

ALI WORLD

DAS MAGAZIN DER ALI GROUP

NUMMER 9 | FEBRUAR 2022

DEUTSCHLAND

IN DER EWIGEN STADT
Grandimpianti hat zusammen
mit Mama Shelter Roma ein
urbanes Refugium geschaffen

**DIE ZUKUNFT DER
GASTRONOMIE**

ELOMA KOCHT UND BACKT
IM FOODLAB HAMBURG

VERY IMPORTANT PARTNER

ALI CHINA RICHTET DIE KÜCHEN DER
NEUEN UNTERNEHMENSZENTRALE
VON VIP.COM EIN


GROUP

2022

ALI WORLD | DEUTSCHE AUSGABE | NUMMER 9



Das Lifestylehotel
Mama Shelter
Roma steht für
exzentrisches
Design und
außergewöhnlichen
Service zu einem
vergleichsweise
geringen Preis



Zur neunten Ausgabe des *Aliworld* Magazins möchte ich Sie herzlich begrüßen

Die Corona-Pandemie hat uns allen in den letzten zwei Jahren sehr zu schaffen gemacht, und ich möchte denjenigen von Ihnen, die durch die Pandemie persönliche Verluste erlitten haben, im Namen der Ali Group unser tiefstes Mitgefühl aussprechen.

Wie Sie vielleicht bemerkt haben, ist die *Aliworld* letztes Jahr nicht erschienen, umso mehr freuen wir uns, uns mit dieser neuen Ausgabe zurückmelden zu können. Ich denke, es ist nicht übertrieben, zu behaupten, dass sich die Gastronomie-Branche durch die Pandemie grundlegend verändert hat. Wie sicher für viele von Ihnen, stellte diese schwierige Situation auch für uns eine große Belastung dar, und ich bin sehr stolz auf unsere Mitarbeiter, die sich in großer gemeinschaftlicher Anstrengung darum bemüht haben, unsere Unternehmen gut durch die Krise zu führen und trotzdem für unsere Kunden da zu sein. Über die wichtigsten Entwicklungen in der Branche, wie beispielsweise den wachsenden Stellenwert von Take-Away, Home-Delivery und Online-Bestellservice, berichten wir in dieser Ausgabe der *Aliworld* im Artikel über die aktuellen Trends im Foodservice-Bereich unter dem Einfluss von Corona (S. 18).

Da vielen unserer Unternehmen der persönliche Kontakt zu Kunden nicht möglich war, hatten sie mehr Zeit und Kapazitäten für

die Entwicklung neuer Produkte. Eine Auswahl dieser Innovationen, die vor allem auf die Bedürfnisse der Kunden ausgelegt sind, stellen wir Ihnen in dieser Ausgabe vor.

Zudem können Sie lesen, wie es Gastronomiebetriebe geschafft haben, erfolgreich durch die Krise zu kommen, und am Beispiel einer Pferderennbahn in Irland sehen, wie gut die Modernisierung von denkmalgeschützten Gebäuden gelingen kann (S. 30). Nicht zu vergessen den Catering-Anbieter, der extra eine App entwickelt hat, um seine Kunden auch während des Lockdowns mit Speisen zu versorgen (S. 46), und die Hotelkette, die in außergewöhnlichem Ambiente klassische italienische Küche serviert (S. 14).

Auch bei der Ali Group hat sich in der Zwischenzeit einiges getan: Mit American Dish Service, Hersteller von hochwertigen Geschirrspülmaschinen (S. 92) und BGL, bekannt für seine Speiseeismaschinen für perfekt cremige Konsistenz (S. 67), sowie Kold-Draft, Hersteller von Eiswürfelmaschinen für makellos geformte Eiswürfel, begrüßen wir drei weitere Unternehmen in der Ali Group-Familie.

Ich freue mich darauf, Sie 2022 bei Messen, Konferenzen und anderen Branchenevents treffen zu können, wo immer es wieder möglich sein wird.

Abschließend möchte ich noch ein paar persönliche Worte an Sie richten. Leider mussten wir in der Zwischenzeit zwei unserer führenden Köpfe der Ali Group für immer verabschieden: meine Eltern Luciano und Giancarla Berti. Mein Vater hat 1963 mit Comenda sein erstes Unternehmen gegründet und daraus einen Konzern von internationaler Bedeutung für die Foodservice-Branche gemacht. Er hat sich stets seine Leidenschaft für seinen Beruf bewahrt, und, was noch wichtiger ist, auch seine Leidenschaft für andere Menschen. (Mehr über sein Lebenswerk und seine Verdienste für die gesamte Branche auf S. 6). In den Anfangsjahren hat auch meine Mutter mit ihrem unermüdlichen Einsatz dazu beigetragen, die Ali Group zu dem zu machen, was sie heute ist. Die gesamte Berti-Familie und alle Mitarbeiter der Ali Group werden beide sehr vermissen.

Nun wünsche ich Ihnen eine spannende Lektüre, viel Erfolg und bleiben Sie vor allen Dingen gesund!

Filippo Berti
Chairman and Chief Executive Officer, Ali Group



06 Luciano Berti: Würdigung seines Lebenswerkes

In Gedenken an den Visionär und Gründer der Ali Group. Luciano Berti hat die Ali Group zu einem Global Player gemacht und die Foodservice-Branche nachhaltig geprägt

01 Einblicke



10 Einen Unterschied machen

Angelo Speranza, CEO von Burlodge und temp-rite, über die Geschichte des Unternehmens und wie wichtig ein kundenorientierter Ansatz ist



02 14 Titelstory

Die Lifestylehotelkette Mama Shelter arbeitete bei der Planung ihres Hotels in Rom mit Grandimpianti zusammen, um ein urbanes Refugium mit dem typischen Flair der Stadt zu schaffen. Alessandro D'Andrade, Sales Director von Grandimpianti, erzählt

03 Trends

18 Trendbeobachtung

Top Trends, von John Nackley, CEO InterMetro Industries Corporation

04 Success Stories

22 Starke Leistung

Ambach im Nobu Hotel, London Portman Square

26 Neue Vision für China

Ali China bei VIP.com

30 Am Start

Kühltechnik von Williams macht das Rennen in The Curragh

34 Zukunftsträchtig

Eloma unterstützt das foodlab Hamburg

40 Olympisch

Metos arbeitet mit der Compass Group im Olympia Stadion Helsinki

42 Fit für die Zukunft

Falcon ist gut aufgestellt

44 Bitte zu Tisch

Rosinox und Friginox im Europäischen Rat

46 Gute Aussichten

Grandimpianti hat den Generali-Tower ausgestattet



05 Innovationen

50 Absolute Hygiene

Comenda stellt die ThermoCare-Serie vor

54 Bestnote

Spültechnik von Stierlen setzt neue Standards

58 Noch besser

Perfekt Backen mit Pavailler

60 Volltreffer

Der Kombiofen Naboo Boosted von Lainox liefert ab

62 Tradition und Zukunft

Mareno: das Beste aus Erfahrung und Innovation

64 Digitaler Unterricht

Das Schulungsangebot von Rancilio ging online

65 Einfach und sauber

Neue Lösungen von Rendisk

66 Intelligent servieren

temp-rite: der neue Buffetwagen

67 Innovative Kommunikation

BGI hilft seinen Kunden

68 Vollendete Perfektion

Gut beraten von Carpigiani

70 Speiseeis für Köche

Bei Icceteam zählt Qualität

72 Fünf Sterne

Die Twin Star von DIHR

74 Mehr als sauber

mit KROMO effizient spülen

76 Ein perfektes Match

Wexiödisk in einem schwedischen Sterne-Restaurant

78 Sweet Dreams

Backen mit der Universal 3D-X von MONO Equipment

80 Intelligent vernetzt

Die neue Esmach Spiral-Teigknetmaschine SPI AI

82 Hiber startet durch

Mit Fokus auf Forschung & Entwicklung

84 Tradition trifft Innovation

Zukunftsweisend: der Multikochblock Silblock von Silko

86 Ein starkes Stück

Eismaschine in limitierter Auflage von Scotsman Ice

88 Gruß aus der Zukunft

Polaris: Chefköche an neuer Modellreihe beteiligt

90 Einfach nur sauber

Innovative Spülsysteme von Hoonved seit über 50 Jahren

91 Nicht nur sauber, sondern rein

Smarte Waschmaschinen von Grandimpianti I.L.E.



06 Ali Group

92 Aus aller Welt

Neues von den Unternehmen der Ali Group

96 Unsere Unternehmen

Alle Marken und Produktdivisionen der Ali Group

98 Kontakt

Ihre Ali Group Partner weltweit

LUCIANO BERTI: DAS LEBENSWERK EINES VISIONÄRS

Luciano Berti (1931-2021) war nicht nur der Gründer der Ali Group, die er zu einem Global Player gemacht hat – er hat die gesamte Foodservice-Branche nachhaltig geprägt und hinterlässt ein großes Lebenswerk



Luciano Berti war Zeit seines Lebens das Zentrum der Ali Group, derjenige, der sie aufgebaut und ihr Halt gegeben hat. Angefangen als italienischer Hersteller von Geschirrspülmaschinen hat er daraus einen Konzern mit weltweit 80 Unternehmen gemacht, die in 30

Ländern 10.000 Mitarbeiter beschäftigen.

Berti wurde 1931 in Alessandria in der Region Piemont in Italien geboren. Nach seinem Schulabschluss verließ Berti 1954 sein Heimatland, um an der Stanford University in Kalifornien als Fulbright-Stipendiat Soziologie zu studieren.

„Das Studium der Soziologie habe ich aus intellektuellem Interesse absolviert“, erzählte er 2013. „Dieses Interesse für die Menschen, für die Gesellschaft, habe ich mir bis heute bewahrt.“

Seine Professoren in den USA hätten ihn gerne noch länger an der Uni behalten, doch Berti kehrte nach Italien zurück und promovierte an der Universität Turin in Politikwissenschaften. Nach seinem Militärdienst und einer kurzen Tätigkeit als Dozent für Soziologie drängte es ihn zu neuen Herausforderungen. Er wollte Unternehmer werden. „Ich habe eine Anzeige in einer Mailänder Zeitung aufgegeben“, erzählte er. „Mit einer kurzen Beschreibung meiner Person und meiner beruflichen Vorstellungen.“ Das war 1962. Diese Anzeige verschaffte ihm den Kontakt zu einem Hersteller von gewerblichen Spülmaschinen. Er half dem Unternehmen innerhalb weniger Monate profitabel zu werden, war aber bald unzufrieden mit dem langsamen Wachstum der Firma. Er wollte sein eigener Chef sein. 1963 gründete er in Mailand sein erstes eigenes Unternehmen – Comenda – das bald zu einem wichtigen Akteur in der Spülmaschinen-Branche wurde.

Im Jahr 1967 heiratete er seine geliebte Frau Giancarla. In ihr fand Berti eine Partnerin, die ihm auch in beruflichen Dingen bis zu ihrem Tod 2019 immer zur Seite stand. Sie brannte genauso für die Ali Group wie ihr Mann. Gemeinsam reisten sie zu Branchenevents und Messen, Giancarla war Luciano sogar beim Aufbau der Messestände behilflich.

Mit Eröffnung der ersten Vertriebsniederlassung von Comenda in Paris, 1972, führte Berti den Firmennamen ALI (Apparecchiature Lavaggio Industriale – „industrielle Waschanlagen“) ▶

ein. Sieben Jahre später kaufte Berti das nordamerikanische Unternehmen Champion Industries, seine erste Akquisition. Das war der Startschuss für das konstante Wachstum der Ali Group, die in den 1980er und 1990er Jahren eine Reihe großer Hersteller von Großküchentechnik übernahm. Es folgte 1994 die Gründung des Unternehmensbereichs Alicontract, dem weltweiten Anbieter von schlüsselfertigen Projekten in Europa, Afrika und dem Nahen Osten.

Die treibende Kraft

Das dynamische Wachstum der Ali Group setzte sich in den darauffolgenden Jahrzehnten weiter fort. Wichtige Akquisitionen wie Beverage-Air, Ice-O-Matic, Metro und Scotsman machten die Ali Group zu einem führenden Unternehmen in diversen Sparten der Foodservice-Ausstattung. Im Jahr 2003 trat Filippo Berti, Sohn von Luciano und Giancarla Berti, offiziell in das Unternehmen ein.

Luciano Berti war auch die treibende Kraft hinter dem Magazin Aliworld, 2012 in Europa und 2015 in Nordamerika zum ersten Mal erschienen. Berti ließ es sich nicht nehmen, sich auch für dieses Projekt persönlich zu engagieren. Er las beide Ausgaben von der ersten bis zur letzten Seite und gab seinen Input dazu, bevor sie in Druck gingen.

Im Jahr 2016 wurde Berti auf der National Restaurant Association Show in Chicago mit dem erstmals verliehenen Industry Icon Award des Magazins Foodservice Equipment & Supplies (FE&S) ausgezeichnet. Die Preisverleihung stand ganz im Zeichen seiner menschenfreundlichen Grundeinstellung. Seine Dankesrede sollte nur zwei Minuten dauern – mit Begeisterung sprach er zehn Minuten lang zum Publikum und erhielt Standing Ovations. Auf dieser Veranstaltung wurde sein Sohn, Filippo Berti, zum Chief Executive Officer der Ali Group ernannt.

Unter der Leitung von Luciano und Filippo Berti setzte die Ali Group ihren Erfolgskurs bis in die 2000er Jahre fort. Wichtige Unternehmen wie Edlund und die Rancilio Group kamen hinzu.

Luciano Berti hat den einzelnen Unternehmen von Anfang an ihre Unabhängigkeit und Autonomie gelassen, nach seiner Überzeugung der beste Garant für florierendes Unternehmertum.

„Die jeweiligen Manager hatten immer viel Spielraum bei ihrer Entscheidungsfindung – nur so kann sich ein starker Unternehmertegeist entwickeln“, sagte er. Das Wachstum der Ali Group gab seinen Worten Recht.

Luciano Berti blieb bis zu seinem Tode Chairman der Ali Group. Nachdem er das Unternehmen seinem Sohn übergeben hatte, konnte er sich aber

endlich mehr Zeit nehmen für seine privaten Interessen, Lesen, Segeln und Unternehmungen mit seinen sechs Enkelkindern. Luciano und Giancarla haben sich für viele wohltätige und gemeinnützige Projekte engagiert, darunter die Carnegie Hall Society, Inc., die Metropolitan Opera, das Guggenheim Museum, die Byrd Hoffman Water Mill Foundation und der FAI – Fondo Ambiente Italiano. Sie gründeten die Fondazione Berti (Italien) und die Berti Foundation (USA), die sich der Förderung von Kunst und Wissenschaft widmen. Ihr ganzer Stolz war das Berti Foundation Scholarship Program zur Förderung einer fundierten Berufsausbildung für Kinder der Ali Group-Mitarbeiter.

Größe und Stärke der Ali Group sind Ausdruck der Lebensleistung von Luciano Berti, ihre Unternehmen sind heute weltweit bekannt für ihre Leistung, ihre Zuverlässigkeit und ihre Innovationskraft. „Mein Vater hat die Ali Group in ihrem Innersten zusammengehalten“, sagte Filippo Berti. „Er hat immer seine Leidenschaft für seine Arbeit behalten. Er hat sich, was noch wichtiger ist, auch immer sein Interesse für andere Menschen bewahrt. Ich freue mich darauf, sein Erbe fortzuführen zu dürfen.“ ■



Luciano und Giancarla Berti (im Bild ganz links); Filippo Berti (im Bild links), ihr Sohn, Chairman und CEO der Ali Group, führt ihr Werk fort

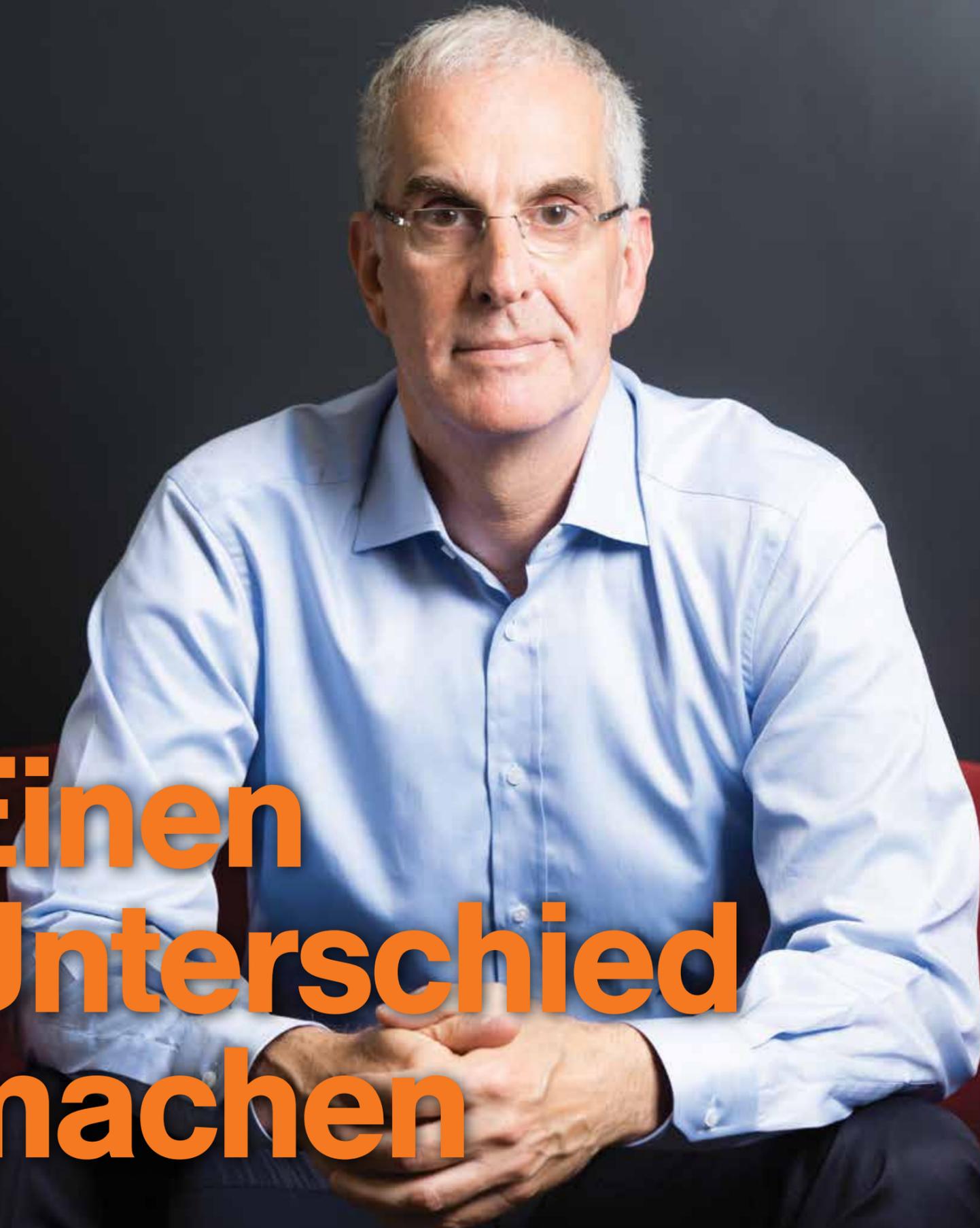


01

Einblicke

Angelo Speranza, CEO, leitet die Unternehmen Burlodge und temp-rite, beide spezialisiert auf Produktions- und Speiserverteilsysteme für den Healthcare- und Care-Markt, den Strafvollzug und den Bildungssektor. Ein Einblick in die Geschichte des Unternehmens und seinen kundenorientierten Ansatz

Einen Unterschied machen



Als mein Vater, Bruno Speranza, mich fragte, ob ich bei seinem Vorhaben, ein Unternehmen für den Vertrieb von Foodservice-Equipment aufzuziehen dabei wäre, wusste ich zunächst nicht, was ich sagen soll. Mit dem eigenen Vater zusammenzuarbeiten ist nicht einfach. Mein Vater war damals Geschäftsführer von Zanussi UK und ich hatte gerade mein Wirtschaftsstudium beendet und freute mich auf ein Sabbatical. Aber ich sagte zu. Das war 1984. Es wurde zum Gründungsjahr von Burlodge und zur besten Entscheidung, die ich je getroffen habe.

Nie werde ich vergessen, wie ich in der Anfangszeit mein Büro auf unserem Esstisch zu Hause eingerichtet hatte. Ich bin meinem Vater sehr dankbar für diese Chance. Er war mir immer ein großes Vorbild und ein Mentor – auch für viele unserer Kollegen.

Unsere junge Firma bekam schnell das Angebot von einem Hersteller für den Healthcare-Markt, den Vertrieb für seine Produkte in Großbritannien zu übernehmen. Wir willigten ein und konnten uns schnell auf dem Markt etablieren. Nur leider war dieser schnelle Erfolg nicht von langer Dauer, als unser Auftraggeber gekauft wurde und direkten Zugang zum britischen Markt verlangte. Er war somit vertragsbrüchig, ein Rechtsstreit war die Folge.

Das war für uns, deren Geschäft gerade zu florieren begann, ein herber Rückschlag. Wir hatten alles – das Know-how, die Marktkenntnisse und den Enthusiasmus – nur kein Produkt. So begann das zweite Kapitel der Geschichte von Burlodge.

Burlodge etabliert sich

Wir machten uns an die Entwicklung eines eigenen Produkts. Nur 12 Monate später konnten wir unseren ersten Speisentransportwagen auf dem Markt vorstellen. Er sorgte für Aufmerksamkeit und unsere Auftragsbücher füllten sich rasch.

Schon bald wagten wir den Schritt auf weitere Märkte, auf den italienischen und nach Kanada, wo die Speiserverteilung ähnlich organisiert ist wie in Großbritannien.

Es folgten die USA und Frankreich. Die jeweilige Markterschließung folgte einer klaren Strategie: Waren wir auf einem Markt etabliert, steuerten wir den nächsten an, direkt oder über Händler und Vertriebspartner.

1998 machte uns die Ali Group ein Angebot. Wir stimmten zu und wurden Teil des Konzerns. Die Zusammenarbeit mit unseren Markenpartnern Metos, Stierlen und Moffat, später auch mit temp-rite, begann, mit dem Ziel, gemeinsam mit unseren Produkten im Markt zu wachsen.

Gemeinsam stark

Teil der Ali Group zu sein bietet große Vorteile. Jedes Einzelunternehmen bringt die Expertise für seine eigenen Marktsegmente mit, zusammen bündeln alle Unternehmen Know-how, Marktkenntnis und Lieferantenanbindung – ein Mehrwert, den Wettbewerber nicht bieten können und von dem die Kunden profitieren.

So können wir Foodservice-Managern, die viel Geld in Speiserversorgungssysteme investieren, die Sicherheit eines profitablen internationalen Konzerns im Hintergrund geben. Zudem verbindet die Ali Group die Kultur eines Familienunternehmens mit einer starken Unternehmensstruktur, was sie sehr attraktiv für neue Talente macht.

Die Führung übernehmen

Als mein Vater Bruno vor zehn Jahren in den Ruhestand ging, habe ich die Leitung der Firma übernommen. Er hat das Unternehmen nachhaltig geprägt, die Leidenschaft und die Ambition, mit der wir damals gestartet sind, sind immer noch in unserer DNA. Ich denke, unsere Kunden können spüren, dass es unser Ziel ist, Millionen von Patienten den Krankenhausaufenthalt täglich mit einer Speiserversorgung auf hohem Niveau zu verschönern.

Wir sind bestrebt, mit patientenorientierten Lösungen Menschen auf der ganzen Welt mit einem angemessenen Speisenservice zu ermöglichen. Ich freue mich, wenn wir ihnen genussvolle Momente bereiten können.

Das Handeln von Burlodge und temp-rite basiert auf drei Grundsätzen: Verstehen der individuellen Bedürfnisse der Kunden, Entwicklung von Produkten, die einen Unterschied machen, und aus der Expertise unserer Mitarbeiter schöpfen, die größtenteils aus Gastronomiefachleuten bestehen, darunter Köche, Diätassistenten und Ingenieure, mit besserer Sicht auf die Welt der Kunden.

Mit Aussagen wie „wir sind innovativ“ oder „wir sind führend in...“, halten wir uns zurück. Marketingsprache ist für die meisten Menschen wenig aussagekräftig. Wir hören unseren Kunden aufmerksam zu, wir sprechen ihre Sprache und wir kennen ihre tägliche Praxis. Langjährige Erfahrung sowie konstruktiver Input von Tausenden von Endverbrauchern befähigen uns zur Entwicklung von Lösungen und Systemen, die sich mittlerweile als Branchenstandard etabliert haben.

Ich kann guten Gewissens behaupten, dass der Großteil der zehn wichtigsten Entwicklungen, die die Branche in den letzten zwanzig Jahren hervor gebracht hat, von uns stammt. ▶

Mehr als ein Slogan

Together, We Work – das ist unser Anspruch. Dahinter stehen der aufwendige Entwicklungsprozess unserer Lösungen sowie enge Absprachen mit Kunden und Partnern während dieses Prozesses, die zu der von uns angestrebten Gesamtqualität der Endprodukte beitragen.

Das Ergebnis ist eine der umfangreichsten Produktpaletten auf dem Markt, mit Lösungen, die den Bedürfnissen unserer Kunden am besten entsprechen. Um die Ressourcen eines jeden Kunden zu optimieren und seine Gastronomielogistik bestmöglich aufzustellen, gilt es viele Faktoren zu berücksichtigen. Diese Herausforderung nehmen wir gerne an.

Denn jeder Kunde hat seine eigenen spezifischen Anforderungen. Deshalb betonen wir, dass wir Systeme und nicht nur Geräte verkaufen.

Wir führen Standortbesichtigungen durch, kennen die Erfordernisse an Logistik und räumliche Voraussetzungen sowie die Patientenzahlen. Wir kennen die kulinarischen Gepflogenheiten und die Bevölkerungsdichte der jeweiligen Länder, wissen, welche Vorschriften zur Lebensmittelsicherheit gelten. Wir hören zu und stellen die richtigen Fragen, wir prüfen, entwickeln, setzen um und passen an.

Unsere Verantwortung geht über die Implementierungsphase des Projekts hinaus und setzt sich mit Schulungen und beständigem Support über den gesamten Lebenszyklus der Produkte fort.

Wir fühlen uns in unseren Bemühungen bestätigt, wenn Kunden auch nach Jahren immer wieder auf unsere Produkte zurückgreifen. Kundenbindung ist der größte Beweis für den Erfolg unseres Ansatzes.

Mit der Pandemie klarkommen

Zunächst wollen wir allen Beschäftigten im Gesundheitswesen und anderen Einrichtungen für ihren unermüdlichen Einsatz in der Pandemie danken. Wir wissen, was sie geleistet haben, und mit welchen Herausforderungen sie konfrontiert waren.

Auch unser Werk in Bergamo, in einer der am schlimmsten betroffenen Regionen Europas, bekam die Auswirkungen von Corona zu spüren. Viele unserer Kollegen infizierten sich gleich zu Beginn der Pandemie, und um die Gesundheit der restlichen Belegschaft zu schützen, haben wir das Werk bereits vor Inkrafttreten des landesweiten Lockdowns geschlossen. So waren wir schon auf die Schließungen vorbereitet und konnten im Home-Office die partnerschaftliche Zusammenarbeit mit unseren Kunden aufrechterhalten.

Auch unsere Niederlassungen in Großbritannien, Deutschland, Kanada, den Niederlanden, Frankreich und den USA konnten rechtzeitig einen „Notbetrieb“ einrichten, um dringend benötigten Kundendienst zu gewährleisten. Trotz der schwie-

„Trotz der Krise stand die Arbeit bei uns nicht still. Im Gegenteil, es gab noch nie so viel zu tun. Die Mitarbeiter haben sehr schnell, flexibel und mit großem Engagement auf die neue Situation reagiert“

rigen Zeit gerade für unsere Kunden, waren wir gerührt, wie viele sich dennoch die Zeit nahmen, sich für die Lieferung von Produkten zu bedanken und den Gesundheitseinrichtungen in Bergamo ihre Solidarität zu bekunden.

Auf die Situation einstellen und weitermachen

Trotz der Krise stand die Arbeit bei uns nicht still. Im Gegenteil, wir hatten eigentlich noch nie so viel zu tun. Unsere Mitarbeiter haben unglaublich schnell und mit großem Engagement und Flexibilität auf die neue Situation reagiert und Burlodge auf ein neues Level gebracht. Krankenhäuser haben uns berichtet, dass das Handling von Speisentransportwagen für das Personal aus Sorge vor Infektionsgefahr problematisch wurde. Uns wurde klar: Neben der Bewältigung der Kundenanforderungen verlangte der Markt dringend nach neuen Produkten.

Aus dieser Notlage heraus haben wir einige Produktneheiten entwickelt, was in der Kürze der Zeit und unter den erschwerten Bedingungen im Lockdown nicht einfach war. Zwei davon wurden auf der Host 2021 in Mailand vorgestellt.

Logiko ist unser neuer Speisentransportwagen, die umweltfreundlichste, leichteste, einfachste, sauberste und intelligenteste Lösung zur Speiserversorgung auf dem Markt. Wir haben bei den Materialien zu möglichst umweltfreundlichen Rohstoffen gegriffen und weitgehend auf Kunststoffe verzichtet, ohne Einschränkungen bei der Stabilität des Wagens einzugehen. Berührungslose Bedienelemente senken das Infektionsrisiko und sorgen für höhere Produktivität. Mit seinen Konfigurationsmöglichkeiten und ergonomischen Funktionen ist er zukunftsweisend.

Berührungslose Fernsteuerung, Überwachung und Programmierung des Wagens sowie das



Das Unternehmen bietet Schulungen, Projektumsetzung vor Ort und beständigen Support der Produkte

DAS UNTERNEHMEN



Gegründet: **1984**
Teil der Ali Group seit: **1998**

burlodge.com



HACCP-Dokumentationssystem werden über eine App gesteuert. Alle Kontaktstellen sind antimikrobiell, Logiko ist der einzige Wagen, der 100 % innen und außen gereinigt werden kann, sogar hinter den Lüftungspaneele – ein hochmodernes Produkt.

Ebenso beeindruckend ist die Steri-Station, die alle mobilen Geräte schnell und zuverlässig sterilisieren kann. Und zwar nicht nur Burlodge-Systeme, sondern sämtliche rollenden Systeme, was das Risiko der Verbreitung des Virus zwischen den verschiedenen Stationen minimiert. Ein Produkt, das für alle Manager im Gesundheitswesen interessant sein dürfte.

Auf die Zukunft vorbereitet

Für die kommenden fünf Jahren rechnen wir mit einer enormen Steigerung der Nachfrage nach Produkten für den Health-Care-Markt, um den neuen Hygieneanforderungen gerecht zu werden und die Folgen der Pandemie – das Nachholen zurückgestellter Operationen und Behandlungen sowie mögliche Konsequenzen versäumter Vorsorgeuntersuchungen – zu bewältigen.

Unsere Antwort darauf ist die Entwicklung von Produkten, die den Gesundheitsbetrieben mehr Leistung ermöglicht. Der Logiko (Bild oben) wurde speziell zur Effizienzmaximierung konzipiert: für mehr Automatisierung bei gleichzeitig überschaubaren Betriebskosten sowie größerer Flexibilität und für eine höhere Patientenzufriedenheit.

Deshalb stehen wir mit unseren Kunden in ständigem Dialog. Wir kennen ihren Bedarf und

ihre alltäglichen Anforderungen. Aufgrund unserer Erfahrung sind wir dazu in der Lage, passgenaue, optimale Lösungen anzubieten, die wirklich einen Unterschied machen.

Die Entwicklung unseres HACCP-Dokumentationssystems ist ein Beispiel für ein aus der partnerschaftlichen Zusammenarbeit mit unseren Kunden entstandenes Produkt. Es ist inzwischen Branchenstandard. BCloud tut genau das, was fortschrittliche Technologie in den anspruchsvollen Serviceumgebungen von heute leisten muss. Es zentralisiert die Kontrolle, liefert alle benötigten Informationen, z.B. über Lebensmittelqualität und Temperatur und optimiert zusammen mit FeedBack, dem digitalen System zur Erfassung der Patientenzufriedenheit, sowohl die Geräte- als auch die Teamleistung – alles zum Wohl der Patienten.

Burlodge hat die Gesamtheit der Dienstleistungen im Blick, das Unternehmen bietet weitaus mehr als das Entwerfen und Herstellen von Produkten. Das unterscheidet uns und macht uns zu einem führenden Unternehmen in der Branche. Wir sind mehr als ein Lieferant von Speiserversorgungssystemen. Wir entwickeln benutzerfreundliche, patientenorientierte und zeitsparende Verbesserungen, investieren in gute Kundenbeziehungen und in innovative Lösungen. Eine Herausforderung, der sich alle Mitarbeiter von Burlodge und temp-rite Tag für Tag gerne stellen. Wir freuen uns darauf, unsere Kunden bei der Patientenversorgung zu unterstützen – wo auch immer auf der Welt. ■



UNTERNEHMENSSTRUKTUR UND SYNERGIEN

Ich arbeite in der Unternehmenszentrale in Großbritannien, regelmäßige Kommunikation mit den Geschäftsführern der einzelnen Länder hält uns auf dem Laufenden. Jeder Tag bietet spannende Aufgaben, auch die Produktentwicklung ist ein wichtiger Bestandteil meiner Arbeit. Investitionen in Produktionsmittel und neue Technologien teilen wir mit unseren Schwesterunternehmen, das bringt gute Rendite.



WORK-LIFE-BALANCE

Auch in meiner Freizeit fordere ich mich gerne, verlasse körperlich und geistig meine Komfortzone. Die Besteigung des Kilimandscharo und meine Expeditionen zum Nord- und Südpol waren Abenteuer und Lehrstück zugleich. Ich konnte die Auswirkungen des Klimawandels mit eigenen Augen beobachten und mich mit Wissenschaftlern austauschen. Eine Mahnung an uns alle, mit der Umwelt besser umzugehen. Ansonsten trifft man mich meistens beim Triathlon, Skifahren oder Segeln.

02

Titelstory



Wie bei Müttern

Das Mama Shelter Roma ist der Inbegriff italienischer Lebensart und gleichzeitig ein styliker Ort moderner Gastfreundschaft. Grandimpianti war fasziniert von diesem Hotelprojekt, das in beeindruckend kurzer Zeit realisiert wurde, wie Sales Director **Alessandro D'Andrade** berichtet. Von Elly Earls

Serge Trigano, der ehemalige Chef des Club Méditerranée, hat im Jahr 2008 zusammen mit seinen beiden Söhnen Jérémie und Benjamin die Hotelkette Mama Shelter gegründet. Die Lifestylehotels stehen für exzentrisches Design, einfach nur Wohlfühlen und einen außergewöhnlichen Service zu einem vergleichsweise geringen Preis.

Das Trio hat inzwischen weitere Häuser quer über den amerikanischen Kontinent – von Rio de Janeiro bis Los Angeles – und in Europa eröffnet. Nach Belgrad, Luxemburg und Paris folgte jüngst das Hotel Mama Shelter in Rom.

Am rechten Tiberufer in Prati gelegen, zwischen historischer Altstadt und Vatikanstadt, besticht das Mama Roma durch seine zentrale Lage. Berühmte Sehenswürdigkeiten sind zu Fuß zu erreichen, außerdem ist das Stadtviertel Prati auch bekannt für seine trendigen Läden und seine lebendige Gastronomieszene.

Wie die anderen Häuser der Kette, trägt auch das Mama Roma mit seinem außergewöhnlichen Einrichtungsstil die unverkennbare Handschrift der Hotelkette, kombiniert mit jeder Menge Lokalkolorit: Auf den Böden befinden sich Mosaiksteine, an den Decken und Wänden Arbeiten des Grafikers und Künstlers Beniloy und im ganzen Haus verteilt stehen moderne Skulpturen.

Im Restaurant sind neben den Hotelgästen auch Einheimische willkommen. Insgesamt fast 700 Gäste können in den fünf gastronomischen Angeboten des Mama Roma bewirtet werden. Das Hauptrestaurant Giardino d'Inverno mit Platz für bis zu 200 Personen bietet italienische Küche mit

internationalen Einflüssen an, im Innenhof können 160 Gäste im Giardino d'Estate und in der Cabana-Bar ihr Frühstück einnehmen oder je nach Gusto einfach nur einen Kaffee, Tee oder Aperitif trinken.

Täglich um 18 Uhr öffnet die Rooftop Bar und Restaurant ihre Türen. An die 250 Gäste können auf einer der größten für die Öffentlichkeit zugänglichen Dachterrassen Roms bei Salaten, Crudités und fantastischer Focaccia den spektakulären Blick auf die Kuppel des Petersdoms genießen. Und natürlich darf die traditionelle Pizza nicht fehlen: Dafür sorgt der in der offenen Küche mitten im Speisesaal platzierte Pizzaofen.

Die sogenannten Ateliers bieten zusätzlich Platz für Meetings. In den zwei Besprechungsräumen können bis zu 50 Personen in Ruhe konferieren, für den Fun-Faktor zur Entspannung sorgen Tischfußball, Tischtennis und die Möglichkeit zum Boccia-Spielen im Außenbereich.

Kunterbunt, stylish und gesellig

Der urbane Rückzugsort Mama Roma ist groß, die Gastronomie über das gesamte Gebäude verteilt. Die Wege zwischen Küche und Gästen sind lang. „Während des Soft-Openings konnten wir noch nicht alle drei Küchen gleichzeitig betreiben“, erklärt General Manager Bruno Cavasini. „Aber seit der offiziellen Eröffnung besteht die Küchenbrigade aus 30 Küchenchefs und Köchen.“

Geplant wurde die Ausstattung der Gastronomie von Grandimpianti, einem Unternehmen der Ali Group. Ende 2018 bekam Grandimpianti den Auftrag für die Entwicklung und Umsetzung aller Gastronomie-Projekte im Mama Roma: für die Show-Küche im Restaurant, für die Osteria, die Bars, den Sommergarten, die Dachterrasse, sowie für sämtliche Küchen und Lagerräume.

Zu Beginn der Planungsphase 2019 haben ▶

Die fünf Gastronomiebereiche versorgen zusammen fast 700 Gäste

„Die Kombination aus coolem Design und Wohnlichkeit ist einzigartig und schafft den perfekten Rahmen für geselliges Beisammensein“

Alessandro D'Andrade
Grandimpianti

sich Chefkoch Andrea Sangiuliano vom Mama Shelter und das Team von Grandimpianti in Paris zusammengesetzt. Ein Jahr und mehrere überarbeitete Entwürfe später – die Gastronomie sollte sowohl dem weltweiten Standard von Mama Shelter, als auch dem gastronomischen Konzept des Hotels in Rom entsprechen – stand die Planung.

Alessandro D'Andrade, Sales Director von Grandimpianti, war begeistert von dem Profil und dem Konzept des Unternehmens. „Die Kombination aus coolem Design und Wohnlichkeit ist die perfekte Voraussetzung für geselliges Beisammensein. Die kunterbunte, stylische Umgebung schafft eine entspannte Atmosphäre für Gäste jeder Altersgruppe.“

Sangiuliano hat im Laufe seiner beruflichen Laufbahn immer wieder mit Kochblöcken von Unternehmen der Ali Group gearbeitet. „Er war immer höchst zufrieden mit unseren Geräten. Das hat uns die Auswahl der Equipments enorm erleichtert“, sagt D'Andrade.



Das gesamte Portfolio der Ali Group

D'Andrade schöpfte die gesamte Bandbreite der Ali Group Marken aus. Rosinox – bekannt für Leistungsstärke, Robustheit und modulare Küchen – lieferte die Herdblöcke für die Hauptküche, weitere Kochgeräte kamen von Metos. OEM sorgte für die Pizzaöfen, Comeda und DIHR stellten Spül- und Abfalllösungen bereit, Scotsman die Eiswürfelmaschinen.

Die größten Anpassungen wurden bei den Kochblöcken von Rosinox vorgenommen. Sie wurden nach den Vorgaben des Küchenchefs gebaut, komplett ausgestattet mit Induktion. Die Mitarbeiter von Mama Shelter waren beeindruckt von der Maßarbeit von Grandimpianti auf der begrenzten Fläche der Dachterrasse. „Das Raumangebot auf dem Dach war zu knapp für eine voll ausgestattete Küche. Aber das von Grandimpianti gelieferte Equipment für die

Bei der Planung und Ausstattung der Küchen für das Mama Shelter Roma schöpfte Grandimpianti die gesamte Bandbreite der Ali Group Marken aus



Von oben: der General Manager des Hotels, Bruno Cavasini; Borie Levy, Director of Image & Entertainment des Mama Shelter Roma; Andrea Sangiuliano, Küchenchef des Mama Shelter Roma; Alessandro D'Andrade von Grandimpianti

Satellitenküche ist perfekt zum Warmhalten und Regenerieren der aus der Zentralküche gelieferten Speisen“, erklärt Cavasini. „Hier wird ausschließlich mit Induktion gekocht – die Kochfelder garantieren eine hervorragende Leistung.“

Das Feedback von Mama Shelter für D'Andrade für die Installation der Küchen und die Schulungen waren durchwegs positiv, wobei die Vorkenntnisse von Sangiuliano mit Kochtechnik der Ali Group das Ganze einfacher machten. Blieb noch der straffe Zeitplan als große Herausforderung – aber selbst bei kurzfristigen Anfragen seitens des Küchenteams klappte die Kommunikation immer hervorragend und der Eröffnung des Hotels am 1. Juli 2021 stand nichts im Wege.

„Unsere Fachleute habe die Anforderungen und das von Mama Shelter gewünschte Profil präzise erfasst und auf bestmögliche Weise umgesetzt, um höchste Kundenzufriedenheit zu erreichen“, sagt D'Andrade. „Die gute Kooperation beider Unternehmen war die Grundlage für das perfekte Zusammenspiel von Know-how und Professionalität.“

Ambitionierte Expansionspläne

Nach dem Soft-Opening im Sommer hat das Mama Shelter Roma im Herbst 2021 den vollen Betrieb aufgenommen, inklusive Pizzeria Mama, Giardino d'Estate und Cabana Bar, sowie mit Live-Musik auf der Bühne des Giardino d'Inverno an jedem Donnerstag-, Freitag- und Samstagabend.

Danach werden sich Serge Trigano und seine Mitarbeiter in die Planung für die nächsten Mama Shelter Hotels stürzen. Trotz der schwierigen Zeiten für die Gastronomie hat das Unternehmen nämlich ehrgeizige Expansionspläne: Bis 2025 ist die Eröffnung von weiteren Hotels in Bahrain, Dubai, Lissabon und anderen Ländern geplant.

Davor haben sie sich aber eine Pause verdient. Sie werden vor allem erstmal genießen, was Grandimpianti und das Team von Mama Shelter in der italienischen Hauptstadt geschaffen haben – ein lebendiges, urbanes Refugium, das das lokale Flair der Stadt, ihrer Kultur und Küche in der für Mama Shelter typischen extravaganter Art präsentiert. ■

DAS UNTERNEHMEN

GRANDIMPIANTI
ENGINEERING & CONTRACTING

50+ Grandimpianti kann auf über 50 Jahre Erfahrung in Maschinenbau und Küchenausstattung zurückblicken
grandimpianti.it

03

Trends



VON DER KRISE ZUR CHANCE:

Trend- beobachtung

Der Präsident und CEO der InterMetro Industries Corporation bewertet die wichtigsten Trends in der Branche und ihre Folgen für die nächsten Jahre. Wie hat die Pandemie diese und andere Trends noch beschleunigt? Von Elly Earls

Der Trend zu Delivery Food ist seit über fünf Jahren ungebrosen. Vor allem bei den Jüngeren, bei den Millennials und den Generationen Y und Z, ist es sehr populär, sich die Lieblingsgerichte aus dem Restaurant nach Hause zu bestellen. Geordert wird über die Restaurant-eigenen Apps oder über externe Anbieter wie Deliveroo, Uber Eats oder DoorDash.

Mark Dempsey, Consulting Director bei GlobalData, überrascht es kaum, dass sich dieser Trend in Pandemie-Zeiten noch verstärkt hat, als Millionen von Menschen kaum vor die Tür gehen konnten.

„Von der Gastronomie wurden große Anstrengungen unternommen, ihren Kunden einen exzellenten Heimservice zu bieten, um ihren Betrieb aufrechtzuerhalten und um möglichst gut durch die Krise zu kommen“, sagt er.

„Am Trend zur Heimlieferung wird sich auch nichts ändern. Wir gehen davon aus, dass die großen Ketten überlegen werden, wie man daraus ein großartiges Kundenerlebnis mit hervorragendem Service und guter Kundenbindung machen kann, und wie sie über digitale Bestellungen eine gute Kundenbindung erreichen können. Das gilt nicht nur für die großen Fast-Casual- und Schnellrestaurants, sondern auch für die konventionellen Casual-Dining-Anbieter.“

MARKT- ÄNDERUNGEN

Bei GlobalData geht man davon aus, dass die Foodservice-Branche weltweit in den kommenden drei Jahren wieder das Vor-Corona-Niveau von 2019 erreichen wird, wobei sich bestimmte Bereiche sicher schneller erholen als andere.

„Natürlich besteht eine gewisse Unsicherheit in der Branche. Viele Menschen freuen sich darüber, dass das Café um die Ecke und der Burgerladen wieder zur Normalität zurückgekehrt sind. Man hält sich darin nicht sehr lange auf, die Kunden fühlen sich relativ gut geschützt“, sagt Dempsey.

„Die traditionelle Gastronomie, wo man bei Vorspeise, Hauptgericht, Dessert und Kaffee länger verweilt, wird sich nur langsam erholen. Wir erwarten eine Verschiebung des Marktes weg vom klassischen Restaurant hin zu Schnellrestaurants, Pizzerias und Cafés.“

Einzigste Ausnahme: Die Hotel-Gastronomie. Sie wird sich positiv entwickeln. „Die Leute fahren wieder in den Urlaub. Aber um unnötige Kontakte zu vermeiden, wird ein Großteil der Gäste zum Essen im Restaurant des Hotels bleiben, statt die lokale Gastronomie aufzusuchen“, erklärt er.



SUPER- SPECIFICITY

Die ‚Farm-to-Fork‘-Bewegung hat den Wunsch nach totaler Transparenz über das, was auf dem Teller liegt, verstärkt. Die Konsumenten wollen mehr darüber wissen, was sie essen und warum – Dempsey nennt es ‚Super-Specificity‘.

„Es geht um Authentizität. Es reicht nicht mehr, zu wissen, dass Currypulver indischer Herkunft ist, nein, der Verbraucher möchte genau wissen, aus welcher Region in Indien die verschiedenen Gewürze für das Currypulver kommen“, erklärt er.

„Anderes Beispiel: ‚italienische‘ Tomatensoße ist zu unspezifisch. Es muss schon eine ‚sizilianische‘ oder ‚toskanische‘ Tomatensoße sein. Welche Sorte Kirschtomaten macht ihren speziellen Geschmack aus? Wo kann man sie kaufen, um das Gericht selber zu kochen?“

Ein Trend, zu dem auch die Wiederentdeckung der Food Trucks gehört. Sie sind oftmals die Corona-sicherere Variante als ein Restaurant- oder Kantinenbesuch. „Hier gibt es eine klare Tendenz“, sagt Dempsey. „Draußen in der frischen Luft in der Schlange zu stehen fühlt sich besser an, außerdem bieten die trendigen Food Trucks abwechslungsreiches und köstliches Essen an.“

GHOST KIT- CHENS

Für eine Untersuchung verschiedener Gastronomie-Konzepte und zur Optimierung von Bestell- und Lieferprozessen startete McDonald's 2019 seine erste Geisterküche. Damit ist die Kette dem Beispiel von Chick-fil-A, Wendy's, Sweetgreen und Dickey's Barbecue Pit gefolgt. Letztere haben eine Partnerschaft mit Combo Kitchens angekündigt, einem Franchiseunternehmen für Ghost Kitchens, um ihre Gerichte im Take-away- und Delivery-Service auch aus den Küchen der daran angeschlossenen Gastronomiebetriebe anbieten zu können.

Im Wachstum der Geisterküchen, die Back-of-House-Services, Geschirrspülen, Auftragsabwicklung und Liefersysteme anbieten, sieht Dempsey vor allem zwei Gründe.

„Die Zusammenarbeit mit Geisterküchen reduziert den Arbeitsaufwand und vereinfacht die Abläufe. Zweitens können Restaurants mit nur zwei oder drei Filialen, die nur im Umkreis von neun Kilometern liefern können, so ihr Potenzial besser ausschöpfen und ihren Vertrieb breiter aufstellen“, erklärt er.

Die meisten QSR-Ketten beschäftigen 30 bis 50 Mitarbeiter. Laut Jim Collins, ehemals CEO von Kitchen United, werden nur zwei Mitarbeiter pro Schicht benötigt, wenn sie die Dienste von Kitchen United in Anspruch nehmen. „Das bedeutet eine Senkung der Lohnkosten um 75 - 80 %.“

„So können Sie Ihr Markenpotenzial maximieren“

AUTOMATISIERUNG HINTER DEN KULISSEN

Christine Guyott FCSI, Vorsitzende von FCSI The Americas Division und Principal bei Rippe Associates, hat sich auf Foodservice im Gesundheitssektor spezialisiert. Ihr zufolge gehört die Zunahme der robotergestützten Lieferungen zu den größten Trends der letzten Monate. Anstelle von Mitarbeitern, die mit Wagen und Tablettis hantieren, werden von immer mehr Krankenhaus-Catering-Anbietern autonome mobile Roboter (AMR) oder fahrerlose Transportfahrzeuge (AGV) mit der Auslieferung von Mahlzeiten und dem Einsammeln des schmutzigen Geschirrs eingesetzt.

„Ich rede nicht von Robotern, die Burger braten“, sagt sie. „Das kommt vielleicht noch. Im Moment geht es darum, Möglichkeiten zur Aufwandsminimierung im Materialmanagement zu finden.“

Laut Dempsey geschieht das aus denselben Gründen, die auch mit den Ghost Kitchens angestrebt werden: nämlich zur Einsparung von Arbeitsaufwand und Kosten. „In den nächsten Jahren werden wir einen Rückgang der Gästezahlen erleben, weil die Menschen ihr Geld zusammenhalten. Deshalb werden auch die Gastronomen sparen“, sagt er.

„Es geht um Möglichkeiten zur Minimierung des Aufwands im Materialmanagement“

JA ZUM ELEKTROHERD

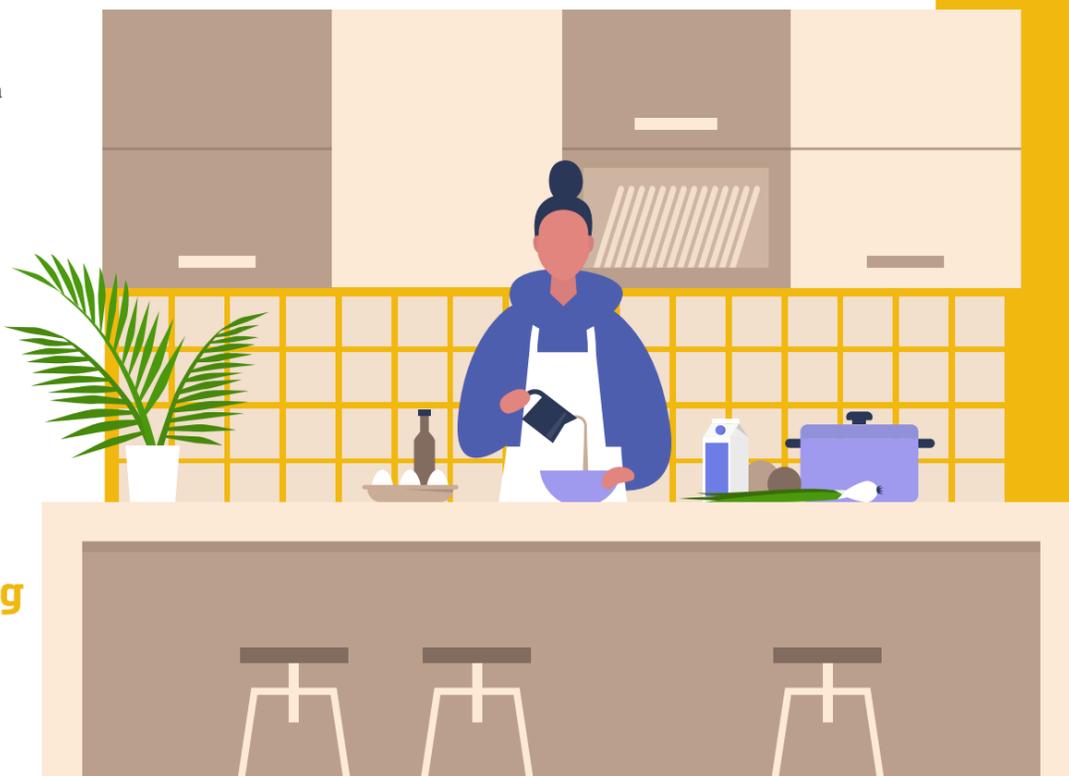
Guyott sieht einen weiteren Trend in den Küchen der Gastronomiebetriebe: die Entwicklung weg vom Gas hin zum Elektroherd, vor allem an der Westküste der USA. „Hintergrund ist der Wunsch nach emissionsfreien Küchen und zur Reduzierung des Energieverbrauchs“, sagt sie. „Das wird große Auswirkungen auf die Branche haben.“

Eine maßgebliche Herausforderung für die Gastronomie wird die Verfügbarkeit von Elektrogeräten sein. „Ich denke die Hersteller sollten dieser Entwicklung einen Schritt voraus sein, denn der Wandel wird schnell kommen und wir haben im Moment keine große Wahl“, sagt sie.

Viele Unternehmen der Ali

„Dahinter steht der Wunsch nach emissionsfreien Küchen und weniger Energieverbrauch“

Group arbeiten mit Features, die ihren Kunden beim Energiesparen helfen. Das Easy-Touch-Display beispielsweise, serienmäßig in den neuen Modellen von Pavailler verbaut, bietet einen „Eco-Modus an“, eine Möglichkeit zur Senkung des Stromverbrauchs ohne Abstriche in der Qualität. Im „Expert-Modus“ werden Energieverbrauch, Temperatur im Ofen sowie technische Daten angezeigt (weitere Informationen siehe S. 55).



KONTAKTLOSES BEZAHLEN

Dass kontaktloses Bezahlen während der Corona-Krise einen Aufschwung erlebte, ist nicht weiter überraschend. „Die Technik gab es schon vor der Pandemie, sie hat sich jetzt aber in vielen weiteren Bereichen, wie im Gesundheitssektor, in Restaurants und im Bildungswesen durchgesetzt“, sagt Guyott.

Bei neuen Projekten im Gesundheitsbereich plant Guyott oftmals extra Bereiche für Vorbestellung und Vorauszahlung ein.

„Sie sind in erster Linie für Mitarbeiter der Kliniken gedacht, die immer unter Zeitdruck stehen und nur 30 Minuten Zeit zum Essen haben“, erklärt sie. „Lange Warteschlangen waren schon immer ein Problem. Wir hoffen, dass wir sie mit Hilfe von Zentralküchen, die die vorbestellten Speisen in Schließfächern bereitstellen, abschaffen können.“

Schließfächer zur Selbstbedienung werden zunehmend auch in Sportanlagen eingesetzt. Die Kunden ordern per Telefon im Restaurant oder im Imbiss und können ihre Bestellung dann mit Hilfe eines bestimmten Codes aus den Fächern entnehmen. Einige Sportanlagen investieren sogar in die „Just Walk Out“-Technologie – beim Verlassen des Gebäudes wird automatisch die Kreditkarte des Kunden mit dem Rechnungsbetrag für die von ihm konsumierten Speisen und Getränke belastet.

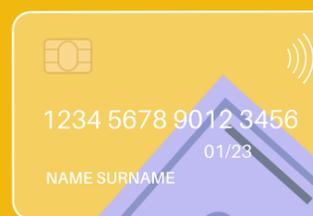


BIG DATA

Die europäische Kette Poke House, spezialisiert auf Poke Bowls, hat während der Pandemie einen enormen Zuwachs erfahren. Nach Meinung von Matteo Pichi, CEO von Poke House, liegt der Grund vor allem in der Nutzung von Tools, die neben den Bestellungen auch noch jede Menge weitere Daten erfassen und verarbeiten können.

Das firmeneigene CRM-System liefert täglich aus jeder Filiale zahlreiche Daten, beispielsweise über die von den Mitarbeitern benötigte Zeit zur Zubereitung der Poke Bowls, Kundenbewertungen der Gerichte, unvollständige Bestellungen und vieles mehr. Die Datenerfassung bietet Pichi und dem Management einen vollständigen Überblick und mehr Flexibilität für Wachstum.

Pichi ist fest davon überzeugt, dass die größte Konkurrenz in Zukunft „Digital Natives“ – wie Poke House – sein werden, die die Kunst der Gastlichkeit mit dem Fokus auf Technologie verbinden.



AUS SICHT DES HERSTELLERS

JOHN NACKLEY

President & CEO, InterMetro Industries Corporation, über die größten Gastronomie-Trends und deren Folgen in den nächsten Jahren



Welche drei Trends werden die Branche in den kommenden zehn Jahren prägen?

Der Wunsch nach schnelleren Zubereitungszeiten, nach verringertem Arbeitsaufwand und nach der Möglichkeit, Essen zum Mitnehmen zu bestellen, wird Technologien zur Speisenzubereitung weiterhin in den Mittelpunkt stellen. Sous-Vide, High-Speed-Impingement und Kombi-Mikrowellen werden kürzere Zubereitungszeiten ermöglichen, ohne Einbußen bei der Qualität. Dadurch werden sich auch die Kosten für Lebensmittel reduzieren, weil weniger Abfälle und Arbeit anfallen. In Verbindung mit der Verfügbarkeit von Arbeitskräften und den Betriebskosten steht Effizienzsteigerung als Hauptmerkmal bei Produktinnovationen im Vordergrund.

Zweiter großer Trend ist die Einführung neuer Liefermodelle. Home-Office und hybrides Arbeiten erhöhen die Nachfrage nach Alternativen in der Lieferung und im Speisenangebot. Neue Technologien werden Lösungen bieten.

Und drittens, um kleinere, nachhaltigere Produktionsstätten zu betreiben, werden platzsparende Geräte gefragt sein, ebenso wie Equipment zur Vorbereitung und Lagerung.

Wie wird sich das auf die Branche auswirken?

Zum einen werden die Hersteller mit innovativen Produkten auf die neuen Anforderungen reagieren. Diese Produkte sind auf Schnelligkeit ausgerichtet, sie werden kompakter und flexibler sein. Zudem werden neue Akteure auf den Markt drängen, die dem neuen

Bedarf hinsichtlich Ernährungswünschen und Standorten entsprechen. Hersteller, Händler und Betreiber sollten flexibel genug sein, um sich an die dynamische Marktlage anzupassen. Aber das Überleben in diesem disruptiven Umfeld wird für viele traditionelle Betriebe zu einer Herausforderung werden.

Warum ist Metro für diese Veränderungen gut gerüstet?

Metro setzt auf „Voice of the Customer“-Methoden und enge Zusammenarbeit mit den Entwicklungsabteilungen der großen Unternehmen dieser Branche sowie mit Vertriebspartnern. Viele unserer Produkte, neue wie bestehende, sind für optimale Raumausnutzung und Produktivität konzipiert – das Ergebnis von Marktforschung und Analyse der Kundenbedürfnisse. Wir sind sehr engagiert, was die Entwicklung neuer Produkte und Lösungen betrifft und beschäftigen ein Expertenteam für Innovationen für die sich verändernden Anforderungen.

Sind Sie optimistisch, was die Zukunft der Branche betrifft?

Absolut. Dieser Wandel wird neue Lösungen hervorbringen und gleichzeitig den Realitäten des Marktes entsprechen. Wir werden interessante neue Technologien und Unternehmen in der Branche sehen, die die großen Unternehmen auf dem Markt zu noch innovativerem Handeln anspornen. Aus neuen Herausforderungen entstehen kreative Lösungen, bestehende Hersteller und Vertriebskanäle kommen auf den Prüfstand und müssen sich dem anpassen. Einige Technologien und Geschäftsmodelle werden aber überholt sein und von neuen abgelöst werden.

04

Success Stories

Flexibel, leistungsstark und robust

Das Fünf-Sterne-Hotel Nobu London Portman Square ist mit leistungsstarkem und flexiblem Equipment von Ambach gut gerüstet, wie **Toby Magness**, Sales Director Ambach UK, Tina Nielsen erzählt

Als die Nobu Hospitality ihren neuesten Standort in London plante, war die Anforderung an die Kochtechnik klar: Sie sollte flexibel sein, extrem leistungsfähig und von der Großküche bis hin zum Fine Dining vielseitig einsetzbar.

Die Erfolgsgeschichte der Nobu Hotels begann 2013 mit der Eröffnung des ersten Objekts der Luxus-Marke im Caesars Palace in Las Vegas. Das Konzept der Lifestyle-Hotels ist „eine Mischung aus modernem kühlen Luxus und traditionellem japanischem Minimalismus“.

Starkoch Nobu Matsuhisa ist mit seiner Fusionsküche, in der er klassische japanische Gerichte mit peruanischen Zutaten kombiniert, weltberühmt geworden. Sein wohl bekanntester Signature Dish ist der in Miso marinierte schwarze Kabeljau. Hollywood Schauspieler Robert de Niro war in den 80er Jahren Stammgast in seinem Restaurant in Los Angeles und so begeistert, dass er 1994 zusammen mit ihm ein Restaurant in Manhattan aufmachte.

Doch damit ist die Geschichte des ungewöhnlichen Duos noch nicht zu Ende: Heute gibt es 13 Nobu Hotels weltweit, weitere sind in Planung, sowie 47 Restaurants von Malibu bis Melbourne. Jüngster Coup des Unternehmens ist das Nobu Hotel London Portman Square, nach dem 2017 eröffneten Nobu Shoreditch im trendigen East End bereits das zweite in London.

In Marylebone gelegen, einem Stadtviertel, das sich mit vielen kleinen Geschäften und Cafés

einen dörflichen Charakter bewahrt hat, verfügt das Nobu Hotel Portman Square über 249 Zimmer und Suiten, ein Restaurant für 200 Gäste, eine Bar und eine Terrasse mit 70 Sitzplätzen sowie eine Lounge für weitere 80 Gäste.

Mit der Planung der Küchen im Nobu Hotel Portman Square wurde Graham Barrie von Graham Barrie Design beauftragt. „Um dem Anspruch des ‚Nobu Style‘, dem unverwechselbaren Stil aller Nobu-Gerichte weltweit gerecht zu werden, sollten sie sowohl flexibel, als auch leistungsstark und robust sein. Die Zentralküche im ersten Stock versorgt nicht nur das Fine Dining Restaurant, sondern auch Veranstaltungen und Banketts“, erklärt er.

Barrie entschied sich für Ambach, um die vielfältigen Anforderungen an die Küche bestmöglich umzusetzen. „Ambach liefert ein breites Portfolio an Gas- und Elektrogeräten, die sowohl für Großküchen als auch für Fine Dining geeignet sind. Für das Nobu Hotel Portman Square ist die Linie System 850 ideal, da sie alle Bereiche abdeckt“, sagt er.

Die Produktlinie entspricht genau den Anforderungen, die das Projektteam von Barrie umsetzen sollte. „Hauptkriterium war die Leistungsfähigkeit. Allerdings gab es am Standort Schwierigkeiten mit der Stromversorgung und ein eingeschränktes Raumangebot. Deshalb mussten wir eine Kombination aus maßangefertigten

Das Nobu kombiniert eine Mischung aus modernem kühlen Luxus und japanischem Minimalismus





Die Geräte von Ambach sind vielseitig, leistungsstark, alltagstauglich und einfach in der Bedienung. Sie bieten volle Kontrolle



DIE KÜCHENLÖSUNGEN FÜR DAS NOBU HOTEL, LONDON PORTMAN SQUARE

Um die Anforderungen der Küche zu erfüllen, wurde die Ambach Linie System 850 gewählt. Sie besteht aus:

- Hauptküche: Gasherd, Grill, Backofen, Pastakocher und Plancha.
- Satellitenküche: Gasherd, Backofen, Fritteuse und Plancha.
- Angepasste Bankett-Geräte: zwei kippbare Gasbratpfannen, zwei Gaskessel, Gasherd, Gasfritteusen, Grill und Plancha.

Gas- und Elektrogeräten einbauen, um die Küche an die bautechnisch bedingten Stützpfeiler anzupassen“, erklärt Barrie. „Die Linie System 850 von Ambach bietet genau das Spektrum an Geräten und die notwendige Flexibilität, um mit Herausforderungen dieser Art fertig zu werden.“

Vielseitig, leistungsstark und alltagstauglich

„Das Nobu Hotel hat eine Bankettküche, eine Zentralküche und mehrere Satellitenküchen. Die Geräte müssen also für alle Bereiche geeignet sein“, sagt Toby Magness, Sales Director von Ambach UK. Die enorme Vielseitigkeit der Geräte von Ambach hat überzeugt, ebenso wie das innovative Verbindungssystem für eine durchgehende Hygieneabdeckung – so ist die Küche leicht zu reinigen und sieht immer gut aus.“

Chefkoch Michael Paul ist begeistert von seiner Küche. „Die Geräte von Ambach sind vielseitig, leistungsstark, alltagstauglich und einfach in der Bedienung. Damit haben wir hier alles unter Kontrolle“, sagt er. „Und sie sind mit minimalem Aufwand leicht in Ordnung zu halten.“

Der offene Durchgangsbereich an der Vorderseite der Küche bietet den Gästen Einblick in die Küche. „Das heißt, sie muss vom Design her ansprechend und immer top sauber sein“, so Barrie. „Dank der hygienischen Geräteverbindung, der H3-Unterbauten und der modularen Bauweise ist kompromisslose Sauberkeit kein Problem.“

Trotz der Herausforderungen, die die Umsetzung des Projekts in Zeiten der Pandemie mit sich brachte, gelang der Einbau der

„Auch das Küchenteam vom Nobu ist sehr zufrieden. Der Herdblock bietet hervorragende Leistung, ist leicht zu reinigen, äußerst langlebig und sieht gut aus“

Graham Barrie
Graham Barrie Design



Küche reibungslos. „Die unübertroffene Verarbeitungsqualität und die perfekte Kombination von Funktionalität und Eleganz der Küche von Ambach haben das Projekt enorm erleichtert. Wir haben es geschafft, trotz Lockdown und begrenztem Budget just in time zu liefern und einzubauen“, sagt Oliver Duff, Project Manager von Berkeley Projects, der Händler.

Das Endergebnis ist rundum gelungen. „Ambach bietet ein hervorragendes Preis-Leistungsverhältnis. Ich konnte in allen Phasen des Ausschreibungs- und Entwurfsprozesses auf Ambach zählen“, sagt er. „Und ich konnte mich darauf verlassen, dass Zeitplan und vorgegebenes Budget eingehalten werden. Auch das Küchenteam vom Nobu ist sehr zufrieden. Der Herdblock bietet hervorragende Leistung, ist leicht zu reinigen und äußerst langlebig.“

Auch für Ambach ist die Küche des Nobu Hotels ein großer Erfolg. „Absolut gelungen, mit viel Liebe zum Detail“, sagt Magness. „Es freut mich, dass Ambach und Berkeley Projects dieses Projekt in Kooperation so erfolgreich abwickeln konnten, zumal es aufgrund der baulichen Gegebenheiten viele Einschränkungen gab. Aber es hat sich gelohnt.“ ■

DAS UNTERNEHMEN



1953

Ambach hat über 65 Jahre Erfahrung in der Entwicklung und Fertigung von horizontaler Kochtechnik

100%

Ambach fertigt Induktionsherde für Kochen ohne Temperaturverlust und mit Temperaturkontrolle

40%

die schnell aufheizbaren Standbratpfannen von Ambach reduzieren die Garzeit um 40 %

ambach.com

04 Success Stories

West-Östliche Kooperation

Eines der erfolgreichsten New-Economy-Unternehmen Chinas beauftragte Ali China mit der Einrichtung seiner hochmodernen Großküche in der neuen Firmenzentrale. Planer **Thomas Lai**, FCSI, im Gespräch mit Jim Banks über gute Zusammenarbeit und die Qualität und Kapazität von Küchenequipment für ein wachsendes Unternehmen



VIP.com gehört zu den drei größten E-Commerce Konzernen Chinas. Mit seinem Verkaufportal VIPSHOP konnte sich das Unternehmen in den letzten Jahren als führender Online Discounthändler in

seinem Land positionieren. Mit über 12 Millionen aktiven Nutzern pro Tag und durchschnittlich 204 Bestellungen pro Minute hat sich der Anbieter von Flash-Sales schnell auf dem Markt etabliert. Vor kurzem stand das Unternehmen nicht nur digital, sondern auch räumlich auf Wachstumskurs.

Der Bau einer neuen Unternehmenszentrale stand an. Er befindet sich in der Pearl River New City, Guangzhou, einem modernen Handels- und Dienstleistungsviertel, in dem sich vor allem Internetunternehmen niedergelassen haben. In der Nachbarschaft trifft man viele bekannte Pioniere digitaler Technologien wie Cloud Computing, Big Data und künstlicher Intelligenz.

Der Neubau für die neue Unternehmenszentrale wurde im Jahr 2020 fertiggestellt. In dem VIPSHOP-Gebäude sind die Büros für über 10.000 Mitarbeiter, ein Konferenzzentrum, Ausstellungsflächen und Gastronomieeinrichtungen auf einer Fläche von 13.000 Quadratmetern untergebracht.

Die Verpflegung so vieler Menschen auf qualitativ hohem Niveau zu ermöglichen, ist keine leichte Aufgabe. VIPSHOP holte sich dafür die professionelle Unterstützung von Thomas Lai, FCSI, Managing Director von Trillion Foodservices Planner (TFP) Ltd. Das Unternehmen mit Niederlassungen in Hongkong, Macao, Shenzhen und Peking hat sich auf Design- und Beratungsleistungen für Küchen und Wäschereien spezialisiert.

„Im Nachhinein kann ich gar nicht mehr sagen, welche die kniffligsten Punkte des Projekts waren“, sagt Lai. „Wir haben bei der Planung in erster Linie auf eine funktionale Ausstattung geachtet, darauf, dass reibungslose Arbeitsabläufe gewährleistet sind und dass bei maximaler Ausgabemenge noch die geforderte Qualität erfüllt wird. Dank des vielseitigen Produktportfolios der Ali Group war es möglich, die entsprechenden Geräte passend zu den vielen verschiedenen Zubereitungskonzepten der Großküche zu finden.“



Eine perfekte Partnerschaft

Lai stützte sich bei der Planung auf das Equipment der Ali Group. Viele Unternehmen des Konzerns wurden in den Prozess miteinbezogen – Mareno, Metos, Lainox, Ambach, Baron, Rendisk, Egro und Metro. Über Ali China konnte Lai die passenden Geräte für die jeweiligen Anforderungen beschaffen.

„Seit über 15 Jahren kooperiert Trillion Foodservices Planner Ltd. schon mit der Ali Group“, erzählt Lai. „Wir kennen uns alle sehr gut. Ich weiß, dass Ali China immer daran arbeitet, seinen Service noch effizienter zu gestalten und in Planungsphasen noch schneller auf Anfragen reagieren zu können.“

„Als ich 2017 von den Plänen für den Bau der neuen Firmenzentrale der VIP.com erfuhr, habe ich mir überlegt, wie wir uns für dieses Projekt bewerben könnten“, erzählt Andy Zhang, General Manager von Ali China. „Aufgrund unserer Beziehungen wusste ich, dass TFP als eines der führenden Beratungsunternehmen in China die Küchenplanung übernommen hatte. So stand unserer Beteiligung an diesem Projekt nichts mehr im Wege.“

„Zunächst legten die Kollegen aus der Designabteilung die Spezifikationen für den Kochblock fest und wählten alle benötigten Geräte aus“, erklärt Zhang. „Nach der Ausschreibung übernahmen die Kollegen vom Vertrieb.“



Die breite Produktpalette der Ali Group erleichterte dem Planungsteam die Suche nach passenden Geräten für die Anforderungen dieses Projekts





Das perfekte Rezept aus vielen Marken

In der VIPSHOP-Zentrale sind zwei Catering-Anbieter für die Speisen verantwortlich: das weltweit tätige Unternehmen Sodexo sowie ein lokaler Anbieter. Gemeinsam versorgen sie 10.000 Mitarbeiter. In der neuen Firmenzentrale befinden sich außerdem Filialen von Starbucks und Heytea, ein Lebensmittelgeschäft, eine italienische Eisdiele, ein englischer Tee-Fachhandel, eine Salatbar, eine Bäckerei, ein Restaurant für die Mitarbeiter von VIP und eines für die Chefetage.

„Die gegenseitige Unterstützung und der Synergieeffekt aus der Zusammenarbeit von TFP mit Ali China waren von großem Vorteil“, sagt der Chefkoch. „Die größte Herausforderung ist die Anzahl der Kunden“, fügt er hinzu. „Während der Pandemie war zwar deutlich weniger zu tun, aber jetzt haben wir das Geschäft wieder hochgefahren.“

Dank des Equipments von Mareno, Metos, Lainox, Ambach, Baron, Rendisk, Egro und Metro kann die Gastronomie in der neuen Zentrale qualitativ hochwertige Speisen anbieten und in großen Mengen produzieren.

„Die Arbeitsabläufe sind wesentlich effizienter, der Personalaufwand wurde verringert, Küchenabfälle reduziert und wir können die hohe Nachfrage problemlos bedienen“, so der Küchenchef.

„Ich bin sehr zufrieden mit dem Equipment. Es ist einfach zu bedienen und die Qualität ist hervorragend. Ich kann es nur weiterempfehlen.“



Die Gastronomie in der neuen VIPSHOP-Zentrale versorgt täglich 10.000 Mitarbeiter. Equipment der Ali Group-Unternehmen von Mareno, Lainox, Metos, Ambach, Rendisk, Egro und Baron unterstützt die Gastronomie, hochwertige Speisen anzubieten



„Küchenanbieter, Kunde und Berater haben sich für Großküchentechnik der Ali Group entschieden, aufgrund erfolgreicher Kooperationen in der Vergangenheit und wegen der hohen Qualität von Produkten und Service“

Andy Zhang
General manager, Ali China

Anschließend waren die Techniker und der Kundendienst an der Reihe, sie haben sich um Installation und Schulungen gekümmert. Die verschiedenen Abteilungen unseres Unternehmens haben sehr eng zusammengearbeitet, um das Projekt erfolgreich zu realisieren.“

„Es war ein Projekt von enormer Größenordnung“, fügt er hinzu. „Die neue Unternehmenszentrale von VIPSHOP ist der Knotenpunkt für globale Strategie und das Kerngeschäft des Unternehmens.“

Mit Herausforderungen umgehen

Ein Projekt dieses Umfangs ist zweifellos mit großen Herausforderungen verbunden. Aber Planer und Ausstatter verfügen über das nötige Know-how und die Erfahrung, sie zu meistern.

„Die Zeit war knapp, die Arbeit viel, das Projekt groß“, erzählt Zhang. „Unseren Gesamtvorschlag für die Ausrüstung inklusive Auflistung aller benötigten Geräte haben wir mehrfach dem Kunden präsentiert. Küchenanbieter, Kunde und Berater haben sich für Großküchentechnik von unseren Unternehmen entschieden, nicht zuletzt aufgrund erfolgreicher Kooperationen in der Vergangenheit und natürlich wegen der hohen Qualität der Produkte und des Kundenservice.“

Die Küche der Vorstände von VIP im 33. Stock wurde von Zhang und Lai mit einem Kochblock von Ambach ausgestattet. Er wurde in zwei Teilen angeliefert und vor Ort zusammengeschweißt. Es ist der erste Ambach Kochblock für China mit eleganten, zweifarbigen Fronten – schwarz für das Bedienfeld und rot mit goldenen Zierleisten für den Korpus.

„Ich bin immer wieder beeindruckt von den Monokochblöcken westlicher Bauart, insbesondere von Monokochblöcken von italienischen Herstellern“, sagt Lai. „Ihr Design ist einfach brilliant und sehr stilvoll. Deshalb habe ich mich für dieses Projekt für Monokochblöcke von Ambach und Baron, zwei italienischen Marken der Ali Group, entschieden. Darüber hinaus haben wir eine ganze Reihe von Produkten der Ali Group Unternehmen gewählt, einfach aus dem Grund, weil sie den Spezifikationen der Ausschreibung von TFP exakt entsprechen.“

„Ein weiterer Vorteil: Ali China vertreibt im One-Stop-Shop Verfahren und bietet die Möglichkeit zur maßgeschneiderten Anpassung des Equipments, sofern es nötig ist“, fügt er hinzu. „Zudem hat Ali China einen ausgezeichneten After-Sales-Service und eine Qualitätskontrolle,

die für den chinesischen Markt entscheidend ist. Deshalb gilt unser Dank Ali China für seine professionelle und hervorragende Unterstützung während der gesamten Projektphase.“

Traditionsbruch

Die Monokochblöcke sind bei diesem Projekt nicht die einzige Innovation. Die Küchen in der VIPSHOP-Zentrale sind entgegen der in chinesischen Küchen üblichen Gasherde mit Elektroherden ausgestattet – das ist gewissermaßen ein Bruch mit der Tradition.

„Das Interessanteste an diesem Projekt ist, dass in sämtlichen Back-of-House und Front-of-House Küchen Elektro-Kochfelder verbaut sind. In der chinesischen Küche wird eigentlich traditionell mit Gas-Woks gekocht“, erklärt Lai. „Die Zubereitung auf Elektroherden ist also neu und ungewöhnlich, aber wir freuen uns, dass uns die Ali Group unsere Anforderungen auch im Hinblick auf diese Neuerung mit Geräten aus den umfangreichen Produktportfolios ihrer Unternehmen erfüllen konnte.“

Die Küchen in der VIPSHOP-Zentrale sind innovativ und von höchster Qualität. Sie sind das Ergebnis bester Zusammenarbeit von Planer, Kunde und Ausrüster und somit ganz im Sinne der Philosophie der Ali Group. Ein äußerst erfolgreicher Ansatz, wie dieses Projekt beweist. ■



DAS UNTERNEHMEN



Ali China ist eine Tochtergesellschaft der Ali Group in China, die über ein lokales Netzwerk eine breite Produktpalette vertreibt, installiert und wartet.

2005

Ali Food Service (Shanghai) Co. Ltd. wurde Ende 2005 von der Ali Group gegründet, mit Geschäftsaufnahme 2006

40

Lieferung und Inbetriebnahme werden durch ein weitreichendes After-Sales-Service-Netzwerk mit über 40 Service Points unterstützt.

24/7

Ali China bevorrätet ausschließlich Original-Ersatzteile für das Produktportfolio und bietet 24/7 Service über seine Service-Hotline

info@aligroup.cn

Die Pferderennbahn The Curragh steht nach ihrer Sanierung wieder in den Startlöchern für den standesgemäßen Empfang ihrer Besucher. Die Entscheidung für Kühltechnik von Williams hat sich als goldrichtig erwiesen. Von Jacquetta Picton

The Curragh ist eine Pferderennbahn mit Tradition. Der Austragungsort der fünf wichtigsten Pferderennen in Irland wurde zwei Jahre lang saniert, im April 2019 konnte die riesige Aga Khan-Tribüne für insgesamt 6.000 Zuschauer wiedereröffnen, das größte Teilstück des Renovierungsvorhabens.

An Renntagen wollen hier Tausende von Zuschauern mit Speisen und Getränken versorgt werden – keine leichte Aufgabe. „Wir bieten eine vielfältige Gastronomie. Von À-la-carte Restaurants über Casual Dinings und Cafés bis hin zu Street Food und Grab-and-Go-Angeboten ist hier alles vertreten“, sagt Fergal Nugent, Chefkoch der The Curragh. „Wir bewirten große Mengen an Gästen, und um den Andrang bewältigen zu können, ist die richtige Kühltechnik unentbehrlich.“

Intoto Design Limited wurde von der Curragh Racecourse Limited mit der Planung und Realisierung aller gastronomischen Einrichtungen beauftragt. „Unsere Aufgabe lautete ganz einfach, die Bereiche für Speisen und Getränke so zu gestalten, dass sich die Gäste in exklusiver Umgebung willkommen fühlen“, sagt Simon Gillott, Director von Intoto.

Für die Montage wurde das Unternehmen Kaneco Commercial Kitchen Specialists hinzugezogen. „Der Einbau war eine enorme Herausforderung. Dafür haben wir einen Veranstaltungsort auf Weltklasseniveau geschaffen“, erklärt Keith Mulvaney, Project Manager. „Im Grunde haben wir hier keinen Stein auf dem anderen gelassen. Wir haben alles umgebaut, alle Einrichtungen auf einen modernen Standard gebracht. Dazu zählen neben den öffentlichen Bereichen auch jene für Personal, Besitzer und Trainer sowie die gesamte Infrastruktur hinter den Kulissen.“

Die Sanierungsarbeiten erfolgten in genau ▶

Auf das richtige Pferd gesetzt

„Wir mussten uns zu 100 % auf die Zulieferer verlassen können. Deshalb war die Zusammenarbeit mit Williams so erfolgreich.“



Alle öffentlichen Einrichtungen von The Curragh und die gesamte Infrastruktur hinter den Kulissen wurden modernisiert

festgelegten Abschnitten, so dass das jeweils benötigte Equipment etappenweise angeliefert wurde. „Wir mussten uns absolut darauf verlassen können, dass die Geräte exakt nach unserem genauen Zeitplan geliefert werden“, so Mulvaney. „Das hat die Zusammenarbeit mit Williams so erfolgreich gemacht.“

Ein breites Portfolio für hohe Ansprüche

Die Leistungsanforderung von The Curragh erstreckte sich auf den gesamten Workflow des Caterings. Sie beinhaltete alles – von modularen Kühlkammern über Lagerkühlchränke, Schockfroster, Kühlische bis hin zu Barkühlchränken und Weinkühlerregalen. „Alle Produkte sollten aus einer Hand sein. Das Portfolio von Williams kann das bieten“, sagt Gillott.

„Wir brauchten Kühltechnik für die verschiedensten Bereiche. Angefangen mit der Lagerung von Lebensmitteln in Kühlzellen bis hin zu hochwertigen, maßgefertigten Weinkühlchränken für die Front-of-House-Bereiche“, fügt er hinzu. „Außerdem Schnellkühler für die Cook & Chill-Zubereitung, Kühlvittrinen und Flaschenkühler. Im gesamten Gebäude befinden sich Bierkeller sowie gekühlte Vorbereitungsräume mit an der Decke montierten Kühlsystemen“, sagt er.

„Die Installation der Kühlräume und sämtlicher Anlagen war äußerst komplex – in einem mehrstöckigen Gebäude dieser Größenordnung sind die Back-of-House-Bereiche der Gastronomie sehr vielschichtig“, erzählt Gillott. „Für die Techniker von Williams aber kein Problem. Sie haben höchst professionelle und erstklassige Arbeit abgeliefert.“

Von der zentralen Lebensmittelaufbewahrung aus werden die Lebensmittel in die an die jeweiligen Küchen und Bars angeschlossenen Kühlräume verteilt. Damit die Ausstattung mit Kühltechnik auch wirklich funktionell ist, war Williams in die Küchenplanung involviert. „Das Team von Williams hat sich intensiv mit den Abläufen der Prozesse in den Küchen beschäftigt – wie sind die Herdblöcke positioniert, wie ist es mit der Zugänglichkeit der Kühlchränke? Das erleichtert den Köchen die Arbeit“, sagt Nugent.

Besonders beeindruckend ist der gläserne Weinturm mit indirekter LED-Beleuchtung in der Champagner-Bar. Er wurde nach genauen Vorgaben von Intoto Design und The Curragh angefertigt. „Ein echter Eye-Catcher“, sagt Nugent. „Wir werden oft von den Gästen darauf angesprochen. Neben seiner imposanten Erscheinung sorgt er auch für die perfekte Kühlung unserer Weine.“

„Der Weinturm von Williams ist ein Highlight“, so

„Wir haben hier die beeindruckendste Anlage, die ich je gesehen habe. Williams hat unsere Erwartungen bei weitem übertroffen.“



Gillott. „Er ist von zwei Seiten zugänglich, sowohl von der Champagner-Bar als auch von der Owners & Trainers-Lounge aus. Seine Kühlung läuft über einen Kaltwassersystem.“

„Dieses System wurde ohnehin zur Kühlung von anderen Anlagen vor Ort installiert, also warum nicht auch dafür nutzen?“, ergänzt Gillott. „Die Geräte von Williams wurden an diese Technik angepasst, was die Leute von Williams übrigens hervorragend gemacht haben. Dieses System arbeitet um etwa 20 % energieeffizienter als die übliche Luftkühlung.“

Nugent ist hochzufrieden mit dem Ergebnis der Sanierung. „Wir haben hier jetzt eine wirklich beeindruckende Anlage. Williams hat unsere Erwartungen bei weitem übertroffen“, sagt er. „Ich bin richtig glücklich damit.“ ■



Das Expertenteam von Williams hat bei der Modernisierung der Gastronomie professionelle und erstklassige Arbeit geleistet



AUS SICHT VON MALCOM HARLING, SALES UND MARKETING DIRECTOR, WILLIAMS REFRIGERATION

„The Curragh gehört zu den bekanntesten Pferderennbahnen der Welt und die neue Tribüne ist wirklich spektakulär geworden. Die Kühlräume wurden von der Planungsseite her mit einem Kaltwassersystem verbunden, was enorme Einsparungen bei den Betriebskosten ermöglicht. Zudem wollte der Kunde seine besonderen Weine und Champagner sichtbar präsentieren – in unserem Weinturm werden die edlen Tropfen bei gleichbleibender Temperatur fachgerecht gelagert und bilden gleichzeitig das Highlight der Bar. „Aufgrund der räumlichen Gegebenheiten mussten wir für einen Kühlraum für Getränke eine Schiebetür nach Maß anfertigen. Eine Lösung mit normaler Tür wäre mit dem Personal im Barbereich kollidiert und hätte deren Arbeitsabläufe behindert.“

DAS UNTERNEHMEN

- 99%** aller Williams-Produkte sind recycelbar
- 29.5%** Reduzierung des Stromverbrauchs seit 2019
- 20.6%** Reduzierung des Gasverbrauchs seit 2019

williams-refrigeration.co.uk

04 Success Stories

Eine ausgewogene Mischung aus Tradition und Moderne

Nach einer schwierigen Zeit für die Branche brauchen Gastronomen mehr als nur gute Kochtechnik. Sie brauchen eine gute Beziehung zu Herstellern, die an die Zukunft denken, wie das deutsche Unternehmen Eloma. Geschäftsführer **Mark Joseph Müller** und Jim Banks im Gespräch über den Innovationsgeist des Herstellers



Die Zusammenarbeit von Eloma und foodlab Hamburg zeigt deren Engagement für Schnelligkeit und Flexibilität.



In Bayern, vor den Toren Münchens, befindet sich der Hauptsitz von Eloma. Hier und im Werk in Sachsen arbeiten Produktmanager, Ingenieure und Köche gemeinsam an der Zukunft. Mit den jeweils besten Zutaten aus Tradition und Moderne werden Kombidämpfer, Backöfen und Heißluftöfen entwickelt. Vielseitigkeit, einfache Bedienung und beste Qualität der Garergebnisse sind die Devise.

„Das Unternehmen Eloma steht für Qualität, Langlebigkeit, Zuverlässigkeit und Leistungsfähigkeit“, sagt Mark Joseph Müller, Geschäftsführer von Eloma. „Aber es steht auch für Multifunktionalität. Kochen und Backen sind zwei sehr unterschiedliche Prozesse. Beide in einem Gerät zu kombinieren hat große Vorteile.“

Eloma ist bekannt für die Langlebigkeit seiner Produkte. Es gibt Kunden, die ihre vor 20 Jahren angeschafften Geräte immer noch im Einsatz haben. Das Unternehmen hat aber auch die Zukunft im Blick. So unterstützt es seine Kunden beispielsweise bei den immer größer werdenden Herausforderungen mit immer kleineren Küchen.

„Wir mögen kompakte Lösungen. Unsere Geräte sind im Verhältnis zu dem, was sie leisten, wirklich klein“, erklärt Müller. „In der Regel werden zwei, höchstens drei der fünf oder sechs zur Verfügung stehenden Einschübe verwendet, um maximale Qualität zu erreichen. Bei unseren Öfen kann die gesamte Kapazität ausgeschöpft werden – ohne Abstriche in der Qualität.“

Das Beste aus Vergangenheit und Gegenwart

Eloma ist stolz auf seine Geschichte und entwickelt auf der Basis weiterhin Produkte, die den heutigen Anforderungen entsprechen. „Bei uns steht immer ▶



In der Küche des foodlab können Pop-up-Restaurants oder Start-ups neue Konzepte testen



DIE BASIS DES FOODLAB HAMBURG

Eloma unterhält eine strategische Kooperation mit dem foodlab Hamburg. Schnelligkeit, Flexibilität und das Engagement für seine Partner haben seine Öfen zur Grundlage des neuen, spannenden Food Konzepts gemacht.

„Das foodlab ist ein Treffpunkt für Foodies und Macher, ein Co-Working-Space und ein Ort für Pop-up-Restaurants, denen wir Platz für neue Ideen bieten“, erklärt Christin Siegemund (siehe Bild), Geschäftsführerin vom foodlab Hamburg. „Die Geräte von Eloma sind unglaublich vielseitig – jeder hier im foodlab arbeitet gerne mit ihnen, für die Produktion und zum Testen neuer Ideen.“

Die Küche des foodlab wird sowohl von Pop-up-Restaurants als auch von Food-Start-ups genutzt. Hier wird probiert und Neues kreiert, deshalb braucht es viele flexible Bereiche. In der Restaurantküche steht ein Tischgerät, im Patisseriebereich ein kompakter Kombidämpfer, im Produktionsbereich ein Standgerät, die Allergieküche nutzt einen Kombidämpfer zum Kochen und Backen in einem und im Café steht ein Ladenbackofen – alles von Eloma. Das Unternehmen hat die Vision vom foodlab sofort verstanden. „Als hier noch nichts war außer vier Wänden mit einem großen Fenster, waren die Leute von Eloma zum ersten Mal da. Sie haben meine Vision vom dem, was ich hier geschaffen habe, trotzdem sofort verstanden“, erzählt Siegemund. „Eloma war begeistert von meinem Konzept und sofort dabei.“

„Heute arbeiten wir hier an der Zukunft der Gastronomie“, ergänzt Siegemund. „Und sind sehr dankbar für die Unterstützung, die wir von Eloma bekommen.“

ein nutzerorientiertes Design im Fokus“, ergänzt Müller. „Wir wollen den Anwendern das Leben leichter machen, deshalb wird das Design ihren Bedürfnissen gemäß entwickelt.“

Auch die jüngste Produktneuheit spiegelt Elomas Innovationsgeist wider. „Wir arbeiten ständig an der technologischen Weiterentwicklung. Unser neuer JOKER war unser bislang aufwendigstes Forschungs- und Entwicklungsprojekt“, sagt Müller. „Das Design wurde von Grund auf neu entwickelt. Es wurden sogar Hirnstrommessungen vorgenommen, um das Stressniveau während der Bedienung der Geräte festzustellen mit dem Ziel, sie noch einfacher zu gestalten.“

Der JOKER wurde 1998 als erster kompakter Kombidämpfer erfolgreich auf dem Weltmarkt eingeführt. Mit der neuesten Version ist 2020 das erste voll konfigurierbare Gerät der Kompaktklasse auf den Markt gekommen. Geblieben sind die Breite von nur 52 cm, die Zuverlässigkeit, Flexibilität, Qualität und Bedienerfreundlichkeit, wie man sie von Eloma kennt. Dazu gekommen ist die Modularität, darunter z.B. das Wassertankmodul, mit dem es der neue JOKER möglich macht, an jedem denkbaren Ort zu kochen und zu backen, unabhängig von einem festen Wasseranschluss.

„Um unsere Marktposition zu halten, müssen wir nicht nur mit dem Wettbewerb mithalten, sondern uns auch durch Innovationen abheben“, fährt Müller fort. „Selbst kleine Änderungen können für den Anwender und die Qualität des Endprodukts schon einen großen Unterschied machen. Auf die Details kommt es an.“

„Viele Unternehmen konkurrieren um unsere Kunden. Um unsere Marktposition zu halten, müssen wir mit dem Wettbewerb mithalten und ihm durch Innovation voraus sein.“

Mark Joseph Müller
Eloma

Zukunftsorientiert

Die Geräte von Eloma werden in vielen Bereichen der Foodservice-Branche genutzt. Das Unternehmen beliefert vor allem Pflegeheime, Schulen, Restaurants und Tankstellen, die Technologie passt aber in beinahe jeden Rahmen. Sie bildet inzwischen die Grundlage vieler innovativer Konzepte, die die Vielseitigkeit der Geräte maximal ausnutzen.

„Wir arbeiten eng mit dem foodlab zusammen (siehe S. 37)“, erklärt Müller. „Im foodlab gibt es eine Pop-up-Fläche, auf der alle vier Wochen ein neues Restaurantkonzept Platz findet. Es wird mit Rezepten experimentiert und in der Küche werden zuverlässige, multifunktionale Geräte gebraucht, die garantiert die gewünschten Ergebnisse in hoher Qualität liefern“, sagt er.

„Genauso unser Vertriebspartner HIG (siehe S. 39) in den Niederlanden“, ergänzt er. „Er hat in einem renovierten Ziegenstall eine Erlebnisküche als Inspirationsraum eingerichtet. Der Gründer schwört auf neue Ideen, hat während der Pandemie neue Zubereitungskonzepte getestet. Auch er profitiert von der Multifunktionalität, Präzision und Qualität unserer Geräte.“

Eloma blickt auf eine erfolgreiche Geschichte zurück. Und krepelt die Ärmel hoch, denn es gibt noch viel zu tun. ■



Im foodlab Hamburg kann mit den zuverlässigen, multifunktionalen Geräten von Eloma mit neuen Rezepten und Konzepten experimentiert werden

FOODLAB | HIG



DIE EIGENE ERFAHRUNG MACHT DEN UNTERSCHIED

Die Kunst, „nichts verkaufen wollen, um etwas verkaufen zu können“

– das ist das Motto der Horeca Innovation Group (HIG), die ihre Geschäftsräume in einem alten Bauernhaus, im idyllischen Brabant in den Niederlanden eingerichtet hat. Von dort aus verfolgen sie innovative Produktrends weltweit zur Optimierung von Küchen und Kochtechniken, bieten Inspiration und Beratung zur richtigen Küchenausstattung sowie die Möglichkeit, Produktneuheiten selbst zu testen. Auch die Geräte von Eloma.

„Bei uns wird der Kunde zum Gast“, erzählt der Gründer Rob Schollen. „Und als solcher kann er in Ruhe das Equipment – wie beispielsweise die Öfen von Eloma – ausprobieren.“

„Kunden sollen sich bei uns wohlfühlen“, fügt er hinzu. „Wenn unsere Gäste spüren, dass wir ihnen nicht etwas verkaufen wollen, sondern mit ihnen zusammen nach der besten Lösung für ihr Küchenkonzept suchen, sind sie wesentlich entspannter. Egal ob Händler, Großkunde, Endkunde oder Planer, wir nehmen unsere Kunden an die Hand.“

Schollen ist davon überzeugt davon, dass Restaurants, Bäckereien und alle anderen Gastronomiebereiche von der Langlebigkeit, Bedienerfreundlichkeit und Funktionalität der Produkte von Eloma profitieren können.

„Eloma ist das Herzstück unserer Inspirationsküche“, sagt er. „Mit Eloma können wir Küchen profitabler gestalten.“

DAS UNTERNEHMEN



1975

Eloma wurde vor 47 Jahren gegründet

2008

Eloma gehört seit 13 Jahren zur Ali Group

100%

Eloma-Geräte sind zu 100 Prozent „made in Germany“

eloma.com

Der kompakte, leistungsstarke JOKER in einem der verschiedenen Küchenbereiche des foodlab



Olympisches Gold



Das frisch renovierte Olympiastadion in Helsinki empfängt über eine Million Besucher pro Jahr. Bei der Ausstattung sämtlicher Gastronomiebereiche haben die Compass Group und Metos von ihrer langjährigen Beziehung profitiert, wie Sari Salminen Juliet Martin erzählt

Das Olympiastadion in Helsinki – Meisterstück der funktionalistischen finnischen Architektur – wurde 1938 in Betrieb genommen, 1952 war es Austragungsort der Olympischen Sommerspiele. Nach einer vierjährigen Sanierungspause wurde es im August 2020 wieder für Besucher geöffnet. Durch die Einrichtung zusätzlicher Räumlichkeiten wurde die Kapazität des Stadions fast verdoppelt, es kann pro Jahr über eine Million Zuschauer von Sportereignissen, Konzerten und Kulturevents begrüßen.

Die Compass Group übernimmt

Für das Catering sorgt der Food-Service Anbieter Compass Group, dessen Experten

die verschiedenen Gastronomieeinrichtungen auf der Suche nach passenden Konzepten schon in der Renovierungsphase unterstützt haben. „Im Stadion gibt es 41 Gastronomiebetriebe mit insgesamt 160 Ausgabebereichen“, erklärt Sari Salminen, Restaurant Business Manager der Compass Group. Je nach Art der Veranstaltung wird das Catering von der Restaurantküche und einer Zentralküche aus gesteuert. Kitchen Manager Arto Ruotsalainen ist für die Verpflegungskonzepte zuständig. „Natürlich zusammen mit den Fachleuten von der Compass Group“, sagt Salminen.

Die Nachfrage ist unterschiedlich hoch. „In veranstaltungsfreien Zeiten kommen wir mit vier bis zehn Mitarbeitern im Restaurant aus. Bei Veranstaltungen sind abhängig von deren Größe bis zu 300 Leute im Einsatz“, erklärt Salminen. „Bei Sportveranstaltungen haben

maximal 36.000 Besucher im Stadion Platz, bei Konzerten ungefähr 45.000. Circa 10 - 20 % der Gäste kaufen sich etwas zu Essen.“

Insgesamt eine große Herausforderung für die Gastronomie. „Allein die Logistik ist schon für ein Drittel des Erfolges der Food Services verantwortlich“, betont Salminen. „Die rechtzeitige Verfügbarkeit der Speisen und vorausschauendes Disponieren sind ein weiterer wichtiger Faktor.“ Nicht zu vergessen das richtige Equipment und gutes Management. Hier kommt Metos ins Spiel, führender Hersteller von Großküchentechnik, mit einer breiten Palette von Produkten und Dienstleistungen.

Eine Partnerschaft mit Geschichte

Die gute Kooperation zwischen Metos und der Compass Group beruht auf einer langjährigen Partnerschaft. „Metos ist ein bekannter und zuverlässiger Lieferant von Küchenequipment. Wir arbeiten schon seit Jahrzehnten zusammen“, sagt Salminen.

„Bei der Montage der Küchen haben sie hervorragende Arbeit abgeliefert, auch ihr Kundenservice ist top.“ Metos spielt schon lange eine führende Rolle als professioneller Ausrüster des Stadions und für den Auftraggeber der Renovierung, der



Oben v. l.: Petri Nevala, Area Manager bei Metos; das Team der Compass Group: Arto Ruotsalainen, Kitchen Manager, Jani Immonen, Event Manager; und Sari Salminen, Restaurant Business Manager



Stadt Helsinki. „Schon in den 30er Jahren, als das Stadion gebaut wurde, war Metos der Küchenausstatter“, erklärt Petri Nevala, Regional Manager bei Metos. Im Laufe der Zeit war die bestehende Gastronomie veraltet und von der Kapazität her zu

klein. „Im Rahmen der Sanierung wurde die gesamte Infrastruktur erneuert“, erzählt Nevala. „Die erste Zentralküche wurde im Sommer 2019 installiert, endgültige Fertigstellung war dann im Herbst 2020.“

Der Umfang dieses Projekts stellte die größte Herausforderung dar. „Anders als bei Standardprojekten mussten wir hier auch die zahlreichen Ausgabebereiche einrichten. In der Regel wurden an den verschiedenen Standorten Einheiten desselben Typs verbaut“, sagt Nevala. „Jeder Einheit wurde ein individueller Servicecode zugewiesen, so kann der Kundendienst von Metos jedes Produkt nachverfolgen.“

Auch die Anlieferung brachte so manche Schwierigkeit mit sich. „Die Abmessungen der Ausgabebereiche waren nicht immer identisch mit den ursprünglichen Plänen“, sagt Nevala. „Einige Geräte mussten wir entsprechend anpassen.“

Gemeinsamer Erfolg

Um reibungslose Abläufe im Gastronomiebetrieb und damit die Versorgung der zahlreichen Gäste des Stadions zu gewährleisten, war gute Planung von Metos' Seite erforderlich. „Verlässliche Warmhaltelösungen und eine funktionierende Transportlogistik sind das



Bei der Sanierung wurde die gesamte Infrastruktur erneuert

DAS PROJEKT

Das Olympiastadion in Helsinki ist der größte Veranstaltungsort Finnlands. Nach der Sanierung öffnete das Stadion 2020 seine Pforten für über eine Million Besucher pro Jahr. Für deren kulinarische Verpflegung sorgen 41 Gastronomiebetriebe mit ca. 160 Ausgabebereichen, organisiert von der Compass Group. Metos, Hersteller von Großküchentechnik, hat die Küchen ausgestattet. Zusammen stemmten beide Unternehmen erfolgreich das Großprojekt mit komplexer Logistik, Anforderungen an die Nachhaltigkeit und trotz durch Corona bedingte Erschwernisse.



A & O, damit wir beim Speisenkonzept die Vorgaben der Kunden einhalten können“, sagt Salminen. „Auch der Nachhaltigkeitsaspekt spielt eine Rolle – alles rund um die Speisen muss recycelbar sein. Und dann kam auch noch Corona mit neuen Regelungen wie beispielsweise dem Gesundheitsschutz der Mitarbeiter dazu. Das erfordert eine gute Organisation und innovative Lösungen wie z.B. Regenerier- und Speisentransportwagen.“

Eine weitere Überlegung war: Wie werden die Speisen verzehrt? Es gibt keine Sitzgelegenheiten, also bieten wir Fingerfood an, das in Chargen aufgewärmt werden muss. Die Compass Group hat vorab in der Metos-Testküche ihr Menü auf diese Gesichtspunkte hin optimiert, Metos traf die entsprechende Auswahl an Produkten aus seinem breiten Sortiment, um diesen Anforderungen gerecht zu werden. „Die wichtigsten Kriterien bei der Auswahl der Geräte waren Skalierbarkeit, Automatisierung, Energieeffizienz und Nachhaltigkeit“, erklärt Nevala.

Die Wiedereröffnung des Olympiastadions unter Pandemie-Bedingungen war nicht einfach, aber dank der erfolgreichen Zusammenarbeit von Metos und der Compass Group absolut gelungen. ■

DAS UNTERNEHMEN



100 Jahre Erfahrung

Metos wurde 1922 gegründet

10 Länder

Metos hat Mitarbeiter in 10 europäischen Ländern

25.000 Produkte

Metos beliefert seine Kunden mit zuverlässigen und effizienten Komplett-Lösungen

metos.com

Gestärkt durch die Krise

Peter McAllister, Managing Director von Falcon Foodservice Equipment, im Gespräch mit Michael Jones über die Folgen der Pandemie und wie 200 Jahre Tradition und Erfahrung zur Zukunftsfähigkeit des Unternehmens beitragen



Mit welcher Strategie haben Sie Falcon durch die Pandemie gebracht?

Als der britische Premierminister am 23. März 2020 den ersten Lockdown verkündete, mussten wir schnell handeln. Es galt vor allem, einen Mittelweg zwischen Aufrechterhaltung des Betriebs für unsere Kunden und Schutz der Gesundheit unserer Mitarbeiter zu finden.

Wir haben uns dazu entschlossen, die Produktion ruhen zu lassen und nur in kleiner Besetzung in den Abteilungen Kundendienst, Vertrieb, Finanzen und Logistik weiterzuarbeiten, um auch während des Lockdowns für unsere Kunden ansprechbar zu sein. Dank der hervorragenden Unterstützung seitens der Ali Group konnten wir diese Strategie problemlos umsetzen.

Wir haben die verschiedenen Aufgaben unter den in der Firma verbliebenen Mitarbeitern aufgeteilt. Der Lagerbestand war mehr als ausreichend, so dass wir auch trotz stillgelegter Produktion weiterhin liefern konnten. Mitarbeiter aus der Finanzabteilung sind beim Vertrieb am Telefon miteingesprungen – es haben einfach alle mitangepasst und einen großartigen Teamgeist entwickelt, der auch jetzt noch, nachdem sich die Situation wieder normalisiert hat, gelebt wird. In der Krise sind alle Mitarbeiter über sich hinausgewachsen.

Wie hat sich die Pandemie auf das Geschäft ausgewirkt?

Bei unseren Kunden aus dem Gastgewerbe war es

sehr ruhig, während unsere Kunden aus dem öffentlichen Bereich, in Krankenhäusern, Pflegeheimen und Bildungseinrichtungen, alle Hände voll zu tun hatten. Den Betrieb weiterzuführen, um sie zu unterstützen, war also die richtige Entscheidung. Zudem haben wir uns verstärkt auf die Produktentwicklung konzentriert – das Gegenteil von dem, was die meisten Unternehmen in der Zeit taten. Auch das hat sich als gut erwiesen, denn so waren wir bestens gerüstet für den Neustart der Wirtschaft.

Hat die lange Tradition des Unternehmens positiv zur Krisenbewältigung beigetragen?

Falcon wurde 1819 gegründet, hat in seiner langen Geschichte also bereits die Pandemie im Jahr 1918 durchgemacht. Leider gibt es keine Aufzeichnungen aus dieser Zeit.

Ich denke, der Hauptgrund für die Beständigkeit des Unternehmens liegt in seiner Fähigkeit, sich an die Anforderungen seiner Kunden, an globale Ereignisse und an die Marktentwicklungen anpassen zu können. Während der Pandemie war es die größte Herausforderung für den Vorstand, das Unternehmen anhand der richtigen Entscheidungen gestärkt aus der Krise zu führen. Das Fokussieren auf die zentralen Werte von Falcon – Qualität, Zuverlässigkeit, ein gutes Preis-Leistungs-Verhältnis sowie Innovation – stärkt unsere Position bei unseren Kunden. Falcon wurde bei den Catering Insight 2020 Kitchen & Equipment Awards in der Kategorie „Supplier of the Year – Service & Support Award“ für seinen Kundenservice und seinen Support während der Krise ausgezeichnet – eine großartige Anerkennung.

Warum erfolgte im Januar 2021 ein Redesign von Marke und Webseite?

Das Unternehmen entwickelt sich schnell, mit Fokus auf Technologien und Produktneuheiten. Wir wollen unser Branding zeitgemäß transportieren. Das Logo von Falcon wurde in seiner gesamten Firmengeschichte erst zweimal erneuert, wir haben das Thema nicht auf die leichte Schulter genommen und eine Marktforschungsagentur miteinbezogen.

Ein Chefkoch erzählte in einer Fokusgruppe: „Wenn ich in ein neues Restaurant wechselte, suchte ich als erstes in der Küche nach den roten Logos. Sah ich den roten Falken, war das ein gutes Zeichen.“ Unsere Marke – und das, wofür sie steht – hat einen hohen Wiedererkennungswert, weshalb das Logo weiterentwickelt wurde, anstatt es zu erneuern. Von unseren Kunden erhalten wir durchwegs positives Feedback. Mit dem zeitgleichen Relaunch der Webseite wurde eine moderne,

informative Plattform geschaffen, um die gesamte Foodservice-Branche zu erreichen.

Was macht Falcon zu so einem besonderen Unternehmen?

Wir sind seit über 200 Jahren fester Bestandteil der britischen Gastronomie-Branche. Küchenchefs wissen, dass sich unsere Produkte auch unter den härtesten Bedingungen bewähren, und das zu einem hervorragenden Preis-Leistungsverhältnis. Unsere Produkte sind für alle Marktsegmente geeignet, so sind wir beispielsweise Hauptlieferant des britischen Strafvollzugswesens. In enger Zusammenarbeit mit Lainox, ebenfalls ein Unternehmen der Ali Group, ergänzen wir unsere Produktpalette mit deren Kombiöfen.

Seit 2018, seit ich bei Falcon arbeite, konzentrieren wir uns wieder mehr auf Innovationen und haben ein Sortiment an internetfähigen Geräten entwickelt. Aber im Grunde sind es die Menschen dahinter, jeder einzelne, die das Unternehmen zu etwas Besonderem machen.

Was sind Ihre jüngsten Produktneuheiten?

Mit Falcon Fryer Angel haben wir ein einzigartiges, integriertes Sicherheitssystem für gewerbliche Fritteusen entwickelt. Die mehrfach patentierte Technologie misst die Fettmenge in der Fritteuse. Wenn der Ölstand auf ein zu niedriges, gefährliches Niveau sinkt, wird die Stromzufuhr automatisch abgeschaltet. Fryer Angel setzt neue Maßstäbe für den Brandschutz in gewerblichen Küchen.

Aus den Grundbausteinen unserer Küche 4.0 haben wir die Falcon Connected Kitchen entwickelt, die einen entscheidenden Vorteil in der HACCP-Dokumentation, der Überwachung des Energieverbrauchs und der Betriebsabläufe in der Küche bietet. Ein innovatives, kostensparendes und universelles System, das für Geräte aller Hersteller genutzt werden kann. Weitere Neuheit ist unsere Vario-Therm-Serie, eine hauptsächlich für den Gesundheitssektor entwickelte Produktreihe zum Garen, Kühlen, Regenerieren und Servieren von Mahlzeiten. Dazu gehören die High-Tech Speiseausgabewagen, die optional mit Connected Kitchen vernetzbar sind und darüber die HACCP-Dokumentation automatisch erfassen und bis zu fünf Jahre speichern können – eine einfach zu handhabende und sehr bequeme Lösung für den Care-Catering-Bereich. Wir behalten unsere Kernprodukte und -märkte immer im Blick und arbeiten mit den neuesten Technologien. ■

DAS UNTERNEHMEN



1819

Gründung von Falcon in Falkirk, Schottland

1860

Der erste Herdblock wird hergestellt

1915-18

Im Ersten Weltkrieg produzierte Falcon Munition für Großbritannien

falconfoodservice.com

FRYER ANGEL



Links: Fryer Angel setzt neue Maßstäbe für Sicherheit und Brandschutz in gewerblichen Küchen



Mit dem Europäischen Rat am runden Tisch

Für die Renovierung einer Küche und eines Selbstbedienungsrestaurants im Sitz des Europäischen Rats wurde Rosinox zur Unterstützung angefragt – das Ergebnis kann sich sehen lassen, beide Seiten sind sehr zufrieden, wie **Giuseppe Politi**, Export Manager bei Rosinox, berichtet. Von **Jacquetta Picton**

Brüssel – Heimat der europäischen Politik und von einigen der wichtigsten Institutionen der Europäischen Union. Um gut für das leibliche Wohl der Spitzenpolitiker sorgen zu können, sollten Küchen und Selbstbedienungsrestaurant im Sitz des Europäischen Rats renoviert werden. 2018 wurde Foodservice Consultant Jean-Michel Hendrick vom Architekturbüro Art 48 um sein Know-how bei der Neugestaltung gebeten.

„Als Erstes habe ich mir einen Überblick über die Abläufe in der Küche verschafft – wo besteht Optimierungsbedarf?“, erzählt Hendrick. „Ich schlug dem Kunden eine Lösung mit an der Wand montierten Geräteeinheiten vor, um den Bodenbereich für eine einfache Reinigung der Küche frei zu halten. Dem Kunden war diese Möglichkeit der Kücheneinrichtung neu, war aber sofort begeistert davon.“

Upgrade und Umbau

Die bestehende Lüftungsanlage und das Abwassersystem sollten bleiben, ebenso wie ein Teil der vorhandenen Geräte, die erst vor fünf Jahren angeschafft worden sind. Hendrick ließ jedoch drei der acht Kessel aus der Küche entfernen.

Die Kühltechnik musste erweitert werden, es kamen zwei Schockfroster von Friginox hinzu. Außerdem wollte Hendrick eine multifunktionale Druckbratpfanne von Rosinox einbauen.

Um die vorhandenen Geräte so umzubauen, dass sie an der Wand montiert werden konnten, bedurfte es einiger Planung. Hendrick griff zum Telefon und rief bei Rosinox an.

Eine gute Lösung

„Der Planer – den wir gut kennen – stand vor der Herausforderung, die vorhandenen Geräte auf ihre voraussichtliche Lebensdauer zu prüfen, und vor der Frage, mit welchem Equipment wir sie ergänzen können, um Funktionalität und eine ansprechende Optik zu gewährleisten“, erklärt Giuseppe Politi, Export Manager bei Rosinox und Friginox.

„Zusätzlich wünschte er eine freitragende Produktlinie, die an die Wand montiert werden kann“, sagt er. „Die vorgesehene Linie war ursprünglich nicht für eine Aufhängung gedacht – es

sollte also etwas an die Wand gehängt werden, was nicht an die Wand gehängt werden konnte. Aber im Mai 2018 konnten wir Hendrick Zeichnungen mit der Lösung des Problems schicken.“

Das Projekt wurde auch vom Europäischen Rat genehmigt. Die Ausschreibung fand Ende 2019 statt, allerdings legte dann Corona die Arbeiten lahm. Das Werk von Rosinox wurde im Frühjahr 2020 geschlossen, konnte aber nach drei Wochen schon wieder seinen normalen Betrieb aufnehmen.

„Die vorhandene Bratpfanne wurde bei Rosinox überholt“, erzählt Politi. „Sie wurde aufpoliert und einige Komponenten mussten ausgetauscht werden. Letztendlich konnten wir alles – inklusive der neuen Geräte – in den ersten sechs Monaten des Jahres 2020 liefern.“

Dranbleiben

Die Umbauarbeiten wurden trotz der Einschränkungen durch die Corona-Krise fortgesetzt. Hendrick überdachte angesichts der neuen Hygiene-Regeln nochmal die Planung des Selbstbedienungskonzepts. „Ich fragte den Kunden, ob wir das Projekt abrechnen und neu planen sollen. Aber es hieß, wir machen weiter“, so Hendrick.

Da die meisten Mitarbeiter des Europäischen Rates im Home-Office waren, wurden die neue Küche und das Selbstbedienungsrestaurant schließlich erst im Juni 2021 in Betrieb genommen.

Hendrick konnte es kaum erwarten zu erfahren, inwieweit sich die Verbesserungen an den Arbeitsabläufen im Restaurant und in der Küche bemerkbar machen würden.

Er hat weitere Kassen im Selbstbedienungsbereich eingerichtet und um lange Schlangen zu vermeiden, anders positioniert. „Ich bin gespannt, wie sich das Konzept bewährt, wenn der Andrang im Restaurant groß ist“, sagt er.

„Ein weiterer Aspekt, den ich bei der Planung berücksichtigen sollte, war ein möglicher Wechsel zu einem anderen Catering-Anbieter. Das heißt, die zukünftige Küche sollte auch für ein anderes Speisenangebot ausgelegt sein. Ich habe mich für Standardgeräte entschieden, sie aber so installiert, dass jedes andere Catering-Unternehmen sein Konzept in dieser Küche umsetzen kann.“

In der Küche können verschiedene Arten von Speisen zubereitet werden, dank des Equipments von Rosinox (oben) und Friginox



Abwarten

Hendrick bekam durch dieses Projekt noch weitere Aufträge im Haus des Europäischen Rates: die Einrichtung eines Spülbereichs und einer Bäckerei/Konditorei. „Am meisten hat mir die Zusammenarbeit mit all den Leuten hier gefallen. Sie sind alle sehr nett und positiv“, sagt er. „Nur Köche tun sich mit Veränderungen manchmal etwas schwerer. Ich wollte sie mit der Installation der multifunktionalen Druckbratpfanne bei der Verfeinerung ihrer Zubereitungsweise unterstützen. Das musste ich erst genau erklären. Aber nach zwei Schulungen war dann alles zu ihrer Zufriedenheit.“

Bei der Schulung wurden die neuen Geräte von Politi vorgestellt. „Die neue Multifunktions-Druckbratpfanne ist ein hochentwickeltes Gerät mit großem Fassungsvermögen und vielen ökologisch nachhaltigen Funktionen. Wir hatten sechs oder sieben Teilnehmer, alle waren von den neuen Geräten begeistert, und freuten sich darauf, endlich einmal wieder Gäste im Restaurant begrüßen zu dürfen.“

Auch Politi ist sehr zufrieden mit der neuen Küche. „Sie ist sehr gut organisiert. Das Küchenpersonal kann sich dort frei bewegen“, erzählt er. „Das Spannende an solchen Projekten finde ich immer zu sehen, wie aus den gezeichneten Entwürfen eine fertig eingerichtete Küche wird. Sie ist robust und gut aufgeteilt. Auch die Kombination von Alt und Neu ist gut gelungen. Ich bin stolz auf das Gemeinschaftswerk von unserem Händler und uns, und natürlich auf die Arbeit des Küchenplaners – die genau auf die Produkte aus dem Hause Rosinox passt.“ ■

DAS UNTERNEHMEN



Rosinox bietet Köchen immer die besten Lösungen an professioneller Kochtechnik

1837

Rosinox blickt auf 185 Jahre Tradition zurück

23 Jahre

Rosinox wurde im Jahr 1999 Teil der Ali Group

rosinox.com



Friginox ist Hersteller von professioneller Kühltechnik für die Foodservice-Branche

1973

Friginox wurde vor knapp 50 Jahren gegründet

1982

Friginox war der erste Hersteller von Schnellkühlern

friginox.com

Essen mit Aussicht



Grandimpianti nahm die Herausforderung sehr gerne an, die Gastronomie für eines der größten Unternehmen Italiens im beeindruckenden Generali-Tower einzurichten, wie Alessandro D'Andrade, Commercial Director Jacquette Picton erzählt



Mit seiner eleganten, in sich gewundenen Architektur prägt der 177 Meter hohe Generali-Tower die Skyline von Mailand. Seine Geometrie ist die gedachte Verlängerung der von den Straßen gebildeten Achsen durch die Stadt, die oberen Stockwerke blicken in Richtung des berühmten Mailänder Doms. Der von Zaha Hadid Architects entworfene Wolkenkratzer ist Teil des Projekts CityLife auf dem alten Messegelände Fiera Milano, er beherbergt auf 44 Stockwerken und 50.000 m2 die Büros der Generali Group, ein Betriebsrestaurant, einen Vortragssaal, sowie einen Shopping District nebst Tiefgarage für 7.000 Autos, im Außenraum ist er umgeben von Plätzen und einem öffentlichen Park.

Die Assicurazioni Generali S.p.A. – kurz Generali Group – ist die größte ihrer Art in Italien und unter den Top Ten der größten Versicherungsunternehmen weltweit. „Seit 2018 befinden sich sämtliche Unternehmen der Gruppe, die vorher in verschiedenen Büros über ganz Mailand verteilt waren, unter einem Dach“, sagt Marco Boldrini, Tower Facility Manager bei Generali. „Im Generali-Tower arbeiten rund 2.200 Angestellte, zusätzlich haben hier 200 freie Mitarbeiter und Berater einen Arbeitsplatz.“

Das Gebäude beherbergt auch mehrere gastronomische Einrichtungen. Im 40. Stock wurde ein gehobenes Restaurant für die Führungsetage eingerichtet. Hier servieren Küchenchef Giancarlo Morelli (siehe S. 49) und die Mitarbeiter seines Unternehmens MOAM einen erstklassigen Mittagstisch und sorgen für die

Kulinarik bei besonderen Veranstaltungen wie beispielsweise Management- oder Vorstandssitzungen.

Im zweiten Stock befindet sich die große Cafeteria für die Angestellten und die freien Mitarbeiter. Sie wird von CIRFOOD, einem der größten Unternehmen Italiens in der Gemeinschaftsverpflegung, betrieben und bietet eine Auswahl hervorragender Gerichte. Der innovative, funktionale Raum dient tagsüber auch als Treffpunkt für sowohl informelle als auch geschäftliche Meetings. Im kleinen italienischen Café kann man ein Frühstück, leichte Mittagsgerichte und frische Backwaren bekommen.

„Die unterschiedlichen Ansprüche der verschiedenen Servicelevels entsprechend zu bedienen, zählt zu den größten Herausforderungen für den Catering-Anbieter. Zudem war es nicht ganz einfach, in den durch die besondere Architektur bedingten asymmetrischen Räumen funktionale Bereiche zu schaffen“, erklärt Boldrini. „Und mittags, wenn Hochbetrieb herrscht, müssen wir ein abwechslungsreiches Angebot an Menüs und Speisen bei möglichst geringen Wartezeiten anbieten können.“

Aus der Not geboren

Die Corona-Pandemie stellte den Catering-Anbieter CIRFOOD vor eine neue Herausforderung: Die Verpflegung der im Büro anwesenden Generali-Mitarbeiter zu ermöglichen, obwohl das Betriebsrestaurant geschlossen bleiben musste.

„Zusätzlich zum Restaurant betreiben wir seit 2019 einen Take-Away Service mit Bestellmöglichkeit per App“, erzählt Lorenzo Catanoso, Client Manager bei CIRFOOD. „Die bestellten Speisen werden in einem gekühlten Schließfach deponiert, wo die Mitarbeiter sie jederzeit abholen



können. Während der Pandemie haben wir den Service erweitert und das Essen direkt an den Schreibtisch geliefert.“

Die Bedienung der Bestell-App ist einfach. „Sie funktioniert wie alle anderen Liefer-Apps auch, nur dass die Speisen bereits am Vortag unter Angabe des gewünschten Lieferorts bestellt werden müssen. Geliefert wird dann zwischen 12.30 Uhr und 14.00 Uhr“, sagt Catanoso.

Dieser Service hat der Generali-Group dabei geholfen, den Betrieb auch in dieser schwierigen Zeit aufrechtzuerhalten. „Die Beschäftigten konnten sich ihre Lunch-Box auf ihre Etage liefern lassen“, so Boldrini. „Sie mussten das Büro nicht verlassen, um sich mit vielen anderen Menschen in die wenigen noch geöffneten Geschäfte in der Umgebung zu drängen, damit sie sich etwas zu Essen besorgen können.“

Diese Lösung aus Pandemiezeiten wird auch in Zukunft beibehalten. „Sie hat enorme Vorteile, auf die wir nicht verzichten wollen. Da die Bestellungen schon einen Tag vorher erfolgen, können wir zeitlich und mengenmäßig genauer planen und dadurch Lebensmittelverschwendung vermeiden.“

Nachhaltigkeitsziele

Die Reduzierung von Lebensmittelabfällen ist ganz im Sinne ▶



Ganz links: der imposante Generali-Tower. Ganz oben: Per CIRFOOD-APP wird den Mitarbeitern ihr Essen auf ihre Etage geliefert. Darunter: Marco Boldrini von Generali

„Wir sind zwei Unternehmen, die sehr nah am Kunden arbeiten. Das ist unsere Grundlage für eine erfolgreiche Zusammenarbeit“



des Nachhaltigkeitskonzepts der Generali Group. Das Versicherungsunternehmen hat das Gebäude unter Einhaltung der höchsten internationalen Standards hinsichtlich Energieeffizienz errichten lassen.

Grandimpianti konnte 2017 die Ausschreibung für die Ausstattung der gesamten Gastronomie des Generali-Towers mit Equipment für sich gewinnen – der Startschuss für die Zusammenarbeit von Grandimpianti und der Generali Group.

Um alle Voraussetzungen für die angestrebte LEED-Platinum-Zertifizierung zu erfüllen, mussten folgende Vorgaben beim Innenausbau eingehalten werden: Reduzierung der CO2-Emission und des Energie- und Wasserverbrauchs, Steigerung der ökologischen Qualität der Innenräume sowie der verwendeten Materialien. Aus diesem Grund hat sich Grandimpianti für die jeweils neueste Generation an Technologien und Geräten entschieden, wie beispielsweise für die Naboo Öfen von Lainox. „Die gesamte Kühltechnik aller Gastronomiebereiche wird zentral und über Fernbedienung gesteuert. So kann der Energieverbrauch gesenkt werden“, erklärt Alessandro D'Andrade, Commercial Director

von Grandimpianti. „Das sorgt auch für ein angenehmeres Arbeitsumfeld in den Küchen, da eine zusätzliche Wärmezufuhr durch die Motoren der Kühlschränke und Schnellkühler wegfällt.“

Bei der Wahl eines Partners für eine schlüsselfertige Lösung setzt Generali auf die bewährte Beziehung zu Grandimpianti. „Wir können schon auf viele Jahre guter Zusammenarbeit zurückblicken“, sagt D'Andrade. „Wir haben bereits die Zentrale in Mogliano Veneto, in Treviso, Italien, mit Equipment ausgestattet, und kürzlich die Ausschreibung für die Ausstattung des historischen Gebäudes der Generali ‚Procuratie Vecchie‘ an der Piazza San Marco in Venedig gewonnen. Das Projekt wurde von David Chipperfield Architects geleitet.“

Was die gute Beziehung und Zusammenarbeit von Generali und Grandimpianti ausmacht? „Beide Unternehmen arbeiten sehr nah am Kunden. Die Kundenorientierung ist ein Ansatz, der uns verbindet und eine gute Grundlage für eine erfolgreiche Zusammenarbeit schafft. Die Kooperation hat aber auch deshalb so gut geklappt, weil alle vereinbarten Ziele unter genauer

Einhaltung des Zeitplans erreicht werden konnten“, erklärt D'Andrade.

Die von Grandimpianti angebotene Leistung umfasst ein „Höchstmaß an Kompetenz und Zuverlässigkeit“ sowie „totale Kontrolle über alle Punkte des Projekts“ – und entspricht somit genau dem, worauf Generali großen Wert legt. „Aufgrund unserer Expertise sind wir dazu in der Lage, unsere Kunden bei allen Entscheidungen betreffs Ausstattung und Konzeption zu unterstützen. Auch unsere Beteiligung am laufenden Projekt und die Zusammenarbeit mit der Bauleitung hat sich als sehr hilfreich erwiesen“, sagt D'Andrade.

„CityLife, der Bauherr im Auftrag der Generali Group, hatte in Grandimpianti einen zuverlässigen Partner für dieses anspruchsvolle Projekt“, bestätigt Boldrini. „Grandimpianti lieferte ein Komplett-Paket, von der Planung der technischen Bereiche für das Catering bis hin zur Bereitstellung des Equipments für die gesamte Gastronomie. Auch von der langjährigen Praxiserfahrung der Service-Manager hat das Projekt profitiert – sie konnten in der Kooperation mit Grandimpianti konstruktiven Input für kleine Anpassungen liefern.“

Aufgrund des enormen Umfangs dieses Projekts musste das Organisationsmanagement seitens Grandimpianti reibungslos funktionieren. „Wegen seiner Größe haben wir das Projekt in mehrere Phasen unterteilt. Für eine perfekte Koordination und zur Einhaltung des straffen Zeitplans war die enge Zusammenarbeit mit Architekten,

Links: Bei der Planung der Küche des Betriebsrestaurants hat Grandimpianti auf effiziente Arbeitsabläufe geachtet. Ganz links: Lorenzo Catanoso von CIRFOOD



Ingenieuren, Installateuren und anderen Beteiligten unbedingte Voraussetzung“, sagt D'Andrade. „Der Platz für die Küche des Betriebsrestaurants war sehr knapp bemessen. Alle für effiziente und schnelle Arbeitsabläufe benötigten Geräte im vorgesehenen Raum zu installieren, war tatsächlich nicht ganz einfach.“

„Der bekannte, preisgekrönte Küchenchef Giancarlo Morelli hatte ebenfalls ganz genaue Vorstellungen von seiner Küche“, ergänzt er (siehe Interview rechts). Durch die Covid-19-Pandemie wurden die Planung und der Bau des Generali-Towers nicht unbedingt einfacher. Catanoso von CIRFOOD befürchtete sogar mögliche Konsequenzen für den Catering-Betrieb bei Generali. „Das erste, was mir durch den Kopf ging, war die Lebensmittelsicherheit und der Schutz unserer Gesundheit. Der wichtigste Aspekt, was die Lebensmittelsicherheit betrifft, ist Nachhaltigkeit, von der Verwendung biologischer und regionaler Produkte bis hin zu einer guten Kreislaufwirtschaft“, sagt er.

Als Folge der Pandemie mussten auch die sozialen Kontakte auf ein Minimum heruntergeschraubt werden. „Der vor-pandemische Umgang zwischen Gast und Bedienung musste wiederaufgebaut werden, gedruckte Speisekarten und

Bargeld sind passé. In Zukunft wird die Digitalisierung mit neuen Technologien eine größere Rolle spielen. Die Pandemie hat Veränderungen angestoßen, die uns in hoffentlich bessere Zeiten begleiten“, sagt er.

Die Gastronomie hat viele Faktoren zu berücksichtigen. Einnahmen, Ausgaben, Unkosten und Gewinne, Konzept und Standort – aber letztendlich sind es die Mitarbeiter, die mit ihren Fähigkeiten entscheidend zum Erfolg beitragen. „Die Unternehmen müssen in die Ausbildung ihrer Angestellten und Mitarbeiter investieren“, sagt er. „Man kann die Wettbewerbsfähigkeit zwar nicht ausschließlich mit Know-how und Qualifikationen steigern, aber sie sind wichtige Instrumente, um schnell und angemessen auf solche Veränderungen reagieren zu können, wie wir sie gerade erlebt haben“, erklärt er.

Alle am Projekt Beteiligten betrachten mit Stolz ihr Werk in einer beeindruckenden Architektur, die das Stadtbild und das Arbeitsleben von Mailand bereichert. „Das städtebauliche Projekt CityLife trägt zum modernen Image der Metropole bei und erhöht ihre internationale Wahrnehmung“, sagt D'Andrade. „Wir freuen uns, Teil dieses einzigartigen Projekts sein zu dürfen.“ ■



PORTRAIT: CHEFKOCH GIANCARLO MORELLI

Schon als Kind träumte er davon, Koch zu werden. Obwohl Giancarlo Morelli seine Ausbildung in Italien absolvierte, ging er zunächst nach Frankreich und in die USA, bevor er in der Lombardei das Pomiroeu eröffnete.

Sie leiten die Küche für

die Führungskräfte von Generali. Was ist Ihre Philosophie?

Wir wollen den Mitarbeitern, die den ganzen Tag mit vollem Einsatz arbeiten, einen Moment bieten, an dem sie einfach mal abschalten können. Ihnen nicht nur gutes Essen, sondern auch die Möglichkeit geben, ihre Gedanken schweifen zu lassen.

Ihre wichtigsten Anforderungen an eine Küche?

Meine Küchen sind so eingerichtet, dass ich sowohl Stauraum als auch Arbeitsflächen stets im Griff habe. Kalte und warme Gerichte müssen immer klar voneinander getrennt sein, jede Speise braucht ihre eigene, individuelle Zubereitung, um perfekt zu sein.

Wie viele Mitarbeiter haben Sie in Ihrer Küche?

Ich arbeite immer mit mindestens zwei Köchen und einer Person im Spülbereich zusammen. Letztendlich hängt die Anzahl meiner Mitarbeiter aber davon ab, für welchen Anlass oder welche Veranstaltung gekocht wird.

Ihre größten Herausforderungen in den Küchen des Generali-Towers?

Das Management sämtlicher Veranstaltungen – vom Business-Lunch über kleine und große Bankette bis hin zum Aperitif – und dabei konstant beste Qualität zu liefern. Die Vorfreude der Gäste auf das Essen oder den Cocktail muss sich erfüllen. Zudem bin ich immer bemüht, meine Brigade zu Bestleistung zu motivieren.

Wie hilft Ihnen Grandimpianti dabei?

Grandimpianti hat uns Lösungen vorgeschlagen, die genau auf mein Küchen-Konzept abgestimmt sind: Flexibilität und optimale Raumausnutzung. So sind Sorgfalt und Präzision bei der Verarbeitung von Zutaten möglich – meine absolute Grundlage.

DAS UNTERNEHMEN



grandimpiantiali.it

500+

Grandimpianti bearbeitet jedes Jahr über 500 schlüsselfertige Projekte in verschiedenen Segmenten

05

Innovationen



Absolute Hygiene wo sie am meisten gebraucht wird

In Zeiten, in denen Hygiene oberste Priorität hat, garantiert Comenda, der führende Hersteller von Spültechnik, herausragende Desinfektionsstandards. **Andrea Genoni**, Strategic Sales and Marketing Manager, und **Antonio Di Giorgio**, Product Development Manager, erzählen Juliet Martin, warum die neue ThermoCare-Serie gerade jetzt zur richtigen Zeit am richtigen Ort ist



Links: Comendas Konzept der „Hygienekonsistenz“ ist ein Erfolgsfaktor. Bilder oben: Andrea Genoni und Antonio Di Giorgio

Das Tragen von Gesichtsmasken und Händedesinfektion gehört inzwischen zu unserem Alltag. Mit der Corona-Pandemie haben spezielle Hygienemaßnahmen in allen Bereichen unseres Lebens Einzug gehalten, vor allem aber in der Gastronomie. Hier müssen bestimmte Hygienekonzepte konsequent eingehalten werden.

„Als Hersteller von Spülmaschinen mussten wir schnell auf die neue Situation reagieren“, erklärt Andrea Genoni, Strategic Sales and Marketing Manager von Comenda, dem Marktführer im Bereich Spültechnik. „Hygiene steht seit Monaten weltweit ganz oben auf der Agenda. Und wir müssen Lösungen für Betriebe bieten, mit denen sie diese Anforderungen erfüllen können.“

Comenda steht zu seiner Verantwortung. „Hygiene ist unser täglich Brot“, sagt Genoni. „Es geht darum, Kontaktinfektionen zu vermeiden, und den Betreibern bewusst zu machen, wie wichtig Prävention ist. Wir bieten verschiedene Lösungen an, um Infektionsrisiken zu minimieren.“

In der Gastronomie- und Cateringbranche ist der Bedarf an Technologien, die einen besonders hohen Hygienestandard bieten, höher denn je. Die thermische Desinfektion – sie arbeitet mit feuchter Hitze, um Mikroorganismen abzutöten – gewinnt vor allem im Pflegebereich zunehmend an Bedeutung, während in der Hotellerie das Thermolabel-Verfahren bevorzugt wird, bei dem eine Temperatur von 71°C auf der Oberfläche des Geschirrs erreicht wird.

Mit einer durch Geräte durchgeführten Desinfektion alleine ist es aber noch nicht getan. Denn nach der desinfizierenden Reinigung gehen Geschirr, Besteck und Töpfe wieder durch die Hände des Personals. Das heißt, alle Abläufe müssen möglichst kontaktlos gestaltet werden, um eine erneute Kontamination zu vermeiden und absolute Hygiene durchgängig zu gewährleisten. Comenda nennt es „Hygienekonsistenz“, ein Begriff, der sich auf das gesamte Umfeld der Küche bezieht.

„Die Kombination aus neuen Technologien, Human-Engineering und abgestimmten Abläufen macht das Leben des Küchenpersonals leichter und schafft ▶

natürlich auch ein gesünderes Arbeitsumfeld“, sagt Genoni. Letzteres zeichnet sich durch „Bediener- und Wartungsfreundlichkeit aus, durch die Reduzierung benötigter Handgriffe auf ein Minimum, durch Automatisierung sowie durch optimale Raumnutzung.“ Ein Gedanke, der in der Branche zunehmend in den Vordergrund rückt. Betreiber achten vor allem auf Produkte, Features und neue Technologien, die die Umsetzung des HACCP-Konzepts erleichtern.

Aufgrund der Pandemie stand die Umsetzung hoher Hygienestandards vor allem in Krankenhäusern, Pflegeheimen, auf Baustellen, in Behörden, bei Lebensmittelherstellern und in Supermärkten im Fokus, denn diese Branchen haben auch während des Lockdowns weitergearbeitet. Ihr Arbeitspensum war oft sogar höher als vor der Krise, nicht zuletzt auch durch die Einhaltung der Corona-Regeln zur Minimierung des Infektionsrisikos. „Im Lebensmittelbereich hat Hygiene absolute Priorität, um Kinder, Pflegebedürftige und Krankenhauspatienten zu schützen“, sagt Antonio Di Giorgio, Product Development Manager von Comenda.

Deshalb hat Comenda Nägel mit Köpfen gemacht. Das Unternehmen stellte ein Expertenteam zusammen, das sich unter der Leitung von Di Giorgio mit der Entwicklung einer Lösung sowohl



für die Anforderungen im Pflegebereich als auch denen der gehobenen Hotellerie befasste.

ThermoCare: sauber, schnell, flexibel

Die ThermoCare Produkte von Comenda bieten höchste Hygienestandards in Kombination mit maximaler Flexibilität. Mit hohen Reinigungstemperaturen und verlängerter Spülzyklusdauer wird weit über den Standard hinaus ein hohes Maß an

Desinfektion erreicht. Es sind drei verschiedene Modelle der ThermoCare-Serie erhältlich. Jedes bietet maximale thermische Desinfektion und Hygiene, jedes ist entsprechend den Anforderungen des jeweiligen Betriebs konfigurierbar. Als Maßstab für die Abtötung von Mikroorganismen durch Desinfektion mit feuchter Hitze wird der A0-Wert verwendet. Comenda bestimmt anhand des A0-Wertes die erforderliche Haltezeit und die nötige Temperatur, die auf die Oberfläche des Spülguts einwirken.

Die ThermoCare-Geschirrspüler gewährleisten A0 Hygienewerte von mindestens 60 bis maximal 300, was einem 10 Mal höheren Wert als dem Marktstandard entspricht.

Jeder Geschirrspüler bietet vier verschiedene Programme zur Desinfektion an. „Das Thermolabel-Verfahren erfüllt die hohen Anforderungen im gehobenen Hotelsegments“, erklärt Genoni. Es erreicht einen A0-Wert von 300 für thermische Desinfektion



DAS UNTERNEHMEN



50+
Comenda steht seit über 50 Jahren für Leistung, Wirtschaftlichkeit, Zuverlässigkeit und Sicherheit im Bereich der gewerblichen Spültechnik

comenda.eu

100+
Comenda hat ein verlässliches und effektives Vertriebsnetz in über 100 Ländern weltweit

100%
Comenda entwickelt und produziert alle Geräte in Italien, das Werk ist gemäß ISO 9001 Qualitätsmanagement ISO 14001 Umweltmanagement zertifiziert.



Oben: Jonathan Mellor von Comenda sagt: Die Geschirrspüler der ThermoCare-Serie sind nach Kundenbedarf in verschiedenen Konfigurationen erhältlich



„DIE SPÜLPROGRAMME DER THERMOCARE-SERIE BIETEN MEHR SICHERHEIT DURCH MAXIMALE THERMISCHE DESINFEKTION UND VERRINGERN DAMIT DAS INFEKTIONSRIKIO“



in 180 Sekunden bei einer Temperatur von 71°C auf der Telleroberfläche.

Dank seiner Flexibilität kann jeder Geschirrspüler auf die spezifischen Bedürfnisse des jeweiligen Betriebes angepasst werden, um dessen Produktivität zu steigern.

„Unsere Vertriebspartner sind begeistert, dass sie zwei Branchen mit einem Gerät abdecken können. Es bedient mit dem Thermolabel-Verfahren die hohen Standards in der Hotellerie und bietet gleichzeitig die thermische Desinfektion mit dem höchsten A0-Wert für den Pflegesektor“, sagt Genoni.

Flexibilität heißt auch mehr Effizienz im Betrieb. „Zur thermischen Desinfektion wird die Wärmeabstrahlung des Spülguts genutzt. Das spart Energie“, erklärt Di Giorgio. Gleichzeitig trägt diese Technologie zur Kostenoptimierung und Reduzierung der Umweltbelastung bei, und das alles unter Gewährleistung der höchsten Hygienestandards.

Die Geschirrspüler der ThermoCare-Serie sind in verschiedenen Konfigurationen erhältlich, je nach Bedarf des Kunden. „Der Unterbau-Geschirrspüler ist ideal für kleine Küchen wie beispielsweise in Kindergärten, Pflegeheimen und Krankenhäusern“, sagt Jonathan Mellor, Brand Manager UK von Comenda. „Bei Anwendung des Extra Care Zyklus wird das Spülgut gründlich gereinigt und erhält ein hohes Maß an Desinfektion – entsprechend der strengsten NHS-Richtlinien“, so Mellor. „So garantiert der Extra Care Zyklus mit seiner thermischen Desinfektion eine hervorragende Infektions-Prävention.“

Sämtliche ThermoCare-Geschirrspüler sind denk-

bar einfach zu installieren. „Die Installation ist ein Kinderspiel“, sagt Di Giorgio. „Der von Comenda geschulte Techniker programmiert das Gerät mit dem gewünschten Desinfektions-Zyklus und schon kann der Betreiber loslegen.“ Die kurze Installationszeit – auch mit Overnight-Lieferung möglich – sorgt für eine möglichst geringe Störung des Betriebs beim Kunden.

Der Ansatz von Comenda

Wie schafft es Comenda diese außergewöhnlich kundenorientierten Lösungen zu entwickeln? „Wir nehmen die Perspektive des Endverbrauchers ein“, erklärt Genoni. „Und handeln ganz im Sinne von Luciano Berti und seiner Vision eines Unternehmens, bei dem der Mensch mit seinen alltäglichen Herausforderungen im Mittelpunkt steht.“

Neben ausgezeichneten Produkten bietet Comenda seinen Servicepartnern umfassende Schulungen an sowie technische Trainings. „Comenda versteht, vor welchen Herausforderungen Betreiber stehen. Durch unsere Nähe zum Kunden können wir ihm Lösungen für seine täglichen Aufgaben bieten und die entsprechenden Instrumente für hervorragende Ergebnisse sowie eine Optimierung der Arbeitsumgebung“, sagt Di Giorgio. „Seit über 50 Jahren stehen wir im ständigen Dialog mit unseren Kunden. Mit unseren Lösungen wollen wir seine Arbeit verbessern und erleichtern.“

In Zeiten, in denen Hygiene oberste Priorität hat, bietet Comenda seinen Kunden höchste Standards in der Desinfektion. Optimiert für deren spezifische Arbeitsabläufe. ■

05 Innovationen

Spülküche mit Bestnote

Die Stierlen Spültechnik im Klinikum Neumarkt setzt Maßstäbe in puncto Spülhygiene, Ressourceneinsparung und Wirtschaftlichkeit. Küchenchef Johann Hiller im Gespräch mit Elke Baumstark



Das Akutkrankenhaus Neumarkt, in der Oberpfälzer Region zwischen Nürnberg und Regensburg gelegen, steht für exzellente medizinische Versorgung, menschliche Zuwendung und individuelle Patientenbetreuung. Eine qualitativ hochwertige Speisenversorgung gilt deshalb auch als ein wichtiger Baustein auf dem Weg zur Genesung.

Johann Hiller, seit 20 Jahren Küchenleiter, setzt gemeinsam mit seinem Team auf tagesfrisch zubereitete Mahlzeiten. Die Küche versorgt mit insgesamt rund 1100 täglichen Mittagmenüs alle Patienten, Mitarbeiter und Gäste des Klinikums, darüber hinaus Schulklassen sowie zwei Kindergärten. „Das Qualitäts- und Hygiene-Management wird im ganzen Haus groß geschrieben. Unter anderem muss deshalb auch in der Spül-

küche, die nicht nur zu Pandemiezeiten ein hochsensibler Bereich ist, alles stimmen. Denn hier läuft zusammen, was mit Mund und Händen in Berührung gekommen ist“, so der Küchenchef, der u.a. auf berufliche Stationen in der Hotel- und Sternegastronomie zurückblickt. „Hygienisch einwandfreies, blitzsauberes Geschirr und funkelndes Besteck ist ein absolutes ‚Muss‘.“

Deshalb war der Anspruch auch hoch, als 2019 die Erneuerung der Spültechnik anstand. „Ich wusste ganz genau, was ich für die Spülküche wollte: eine leistungsstarke, ressourcensparende und wirtschaftliche Ausstattung, die nicht nur dem neuesten Stand der Technik entspricht, sondern auch die hohen Qualitätsstandards unseres Hauses erfüllt.“

Nach zahlreichen Besuchen von Fachmessen, Gesprächen mit Spültechnik-Herstellern und auch Kollegen fiel die Entscheidung für Stierlen: Der Systemlieferant für

„DAS QUALITÄTS- UND HYGIENE-MANAGEMENT WIRD IM GANZEN HAUS GROSS-GESCHRIEBEN. DESHALB MUSS IN DER SPÜLKÜCHE, EINEM HOCHSENSIBLEN BEREICH, ALLES STIMMEN“

Johann Hiller

Hygienisch einwandfreies Geschirr und funkelndes Besteck sind ein absolutes ‚Muss‘ für Küchenchef Johann Hiller

Großküchentechnik überzeugte mit seiner innovativen, hochmodernen Spültechnologie und seiner profunden Expertise im Care-Bereich. Seit Anfang 2020 ist die Spülküche mit einer Stierlen Bandtransportmaschine für Geschirr und einer Tablett-Besteck-Maschine ausgestattet.

Spültechnik für höchste Ansprüche

Vom Trinkglas bis zum Edelstahl-Filter der Abzugshauben: In drei täglichen Spülgängen bewältigt die Stierlen Bandtransportmaschine absolut jede Art von Spülgut, stets mit hygienisch einwandfreiem, blitzsauberem Ergebnis. Auch auf die Ablauforganisation kommt es an: „Wir sortieren das Geschirr vor, dadurch lässt sich eine 95-prozentige Bandauslastung erreichen und wir sparen Ressourcen und Zeit, auch beim Handling am Maschinenauslauf. Denn die gespülten Teile können schnell und stressfrei in die Spender sortiert werden -

05 Innovationen



eine enorme Arbeitserleichterung“, erklärt Johann Hiller. In der Vorabräumung trägt 30 Grad C warmes Wasser dazu bei, Speisereste optimal zu entfernen, ohne Stärke und Eiweiß zu binden. „Damit tun wir von vornherein nicht nur dem Geschirr, sondern auch der Maschine etwas Gutes“, so der Küchenleiter.

Für einen sparsamen, punktgenauen Spülchemie-Einsatz wurde die Bandtransportmaschine nach dem ersten Waschtank zudem mit einer Intensivreiniger-Zone ausgestattet. Darin wird das E-Jet+ Dosiersystem eingesetzt, das von Edmund Ebert entwickelt und patentiert wurde, dem langjährigen After Sales Partner der Küche. „Unser Dosiersystem konzentriert die Spülchemie im Wasser dieser Intensiv-Zone. Mit kurzzeitiger `Power` wird das Spülgut nachhaltig von Stärke und Eiweiß befreit, gleichzeitig verringert sich der Einsatz von Spülchemie im fortlaufenden Spülprozess“, erklärt der Experte.

Spitzen-Spülergebnisse auch bei Tablett- und Besteck

Während das vorsortierte Geschirr in die Porzellanmaschine geht, laufen Tablett- und Besteckteile in die Besteck-Tablett-Maschine. Das Besteck ist für Küchenleiter Johann Hiller „das höchste hygiene-relevante Gut, da es mundgeführt ist“, und er betont: „Deshalb lege ich absoluten Wert auf hundertprozentig hygienisch saubere Spülergebnisse.“

Das Klinikum Neumarkt wünscht, dass beide Maschinen vierteljährlich einer strengen Hygieneprüfung mit Abklatschproben sowie Analysen von Wasser- und Geschirrprouben unterzogen werden. „Kein Problem für die Stierlen Spültechnik: Die Laborergebnisse sind stets einwandfrei. Es hat noch nie Beanstandungen gegeben“, erklärt Service-Partner Edmund Ebert.

Da das gespülte Besteck in einer Besteckpoliermaschine zum Funkeln gebracht wird, muss es

„ DAS GESCHIRR WIRD VORSORTIERT, DAS SORGT FÜR EINE 95-PROZENTIGE BANDAUSLASTUNG SOWIE EINSPARUNG VON RESSOURCEN UND ZEIT. DIE GESPÜLTEN TEILE KÖNNEN SCHNELL UND STRESSFREI IN DIE SPENDER SORTIERT WERDEN “

feucht bleiben. „Deshalb ist die Trocknung auf der Besteckspur abgeschaltet“, erläutert Johann Hiller. Nach dem Polieren wird jeder Bestecksatz in einer Besteckwickelmaschine mit einer Serviette hygienisch versiegelt. „Blitzendes Besteck, glänzendes Geschirr und nicht zuletzt hundertprozentig trockene Kunststoff-Clochen und -Tabletts sind in unserem Haus eine Selbstverständlichkeit.“ In beiden Maschinen tragen die innovative MultiRinse-Dreifachnachspülung sowie eine zweite Trocknung mit zusätzlicher Tunnelhaube auf der Ablaufbahn zu diesen HACCP-gerechten und immer hygienisch einwandfreien Top-Spülergebnissen bei.

Zur technisch ausgereiften Ausstattung gehört beispielsweise auch die Elektronik 5 Steuerung mit LAN-Anschluss für den Fernzugriff, das leicht anzuhebende Kunststoff-Laufband, die Farbcodierung von Wascharmen und Sieben, sowie – last but not least –



KLINIKUM NEUMARKT

Das Klinikum Neumarkt /Oberpfalz ist ein Schwerpunktkrankenhaus mit 530 Betten in 17 Fachabteilungen und 23 tagesklinischen Behandlungsplätzen. Als Lehrkrankenhaus der Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg ist es für seine exzellente medizinische und pflegerische Versorgung in Diagnostik und Therapie nach modernsten wissenschaftlichen Erkenntnissen über die Region hinaus bekannt. Jährlich werden mehr als 26.000 stationäre und 48.000 ambulante Patienten versorgt. www.klinikum-neumarkt.de

das Stierlen Sanitizing-System mit rotierenden Düsen zur Unterstützung der Innenraum-Reinigung.

Ein weiteres Extra: Die Tablett-Besteck-Maschine könnte dank eines Endschalters am Auslauf und eines abklappbaren Bogens mit Spülrechen auch als Porzellanmaschine eingesetzt werden. Küchenleiter Johann Hiller ist von der Stierlen Spültechnik überzeugt: „Ich kann sie jederzeit weiterempfehlen, wir sind damit optimal aufgestellt.“ ■

Die Ausstattung der Spülküche im Klinikum Neumarkt:

- Stierlen**
 - Halbautomatische 7-Tank Bandspülmaschine (CV300 MR-E5)
 - 3-Tank Tablett-Besteck-Spülmaschine (V100 MR-TB-E5)
 - 20 Tablettstapler für automatische Tablettabstapelung
- Metos/Rendisk**
 - Rückgabe- und Sortierbandanlage mit Eckumsetzer und Trommel-Besteckabheber
- Wexiödisk**
 - Wagenwaschanlage WD-18 CW mit Drehteller
 - Granulat-Topfspülmaschine WD 100



DREI FRAGEN AN RICHARD KRISTMANN GESCHÄFTSFÜHRER VON STIERLEN, RASTATT

Ihre neueste Spültechnik-Innovation?

Unsere MultiRinse-Dreifachnachspülung, bei der wir die Vorder- und Rückseite eines Tellers mit nur noch einem `Stamperl` voller Frischwasser nachspülen müssen. Dies entspricht einem theoretischen Wasserverbrauch von 45 ml Wasser pro Teller, bzw. 212 Litern Frischwasser/Std. bei einer DIN Tellerleistung von 4700 Tellern/Std. Mit diesem marktniedrigsten Wasserverbrauch liegen wir unangefochten an der Spitze.

Was zeichnet Stierlen-Spültechnik noch aus?

Wir sind im Markt dafür bekannt, dass unsere Band- und Korbtransportmaschinen extrem robust und leistungsfähig sind, und deshalb mit niedrigen Folgekosten punkten. Unsere Spültechnik ist für einen reibungslosen 365-Tage-Betrieb ausgelegt. Wir haben viele Kunden – nicht nur im Care-Bereich – die unsere Maschinen nachweislich täglich 22 Stunden lang ohne jegliche Ausfälle betreiben.

Wie würden Sie Ihre Stellung im Spültechnikmarkt beschreiben?

Wir können Spültechnik für jeden Bedarf liefern, und auch individuelle Kundenwünsche erfüllen. Das ist eines unserer Alleinstellungsmerkmale. Durch unseren engen Kontakt mit Kunden, Servicepartnern und Fachplanern bekommen wir den Input für Weiterentwicklungen. Auch unsere Zugehörigkeit zur Ali Group ist von großem Vorteil für unsere Kunden, denn sie können aus einem großen Pool von Synergien schöpfen.

DAS UNTERNEHMEN

Stierlen

1889

Stierlen wurde 1889 in Rastatt, Deutschland, von Wilhelm Stierlen gegründet

45

Die MultiRinse-Dreifachnachspülung von Stierlen entspricht einem theoretischen Wasserverbrauch von nur 45 ml Wasser pro Teller

22

Viele Kunden von Stierlen betreiben ihre Maschinen täglich 22 Stunden lang

stierlen.de

05 Innovationen

Brandneuer Auftritt

Louis Pavailler hat als Erster 1958 in Frankreich die Technologie der Heißluftrückgewinnung in Backöfen verwendet. Auch heute investiert das gleichnamige Unternehmen in Forschung & Entwicklung, damit seine Kunden selbst bei empfindlichen Backwaren gleichbleibende Qualität erhalten, erzählt Sébastien Audras, Product Manager bei Pavailler

Das Unternehmen Pavailler wurde 1946 in Frankreich gegründet und war zunächst auf Heizungsanlagen spezialisiert. 1958 beschloss Louis Pavailler, Autodidakt und Installateur, sich auf den Bau von Backöfen zu verlegen. Er arbeitete mit einer Technologie, die bislang in Frankreich nicht für Öfen verwendet wurde: die Heißluftrückgewinnung. Im Laufe der Jahre kamen andere Technologien dazu, dennoch blieben zyklothermische Öfen das Vorzeigeprodukt.

Pavailler hat eine wechselvolle Geschichte erlebt, mit Übernahmen und Verkäufen durch britische und amerikanische Firmen, u.a. durch APV, Baker Perkins und Aga. 2007 wurde das Unternehmen Teil des italienischen Foodservice-Konzerns Ali Group. Pavailler hat aber immer den Kern seines Geschäfts im Blick behalten, nämlich die Leistungsfähigkeit und Robustheit seiner Öfen, konkurrenzlos und bekannt für frisches, knuspriges Baguette.

Zu den Kunden von Pavailler zählen nach wie vor hauptsächlich handwerkliche Bäckereien in Frankreich. Sie machen 70 % des Geschäfts aus, die anderen 30 % setzen sich aus dem Export in 90 Länder weltweit und anderen Branchen

wie Supermärkten, Restaurants, Hotels und Industriebetrieben zusammen.

Jüngste Produktneuheit von Pavailler ist der Konvektionsofen Topaze Opera, konzipiert vor allem für Konditoren. Das ‚Fine Crust‘ System ermöglicht die Anpassung der Feuchtigkeit in der Backkammer auf das jeweilige Backgut.

„Bei diesem Ofen gibt es einen interessanten kleinen Trick: Wenn ich zum Beispiel Butterkekse backe, lasse ich die Tür etwas offen, damit Luft hineinkommt und sich keine Feuchtigkeit auf dem Teig bildet. Wenn ich einen weichen, feuchten Kuchen möchte, schließe ich sie wieder ein bisschen“, erklärt Frédéric Hawecker (Bild, ganz rechts), ein mit Preisen ausgezeichnete Bäcker.

Der Topaze Opera erzielt eine hervorragende Backqualität und Konsistenz, auch bei empfindlichen Backwaren. „Ich bin wirklich beeindruckt von der perfekten Gleichmäßigkeit, mit der dieser Ofen backt“, sagt Hawecker. „Ich habe vorher mit einem anderen Umluftofen gearbeitet, und musste ständig die Backbleche umdrehen, um gleichmäßige Backergebnisse zu erhalten. Das fällt jetzt weg. Ein sehr komfortabler Ofen.“

Sollte doch mal ein Problem auftreten, greift der Kundendienst sofort. „Guter Service ist für unsere Kunden extrem wichtig. Viele von ihnen haben eine kleine Bäckerei, die sich einen Ausfall schlicht nicht leisten kann. Jedes Ersatzteil, das bis 15 Uhr bestellt wird, wird noch am selben Tag verschickt und am nächsten Morgen geliefert“, sagt Product Manager Sébastien Audras.



„WIR WOLLEN, DASS SICH BÄCKER AUF DEN TEIG KONZENTRIEREN UND NICHT MIT TECHNISCHEN DETAILS VERZETTeln“

Sébastien Audras

Immer noch ein bisschen besser

Pavailler investiert circa 7 - 10 % seines Umsatzes in Forschung & Entwicklung seiner vier Produktreihen: Konvektionsofen, Etagenöfen, Stikkenöfen und Kombiöfen. Neben der kontinuierlichen Verbesserung des ‚Fine Crust‘ Systems sowie der Energieeffizienz aller Produkte, ist den Ingenieuren vor allem die Bedienerfreundlichkeit wichtig.

„Die Bäckerei ist ein mühsames Geschäft. Man muss früh aufstehen und hart arbeiten“, sagt Audras. „Für junge Auszubildende ist es nicht leicht, all die kleinen Kniffe und Tricks zu erlernen, die sie später zu guten Bäckern machen. Ein leicht zu bedienender Ofen ist da schon eine gute Hilfestellung. Wir wollen, dass sich Bäcker auf ihren Teig konzentrieren und nicht mit



Der Topaze Opera verfügt über ein intuitives Touch-Display, das per Fingertipp aktiviert werden kann



technischen Details verzetteln.“

Das neue intuitive Touch-Display des Topaze Opera kann durch Antippen aktiviert werden. „Man erhält alle Informationen über den laufenden Backprozess auf einen Blick. Eine Berührung reicht, und die Temperatur wird eingestellt, das Backprogramm verändert oder die Zufuhr des Luftstroms geöffnet oder geschlossen“, erklärt Audras.

Das Easy-Touch-Display ist serienmäßig für alle neuen Modelle erhältlich. Dazu gehört auch ein ‚Rezeptbuch‘, in dem Bäcker alle Parameter speichern und in Sekundenschnelle auf ihre Lieblingsrezepte zugreifen können. Der ‚Eco-Modus‘ sorgt für die Reduzierung des Stromverbrauchs ohne Abstriche bei der Backtemperatur oder der Qualität, im ‚Expert-Modus‘ werden Energieverbrauch, Temperatur im Ofen sowie technische Daten angezeigt.

Seit der Markteinführung des Topaze Opera beschäftigt sich die Entwicklungsabteilung mit dem Update drei weiterer Öfen von Pavailler. „Wir sind immer dabei, unsere Produkte zu modernisieren, sie bedienerfreundlicher zu machen und Bäckereien dabei zu unterstützen, Backwaren von höchster Qualität zu produzieren“, sagt Audras. Louis Pavailler würde sich freuen. ■

DAS UNTERNEHMEN



Unternehmensgründung: **1946**

Exportländer: **90+**

Investition in F&E: **7-10%**

Pavailler ist Spezialist für Geräte zur Teigherstellung und -verarbeitung. Zu seinen Kunden zählen Handwerksbäcker, Vertriebsgruppen und Einzelhandelsketten.
pavailler.fr



Über alle Grenzen hinaus

Marco Ferroni, CEO von Lainox, berichtet über die neueste Technologie des Naboo Boosted Kombiofen. Ein Gewinn für jede Sparte der Gastronomie – von der Kneipe nebenan bis hin zum Sternerestaurant. Von Jacquetta Picton.

Marco Ferroni, CEO von Lainox, ist begeistert vom neuesten Produkt seines Unternehmens. „Wir können mit Stolz behaupten, dass der Naboo Boosted der beste Kombiofen ist, den es auf dem Markt gibt“, schwärmt er.

„Er ist schnell, effizient, intelligent, robust, vernetzt, klein, flexibel und leistungsstark. Aus Erfahrung wissen wir, dass alle Gastronomen, egal aus welchem Segment, die gleichen Herausforderungen zu bewältigen haben: Lebensmittelkosten und Energieverbrauch senken, die Arbeitsabläufe in der Küche optimieren, stets gleichbleibende Qualität der Speisen gewährleisten und Arbeitszeiten sowie Arbeitsbelastung des Personals reduzieren. Zur Bewältigung dieser Aufgaben sind sie mit dem Naboo Boosted sehr gut beraten.“

Der Naboo Boosted ist nicht einfach nur das Ergebnis eines Restylings oder der Weiterentwicklung eines älteren Modells. „Wir haben alle unsere Kenntnisse und

Erfahrungen gebündelt und alle Grenzen überschritten“, erzählt Ferroni. Es hat sich gelohnt: Der Naboo Boosted übertrifft seine Vorgängermodelle und sogar die auf dem Markt geltenden Standards in Leistungsfähigkeit und Schnelligkeit.

„Mit bis zu 20 % mehr Leistung erreicht der Naboo Boosted eine Vorheiztemperatur von bis zu 320°C“, erklärt Ferroni. „An diese Temperaturen kam bislang kein anderer Kombidämpfer heran.“ Er schafft eine volle Beladung mit Brokkoli in nur sieben Minuten und 24 Hähnchen in nur 20 Minuten Garzeit.

Eine Geschichte der Innovationen

2021 war ein besonderes Jahr für Lainox, denn das Unternehmen feierte nicht nur die Markteinführung des Naboo Boosted, sondern auch sein 40-jähriges Bestehen. Lainox wurde 1981 gegründet und hat sich als Hersteller von professionellen Backöfen insbesondere durch seine ausgeprägte Innovationskraft ausgezeichnet.



Leistungsstärker als seine Vorgänger erreicht der Naboo Boosted eine Vorheiztemperatur von bis zu 320 °C

„Lainox war an der technologischen Entwicklung professioneller Öfen maßgeblich beteiligt“, erzählt Ferroni. „Wir haben den ersten Gas-Kombiofen entwickelt und 1991 mit AUTOCLIMA* als erstes Unternehmen ein System zur Regelung der Feuchtigkeit im Garraum auf den Markt gebracht. 2001 waren wir ebenfalls die Ersten mit einer benutzerfreundlichen Scroller-Bedienung für einen Kombidämpfer, 2006 folgte die Touchscreen-Steuerung.“

Mit der Einführung des Naboo im Jahr 2013, dem ersten cloud-fähigen Kombidämpfer auf dem Markt, „hat Lainox neue Maßstäbe in der Welt der professionellen Kochtechnik gesetzt“, so Ferroni. „Damit haben sich die Einsatzmöglichkeiten eines Kombidämpfers enorm erweitert. Erst heute, wo Konnektivität fast in jedem Gerät Standard ist, versteht man den Pioniergeist, der uns schon immer als Antrieb galt. 2017 folgte mit Nabook ein digitales Steuerungssystem, das alle Geräte in der Küche miteinander vernetzt.“

Der Naboo Boosted sprengt auch in Sachen Effizienz bisherige Grenzen. Sein innovatives Reinigungssystem reduziert den Verbrauch von Reinigungsmitteln um bis zu 30 % im Vergleich zum Vorgängermodell, das intelligente Energy System hilft, im Schnitt 16 % weniger Strom zu verbrauchen – die perfekte Synthese von Effizienz und Leistung.

Connected

Der intelligente Kombidämpfer stellt dem Benutzer einen virtuellen Assistenten – den Naboo Coach – an die Seite, der ihn in allen Phasen des Garvorgangs berät und ihn sogar darauf hinweist, wenn eine Wartung oder ein Serviceeingriff nötig sein sollten.

„Als Pioniere der Konnektivität haben wir den Naboo Boosted serienmäßig mit einem Wi-Fi-Anschluss ausgestattet“, ergänzt Ferroni. „Er ermöglicht die Verbindung zur Nabook Cloud (patentiert), dem innovativsten System auf dem Markt, das jeden, vom Einzelkunden bis zur großen Kette, in Organisation und Verwaltung der Küche unterstützt.“

Der Naboo Boosted wurde äußerst platzsparend konzipiert, ein großes Plus für kleine Küchen. Bei gleicher Kapazität wie sein Vorgänger braucht er bis zu 15 % weniger Platz – für eine bessere Raumausnutzung bei zunehmenden Platzproblemen in Großküchen.

„WIR HABEN ALLE UNSERE KENNNTNISSE UND ERFAHRUNGEN GEBÜNDELT, UM ALLE BISHERIGEN GRENZEN ZU ÜBERSCHREITEN“

Marco Ferroni



Nur das Beste

Alle Komponenten des Naboo Boosted sind besonders langlebig. Die nach dem internen Lainox-Testprotokoll zertifizierten Long-Life-Component-Elemente sorgen für die enorme Robustheit des Kombidämpfers. Die leichte Zugänglichkeit aller Teile garantieren einfache Installation und Wartung – für weniger Serviceaufwand.

„In der Geschichte von Lainox finden sich viele Innovationen und revolutionäre Lösungen“, erklärt Ferroni. „Wir beschränken uns nicht auf Marktanalysen und das Bedienen von Kundenanforderungen. Kontinuierliche Forschung und Entwicklung, unterstützt von einem Team aus Profiköchen, die mit den Küchenkulturen vieler Länder auf der ganzen Welt vertraut sind, ist unser Antrieb. Wir kennen die Bedürfnisse unserer Kunden schon, bevor sie sie selber kennen. Deshalb bieten wir ihnen mehr als die entsprechenden Lösungen an, nämlich verschiedene Möglichkeiten, um ihren Betrieb wirtschaftlicher zu machen.“



Ein Ergebnis dieser Philosophie ist der Smokegrill, verfügbar für den Naboo Boosted. Geschmack, Farbe und das typische Aroma von auf Holzkohle gegrillten Speisen wird durch Zugabe des 100 % natürlichen Raucharomas, gewonnen durch die Verbrennung hochwertiger Hölzer, geschaffen.

Die Arbeit an der Entwicklung des Naboo Boosted begann vor über fünf Jahren. Neben den Abteilungen Maschinenbau, Elektro- und Computertechnik, wurden neben Profiköchen und auch Kunden von Lainox in die Testphase involviert.

„Zuerst war da nur die Idee, den besten Kombidämpfer aller Zeiten zu entwickeln“, erzählt Ferroni. „Wir haben unser gesamtes Know-how in dieses Projekt gesteckt. Wir haben die modernsten Technologien verwendet und unsere ganze Leidenschaft für die Foodservice-Branche investiert, um das Leben all derer, die in Küchen arbeiten, ein Stückchen besser zu machen. Jetzt ist es an unseren Kunden zu sagen, ob wir erfolgreich waren.“ ■

DAS UNTERNEHMEN

LAINOX

1981 Lainox wurde vor über 40 Jahren in Treviso, Italien, gegründet	+20% Der Naboo Boosted bringt um bis zu 20 % mehr Leistung	15% Der Naboo Boosted hat um bis zu 15% weniger Platzbedarf
---	--	---

lainox.it

Das Beste aus Tradition und Zukunft

Mareno hat sich zum 100jährigen Bestehen ein neues Gesicht gegeben, und das Beste aus seiner langjährigen Geschichte mit seiner zukunftsorientierten Strategie im neuen Markenimage zusammengefasst. **Adriano Cenedese**, General Manager von Mareno, über die erfolgreiche Kombination aus Innovation und Erfahrung. Von Jim Banks



Mareno ist stolz auf die Kombination aus Innovation und einhundert Jahre langer Erfahrung. Modelle von links: M0, M1, M2

Mareno ist eines der ältesten Unternehmen der Ali Group. Es wurde 1922 gegründet und feiert dieses Jahr sein 100jähriges Bestehen.

Mareno ist auch einer der ältesten Hersteller von professioneller Kochtechnik mit großer Erfahrung im Bereich der Komplettlösungen. Kurz vor seinem 100sten Geburtstag wurde das Unternehmen einem umfassenden Facelifting unterzogen, um visuell und technologisch up to date zu sein. Die Neugestaltung stützt sich auf bewährte Tradition, die sie mit innovativen Technologien perfektioniert.

„Die Produkte von Mareno sind zuverlässig, innovativ und haben ein schönes Design“, sagt Antonio Angelini, Chief Director of Client bei Top Kitchen. „Das italienische Unternehmen unterstützt seit Jahren unsere Projekte und ist

immer auf dem Laufenden, was die Bedürfnisse von Köchen, unseren Kunden, betrifft.“

Top Kitchen arbeitet viel mit Equipment von Mareno – horizontale und vertikale Kochtechnik, Kühlschränke und Schockfroster – ausgestattet mit modernster Technologie und ergonomischem Design.

„Uns ist es wichtig, einen Hersteller zu haben, der Geräte mit Softwarelösungen liefern kann“, sagt Angelini. „Power Guardian und My Tutor überwachen und reduzieren den Energieverbrauch jedes einzelnen Gerätes und melden eventuelle Störungen sofort an den Kundendienst, der per Fernwartung problemlos eingreifen kann. Digitale Vernetzbarkeit und die Optimierung des Energieverbrauchs sind die Hauptkriterien, warum wir uns immer wieder gerne für Produkte von Mareno entscheiden.“

Verschlinkung für den Erfolg

Zum Makeover gehören auch ein neues Logo und ein neues Branding, mit Fokus auf die Schlüsselkompetenz des Unternehmens: die Fertigung eines kompletten Kochblocks vom ersten Entwurf bis zur Installation.

„Wir fühlen uns der Tradition des Unternehmens verpflichtet, und bemühen uns, die richtige Balance zwischen Geschichte und innovativem Kurs zu finden, um Mareno in weitere erfolgreiche 100 Jahre zu führen“, sagt Adriano Cenedese, General Manager von Mareno (Bild).

Das neue Markenimage konzentriert sich auf innovative Technologien und ergonomisches sowie flexibles Design, das auf die jeweiligen Bedürfnisse von Köchen und deren Arbeitsumgebung zugeschnitten werden

kann. Auch diese Konzepte werden überarbeitet, um das Unternehmen besser für seine zukünftige Wachstumsstrategie zu positionieren.

„In einer Welt, die sich so rasch verändert, ist die Öffnung des Unternehmens für ausländische Märkte ein nicht ganz einfaches Unterfangen“, sagt Cenedese. „Jeder Markt verlangt spezielle Produkte, sei es aufgrund der lokalen Küchentradition oder der kulinarischen Philosophie von Küchenchefs. Dazu kommen Marktnischen, die eine individuelle Anpassung der Kochblöcke erfordern.“

„Flexibilität ist das Schlüsselwort“, ergänzt er. „Sie ist das Mittel der Wahl zur Kundenzufriedenheit und für eine schnelle, tragfähige Antwort auf die Anfragen des Kunden. Wir haben die Zeit des Lockdowns und dessen negative

„UNSERE PRODUKTLINE IST GENAU AUF DIE BEDÜRFNISSE VON KÜCHENCHEFS ZUGESCHNITTEN. DAS ERGEBNIS IST EFFIZIENT, ZUVERLÄSSIG UND HYGIENISCH“

Folgen für die Produktivität eine Analyse unserer Positionierung genutzt“, erklärt er. „Es hat sich gezeigt, dass Mareno ein kundennahes Unternehmen ist, dessen Produktpalette über sein Kerngeschäft mit horizontaler Kochtechnik weit hinausgeht.“

Konzipiert für einen dynamischen Markt

Sämtliche Geräte von Mareno sind in dem typischen Design des Unternehmens gehalten. Es steht für Tradition und jahrzehntelange Erfahrung kombiniert mit technologischer und funktionaler Innovation.

„Unsere Produktlinie ist genau auf die Bedürfnisse von Küchenchefs in ihrem Arbeitsalltag zugeschnitten“, erklärt Cenedese. „Das Ergebnis ist eine effiziente, zuverlässige, leistungsstarke, einfach zu bedienende und hygienische Produktpalette, die zu einem unverzichtbaren Bestandteil in Küchen auf der ganzen Welt geworden ist.“

Die Überprüfung der Produktlinie hinsichtlich ihrer Kompatibilität mit den Markterfordernissen hatte eine Verschlinkung des Angebots zur Folge, das weiterhin alle Kunden-

anforderungen abdeckt sowie ein erweitertes Serviceangebot.

„Wir stehen in engem Kontakt mit unseren Kunden, deshalb bekommen wir das Feedback zu unseren Produkten immer aus erster Hand“, sagt Cenedese. „Das hilft uns bei der Entwicklung unserer Komplettlösungen und befähigt uns, bei Bedarf auch maßgeschneiderte technische Lösungen zu konzipieren. Unsere Stärke ist es, unseren Kunden zuzuhören und ihre Bedürfnisse in echte Lösungen umzusetzen.“

Das Ergebnis des Rebrandings ist eine umfassende Produktpalette von höchster Qualität und mit großem Wiedererkennungswert. Mit ihrer Flexibilität ist sie an die Anforderungen eines jeden Küchenchefs anpassbar und bestens gerüstet für die anspruchsvolle Arbeit in einer Branche, die nach Corona wieder durchstarten möchte. ■

DAS UNTERNEHMEN



1922
Mareno feiert dieses Jahr sein 100jähriges Bestehen

1996
Mareno gehört seit 26 Jahren zur Ali Group

100%
Alle Produkte von Mareno werden in Italien gefertigt

mareno.it

Wie das Schulungsangebot der Rancilio Group digital wurde

Ihr Ausbildungsangebot ist der Rancilio Group sehr wichtig. Während des Lockdowns wurden die Kurse in digitaler Form abgehalten – und das hat viele Vorteile, wie Davide Beccaglia Juliet Martin erzählt

Die Rancilio Group beliefert mehr als 900 Kunden in über 115 Ländern mit professionellen Kaffeemaschinen. Richtige Bedienung und regelmäßige Wartung sind essenziell für einen reibungslosen Betrieb der Maschinen. „Die Ausbildung von Servicetechnikern ist eine der Grundlagen und entscheidend für die Zuverlässigkeit unserer Produkte und die Kundenzufriedenheit. Deshalb beschäftigen wir in 300 Servicezentren weltweit über 1.000 Techniker und bieten jedes Jahr rund 15.000 Schulungsstunden an“, sagt Davide Beccaglia, Head of Customer Support der Rancilio Group.

Im Schulungszentrum der Rancilio Group werden Lehrgänge für alle Produkte der Marken Rancilio, Rancilio Specialty, Egro und Promac angeboten. „Während des Lockdowns konnten wir weder reisen, noch war Unterricht in Gruppen erlaubt. Deshalb haben wir unser Schulungsangebot digitalisiert, so dass sich unsere Techniker online fortbilden konnten. So ist das Digital Training Center entstanden“, erzählt Beccaglia.

„Bei der Entwicklung des Online-Angebots war es wichtig, die gleichen Qualitätsstandards wie in der Präsenzausbildung zu erreichen“, sagt er. „Im Digital Training Center konnten wir genauso viel Webinare abhalten wie ana-

loge Kurse vor der Pandemie. In den ersten acht Monaten wurden 700 Techniker ausgebildet.“

Langfristige Vorteile

Die digitale Ausbildung ist ähnlich aufgebaut wie der Präsenzunterricht“, erklärt Beccaglia. „Die Inhalte konnten wir eins zu eins übernehmen, bei der Unterrichtsbeteiligung gab es kaum Abstriche. Gegenstand der Webinare sind unsere Produkte inklusive Darstellung sämtlicher Bauteile. Die Kommunikation zwischen Kursteilnehmer und Schulungsleiter ist genauso möglich wie im analogen Unterricht“, sagt er.

So entstanden keine Lücken in der Ausbildung und das hohe

Serviceniveau blieb erhalten.

„Wir werden auch in Zukunft Online-Schulungen einsetzen. Sie bieten drei große Vorteile: keine Reise- und Hotelkosten und mehr zeitliche Flexibilität, die automatische Aufzeichnung aller Unterrichtseinheiten sowie die Steigerung der Teilnehmerzahl“, erklärt Beccaglia. „Viele Kursangebote wurden von Technikern aus vielen verschiedenen Ländern weltweit gleichzeitig wahrgenommen.“

„So konnten wir unsere Kunden auch in dieser schwierigen Zeit unterstützen. Wir werden die digitale Lernform auch in Zukunft beibehalten, vor allem, wenn es um die Erklärung neuer Benutzeroberflächen oder neuer Gerätefunktionen geht“, fügt er hinzu.

Innovationsgeist

Die Rancilio Group bietet ein breites Sortiment an Kaffeelösungen an – vom Vollautomaten bis hin zur traditionellen Espressomaschine, sowie professionelle

Kaffeemühlen und eine Produktlinie für private Haushalte. Zum Portfolio gehört zudem die Möglichkeit der kundenspezifischen Konfiguration der Produkte.

Das Unternehmen stand schon immer für Innovationskraft und hat eine schlanke Organisation in den Bereichen Produktion, Logistik, Qualitätskontrolle, Forschung & Entwicklung sowie Vertrieb aufgebaut. „Wir haben die von uns patentierte Technologie der Wassertemperaturprofile für Kaffeemaschinen eingeführt und viel in die Entwicklung der Telemetrie-Software investiert, inzwischen für die gesamte Produktpalette von Rancilio, Rancilio Specialty und Egro erhältlich“, sagt Beccaglia.

Mit den jüngsten Neuerungen in Form von Multimedia-Tools zur Erstellung von Online-Kursen und Video-Tutorials unterstützt die Rancilio Group ihre Kunden dabei, die Funktionsfähigkeit ihrer Maschinen optimal zu erhalten. ■



DAS UNTERNEHMEN



1927

wurde Rancilio von Roberto Rancilio in Parabiago, Italien, gegründet

6

Filialen und ein weltweites Vertriebs- und Servicenetz

4

Unternehmen – Rancilio, Rancilio Specialty, Egro und Promac – eine breite Produktpalette

ranciliogroup.com



Einfach und sauber

Hygienie, vor allem in der Gastronomie, ist in Pandemie-Zeiten noch wichtiger geworden als je zuvor. Eine der Lösungen von Rendisk zur Minimierung von Infektionsrisiken ist das vollautomatische Tablett-

Fördersystem für Selbstbedienungsrestaurants. .

„Die Gäste stellen nach Beenden der Mahlzeit ihr gebrauchtes Tablett einfach auf das Förderband. Das Tablett wird in die Küche befördert, wo die Mitarbeiter Geschirr und Speisereste entfernen. Dann wird es weiter in die Tablett-Spülmaschine gefahren, das saubere Tablett anschließend automatisch in den Tablettwagen einsortiert. Ist der Wagen voll, wird er ins Restaurant geschoben und steht den nächsten Gästen mit sauberen Tablett zur Verfügung“, erklärt Art Huisjes, international Sales Manager bei Rendisk. Die Reinigung der benutzten Tablett erfolgt quasi kontaktlos. „Einfacher und sauberer geht es gar nicht“, so Huisjes.

Rendisk, gegründet 1973 in Ruurlo in den Niederlanden, war ursprünglich auf Spültechnik spezialisiert. Aufgrund langjähriger Erfahrung in diesem Bereich rückte im Laufe der Zeit die gesamte Logistik rund um das Spülen in den Fokus des Unternehmens, so auch Systeme zur Entsorgung von organischen Lebensmittelabfällen. Rendisk hat sich an zahlreichen Standorten weltweit zu einem führenden Hersteller für Spültechnik und Lösungen für die Entsorgung von Speiseresten in Großküchen entwickelt. Seit 2003 ist das Unternehmen Teil der Ali Group. „Wir unterstützen professionelle Küchen mit intelligenten und innovativen Lösungen“, sagt Huisjes. „Es ist unser Ziel, die Abläufe in Großküchen, vor allem im Spülbereich, anwenderfreundlicher, effizienter, hygienischer und nachhaltiger zu gestalten.“

Lösungen zur Entsorgung von Speiseresten

In Anbetracht der wachsenden Mengen an Lebensmittelabfällen erfordert ihre Verarbeitung spezielle Lösungen. Mit Rendisk Solus Eco bietet das Unternehmen das kompakteste und gleichzeitig ein maximal hygienisches System zur schnellen und effizienten Verwertung von organischen Küchenabfällen. Für größere Betriebe, bei denen die Entsorgung von Speiseresten über größere Flächen oder mehrere Etagen organisiert werden muss, eignen sich geschlossene Abfalllösungen mit Eingabestationen und separaten Tanklagern. Die anfallenden Reste werden von den einzelnen Eingabestationen in einem Rohrsystem (mit 1,5 oder 2 Zoll Durchmesser) automatisch zum Sammelbehälter transportiert, wahlweise per Pumpsystem (Rendisk Transfer Eco) oder Vakuumsystem (Rendisk Flex WasteDispo).

Die Anordnung der Eingabestationen sowie die Fördertechnik lassen sich problemlos an die jeweilige Gegebenheit vor Ort anpassen und machen die umständliche Zwischenlagerung in Rollbehältern überflüssig. Diese Lösung spart Zeit, Platz und sorgt für effizientere Abläufe in der Küche. Es entstehen keine unangenehmen Gerüche, Ungeziefer oder Schimmelbildung werden vorgebeugt – ein einfaches, komfortables und absolut hygienisches Konzept, das auch den Mitarbeitern das Leben leichter macht.

„Ein äußerst effizientes System, da mehrere Eingabestationen an einen Tank angeschlossen werden können. Die Installation des Rohrsystems ist denkbar einfach“, sagt Huisjes. „In Zusammenarbeit mit unseren Kunden definieren wir die effizientesten Abläufe für den Spülbereich und die Speiseresteentsorgung, um den Betrieb möglichst wirtschaftlich und ergonomisch zu gestalten. Auch beim Thema Geschirrspülen und Abfallmanagement tragen wir eine gesellschaftliche Verantwortung – in aktuellen Forschungen beschäftigen wir uns mit der Rückführung der aus den Lebensmittelabfällen gewonnenen Biomasse in den natürlichen Kreislauf.“ ■

Die hygienische Entsorgung von Speiseresten ist ein vieldiskutiertes Thema. Rendisk bietet zahlreiche Lösungen an, wie Sales Manager Art Huisjes Jacquetta Picton erzählt

DAS UNTERNEHMEN



Rendisk ist Spezialist für intelligente Spültechnik und innovative Entsorgung von Lebensmittelabfällen.

1973

Rendisk wurde vor 49 Jahren in Ruurlo, Niederlande, gegründet

2003

Rendisk ist bereits seit 19 Jahren Teil der Ali Group

40

Rendisk schult und unterstützt sein weltweites Netzwerk von 40 Händlern

rendisk.com

Intelligent servieren

Managing Director **Dirk Schwenk** und Product Manager **Ronald Bosse** von temp-rite über die neue Generation des Serve-Rite Pro Buffetwagens. Von Tina Nielsen

Der Gesundheitsmarkt gehört zu den Kernsegmenten von temp-rite. Neunzig Prozent der Buffetwagen des Unternehmens werden an Krankenhäuser oder Altenheime geliefert. „Zentraler Punkt in diesem Markt ist das Thema Hospitality“, sagt Schwenk. „Den Gästen eine angenehme Atmosphäre zu schaffen, in der sie aus verschiedenen Speisen wählen können.“

Die neue Generation des Serve-Rite Pro Buffetwagens soll diesem Anspruch an Gastfreundlichkeit gerecht werden. Ein Produkt, bei dem Flexibilität, intelligente Features und Hygiene im Vordergrund stehen. Auch Nachhaltigkeit war ein wichtiger Aspekt – mobile Speisewagen produzieren deutlich weniger Abfall.

Die Produktreihe wurde nach zweijähriger Entwicklungszeit im März 2021 auf der digitalen Internorga vorgestellt. Der Serve-Rite Pro Buffetwagen wurde speziell für kalte Speisen wie Snacks, belegte Brote, Kuchen, Joghurt und anderes konzipiert.

„Seit zehn, elf Jahren steht der Serve-Rite Buffetwagen für Gastlichkeit im Gesundheitssektor – wir sind Marktführer im Bereich der kalten Buffetwagen“, sagt Schwenk.

Modernes, klares Design

Wichtig bei der Produktentwicklung war ein ansprechendes Design. „Krankenhäuser sind in der Regel optisch sehr nüchtern gestaltet, was nicht unbedingt zum Wohlfühlfaktor beiträgt. Deshalb haben wir sehr viel Wert auf ein modernes, gastfreundliches Design gelegt“, erklärt Schwenk.

Das Ergebnis kann sich sehen lassen: gebürstete Stahlelemente, warme Farben und eine integrierte, warm-weiße LED-Beleuchtung.

Auch die Rollen wurden optisch aufgewertet und erhielten eine verbesserte Funktionalität. „Sie sind wesentlich leichtgängiger – so ist das Handling viel einfacher“, erklärt Produktmanager Ronald Bosse. „Die Ergonomie ist ein sehr wichtiges Kriterium für die Kunden.“

Ein weiteres intelligentes Feature ist der optionale Unterstützungsantrieb, der das Manövrieren mit dem rund 200 kg schweren Wagen erleichtert.

Die Kunden können entsprechend ihrer individuellen Anforderungen beim Serve-Rite Pro aus über 12.000 Konfigurationsmöglichkeiten wählen. Er ist je nach gewünschtem Bestückungsvolumen in den Grundmodellen M und L mit einer Vielzahl optionaler Ergänzungen erhältlich.

„In den Niederlanden sind die Flaschengrößen anders als bei

Der neue Serve-Rite Pro Buffetwagen für kalte Speisen und Snacks



uns. Dort wird also eine spezielle Schubladenkonfiguration benötigt, während in anderen Märkten Modelle mit zwei Schubladen bevorzugt werden“, sagt Bosse.

Neu ist auch die Modular-Gantry mit Aufsatz für Heißgetränke-Dispenser, die sonst auf der Arbeitsfläche stehen würden.

Der wichtigste Faktor im Healthcare-Bereich ist absolute Hygiene. „Alle Serve-Rite Pro-Wagen sind mit dem innovativen Lamishield®-Laminat ausgestattet“, erklärt Bosse. „Dafür wird ein spezielles Additiv in die Dekorschicht der Arbeitsplatte eingearbeitet. Die auf Silber-Ionen basierende Technologie sorgt für eine ausgezeichnete Antimikroben-Effizienz.“

Die gekühlten Schubladenblöcke sind optional auch mit desinfizierendem UVC-Licht erhältlich, zur Auswahl stehen zudem ein dreiseitiger Niesschutz sowie ein Desinfektionsspender.

Eine völlig neue Erfahrung war die Markteinführung des Produkts mit Hilfe digitaler Plattformen im Gegensatz zur gewohnten Live-Präsentation auf Fachmessen. Das Unternehmen investierte für den komplett digitalen Launch der neuen Produktreihe in ein aufwändiges Studio-Setup.

„Wir kommen aus einer traditionellen Branche. Wir sind keine Digital Natives, aber die Welt wird sich weiter in diese Richtung entwickeln und wir haben eine Menge dazu gelernt“, so Schwenk.

„Wir investieren in die Entwicklung immer besserer, intelligenterer und fortschrittlicherer Produkte, gerade in schwierigen Zeiten. Denn es wird wieder aufwärts gehen und darauf wollen wir vorbereitet sein. Deshalb arbeiten wir an weiteren Lösungen und Innovationen, investieren weiterhin in Forschung und Entwicklung. Das haben wir schon immer so gemacht und werden es auch in Zukunft tun.“ ■

DAS UNTERNEHMEN

temp-rite

40+ Jahre

Unterstützung der Kunden

3,500

Kunden in ganz Europa beliefert

12,000

Konfigurationsmöglichkeiten

bietet Serve-Rite

temp-rite.org



Innovation durch Kommunikation



BGI, Hersteller von Speiseeismaschinen, hat während der Pandemie günstige Angebote für potenzielle Neukunden lanciert und sich auf die Kommunikation mit Kunden über digitale Medien konzentriert. Gute Kommunikation heißt „alle Kunden überall auf der Welt zu unterstützen“, erklärt **Diego Bincoletto** von BGI Elly Earls

Das Flaggschiff der BGI-Eismaschinen kommt in einem kompakten, schlichten Design daher. Sein Innenleben ist jedoch weitaus komplexer – da wird Speiseeis frisch hergestellt, gekühlt und für perfekte Konsistenz gesorgt. Die Speiseeismaschine garantiert maximale Hygiene und optimale Energieeffizienz, das intuitive Display und das Smart-App-System sparen Zeit und Aufwand.

Während der Pandemie hatte der Kundenkontakt für das Unternehmen höhere Priorität als die Entwicklung neuer Technologien. Lockdown und Reisebeschränkungen hatten für die Inhaber von Eisdielen vor allem finanzielle Konsequenzen. Deshalb hat BGI spezielle Angebote auf den Weg gebracht, die auf den begrenzten Cashflow der Kunden Rücksicht nehmen. Sie sollen es Restaurants und Eisdielen, oft Franchisenehmer, ermöglichen, Produkte von BGI auch ohne im Voraus zu investieren nutzen zu können.

Das Unternehmen, Teil der zur Ali Group gehörenden Carpigiani Group, hat sich im September 2020 mit Editrice Zeus zusammengetan, um seine Leasing-Angebote zu promoten. Der italienische Verlag Editrice Zeus ist auf Technologien für die Verpackungsindustrie sowie für die Lebensmittel- und Foodservice-Branche spezialisiert.

Das Angebot von BGI wurde von Editrice Zeus weltweit in dessen Medien beworben, u.a. auch über Instagram und LinkedIn, sowie mit einer Serie von 12 Videos, die das Paket sowie die wichtigsten Features der Technologie von BGI erläutern.

Auf Grundlage einer im Laufe seiner 40-jährigen Tätigkeit im Foodservice-Bereich erstellten umfangreichen Datenbank hat der Verlag eine zielgruppenorientierte Database Marketingkampagne gestartet. Potenzielle Kunden und Interessenten wurden gezielt auf eine Landing-Page geleitet. Durch diese Kampagne

hat sich die Sichtbarkeit von BGI weltweit erhöht und führte zu zahlreichen Geschäftsabschlüssen.

Innovation auf digitalem Weg

Da aufgrund der Corona-Pandemie und der Reisebeschränkungen keine Messen stattfinden konnten, hat sich das Unternehmen auf digitale Medien zur Kommunikation mit Bestandskunden und zur Neugewinnung von Kunden konzentriert. So wurden beispielsweise neue Lösungen per Remote-Präsentation im Rahmen von Videokonferenzen während der digitalen SIGEP vorgestellt.

BGI hat die erzwungene Ruhepause auch dazu genutzt, den Video-Support für seine Kunden zu optimieren.

„Leider werden die Handbücher eher selten gelesen“, sagt Diego Bincoletto von BGI. „Deshalb sind Videos eine hervorragende Alternative. Sie waren bereits in Produktion, die Pandemie hat die Fertigstellung nur noch beschleunigt.“

Alle Maschinen von BGI verfügen über einen Wi-Fi-Anschluss. Der Kundensupport kann sie aus der Ferne überprüfen und bei Bedarf schnell helfend eingreifen. Mit 3D-Entwürfen hilft das Unternehmen Kunden bei der Planung und bei der Integration der Speiseeismaschine in die Küche.

„Wir unterstützen unsere Kunden vor dem Kauf und nach dem Kauf. Wir beraten sie in allen Fragen der Anwendung, geben ihnen neue Impulse, helfen ihnen bei der Implementierung und versuchen, mögliche Probleme zu lösen. Eine bewährte Strategie, um Kunden weltweit ein guter Partner zu sein“, fasst Bincoletto zusammen. ■



DAS UNTERNEHMEN

BGI

1944

BGI ist Teil der Carpigiani Group, die 1946 gegründet wurde

1, 2, 4 und 6

BGI bietet ein 1-Zylinder-Tischmodell sowie Standmodelle mit 1, 2, 4 und 6 Zylindern für weitere Geschmacksrichtungen

12

Eine Serie von 12 Videos erläutert die wichtigsten Features der Technologie von BGI

bgitaly.it

Alle Maschinen von BGI sind Wi-Fi-fähig

Softeis in vollendeter Perfektion

Premium Softeis als Dessert ist weltweit im Trend. Außergewöhnliche Geschmacksrichtungen aus hochwertigen Zutaten schmecken nicht nur gut, sondern sind auch das perfekte Instagram-Motiv. **Enrico Amesso**, Sales, After Sales und Marketing Director von Carpigiani, erklärt Jim Banks, wie sein Unternehmen seine Kunden dabei unterstützt, ihr Softeis-Angebot erfolgreich in Szene zu setzen



Oben: Softeis wird in der Regel in kunstvollen Arrangements serviert. Enrico Amesso von Carpigiani

Wer sich mit kulinarischen Genüssen von seinen Mitbewerbern abheben will, muss seinen Gästen etwas Besonderes bieten.

Gerade bei Desserts sind die Ansprüche hoch: Die Kombination aus Geschmack, Konsistenz und Präsentation muss stimmen. Bei Premium Softeis stimmt sie.

Der Preis von Premium-Softeis ist deshalb in der Regel dreimal so hoch wie der von konventionellem Softeis. Dafür bekommen die Konsumenten aber auch eine ungleich größere Vielfalt an Geschmacksrichtungen aus hochwertigen Zutaten mit leckeren Garnierungen. Premium-Softeis bietet einfach das gewisse Etwas, es hebt sich von Massenprodukten ab.

„Für die Herstellung von Softeis werden oft auch ungewöhnliche Zutaten aus der regionalen Küche verwendet, bei der Gestaltung sind der Fantasie keine Grenzen gesetzt“, sagt Enrico Amesso, Sales, After Sales und Marketing Director bei Carpigiani. „Viele Restaurants nutzen den hohen Wiedererkennungswert von Softeis für ihre Social-Media-Kampagne. Für Carpigiani eine gute Chance, sich mit seinen Produkten gleich auf den Premium-Markt zu konzentrieren, statt wie sonst bei Softeis üblich, im Einsteiger-Segment zu beginnen.“

Mehr als ein Produkt

Carpigiani beschränkt sich nicht darauf, seinen Kunden Softeis-Maschinen zu verkaufen. Das Unternehmen stellt ihnen im Rahmen seines Soft Serve Consulting Service ein Expertenteam an die Seite, das dabei hilft, eine optimale Geschäftsstrategie zu entwickeln. „Grundlegende

Kriterien zum Aufbau eines erfolgreichen Geschäfts mit leicht reproduzierbaren hochwertigen Produkten werden in diesem Marktumfeld leider oft vernachlässigt“, erklärt Amesso. „Mit Soft Serve Consulting bieten wir Unterstützung an, um die Schnittstelle zwischen Maschine und Softeismix zu optimieren. Ungefähr vergleichbar mit der Formel 1, wo die Wahl der richtigen Reifen mit dem entsprechenden Kraftstoff abgestimmt werden muss.“

Betriebsmanagement

Denn für ein perfektes Geschmackserlebnis ist nicht allein eine gute Rezeptur verantwortlich, sondern auch die Technologie und Konfiguration der Maschine, wie Amesso bestätigt.

So spielt es beispielsweise für die Bildung der Eiskristalle eine Rolle, welche Art von Zucker verwendet wird, was sich wiederum auf die Konsistenz auswirkt.

„Neben der optischen Präsentation beeinflussen auch Cremigkeit und Temperatur das Geschmackserlebnis“, erklärt Amesso. „Ebenso wie technische Faktoren bei der Herstellung – die Wahl der Ausgabetülle, des Rührwerks, und ob die Zufuhr des Eis-Mixes durch ein Pumpen- oder Gravity-System erfolgt.“

Soft Serve Consulting basiert auf vier zusammenhängenden Bausteinen. Als erstes erfolgt eine Analyse des Betriebsmanagements: Abläufe und Organisation des Kundenunternehmens werden untersucht, um die Effektivität und Produktivität von Anwender und Maschine zu optimieren. Bei diesem Schritt wird das ideale Maschinenmodell unter dem Gesichtspunkt von ergebnisorientierter Leistungsfähigkeit ermittelt.

Nächster Punkt ist die Entwicklung von Mischungen und Rezepten, bei der ein Team



von Lebensmitteltechnologien dabei hilft, bestehende Rezepte zu verfeinern oder von Grund auf neu zu erstellen.

Es folgen Lebensmitteldesign und Forschung. Kreativforscher und Designer unterstützen die Entwicklung bzw. Optimierung des Angebots und dessen Präsentation von der Form über den passenden Becher und die Toppings bis hin zur Positionierung im Markt. Carpigiani bietet 18 verschiedene Ausgabetüllen an sowie eine große Farbpalette zur Personalisierung der Maschine in den eigenen CI-Farben und mit dem eigenen Logo.

Im letzten Schritt werden die optimale Konfiguration und die besten Gerätekomponenten der Maschine hinsichtlich Verbesserung von Geschmack, Produktivität, Betriebsabläufen und Ertragskraft, die in Punkt eins bis drei definiert wurden, ermittelt.

Maschinenkonfiguration

„Die treibende Kraft hinter Soft Serve Consulting ist unsere langjährige Erfahrung mit internationalen Großkunden und deren strengen Standards in Bezug auf Leistung, Lebensmittelhygiene, Service und perfekte Abläufe“, sagt Amesso. „Sie macht unsere Lösungen so erfolgreich. Weiterer wichtiger Faktor ist das Know-how der Carpigiani Gelato University, unseres Ausbildungsbereichs, der sich mit Forschung und der Schulung von zukünftigen Unternehmern im Speiseeis-Sektor beschäftigt.“

Lebensmitteldesign

Mix & Rezeptentwicklung

Perfekte Synthese

Carpigiani hat schon zahlreiche Kunden beraten, darunter auch den Schweizer Schokoladen- und Con-



fiserie-Hersteller Lindt. Softeis und die entsprechenden Softeismaschinen von Carpigiani sind inzwischen auch bei vielen renommierten Köche weltweit angekommen.

So auch bei Fabrizio Fiorani, inzwischen sesshaft in Rom. Er hat im Il Ristorante Luca Fantin in Tokio, Japan, gekocht, seine Nachspeisen wurden in den Bulgari-Hotels in Tokio und Osaka serviert. Seine Leidenschaft für Speiseeis spiegelt sich in seinen ebenso fantasievollen wie außergewöhnlichen Dessertkreationen wider. Mit seinem Gespür für das Besondere wurde er 2019 zum besten Konditor Asiens gewählt.

„Vor zehn Jahren verband man Softeis noch mit billigem Eis in Fast-Food-Restaurants“, sagt er. „Heute kann es aus hochwertigen Zutaten erstklassig zubereitet werden. Es schmeckt köstlich und die Herstellung ist mit den Maschinen von Carpigiani einfach. Sie sind der Mercedes unter den Gelato- und Softeis-Maschinen – die perfekte Synthese aus einer brillanten Idee, qualitativ hervorragenden Materialien und einem vernünftigen Preis.“

„Damit lässt sich Speiseeis in individuellen Geschmacksrichtungen für ganz besondere Dessertkreationen selber herstellen“, ergänzt Fiorani. „Vor allem kann man sich bei einer Carpigiani-Maschine darauf verlassen, dass sie in 25 Jahren noch genauso gut funktionieren wird wie heute. Sie wird dafür gebaut, ein Leben lang zu halten.“ ■

DAS UNTERNEHMEN:



Carpigiani gilt als globale Benchmark im Bereich der Speiseeis- und Gelato-Maschinen.

1946

Gegründet in Bologna, Italien, dank des großen Erfolgs der „Autogelatiera“ von Bruto und Poerio Carlo Carpigiani

1989

Vor über 30 Jahren wurde Carpigiani Teil der Ali Group

carpigiani.com

Gelato für Köche. Gemacht von Köchen.

cattabriga
ICETEAM 1927



Bei Speiseeis zählt die Qualität. Dabei kommt es nicht nur auf die Speiseeismaschine, sondern auch auf das Know-how des Kochs an. Bei Icemteam 1927 bilden Technologie und menschliche Kreativität die perfekte Synergie. Jim Banks hat mit **Giovanni Galli**, Brand Director von Icemteam, und **Elisa Volanti**, Gelato Chef, gesprochen

Icemteam 1927 ist marktführender Hersteller von Speiseeis-, Softeis- und Konditoreismaschinen. Das Unternehmen vereint vier Traditionsmarken unter einem Dach – Cattabriga, Coldelite, Promag und Ott Freezer – und hat seinen Ursprung in dem 1927 von Otello Cattabriga patentierten System zur Herstellung von italienischem Speiseeis.

Kundennahe Lösungen stehen nach wie vor im Mittelpunkt des Unternehmens, wie auch die innovative Technologie der jüngsten Produktneueheit zeigt: Die Baby Chef ist eine multifunktionale Speiseeismaschine, weltweit im Praxistest von Spitzenköchen geprüft.

„Die Maschine ist kinderleicht in der Bedienung“, so das Feedback von Haike Urschel und Glenn van Geluwe, vom Eiscafé Mdue im belgischen Bredene. Sie verwenden die Baby

Chef auch zur Herstellung belgischer Konditorcreme aus Milch, Zucker und Maisstärke. Die Creme muss unter ständigem Rühren kochen, damit sie dickflüssig wird.

„Für die Baby Chef kein Problem. Sie macht das wirklich perfekt, das spricht für ihre ausgereifte Technologie“, sagt Urschel. „Unser wichtigstes Produkt ist allerdings das Speiseeis. Es wird immer beliebter bei unseren Kunden. Und die Maschine ist kompakt und intuitiv zu bedienen“, ergänzt van Geluwe.

Langjährige Erfahrung

Die Baby Chef, die im September 2021 auf den Markt kam, ist speziell auf die saisonalen Bedürfnisse von Unternehmen zugeschnitten.

„Gelaterias arbeiten je nach Standort meist sechs Monate im Jahr richtig hart. Um Miete und Lohnkosten für das gesamte Jahr aufwen-



den zu können, oft sogar noch länger“, erklärt Giovanni Galli, Brand Director von Icemteam.

„Deshalb brauchen manche Eisdieleen noch ein zweites Standbein. Mit der Baby Chef kein Problem.“

Sie kann beispielsweise auch in Konditoreien eingesetzt werden zur Herstellung von Füllungen und Cremes und vielem mehr – je nach persönlicher Kreativität des Konditors. „In reifen Märkten wie Italien, Belgien und Deutschland ist die Baby Chef ideal für Eisdieleen, die auch saisonunabhängig für ihre Kunden geöffnet haben wollen“, fügt Galli hinzu. „Im Nahen Osten kann sie als Dessertmaschine für Restaurants mittlerer Größe verwendet werden, in Asien ist sie die perfekte Ausstattung für ein kleines Resort. Sie ist praktisch überall auf der Welt zu Hause.“

Wie alle Produkte von Icemteam wurde auch die Baby Chef direkt auf die Bedürfnisse der Anwender zugeschnitten. „Speiseeismaschinen – von Köchen für Köche gemacht“ lautet die Philosophie des Unternehmens. Elisa Volanti hat ihre langjährige Erfahrung als Köchin bei der Entwicklung von Technologie und Konzeption der Maschine miteingebracht.

„Köche benötigen vor allem benutzerfreundliche Maschinen. Sie müssen sie nach kurzer Einführung schon voll umfänglich bedienen können“, sagt Volanti. „Zu unseren Kunden zählen auch Spitzenköche, deren Mitarbeiter aber noch wenig Praxis-

erfahrung haben. Die Maschine muss also auch von Anfängern bedient werden können, den Profis aber effizientes Arbeiten bieten.“ Die Baby Chef verfügt über 23 automatische Programme und über mehr als 140 Rezepte. Sie passt in jede Steckdose, ist kompakt in den Abmessungen und, obwohl mit Luftkühlung, leise im Betrieb. Das Sortiment von Icemteam umfasst über 45 verschiedene Modelle, alle mit den gleichen Bedienelementen und -oberflächen für eine leichte Bedienung.

„Unsere Technologie ist die anspruchsvollste auf dem Markt“, sagt Volanti. „Ich habe sämtliche Programme und Rezepte selbst getestet. Dennoch bieten wir Köchen viel Spielraum zur Entwicklung eigener Kreationen und Rezepte.“ Bei der Konzeption der Maschine war es von großem Vorteil, Teil der Ali Group zu sein. Durch Synergiebildung mit anderen Unternehmen der Gruppe, sei es in Forschung und Entwicklung, Cross-Marketing oder durch die Aufteilung der Entwicklungskosten unter mehreren Marken der Ali Group, wurde ein wichtiges Ziel erreicht: Als führende Marke für Speiseeis- und multifunktionale Konditoreismaschinen jedes Marktsegment abdecken zu können.

„Wir haben in Forschung und Entwicklung eng mit BGI, einem neuen Unternehmen der Ali Group, zusammengearbeitet und die Baby Chef letztendlich gemeinsam auf den Markt gebracht“, sagt Galli. Es sind die Partnerschaften mit Köchen, mit Kunden und mit Entwicklungspartnern, die Icemteam so erfolgreich machen. ■

Links: Giovanni Galli, Brand Director, Icemteam; Ganz oben: Glenn van Geluwe bei der Arbeit im Mdue in Belgien; Oben: die Baby Chef, gemacht für die Bedürfnisse von Köchen; Rechts: Küchenchefin Elisa Volanti

DAS UNTERNEHMEN

ICETEAM
1927

Icemteam 1927 ist führender Hersteller von hochwertigen Speiseeismaschinen.

1927

Vor 95 Jahren gründete Otello Cattabriga, Erfinder der ersten mechanischen Speiseeismaschine, das Unternehmen

140

Die Baby Chef verfügt über 23 Programme und 140 Rezepte

45

verschiedene Modelle auf dem Markt

icemteam1927.it



Fünf Sterne für die Twin Star

Mit ihrem ungewöhnlichen Design, ihrem extrem niedrigen Geräuschpegel, minimalem Wärmeverlust und energiesparendem Nachtprogramm ist die Twin Star absolut revolutionär, wie Carlo Brunati von DIHR Jim Banks erklärt

Neuere Technologien verändern die Arbeitsstrukturen in Großküchen, dabei wird aber leider vernachlässigt, dass das Raumangebot für Geräte und Personal immer knapper wird. Gerade Geschirrspüler brauchen oft sehr viel Platz – nicht die Twin Star. Die neue Geschirrspülmaschine von DIHR räumt damit auf.

Mit ihrem innovativen, vertikalen Design benötigt die Twin Star nämlich nur ein Drittel des Platzes einer konventionellen Haubenspülmaschine, und ist gleichzeitig leicht zugänglich sowie einfach zu bedienen. Aber das ist noch nicht alles.

„Sie liefert bessere Spülergebnisse als eine herkömmliche Geschirrspülmaschine. Das Geschirr kann nach Ende des Waschgangs sofort wieder benutzt werden“, berichtet ein Kunde aus der Seniorenbetreuung Résidence Les Abîès in L’Absie, Frankreich. Und ergänzt: „Die Twin Star ist wirklich eine intelligente Lösung, sie bietet hohe Produktivität in kürzerer Zeit – das ist eine große Arbeitserleichterung für uns.“

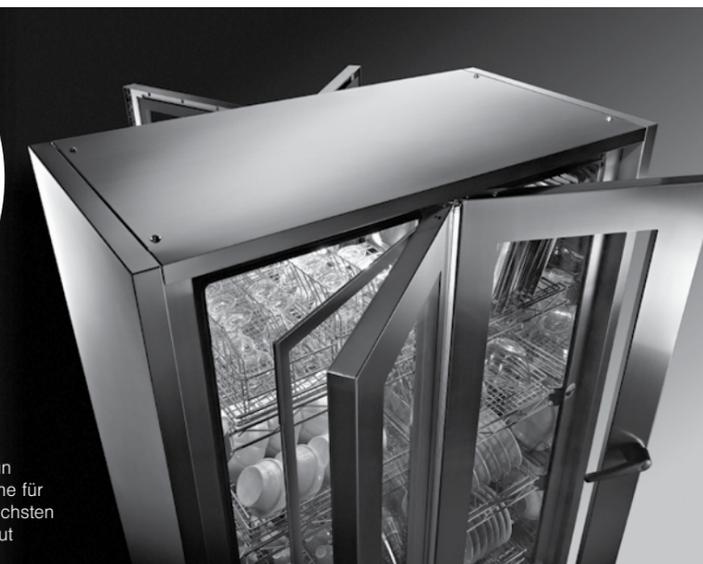
Neun verschiedene Spülprogramme sorgen für lupenreine Sauberkeit, vom Kristallglas bis hin zu stark verschmutzten Geschirr – ohne Vorspülen, ohne personalintensive Überwachung der Spülzyklen oder langwieriges Entladen der Maschine. Es ist ganz einfach: Geschirr einräumen, Programm wählen und den Rest macht die Twin Star – gerne auch nachts.

„Sie ist wirklich außergewöhnlich“, sagt Sales Director Carlo Brunati. „Die einzige ihrer Art auf dem Markt. Sie spart Wasser, Energie, Spülmittel und Arbeitskraft, und sie verfügt auch über ein Nachtprogramm, das die Mitarbeiter in der Küche entlastet.“

Die Twin Star muss nach Beendigung des



Die Twin Star verfügt über neun Waschprogramme für die unterschiedlichsten Arten von Spülgut



Waschprogramms nicht sofort entladen werden, das Geschirr kann wie in einem Schrank auch in der Maschine gelagert werden. Mit einer Kapazität von 300 Tellern pro Spülzyklus entsteht auch kein Rückstau an schmutzigem Geschirr.

Platz, Geld und Ressourcen sparen

Die Twin Star ist aufgrund von Flexibilität, kompakter Bauweise und hoher Effizienz nicht nur auf ihrem Heimatmarkt in Frankreich äußerst beliebt, sie hat auch längst die Märkte im Ausland erobert. „Unter unseren Kunden sind viele Pflegeheime und Großküchen, die dreimal pro Tag Essen ausgeben“, sagt Brunati. „Von der Kapazität her schafft sie mehr als eine Haubenspülmaschine und das auf zwei Quadratmetern weniger Fläche.“

In ihrer kompakten Bauweise liegt aber nicht der einzige Vorteil für Pflegeheime und Einrichtungen mit kleinen Küchen. „In kleinen Küchen mit vielen Geräten kann es schon mal sehr heiß werden“, sagt Brunati. „Die Twin Star verfügt über einen Dampfkondensator, der keine Wärme nach

außen lässt – so lässt sich ein wesentlich angenehmeres Arbeitsumfeld schaffen.“

Auch Nachhaltigkeit wird bei der Twin Star großgeschrieben. Sie verzichtet auf einen Boiler und kommt mit einem kleinen Warmwassertank aus, der sehr viel ressourcenschonender arbeitet, weil er weniger Energie zum Erwärmen des Wassers benötigt. Dank Startverzögerung und Nachtprogramm kann die Geschirrspülmaschine auch dann laufen, wenn der Strom günstiger ist.

Im Vergleich zu einer Haubenspülmaschine verbraucht die Twin Star beim Spülen von 300 Tellern 46 % weniger Wasser, 82 % weniger Spülmittel, 38 % weniger Strom und spart 90 % Arbeitsaufwand – über zwei Stunden pro Schicht.

„Anhand dieser Zahlen kann man sich die langfristigen Kostenersparnisse leicht ausrechnen“, sagt Brunati. „Das sind 26.000 Euro pro Jahr in einer Küche, in der an sechs Tagen in der Woche mit zwei Schichten täglich gearbeitet wird, und 45.000 Euro pro Jahr in einer Küche, in der an sieben Tagen in der Woche mit täglich drei Schichten gearbeitet wird“, erklärt er.

Als Plug-and-Play-Gerät ist die Installation der Twin Star denkbar einfach: In die Küche transportieren, Strom, Wasser und Abwasser anschließen, und schon ist sie einsatzbereit. Vielseitig, effizient und einfach zu bedienen – von sämtlichen Küchenmitarbeitern wird sie in der Bewertung alle fünf Sterne erhalten. ■

DAS UNTERNEHMEN



30+ Jahre **35.000** **105**

Erfahrung in der Ausstattung von Hotellerie und Gastronomie weltweit

hergestellte Geräte für 20 Serien pro Jahr

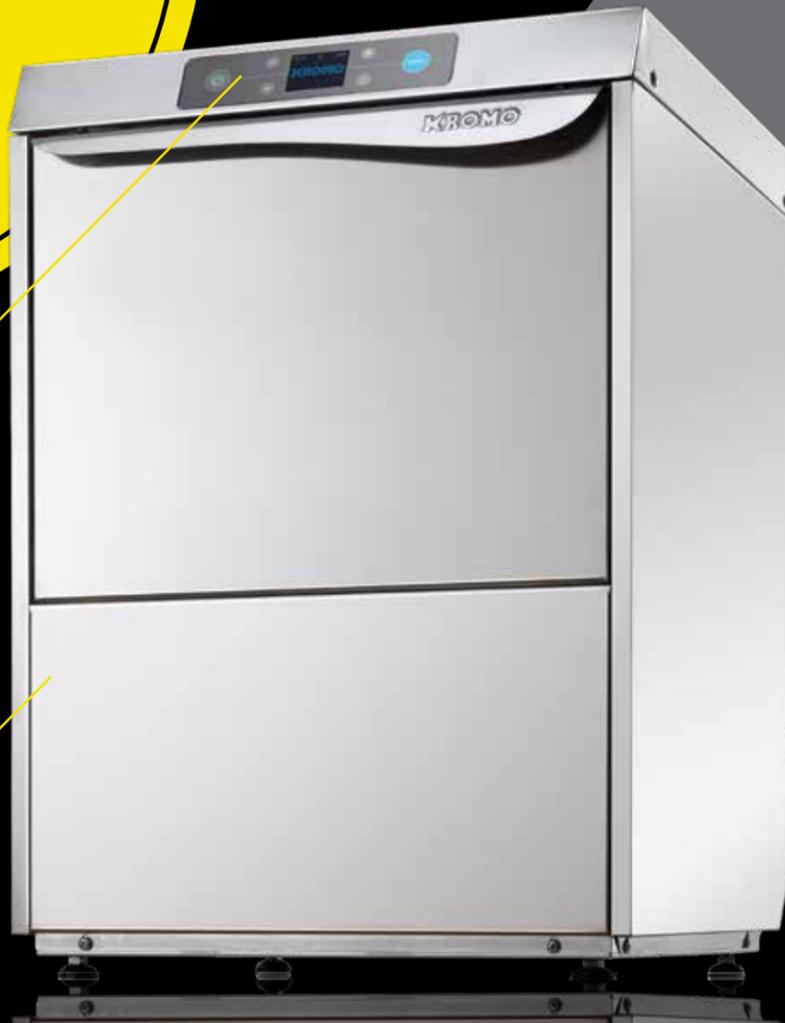
Länder, in die DIHR pro Jahr seine Produkte liefert

DIHR ist ein weltweit führender Hersteller von Geschirr- und Gerätespülmaschinen
dihr.com

05 Innovationen

Mehr als sauber: **Hygiene+** hebt den Standard

PREMIUM², die neue Geschirrspüler-Serie von KROMO, ist einfach und intuitiv zu bedienen und setzt mit Effizienz und Sauberkeit neue Maßstäbe. Das Modell Hygiene+ erreicht mit zwei neuen Spülzyklen noch höhere Hygienestandards – ein absolutes Muss, um Infektionsrisiken zu minimieren, sagt **Rafaella Allot** von Kromo

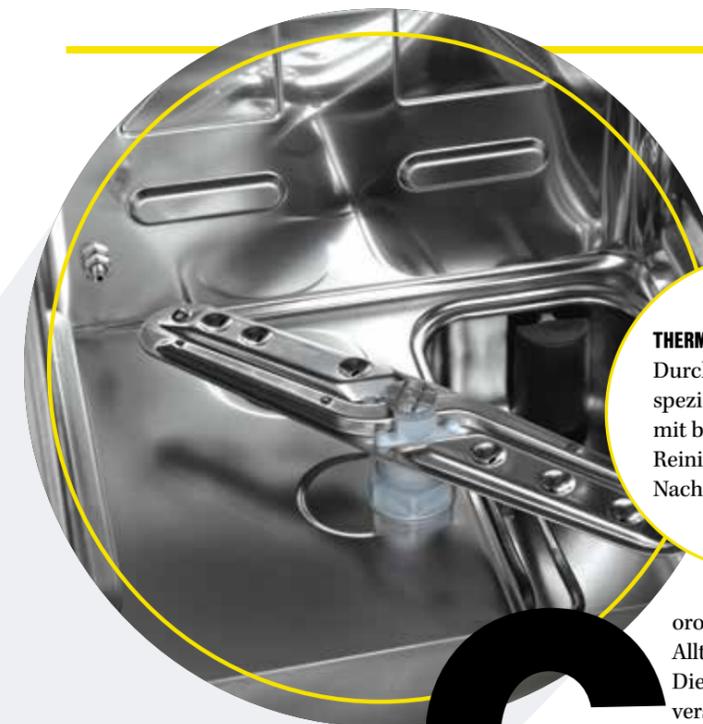


TFT-TOUCHSCREEN

Anzeige der 10 Spülprogramme und Arbeitstemperaturen

HYGIENE+

Die Spülzyklen erfüllen den Hygienestandard A0=60 gemäß EN ISO 15883-1



THERMODESINFEKTION

Durchgeführt mit zwei speziellen Spülzyklen mit bis zu 75°C beim Reinigen und 90°C beim Nachspülen

C

Corona hat in unserem Alltag einiges verändert. Die Prioritäten haben sich verschoben, die Einhaltung absoluter Hygiene ist in allen Lebensbereichen Thema Nummer eins. In Großküchen hat Sauberkeit seit jeher einen

großen Stellenwert, unbedingt erforderlich bei der Verarbeitung von Lebensmitteln. Doch auch hier sind die Anforderungen durch Corona gestiegen.

Inzwischen ist das Thema Desinfektion in sämtlichen Bereichen der Gastronomie selbstverständlich, sorgfältiges Händewaschen ist sowohl für die Mitarbeiter als auch für die Gäste oberstes Gebot. Für die Reinigung von Oberflächen und Küchengerätschaften wurden strengere Regeln eingeführt. Am deutlichsten zeigt sich die Notwendigkeit zu höheren Hygienestandards jedoch bei der Reinigung des Geschirrs.

„Die Hygienestandards wurden neu definiert. Unsere Antwort auf die Bedürfnisse des Marktes im Jahr 2021 war die Entwicklung eines neuen Geschirrspülers mit durchdachtem Hygienekonzept“, sagt Rafaella Allot, Sales Manager von KROMO.

„Die neue Serie PREMIUM² Hygiene+ von KROMO wurde im Oktober 2021 auf der Host in Mailand vorgestellt.“

Die neuen Modelle mit TFT-Touchscreen und Multi-color-Bedienknopf sind sehr komfortabel. Sie sind einfach und intuitiv zu bedienen, die Arbeitstemperatur, der aus zehn verschiedenen Programmen ausgewählte Waschzyklus und der momentane Betriebsstatus wer-

„DIE EINSPARUNG VON ENERGIE- UND WASSER IST DAS HAUPTMERKMAL UNSERER PRODUKTE“

den übersichtlich und gut ablesbar angezeigt. Neueste Technologie und ein höheres Leistungsniveau sorgen bei den kompakten Untertisch-Maschinen für Effizienz und hohe Hygienestandards. Die neue Version der Hygiene+ erfüllt den Hygienestandard A0=60 gemäß EN ISO 15883-1.

Besonders sauber und besonders effizient

A0 ist der Maßstab zur Feststellung des Wirksamkeitsgrads von thermischer Desinfektion. Er gilt als Richtlinie für die benötigte Menge an feuchter Hitze zur Abtötung von pathogenen Mikroorganismen auf Gegenständen, die mit der Haut in Berührung kommen.

„Diesen Standard müssen wir erreichen“, sagt Allot. „Die Version Hygiene+ verfügt über zwei neue Spülzyklen mit höherer Arbeitstemperatur, ein neues Türsystem, ein neues Zuladungssystem, einen Schutz gegen eventuellen Rückfluss des gebrauchten Wassers ins Trinkwassernetz sowie eine elektronische Steuerung mit TFT-Touchscreen. Der ‚Softstart‘ der Pumpe schützt das Geschirr zu Beginn des Spülzyklus.“

Es gibt zehn unterschiedliche Spülzyklen: Drei für Geschirr, zwei für Gläser, einen variablen und zwei für die thermische Desinfektion Hygiene+. Sie arbeiten mit Temperaturen von bis zu 75°C beim Reinigen und bis zu 90°C beim Nachspülen.

„Diese Spülmaschine garantiert ein hohes Level an Hygiene. Je nach Zyklus arbeitet die Maschine mit Teil- oder Gesamtabfluss des Waschwassers und sorgt für entsprechend sauberes Wasser beim Spülzyklus. Das Plus System ist ein innovatives Nachspülsystem, das unabhängig vom Leitungsdruck Temperatur und Wasserdruck konstant hält.“

Die innovative Technologie der PREMIUM²-Serie sorgt für strahlend saubere Spülergebnisse, aber sie kann noch mehr. Ein Selbstdiagnosesystem erfasst alle eventuellen Abweichungen vom Normalbetrieb und sendet die Informationen sowohl an den Benutzer als auch direkt an den Kundenservice. Alle Modelle dieser Reihe sind denkbar einfach zu installieren, sie können ganz unkompliziert an die jeweils vorliegende Stromspannung angepasst werden.

Das Modell Hygiene+ HR überzeugt zudem mit einem Wärmerückgewinnungssystem. Es nutzt den vom Gerät erzeugten warmen Wasserdampf, um das kalte Zulaufwasser vorzuwärmen. Dadurch lässt sich bis zu 35 % Energie einsparen. „Die Reduzierung des Energie- und Wasserverbrauchs bei allen unseren Produkten ist uns ein großes Anliegen“, erklärt Allot. „Zusammen mit dem hohen Hygienestandard ist diese Spülmaschine ideal für Krankenhäuser, Schulen und Kindergärten sowie Bars und Restaurants.“

Die Hygiene+ ist die passende Antwort auf die hohen Anforderungen an Hygiene seit Corona. ■

DAS UNTERNEHMEN



100+

Länder werden weltweit beliefert

136

KROMO Spülmaschinen Modelle

14

Internationale Zertifizierungen, 11 patentierte Modelle

KROMO hat sich seit über 20 Jahren auf Herstellung und Vertrieb von professioneller Spültechnik spezialisiert. Mit seiner breiten Palette an hochwertigen Produkten spielt KROMO eine führende Rolle im Markt.

kromo-ali.com

Ein perfektes Match

Die perfekte Spüllösung ist für das Sterne-Restaurant PM & Vänner genauso wichtig wie die Einrichtung ihres Speisesaals. Gut, dass sich die neue Kombispülmaschine WD-12S von Wexiödisk um das schmutzige Geschirr kümmert, wie Inhaber Per Bengtsson Michael Jones erzählt

Das PM & Vänner im süd-schwedischen Växjö, ausgezeichnet mit einem Michelin-Stern, ist bekannt für seine moderne und raffinierte nordische Küche. Gemäß seiner Philosophie

„Wald, See und Wiese“ bezieht das Restaurant seine Produkte vom eigenen Bauernhof, nur 500 Meter entfernt gelegen. Das Brot wird in der hauseigenen Bäckerei stets frisch gebacken, auf der Speisekarte steht ein fünf- bis zehngängiges Menü. Zum PM & Vänner gehören zudem ein Bistro, ein Boutique-Hotel, zwei Bars und ein Blumenladen.

Das Restaurant wurde 1992 von Per Bengtsson und Monica Carlsson eröffnet. Ihre Freundschaft aus Studienzeiten haben sie im Namen verewigt: ‚P‘ und ‚M‘ stehen für Per und Monica, ‚vänner‘ heißt auf Deutsch ‚Freunde‘. „Nächstes Jahr feiern wir unser 30jähriges Bestehen. Es dauert seine Zeit, um so etwas aufzubauen und seinen eigenen Stil zu entwickeln. Das passiert nicht von heute



Per Bengtsson vom PM & Vänner



Henrik Florentzson, Sales und Marketing Manager, Wexiödisk

auf morgen“, sagt Bengtsson. „Es gibt immer irgendwo Potential zur Verbesserung.“

In einem Restaurant, das Tag für Tag eine Vielzahl von Gästen auf hohem Niveau bewirbt, fallen eine Menge an Geschirr und Weingläsern an. Perfekte Spülergebnisse sind ein Muss. Auch hier wird die Qualität immer wieder angepasst. „Unsere Geschirrspülmaschinen sind rund um die Uhr in Betrieb“, sagt Bengtsson.

Glücklicherweise unterhält das PM & Vänner schon lange Jahre eine gute Beziehung zu Wexiödisk, den Experten für professionelle Spüllösungen. „Wir sind sehr verwöhnt, weil die Maschinen immer zuverlässig funktionieren“, sagt Bengtsson. „Eine unserer Geschirrspülmaschinen hat gerade 15 Stunden ohne Unterbrechung 800 Kristallgläser gespült, während die Maschine in der Bäckerei mit angebrannten Backblechen aus dem Ofen fertig werden musste. In unserer Branche sind Spülmaschinen selbstverständlich. Wir sind abhängig von der guten Qualität solcher Geräte. Und zwar jeden Tag.“

Das Herzstück eines Restaurants

Bengtsson weiß, wie wichtig perfekte Hygiene ist, denn seine Karriere in der Gastronomie begann tatsächlich als Tellerwäscher. „Das war mein erster Ferienjob im zarten Alter von 14 Jahren. Die Spülstation ist das Herzstück eines jeden Restaurants. Wenn die Geschirrspülmaschine nicht funktioniert, hat man als Gastronom wirklich ein Problem. Für uns hat sie denselben Stellenwert wie das Ambiente im Gastraum.“

„Die neuen Kombispülmaschinen WD-12S von Wexiödisk, die seit Dezember 2020 auf dem Markt sind, haben auf jeden Fall zum wachsenden Erfolg des PM & Vänner beigetragen – und zu mehr Nachhaltigkeit im Betrieb“, sagt Bengtsson. „In mehrfacher Hinsicht: Weniger Betriebskosten, reduzierter

Stromverbrauch und Zeitersparnis. Diese Geschirrspülmaschinen sind einfach die Wucht“, sagt er.

Die WD-12S ist bahnbrechend wie Henrik Florentzson, Sales und Marketing Manager von Wexiödisk, bemerkt. „Dank zusätzlicher Einfahrhöhe ist sie neben der gängigen Korbgröße von 500 mm auf 500 mm auch für Euronorm-Behälter mit 600 mal 400 mm geeignet.“

Unübertroffen

In Skandinavien war Wexiödisk schon immer eine äußerst erfolgreiche Marke. „Das Unternehmen möchte jetzt auch auf den Exportmärkten wettbewerbsfähiger werden“, sagt Florentzson. „Deshalb haben wir eine Maschine entwickelt, die den allgemeinen Anforderungen der Planer entspricht. Wir haben sie zudem etwas in der Höhe reduziert, damit sie auch auf kleinem Raum Platz hat.“

Die WD-12S ist perfekt für Schulküchen, Back-Shops, Fast-Food-Restaurants und Supermärkte, sowie mit Blick auf den boomenden Food-Delivery-Markt auch für die Reinigung von Transportkisten.

Der After-Sales-Service und die Schulungen von Wexiödisk sind erstklassig. „Allein im März haben wir vier digitale Schulungen zum Thema Wartung mit unseren Vertriebspartnern abgehalten. Und die Konstruktion der Maschine wurde stark vereinfacht: der Techniker muss lediglich die Frontabdeckung abheben um sofort Zugriff auf alle Komponenten zu haben. Die Maschine muss dafür keinen Zentimeter bewegt werden. Qualitätsservice liegt einfach in unserer DNA“, erklärt Florentzson.

Nach seiner Schätzung wurden bis zur Produktionsreife der WD-12S in etwa zwei Jahre an Arbeitsstunden in Forschung, Entwicklung, Technik und Praxistests gesteckt.

WD-4S GLÄSERSPÜLMASCHINE: QUALITÄT, FUNKTIONALITÄT UND „COOLES“ DESIGN

Per Bengtsson hat auch jede Etage seines Hotels mit einer Untertisch-Geschirrspülmaschine WD-4S GLASS von Wexiödisk ausgestattet. Bengtsson freut sich, denn mit ihrem funktionalen, klaren Design muss sie sich nicht verstecken. „Sie sieht richtig cool aus“, sagt er. „Wir spülen darin sämtliche Wein- und Champagnergläser vom Zimmerservice – das spart enorm Zeit und Geld, weil wir die Gläser zur Reinigung nicht durch das ganze Hotel transportieren müssen, sondern das gleich an Ort und Stelle erledigen können.“



„Wir haben viele Ideen, die wir während der Umsetzung im ständigen Dialog mit unseren Kunden überprüfen“, sagt er.

Wirtschaftlich im Betrieb, mit höchstem Hygiene-Standard, energieeffizient und einfach zu bedienen – die WD-12S, auch in Kombination mit den Vorspülmaschinen (PRM), ist jetzt schon ein absoluter Favorit bei den Kunden. Das Team des PM & Vänner ist begeistert und lobt Zuverlässigkeit und Qualität der Spülmaschine. „Sie ist der Rolls Royce unter den Geschirrspülmaschinen“, so Bengtsson. ■

DAS UNTERNEHMEN

Wexiödisk

1972
Wexiödisk feiert 2022 sein 50-jähriges Bestehen

2020
Markteinführung der WD-12S

wexiodisk.com

Zwei Jahre
An Arbeitsstunden stecken in Forschung & Entwicklung der WD-12S

Sweet Dreams

Die Universal 3D-X von MONO macht es möglich: Bei der Herstellung von Backwaren sind der Kreativität nun keine Grenzen mehr gesetzt. **Dave Thomas und Donna Haynes** von MONO im Gespräch mit Jim Banks über Vielseitigkeit in Farben und Formen



Das walisische Unternehmen MONO Equipment mit Sitz in Swansea ist einer der führenden Hersteller von Bäckereimaschinen in Großbritannien. Sein Portfolio an Maschinen für die Bäckerei wird weltweit verkauft. Mit der Universal 3D-X legt das Unternehmen jetzt nach – die Dressiermaschine für Backwaren bietet Gebäckherstellern zahlreiche Gestaltungsmöglichkeiten.

Dank Dreifach-Trichtersystem und zusätzlicher X-Achsen-Bewegung kann eine nahezu endlose Vielfalt an Formen mit mehreren Farben erstellt werden.

„Das Ausgabesystem fährt nicht nur über dem sich bewegenden Förderband auf und ab, sondern auch quer“, erklärt Dave Thomas, Product Designer der Universal 3D-X.

„Die Kombination der Förderbewegung von links nach rechts mit der Trichterbewegung auf und ab ermöglicht mit einer Standardschablone die Herstellung von komplexen Formen sowohl in der Ebene als auch in der Vertikalen und Backwaren mit drei verschiedenen Farben oder Geschmacksrichtungen. Das war bislang nicht möglich.“ Die bisherigen, mit einem rotierenden Dressierbalken erzeugten, kreisförmigen Bewegungen werden nun durch die Bewegung von Trichter und Förderband ersetzt.

„Diese Funktion bietet kein anderer Hersteller“, so Thomas. „Da MONO zur ersten Adresse für



Die Kunden sind beeindruckt von der Leistung der Universal 3D-X, sagt Donna Haynes von MONO

Kunden werden sollte, die nach einer Dressiermaschine mit Mehrfarbenoption suchen, haben wir ein System entwickelt, das alle Möglichkeiten voll ausschöpft, mit einer neuen Bedienoberfläche zur einfachen Steuerung der flexiblen Produktgestaltung.“

Die Universal ist vollgepackt mit innovativen Funktionen. Sie ist mit einem Einzel-, Doppel- oder Dreifach-Trichtersystem für die gleichzeitige Abgabe von bis zu drei Mischungen erhältlich und für feste als auch weiche Massen geeignet. Sie verfügt zudem über ein neues, verbessertes Vier-Walzen-System für optimalen Druck zur einfachen und präzisen Verarbeitung auch von sehr festen Massen.

MONO kann auf eine lange Firmengeschichte zurückblicken. „Seit den 1950er Jahren stellt MONO robuste und zuverlässige Dressiermaschinen her. Die Universal ist unsere jüngste Neuentwicklung“, sagt Donna Haynes, International Sales Manager. „Wir verkaufen aber nicht nur Maschinen, sondern komplette Lösungen, inklusive Schulungen und After-Sales-Service.“

Einfach und doch anspruchsvoll

Backwarenhersteller können mit der Universal eine breite Palette hochwertiger Produkte herstellen. Die Universal bietet ein umfassendes Sortiment an Schablonen für feste Masse-, weiche Masse- und Kombitrichter, einschließlich Standard-, Blech-, Kreis-, Keks-, Versetzte-, Wirecut-, Biskuit- und Spritzformen sowie einer neuen Iris-Schablone zum Überziehen von Produkten.

„Es ist kaum machbar, mit manueller Produktion von Gebäck eine große Nachfrage zu bedienen“, sagt Haynes. „Hier ist die Universal gefragt – sie kann einzigartige Produkte in großen Mengen herstellen, selbst dreifarbiges Gebäck in den wunderbarsten Formen.“

Perfektion auf hohem Niveau darf aber nicht zu Lasten einer einfachen Bedienung gehen. Deshalb wurde die Universal mit der neuesten Touchscreen-Technologie ausgestattet, mit der das Entwerfen selbst der anspruchsvollsten und kreativsten Formen zu einem Kinderspiel wird. Intuitive Grafiken leiten mühelos durch die



„DIE UNIVERSAL SPART ZEIT UND GELD, DA SIE MÜHSAME HANDARBEIT ÜBERFLÜSSIG MACHT“



Dave Thomas, Produktdesigner der Universal 3D-X: Die Maschine überzeugt mit ihrer Präzision und Vielseitigkeit

Programmierung des Designprozesses.

„Manchmal wenden sich Kunden mit Problemen mit Konsistenz und Qualität ihrer Backwaren an uns, weil den Mitarbeitern, die Kuchen und Kekse produzieren, die nötige Erfahrung fehlt“, sagt Haynes. „Mit unserer Dressiermaschine erhält man sehr präzise und äußerst gleichmäßige Ergebnisse und spart durch das Wegfallen stundenlanger Handarbeit auch noch Geld.“

„Die Verbraucher schätzen handgemachte Backwaren. Mit der Universal können wir diese Qualität hervorragend darstellen“, fügt Thomas hinzu. „Und die Produkte fallen im Geschäft oder im Supermarktregal sofort auf, das ist gut für den Verkauf. Die Universal macht es möglich – mit Präzision und großer Auswahl.“

MONO ist führender Hersteller von Maschinen für das untere und mittlere Marktsegment. Mit der Universal bewegt sich das Unternehmen im halbindustriellen Bereich und setzt neue Maßstäbe in Sachen Vielseitigkeit. ■

DAS UNTERNEHMEN

monoequip.com

1947
MONO Equipment wurde vor 75 Jahren gegründet

300+
Produkte im Standardsortiment

ISO 9001
ISO 14001

Alle Bäckereimaschinen von MONO werden nach den strengsten ISO-Normen hergestellt



Intelligent vernetzt

Kontinuierliche Innovation und hohe Funktionalität – dafür steht Esmach und das neueste Produkt des Unternehmens, die Spiral-Teigknetmaschine SPI AI, wie **Stefano Bongiovanni, Esmach Bakery Chef, Shannon Yang** erklärt

Die neue Spiral-Teigknetmaschine SPI AI von Esmach steht für Effizienz und Qualität. Sie wurde vor allem für „Tagesbäckereien“ entwickelt und ist mit modernster Technologie ausgestattet. Sie verfügt über ein leicht zu reinigendes Touch-Panel mit 7 Zoll

Farbdisplay, die ergonomische Steuerung ist drehbar.

„Die Teigknetmaschine ist das Ergebnis aus langjährigem Know-how und kontinuierlicher Forschung – konzipiert für beste Ergebnisse und effiziente Produktionszeiten in Bäckereien, Pizzerien und Konditoreien“, sagt Bongiovanni.

In Sachen Präzision macht die SPI AI keine Kompromisse: Die Rührschüssel-Innenbeleuchtung bietet optimale Kontrolle während des Rührvorgangs, ein Infrarot-Teigtemperatursensor misst ständig die Teiginnentemperatur.

Dank einer intelligenten, vernetzten Technologie können problemlos Rezepte gespeichert, via Internet technische Unterstützung angefordert und Online-Diagnosen durchgeführt werden. „Einfach, intuitiv und intelligent“, fasst Bongiovanni zusammen. „Die Teigknetmaschinen sind sowohl für den Einsatz in Bäckereien, Pizzerien und Konditoreien geeignet, als auch in Restaurants, Hotels und großen Lebensmittelmärkten.“

Von den Kunden erhielt die SPI AI bislang durchwegs positives Feedback. Dass sie Industrie 4.0 zertifiziert ist, zeigt, wieviel Wert Esmach auf Produktivität ohne Einbußen bei der Qualität legt. „Das ist uns sehr wichtig und bestätigt unser Engagement für den digitalen Wandel auch in Bäckereien, Pizzerien und Konditoreien“, erklärt Bongiovanni.

Mit dem Fokus auf beste Ergebnisse revolutioniert die Teigknetmaschine die Arbeit in den Backstuben.



„Unsere Kunden sind begeistert. Mit Hilfe der neuen Esmach Technologie ist die Herstellung qualitativ hochwertiger Backwaren und verschiedener Brotsorten ein Kinderspiel“, sagt Bongiovanni.

Innovation und Entwicklung

Esmach wurde Anfang der 1970er Jahre unter dem Namen Esperia gegründet. Inzwischen kann das Unternehmen auf ein rund halbes Jahrhundert Erfahrung in der Produktentwicklung zurückblicken. „Technologische Innovationen und die Realisierung zukunftsfähiger Lösungen für die Bäckerei waren schon immer unser Ziel – mit einem breiten Sortiment aus hochwertigen Teigknetern, Teigformern, Teigteilern, Gärchränken, Gärverzögerern und Backöfen.“

In den frühen 1990er Jahren begann die Zusammenarbeit mit Bongard, Marktführer für Backöfen in Frankreich: Esmach wurde Partner des Unternehmens für dessen Auftritt im italienischen Markt. Seit 2008 ist Esmach Teil der Ali Group und spezialisiert auf die Entwicklung, die Herstellung und den Vertrieb von Geräten und Lösungen für die Gastronomie. „Das Unternehmen ist bekannt für seine technischen Innovationen und gilt mit seinen schlüsselfertigen Lösungen für zeitgemäßes Arbeiten als zuverlässiger Partner für Bäckereien“, sagt Bongiovanni.

Bestes Beispiel ist das EsmachLab, ein dynamisches Bäckereikonzept. Bestehend aus fünf notwendigen Gerätekomponenten vereinfacht es die Produktionsabläufe.

Beste Qualität der Backwaren sind dabei oberste Prämisse, ebenso die Reduktion von Lebensmittelverschwendung sowie eine nachhaltige Betriebsweise. Natürliche Sauerteigprodukte können damit innerhalb weniger Minuten gebacken werden, belastende Nachtschichten fallen weg und auch Neueinsteiger können damit problemlos arbeiten. Esmach hat damit das Brotbacken zu einem Tagesjob und sich zu einem Vorreiter für innovative Konzepte in der Branche gemacht.

„Kontinuierliche Innovation, hohe Qualität und hervorragender Service gehören zur Philosophie von Esmach. Gleichzeitig bleiben wir handwerklichen Traditionen und der Leidenschaft zum Beruf treu“, sagt Bongiovanni. „Wir wollen für unsere Kunden da sein und ihre Bedürfnisse bedienen. Wir wollen ihnen dabei helfen, gesunde, ausgewogene und wohlschmeckende Lebensmittel herzustellen, zusammen mit einem maßgeschneiderten Service,



„UNSEREN KUNDEN ZU HELFEN, GESUNDE UND WOHLSCHECKENDE LEBENSMITTEL HERZUSTELLEN, IST UNSER ZIEL“

Stefano Bongiovanni

der sie bei jedem Schritt begleitet.“

Esmach verfolgt einen ungewöhnlich praxisorientierten Ansatz und setzt sich für die Aus- und Weiterbildung seiner Kunden ein. „Es war uns schon immer unsere Mission und wird es auch in Zukunft sein, unsere Kunden in ihrem Business zu unterstützen – mit gleichzeitig innovativen aber ebenso einfachen Lösungen“, sagt Bongiovanni.

„Damit sie das Potential ihres Unternehmens maximal ausschöpfen können, geben wir unser Know-how gerne in speziellen Schulungen weiter. Wir bleiben während der gesamten Lebensdauer des EsmachLabs und seiner Geräte Partner unserer Kunden – das unterscheidet uns von unseren Wettbewerbern.“

Das Produktportfolio von Esmach ist umfassend. Die neue Teigknetmaschine SPI AI, die Gärchränke, Teigteiler, Kühlschränke und Backöfen – alle Geräte sind mit modernster Technologie ausgestattet und äußerst praxisorientiert gestaltet. „Unsere Maschinen sind vielseitig, sicher und zuverlässig. Sie garantieren beste Ergebnisse bei Pizza, Brot, Gebäck und anderen Backwaren. Esmach begleitet den gesamten Herstellungsprozess von der Hefe bis zum köstlichen Duft frisch gebackenen Brots“, sagt Bongiovanni. „Wir bauen Geräte, die den Menschen das Leben leichter machen.“ ■

Esmach steht für innovative Technologien und zuverlässige Partnerschaft mit seinen Kunden

DAS UNTERNEHMEN

ESMACH

32 m²

EsmachLab, die schlüsselfertige Lösung von Esmach, ist ein dynamisches Bäckereikonzept auf nur 32 m² Fläche

<30 Minuten

Mit dem EsmachLab sind frische Sauerteigbrote in weniger als 30 Minuten fertig gebacken

7"

Die Spiral-Teigknetmaschine SPI AI hat ein Touch-Panel mit 7 Zoll Farbdisplay

Mit seinen Teigknetern, Spiralknetern, Teigteilern, Teigrüdern, Teigformern und Gärchränken steht Esmach für innovative Technologien für die Bäckereibranche.
esmach.com

05 Innovationen

Hiber startet durch



Hiber, Spezialist für Kühltechnik, hat die Pandemie bedingte Zwangspause für Forschung & Entwicklung genutzt. Das Ergebnis wurde im Januar auf der Sigep 2022 vorgestellt. Brand Director Mirko Ceschin berichtet

Während des Lockdowns mussten Cafés, Restaurants und Eisdielen geschlossen bleiben, dadurch sank auch die Nachfrage nach Eiskühlschränken. Hiber, seit 30 Jahren Hersteller für Kühltechnik mit Sitz in Italien, hat aus der Not eine Tugend gemacht und seine Kräfte auf Forschung und Entwicklung konzentriert. Das Unternehmen hat seine gesamte Produktpalette überarbeitet und modernisiert.

Hiber hat sich in Italien eine hervorragende Marktposition als Hersteller von qualitativ hochwertiger Kühltechnik mit modernem Design geschaffen. Rund 80 % seines Kundenstamms setzt sich aus Eisdielen, Bäckereien und Konditoreien im Inland zusammen. Nächstes Ziel ist der Ausbau des Exportgeschäfts, vorerst mit den Spitzenmodellen.

2021 hat das Unternehmen nach einem dreijährigen Prozess die Modernisierung seiner gesamte Produktpalette abgeschlossen, darunter auch die gekühlten Lagerschränke für Gastronomie, Bäckereien, Konditoreien und Speiseeisherstellung.

Neben den Rollwagen-Lagerschränken hat Hiber auf der Sigep im Januar 2022, der internationalen Fachmesse für Speiseeis-, Konditoren- und Bäckereihandwerk, auch seine Multitemperatur-Geräte vorgestellt. Bei einem Temperaturbereich von Minus- bis Plusgraden können Lebensmittel fachgerecht gelagert werden ohne Verluste im Geschmack, im spezifischen Aroma oder im Aussehen. Heimlicher Star des Messeauftritts war der neue multifunktionale Schockfroster von Hiber. Das bislang vielseitigste Modell dieser Reihe unterstützt in allen Phasen der Speisenzubereitung, einschließlich Tiefkühlen, Auftauen, Gären, Niedrigtemperatur-Garen, Pasteurisieren und Trocknen.

Fokus auf Service

Neben neuen Heiz- und Kühlfunktionen verfügt die neue Produktreihe von Hiber über die IOT 4.0 Technologie. Damit lassen sich die Geräte aus der Ferne überwachen und steuern.

„Das ermöglicht nicht nur die Überwachung aller Parameter, egal wo man sich gerade befindet, sondern sie können über die Fernsteuerung auch verändert werden“, erklärt Mirko Ceschin, Brand Director von Hiber. „Vor allem für

größere Unternehmen eine enorme Arbeitserleichterung.“ „Der Betreiber einer großen Konditorei kann so beispielsweise die tägliche Leistung überprüfen und Diagnosen durchführen. In seinen Kühlschränken lagern echte Werte, deshalb sollte er alles unter Kontrolle haben“, sagt er.

Hiber hat auch seinen Kundendienst optimiert. In einem neu eingerichteten Bereich auf der Webseite des Unternehmens sind sämtliche technische Dokumentationen einsehbar sowie der aktuelle Lagerbestand von Ersatzteilen nebst direkter Bestellmöglichkeit.

„Das sind alles Faktoren eines Gesamtkonzepts – und das heißt Service“, sagt Ceschin. „Wir müssen dazu in der Lage sein, unseren Kunden schnelle Lösungen anzubieten. Gleichzeitig müssen wir ihnen benutzerfreundliche Instrumente zur Verfügung stellen, mit denen sie ihre täglichen Aufgaben gut bewältigen können. Und sollte einmal ein Problem auftreten, sorgen wir dafür, dass sie mit Hilfe entsprechender Tools auf dem Handy

„WIR MÜSSEN DEN KUNDEN SCHNELLE ANTWORTEN UND SCHNELLE LÖSUNGEN ANBIETEN KÖNNEN“

Mirko Ceschin

DAS UNTERNEHMEN



Gegründet: **1979**
Kundenstamm in Italien: **80%**
Relaunch der Produktpalette: **Jan 2022**

Die Zukunft des Kühlens

Hiber entwickelt, produziert und vertreibt Schnellkühler und Schockfroster.
hiber.com

oder Tablet schnellstmöglich eine Lösung finden.“

Die Zeit gut genutzt

Kaum ist der Modernisierungsprozess abgeschlossen, hat Ceschin bereits das nächste Ziel vor Augen – eine Technologie für einen noch energieeffizienteren Betrieb aller Geräte, und zwar über das vom Markt geforderte Maß hinaus. „Wir lieben Herausforderungen“, schmunzelt er. „Aber mehr wird jetzt nicht verraten.“

Polaris hat das Beste aus der Zwangspause gemacht und sie konstruktiv für sich genutzt.

„Wir hatten viel Zeit, und intensiv auf Forschung und Entwicklung zu konzentrieren“, so Ceschin. „Im normalen Alltag muss man sich mit vielen anderen Dingen befassen. Aber als wir mehr oder weniger ein Jahr im Home-Office verbrachten, haben wir unsere Hausaufgaben gemacht – mit Erfolg. Der Markt wird schnell zu seiner alten Stärke zurückfinden. Dann müssen wir die passende Antwort parat haben“, sagt er. ■

Die neuen Produkte von Hiber sind mit IOT 4.0 Technologie zur Überwachung der Geräteleistung aus der Ferne ausgestattet



05 Innovationen

Innovation trifft Tradition



Silblock – ein freistehender Multikochblock – ist die jüngste Entwicklung aus dem Hause Silko. Italy Commercial Director Matteo Gaiot berichtet, wie mit zukunftsweisenden Innovationen italienische Traditionen weitergegeben werden. Von Juliet Martin

Wenn Italy Commercial Director Matteo Gaiot von „italienischem Design“ spricht, denkt er an die Küchen von Silko. „Wir stellen smarte, minimalistisch designte Kochtechnik her“, sagt er. „Denn in der Einfachheit liegt der Schlüssel zu einer leistungsfähigeren Küche.“ Das beginnt bei der Ergonomie – wenn Handgriffe wie der Wechsel vom Grill zum Kessel oder die Reinigung auch in kleinen Küchen schnell und problemlos erfolgen, liegt das an der durchgehenden, fugenlosen Arbeitsplatte. Ein großer Vorteil, wenn es um schnelleres Arbeiten geht.

Das Legend Hotel ist das erste 5-Sterne-Hotel in Petropavlovsk-Kamchatsky in Russland. Insgesamt 177 Hotelzimmer verteilen sich auf 14 Etagen, inklusive Kongresszentrum für 500 - 600 Personen. Vom Hotel aus hat man einen atemberaubenden Blick auf die Bucht der Halbinsel Kamtchatka und die Gipfel des Sredinny-Höhenrückens. Das Legend Hotel verfügt über fünf Küchen, zwei Restaurants und fünf Bars – eine große logistische Aufgabe für das Hotelmanagement. Die von Apach ChefLine

gelieferte Monoblock-Lösung von Silko ist dabei behilflich. Gefrier- und Kühleinheiten sind integriert, ihre Flexibilität macht schnelle Veränderungen des Küchenkonzepts ohne Probleme mit, gleichzeitig bietet sie ausreichend Stauraum und die nötige Robustheit. Im Legend Hotel steht eine L-förmige Monoblock-Lösung mit einer Kombination aus Geräten der 700- und 900-Serie.

Silko ist bekannt für seine Liebe zum Detail und zur Optimierung der Funktionalität von Küchen. „Wir sind für unsere Kunden ein wertvoller Partner, der sich um die Planung der gesamten Küche kümmert, der sowohl auf das Design als auch auf die Konzeption der Kochblöcke Wert achtet, so dass sie ergonomische Arbeitsabläufe gewährleisten“, sagt Gaiot.

„Silko ist bekannt für seinen Stil, seine Zukunftsorientierung und für seine Qualität“, so ein Manager des Legend Hotels. „Wir schätzen das Unternehmen sehr für sein Know-how und seine Offenheit. Und für die Qualität und das Design seiner Produkte.“

Silblock, der intelligente, freistehende Multikochblock wurde auf der Host 2021 in Mailand vorgestellt. „Er ist aktuell konzipiert für Restaurantketten mit 50 bis 200 Verkaufspunkten“, erklärt Gaiot. „die konstant gleichbleibende Qualität liefern sollen.“

Mit seinem fortschrittlichen Produktdesign soll Silblock den Kunden eine Vereinfachung ihrer Arbeitsprozesse und gleichzeitig die Einsparung von Betriebskosten ermöglichen. Das Beste kommt aber noch.

Ständige Weiterentwicklung

Wesentlicher Aspekt des Designs ist die effiziente Gestaltung der Arbeitsumgebung, einschließlich Mise en Place, Produktionsbereich und Pass sowie Lagerräume. „Im letzten Jahr konnten wir das Produktdesign optimieren und die User-Experience steigern“, sagt Gaiot.

„Aber wir stehen erst am Anfang“, verspricht er. „Die Geräte werden noch intelligenter werden. Die größte Verbesserung für den Kunden wird die Entwicklung und Einbindung künstlicher Intelligenz (KI) und visueller Anwendungen sein.“ Darin steckt ein enormes Potential, mit professionellen Küchen einen riesigen Schritt Richtung Zukunft zu machen. „Ziel ist es, in ein paar Jahren die Küche mittels eines großen Monitors zu managen“, sagt Gaiot. Die Entwicklung von entsprechender Software und Elektronik, einschließlich der Sensoren, läuft, um künstliche Intelligenz auch in den Silblock zu integrieren. Die Technik wird voraussichtlich in den nächsten vier Jahren ausgereift sein.

Die Idee zu diesen Innovationen wurde zum Teil aus der Not geboren. Die Gastronomie hatte extrem unter der Corona-Krise zu leiden, viele Unternehmen brauchten billigere Küchenkräfte und ein flexibleres, intelligenteres Betriebsmanagement. „Wir können bei der Vereinfachung der Prozesse ansetzen“, so Gaiot. „Damit ein Betrieb gute Qualität sowohl bei den Speisen als auch im Arbeitsbereich bieten kann, können beispielsweise die typischen Zubereitungen vereinfacht und auch ohne tägliche Anwesenheit eines Spitzenkochs produziert werden.“

Diese Möglichkeit zur kostensparenden Optimierung ist für eine Branche, die mindestens zwei oder drei Jahre brauchen wird, um wieder so gewinnbringend zu arbeiten wie 2019, entscheidend. Die Corona-Krise machte auch Einschränkungen in Raumgröße und Abwicklung notwendig. Auch da konnten Lösungen von Silko unterstützen, beispielsweise bei der getrennten Koordinierung von Lebensmitteln für Home-Delivery und Verzehr vor Ort, für interne Zubereitung und für Abholung. Ein Arbeitsbereich, der zukünftig durch künstliche Intelligenz und Sensor gestützte Messsysteme noch weiter optimiert werden kann.

Die ständige Effizienzsteigerung in den Arbeitsabläufen setzt auch Potential frei. „Beim Kochen von heute geht es nicht nur um fachliches Know-how und Rezepte“, sagt Gaiot. „Es geht auch um



Die Monoblock-Serie von Silko auf der PIR-Expo in Moskau, Russland, im Oktober 2020. Sie wurde vom Partner Apach Chef Line geliefert

Kreativität in den Prozessen und Produktionsabläufen.“ Durch Weiterentwicklung seiner Produkte wird Silko den Küchenbetreibern noch mehr Vorteile bieten, die sich durch smarte Systeme ergeben: die Einsparung von Kosten, mehr Nachhaltigkeit und mehr Kreativität.

„Kleine Geheimnisse“

Silko strebt eine Entwicklung in diese Richtung an, wie Gaiot betont. „Innovation ist der Schlüssel zu einer ständigen Weiterentwicklung“, sagt er. „Fortschritt, Perfektion und eine gute User Experience – darauf konzentrieren wir uns.“

Inspiration für Innovation liefern die sogenannten „kleinen Geheimnisse“, das was der Hersteller in engem und vertrauensvollem Kontakt mit seinen Kunden erfährt. „Man muss nah am Anwender sein, denn nur so erfährt man aus erster Hand, was ihre Wünsche sind und was wir dafür tun können. Deshalb pflegen wir die offenen, transparenten Beziehungen zu unseren Kunden und Geschäftspartnern“, erklärt er.

Was das Legend Hotel betrifft, war eine enge Zusammenarbeit nötig, um einige besondere Herausforderungen zu bestehen. „Ausgerechnet in dieser Region wurde eine erhöhte seismische Aktivität festgestellt. Zudem war der Platz in den Küchen etwas begrenzt“, erzählt der Manager des Legend Hotels. „Deshalb meine Hochachtung vor den innovativen Konzepten von Silko für dieses doch etwas außergewöhnliche Projekt. Obwohl hier keine Arbeit nach Standard möglich war, was einige individuelle Lösungen erforderlich machte, gab es keine Verzögerungen.“

Der Grund für den Erfolg von Silko liegt in seiner Tradition und seinen Werten. „Ich träume davon, mit Silblock die italienische Küchenkultur überall hinzubringen, sie einfacher und erschwinglicher zu machen“, sagt Gaiot. ■

DAS UNTERNEHMEN



1980

Silko wurde vor 42 Jahren gegründet

Vittorio Veneto, Italien

Der neue Unternehmenssitz in der Provinz Treviso, nahe bei Venedig

50-200

Silblock wurde konzipiert für Restaurantketten mit 50 bis 200 Verkaufspunkten

silko.it

05 Innovationen

Das ewige Eis

Mit der Legacy hat Scotsman Ice die erste Eismaschine in limitierter Auflage auf den Markt gebracht. **Simone Buratti**, Digital und Social Manager, über die gelungene Synthese von Handwerkskunst mit Innovationskraft. Von Tina Nielsen

Mehr erfahren über Scotsman Ice



Es ist ein neuer Meilenstein für den Hersteller von Eismaschinen. Nach über zwei Jahren intensiver Forschungs- und Entwicklungsarbeit ist sie endlich auf dem Markt: die Legacy von Scotsman Ice, eine Eismaschine in limitierter Auflage von nur 250 Stück.

An der Entwicklung waren Industriedesigner beteiligt mit der Aufgabe, aus neuen Materialien, neuen Technologien und einem modernen Design ein zukunftsweisendes Produkt zu machen.

Schwarzer Edelstahl mit Titanlegierung und gehärtetem Glas verleihen der Legacy ihre kühle Eleganz, während ihr das Design die Anmutung eines Vintage-Objekts gibt. „Hersteller setzen ihre Prioritäten meistens auf die Technologie eines Produkts, die Ästhetik gerät dabei eher in den Hintergrund“, erklärt Simone Buratti, Digital und Social Manager von Scotsman Ice. „Deshalb haben wir einen Designer hinzugezogen.“

Das Ergebnis ist eine gelungene Kombination aus Ästhetik und Technologie. „Wichtig ist, dass die Qualität des Produkts nicht zugunsten des Designs vernachlässigt wurde. Und der angelegte Vintage-Look ist eine Reminiszenz an die Anfänge von Scotsman Ice“, sagt er.

Inspiziert von Haushaltsgeräten aus dem Luxus-Segment begann zunächst die Suche nach neuen Materialien. Nach langen Recherchen fiel die Wahl schließlich auf schwarzen Edelstahl für das stabile und strapazierfähige Gehäuse der Legacy. Auch Nachhaltigkeitsaspekte spielten dabei eine Rolle. „Wir müssen in die Zukunft denken und mit wiederverwertbaren und umweltfreundlichen Materialien arbeiten“, erklärt Buratti.

Erste Wahl

Die limitierten Legacy-Modelle treten mit einem innovativen 3D-Lüftungsgitter an der Vorderseite auf. Sie sorgen nicht nur für eine coole Erscheinung, sondern auch eine um 70 % verbesserte Belüftung. In gründlichen

Links: Die limitierte Legacy-Edition von Scotsman Ice.
Oben: Simone Buratti, Digital und Social Manager

Tests wurde bewiesen, dass sie auch unter harten Bedingungen und starker Beanspruchung standhalten.

Jeder Legacy liegt ein Cocktail Rezeptbuch sowie ein nummeriertes Zertifikat mit den Unterschriften aller an der Entwicklung und Fertigung der Maschine beteiligten Personen bei. Ein Zeugnis für die exquisite Qualität des sehr hochwertig gearbeiteten Produktes, das für den High-End-Bereich bestimmt ist.



„Mit der Legacy wollten wir ein Produkt schaffen, das alles repräsentiert, was die Marke Scotsman zu einem Benchmark der Branche macht“, sagt Buratti. Scotsman Ice gilt schon seit langem als die Marke der Wahl in der Getränkebranche, bei Baristas, Mixologen und Barkeeper.

Das Unternehmen ist zudem ein engagierter Förderer der Aktionen und Schulungen der International Bartender Association und weltweiter Sponsor für die World Coffee Events der Specialty Coffee Association.

Legacy wurde ausdrücklich für die High-End-Märkte entwickelt – für Liebhaber von Kaffeespezialitäten, für Mixologen und Barkeeper, die Wert auf gutes Design legen. „Mit der Legacy gehen wir gezielt auf die Hauptabsatzmärkte, in denen wir Wachstumspotential sehen, wie beispielsweise im Kaffeemarkt oder im Cocktail-Markt“, sagt Buratti. „Eismwürfelbereiter werden in der Regel in Rooftop-Bars aufgestellt – ein Grund, warum wir so viel Arbeit in ein gutes Design gesteckt haben.“

Die hohen Anforderungen ihrer Zielmärkte erfüllt die Legacy mit innovativer Technologie. Sie ist mit einem optimierten Verdampfersystem ausgestattet, das auch bei den unterschiedlichsten Wasserqualitäten glasklare Gourmet-Eismwürfel herstellt – perfekt für Mixologen und Kaffeeliebhaber. „Wir haben in eine neue Wasser-Testanlage investiert, mit der sich jede erdenkliche Wasserqualität, die es auf der Welt gibt, nachbilden lässt“, erklärt Buratti.

Gerade bei Cocktails spielt die Wasserqualität zur Herstellung von Eismwürfeln eine extrem wichtige Rolle. „Wenn winzige Mikropartikel oder Mineralien im Wasser schwimmen, enthalten die Eismwürfel Eintrübungen“, sagt er. „Cocktails sind hochpreisige Produkte. Die Leute geben nicht so gerne so viel Geld dafür aus, wenn das Eis in ihren Getränken nicht klar, sondern trübe ist.“

Mit der Markteinführung von Legacy und seiner Markenbotschaft „Make Ice cool“ will Scotsman Branchen-Benchmark bleiben – und das Gefühl von Luxus-Lifestyle transportieren. „Make Ice Cool ist eine starke Botschaft, die die Eismwürfel zum Protagonisten exquisiter Geschmackserlebnisse macht. Wir liefern das Know-how für das Eis und zusammen mit dem Können der Getränke-Profis werden daraus einzigartige Genussmomente“, sagt Buratti.

Mit der Legacy hat Scotsman Ice zum ersten Mal ein Produkt fast ausschließlich über digitale Kanäle auf den Markt gebracht. Vor der tatsächlichen Markteinführung auf der Host in Mailand im Oktober 2021 hat Buratti die Kommunikation über Social Media und andere Plattformen im Internet geführt. Ein weiterer Schritt in Richtung Digitalisierung und hin zu einer jungen Generation, die das Unternehmen auf seinem Weg unterstützt.

Legacy ist die perfekte Ergänzung des Produktportfolios eines bei Gastronomen weltweit beliebten Unternehmens. Der Name Scotsman hat einen hohen Wiedererkennungswert. „Sobald eine Marke ein bestimmtes Markenniveau erreicht hat, ist eine hohe Qualität der Produkte selbstverständlich“, sagt Buratti. „Die Kunden schätzen Scotsman vor allem für seinen hervorragenden Service. Nicht umsonst entscheiden sich das Mandarin Oriental und andere Luxus-Hotels für unsere Geräte – sie können einfach überall auf der Welt, egal wo sie einen neuen Standort eröffnen, mit der gleichen hohen Servicequalität rechnen. Und das ist wirklich einzigartig“, sagt Buratti. ■

DAS UNTERNEHMEN

Scotsman

Scotsman ist weltweit führender Hersteller von Eismwürfelbereitern, da er die jeweils beste Lösung für viele verschiedene Branchen anbieten kann.

1950

Scotsman wurde vor 72 Jahren gegründet

100

Das Unternehmen hat Vertriebspartner und autorisierte Dienstleister in über 100 Ländern

1.000.000+

Über eine Million Eismwürfelbereiter von Scotsman sind heute weltweit im Einsatz

scotsman-ice.com



Gruß aus

der Zukunft

In die Entwicklung der neuesten Kühlschranklinie waren Profiköche involviert – ein entscheidender Aspekt für den Gesamtprozess, wie **Mirko Ceschin**, Brand Director von Polaris, sagt. Sie wurde auf der Host 2021 in Mailand präsentiert

Polaris ist ein fester Begriff im Bereich der Kühltechnik. Das Portfolio des Unternehmens reicht von Reifeschränken über Kühlische und Kühlvitrienen bis hin zu Schockfroster. Das 1989 gegründete Unternehmen mit Hauptsitz in Italien erzielt 90 % seines Umsatzes im weltweiten Exportgeschäft.

Nach einem umfassenden Facelifting hat Polaris im Oktober 2021 auf der Host in Mailand seine neuen, optimierten Modellversionen präsentiert. In neuem Design und mit innovativer Funktionalität richten sie sich vor allem an Kunden mit gehobenen Ansprüchen: Kühlchränke mit Mehrtemperaturbereichen von Plus- bis Minusgraden. Absolutes Highlight in Mailand war der Multifunktions-Schockfroster.

Mit intuitivem Display einfach zu bedienen und äußerst energieeffizient bietet er eine Reichweite von minus 40° bis plus 85° Celsius. Er unterstützt in allen Phasen der Speisenproduktion: Beim Einfrieren, Auftauen, Gären, Niedertemperaturgären, Pasteurisieren und kontrollierten Trocknen.

Immer erreichbar

Wie jedes Modell aus der neuen Reihe, ist auch der Schockfroster mit der IoT 4.0-Technologie ausgestattet. Die Geräte können mit dem Smartphone oder Tablet vernetzt und so bequem aus der Ferne gesteuert und Betriebsparameter geändert werden, eine Fehlersuche durchgeführt oder der Status überprüft werden.

„Nehmen wir mal an, ich bin hier in Italien und habe in Indonesien ein Gerät in Betrieb“, erklärt Mirko Ceschin, Brand Director



„HEUTZUTAGE HABEN SERVICE UND KUNDENDIENST FAST SCHON EINEN HÖHEREN STELLENWERT ALS DAS PRODUKT SELBST“

DAS UNTERNEHMEN



90%

Des Umsatzes kommt aus dem Export

IoT 4.0

Konnektivität in jedem Polaris Produkt

30+ Jahre

Erfahrung im Bereich professioneller Kühltechnik

von Polaris. „Ich kann mich mit dem Gerät verbinden und von hier aus überprüfen, ob alles reibungslos läuft. Unsere Kunden können eine Fehlersuche starten, ohne auf einen Techniker warten zu müssen. Das spart viel Zeit. Und falls doch ein Service-Mitarbeiter benötigt wird, bekommt er vorab schon die genauen Informationen über eventuell erforderliche Ersatzteile.“

Auch die Webseite von Polaris erhielt einen Relaunch. Kunden können sich jetzt einfach in den „Service“-Bereich einloggen, um Dokumentationen herunterzuladen oder Ersatzteile zu bestellen. „Heutzutage haben Service und Kundendienst aufgrund des Wettbewerbsdrucks fast schon einen höheren Stellenwert als das Produkt an sich“, sagt Ceschin.

„Die Kunden erwarten, dass die Produkte mit modernster Technologie ausgestattet sind. Der Unterschied wird in Zukunft darin liegen, dass wir nicht nur ein Produkt verkaufen, sondern wie die Qualität des Pre- und After-Sales-Service ist, und wie gut wir unsere Kunden dabei unterstützen, ihre Marktposition zu festigen, vom Markt lernen und flexibler reagieren zu können.“

Polaris setzt bei der Produkt-

entwicklung immer auch auf das Know-how kompetenter Partner. Die neue Modellreihe entstand in Zusammenarbeit mit Barry Callebaut, einem weltweit führenden Hersteller von Schokoladen- und Kakaoprodukten. Das Unternehmen betreibt ein internationales Netzwerk von Ausbildungszentren für Köche, Pâtisseries, Bäckereien und Chocolatiers – die Chocolate Academy.

„Wir stellen den Ausbildungszentren Equipment zur Verfügung und arbeiten gemeinsam mit deren Küchenchefs an der Entwicklung unserer neuen Produktreihen“, erklärt Ceschin. „Eine Win-win-Situation. Die Ansprüche an professionelle Küchengeräte werden immer höher, und wir bekommen Feedback direkt von den zukünftigen Anwendern. Das hilft uns, uns in Sachen Qualität und Technologie stetig zu verbessern und unsere Geräte kundengerecht zu konzipieren. Köche möchten ihre Geräte ihrer Arbeitsweise und ihren individuellen Anforderungen gemäß konfigurieren können.“

„Es gehört zu unserer Philosophie, neue Wege zu beschreiten, auf die sich nicht jeder im Markt einlassen will“, erklärt Ceschin. „Wir prüfen zunächst, ob etwas überhaupt Potential hat. Der Markt hat uns gezeigt, dass eine Nachfrage nach IoT-fähigen Geräten besteht. Internet der Dinge – das ist eigentlich nur ein Oberbegriff. Die Menschen wollen sich vernetzen, Vernetzung ist inzwischen ein fester Bestandteil unseres Alltags. Wir sehen das Potential also nicht nur in der Konnektivität der Geräte, sondern nach wie vor und vor allem in der Möglichkeit zu einer exzellenten Service-Qualität. Das ist unsere Vision und darauf liegt auch in Zukunft unser Fokus.“ ■

Polaris ist professioneller Partner für Kühltechnik, der seine Kunden mit einem umfassenden Sortiment an Kühlchränken, Kühlischen, Schockfroster, Reifeschränken und Gärchränken mit höchster Energieeffizienz unterstützt.
polarisprofessional.com

Einfach nur sauber

Seit über 50 Jahren entwickelt Hoonved innovative Spülsysteme für Gläser und Geschirr. Moderne Technologie und Service am Kunden bilden die Grundlage für den Erfolg, sagt **Giuliano Carraro** von Hoonved im Gespräch mit **Jacquetta Picton**

Das Auge isst bekanntermaßen mit, beim Genuss eines edlen Rotweins aus der Toskana trinkt es auch mit. Nur gut, dass Hoonved mit seinem AP E-Spülsystem für lupenreine Gläser sorgt.

Seit 1996 ist das Unternehmen Teil der Ali Group, dadurch konnten die Produktion und die Technologieentwicklung gestärkt werden. Heute ist die Zusammenarbeit zwischen den Abteilungen Technik und Forschung & Entwicklung enger denn je, denn die Produkte sollen immer auf dem neuesten Stand sein. Im Vordergrund stehen dabei vor allem Energieeffizienz und Umweltfreundlichkeit. 2020 wurde das AP E-System von Hoonved optimiert. „Wir bleiben nicht stehen. Unsere Produktpalette wird laufend weiterentwickelt“, sagt Pierangelo Macchi, Mitarbeiter von Hoonved, der über 40 Jahre Erfahrung mit Spültechnik hat. „So ist beispielsweise das Break Tank-System jetzt auch für alle Modelle der AP E-Reihe verfügbar.“

„Das Break Tank-System sorgt in der Nachspülphase für konstanten Wasserdruck bei konstanter Temperatur und verhindert den Rückfluss des Spülwassers. Um Ablagerungen und schlechte Gerüche auf dem Spülgut zu vermeiden, wird das Wasser bei jedem Zyklus komplett ausgetauscht – die Garantie für perfekte Spülergebnisse“, erklärt Giuliano Carraro, Export Director.

Produziert wird am Standort des Unternehmens in Venegono Superiore in Italien. Pro Jahr verlassen 9.000 Geräte das Werk, davor werden sie in strengen Qualitätskontrollen auf die einwandfreie Funktionsweise der Elektronik und Hydraulik geprüft. Zusätzlich werden die Geräte einmal pro Monat von einem Expertenteam hinsichtlich Qualität und Arbeitsleistung getestet.

Für bessere Ergebnisse

Das Unternehmen hat sich aber keineswegs nur auf die strahlende Sauberkeit von Gläsern spezialisiert, es beliefert auch Restaurants, Konditoreien, Bäckereien, Eisdielen, Metzgereien, die Lebensmittelindustrie, den Großhandel, Krankenhäuser und Schiffsküchen mit Geschirr- und Gerätespülmaschinen. „Die Geräte für die Schifffahrt müssen auch bei stürmischer See und hohem Wellengang stabil stehen und sicher zu bedienen sein, deshalb sind sie mit Anti-Rutsch-Stellfüßen und speziellen Bodenverankerungen ausgestattet“, erklärt Carraro.

Hoonved Full Control (HFC) ist die neueste Entwicklung aus dem Hause Hoonved. „Mithilfe dieser Technologie können alle Betriebsparameter der Geräte aus der Ferne überwacht und gesteuert werden“, sagt Carraro. „Der Kunde kann seine Spülmaschine einfacher managen und der Kundenservice seine Fern Diagnosen erstellen.“

Ständige Innovation

Das Unternehmen fördert seine Mitarbeiter mit regelmäßigen Weiterbildungsangeboten. „Wir pflegen eine gute Fortbildungskultur, die wir entweder in Kursen vor Ort oder per Videokonferenz anbieten“, erklärt Macchi.

Vertriebsmitarbeiter und Techniker erhalten laufend Schulungen über die neuesten Produkte und Technologien.

Davon profitieren die Kunden in Form eines höchst professionellen Kundendienstes.

Auch wenn die Technologie dahinter das Hauptargument für den Kauf einer Hoonved-Spülmaschine ist, die Kunden schätzen vor allem die Zuverlässigkeit der Produkte, den technischen Support, den Back-Office Service, die Verfügbarkeit und die Möglichkeit in direktem Kontakt mit dem Unternehmen zu stehen.

Über 500 Händler in 70 Ländern repräsentieren mit großem Engagement das Unternehmen und seine hochwertigen Produkte bei allen Kunden weltweit. ■



**DAS
UNTERNEHMEN**

HOOVED
PEOPLE - PASSION - INNOVATION

50+ Jahre
Qualität und Zuverlässigkeit

9.000+
Geräte pro Jahr

500+
Händler in Italien und in
weiteren 70 Ländern weltweit

hoonved.com

Das Hoonved AP E-System garantiert konstanten Wasserdruck und -temperatur

Waschdauer, Waschtemperatur, Leistung und Waschmitteldosierung sind die wichtigsten Komponenten eines Waschprozesses. Das war schon immer so. Was neu ist: die Möglichkeit,

diese Parameter noch besser zu koordinieren, für ideale Ergebnisse und Steigerung der Produktivität – dem hat sich Grandimpianti I.L.E. seit 50 Jahren verschrieben. Mit dem Standortvorteil der Maschinenbau- und Stahlindustrie in direkter Nachbarschaft konnte sich das Unternehmen aus Norditalien ganz auf Produktdesign und -innovation konzentrieren, und so seinen Kunden maximale Leistung, Service und Unterstützung bieten.

„Gesundheitswesen und Pflegeheime sind unsere größte Zielgruppe. Mit der neuesten Generation gewerblicher Waschmaschinen von Grandimpianti bekommen sie Verlässlichkeit, Sicherheit, einfache Steuerung und die Überwachung des Gerätes per Remote-Monitoring“, erklärt Matthias Odink von Laundry Total in den Niederlanden.

Sein Unternehmen bietet Gesamtlösungen inklusive Waschmaschinen, Waschmittel und Wartung. Mit Hilfe des Remote-Monitorings kann Laundry Total die Art und Häufigkeit der Nutzung von Waschprogrammen analysieren, um dem Kunden rechtzeitig Waschmittel nachzuliefern.

Die interaktive, cloudbasierte Steuerung „The Mind“ von Grandimpianti ermöglicht jederzeit den Remote-Zugriff auf Verbrauchswerte und Betriebsdaten der Maschine, Programmbibliotheken, Statistiken, sie steigert die Produktivität und kündigt fällige Wartungsarbeiten an.

„Wir können unter anderem genau ablesen, wie viele Waschgänge eine Maschine mit welcher Zuladung und welchem Verbrauch an Waschmitteln durchlaufen hat. Das erleichtert uns als Betreiber wiederum die Organisation, z.B. bei der Berechnung der Gebühren“, sagt Odink.

„Die Technik befindet sich meistens im Untergeschoß. Bis eine Problemmeldung bemerkt wird, kann es oft dauern“, erklärt James Holmes, Sales Director bei WashCo, dem auf gewerbliche Reinigung spezialisierten britischen Dienstleister für Waschlösungen. „Oft muss dann ein Techniker kommen, das Problem analysieren, eventuell Ersatzteile bestellen und die Maschine reparieren.“

Zu den Kunden von WashCo gehören Pflegeheime und Krankenhäuser, aber auch Hotels, Wellness-Hotels sowie Fußballvereine.

„Wir können die Maschinen jetzt interaktiv aus der Ferne überwachen und eventuell auftauchende Probleme analysieren – das reduziert Ausfallzeiten. Gerade in Pflegeheimen ist die hygienische Wäscherei ein wichtiges Thema, die Kunden erhalten jetzt nötige Statistiken ohne Hilfe von außen.“

„Die meisten Reparaturen können per Fernwartung durchgeführt werden“, sagt Odink. „Und wir können das Nutzerverhalten unserer Kunden gemeinsam mit ihnen optimieren.“

Mit allen Wassern gewaschen

Anbieter von gewerblichen Wäschereilösungen achten auf Effizienz, Zuverlässigkeit und geringe Ausfallzeiten. **Matthias Odink von Laundry Total und James Holmes von WashCo über die smarten Waschmaschinen von Grandimpianti I.L.E. Von Jim Banks**

Alles unter Kontrolle

Dank Wavy Control, der intuitiven Touchscreen-Oberfläche, lassen sich die Waschmaschinen genauso leicht bedienen wie eine Smartphone-App. Sie passt sich sogar interaktiv an das jeweilige Steuerungsverhalten der Nutzer an. „Die Benutzeroberfläche ist im Vergleich zu denen anderer Marken wirklich einfach in der Handhabung“, so Holmes. „Ähnlich wie ein Tablet. Selbsterklärende, farbcodierte Bedienelemente findet man bei keinem anderen Hersteller in Großbritannien.“

Grandimpianti ist auch in Sachen Wirtschaftlichkeit und Nachhaltigkeit führend. Die Modelle GWH450 und GWH600 – klassische Wäscherei-Maschinen – zeigen Leistung, Zuladung sowie Wasser- und Waschmittelverbrauch an, relevante Daten für eine Effizienz- und Umsatzsteigerung. „Diese Maschinen haben viel Einsparungspotential“, sagt Holmes. „Da in Wäschereien selten qualifizierte Fachkräfte arbeiten, bekommt Remote-Monitoring eine größere Bedeutung. Diese Maschinen sind als erste Modelle mit einem Wasserrückgewinnungssystem ausgestattet – das spart bares Geld, denn erstens muss weniger Wasser erhitzt werden, zweitens sinkt der Wasserverbrauch. Ein weiterer Pluspunkt in Richtung Nachhaltigkeit.“

So hat Grandimpianti I.L.E. den Waschprozess in jeder erdenklichen Art und Weise verbessert. ■

DAS UNTERNEHMEN

grandimpianti
intelligent laundry equipment

1972

Grandimpianti bietet seit nunmehr 50 Jahren Lösungen für die Textilpflege an

2013

Ausgezeichnet mit dem Green Excellence Award und dem Red Dot Design Award 2013

2016

Einführung von Wavy-Control und IoT bei Waschmaschinen, weitere Auszeichnung mit dem Red Dot Design Award 2017

grandimpianti.com



06

Aliworld

Electro Freeze Qualität garantiert

Im Lagomarcino's in Moline, Illinois, USA, fühlt man sich sofort in die Vergangenheit zurückversetzt. Nicht ohne Grund – die Familie Lagomarcino hat ihre erste Eismaschine von Electro Freeze im Jahr 1965 gekauft. Nach 30 Jahren im Einsatz wurde sie vor acht Jahren von einem neuen Modell abgelöst. „Die Qualität dieser Geräte ist fantastisch und der Service von Electro Freeze unübertroffen“, sagt Lagomarcino Jr., Miteigentümer der Eisdiele. „Ich feiere diese Maschine jeden Tag, sie ist einfach gut.“

Das Rührwerk und der Eisportionierer der B24 von Electro Freeze sorgen für exakte Portionierung der einzelnen Geschmacksrichtungen. Durch schonendes und gleichmäßiges Rühren wird Qualität und Konsistenz der Eiscreme während der Zubereitung noch feiner.

„Toms Vater war ein Electro-Freeze-Nutzer aus Überzeugung. Die hat er an seine Kinder weitergegeben“, sagt John Sacco, Director of Administration bei Electro Freeze.

electrofreeze.com



Baron

Über die Kunst, eine Küche gut einzurichten

„Technische Lösungen und Können gehen Hand in Hand mit Kunstfertigkeit und den richtigen Zutaten – von der Konzeption bis zur Umsetzung“, sagt Simone Breda, Chefkoch des Sterne-Restaurants Sedicesimo Secolo in Brescia, Italien. „Als Chefkoch muss ich immer wissen, was gerade passiert. Ich muss über die Garzeiten, die Garmethoden, die Temperaturen und die genauen Ruhezeiten der Speisen informiert sein. Kochen ist wie Musik.“

Breda spielt diese Musik jeden Tag, in seiner Küche. Und er sorgt dafür, dass „nicht nur mein Küchenteam sie hört, sondern vor allem unsere Gäste.“ Sein Instrument: die Queen Kitchen von Baron, eine gelungene Kombination aus Design und Funktionalität, entwickelt für anspruchsvolle Köche mit Liebe zum Detail. Eine Küchenlösung, die Leistungsfähigkeit, Bedienerfreundlichkeit, Schnelligkeit und Zuverlässigkeit garantiert.

baronprofessional.com



Oben: Baron garantiert Leistungsfähigkeit. Unten: ADS hat eine lange Geschichte

FOOD GENIUS ACADEMY



Friulinox Kitchen Masters In Kontakt bleiben

Während die Corona-Pandemie fast allen Gastronomen massive Probleme bereitet hat, gelang es einigen wenigen Visionären, mit neuen Geschäftsmodellen aus der Not eine Tugend zu machen.

Deshalb hat Friulinox in Zusammenarbeit mit der Food Genius Academy in Mailand die Kitchen Masters ins Leben gerufen – Webinare, die sich mit neuen Formen des Caterings beschäftigen. „Seit Beginn der Pandemie haben wir überlegt, wie wir nahe am Kunden bleiben können“, sagt Simone Froli, Managing Director von Friulinox. „Das Internet

ist ein gutes Medium, um unsere Kunden zu erreichen und ihnen die Vorzüge neuer Kühltechnologien bei der Vorbereitung und Lagerung von Speisen zu zeigen. Die Lösungen von Friulinox unterstützen sie bei der Vermeidung von Lebensmittelabfällen, der Steigerung von Qualität und Effizienz und der Verkürzung von Zubereitungszeiten.“

friulinox.com



profitieren. „Durch langjährige Zusammenarbeit mit seinen Vertriebspartnern und der Foodservice-Branche kann ADS auf große Erfahrung und ein umfangreiches Netzwerk zurückgreifen“, sagt Berti.

americandish.com

American Dish Service (ADS)

ADS – seine Stärken sind sein Erfolg

„Die Ali Group kann ein großes Portfolio an Herstellern von Spültechnik vorweisen: Bi-Line, Champion, CMA und Moyer Diebel“, sagt Filippo Berti, Chairman und Chief Executive Officer der Ali Group. „American Dish Service (ADS) ist eine großartige Ergänzung für unser Unternehmen. ADS kann auf über 70 Jahre Tätigkeit in der Branche der professionellen Spültechnik zurückblicken. Heute gehören unterschiedliche Produkte zum Sortiment des Unternehmens: Niedrig- und Hochtemperaturspülmaschinen, Spültische und Dosiersysteme.“

Ein gutes Management sowie innovative Produkte zeichnen das Unternehmen aus. Seine Philosophie entspricht den Werten der Ali Group. Der Name ADS „steht für unsere Werte, für Qualität und für unsere Innovationskraft in der Branche“, sagt James Andrews, President von ADS.

Die meisten Bauteile werden von ADS selbst produziert. „So haben wir immer die Kontrolle über die Qualität und den Herstellungsprozess. Das überzeugt auch unsere Kunden“, so Andrews.

Diese Kunden werden auch von dem Anschluss an die Ali Group

Victory Sieg mit Präzision

Der weltweiten Hot-Pot-Kette Hai Di Lao geht Präzision über alles. „Hai Di Lao hat hohe Ansprüche an die Kühltechnik“, erklärt Alvon Wang, Sales Supervisor bei Action Sales Food Service Equipment & Supplies in Irvine, Kalifornien, USA. Hot-Pot, oder Feuertopf, ist eine über 2.000 Jahre alte mongolische Tradition, bei der hauchdünn geschnittene Fleischstreifen in heißer Brühe gegart werden.

„Das Fleisch muss zum Schneiden eine ganz bestimmte Temperatur haben“, sagt ein Sprecher des Unternehmens. 2020 gehörten der Kette 935 Restaurants, 868 davon in China. Die anderen Filialen sind auf der ganzen Welt verteilt, vor allem in Hongkong, Macao und Taiwan und neuerdings vermehrt auch in den USA. Dort suchte das Unternehmen nach einem Hersteller von Kühltechnik, der seinen besonderen Anforderungen gerecht wird.

Es wandte sich an Action Sales, um sich dort beraten zu lassen. „Hai Di Lao wollte Kühlschränke mit Glastüren und Zugang von beiden Seiten sowie Gefrierschränke mit unterschiedlichen Temperaturzonen. Solche Modelle gibt es nur bei Victory“, sagt Wang.

Er sprach mit Harry Carter, Sales Representative von Lundlorio, Vertreter des Herstellers. Er schlug die UltraSpec TM-Serie vor. „Sie ist die perfekte Lösung für die Restaurants von Hai Di Lao. Und die Kundenbetreuung von Victory ist hervorragend“, sagt Carter.

„Hai Di Lao wünschte eine präzise Temperaturregelung – deshalb haben wir die Geräte mit der speziellen FLEXTEMP Funktion ausgestattet“, erklärt Erica J. Motes, Vice President of Sales and Marketing, Ali Group North America – Refrigeration Division. victoryrefrigeration.com





Moffat

In der Christchurch Town Hall steht wieder Kochen auf dem Programm

Nach drei Jahren Renovierung und Sanierung der durch das Erdbeben im Februar 2011 entstandenen Schäden, hat die berühmte Christchurch Town Hall in Neuseeland seit 2019 ihre Pforten wieder geöffnet. Auch in den Küchen der Town Hall geht der Vorhang jetzt wieder hoch. Im Rahmen der Renovierung sollten weitere gastronomische Bereiche sowie die Modernisierung der Bar und andere Erweiterungen erfolgen. Das Projekt geriet zunächst ins Stocken, da ein Teil des Stadtrats aufgrund des Ausmaßes der Schäden für einen kompletten Abriss plädierte.

Die Town Hall von Christchurch ist Zentrum für unterschiedliche Veranstaltungen, wie Konferenzen, Versammlungen, Ausstellungen, Vorträge, Theater und Konzerte. Derart wandelbare und vielseitige Räumlichkeiten erfordern ein ebenfalls hohes Maß an Flexibilität und Anpassungsfähigkeit von

den Küchen der Town Hall. Selbige sind gut ausgestattet: mit Fritteusen, Sechs-Flammen-Kochfeldern, Griddleplatten und Kippbratpfannen von Waldorf, einer Marke von Moffat.

„In der Küche passt alles nahtlos ineinander“, sagt Küchenchef Daniel Shanks. Er weiß, wie wichtig die richtigen Geräte für Bedienerfreundlichkeit, Einhaltung der Lebensmittelsicherheitsstandards und die Zubereitung von qualitativ hochwertigen Speisen sind. „Man muss richtig rechnen können und beim Kochen absolut genau vorgehen, vor allem, wenn große Events stattfinden. Was wir brauchen, sind eine konstante Belüftung und exakte Temperaturen – mit dem neuen Equipment kein Problem.“

moffat.com



Das Equipment von Moffat sorgt für konstante Belüftung und exakte Temperaturen in der Küche der Christchurch Town Hall



Olis Moderne Eleganz, hohe Leistung

Das Athens Capital Center Hotel - MGallery Collection ist ein stilvolles Boutique-Hotel für unvergessliche Aufenthalte im Herzen von Athen. Eine Oase moderner, schlichter Eleganz inmitten einer der ältesten Städte der Welt.

Dank der langjährigen Partnerschaft von Olis und Xenex wurde mit der Küche ein prestigeträchtiges Projekt realisiert – eine offene Show-Küche, ausgestattet mit der Linie Diamante 90 von Olis, die den Gästen einen Blick auf die Zubereitung köstlicher Speisen mit mediterranen Wurzeln erlaubt.

Zeit und die Ergonomie der Küchentechnik sind die wichtigsten Faktoren, um sich bei der Zubereitung von Speisen auf das Wesentliche konzentrieren zu können, vor allem in einer offenen Küche, in der jeder Handgriff sitzen muss.

Hohe Leistungsfähigkeit in Kombination mit dem besonderen Design der Diamante von Olis ist die beste Voraussetzung für eine gelungene Show.

olis.it



Die Diamante von Olis verbindet hohe Leistungsfähigkeit mit Eleganz



Aladdin Temp-Rite Einrichtung eines neuen Gesundheitszentrums während Corona

Während der Pandemie ordnete die Regierung des Bundesstaates Louisiana an, dass die Gesundheitseinrichtungen ihre Kapazitäten erhöhen sollen, um eine Versorgung aller Corona-Patienten gewährleisten zu können. Im März 2020 gab das Ochsner LSU Health Center in Shreveport bekannt, dass es durch den Umbau des St. Mary Medical Center (SMMC), das bis dahin als Kreißsaal sowie Neugeborenen- und pädiatrische Intensivstation genutzt wurde, die Zahl seiner Intensivbetten erhöhen konnte.

Der Zeitplan war knapp bemessen, der Aufbau einer Patientenversorgung extrem wichtig. Da es im SMMC weder eine Großküche noch ein Catering-Konzept gab, wurden die Speisen im Academic Medical Center des Ochsner LSU Health zubereitet und per LKW angeliefert.

Eric Lyons von ABM Healthcare, der Caterer des Krankenhauses, wandte sich wegen der Transportlogistik an Aladdin. Michael Hills, North American AMS Manager bei Aladdin schlug zum Warmhalten der Speisen während des Transports das Aladdin Convect-Rite® Select-Systems vor. Die Wagen sind leicht,

aber robust, und da keine Elektronik verbaut ist, sind sie leicht zu reinigen und zu desinfizieren.

Für die aktive Wärme- und Kälteerzeugung werden die Wagen mit der Aladdin Convect-Rite 3 INSIGHT® Docking-Station kombiniert. Die Wagen sind vollständig isoliert und eignen sich für den Transport von heißen und kalten Produkten. Die patentierte Luftstromtechnologie trägt zur Aufrechterhaltung der richtigen Temperatur bei.

Dank der schnellen Lieferung hatte das Team des SMMC genügend Zeit, die Einheiten entsprechend ihren Anforderungen zu konfigurieren. Das Equipment wurde von den Inspektoren zugelassen und war rechtzeitig zur Einlieferung der ersten Patienten einsatzbereit. „Es freut uns, dass wir Ochsner LSU Health bei der Versorgung von Patienten unterstützen dürfen“, sagt Nate Jackson, President von Aladdin Temp-Rite. „Wir werden auch in Zukunft dabei sein, wenn es darum geht, Menschen in einem schlechten Gesundheitszustand helfen zu können.“

aladdintemprite.com

Unsere Unternehmen



KOCHTECHNIK

ALPHATECH

Amana
Commercial
MENUMASTER
Commercial
XpressChef

ambach



baron

eloma



Falcon

LAINOX

MARENO

metos

MOFFAT



Since 1857

em
YOUR PIZZA HUB

OLIS

we innovate cooking

ROSINOX
Grandes Cocinas

SILKO
WEIL BÖHME



BÄCKEREI & KONDITOREI

Belshaw
Adamatic

BERTRAND
PUMA

BONGARD
Always by your side

XCFI

ESMACH

MONO

PAVAILLER



SPEISENVERTEILUNG,
VORBEREITUNG &
AUFBEWAHRUNG

Aladdin Temp-Rite
Dental by Degree

AUREA
advanced food preparation equipment

burlodge
TOGETHER, WE WORK

Eclund
Where Inspiration Meets Innovation

Krefft

METRO
We put space to work.

Stierlen

temp-rite



KÜHLTECHNIK

BEVERAGE-AIR

FRIGINOX
LE FROID PROFESSIONNEL

Friulinox
REFRIGERATION EXCELLENCE

hiber
THE FUTURE OF CHILLING

POLARIS
BEHIND THE FRESHNESS

TECNOMAC
our technology, your taste

VICTORY

williams



SPÜLTECHNIK &
ABFALLSYSTEME

AD
American Dish Service
Manufacturers of Ware Washing Facilities

Champion

CMA

COMENDA

DIHR

grandimpianti
intelligent laundry equipment

HONVED
PEOPLE · PASSION · INNOVATION

KROMO
EXCELLENCE IN DISHWASHING

MOYER
DIEBEL

NORDIEN-SYSTEM

RENDISK

WASHTECH

Wexiödisk



SPEISEEISHERSTELLUNG &
KALTGETRÄNKE-
AUSSCHANK

BGI
CONTINUOUS
ICEBERG
SERVICES

CARPIGANI

Electro Freeze

GBG

ICETEAM
1927
BiB

ICETEAM
1927
callabriga

ICETEAM
1927
COLOBUTE

ICETEAM
1927
OH

ICETEAM
1927
PROMAG

Sencotel



KÜHLEIS

BAR LINE
ICE - MACHINES

ICEMATIC
BE COLD WITH STYLE

Ice-O-Matic
Ice. Pure and Simple

KOLD-DRAFT

Scotsman

SIMAG



KAFFEEMASCHINEN

EGRO

PROMAC
Espresso coffee machines

RANCILIO
Coffeeing the World

RANCILIO
SPECIALTY



BERATUNG &
PLANUNG,
VERTRIEB & SERVICE

Ali
GROUP
意亚立智饮设备(上海)有限公司
CHINA

ALICOMENDA

Ali CONTRACT

GRANDIMPIANTI
ENGINEERING & CONTRACTING

metos
marine

metos
Kitchen Intelligence

MILLER'S VANGUARD

SERVICELINE
Catering & Refrigeration Est. 1989

Ihre Partner Weltweit

Ali Group Hauptsitz

Via Gobetti, 2a | Villa Fiorita
20063 Cernusco sul Naviglio
Mailand | Italien
Telefon +39 02 921991
italy@aligroup.com

Ali Group Frankreich

17-19 Avenue Gaston Monmousseau
93240 Stains
Frankreich
Telefon +33 1 48216325
france@aligroup.com

Ali Group Russland

Skladochnaja Str. 1 St. 18 | Off. 205
127018 Moskau
Russland
Telefon +74 955 803360
russia@aligroup.com

Ali Group Afrika & Mittlerer Osten

Unit 607, Building 1B
Dubai Design District
Dubai, UAE
Telefon +971 4510 8200
middleeast@aligroup.com

Ali Group Hongkong

Unit C, 12/F. | Roxy Industrial Centre
58-66 Tai Lin Pai Road
Kwai Chung, N.T. | Hongkong
Telefon: +86 852 2407 5422
hongkong@aligroup.com

Ali Group Singapur

140 Paya Lebar Road
#08-09 AZ @ Paya Lebar
Singapur 409015
Telefon +65 6738 5393
singapore@aligroup.com

Ali Group Australien

740 Springvale Road | Mulgrave
Melbourne Vic. 3170
Australien
Telefon +61 3 95183888
australia@aligroup.com

Ali Group Japan

Toei Mishuku Building
5F 1-13-1 Mishuku | Setagaya-ku
1540005 Tokyo, Japan
Telefon +81 3 5779 8850
japan@aligroup.com

Ali Group Südafrika

P.O. Box 30072 Jetpark 1467
Unit 4 Lakeview Business Park
8-10 Yaldwyn Road | Jetpark | Boksburg, RSA
Telefon + 27 10 590 0609 / + 27 11 053 5000
southafrica@aligroup.com

Ali Group China

MTR Cloud Center, 3rd Floor, Suite A
619 Caoyang Road Putuo District
Shanghai 200063 | China
Telefon +86 21 6285 5858
china@aligroup.com

Ali Group Kanada

2674 North Service Rd.
Jordan Station | Ontario
LOR 1S0 Kanada
Telefon +1 905-562-4195
canada@aligroup.com

Ali Group UK

Bryggen Road | North Lynn Industrial Estate
Kings Lynn, Norfolk
PE30 2HZ | Großbritannien
Telefon +44 1553 817 000
uk@aligroup.com

Ali Group Deutschland

Lochfeldstraße 30
D-76437 Rastatt
Deutschland
Telefon +49 7222 90470
germany@aligroup.com

Ali Group Neuseeland

45 Illinois Drive
Izone Business Hub | Rolleston, 7675
Neuseeland
Telefon +64 3 9836600
newzealand@aligroup.com

Ali Group USA

101 Corporate Woods Parkway
Vernon Hills, IL 60061, USA
Telefon +1 847-215-6565
usa@aligroup.com



An die 700 Gäste können in den fünf gastronomischen Angeboten des Mama Roma speisen. Die Ausstattung wurde vom Ali Group Unternehmen Grandimpianti geplant



CHEFREDAKTION

Anna Lisa Scarano

REDAKTIONELLE BERATUNG UND DESIGN

Progressive Content
London, UK
progressivecontent.com

AUTOREN

Jim Banks, Elke Baumstark,
Elly Earls, Christina Jacob,
Michael Jones, Juliet Martin,
Tina Nielsen, Jacquetta
Picton, Shannon Yang

FOTOS

Tuula Balten, Sonja Bell,
foodlab Hamburg,
HIG Netherlands,
Will Ireland, Javi Miqueleiz,
Nobu Hotel London Portman
Square, Lorenzo Pesce,
Claudio Sforza

DRUCK

Buxton Press, UK

REDAKTIONSANSCHRIFT

Ali Group
Via Gobetti, 2 - Villa Fiorita
20063 Cernusco sul Naviglio
(Milan) - Italy
Phone: + 39 02 921991
www.aligroup.com



WELTWEIT FÜHREND

Die Ali Group wurde vor 59 Jahren in Italien gegründet und ist mit dem größten und umfangreichsten Produktsortiment globaler Marktführer in Großküchentechnik und Foodservice-Equipment. Viele Unternehmen der Ali Group bringen eine langjährige Tradition und über 100 Jahre Erfahrung mit. Sie gehören zu den meistgeschätzten Marken ihrer Branche.

Die Unternehmen des Konzerns entwickeln, produzieren und vertreiben eine große Bandbreite an Großküchentechnik und bieten die entsprechenden Serviceleistungen dazu an. Mit 60 Produktionsstätten, über 10.000 Mitarbeitern in 30 Ländern und 81 Marken präsentiert die Ali Group das vielseitigste Produktportfolio der Branche und ist in allen Bereichen der Gastronomie, des Caterings und der Gemeinschaftsverpflegung vertreten.

aligroup.com