht durch die eigene Note der jeweiligen Küche“, erläutert der gelernte Koch. Folglich sind die Aktionsgerichte von Homann Foodservice auch weniger als Rezept, denn als Impuls zu sehen. „Wir wollen aufzeigen, was mit ein bisschen Kreativität und guten Grundprodukten möglich ist. Um sich vom Wettbewerb abzugrenzen, sollte die Küche aber gerne auch mit den Ideen experimentieren“, betont er.

Impulse dazu können sich Kunden beispielsweise bei einem Besuch im neu eröffneten Concept Court von Homann Foodservice am Unternehmensstandort in Lintorf holen. „Gerne unterstützen wir von Homann Foodservice auch bei der individuellen Weiterentwicklung“, lautet das Angebot von Andreas Stark, der lange Zeit auch als Koch in der Gemeinschaftsgastronomie tätig war. Wohin geht seiner Meinung nach die Reise – Salatbuffet oder Salatteller bzw. Bowl? „Schwer zu sagen, aber der Weg geht dahin, noch gezielter zu kalkulieren und auch Foodwaste zu vermeiden. Da sind Bowls oder Salatteller, die eine ganze Woche lang im Angebot bleiben – je nach Absatz – ein sehr guter Baustein“, resümiert Andreas Stark.

**Claudia Kirchner**