

Trendgetränk Kaffee:

Mit Know-how zu besserer Qualität und höherem Umsatz!

Kaffee ist auch in Österreich eines der beliebtesten Getränke. Für einen hochwertigen Kaffeegenuss braucht es jedoch hierzulande eine allgemeine Qualitätssteigerung, Ausbildungsprogramme und Mitarbeiterweiterbildung. Über die österreichische Kaffeekultur und die Kriterien für einen wirklich guten Kaffee spricht Kaffee-Experte Rüdiger Eggers, Chef der „Kaffeezentrale“ Wien, im folgenden Interview mit **hotelstyle**.

hotelstyle: Sie sind Geschäftsführer der Kaffeezentrale – was genau leistet dieses Unternehmen?

Rüdiger Eggers: Gutes für Kaffeefreunde! Wir wollen dem anspruchsvollen Kaffeegenießer und Gastronomen eine Auswahl ausgesuchter Kaffeespezialitäten von bekannten, aber auch kleinen Geheimtipp-Röstereien sowie entsprechende Schulungen bieten. Der Ideengeber der Kaffeezentrale sitzt in der Schweiz, mittlerweile gibt es aber Filialen in Belgien, Deutschland, Holland und seit nunmehr fast zwei Jahren auch in Österreich. Hinter dem Konzept steckt sehr viel Know-how, denn Kaffee ist kein Fertiggetränk wie Wein oder Limonade. Es geht darum, ein erstklassiges Rohprodukt möglichst professionell zu verarbeiten. Gute Rohware bekommt man aber in entsprechender Auswahl in Österreich nur schwer, mit der Ware aus dem Supermarkt wird kein Kaffeegenießer glücklich werden.

hotelstyle: Wie sind Sie persönlich zum Thema Kaffee gekommen?

Rüdiger Eggers: Ich habe mich nach meiner Karriere als Geschäftsführer eines großen Konzerns für Medizintechnik dem Thema Kaffee gewidmet, weil es mich einfach immer schon interessiert hat. Vor rund 12 Jahren ging weltweit eine Bewegung los, von der man hierzulande nichts gespürt hat. Deshalb habe ich mich international umgesehen und erkannt, wie viel Potential wir in Österreich noch haben. Heute arbeite ich auch als Zertifizierer und Trainer für die SCAE, der Speciality Coffee Association of Europe. Das ist die einzige Organisation, die weltweit Barista-Standards festlegt und entwickelt. Zudem bin ich Juror bei diversen Wettkämpfen, die ich für Österreich auch erstmals organisiert habe. Letztes Jahr hatten wir ein absolutes Highlight – die Kaffeeweltmeisterschaft in Wien!

hotelstyle: Österreich ist ein Land der Kaf-

feehäuser – aber nicht unbedingt ein Land des guten Kaffees?

Rüdiger Eggers: Ich sehe die Kaffeetradition in Österreich, vor allem in Wien, sehr kritisch. Denn vielerorts geht man nicht mehr wegen des Kaffees, sondern trotz des Kaffees in das Kaffeehaus. Dieses Land hat eine sehr schöne historische Kaffeehaustradition, die weltweit einmalig ist und die man auf jeden Fall pflegen und fördern sollte. Aber leider ist im Laufe der Zeit die Qualität des Kaffees unter die Räder gekommen, das Getränk hat nicht mehr den Stellenwert, den es einst hatte. Das Kaffeehaus ist ursprünglich rund um den Kaffee herum entstanden, davon spürt man gerade in Wien nichts mehr. Und das ist wirklich schade, denn Kultur bedeutet ja nicht Asche aufzubewahren, sondern die Flamme weiterzutragen!

hotelstyle: In Italien kann man nahezu in jeder Bar guten Kaffee bekommen, bei uns eher ein Zufall?

Rüdiger Eggers: Vor allem von den Kärntnern höre ich: Mit dem Überfahren der Grenze nach Österreich endet der Kaffeegenuss. Die Frage ist, warum? Die Italiener bauen ihren Kaffee genauso wenig wie wir selbst an, verwenden dieselben Maschinen und sind sicher in der Arbeitsweise auch nicht präziser als wir. Der große Unterschied: Die Kaffee- und vor allem die Espressokultur ist in Italien eine gelebte Kultur. In Österreich fühlt sich niemand für dieses Thema verantwortlich. In Italien gibt es das „Istituto Nazionale Espresso Italiano“, das Standards festsetzt und Produzenten, Betriebe, wie Personal lizenziert. Es gibt in Italien auch viele Röstereien, die auf ihrer Website festhalten, dass sie nur an diese lizenzierten Betriebe liefern – weil sie sich das Produkt nicht von ungeschulten Mitarbeitern, die sich nicht auskennen, schlecht machen lassen wollen.

hotelstyle: In Österreich fehlt es also schlichtweg einfach an Know-how?



© Miriam Kittel

Rüdiger Eggers: Ja, mit Sicherheit. Und es stellt sich auch die Frage, was man unter Tradition versteht und wie man sie lebt. Wir haben eine Wiener Kaffeervielfalt, die sicher einmalig ist. Allerdings sind diese Wiener Kreationen nicht standardisiert, die meisten Rezepturen kommen aus einer Zeit, als es noch keine Espressomaschinen gab. Man müsste die Rezepturen also erst einmal quasi in die Gegenwart übersetzen und den heutigen technischen Gegebenheiten anpassen. Denn wenn Sie heute in drei Wiener Kaffeehäusern Melange bestellen, bekommen Sie mit hoher Wahrscheinlichkeit dreimal unterschiedliche Getränke serviert. Und jeder Kellner wird Ihnen mit Überzeugung sagen: Das ist das Originalrezept, bei uns in Wien trinkt man das so! Es bräuchte auch bei uns einen Hüter der Kaffeekultur.

hotelstyle: Wo sind die neuen Märkte?

Rüdiger Eggers: Wenn Leute etwas über neue Trends im Kaffee erfahren wollen, dann schicke ich sie vor allem nach London und Tokio. Die meisten wollen gar nicht glauben, dass das mittlerweile Metropolen des Kaffees sind. In England hat aber im letzten Jahr der Kaffeekonsum den Teekonsum weit überholt, in London gibt es inzwischen mehr als 1200 Coffee Shops. Auch Japan ist mittlerweile eine echte Kaffeestation, im gesamten asiatischen Raum gibt es einen riesigen Trend.

hotelstyle: Welche Röstungen gibt es grundsätzlich und für welche Maschinen und Zubereitungen eignen sie sich?

Rüdiger Eggers: Im Wesentlichen wird zwischen Espresso- und Filterröstungen unterschieden. Erstere werden in der Regel dunkler geröstet und in professionellen sowie Haushalts-Espressomaschinen und Mokka-Kannen verwendet. Filterröstungen sind heller und daher auch etwas säurebetonter und für Handfilter und Filtermaschinen sowie die sehr trendigen Aeropress- und Vakuumgeräte geeignet. Überhaupt lässt sich weltweit ein neuer Hype in Richtung Filterkaffee feststellen. Ich bin überhaupt der Meinung, dass ein frisch gebrühter Filterkaffee den Verlängerten ersetzen sollte!

hotelstyle: In Wien drängen immer stärker Ketten wie Starbucks auf den Markt. Chance oder Ende für die heimische Kaffeekultur?

Rüdiger Eggers: Mit Sicherheit eine neue Herausforderung. Denn Tatsache ist, dass viele Leute dort hingehen, weil es modern, interessant und gemütlich ist. Sie finden hier ei-



Rüdiger Eggers ist Geschäftsführer der Kaffeezentrale Wien, Zertifizierer und Trainer der Speciality Coffee Association of Europe. www.kaffeezentrale.at

nen anderen Zugang zu Kaffee und zur Qualität. Der Österreicher kann Alternativen testen und seinen Horizont erweitern – wengleich auch diese Ketten nicht immer Topqualität bieten. Aber es kommen ja nun mit einiger Verspätung schön langsam auch die ersten kleinen Coffee Shops zu uns nach Wien - und bei diesen dreht sich wirklich alles um Qualität. Diese kleinen Läden haben großen Zulauf vor allem auch von jungen Leuten, die lernen, wie Kaffee schmecken kann. Immer mehr Gäste stellen damit fest, dass das Getränk im klassischen Kaffeehaus nicht so gut ist, wie es sein könnte oder wie sie es mittlerweile selbst zu Hause zubereiten.

hotelstyle: Weil auch immer mehr Privatpersonen eine Barista-Schulung machen und daheim mit guten Maschinen aufrüsten?

Rüdiger Eggers: Ja – ob mit Convenience-Produkten wie z.B. Kapselsystemen oder Profisystemen. Jedenfalls sind viele nicht mehr länger bereit, für einen schlecht gemachten Kaffee in der Gastronomie viel Geld auszugeben. Ich sehe daher die neuen Coffee Shops durchaus positiv, auch weil damit langfristig ein gewisser Druck beim Cafetier aufgebaut wird. Er wird hoffentlich umdenken, in Qualität investieren und den Kaffee wieder in das Zentrum seines Betriebes rücken. Denn was zählt ist immer der Gesamteindruck – die beste Sachertorte hilft nichts, wenn der Kaffee scheußlich ist. Und sehr oft wird gerade in der Hotellerie ein ausgezeichnetes Dinner zunichte gemacht, weil der abschließende Espresso minderwertig ist. Dabei wäre ein guter Kaffee ja ein toller Begleiter zum Digestif –

zum Espresso passt hervorragend ein Grappa, zum Cappuccino ist ein Portwein wunderbar. Ich kenne Gastronomen, die testen ihre Ports in Kombination mit dem Kaffee, um hier das ideale Geschmackserlebnis zu erhalten. Man kann guten Kaffee also auch sehr gut in Kombination mit anderen Produkten verkaufen – und so den Umsatz verstärken.

hotelstyle: Was also brauchen die Betriebe in Österreich?

Rüdiger Eggers: Warum führen wir nicht ein Qualitätszertifikat wie in Italien ein? Mindestens sollte es in jedem Betrieb einen Qua-



©Blasercafé



litätsbeauftragten, einen Barista, geben. Es muss ja nicht jeder Mitarbeiter eigens ausgebildet werden. Aber wenn zumindest eine Person die Parameter für die Kaffeezubereitung kennt und kontrolliert, hilft das schon enorm. Denn Espresso ist beispielsweise ein ganz genau definiertes Getränk, es braucht eine exakte Kaffeemenge, die richtigen Temperaturen, einen genauen Druck und auch die Durchlaufzeit muss passen. Damit die Maschinen den perfekten Kaffee produzieren, muss ich sie täglich reinigen und bei Bedarf Korrekturereinstellungen vornehmen. Jeden Morgen, bevor der Betrieb startet, sollte ich überprüfen, ob der Kaffee so schmeckt, wie er schmecken soll und ob ich das Beste aus der Bohne heraushole. Und wir sollten unsere Maschinen wieder für Espresso statt für Verlängerten optimieren!

hotelstyle: Der Ausbildungsaufwand für einen Barista wäre ja eigentlich nicht allzu groß?

Rüdiger Eggers: Eine seriöse Schulung dauert rund zwei Tage, in dieser Zeit kann man das Grundwissen und die Techniken vermitteln. Danach hat man allerdings noch nicht die Routine, die ein guter Barista einfach braucht. Um einen beständig guten Cappuccino und guten Milchschaum zu machen, muss ich sicher 40 bis 50 Liter Milch aufgeschäumt haben, um einigermaßen konsistent zu sein. Ein Grundkurs reicht also für den Einstieg, die Praxis muss man dann aber weiterüben. Echte Profis bilden sich stets weiter - etwa im Bereich der „Latte Art“. Das Auge trinkt ja mit – mit schönen Mustern wird das Genusserlebnis Kaffee auch optisch perfekt.

hotelstyle: Kann jeder ein Barista werden oder braucht es dafür bestimmte Voraussetzungen?

dafür eben das richtige Produkt. Von einem schlechten Kaffee kann ich als Profi auch nicht mehr als bitter oder sauer schmecken, weil er aus zu vielen unterschiedlichen Bohnensorten zusammengemischt worden ist. In den Kursen sind die Leute immer ganz erstaunt, was sie bei einem guten Kaffee selbst alles herausschmecken können.

hotelstyle: Und was genau soll man schmecken?

Rüdiger Eggers: Die Geschmacksrichtungen sauer, süß und bitter sind in jedem Kaffee vorhanden, mehr oder weniger ausgeprägt. Was wir wollen, ist eine Balance dieser Komponenten, bei der keine die andere überdeckt. Bei guten Kaffees kann man zudem verschiedenen Aromarichtungen herausschmecken, wie verschiedene Arten von fruchtig, nussig oder schokoladig. – wir finden nahezu alle Geschmackscomponenten, die auch ein Rotwein bietet.

hotelstyle: Wie wichtig ist Ihnen fairer Handel?

Rüdiger Eggers: Das ist mir ein großes Anliegen, aber es ist ein sehr schwieriges Thema. Weil viele glauben, mit dem Begriff „fair“ auf der Packung sei alles fair und gut. Nicht jede Marke, die sich den fairen Handel auf die Fahnen schreibt, ist gleich fair. Es gibt viele Organisationen, die nach verschiedenen und teilweise vernünftigeren Prinzipien arbeiten als andere. Das kann man jedoch als Privatperson schwer hinterfragen oder wissen.



Aber fair gehandelter Kaffee ist auf jeden Fall wichtig, denn die Bauern sind die schwächsten Glieder in diesem Riesenbusiness. Man darf nicht vergessen: Kaffee ist nach Mineralöl das meistgehandelte Produkt der Welt. Es gibt weltweite Player, die mit ihrer Macht die Kaffeepreise diktieren und niedrig halten. Denn tatsächlich wird bei uns der Kaffee viel zu billig verkauft. Wenn man die Dumpingpreise rückrechnet, kann man sich gar nicht vorstellen, dass der Arbeiter auf der Plantage noch irgendetwas für seine Arbeit bekommt.

hotelstyle: Was können wir als Konsumenten und Gastronomen tun?

Rüdiger Eggers: Die Bauern gehören unterstützt, aber nicht einfach nur finanziell, das wird nicht funktionieren. Das Einzige, was den Kaffeebauern langfristig helfen wird, ist ihre Produktionsbedingungen zu verbessern. Nur so können sie bessere Qualitäten produzieren. – Denn schon jetzt bekommt der Bauer mit dem besseren Kaffee mehr Geld. Wenn wir also als Verbraucher hochwertigen Kaffee stärker nachfragen würden, würde auch mehr davon produziert und entsprechend fair bezahlt werden. Leider kaufen aber 80 Prozent der Österreicher Kaffee im Geschäft hauptsächlich nach dem Handelspreis. Damit machen wir uns persönlich mitschuldig an dem Elend in den Anbaugebieten. Wir sollten also in unserem eigenen, ethischen und genussvollem Sinne und im Interesse der Bauern höherwertigen Kaffee trinken und dafür auch einen etwas höheren Preis bezahlen. Es gibt zudem inzwischen Initiativen, bei denen die Bauern ihren Kaffee über heimische Röster selbst vermarkten - sogenannte „Direct Trades“ - ohne große Zwischenhändler. Und immer mehr Röstereien kaufen bei den Plantagen direkt ein und zahlen fair. Fragen Sie Ihren Röster, wie fair er seinen Kaffee einkauft.

hotelstyle: Was kostet im Schnitt ein Kilo guter Kaffee?

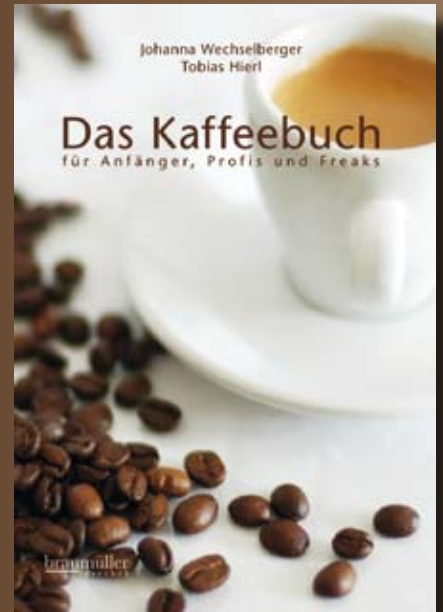
Rüdiger Eggers: Guter Kaffee beginnt ab ca. 20 Euro das Kilo, nach oben sind die Grenzen natürlich offen. Aber unter 10 Euro das Kilo zu kaufen, halte ich ethisch für bedenklich. Denn das bedeutet ganz klar eine Ausbeutung der Bauern. Zudem gibt es zu diesem Preis auch keine gute Qualität – man schadet damit dem Kaffeebauern und seinem eigenen Genusslebnis.

hotelstyle: Wo kann ich Wien beispielsweise erleben, wie wirklich guter Kaffee schmecken muss?

Buchtipps

Das Kaffeebuch. Für Anfänger, Profis und Freaks.

Welcher Typ Kaffeemaschine passt zu wem? Wie bereite ich den perfekten Espresso zu? Und wo kommen eigentlich die Kaffeebohnen her? Die Kaffee-Spezialisten Johanna Wechselberger und Tobias Hierl geben kompetente Antworten für Genussmenschen. Eigentlich ein Buch für alle, die Kaffee genießen. Und schließlich ein praktisches Handbuch auf für Kenner - mit zahlreichen Tipps und Tricks, wichtigen Adressen, umfangreichem Register, Kaffee-Lexikon und Glossar. Verlag Braumüller Lesethek, 2011, 24,90 €.



Anfänger erfahren alles über:

- den perfekten Espresso, köstlich feinporiger Milchschaum - Schritt für Schritt erklärt
- Kaffeemaschinen und Zubereitungsarten vom Espresso Halbautomaten bis hin zum türkischen Kaffee
- Kaffeerezepte - Wiener Melange, Irish Coffee, White Chocolate Macchiato
- Kaffeeanbau, Verarbeitung, Handel Zertifizierung

Profis erweitern ihr Wissen:

- wie man mit der Abstimmung vom Mahlgrad und Temperatur das Beste aus jedem Kaffee herausholt
- wie Kaffee richtig getampft wird
- wie man mit "Latte Art" kleine Kunstwerke in der Tasse kreiert

Freaks finden Anregungen und Ideen:

- zu eigenen Kaffeeröstungen und den physikalischen-chemischen Vorgängen dahinter
- wie man Filterkaffee nach dem "Gold Cup Standard" zubereitet
- welche speziellen Vorteile ein bodenloser Siebträger bietet

Die Autoren: Johanna Wechselberger machte mit der Eröffnung des Wiener Mocca Club ihre Liebe zum Kaffee zum Beruf. Zertifiziert als "Coffee Master" der SCAE (Speciality Coffee Association of Europe), Spitzenplätze in internationalen Barista-Wettbewerben, Barista-Trainerin für Nespresso, Julius Meinl, ING u.a. und Leiterin der Julius Meinl Coffee Academy in Wien. Aktuelle Wirkungsstätte: Vienna School of Coffee. Tobias Hierl: Seit Jahren Fachjournalist und Autor mit Schwerpunkt auf kulinarischen Themen und Wein.

Rüdiger Eggers: Wie gesagt, entstehen immer mehr Läden, in denen man sehr gute Qualität bekommt. Ich persönlich mag etwa wie die „Kaffeeabrik“, eine Kaffeebar und Rösterei im vierten Bezirk, oder „POC“ oder „Kaffeemodul“ im achten Bezirk. Und das „CaffèCouture“ im Neunten. Aber auch das „Aumann“ im 18. Bezirk macht vor, was ein guter Kaffee im Kaffeehaus ist.

hotelstyle: Stichwort Gesundheit. Wie viel Kaffee trinken Sie?

Rüdiger Eggers: Ich trinke bis zu zehn Tassen am Tag und halte das für gesund. Man weiß

mittlerweile, dass Kaffee sehr viele gesundheitsfördernde Eigenschaften besitzt. Kaffee hat über 1000 unterschiedliche Inhaltsstoffe. Koffein, Vitamin B, Mineralstoffe, verschiedene Säuren, Phenole und Antioxidantien sind die bekanntesten und inzwischen am besten dokumentiert. Neuste Untersuchungen belegen, dass Kaffee das Diabetes-2-Risiko senkt, Entzündungen entgegenwirkt, Herz-Kreislaufkrankungen vorbeugt und übrigens auch kein Wasser entzieht. Die Wirkung des Kaffees auf den menschlichen Körper ist also sehr vielfältig und positiv.

Herzlichen Dank für das Gespräch!



Bilder: Internorga

INTERNORGA präsentiert: Erlebnisdrink Kaffee!

Für die Besucher aus den Bereichen Hotellerie, Gastronomie, Bäckereien und Konditoreien bietet die Internorga 2013 einen breiten Streifzug durch die innovative Produktwelt des Kaffees. Allein rund 70 Anbieter zeigen auf der Leitmesse für den Außer-Haus-Markt vom 8. bis 13. März alles rund um das anregende Getränk.

„Kaffeespezialitäten sind sowohl in der klassischen Gastronomie, als auch bei einer Vielzahl von anderen Verkaufsstellen, zum Beispiel beim Bäcker um die Ecke, zu einem wichtigen Umsatzbringer geworden. Dabei werden die Kaffeetrinker immer anspruchsvoller und qualitätsbewusster – und durchaus sensibel für alle Stellen der Wertschöpfungskette. Das gilt übrigens ebenso für den Kaffee zum Mitnehmen. Für die Branche heißt das: Investitionen in Know-how und Produktqualität werden vom Gast dankbar angenommen. Die Internorga 2013 bietet die perfekte Orientierung zum Upgrade in die Barista-Kategorie. Und das sogar per interaktiver App, die auf dem virtuellen Kaffee-Themenpfad digital zum Ziel führt“, verrät Geschäftsbereichsleiterin Claudia Johannsen.

Zurück zum Filter: Heißester Trend in diesem Jahr: Retro. Die gestiegenen Ansprüche der Gäste haben zur Wiederbelebung alter Methoden des Kaffeekochens geführt – der Filterkaffee lebt nicht nur, er boomt. Denn dieser von spezialisierten Gastronomen geduldet von Hand aufgebühter Kaffee ist aromatischer und bekömmlicher als anderer Kaffee, da sich aus dem Kaffeemehl viel weniger Bitterstoffe als bei anderen Zubereitungsarten lösen. Soviel zur Theorie. In der Praxis herrscht wenig Einigkeit über die optimale Hardwarewahl, dafür aber über Herkunft, Feinheit und Röstungsgrad des Kaffeemehls. Auch über die Wassertemperatur, ja das Wasser selbst, lässt sich trefflich diskutieren. Was engagierte Amateur-Connoisseur-Communitys wie kaffee-netz.de über Tage beschäftigen kann, stellt den Gastronom vor schwierige Entschei-

dungen: welche Kanne, welcher Filter? Die aus den USA oder Japan importierte Kultkanne samt Kaffeemühle? Mit Porzellanfilter und Filtertüte à la Melitta Bentz? Oder doch das French-Press-Verfahren mit der Stempelmaschine aus skandinavischer Produktion? Welche Zubereitungszeit muss ich als Kostenfaktor in meine Kalkulation einbeziehen? Wer das Thema professionell angeht, wird auf der Messe nicht nur gut beraten, sondern hat auch die Möglichkeit, die Ergebnisse der verschiedenen Systeme vor Ort zu verkosten. Cafaesie Norddeutschland zeigt beispielsweise die angesagten Coffeemaker der US-Marke Bunn. Am Gemeinschaftstand von Dallmayr und Heimbs Kaffee demonstriert man gerne den French-Press-Kaffee verschiedener Gastronomielinien als wiederentdecktes „Erlebnis von Kaffeekultur“.

Weg in die Hightech-Zukunft: Auch das Gegenmodell des Retrotrends lässt sich auf der Internorga erfahren. Um den immer individuelleren und damit vielschichtigeren Gästeerwartungen gerecht zu werden, wird mehr und mehr auf Hightech gesetzt. Der Geislinger Kaffeemaschinenhersteller WMF wird seine mit dem IF-Design-Award ausgezeichnete WMF 8000 S mit softwaregestützter Maschinenintelligenz in neuen, noch komfortableren Ausstattungsoptionen vorstellen. Mithilfe des berührungssensitiven Bedienfelds lässt sich die enorme Vielfalt an Kaffeequalitätseinstellungen, Rezeptvariationen und Bedienabläufen komfortabel und schnell in verschiedenen Einsatzprofilen organisieren. Mit diesen lässt sich die WMF 8000 S zeitgesteuert an wechselnde Szenarien anpassen. „Wer den unterschiedlichsten Wünschen anspruchsvoller Gäste gerecht werden muss, kann sich maschinelle Unterstützung holen und so in der Breite punkten“, empfiehlt Melanie Nolte, Leiterin Vertriebsmarketing WMF Kaffeemaschinen, eine funktionierende Lösung für gestiegene Kundenerwartung.

Fair Trade: Das wachsende Interesse am

Qualitätsprodukt Kaffee hat den Blick für die Umstände geschärft, unter denen der Rohstoff entsteht. Am Ausgangspunkt der Wertschöpfungskette setzen Kaffees an, denen das Fair-Trade-Siegel besondere Achtung vor Herkunft und Erzeugern bescheinigt. Mit dem eigenen Zeichen „fair plus“ macht Fair-Trade-Pionier Gepa darauf aufmerksam, dass man häufig über die internationalen Standards des fairen Handels hinausgeht. Ein Argument, welches bei den Endkunden der Außer-Haus-Branche immer mehr ankommt. „Mit dem guten Gewissen als besonderer Aromakomponente schmeckt Kaffee eben besonders lecker“, lacht Vertriebsleiter für den Außer-Haus-Service Dirk Becker und freut sich, der Branche den Einstieg in den Fair-Trade-Bereich noch einfacher machen zu können: Für Kunden aus dem Außer-Haus-Bereich hat Gepa jetzt einen eigenen Onlineshop entwickelt. Rund um die Uhr kann dort fair eingekauft werden. Der größte Teil der Qualitätsprodukte ist nicht nur fair gehandelt, sondern stammt auch aus ökologischem Anbau. Dirk Becker ist sich sicher: „Mit fairen Produkten auf der Speisekarte können sich die Betriebe von ihren Mitbewerbern positiv abheben.“

Innovatives Coffee-Design als Erfolgskonzept: Der italienische Kaffeehersteller Lavazza besitzt weltweit ein Netzwerk von 50 Training Centern, in denen Gastronomie-kunden sowie Caffè-Liebhaber in Theorie und Praxis alles Wissenswerte rund um die braune Bohne lernen können, vom Anbau der Kaffeepflanze über die ideale Zubereitung bis hin zur ansprechenden Präsentation der Caffè-Spezialitäten. Das größte Training Center ist in Turin, der Heimatstadt von Lavazza angesiedelt. Hier widmen sich Experten neben der Schulung auch dem Bereich „Coffee Design“ und entwickeln – teilweise in Zusammenarbeit mit weltbekannten Starköchen wie Ferran Adrià, Davide Oldani, Carlo Cracco und Massimo Bottura – stets neue, innovative Rezepte und Produkte auf espressobasis und experimentieren mit neuen Geschmackskombinationen. „Von diesen gelungene Mischungen aus traditionell-italienischen Kreationen und innovativen Geschmackserlebnissen, die die neuesten Trends aufgreifen, können auch unsere deutschen Kunden profitieren“, sagt Fabio Marletta, der Leiter des deutschen Lavazza Training Centers in Frankfurt am Main, das die Turiner News auf der Internorga präsentiert.



**MIT BRITA
MACHE ICH DEN
BESTEN ESPRESSO
DER STADT**

PURITY Finest –
Erfahrung und Leidenschaft
für guten Espresso

erfahren Sie mehr unter:
+49 (0) 61 28 / 7 46 - 5765 oder
www.professional.brita.de





Kaffee-Lifestyle auf Knopfdruck

Die Welt des Kaffees hat sich verändert. Kaffee hat Stil. Und neues Styling. Kaffee setzt Trends. Und bietet damit völlig neue Möglichkeiten der gastronomischen Differenzierung. Dabei ist die moderne Interpretation des Kaffees nur einen Touch vom klassischen Heißgetränk entfernt. Heiß- und Kaltgetränke per Tastenwahl, über 30 vorprogrammierte Spezialitäten auf Knopfdruck, serviert im eleganten Glas oder in effektvoller Tasse, verleiht Kaffeegenuss einen völlig neuen Aspekt. Und neuen Ausdruck.

Spezialitätenvielfalt & einfaches Handling

Als Trendsetter unter den Kaffeeanbietern punktet CUP&CINO mit vielfältigen Kreationen auf Kaffeebasis. So bietet ein CUP&CINO Kaffeesystem auf Knopfdruck neben exklusiven Heißgetränken auch köstliche Kaffee-Kaltgetränke wie Ice Macchiato, Ice Cappuccino oder Ice Caffè Latte. Verfeinert mit exklusiven Flavours, ergänzt durch Vanille- und Schoko-Drinks auf Milchbasis sowie einem exklusiven Tee-Programm wird die Auswahl an Spezialitäten für Premium-Hotels ebenso individuell wie unendlich.

„Original Coffee House Qualität“

Premium-Kaffee aus führenden Hochlandregionen und natürlich FAIRTRADE gehandelt, unterstreicht den hohen Qualitätsanspruch der gehobenen Hotellerie. Für jede Größe und jede Anforderung wird das passende Kaffee-System geboten. Das einfache Handling der Kaffeemaschinen schafft speziell im SB-Bereich überzeugende Vorteile. „Der Trend geht vermehrt zum Frühstücksbuffet. Speziell in diesem Bereich punktet das System durch das einfache Handling. Damit garantieren Hoteliers Selbstbedienung auf höchstem Niveau“, bringt Österreich-

Geschäftsführer Peter Huber die Systemstärke auf den Punkt. „Viele unserer Kaffeesysteme lassen sich mit einfachen Münzzählssystemen ausstatten, damit lässt sich das Kaffeeangebot eines Hotels vollständig automatisieren.“

TEAaMO® Teekultur auf höchstem Niveau

Mit der Marke TEAaMO wird Teekultur in der gehobenen Gastronomie und Hotellerie neu zelebriert. Sie bietet der Hotellerie Premium-Teesorten aus den besten Anbaugebieten der Welt. Das Produktsortiment bietet Schwarz-, Grün- und Früchtetees auch in BIO-Qualität. Das TEAaMO Tee-Set aus hochwertigem Porzellan sorgt dafür, dass Teetrinken zum Erlebnis wird. Es besteht aus je einem Tablett, einem Abfallkocher mit Deckel, einem formschönen Teeglas und der exklusiven Tee-Uhr zum Bestimmen der Ziehzeit.

Coffee Bars auf kleinstem Raum

Dank modularer Shop-in-Shop-Systeme kann bereits ab einem Raumangebot von einem Quadratmeter eine kleine „Coffee Bar“ realisiert werden. Passende Möbel im gehobenen Lounge-Style setzen der individuellen Umsetzung von gemütlichen Kaffee-Ecken keine Grenzen.



14 Tage gratis testen

Unter dem Motto „Lifestyle in Summer“ bietet das Unternehmen aktuell attraktive Eintauschaktionen an. Das Angebot reicht dabei von Eintauschprämien für Altgeräte über zinsfreie Finanzierungen bis hin zur Bereitstellung von Sonnenschirmen, Leuchtschildern, Tischaufstellern und Kaffeekarten. Die Vorzüge und die Praxisstärke des Kaffeesystems können dabei vorab im eigenen Betrieb 14 Tage lang getestet werden.

Internorga: 8. - 13. März, Halle A1, Stand 201

CUP&CINO

T +43 (0)732 / 24 38 92
office@cupcino.at
www.cupcino.at



Perfekter Espresso auf der Internorga 2013

Um bei Kaffee, Espresso, Cappuccino, Latte Macchiato & Co. großartiges Aroma aus den Bohnen zu bekommen, muss die Wasserqualität stimmen. Doch diese kann aufgrund örtlicher Gegebenheiten sehr unterschiedlich sein, was zu Geschmacksverlust führen kann. Die Wasserfilter von BRITA Professional bereiten das Wasser so auf, dass das Aroma zur vollen Entfaltung kommt, der Geschmack perfekt ist und auch die Maschine nicht an Leistungsfähigkeit verliert. Pünktlich zum Start der Internorga 2013 zeigt sich Brita Professional im frischen Look und stellt seine Kompetenz in Sachen Wasseroptimierung für besten Espresso und herrliche Kaffeespezialitäten mit neuen Produkten vor: der PURITY Finest Familie.

Feinstes Aroma dank Finest

Für einen Premium-Espresso ist es nicht nur wichtig, dass ein exzellenter, für alle Sinne erlebbarer Geschmack entsteht, sondern auch eine einzigartige, goldbraun gefärbte, äußerst stabile Crema, die sich sehen lassen kann. BRITA macht dies direkt auf dem Messestand mit einem Crema Test sichtbar. Speziell für professionelle Kaffeemaschinen hat BRITA Professional den PURITY Finest entwickelt. Original italienischer Espresso gelingt mit perfektem Wasser in Bestform.

Von Wasserexperten für Kaffeeexperten

Für jeden Geschmack der richtige Filter! Liebhaber von Espresso und Kaffeespezialitäten

auf espressobasis kommen jetzt noch umfangreicher auf ihre Kosten. Die neuen PURITY Finest 600 und 1200 verfügen über mehr Kapazität und somit längere Laufzeiten, die eine gleichbleibende, perfekte Qualität von Espresso sowie allen auf Espresso basierenden Kaffeespezialitäten bietet.

Auch die Finest Familie besticht natürlich mit den drei PURITY Versprechen: Höchste Produktsicherheit, einfache Handhabung und optimale Wasserqualität. Der IntelliBypass sichert einen volumenstromunabhängigen

Verschnittwasseranteil speziell bei geringen Wasserdurchsatzraten und eine damit verbundene konstante Wasserqualität. Eine Reduzierung von Trübungen sowie geruchs- und geschmacksstörenden Inhaltsstoffen im Filtrat und auch im Verschnittwasser ist gewährleistet.

Die PURITY Finest Familie zaubert italienisches Lebensgefühl in jede Tasse Espresso. Probieren und überzeugen Sie sich selbst! BRITA Professional freut sich auf Ihren Besuch auf der **Internorga** in Halle B2 EG, Stand 101.



BRITA Professional GmbH & Co. KG

T +0 61 28/746-5765

professional@brita.net

www.professional.brita.de



Die hohe Kunst, guten Kaffee zu bereiten

Der Barista kann's: Barista ist eine Berufsbezeichnung für jemanden, der in einer Espresso-Bar bzw. einem Café für die professionelle Zubereitung des Kaffees verantwortlich ist. Barista (m/w) ist das italienische Wort für Barkeeper (Theker), der Plural lautet Baristi (m) bzw. Bariste (w). Während ein Barista in Italien alle Arten von Getränken serviert, wird hiermit im englischen und internationalen Sprachraum jemand bezeichnet, der – vornehmlich in Coffee Shops – Getränke auf der Basis von Espresso fachgerecht zubereitet und serviert. Oft beherrscht ein Barista auch die „Latte Art“, wobei beim Eingießen der aufgeschäumten Milch in den Espresso ein Cappuccino oder eine Melange mit Gemälde entsteht. Für sein Tätigkeitsfeld benötigt ein Barista Kenntnisse in Bezug auf Kaffeesorten, Kaffeeröstung, die Bedienung und Wartung der Espresso-Maschinen, das Aufschäumen von Milch und vieles andere mehr. Diese Kenntnisse können in entsprechenden Kursen erworben werden.

Baristakurse: Von Profis für Profis: Die Verarbeitung, der Transport, das Rösten und vieles mehr trägt dazu bei ob es ein guter oder schlechter Kaffee wird. Aber auch die besten

Bohnen und die teuerste Maschine helfen nichts, wenn der Barista nicht richtig mit den Geräten umgehen kann. Falsche Einstellungen, schmutzige Geräte, inkorrekt gelagerter Kaffee findet man in den besten Kaffeehäusern. Die Kaffeezentrale in Wien berät und unterrichtet – wie auch andere Kaffeeschulen – vor allem Technik und Sensorik, damit die Teilnehmer lernen, Fehler selber zu erkennen und auszubessern. Sie bietet unterschiedliche Kurse an, vom Basiskurs bis zum Latte Art Kurs für Fortgeschrittene. Der Basis-Kurs richtet sich an Teilnehmende, die sich ein Basiswissen der Kaffeezubereitung auf der traditionellen (halb-automatischen) Kaffeemaschine aneignen möchten. Betrachtet werden die Vorgänge des Mahlens und des Brühens von Espresso. Vermittelt wird das Wissen über perfekt geschäumte Milch. In vielen praktischen Übungen lernt der Teilnehmer die Espresso- und Milchschaumzubereitung. Der Kursinhalt eines Basiskurses: Parameter der Kaffeezubereitung, Maschinen- und Mühlentypen, Mühleneinstellungen, Milch und Milchsäume, Arbeitsprozesse und Arbeitsplatzorganisation, Reinigungsstandards, Standard der SCAE Basic Barista Zertifizierung. www.kaffeezentrale.at

Barista-Schulen:

Baristaschule

Franz Grünwald
Kaserngasse 16, 2000 Stockerau
www.baristatrainer.at

Buna

Susanne Feier
Eggenberger Allee 14, 8020 Graz
www.buna.at

Kaffeemuseum

Goran Huber
Pontlatzerstraße 61, 6020 Innsbruck
www.kaffee-institut.at

Kaffeeschule in der Sargfabrik

Rüdiger Eggers, Maximilian Weissenbacher
Goldschlagstraße 169/2, 1140 Wien
www.kaffeezentrale.at

Vienna School of Coffee

Johanna Wechselberger
Hahngasse 22/1, 1090 Wien
www.viennaschoolofcoffee.at



Belluna Plum



Amira

Perfekt gedeckte Tische!

Pünktlich zum neuen Jahr verzaubert Duni die Gastro-Welt mit einem frischen und neuen Angebot an Farben, Motiven und Qualitäten:

Ein Feuerwerk der frischen Farben

Gemäß der aktuellen Trends hat Duni das Farbportfolio überarbeitet und sieben neue Trendfarben entwickelt, die in Form von Servietten, Kerzen, Tischläufern und Tischdecken tolle neue Kombinationsmöglichkeiten bieten.

Ehrenwort – es ist kein Stoff!

Elegance® Servietten sehen aus wie Stoff, bieten aber darüber hinaus alle Vorteile und die volle Flexibilität einer modernen Einweglösung. Das neue Elegance-Dekor „Crystal“ unterstützt in den Formaten 40x40cm und 48x48cm und in vielen neuen Farben bei der Kreation ansprechender Tafelräume.

Design oder nicht sein

Auffallend einladend – so könnte man die neuen Motivserien Belluna und Amira am treffendsten beschreiben. Wer es ausgefallen

mag, beeindruckt seine Gäste mit Tischläufern und Servietten Belluna Plum. Klassischer eingedeckt geht es mit dem Motiv Amira in verschiedenen Farbstellungen.

Licht lockt Leute an!

Romantischer Kerzenschein gehört wie selbstverständlich zu einer gelungenen Tischinszenierung. Duni hat auch hier reichlich Abwechslung zu bieten, so dass farblich jede Tischeindeckung mit passender Kerze versehen werden kann.

Neuer Katalog „Designing Atmosphäre 2013“

Weitere spannende Neuheiten im neuen Katalog „Designing Atmosphäre 2013“. Jetzt anfordern. Telefonisch unter 0662 835496-0 oder unter office@duni.at. Oder elektronisch zum Download unter www.duni.at > Produkte



Elegance Crystal



Kerzengläser Patio

Eurogast Big Cooking Contest 2013

Rock the kitchen!

Let's get ready to cook! Im Frühjahr 2013 schlägt der Gong zur nächsten Runde des großen Eurogast Big Cooking Contest. Ab April tourt Eurogast wieder quer durch Österreich, um die Kochelite unter den Lehrlingen und TourismusschülerInnen zu finden.

Eurogast sucht erneut gemeinsam mit dem Verband der Köche Österreichs nach den talentiertesten Küchenrockstars im Land. Auch 2013 findet das erste Qualifying wieder im Rahmen der Frühjahrsmesse in Dornbirn statt. Eurogast Grissemann richtet das erste Kochduell aus und Geschäftsführer Mag. Thomas Walser freut sich schon auf den Startschuss im Ländle: „Aus den letzten Jahren wissen wir: Der Run auf die Qualifyings ist riesig und die Jungköche und -köchinnen sind höchstmotiviert. Jeder will zeigen, was er kann – das macht einfach Spaß.“ Neben der hochkarätigen Fachjury, die die Leistungen der jungen Kochstars beurteilt, sind immer zahlreiche Freunde und Fans mit dabei, um ihre Favoriten anzufeuern.

Brandheißer Hauptpreis: Die Gewinner der vergangenen Jahre können ein Lied davon singen – der Hauptpreis, der auf das Sieger-team des Eurogast Big Cooking Contest wartet, ist einzigartig: Mit einem Backstage-Pass, von dem jeder Kochlehrling träumt, werden die Küchenrockstars ins Allerheiligste eines renommierten Spitzenkochs eingeladen. Im Restaurant eines Luxushotels darf das Siegerteam lernen und sich wertvolle Tipps für seine weitere Kochkarriere mit auf den Weg geben lassen. Anfahrt und Aufenthalt sind bei dieser „Lehrzeit“ der besonderen Art natürlich inkludiert.

Wer zuerst kommt, kocht zuerst: Doch bevor es soweit ist, muss man sich gegen die Konkurrenz durchsetzen, das Bundesländer-Qualifying im April für sich entscheiden und schließlich beim „Grande Finale“ auf der fafga in Innsbruck noch einmal alle überzeugen. Der Ansturm ist groß, der Kochnachwuchs motiviert – daher heißt es jetzt: schnell anmelden und mitmachen! Anmeldungen und Infos: www.bigcookingcontest.at





©Kvarner, ART/Lussino

Region Kvarner unter der Haube!

Mixed Grill war gestern. Was die engagierten Kochkünstler aus der kroatischen Region Kvarner aus Fisch, Meeresfrüchten und den Schätzen des Hinterlandes machen, ist renommierten Gourmet-Guides mittlerweile viele Auszeichnungen und den Kollegen in ganz Europa höchste Anerkennung wert.

Die regionalen Spitzenprodukte machen es ihnen leicht. Doch vereint mit innovativem Know How und viel Leidenschaft wird aus zart-nussigen Kvarner Scampi, sonnendurchglühten Kräutern, schmelzendem Käse und feinen Pilzen, fruchtigem Olivenöl, Wein und unzähligen anderen heimischen Produkten ein Feuerwerk an Aromen und Texturen. Die sind mittlerweile auch dem renommierten Gourmetguide Gault Millau insgesamt sieben Hauben wert. Von „bestechender Produktqualität“ ist hier die Rede, vom Verzicht auf „Schnickschnack“ und „Effekthascherei“ sowie von „spannenden Weinbegleitungen“. Höchste Anerkennung gibt es auch von internationalen Kollegen, insbesondere von Seiten der „Jeunes Restaurateurs d'Europe“. Diese Assoziation ambitionierter, junger Starköche und -köchinnen setzt sich für neue, innovative Küche ein – um genau dadurch das kulinarische Erbe und Savoir Vivre zu bewahren. Der Zusammenschluss besteht derzeit aus rund 350 Köchen aus zwölf Ländern. Kroatien ist seit zwei Jahren mit elf Mitgliedern vertreten, drei davon sind im Kvarner beheimatet!



©Kvarner, ART/Lussino

www.hotelstyle.at

Mitten im Markt Messe Stuttgart



*Ich möchte die Geschichte eines Speises kennen.
Ich möchte wissen, woher die Nahrung kommt.
Ich stelle mir gerne die Hände desse vor, die das, was
ich esse, angebaut, verarbeitet und gekocht haben.
Carlo Petrini, Gründer und Präsident von Slow Food*



MARKT DES GUTEN GESCHMACKS



Slow Food®
Deutschland e.V.



Die Slow Food Messe



Von A wie Alblinsen bis Z wie Ziegenkäse

Lassen Sie sich von einer außergewöhnlichen Genussmesse begeistern, dem **Markt des guten Geschmacks – die Slow Food Messe**. Entdecken Sie die beeindruckende Vielfalt regionaler Spezialitäten. Treffen Sie über 400 Genusshandwerker persönlich. Mitmachen und zuschauen, probieren und genießen, diskutieren und sich informieren können Sie beim sinnensfreudigen Slow Food Rahmenprogramm. Mehr Informationen hierzu finden Sie im Internet.

11.– 14. April 2013

Messe Stuttgart

www.messe-stuttgart.de/slowfood

Donnerstag 14 bis 22 Uhr, Freitag – Sonntag 10 bis 18 Uhr

Mit Leidenschaft für unverfälschtes Essen

Vom 11. bis 14. April 2013 öffnet der Stuttgarter „Markt des guten Geschmacks – die Slow Food Messe“ zum siebten Mal seine Tore und präsentiert eine einzigartige Vielfalt regionaler Köstlichkeiten und Spezialitäten. Mit einer Plakat- und Postkartenaktion macht die Messe Stuttgart dabei auf das beispiellose Qualitätskonzept aufmerksam, das diese Messe von anderen Genuss- und Feinschmeckermessen unterscheidet. Zugelassen werden nämlich ausschließlich Aussteller, die die anspruchsvollen Slow Food Qualitätskriterien erfüllen – eine kompromisslose Absage der Messe an die Erzeugnisse und Praktiken der Lebensmittelindustrie. Die auf der Messe angebotenen Spezialitäten müssen gemäß der Slow Food Philosophie in traditionell handwerklicher Art, frei von gentechnisch veränderten Rohstoffen, frei von Aromastoffen, frei von Zusatzstoffen (bis auf wenige Ausnahmen) sowie umwelt- und ressourcenschonend hergestellt werden. Von der Messe ausgeschlossene Verfahren sind beispielsweise Folienreife beim Käse, Hopfenextrakt beim Bier oder chemische Backmittel beim Brot. Die kostenoptimierten Herstellerpraktiken werden von Slow Food Deutschland unter anderem deshalb kriti-



siert, weil die geschmackliche Qualität der Produkte stark darunter leidet. Weitere Informationen unter: www.messe-stuttgart.de und www.slowfood.de

Zum dritten Mal Geschmack bewiesen

In ihrem dritten Jahr hat die Cook & Look, Österreichs größte Genussmesse, wieder einmal bewiesen, dass Kulinarik, Kochen und guter Geschmack voll im Trend liegen. Die erfolgreiche Synergie mit der Ferien Messe und Vienna Autoshow lockte vom 10. bis 13. Jänner 148.000 Besucher an. Geboten wurde wieder was der Herd begehrt. Frisches, Köstliches, Exklusives, Lifestyle und Ambiente – von erlesenen Köstlichkeiten und Naturprodukten über clevere Küchenhelfer bis hin zur kompletten Küchenausstattung. Niemand geringerer als Koch-Ikone und Gewürzexperte Alfons Schuhbeck gab gleich zweimal seine Künste zum Besten: Bei seinen Kochshows, wo sich die Stars im wahrsten Sinne des Wortes den Kochlöffel in die Hand gaben. Zugunsten der Rote Nasen Clowndoctors gab es ein Kochduell der Extraklasse: Landwirtschaftsminister Niki Berlakovich und Genuss Region Österreich Obfrau Grete Reichsthaler traten zusammen mit Alfons Schuhbeck gegen Erwin Steinhauer, Emmy Werner und Spar-Geschäftsführer Alois Hu-



ber an. Unterstützung erhielten die Teams von Dr. Stoppl alias Martin Kotal, künstlerischer Leiter der Rote Nasen Clowndoctors Österreich. Als Sieger gingen ex aequo beide Teams hervor, doch die eigentlichen Sieger des Abends waren die Roten Nasen, deren Geschäftsführerin Edith Heller sich über eine Spende in Höhe von € 2.000,- freuen durfte.

LivingKitchen begeistert die Branche!



eindrucksvoll bestätigt. Ob innovative Herstellerpräsentationen, Weltpremieren neuer Küchenmöbel, Hausgeräte, Zubehör oder Koch-Shows mit Star-Faktor – der Mix rund um das Thema Küche und Kochen sorgte für kontinuierliche Frequenz von Besuchern an allen Messetagen und für zufriedene Gesichter bei den Ausstellern. „Hauptziel war die internationale Bedeutung des neuen Küchenevents zu steigern und vor allem noch mehr Fachbesucher aus aller Welt für das Thema Küche in Köln zu begeistern. Dieses Ziel haben wir erreicht“, lautete das Fazit von Katharina C. Hamma, Geschäftsführerin der Koelnmesse. „Die LivingKitchen hat damit beste Voraussetzungen, die wichtigste, umfassendste und interessanteste Messe-Plattform dieser Branche zu werden“, erläutert Hamma. „In den drei Messehallen hat die Branche erneut bewiesen, wie viel Innovationskraft, Designanspruch und Qualität in ihr steckt. Ich bin mir sicher, dass sich dies in den kommenden Monaten sehr positiv in den Auftragsbüchern unserer Aussteller widerspiegeln wird. Die LivingKitchen ist damit nicht nur Trend-, Innovations- und Designschmiede, sondern auch die wichtigste Businessplattform im weltweiten Küchenmarkt“, bestätigt Messechef Böse. Die LivingKitchen konnte nicht nur nahtlos an den Erfolg der Premierenveranstaltung im Jahr 2011 anknüpfen, sondern in vielen Bereichen die Kennzahlen deutlich verbessern.

www.livingkitchen-cologne.de

Tolles Messedoppel: Nach sieben intensiven Messetagen schloss die imm cologne am 20. Jänner ihre Tore. 1.250 Unternehmen aus mehr als 50 Ländern zeigten die neuesten Trends des kommenden Jahres und lockten rund 142.000 Besucher nach Köln. „Mit diesem Messedoppel haben wir die Erfolgsstory imm cologne und LivingKitchen

fortgeschrieben. Köln ist der absolute Mittelpunkt der Möbel- und Küchenindustrie vor allem, wenn es um das Thema Business geht“, so das Resümee eines sichtlich zufriedenen Messechefs Gerald Böse.

Neue Innovationskraft: Die LivingKitchen 2013 hat sich als Ausstellungsformat



Wahre Schätze für die Küche.

Hochwertige Spülen
und Armaturen von BLANCO.

Entdecken Sie die besonderen Vorteile eines modernen Spülcenters: Zeitgemäßes Design, optimale Raumnutzung und höchste Funktionalität. BLANCO Spülen und Armaturen bringen so täglich ein Plus an Lebensqualität.

www.blanco.at

BLANCO



Grillen wie ein Weltmeister!

Der Zufall wollte es, dass der heutige Doppel-Grillweltmeister Adolf Matzek 1998 bei einer Studienreise in Holland mit dem Thema „Grillen & Barbecue“ in Kontakt kam. Sehr schnell erkannte der gelernte Fleischer, dass diese Form der Essenzubereitung viele positive Aspekte in sich vereint. Zusätzlich zu den Gesundheitsaspekten, wie zum Beispiel die fettarme Zubereitung oder die Erhaltung der natürlichen Inhaltsstoffe, fördert Grillen sowohl im Outdoor- als auch im Indoor-Bereich den kommunikativen Zusammenhalt der Menschen. Ein wichtiger Aspekt in einer zunehmend kommunikationsarmen Gesellschaft, wie Matzek im folgenden Interview erklärt.

hotelstyle: Was ist nun eigentlich der Unterschied zwischen einer „Grillerei“ und einem BBQ?

Adi Matzek: Eine Grillerei ist eine recht schnelle Angelegenheit, von der Zeitspanne, der Zubereitungsart bis zum Grillgut. Die klassischen Zutaten wie Bratwürstel und Koteletts, die beide sehr schnell zubereitet sind, zeugen typisch von einer Grillerei. Merkmale sind zudem ein Griller mit direkter Hitzequelle und kleine Teilstücke, meist ohne Knochen, die unter 20 Minuten Zubereitungszeit gar gemacht werden. Das Barbecue hingegen ist eine zeitintensivere Tätigkeit. Hier werden

die Zubereitung und die Tätigkeiten rundherum bewusst zelebriert. Nicht selten werden die Gäste dabei auch in die Vorbereitungen miteingebunden. Es entsteht eine sozial wertvolle Arbeitsteilung rund um das Grillgerät, das wie zu Urzeiten als Feuerstelle angesehen wird. Diese Magie des Feuers ist seinen Wurzeln in jedem Grillgerät, egal ob Holzkohle oder Gasgrillgerät, geblieben. Es bietet Abenteuer, Geborgenheit, Sicherheit, Wärme, Licht, und auch eine warme Mahlzeit.

hotelstyle: Was und wie grillt man bei einem BBQ?

Adi Matzek: Bei einem Barbecue verwendet man ein Grillgerät mit der Möglichkeit auch eine indirekte Hitzezone zu erzeugen, es werden oftmals große Teilstücke, auch Bratenstücke, über eine längere Zeitspanne zubereitet. Dies kann im Extremfall, dem sogenannten „Smoken“ auch bis zu 20 Stunden dauern. Aber in Europa liegt die klassische Zubereitungszeit bei zwei bis acht Stunden Zubereitungszeit. Das Schöne an einem echten Barbecue ist die Mischung der direkten Hitze mit der indirekten Hitze, dabei kommen am besten verschiedene Grillgeräte zum Einsatz. So kann man bequem die Gäste mit kleinen Happen animieren und die Zeit

zum Fertigwerden der eigentlichen großen Hauptspeise mit gemeinsamen Gesprächen und guten Getränken überbrücken.

hotelstyle: Was sind nun generell die Vorteile des Grillens?

Adi Matzek: Grillen ist ganz einfach die bekömmlichste Art der Speisenzubereitung. Die soziale Verbundenheit der Teilhabenden wird gestärkt, die Menschen verwenden wieder regionale Produkte und lernen diese wieder selbst frisch zuzubereiten. Und ich habe ein intensiveres Geschmackserlebnis durch die karamellisierende Wirkung der Hitzequelle auf Fleischspeisen.

hotelstyle: Welche Arten des Grillens gibt es grundsätzlich und welche bevorzugen Sie persönlich als Weltmeister?

Adi Matzek: Es gibt unterschiedliche Arten zu Grillen. Bei der direkten Grillmethode grillt man bei Temperaturen von 150°C bis 300°C wobei der klassische Bereich zwischen 200°C und 250°C liegt. Beim indirekten Grillen kann man grundsätzlich zwischen Temperaturen zwischen 150°C bis 250°C oder auch unter 150°C wählen, der Profi kennt hier viele Möglichkeiten. Einen Grillvorgang unter 28°C mit Rauch nennt man beispielsweise Kalträuchern. Ich bevorzuge persönlich das direkte Grillen in Kombination mit der indirekten Grillmethode. Denn mit dem direkten Grillen erhalte ich die Geschmacksaromen und mit dem folgenden indirekten Grillen gebe ich dem Fleischprodukt die Möglichkeit des Nachrastens und der Entspannung.

hotelstyle: Grillen wird nach wie vor auch in der Gastronomie eher als Sommervergnügen gesehen. Ein Fehler?

Adi Matzek: Es ist auf alle Fälle möglich, die kurze Grillsaison mit diversen Aktivitäten zu verlängern. Vielfach wird die Möglichkeit authentische Speisen frisch vor dem Kunden zuzubereiten unterschätzt. Gäste sprechen aber sehr schnell darauf an. Gerade azyklisch und effektiv platziert wird das Thema Grillen zu einem Gästemagnet. Warum nicht im Winter, kombiniert mit einer Schneebar und Glühwein? Das ist ein außerordentliches Ereignis mit relativ wenig Aufwand und stärkt das Alleinstellungsmerkmal eines Gastronomen.

hotelstyle: Stichwort Zutaten – Fleischqualität. Welches Fleisch für welche Zubereitungen?

Adi Matzek: Regionale Zutaten sind für den Gast bei Fleischgerichten ein sehr wichtiger Faktor geworden. Fleisch vom gewerblichen Fleischer aus der Umgebung im Schulterschluss mit den regionalen Landwirten ist ein Garant für ausgezeichnete Qualität. Magere Fleischstücke und Edelteile sind eher für das direkte, schnelle Grillen, durchgezogene Braten, Koch- und Siedestücke eher für die indirekte Grillmethode geeignet. Aber die gekonnte Kombination des indirekten und des direkten Grillens ergibt, wie gesagt, meiner Erfahrung nach das beste Ergebnis.

hotelstyle: Immer eine Herausforderung in der Gastronomie aber sehr beliebt: das Spanferkel. Wie gelingt es am besten?

Adi Matzek: Auf keinen Fall zu kleine Ferkel ankaufen! Sie besitzen keine besondere Konsistenz in der Fleischqualität. Ferkel mit ca. 25 kg Knochengewicht haben noch schöne kleine Proportionen, aber auch die nötige Konsistenz und den nötigen Fettgehalt für die



Adi Matzek ist Doppel-Grillweltmeister & Fleischermeister und leitet die erste Grillschule Österreichs. Er bietet zudem ein Grill- und Eventcatering und verkauft in seinen zwei Fleisch-Fachgeschäften feinste Produkte für ernährungsbewusste Konsumenten. www.grillschule.at

Garmethode beim Grillen. Vor dem Einwürzen können die Knochen bereits entfernt werden, die Würzung erfolgt je nach gewünschter Intensität am besten zwei Tage vor dem Zubereiten. Wenn nur Teile gegrillt werden, können diese sehr schön grob portioniert werden. Die ideale Zubereitung gelingt oft in einem normalen Kugelgriller mit Deckel und Holzkohlebriketts. Der Nachteil bei dieser Zubereitungsvariante ist aber, dass der Gast die Zubereitung des Produkts nicht sieht und somit nicht sehr werbewirksam agiert wird.

hotelstyle: Die Alternative?

Adi Matzek: Ideal sind hier größere Gasgrillgeräte mit Spießmotor und rückwärtigem Brenner. Die Ferkelteile können im Kombidämpfer vorgegart werden, auf ca. 60-63°C Kerntemperatur. Dann werden sie auf dem Spieß gästewirksam und für die Küchenmannschaft entlastend am Grill vollendet. Der rückwärtige Brenner leuchtet schön sichtbar und ersetzt optisch dabei das Lagerfeuer, die Gäste genießen die romantische Stimmung. Und das Ferkel erhält dank der Gasbrennerleistung in Kombination mit der Rotisserie eine tolle Kruste – ein echtes Highlight am Abend und gut für den Umsatz!



©Napoleon®Gourmet Grills

hotelstyle: Womit würzen oder marinieren?

Adi Matzek: Generell: Wer würzt, unterstreicht den Eigengeschmack des Grillguts. Es wird am besten mit Salz und Pfeffer die Grundwürzung für das Produkt gegeben, mit Spezialmischungen von Kräutern und Gewürzen kann eine persönliche Note erreicht werden. Wer marinieren möchte, stellt den Eigengeschmack des Ausgangsproduktes bewusst an die zweite Stelle der geschmacklichen Wahrnehmung. Mit Marinierzeiten unter einem Tag, reduziert auf wenige Stunden, gibt es aber ebenfalls hervorragende Ergebnisse im Geschmack. Wie immer ist hier die Kreativität des Grillmeisters gefragt, vor allem der Geschmack der jeweiligen Gästezielgruppe muss berücksichtigt werden.

hotelstyle: Am Grill lassen sich auch hervorragende Desserts zaubern?

Adi Matzek: Ja, alles, was in der klassischen Küche im Rohr gebacken wird, funktioniert auf einem Grillgerät mit einem Deckel, der als Reflexionsschild für die Hitze dient, hervorragend. Nicht selten bestätigen Spitzenköche, dass die ruhige Hitze eines Grillgerätes oft noch bessere Ergebnisse liefert als erheblich teurere Geräte in der Küche.

hotelstyle: Gibt es auch beim Grillen so etwas wie einen bestimmten Trend – hinsichtlich Rezepte oder Geschmack?

Adi Matzek: Spürbar ist der Trend im Bereich der Schärfe zu harmonischen Chillirezepten. Aber was ganz augenscheinlich ist, dass der Konsument in Mitteleuropa eine eigene Steakkultur einfordert. In Anlehnung an die amerikanische Steakkultur ist momentan extrem viel Potential in diesem Bereich möglich. Mit erstklassigem heimischen Rindfleisch – am Grill zelebriert – kann sich jeder Gastronom sehr rasch ein Alleinstellungsmerkmal mit Abgrenzung zum Billigangebot erarbeiten. Die Wertschätzung der Gäste ist Ihnen garantiert. Bei einem hochwertigen BBQ, das nie im Billigbereich gemacht werden kann, bekommt man automatisch eine kaufkräftige, aber auch aufgeklärte und meist fachkundige Gästeklientel ins Haus.

hotelstyle: Sie betreiben die erste Grill & BBQ-Schule Österreichs. Welches Angebot bietet sie für die Gastronomie, also für Kochprofis?

Adi Matzek: Aus meinen Erfahrungen weiß ich, dass jedes meiner Seminare auch für den Profi ein Gewinn ist. Das wird oftmals neben



©Adi Matzek

der Fleischkunde auch in der Möglichkeit der Anwendung von sehr einfachen Dingen liegen, die manchmal im Küchenalltag mit der Technikunterstützung übersehen werden. Ein enormes Potential für den Profi ist sicher die Erfahrung im Team – immer wieder auch mit nichtprofessionellen Teilnehmern. Denn wer hier autodidaktische Fähigkeiten hat sowie die nötige Neugier mitbringt, wird sehr viel unbezahlbares Wissen mit nach Hause nehmen. Aber wir bieten auch grilltechnische Beratung für Unternehmen an, die maßgeschneidert gemacht werden.

hotelstyle: Wer nicht selbst grillen will, bestellt bei Ihnen ganz einfach ein Catering? Was erwartet den Kunden da?

Adi Matzek: Mit meiner Leidenschaft für Glut und Feuer werden Grill & Barbecue Caterings nicht nur angeboten, sondern auch dementsprechend inszeniert. In einer persönlichen Beratung wird das Angebot von rustikal bis edel erarbeitet. Die Speisen werden dabei immer authentisch und kommunikativ für die Gäste hautnah erlebbar, auf den diversesten Grillgeräten und Smokern zubereitet. Vor oder nach dem Catering werden immer stärker Grillshowblöcke, vor allem Grill-Infotainmentshows zusätzlich gebucht.

hotelstyle: Worauf muss man bei der Anschaffung eines Grillgerätes achten?

Adi Matzek: Als Gastronom sollte man um die eigenen Anforderungen des Betriebes und der Vorbereitungsmöglichkeiten der Küche wissen. Bezüglich Gerät ist es wichtig, dass seitens des Herstellers auch die Ersatzteilbeschaffung und ein professionelles, persönliches Service gewährleistet ist. Oft ist es bei der Erstausrüstung besser in zwei



©Adi Matzek

kleinere Geräte zu investieren und erst später ein größeres Gerät dazuzunehmen. Je nach Erfahrungswert wählt man dann das entsprechende leistungsstarke Profigerät. Kleinere Grillgeräte lassen sich zudem leichter wieder verkaufen, mit dem Erlös kann man durchaus in ein hochwertiges, großes Produkt investieren. Sehr im Trend liegen Gasgrillgeräte, der Aufstellungsplatz sollte aber in jedem Fall für die Gäste einsehbar sein.

hotelstyle: Sie sind Doppel-Grillweltmeister, wie wird man das?

Adi Matzek: Grillen ist ein Mannschaftssport und die Leistung der Mannschaft ist bei der Weltmeisterschaft durch die Leitung des Teamchefs auf ein Maximum zu bringen. Mit einem starken Teamgedanken haben wir einen Doppelweltmeistertitel in den Kategorien Fisch und der Königsdisziplin Rind erlangt. Die Weltmeisterschaft wird mit ca. 20 Nationen und 60 bis 80 Teams ausgetragen, der Modus ist ein 5-gängiges vorgegebenes Menü zu jeder Stunde an den Tisch beziehungsweise in die Jury zu bringen. Meine Erfahrung in diesem Wettkampfbereich ist eine tolle Basis für unsere Firmen und Teambuilding-Seminare.

hotelstyle: Was genau macht einen Weltmeister aus?

Adi Matzek: Es ist wie in jeder anderen Sportart – man wächst mit dem Training. Was es braucht,

ist ein gewisses Gespür für den Geschmack anderer Menschen, wobei man sich selbst dabei nicht verleugnen, sondern den eigenen Idealen in den Grundzügen treu bleiben sollte. Es geht hier um Geschmacksnuancen, die der örtlichen Gegebenheit der Austragungsregion angepasst werden müssen, da rund ein Drittel der Jury aus dem Austragungsland kommt, der Rest ist international. Aber auch die Garstufen und die Nuancen der Umsetzung müssen den Geschmack der Jury treffen.

hotelstyle: Im März erscheint Ihr neues Buch. Worum geht's?

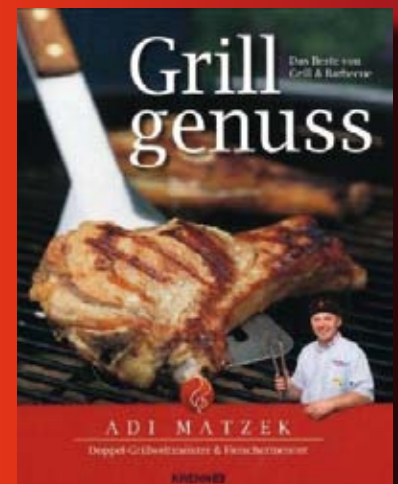
Adi Matzek: Es geht um eine Grillfreundschaft zwischen Adi Bittermann und Adi Matzek. Der prämierte Koch und ich als Fleischermeister und Doppelgrillweltmeister ergeben eine Kombination, die einen tollen Spannungsbogen vom Herd bis zur Feuerstelle, aber auch zum Ausgangsprodukt Fleisch, im speziellen Rindfleisch und dessen Handhabung, bietet. Es geht um die soziale Polung von grillbegeisterten Menschen, der Sehnsucht nach Licht und Wärme und der Geborgenheit der Feuerstelle von einst. Nicht zuletzt gibt es nachvollziehbare klar strukturierte Rezepte, die von bodenständig bis innovativ alles abdecken. Kurz: Es geht um die ehrliche Weitergabe von Leidenschaft und Wissen im Grillbereich!

Herzlichen Dank für das Gespräch!



©Napoleon®Gourmet Grills

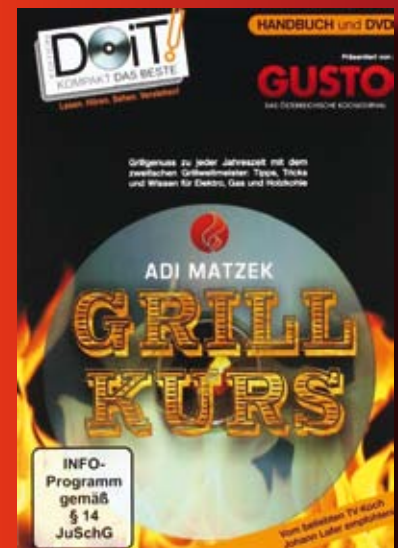
Büchertipps



Grillgenuss: Das Beste vom Grill & Barbecue

Der zweifache Grillweltmeister Adi Matzek zeigt, warum er als der Nation kundigster Griller gilt. Leicht nachvollziehbar zeigt der Meistergriller, wie man Fleischigem, Gemüse, Früchten und sogar Backwaren ganz neue Genüsse abgewinnt. Motto: Vergolden, nicht verkohlen.

Verlag Kren, gebunden, deutsch, 19,90 €



Grillkurs, Handbuch und DVD

Grillgenuss zu jeder Jahreszeit: Tipps, Tricks und Wissen für Elektro, Gas und Holzkohle. DVD: 90 Min.

Verlag: Magic Entertainment, 16,90 €



Internorga 8. - 13. März
Halle B2, Stand 109

Outdoor-Kulinarik voll im Trend

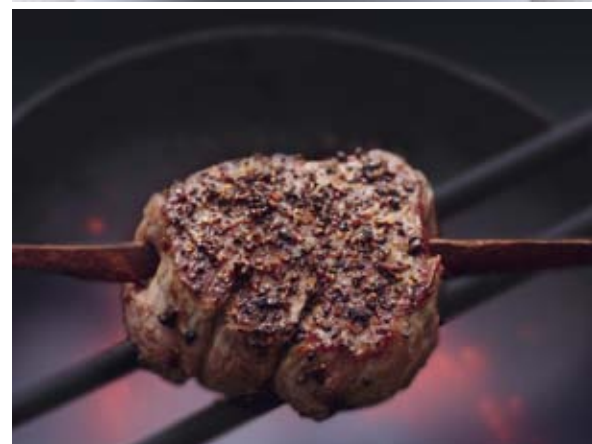
Viele gastronomische Betriebe servieren auch im Winter gegrillte Speisen – meist am Elektro- oder Gas-Grill zubereitet. Im Sommer kann aber nicht nur das Essen, sondern auch die Küche ins Freie wandern.

Aber was wird kommende Saison auf den Rost gelegt? „Der vermeintliche ‚Nebendarsteller‘ rückt immer mehr ins Rampenlicht“, weiß Christian Berger vom Wiberg Team Inspiration. „Mit etwas Kreativität und Phantasie werden Beilagen zum angesagten Highlight. Vor allem Vegetarier oder Veganer freuen sich über verschiedene gegrillte Gemüsevarianten, sommerfrische Salate, Pilz- oder Kartoffel-Spezialitäten“, so der interne Profi-Koch des Gewürzspezialisten. „Für den kommenden Sommer sage ich sowohl den Klassikern wie Geflügel, Spanferkel oder Ochse als auch den mediterranen Geschmäckern und nicht zuletzt den Ethno-Varianten eine goldene Saison voraus“, weiß Berger. „Das ist auch der Grund für unsere aktuellen Neuprodukte: Die drei Newcomer Marrakesch, Curry Orange und AcetoPlus Mango holen die Aromen der Ferne auf die heimische Terrasse und laden zu einer Weltreise der etwas anderen Art ein.“ Was auf keinen Fall bei einem perfekten BBQ fehlen darf: die beiden Neuheiten aus dem



Exquisite-Sortiment. Das Black BBQ Gewürzsalz vereint die gesamte Bandbreite der Barbacoa-Tradition in einer imposanten Mischung, die sowohl rotem Fleisch als auch Salsas und Dips eine geheimnisvoll-rauchige Note verleiht. Red Dhofar – der zweite im Bund – betört mit einer sinnlich-feurigen Mischung aus Safran, Rosa Beeren, Paprika und Chillies und inspiriert den Gaumen mit einem harmonischen Zusammenspiel von Sumach und Zitrone. Eine Auswahl an Dips, Saucen und Dressings macht das Grillvergnügen zum Schlemmerparadies schlechthin: Kombinieren, Ausprobieren und Genießen nach individuellem Belieben ist vorprogrammiert. Auch – und vor allem nicht nur für Vegetarier – lecker: vollreife, saisonale Früchte vom Rost!

WIBERG GmbH
T +43.(0)662.6382.0
info@wiberg.eu
www.wiberg.eu



Wilder Grillgenuss

Immer mehr Grillfans entdecken den vorzüglichen Geschmack von Wildfleisch für sich. Einfach, schmackhaft und gesund! Ganz bequem lässt sich Wildbret zu leckeren Steaks oder Grill-Medaillons zubereiten. Das gute Stück Fleisch kann mit Olivenöl, etwas Zitronensaft, Honig und frischen Kräutern mariniert werden oder man greift auf die köstlichen fertig marinierten Produkte der Firma KRIEGLER Wildspezialitäten GmbH zurück. Im Frühjahr und Sommer, wenn Österreichs Natur wächst und grünt, ernähren sich die Tiere von besonders schmackhaften Gräsern und Kräutern, was sich in der Fleischqualität widerspiegelt. KRIEGLERs Grillsortiment umfasst Reh Steaks aus der Keule, Hirsch Medaillons aus der Keule sowie Wildschwein Rückensteaks. Für den gesunden und nachhaltigen Grillgenuss darf Wildfleisch auf keiner Grillparty und Speisekarte fehlen!

KRIEGLER Wildspezialitäten GmbH

T +1/699 37 53
office@krieglerwild.at
www.krieglerwild.at



Wildschwein Rückensteak und Wildschwein Karree

Die neue Aromaküche

Was die Traditionelle Chinesische Medizin schon lange verinnerlicht hat, entdeckt nun auch die westliche (Präventiv-)Medizin für sich: Die Macht der Gewürze für ein gesundes Leben. Während Kümmel, Chili, Koriander, Schwarzer Pfeffer und Muskatnuss positiv auf den Fett- und Zuckerstoffwechsel wirken, dienen Oregano und Zimt der Regulierung des Blutzuckerspiegels. Ein gesunder Fettstoff- und Zuckerstoffwechsel und ein regulierter Blutdruck sind der Schlüssel zur Gesundheit, die mit richtiger Ernährung bis ins hohe Alter erhalten bleiben kann. In diesem Zusammenhang spielen vor allem sekundäre Pflanzenstoffe, wie sie in Gewürzen enthalten sind, eine wichtige Rolle. Markus Metka, führender Anti-Aging-Experte im deutschsprachigen Raum, verrät, welche Gewürze welche Wirkung erzielen und wie man diese vorbeugend für die Gesundheit einsetzen kann. Thomas M. Walkensteiner, mehrfach ausgezeichnete Koch im legendären Schloss Fuschl, ist bekannt für seine experimentelle Gewürze-Küche. Seine Rezeptideen zeigen, wie sich mit der richtigen Handhabung von Gewürzen Gesundheit und Genuss auf einmalige Art und Weise verbinden lassen.



Die neue Aromaküche. Genussvoll durch die Welt der Gewürze, Walkensteiner, Thomas, Markus Metka, Verlag Brandstätter 2013, gebunden, Deutsch, ISBN: 978-3-85033-611-6, 34,95 €

Besteck-Poliermaschine für Profis

- TOP Preis-Leistungsverhältnis
- besonders leicht, leise und laufruhig
- erstklassige Qualität und Verarbeitung (z. B. keine scharfen Kanten, alle Bleche gebördelt)
- geringer Energieverbrauch
- 2 Jahre Herstellergarantie
- 24h Austauschservice
- alle Ersatzteile vorrätig



Besuchen Sie uns
auf der INTERNORGA
in Halle A3, Stand 303

Concept & Styling GmbH
Richard-Kirchner-Str. 19b
D-34537 Bad Wildungen
Tel. +49 (0) 56 21 - 96 76 5 - 0
Fax +49 (0) 56 21 - 96 76 5 - 29
info@concept-styling.de
www.concept-styling.de

Exklusiv-Werksvertretung für
Besteck-Poliermaschinen in
Deutschland, Schweiz und Österreich



Neues „Märzenbier“ ohne Alkohol

Seit 21 Jahren ist Gösser Partner des Österreichischen Schiverbandes – kein Wunder, dass die Biermarke damit bei der Heim-Weltmeisterschaft in Schladming nicht fehlen durfte. Im Rahmen der Ski WM wurde erstmalig auch die neueste Innovation präsentiert: Das Gösser NaturGold, Österreichs erstes natürlich trübes alkoholfreies „Märzenbier“. Damit schließt sich eine Lücke im Segment der alkoholfreien Biere. Das Getränk liefert, worauf Bierkenner und Genießer bereits lange gewartet haben: besten Geschmack zu jeder Tageszeit. Als einziges unfiltriertes alkoholfreies „Märzenbier“ behält es alle wichtigen Inhalts- und Geschmacksstoffe und setzt somit einen qualitativen Meilenstein in der Entwicklung der alkoholfreien Biere. Gösser NaturGold enthält zudem gut ein Drittel weniger Kalorien als ein vergleichbares Märzenbier.

Brau Union Österreich AG

T +43 (0) 732/69 79-0
office@braunion.com
www.braunion.at
www.goesser.at



Frauenherz im Mittelpunkt

Für Coca-Cola light steht das Frauenherz auch 2013 im Mittelpunkt. Die im letzten Jahr erfolgreich gestartete Kampagne „Folge deinem Herz“ – eine Initiative für mehr Herz-Bewusstsein bei Frauen – geht in die nächste Runde. In Kooperation mit dem Österreichischen Herzfonds, der Initiative ZONTA Golden Heart sowie der österreichischen Designerin Lena Hoschek gibt es ein klares Ziel: Auf das Thema und die Präventionsmaßnahmen aufmerksam machen und somit Herz-Kreislauf-Erkrankungen bei Frauen in den nächsten Jahren deutlich senken.

Ab Ende Mai 2013 kommt die limitierte „Lena Hoschek Coca-Cola light Dose“ im Herzdesign in den Handel, die zusätzlich Aufmerksamkeit auf das Frauenherz lenken soll. „Wir haben die erfolgreiche Kooperation mit der österreichischen Ausnahme-Designerin Lena Hoschek heuer intensiviert und ihre Design-Expertise noch stärker in die Kampagne eingebracht. Mode lässt die Herzen der Frauen höher schlagen und ist daher für uns ein sehr guter Hebel, unsere Botschaften unter die Frauen zu bringen“, so Katharina Pfeil, Brand Managerin Coca-Cola light Österreich. Außerdem präsentiert sich auch die herkömmliche Coca-Cola light Dose das ganze Jahr über im Herz-Design.



Coca-Cola Gesellschaft m.b.H.

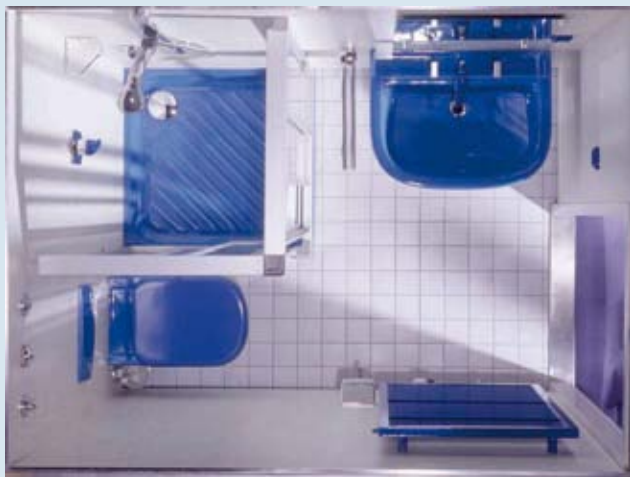
T +43 (0)1 66171-0
info@coke.at
www.cokelight.at



Foto: www.filzmooserhof.at

Ihr Spezialist für Hotel- und Objektausstattung

Die Vielfalt an hochwertigen Möbeln, feinen Textilien und kreativen Accessoires bei prader interior bietet Ihnen Raum, Ihrem Hotel einen ganz eigenen Stil zu verleihen. Lassen Sie sich inspirieren und schaffen Sie mit unseren kreativen Lösungen eine behagliche Wohn-Welt für Ihre Gäste.



ROEHL®

Ihr Experte für Fertigbäder

**exklusiv, individuell nach Ihren Wünschen
geplant, gefertigt und montiert**



**Fertigbäder in kompakt und
elementierter Bauweise mit
geringem Gewicht**

**Für eine unverbindliche Beratung
stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung
oder fordern Sie Infomaterial an.**

ROEHL® GmbH

**Friedrich-Koenig-Str. 17
97297 Waldbüttelbrunn, Deutschland
Tel. +49 931/40664-0**

www.roehl.de

E-Mail: info@roehl.de

