

# ALI WORLD

DEUTSCHLAND

DAS MAGAZIN DER ALI GROUP

NUMMER 7 | MÄRZ 2019

**BROT UND SPIELE  
MOFFAT IST IM TEAM  
DES OPTUS STADIUM  
IN PERTH, AUSTRALIEN**

**HEISSES BLEIBT HEISS  
UND KALTES BLEIBT KALT**  
STIERLEN SORGT IN ZWEI HÄUSERN  
DER MÜNCHEN KLINIK  
FÜR WOHLTEMPERIERTE MAHLZEITEN

**PARADISE CITY ZIEHT DAS GROSSE LOS**  
DAS CASINO-LUXUSRESORT IN SÜDKOREA  
SETZT ALLES AUF AMBACH

**ali**  
GROUP



# HERZLICH WILLKOMMEN



Ich möchte Sie herzlich zur Lektüre  
der neuen Ausgabe der Aliworld einladen

**S**ie kennen das sicher: Jeder von uns wird in seinem Arbeitsalltag mit dem ein oder anderen Problem konfrontiert oder muss schwierige Aufgaben lösen. Doch im Moment scheint eine ganze Branche vor neuen Herausforderungen zu stehen. Sei es der Mangel an qualifizierten Mitarbeitern oder das Problem, sie zu halten, seien es steigende Lebensmittelpreise, die die Gewinne drücken. Oder die Digitalisierung mit zahlreichen neuen Bestell- und Lieferoptionen sowie immer kleinere Küchen zugunsten größerer Front-of-the-House-Bereiche – die Gastronomie hat einige Themen zu bewältigen.

Wir von der Ali Group sehen es nach wie vor als unsere Aufgabe an, Sie durch die Entwicklung und Herstellung von Produkten, die den neuen Ansprüchen gerecht werden, zu unterstützen. In dieser Ausgabe der Aliworld werfen wir einen Blick auf die Trends und Herausforderungen der Zukunft. Bewusste Ernährung wird immer wichtiger, die Konsumenten wollen wissen, woher ihre Lebensmittel kommen. Im größten Food-Erlebnispark der Welt

können interessierte Besucher erfahren, wie moderne Technologien traditionelle Produktionsprozesse unterstützen statt sie zu ersetzen.

Wir berichten außerdem über die vielfältigen Gastronomieeinrichtungen – von gehobener Küche bis hin zu preisgünstigen To-Go-Angeboten – im Australischen Optus Stadium. Sie stellen eine neue Qualität von Hospitality in Sportstadien dar. Lesenswert auch die Erfolgsgeschichte eines schwedischen Restaurants und Hotels, das für seine neue nordische Küche aus regionalen frischen Zutaten mit einem Michelin-Stern ausgezeichnet wurde. Und wie die Ali Group ein Luxus-Resort in Südkorea mit insgesamt 20 Küchen ausgestattet hat. Aber lesen Sie selbst, wie die Ali Group ihre Kunden mit individuellen Lösungen für ihr Unternehmen unterstützt.

Zu guter Letzt ist es mir ein besonderes Anliegen, mich für Ihr Interesse und Ihren Besuch der letzten HOST in Mailand zu bedanken. Ich freue mich, Sie auf der HOST 2019 wieder begrüßen zu dürfen.

Wir von der Ali Group wünschen Ihnen alles Gute und viel Erfolg für das Jahr 2019.

**Filippo Berti**

Chief Executive Officer, Ali Group

Das beeindruckende Optus Stadium in Perth, Australien, eröffnete im Januar 2018



# INHALT



12

## VORWORT

### 06 EIN MARKT MIT ZUKUNFTSPOTENZIAL

Die Generation der ‚Babyboomer‘ kommt allmählich in die Jahre: Künftig wird es immer mehr Senioren geben, die versorgt werden müssen. Stierlen Geschäftsführer Richard Kristmann über Herausforderungen und Chancen im deutschen Klinik- und Care-Markt

### 08 SMARTE SPEISENVERTEILUNG

Der Krankenhausverbund München Klinik hat für zwei seiner Häuser insgesamt 200 Shuttlewagen und 100 Dockingstationen des Stierlen Speisenverteilsystems B-Smart erworben. Davon sind bereits 80 Shuttlewagen und 40 Dockingstationen im Klinikum Harlaching im Einsatz. Von Elke Baumstark

## TITELSTORY

### 12 FREISTOSS FÜR DAS LEIBLICHE WOHL

Moffat hat das Equipment für die Kücheninfrastruktur im neuen Optus Stadium, dem drittgrößten Sportstadion Australiens, geliefert. Jim Banks berichtet

## MENSCHEN

### 18 TEAMBUILDING

Herausforderung Unternehmenskultur: Marco Ferroni von Lainox schätzt die Mitarbeiter als entscheidenden Erfolgsfaktor. Von Andrea Tolu



## SUCCESS STORIES

### 24 EIN PARADIES FÜR FEINSCHMECKER

Das Casino Paradise City in Südkorea setzt mit Equipment von Ambach hohe Standards

### 32 GUTE FREUNDE

Warum sich das PM & Vänner für Spültechnik von Wexiödisk entschieden hat

### 38 AUS LIEBE ZUM ESSEN

FICO Eataly World ist mehr als ein Eldorado für Feinschmecker. Andrea Tolu hat mit den Ali Group Unternehmen Carpigiani und Esmach über den größten Food-Erlebnispark der Welt gesprochen

Mit der Rancilio Specialty können Baristas die Wassertemperaturprofile kontrollieren.



24



64

72

### 44 MODERNE MEDIZIN

Um die Patienten mit hochwertigen Mahlzeiten versorgen zu können, lieferte Metos für die Küchen des AZ Zeno Krankenhauses in Knokke, Belgien, spezielle Geräte und Lösungen, wie Sandra Haurant berichtet

### 50 FÜR DIE KLEINSTEN GOURMETS

Im Kinderhaus Aicher Layhweg in Leinfelden-Echterdingen bietet der Buffetwagen Temp-Classic Pro von temp-rite Sicherheit und Bequemlichkeit bei der Zubereitung der Mittagsmahlzeiten. Von Elke Baumstark

## INNOVATIONEN

### 56 EINE NEUE KAFFEESPEZIALITÄT

Mit der Specialty setzt Rancilio völlig neue Maßstäbe im Markt professioneller Kaffeemaschinen

### 62 ZARTER SCHMELZ

Cattabriga, heute Teil des Ali Group Unternehmens Iceteam 1927, ist nach über 90 Jahren nach wie vor führend im Markt

### 64 ERFOLGREICHE PARTNERSCHAFT

Für höchste Produktqualität und Nachhaltigkeit gehen die beiden Partner Eloma und RUNGIS express gemeinsam gern die Extrameile

### 68 INTELLIGENTE NEUGIER

Star-Pâtissier Leonardo Di Carlo verlässt sich in seiner Pâtisserie ganz auf die hohe Qualität und Zuverlässigkeit der Kühltechnik von Hiber



### 72 KÜCHENEXPERTEN

Nach ihrem umfassenden Rebranding steht die Marke Baron für absolut verlässliche, robuste und moderne Großküchentechnik

### 78 BÜHNE FREI

Dank des autarken, mobilen Verkaufsstandes von Belshaw Adamatic können Donuts überall hergestellt werden

## ALI GROUP WELTWEIT

### 80 AUS ALLER WELT

News von Ali Group Unternehmen weltweit

### 84 UNSERE MARKEN

Alle Marken der Ali Group

### 86 KONTAKT

Die Ali Group rund um den Globus





# „Man muss die Chancen ergreifen, die der Markt bietet“

Passende und maßgeschneiderte Systemlösungen rund um die Speisenversorgung zu liefern, ist das Markenzeichen von Stierlen. Geschäftsführer Richard Kristmann über die Perspektiven des Care- und Healthcare-Marktes in Deutschland.

**D**ie Alterspyramide lässt keinen Zweifel daran: Die deutsche Gesellschaft altert. Denn die Generation der so genannten ‚Baby-Boomer‘ kommt allmählich in die Jahre. „Es wird in Zukunft immer mehr alte Menschen geben, die in ein Seniorenwohnheim ziehen, weil sie aus den verschiedensten Gründen nicht mehr von ihrer Familie oder in ihrem eigenen Zuhause versorgt werden können. Deshalb werden sich die Aufnahmekapazitäten der Seniorenheime in den kommenden Jahren zwangsläufig deutlich erhöhen müssen“, sagt Richard Kristmann, seit mehr als 13 Jahren Geschäftsführer von Stierlen und ein genauer Beobachter der Entwicklungen im deutschen Care-Markt.

„Dieser Markt ist ein eminent wichtiger

Wachstumsmarkt, mit enormem Absatzpotenzial für die Produkte von Stierlen“, betont er. „Denn die ‚Babyboomer‘ bringen ins Seniorenheim veränderte Essgewohnheiten und hohe Ansprüche an den Speisenservice mit. In Zukunft wird eine gehobene Versorgung mit Mahlzeiten immer wichtiger.“

Damit geht jedoch einher, dass auch die Anforderungen an Speiserverteilsysteme immer komplexer werden. „Sie müssen kostengünstig für den Betreiber sein, aber gleichzeitig für den Heimbewohner beste Speisenqualität auf hohem Level bieten. Sie sollen eine wirklich optimale Versorgung mit Niveau gewährleisten.“

## POTENZIALE AUSSCHÖPFEN

Ein durch und durch professioneller Speisenservice wird nicht nur im Care-Markt verlangt, sondern auch in den Krankenhäusern und Kliniken. „Zwar wird der Healthcare-Markt in absehbarer Zeit nicht wachsen, weil sich die Zahl der Krankenhäuser und auch der Patientenbetten in Deutschland nicht mehr erhöht“, so der Experte. „Dennoch ist dieser Markt aus meiner Sicht ebenfalls hochinteressant, weil eine Speisenversorgung ohne professionelle Geräte, die den höchsten hygienischen Anforderungen entsprechen, einfach nicht mehr möglich ist.“ Stierlen konzentriert

sich deshalb auch auf diesen Markt: „Wir bündeln unsere Synergien.“

Das Unternehmen sieht sich künftig mit Herausforderungen konfrontiert, die von einem Hersteller von Speiserverteilsystemen immer neue Konzepte verlangen. „Es gibt einfach keine Standardlösung, die sich in allen Einrichtungen und Häusern gleichermaßen einführen ließe.“ Während kleine Einrichtung noch mit den ‚Lösungen von der Stange‘ gut zurechtkommen, verlangen mittlere und große Häuser Speiserverteilsysteme, die perfekt an ihre eigenen Erfordernisse angepasst sind.

„Wir haben uns darauf eingestellt“, so der Geschäftsführer. „Wir beobachten die Anforderungen an unsere Produkte genau. Ich bin sicher, dass wir uns auch in Zukunft behaupten und Marktanteile dazu gewinnen werden, weil wir uns mit einer breiten Produktpalette bedarfsgerecht und zukunftsorientiert aufgestellt haben. Gemeinsam mit unserem Premium-Partner Burlodge und auch mit anderen Markenpartnern aus der Ali Group können wir nicht nur sehr attraktive und nützliche, sondern auch individuell maßgeschneiderte Lösungen anbieten und technisch umsetzen“, führt Kristmann aus.

Um die vielfältigen Aufgaben im Healthcare-Markt zu lösen, wird es in Zukunft weiterhin passive und aktive

Speiserverteilsysteme geben. Dies lässt sich auch an der Studie ablesen, die alle drei Jahre von K&P Consulting gemeinsam mit dem Deutschen Krankenhausinstitut zum Verpflegungsmanagement im Krankenhaus durchgeführt wird. Die Ergebnisse zeigen, dass der größte Teil der Krankenhäuser nach wie vor ein Cook & Serve Produktionssystem nutzt. Demgegenüber hat sich jedoch der Cook & Chill sowie Cook & Freeze Anteil mittlerweile auf insgesamt mehr als 25 % erhöht.

## MIT DER ZEIT GEHEN

Unter anderem zeigt die Untersuchung auch, dass die Versorgung über Zentralküchen immer weiter ausgebaut wird. Kostendruck und gestiegene Hygieneanforderungen durch Vorschriften und Normen zwingen zu neuen Speiserverteillösungen. „Und genau dafür haben wir die richtigen Produkte“, sagt Richard Kristmann, „denn hier nahtlos passende Lösungen zu liefern, gehört auch zu unserem Kerngeschäft.“

Er betont: „Doch bei all dem darf nicht vergessen werden, dass nicht nur wettbewerbsfähige Produkte allein, sondern im Social Media-Zeitalter gerade auch das fundierte Know-how des Stierlen Mitarbeiterteams den entscheidenden Ausschlag für ein Projekt gibt. Der persönliche Kontakt mit dem Kunden ist von ungeheurem Wert und kann gar nicht hoch genug eingeschätzt werden. Und ohne einen exzellenten Pre- und After-Sales-Service, mit einer flächendeckenden und funktionierenden Service-Infrastruktur, geht es künftig überhaupt nicht mehr.“

Der Stierlen Geschäftsführer blickt optimistisch in die Zukunft: „Stierlen ist bestens aufgestellt, um gemeinsam mit den Schwesterunternehmen der Ali Group im Markt zu wachsen. Denn wir können unseren Kunden Mehrwert bieten: Nicht nur mit dem Premium-Produktportfolio an Burlodge Speiserverteil- und Regeneriersystemen, sondern auch mit den High-End Großspülmaschinen von Comenda, den hochmodernen Proveno Kombikochkesseln von Metos, sowie den exklusiven Stierlen Isoliergeschirr-Serien erfüllen wir alle Anforderungen, vor die uns der Kunde stellt.“ Sein Fazit: „Man muss die Chancen ergreifen, die der Markt bietet.“



# Für die Patienten nur das Beste

Die München Klinik hat für zwei ihrer Häuser insgesamt 200 Shuttlewagen und 100 Dockingstationen des zweiteiligen Stierlen B-Smart Systems erworben. In der München Klinik Harlaching sind bereits 80 Shuttlewagen und 40 Dockingstationen im Einsatz. Sie stellen den Dreh- und Angelpunkt für einen hochwertigen, flexiblen Mahlzeitservice dar. Von Elke Baumstark



Die München Klinik Harlaching ist eine von fünf Kliniken unter dem Dach der München Klinik. Das Akademische Lehrkrankenhaus der Ludwig-Maximilians-Universität München gilt als eines der größten Häuser für Maximalversorgung in der bayerischen Metropole. 17 Fachkliniken, neun Tageskliniken sowie Spezialeinrichtungen haben das gemeinsame Ziel, rund 33.000 Patienten und Patientinnen pro Jahr mehr Lebensqualität und Gesundheit zu geben.

**K**ontinuierliche Qualitätsverbesserung hat bei uns Tradition – sie ist Teil unserer Unternehmenskultur“, sagt Dieter Weißenbeck, verantwortlich für den Patientenservice aller fünf Krankenhäuser der München Klinik. Zu diesem Krankenhausverbund der Stadt München gehört auch die München Klinik Harlaching, die ‚Klinik im Park‘. „Eine hochwertige Essensversorgung für unsere Patienten und Patientinnen ist uns sehr wichtig“, betont Manfred Popfinger. Der gelernte Koch und Küchenmeister leitet seit mehr als 15 Jahren die Klinikküche Harlaching. „Wir bieten insgesamt fünf Menüschienen zur Wahl an. Dreimal täglich

werden rund 700 Patienten mit Speisen versorgt, und mittags zusätzlich rund 350 Mitarbeiter – bei den Prozessen muss deshalb alles stimmen, von A bis Z.“

Die ehemalige Cook & Serve-Produktionsküche wurde im Zuge einer Neuausrichtung zur Verteilküche umfunktioniert. Bei den Mittagsmenüs stützt sie sich auf ein zeitentkoppeltes Mischsystem aus vorproduzierten, zugelieferten Menükomponenten im Cook & Chill sowie Cook & Freeze Produktionssystem. Am Wochenende wird ausschließlich Cook & Freeze eingesetzt.

Für den Küchenchef, aber auch für seine Stellvertreterin, Diätküchenleiterin

Heidi Martin, stellt das neue, zweiteilige Burlodge B-Smart Dockingsystem von Stierlen deshalb den zentralen Dreh- und Angelpunkt eines sicheren, reibungslosen und minutiös geplanten logistischen Ablaufs dar.

Seit der Einführung im Herbst 2018 steht dem Küchenteam ein doppelter Wagensatz von insgesamt 80 B-Smart Shuttlewagen sowie 40 Dockingstationen zur Verfügung. Zudem werden in Kürze weitere 120 Shuttlewagen und 60 Dockingstationen des Stierlen B-Smart Systems in der München Klinik Bogenhausen eingesetzt werden, die ebenfalls zum München Klinik-Verbund gehört.



Oben:  
Die Shuttlewagen des zweiteiligen B-Smart Systems sind sehr leicht zu manövrieren und an die Basisstation anzudocken.

Links:  
Im Klinikum Harlaching werden Systemtablets mit ansprechend arrangiertem Porzellan eingesetzt

## WENDIG UND LEICHT ZU BEDIENEN

Nicht nur Abteilungsleiter Dieter Weißenbeck ist mit dem Umluft betriebenen B-Smart Speisenverteilsystem sehr zufrieden. „Wir alle wollen nicht mehr darauf verzichten.“

Denn es ist für das Team leicht und sicher zu bedienen. „Die Wagen für je 24 Tablett sind sehr wendig, und mit einer Höhe von 1,40 m exzellent manövrierbar. Dank der gewichtsreduzierenden Leichtbauweise ist auch bei einer Vollbeladung mit tablettierte Speisen für kleinere Personen keine besonders große Kraftanstrengung nötig, um die Wagen zu bewegen“, erläutert Edwin Stäsche, Systemberater bei Stierlen.





## DREI FRAGEN AN DIETER WEISSENBECK, VERANTWORTLICH FÜR DEN PATIENTENSERVICE DER MÜNCHEN KLINIK

### Wie wird das Stierlen B-Smart System eingesetzt?

Insgesamt werden wir in zwei Häusern der München Klinik 200 B-Smart Shuttlewagen und 100 Dockingstationen von Stierlen einsetzen. Als nächster Standort geht demnächst die München Klinik Bogenhausen mit 120 B-Smart Shuttlewagen und 60 Dockingstationen ans Netz. Stierlen wird dort eine für das Haus maßgeschneiderte Lösung liefern: Die Spur der Rollen sowie die Chassis-Abmessung jedes Shuttlewagens müssen millimetergenau passen, um eine Lichtschranke für den automatischen Transport auszulösen.

### Wie kam es zur Entscheidung für dieses Speisenregenerier- und -verteilsystem?

Für die Verteilküchen Harlaching und Bogenhausen hatten wir im Rahmen einer Ausschreibung zunächst eine andere Regeneriertechnologie im Auge. Später haben wir mehrere Anbieter gleichzeitig zu einem Systemvergleich eingeladen. Das B-Smart Umluft System von Stierlen hat mit sehr gleichmäßigen Regeneriierungsergebnissen überzeugt, ohne Kondenswasserbildung und ohne eingebraunte Saucen. Auch die technische Ausführung ist bis ins Detail hochwertig und durchdacht.

### Wie unterstützt Sie Stierlen?

Stierlen hat uns von Anfang an umfassend beraten und intensiv begleitet. Das Küchenteam wurde im Umgang mit der neuen Technik geschult. Mit Hilfe von Testmenüs aus unserem Speiseplan wurden die Zyklen so konfiguriert und optimiert, dass wir mühelos alle Cook & Chill- oder Cook & Freeze-Produkte sowie auch die Abendmahlzeiten HACCP-gerecht regenerieren können. B-Smart ist auch in Bezug auf die Tablettgrößen sehr flexibel.



Links oben:  
Küchenchef Manfred Popfinger  
und seine Stellvertreterin,  
Diätküchenleiterin Heidi Martin

Rechts:  
Die B-Smart Shuttlewagen können  
für den Transport mit Hilfe einer  
Deichselkupplung verbunden  
werden



„Seit der Umstellung auf das Stierlen System ist die Einhaltung der HACCP-Vorgaben einfacher geworden, B-Smart ist auch unter Hygiene-Gesichtspunkten absolut sicher“



Auch das Andocken der kompakten Shuttlewagen an die Regenerierstationen funktioniert mit Hilfe einer Punktprägung auf dem Wagendach und mittels magnetischer Fixierung ‚wie am Schnürchen‘. „Nach dem Andocken wird am seitlichen Display der Basisstation eines der drei Umluft-Regeneriierungsprogramme per Timer gestartet. Die Zyklen sind für die Cook & Chill- bzw. Cook & Freeze-Endgarung sowie die Abendversorgung optimiert“, so Edwin Stäsche weiter.

Insgesamt stehen in acht Reihen jeweils fünf Dockingstationen für die Shuttlewagen bereit. Nach Zyklusende erfolgt der Transport zu den 38 Stationen per Elektro-Zugwagen im Wagenverbund in unterirdischen Verbindungstunnels.

„Vor der Entscheidung für das zweiteilige B-Smart Dockingsystem haben wir viele Kriterien geprüft“, führt Dieter Weissenbeck aus. So sind beispielsweise für Küchenchef Manfred Popfinger vor allem die verlässlich arbeitenden Regenerierzyklen entscheidend, die ein schonendes Garen aller Speisen mit gleichbleibend hoher Ergebnisqualität gewährleisten. Auch die hochisolierte Bauweise der Shuttlewagen, die sowohl im farbcodierten Heiß- als auch Kaltabteil die vorgeschriebenen Temperaturen ohne Energiezufuhr über einen langen Zeitraum halten können, überzeugt jeden Tag aufs Neue.

„Seit der Umstellung von einem aktiven Induktionswärme-System mit

Crash-Eis Kühlung auf das neue Stierlen System ist die Einhaltung der HACCP-Vorgaben einfacher geworden.“ Denn alle Parameter werden von der B-Wise HACCP Überwachung in der Steuerung genau dokumentiert, B-Smart ist auch unter Hygiene-Gesichtspunkten absolut sicher.

„Zudem bietet es jede Menge praktische und ergonomische Ausstattungsdetails, die zu einer spürbaren Arbeitserleichterung für das gesamte Team geführt haben.“ Dies bestätigt auch die Diätküchenleiterin und stellvertretende Küchenleiterin Heidi Martin: „Vorher mussten Suppen und bestimmte Sonderkostformen auf den Stationen angerührt werden. Jetzt kann dank der Shuttlewagen alles in der Küche

fix und fertig vorbereitet und auf die Stationen geliefert werden.“ Ihr Fazit: „Eine Entlastung, auch für das Pflegepersonal.“

Für Dieter Weissenbeck zählt darüber hinaus zu den wichtigsten Pluspunkten, dass sich B-Smart bei systemischen oder prozessbedingten Veränderungen, z. B. in Hinblick auf den geplanten künftigen Umzug der Küche in einen Klinikneubau, sehr anpassungsfähig und flexibel zeigt. „Da die Dockingstationen wenig Platz benötigen, könnten wir künftig sogar auf den Stationen regenerieren – ganz nah am Patienten. Wir wollen den Speisenservice immer weiter optimieren. Im B-Smart System haben wir eine ‚smarte‘ Unterstützung gefunden.“ ■





Das Optus Stadium  
in Perth, Australien,  
hat sowohl Fine Dining  
als auch Fast Food im  
Angebot





Moffat hat das Equipment für die Kücheninfrastruktur im neuen Optus Stadium, dem drittgrößten Sportstadion Australiens, geliefert.

Sportsfreunde können neben dem spannenden Spiel auch Kulinarisches genießen, von Fine Dining bis hin zu Fast-Food. Von Jim Banks

**D**er sportbegeisterte Kontinent Australien freut sich seit Januar 2018 über ein neues Stadion. Der Standort Burswood, ein Vorort von Perth, kann auf seine sportliche Vergangenheit stolz sein: Hier entstand 1895 der erste Golfplatz Westaustraliens, mit einer einfachen Lehmhütte als Clubhaus.

Heute erhebt sich auf diesem Gelände an den Ufern des Swan River das Optus Stadium, das drittgrößte Stadion des Landes, mit einer Fassade aus schimmerndem bronzefarbenem Metall. Ein modernes LED-Beleuchtungssystem verwandelt sie nachts in einen spektakulären Leuchtkörper, projiziert faszinierende Lightshows auf die Überdachung oder illuminiert das Stadion an einem Spieltag in den Vereinsfarben.

Der einzigartige Gebäudekomplex ist ein bedeutendes Architekturprojekt für die Stadt, umgeben von einem 30 Hektar großen Stadionpark liegt er mitten in der malerischen Bucht von Perth.

„Dies war das bislang größte und außergewöhnlichste Projekt, an dem ich mitarbeiten durfte“, erzählt Michael Lillico, General Manager Sales und Marketing von Moffat. Das Unternehmen hat sämtliche Gastronomiebetriebe im Stadion mit entsprechender Großküchentechnik ausgestattet. „Die Atmosphäre im

„Moffat ist ein großartiger Partner, der die wachsenden Anforderungen des Marktes in ständigen Produktinnovationen umsetzt“

Stadion ist wirklich großartig. Als Veranstaltungsort sportlicher Wettkämpfe und kultureller Events bietet die Mehrzweck-Sportstätte den Zuschauern ein erstklassiges Erlebnis.“

Moffat hat bereits die Gastronomie der Olympischen Spiele in London und Sydney ausgestattet. Das Optus Stadium bietet Platz für 60.000 Zuschauer und ist Heimatstadion der beiden Teams der Australian Football League (AFL), des Fremantle Football Club und der West Coast Eagles. Außerdem finden hier Fußball- und Cricket-Wettkämpfe sowie zahlreiche andere Sportveranstaltungen statt, ebenso wie kulturelle Events und Konzerte.

#### DAS MACHT APPETIT AUF DAS SPIEL

Bei einem Stadion dieser Größenordnung – bei Konzerten kann die Kapazität sogar auf bis zu 70.000 Besucher erweitert werden – stand bei der Planung vor allem das leibliche Wohl der Besucher im Vordergrund. Über 50 Gastronomiebetriebe, von gehobener Küche bis hin zum einfachen Imbiss, versorgen die Zuschauer mit Speisen und Getränken.

Vom sogenannten ‚Locker Room‘ aus können die Fans ihre Spieler direkt beim Aufwärmtraining beobachten, in den ‚River View Rooms‘ dagegen die spektakuläre Aussicht auf den Swan River und die Skyline der nahegelegenen Stadt genießen. Alternativ können die Zuschauer auch eines der à la carte- und Buffetrestaurants sowie die über das ganze Stadion verteilten Snackbars besuchen – hungrig bleibt hier niemand.

Beinahe alle Gastronomiebereiche werden von lokalen Unternehmen betrieben. Das Angebot ist breit gefächert – vom Fast-Food-Restaurant bis hin zum exklusiven ‚Mrs. Mac’s Dardanup Evertender Steak Pie‘ ist für jeden

BEI FUSSBALLSPIELEN FINDEN 60.000 BESUCHER IM STADION PLATZ



GRÖSSE DES SPIELFELDS: 165M X 130M



50 GASTRONOMIEEINRICHTUNGEN



KAPAZITÄT BEI RUGBY-WETTKÄMPFEN: 65.000 BESUCHER



DREI JAHRE BAUZEIT



KAPAZITÄT BEI KONZERTEN: 70.000 BESUCHER



ÜBER 18.000 M<sup>2</sup> RASENFLÄCHE





## TURBOFAN ÖFEN VON MOFFAT



## SPÜLMASCHINEN VON WEXIÖDISK



## KOCHKESSEL VON METOS



## WALDORF 800 VON MOFFAT



## SPÜLMASCHINEN VON WASHTECH



„Der Kunde kann sich  
darauf verlassen,  
von Moffat höchste  
Qualität zu bekommen“

Geschmack und Geldbeutel etwas dabei.

„Für die zahlreichen Grab-and-Go-Restaurants mussten zusätzliche Räumlichkeiten zur Vorbereitung, Regenerierung und Warmhaltung eingeplant werden“, sagt Lillico.

„In dem riesigen Gebäude findet man im Umkreis von vierzig Metern immer einen Imbiss oder ein Restaurant. Für die schwerer zugänglichen Bereiche mussten wir gemeinsam mit den Fachplanern neben der Standardausstattung auch maßgeschneiderte Lösungen finden.“

Moffat hat alle wichtigen Komponenten für die Stadionküchen geliefert: Öfen, Warmhalteschränke, Korbtransportmaschinen und professionelle Geschirrspülgeräte.

„Priorität für uns hatte die durchdachte Kombination aus Effizienz und Kapazität auf kleiner Stellfläche. Dabei spielen viele Faktoren eine Rolle: Wie können wir das Equipment platzsparend einbauen, sind die Steuerungselemente der Geräte auch entsprechend integriert? In einem Gebäude wie diesem hat die Kapazität an Sitzplätzen absoluten Vorrang, das heißt, das Raumangebot für die Gastronomie ist begrenzt. Deshalb haben wir mit Equipment in modularer Bauweise gearbeitet. Unser Turbofan-Konvektionsbackofen ist beispielsweise so konzipiert, dass sich darunter noch ein Warmhalteschrank platzieren lässt, um die Arbeitsabläufe zu erleichtern“, erklärt Lillico.

### EFFIZIENZ DURCH INNOVATION

Die Konvektionsbacköfen der Moffat Turbofan-Serie zeichnen sich vor allem durch Leistung und Langlebigkeit aus. Die neuen Modelle der Serie knüpfen daran an, haben sich aber hinsichtlich Funktionalität und platzsparender Stellfläche noch um einiges gesteigert. Zusammen mit den passenden Gär- und Warmhalteschränken

benötigen die Backöfen der P-Serie, erhältlich im Doppelstocksatz, noch weniger Platz bei gleichzeitig noch größerer Kapazität. Je nach Kundenwunsch können die Türanschlüsse links- oder rechtsseitig geliefert werden.

In den zahlreichen Bars des Stadions wird das Gläserspülen dank der gewerblichen Geschirrspülmaschinen der Washtech-Serie zum Kinderspiel. Sie sind einfach in der Bedienung und sorgen mit ihrem einzigartigen kupferbeschichteten Spülraum selbst bei härtestem Wasser für makellose Spülergebnisse.

Mit der Konzeption und detailgenauen Ausführung der Gastronomieanlagen für das gesamte Stadion wurde die Firma Mike Driscoll & Associates (MDA) beauftragt. Das Beratungsunternehmen hat sich mit der Realisierung großer Projekte wie beispielsweise den Commonwealth Games im Londoner Wembley Stadion, dem Royal Ascot Pferderennen in Berkshire sowie der Planung für das Carrara Sports Stadium an der Gold Coast in Australien einen Namen gemacht.

„Moffat ist in jeder Hinsicht ein großartiger Partner. Der Hersteller von Großküchentechnik liefert erstklassige Produkte, einen ausgezeichneten Kundendienst und setzt die wachsenden Anforderungen des Marktes in ständigen Produktinnovationen um“, sagt Mike Driscoll, Foodservice-Consultant und Principal von MDA.

„Die Innovationskraft von Moffat ist unübertroffen: Das Unternehmen hat den Turbofan der neuesten Generation mit vielen weiteren Funktionen ausgestattet. Der Kunde kann sich darauf verlassen, mit Equipment von Moffat höchste Qualität, geeignet für nahezu jede Anwendung, sowie bestmöglichen Service zu bekommen“, fügt er hinzu.

Die Zusammenarbeit von Moffat mit MDA und Caterlink, den Verantwortlichen für die Koordination, die Zeitplanung und die komplette Durchführung des Projekts, hat hervorragend funktioniert.

Alle Partner haben innerhalb von nur sechs Monaten die äußerst komplexe Aufgabe bewältigt, die Gastronomiebetriebe im Optus Stadium mit modernstem Equipment auszustatten. Das Ergebnis ihrer harten Arbeit kann sich auf jeden Fall sehen lassen. ■

## VON MOFFAT GELIEFERTES EQUIPMENT

● **Waldorf 800** ist eine äußerst strapazierfähige und leistungsstarke Küchenserie. Durch ihre modulare Bauweise bietet sie zahlreiche Kombinationsmöglichkeiten, besticht mit ihrem klaren Design und modernster Technologie. Für nahtlose Arbeitsbereiche in der Küche.

● **Turbofan**-Konvektionsbacköfen sind geeignet für nahezu jede Anwendung, zudem extrem leistungsfähig und vielseitig. Mit ihrer geringen Stellfläche und der Option, die Backöfen der P-Serie mit entsprechenden Gär- und Warmhalteschränken zu ergänzen, sparen sie viel Platz bei gleichzeitig höherer Kapazität.

● **FastFri** Gas-Fritteusen mit einer Kapazität von 18 Litern überzeugen durch Leistungsstärke, Langlebigkeit und Effizienz – sie sind unerlässlich in jeder Profiküche.

● **Washtech** Geschirrspülmaschinen sind leistungstark, energieeffizient und liefern konstant gute Ergebnisse. Sie sind einfach in der Handhabung, wartungsfreundlich und auch unter den härtesten Bedingungen einer Großküche äußerst robust.

● **Metos** Combi-Kochkessel mit hochwirksam isoliertem doppelwandigem Mantel gibt es in verschiedenen Ausführungen. Sie stehen für ein Höchstmaß an Produktivität für die anspruchsvollsten Aufgaben in Großküchen, sei es in Einrichtungen des Care-Bereichs, in Betriebsrestaurants oder Schiffsküchen.

● **Wexiödisk** Geschirrspüllösungen zeichnen sich durch hohe Zuverlässigkeit, niedrige Betriebskosten, einfache Bedienung und hygienisch einwandfreie Spülergebnisse aus, bei gleichzeitig bester Umweltverträglichkeit.

● **Friginox** Schnellkühler mit selbst-regulierender, intelligenter Steuerung bieten qualitativ hochwertige und innovative Lösungen hinsichtlich Hygiene, Sicherheit und Zuverlässigkeit für die stetig wachsenden Ansprüche des Marktes.









Herausforderung  
Firmenkultur:  
**Marco Ferroni** und  
seine Kollegen schätzen  
die Mitarbeiter als  
entscheidenden Faktor  
für den Erfolg eines  
Unternehmens.  
Andrea Tolu berichtet

**B**egriffe wie ‚Werte‘, ‚Teamwork‘ und ‚Veränderung‘ werden in der Unternehmenspraxis gerne überstrapaziert und verkommen dadurch häufig zu leeren Worthülsen. Dabei wird ihre eigentliche Bedeutung übersehen: Sie können die Grundlage dessen bilden, was einen Marktführer von seinen Wettbewerbern unterscheidet. Marco Ferroni, seit 2012 Executive Director von Lainox, war sich dieser Problematik bewusst. Deshalb hat er bei der Umsetzung seines Kultur-Change-Managements diese Begriffe wieder mit Leben gefüllt – und das mit Erfolg, denn das Unternehmen profitierte davon mit neuen Impulsen. Bereits ein Jahr später brachte Lainox mit dem Naboo den ersten cloudfähigen Kombidämpfer auf den Markt. Naboo machte den Hersteller zum ‚Anwendungsunternehmen‘ 2.0. Was Ferroni und seine Teamkollegen



„Mitarbeiter sind  
die wichtigsten  
Unternehmensstützen“

Marco Ferroni



über den Veränderungsprozess erzählen, hört sich an wie aus dem Lehrbuch: Die erfolgreiche Stärkung einer Marke auf dem sich wandelnden Foodservice-Markt, allein durch Fokussierung auf die Mitarbeiter.

‚Die Mitarbeiter als entscheidender Faktor‘ werden nach Ferronis Auffassung stark unterschätzt. Denn letztendlich ist die Belegschaft mitverantwortlich für die Unternehmenserfolge. „Das Team ist die treibende Kraft“, erklärt er. „Ein Unternehmen mit einem mittelmäßigen Produkt, aber guten Mitarbeitern, hat mehr Aussichten auf Erfolg, als eines mit einem hervorragenden Produkt und einem unmotivierten, wenig engagierten Team.“

Mitarbeiter, die sich mit den Zielen eines Unternehmens identifizieren können, zeigen ein größeres Engagement. Bereits bei der Personalauswahl sollte darauf geachtet werden, dass künftige Mitarbeiter in die Grundsätze und Wertvorstellungen



Nach Marco Ferronis  
Auffassung tragen  
die Mitarbeiter  
wesentlich zum  
Unternehmenserfolg bei



„Man kann einer Pflanze  
nicht sagen, dass sie  
wachsen soll. Aber  
man kann optimale  
Bedingungen dafür  
schaffen. Dasselbe gilt  
auch für Mitarbeiter.“

Giancarlo Roig

der Marke integriert werden können. Dafür ist es notwendig, die Werte eines Unternehmens erst einmal zu definieren.

Ferroni hat den Prozess der Werte-definition schon vor einigen Jahren angestoßen. Am Ende standen zehn Begriffe, die die Marke repräsentieren, unter anderem Vertrauen, Ergebnisorientierung, Teamgeist und Transparenz (siehe [www.lainox.it/de/](http://www.lainox.it/de/)).

Dass sich nicht alle in den neuen Leitsätzen wiederfinden, liegt in der Natur des Menschen. „Das ist normal. Diejenigen, die sich nicht mit unseren Werten identifizieren, werden sich über kurz oder lang eine andere Arbeit suchen“, sagt Ferroni.

#### MYTHOS MOTIVIERENDER MANAGER

Die Mitarbeiter sollten in die Ziele des Unternehmens eingebunden werden. Und zwar mit der Formulierung von klaren Teamzielen sowie klaren Individualzielen, um beide Ebenen im Gleichgewicht zu





halten. Bei Lainox hat es sich bewährt, auf Teamplayer zu setzen. „Einzelgänger sind bei uns nicht so gerne gesehen“, sagt Ferroni.

Des Weiteren durch Transparenz: „Jeder tickt anders. Es gibt Mitarbeiter, die unter Druck zur Höchstform auflaufen, andere können bei zu hoher Arbeitsbelastung keine gute Leistung mehr bringen. Damit ein Team möglichst effizient arbeiten kann, sollte man einen klaren, transparenten Kommunikationsstil verfolgen“, erklärt Guido Gritti, Director of Operations und R&D bei Lainox, verantwortlich für 91 Mitarbeiter.

Transparenz hat sich auch auf anderer Ebene bewährt. „Durch meine Tätigkeit bei Lainox wurde mein Arbeitsstil wesentlich professioneller“, sagt Alberto Marzocchi, Sales Director für Lainox Asia. „Der Austausch mit Kollegen spielte dabei eine große Rolle.“

Mitarbeitermotivation sei jedoch nicht Aufgabe des Managers. „Wir sind keine Animatore“, sagt Ferroni, „sondern

wir definieren Ziele und helfen unseren Mitarbeitern dabei, sie zu erreichen.“

Oder, wie es Giancarlo Roig, Export Manager für Lateinamerika, ausdrückt: „Man kann einer Pflanze nicht sagen, dass sie wachsen soll. Aber man kann optimale Bedingungen für ihr Wachstum schaffen. Dasselbe gilt auch für die Entwicklung der Mitarbeiter.“

Optimale Wachstumsbedingungen für Menschen sind, so Roig, klare Zielsetzungen, offene Gespräche, der Austausch von Ideen und Vertrauen in ihre Entscheidungskraft, damit sie an Erfahrung und Selbstbewusstsein gewinnen. „Dass Menschen Fehler machen, ist normal. Aber aus Fehlern lernt man. Wer nicht selber Entscheidungen treffen darf, verliert die Motivation.“

Mitarbeiter sind die wichtigsten Stützen von Unternehmen, sofern sie auch über einen gewissen Freiraum



„Der Austausch mit Kollegen war wichtig für meine Entwicklung“

Alberto Marzocchi



verfügen. „Loyalität und Engagement für ein Unternehmen, das sich dem globalen Wettbewerb stellt, stellen die größte Antriebskraft dar“, so Marzocchi.

**ERFOLGREICHER VERÄNDERUNGSPROZESS**  
Marco Ferroni hat es geschafft, die neuen Unternehmenswerte zu verankern und die Teamarbeit bei Lainox zu optimieren.

„Als ich zu Lainox kam, stand die Belegschaft zwar hinter der Marke, allerdings fehlte das Bewusstsein für die Dynamik der Branche und für die Notwendigkeit, damit Schritt zu halten“, erklärt Ferroni.

Denn auch eine etablierte Marke muss sich immer wieder beweisen und sich neuen Bedingungen auf dem Markt anpassen.

Die Veränderung der Unternehmenskultur ist harte Arbeit, ein ständiger Prozess, der nie beendet ist. Der Teufel liegt im Detail. „Bei der Veränderung der Unternehmenskultur muss man auf hunderte von Kleinigkeiten



Lainox hält Veränderung für notwendig, aber zunächst müssen die Mitarbeiter davon überzeugt werden



„Damit ein Team möglichst effizient arbeiten kann, sollte man einen klaren und transparenten Kommunikationsstil verfolgen“

Guido Gritti

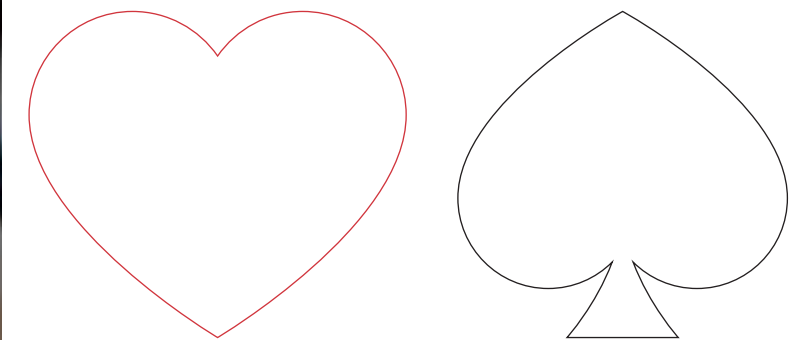
achten – die größte Herausforderung für mich“, sagt Ferroni.

Die Implementierung des neuen Wertesystems im Unternehmensalltag war auch trotz der unkonventionellen Mittel, derer sich Ferroni bedient hat, beispielsweise Meditationsworkshops und andere ganzheitliche Methoden, nicht ganz einfach. Aber mit Ausdauer – übrigens auch einer der neuen Werte – hat er sein Ziel erreicht.

Kleine Erfolge werden jeden Tag sichtbar. „Manchmal zeigen sie sich schon darin, wie jemand eine E-Mail formuliert“, sagt Gritti. Oder darin, wie sich die Qualität des Umgangs miteinander verbessert hat.

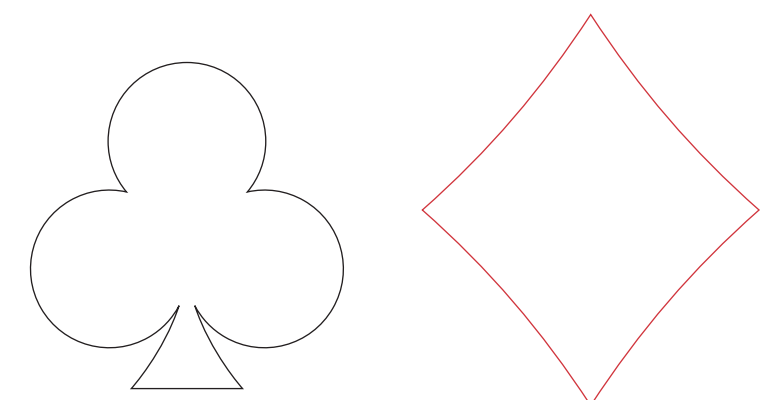
„Die größte Zufriedenheit – die noch größer ist als die Zufriedenheit über mein Produktportfolio – kommt aus dem Vertrauen und dem Wissen, dass ich mich auf meine Mitarbeiter verlassen kann“, sagt Roig. ■





# EIN PARADIES FÜR FEIN-SCHMECKER

Es dauerte zwei Jahre, bis sämtliche Küchen im größten Luxusresort Nordostasiens geplant und fertiggestellt waren. Elly Earls spricht mit den Projektmanagern **Hwang JungHoon** und **Jin Park** über die Bedeutung von Teamarbeit und detailgenauer Planung







Paradise City,  
der gigantische  
Vergnügungs- und  
Erholungskomplex  
in Incheon, Südkorea,  
verspricht seinen  
Besuchern jede Menge

Unterhaltung und Erholung auf  
höchstem Niveau. Neben einem riesigen Casino mit 669  
Spielangeboten, einem Luxushotel mit 711 Zimmern,  
einem großen Spa, einem Kongresszentrum sowie einer  
Shopping-Mall, gibt es über zwanzig gastronomische  
Einrichtungen, von der Sterneküche bis zur Snackbar  
am Pool. Paradise City, eines der größten Hospitality-  
Projekte in dieser Region, wurde vom Tourismus- und  
Gastronomieunternehmen Paradise Group realisiert  
und im April 2017 eröffnet.

In der insgesamt 330.000 Quadratmeter großen  
Anlage können sich die Gäste in zahlreichen Lounges,  
Bars und Clubs kulinarisch verwöhnen lassen. Dazu  
gehören eine Bäckerei, ein Kaffeehaus, ein Ballsaal  
für bis zu 1.800 Gäste sowie mehrere hochklassige  
Restaurants: das „Raku“, ein japanisches Casual Fine  
Dining Restaurant, das „La Scala“ mit exquisiter  
italienischer Küche, das „Imperial Treasure“ – in  
Shanghai und Singapur für seine kantonesische  
Küche mit drei Sternen ausgezeichnet – und das  
internationale Buffetrestaurant „On The Plate“.

#### EIN WICHTIGES PROJEKT FÜR SÜDKOREA

Mit der Planung und dem Einbau der insgesamt 28  
Küchen, zwanzig traditionellen und acht offenen Küchen,  
sowie der zehn Bars und der Betriebsrestaurants wurde  
das koreanische Unternehmen Daeryung Co. Ltd.  
beauftragt. Eine große Verantwortung für Projektleiter  
Hwan JungHoon und seinen Assistenten Jin Park.

„Dieses Projekt ist, was seinen hohen Anspruch  
und seine Komplexität anbelangt, sicher eines  
der herausragenden Projekte in der koreanischen  
Gastronomiebranche. Die Größe stellte auch ganz  
besondere Anforderungen an das Design, das den  
reibungslosen Ablauf von der Küche bis hin zum  
Gastbereich gewährleisten muss“, so JungHoon. Die  
größte Herausforderung war die Showküche des „On  
The Plate“, das Aushängeschild von Paradise City. Hier  
wird einem internationalen Publikum täglich höchste  
Qualität serviert, außerdem wird jedes Gericht just in  
time aus saisonalen Zutaten frisch zubereitet.

„Dadurch, dass die Gäste den Köchen beim Anrichten  
ihrer Speisen über die Schulter schauen können, wird  
das Kochen hier zu einem besonderen Erlebnis – und  
das muss sich natürlich auch im Design der Küche  
widerspiegeln“, erzählt Sous-Chef Lim HeeDo.



Paradise City, das  
gigantische Resort  
in Incheon, Südkorea,  
bietet u.a. ein Casino  
und ein Luxushotel  
mit 711 Zimmern

Zum größten Spielcasino  
in Asien gehören außerdem  
ein Luxus-Spa,  
ein Kongresszentrum,  
eine Shopping-Mall und über  
20 Restaurants

Hwang JungHoon und Jin  
Park von Daeryung Co. Ltd.  
haben das Projekt geleitet

Als langjähriger  
Partner von Daeryung  
ist die Entscheidung  
für Ambach als  
Küchenausstatter  
schnell gefallen





#### TECHNOLOGIE UND FLEXIBILITÄT

Die Entscheidung für Ambach, den langjährigen Partner von Daeryung, ist schnell gefallen. Leistungsfähigkeit, Effizienz, Robustheit und lange Lebensdauer der Produkte sprachen für den Hersteller aus Südtirol, ebenso wie die einzigartige Kombination aus Technologie und absoluter Flexibilität der maßgeschneiderten Lösungen von Ambach.

„Trotz der unglaublichen Größe des Komplexes war der Platz hinter den Kulissen begrenzt. Enge Gänge, Lager- und Kühlräume, Speisenvorbereitung und Spülküchen benötigen Platz – die Kochblöcke von Ambach mussten sich deshalb flexibel in den vorhandenen Raum einfügen“, erklärt Jin Park, der JungHoon bei der Durchführung des Projekts unterstützte.

Zwar hat Daeryung in früheren Projekten mit der Ambach Linie System 900 gute Erfahrungen

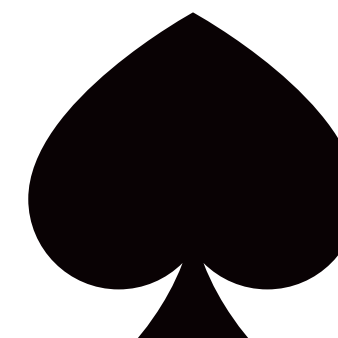
gemacht, dennoch wurden für die Küchen im Back-of-the-House Bereich aufgrund ihrer Flexibilität und modernsten Technologie die Linien System 850 und System 700 von Ambach gewählt. Die anderen Küchen – die traditionelle Küche im „Imperial Treasure“, die offene Pizzaküche im „La Scala“, die Showküche des „On The Plate“ sowie die Bäckerei, der Bankettbereich, die verschiedenen Gasträume, die Lounges im Casino und eine zentrale Produktionsküche wurden mit Kochblöcken der Linie System 850 ausgestattet.

„Unsere Wahl fiel auf die Linie Ambach System 850, weil sie alltagstaugliche Kochtechnik höchster technologischer Reife mit hervorragender Hygieneausstattung bietet“, so JungHoon. „Die Herdblöcke von Ambach liefern Kochergebnisse in bester Qualität, sind äußerst widerstandsfähig und erfüllen

unsere strengen Auflagen hinsichtlich Reinigungs-freundlichkeit, Zuverlässigkeit und Leistungsfähigkeit.“

#### MAXIMALE EFFIZIENZ

Die zwei wichtigsten Kriterien für die Paradise Group – die Reduzierung des Küchenpersonals auf ein Minimum, bei gleichzeitiger Steigerung der Schnelligkeit und Effizienz aller Abläufe in der Küche – konnten ebenfalls zu aller Zufriedenheit



„Die Kochblöcke von Ambach liefern Kochergebnisse in höchster Qualität, sind äußerst widerstandsfähig und erfüllen alle Auflagen hinsichtlich Hygiene und Leistungsfähigkeit“



erfüllt werden. „Umfassende Konzeption und Planung ist entscheidend für den späteren Erfolg einer Küche. Auch die Geräteanordnung bestimmt die Gastorientierung in der Küche, was wiederum zum Gesamterfolg des ganzen Resorts beiträgt“, erklärt JungHoon.

Bei der großen Anzahl von Restaurants und Küchen in Paradise City eine äußerst komplexe Aufgabe.

„Während der zweijährigen Durchführungsphase wurden rund 100 Planskizzen angefertigt und mehrere Design-Reviews benötigt. Zudem fanden zahlreiche Meetings mit Küchenplanern statt, ich legte tausende von Kilometern zurück, um das Projekt bis ins letzte Detail optimal umzusetzen“, erinnert sich JungHoon. „Dafür musste ich jede Küche hinsichtlich Größe, Kapazität und Wegstrecken zum Gast doppelt überprüfen.“

Die gesamte Ausstattung sollte innerhalb von acht Monaten verbaut sein, was nur aufgrund der guten Zusammenarbeit von allen Beteiligten möglich war.

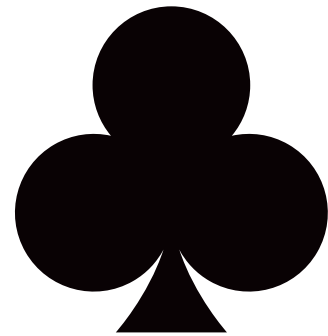
„Jeder Einzelne hat seinen Beitrag zum Erfolg dieses Projekts geleistet. Teamwork und ausgezeichnete Kommunikation waren das A & O“, erzählt Park.

#### DAS BISLANG ERFOLGREICHSTE PROJEKT VON DAERYUNG

Die Anstrengung hat sich auf jeden Fall gelohnt – mit Paradise City konnte Daeryung sein bislang erfolgreichstes Projekt realisieren. „Trotz aller Schwierigkeiten und der sehr hoch gesteckten Ziele konnten wir die hohen Erwartungen unseres Kunden erfüllen und unsere hohen Standards einhalten“, erklärt JungHoon.

Sous-Chef HeeDo ist von der Ambach System 850 wirklich überzeugt. „Meine Gäste sollen die Speisen mit allen Sinnen genießen können, anfangen mit dem Design der Küche.

Mit ihren eleganten schwarzen Fronten und ihrer durchgehenden Hygieneabdeckung sorgt die Ambach System 850 für einen absoluten Wow-Effekt – nicht nur bei den Gästen. Auch mein gesamtes Team und ich sind begeistert von den Kochblöcken. Von ihrer Optik, ihrer Leistungsfähigkeit, ihrer Benutzerfreundlichkeit und Sicherheit.“ ■



„Mit ihren eleganten schwarzen Fronten, der durchgehenden Hygieneabdeckung und ihrer Benutzerfreundlichkeit übertrifft die Ambach System 850 alle meine Erwartungen“



Während der zweijährigen Durchführungsphase waren rund 100 Skizzen und zahlreiche Design-Reviews nötig

Der Einbau sämtlicher Küchen musste innerhalb von acht Monaten erfolgen, möglich nur durch die gute Zusammenarbeit aller Beteiligten

Mit Paradise City hat Daeryung sein bislang erfolgreichstes Projekt realisiert

Für die Showküche des "On the Plate" wurde die Ambach Linie System 850 mit eleganten schwarzen Fronten gewählt





# GUTE FREUNDE

**Per Bengtsson**, Mitbegründer des Sterne-Restaurant und Hotel PM & Vänner, hat sich im Rahmen einer Modernisierung für Wexiödisk, den ‚Rolls-Royce‘ unter den Geschirrspülmaschinen, entschieden. Michael Jones berichtet

**H**erzlichkeit und Gastfreundschaft liegen den Menschen im südschwedischen Växjö im Blut. Obwohl die Region eher für Ingenieurskunst und Eishockey bekannt ist, als für eine ausgeprägte gastronomische Tradition, haben Per Bengtsson und seine Studienfreundin Monica Carlsson den Schritt gewagt, hier ein Restaurant mit Kultpotential zu eröffnen.

„Schweden hat große Ingenieurleistungen hervorgebracht, ich sage nur Volvo, IKEA und Ericsson. Gehobene Gastronomie hat man hier eher vergebens gesucht“, sagt Bengtsson.

Bis 1992 das PM & Vänner seine Türen öffnete. Der Name ist Programm: ‚PM‘ steht für Per und Monica, ‚vänner‘ heißt auf Deutsch ‚Freunde‘. „Wir träumten davon, ein erstklassiges Restaurant mit entspannter, familiärer Atmosphäre aufzubauen“, erzählt Bengtsson.

Träume werden manchmal wahr, zumindest, wenn man hart an deren Umsetzung arbeitet. Heute gehört zum PM & Vänner ein Boutique-Hotel mit Sternerestaurant, einem Bistro, zwei Bars, einer Bäckerei und einem Blumensalon. Auf der Speisekarte des Restaurants stehen fünf- sowie zehngängige Menüs mit einer modernen Interpretation der regionalen Küche Smålands. Die gastronomische Philosophie beruht auf den drei Pfeilern ‚Wald, See und Wiese‘ und nutzt die reichhaltigen Produkte aus der Region.

## AUS LIEBE ZUR NATUR

„Meine Familie hat seit Generationen Landwirtschaft betrieben. Bei uns zu Hause wurde viel Wert auf gutes Essen gelegt, sowohl mein Vater als auch meine Großmutter waren ausgezeichnete Köche“, erzählt



Bengtsson.

Doch so richtig auf den Geschmack kam er erst während seines Aufenthalts als Austauschschüler in den USA. „Die Familie, in der ich lebte, ist mindestens einmal pro Woche auswärts essen gegangen. Für mich, der in Schweden auf dem Land aufgewachsen ist, wo Restaurants eher eine Seltenheit sind, eine völlig neue Welt. Ich war Feuer und Flamme und habe, zurück in der Heimat, sofort eine Teilzeitstelle als Kochlehrling angetreten.“

Bengtsson fühlte sich in der Gastronomie in seinem Element. „Ich liebte es, mit den Händen zu arbeiten, interessierte mich gleichzeitig aber auch für die betriebswirtschaftliche Seite“, sagt er. Nach dem Militärdienst studierte er Wirtschaftswissenschaften und arbeitete am Wochenende als Restaurantmanager. Ein Jahr später ging er nach Frankreich, wo er in der Appellation Margaux im Haut-Médoc, in der Region Bordeaux, eine Lehre als Koch absolvierte.

„Ich hatte nur einen Gedanken: In Schweden ein eigenes Restaurant zu eröffnen, mit demselben Konzept – Produkte aus der Region zu verwenden und zu fördern.“

„Im Schweden der frühen 90er Jahre waren klassische Restaurants mit französischer Küche weit verbreitet, bevor die neue nordische Küche entdeckt wurde“, so Bengtsson. „Keiner kam auf die Idee, mit Lebensmitteln aus unseren Wäldern und

Seen zu kochen, mit Pilzen, Beeren, Wild und Fischen aus unserem Land. Stattdessen wurde alles importiert. Ich wollte damals die traditionelle schwedische Küche, wie ich sie von meiner Großmutter kannte, neu erfinden.“

Er erzählte Monica Carlsson von seiner Idee, die neben ihrem Studium als Kellnerin jobbte. Schnell war der Entschluss gefasst, gemeinsam ein Restaurant zu eröffnen, das sich nach dem Motto ‚local and natural‘ bei der Herkunft seiner Produkte wieder auf seine Wurzeln besinnt und von lokalen Bauern und Jägern beliefert wird.

„25 Bauern und vier Jäger versorgen uns mit Pilzen, Kräutern und Wild. Sie sind unsere Mitarbeiter und Freunde“, sagt Bengtsson.

#### AUSGEZEICHNET

Das PM & Vänner wurde im Februar 1992 eröffnet. „Monica war gerade mal 22 Jahre alt und ich 24. Wir standen beide kurz vor dem Abschluss, aber für unseren Traum ließen wir das Studium sausen. Es hat sich gelohnt: Innerhalb nur eines Jahres wurde unser Restaurant im White Guide gelistet, der Gourmetbibel Nordeuropas“, sagt Bengtsson.

Hingegen ihre Landsleute von ihrem Konzept zu überzeugen, dauerte fast vier Jahre. „Es erforderte Ausdauer und gleichzeitig viel Selbstbewusstsein, um sich einen Namen zu machen.“

Bengtsson blieb trotz des großen Erfolgs mit beiden Beinen auf dem



Boden. „Wir wollten nichts überstürzen, sondern langsam wachsen. Mittlerweile beschäftigen wir 70 Mitarbeiter bei einem Umsatz von 70 Millionen Schwedischen Kronen“, sagt Bengtsson.

Eine gute Portion Glück gehörte auch dazu. „Mit unserem Speisekonzept haben wir genau den richtigen Moment zu Beginn eines neuen Trends erwischt. Heute fliegen die Gäste aus aller Welt nach Dänemark oder Schweden, um Restaurants wie das Noma oder das PM & Vänner zu besuchen.“

2016 wurde das Restaurant in den Guide Michelin Nordic Countries aufgenommen.

„Seitdem sind wir in der öffentlichen Wahrnehmung mehr als einfach nur ein gutes Restaurant“, erzählt Bengtsson. „Die Auszeichnung mit dem Michelin-Stern hat uns und unsere 25 Köche, fünf Bäcker, drei Konditoren und zehn Sommeliers unglaublich motiviert.“

Das PM & Vänner wurde außerdem für seine Weinkarte mit dem ‚Grand Award Of Excellence‘ des Wine Spectator ausgezeichnet. „Außer uns tragen nur 85 Restaurants auf der ganzen Welt diesen Titel, und wir sind das erste in Schweden, mit unserer exzellenten Auswahl im Weinkeller.“

#### SPÜLTECHNIK

Natürlich spülen sich Weingläser und Geschirr nicht von allein. Für die Einrichtung des neuen Standorts war ein hoher Standard Voraussetzung. Deshalb hat sich Bengtsson an Wexiödisk, Hersteller von Spültechnik mit Sitz in Växjö gewandt.

„Seit ich Wexiödisk kontaktiert habe, arbeiten wir zusammen – seit 18 Jahren. Unser gesamtes Haus wurde mit Geschirrspülmaschinen von diesem Unternehmen ausgestattet“, so Bengtsson.



„Die Auszeichnung mit dem Michelin-Stern hat uns und das gesamte Team – 25 Köche, fünf Bäcker, drei Konditoren und zehn Sommeliers – unglaublich motiviert“

Das PM & Vänner bezieht seine Produkte gemäß seiner Philosophie ‚local and natural‘ aus der Region







„Wexiödisk ist ein bekannter Name in der Branche. Er steht für den Rolls-Royce unter den Geschirrspülmaschinen – ein High-End-Produkt“

Die Spülmaschinen von Wexiödisk müssen drei Kriterien erfüllen: Qualität, Flexibilität und Zuverlässigkeit

„Sämtliche Gläser, auch die aus den Hotelzimmern, werden in einer Wexiödisk Gläserspülmaschine gereinigt. In unserer Bäckerei befindet sich das modernste Gerät von Wexiödisk, außerdem verfügt der BQT-Service über mehrere große Spülmaschinen. Wexiödisk ist ein bekannter Name in der Branche. Er steht für den Rolls-Royce unter den Geschirrspülmaschinen, für Geräte von höchster Qualität“, sagt er.

Für Magnus Titusson, Managing Director von Wexiödisk, ist das PM & Vänner absolut einzigartig, dennoch sieht er Parallelen zur Geschäftsphilosophie des eigenen Unternehmens. „Sie haben beim Thema Geschirrspülen hohe Ansprüche und erwarten beste Qualität. Zudem fühlt sich das PM & Vänner sehr mit seinem Standort und der Region verbunden. Und wir beide schätzen Freundschaft sehr.“

#### QUALITÄT, FLEXIBILITÄT, ZUVERLÄSSIGKEIT

Bei der Ausstattung des PM & Vänner hatten höchste Qualität, Flexibilität und Zuverlässigkeit absolute Priorität, denn „die Geräte müssen perfekt funktionieren. Die Arbeitsanforderungen in einer Restaurantküche sind hoch, deshalb wurden die Geräte in ihrer Funktionalität kundenspezifisch angepasst – für optimale Arbeitsabläufe und beste Spülergebnisse. Nach Abstimmung mit dem Kunden haben unsere Ingenieure maßgeschneiderte individuelle Lösungen geliefert“, erklärt Titusson.

Anders als in Schulen, in denen Spül-

prozesse immer gleich ablaufen, ist im PM & Vänner Flexibilität nötig. „Beispielsweise wenn das Restaurant bis auf den letzten Platz besetzt ist, bei Weihnachtsfeiern oder wenn die Dachbar im Sommer stärker frequentiert wird – das Spülaufkommen ist saisonabhängig“, erklärt Titusson.

Der kontinuierliche Dialog zwischen PM & Vänner und Wexiödisk hat sich im Laufe der Jahre bewährt. „Ein Prozess, der entscheidend dazu beigetragen hat, unsere Maschinen zu optimieren“, fährt Titusson fort. „Im Praxisbetrieb erkennt man die wichtigen Faktoren zur Verbesserung. Wir haben im PM & Vänner mehrere Spülmaschinen installiert: Eine WD-6 DUPLUS sowie eine PRM-Vorspülmaschine, eine WD-90 Topfspülmaschine, eine WD-6 in der Bäckerei und mehrere WD-4S Untertisch-Geschirrspülmaschinen in den Bars, dem Bistro und für den Zimmerservice. Per hat sich außerdem bereit erklärt, unsere WD-6 DUPLUS Haubenspülmaschine mit Vorspülmaschine zu testen.

„Auf das Feedback von Per kann man sich verlassen, weil er immer an vorderster Front steht. Er ist ein echter Unternehmer, ein Visionär, für den nichts unmöglich ist. Er setzt Ideen um und ist immer offen für Neues.“

Die gute Partnerschaft zwischen beiden Unternehmen ist das Ergebnis guter Zusammenarbeit auf freundschaftlicher Ebene. „Bei Wexiödisk arbeiten fantastische Leute“, sagt Bengtsson. „Es gibt keine besseren Spülmaschinen auf diesem Planeten.“ ■

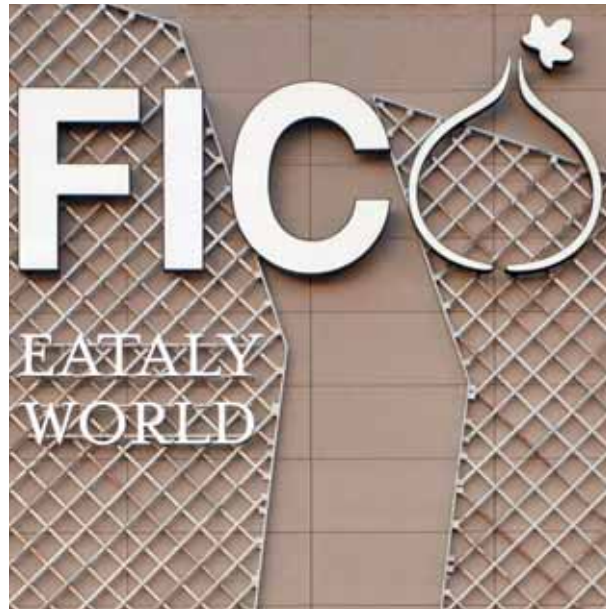


#### MAGNUS TITUSSON ÜBER WEXIÖDISK

Der Schwerpunkt unseres Unternehmens liegt auf der Produktion von Haubenspülmaschinen sowie Korbtransportspülmaschinen. Wir stellen 6.500 Geräte pro Jahr her und exportieren in 40 verschiedene Länder, darunter Nordeuropa, die Niederlande, Großbritannien, Frankreich, Australien, Japan, Thailand und China. Unsere Exportquote liegt bei 60 Prozent. Unsere Kunden profitieren vor allem von der hohen Verlässlichkeit unserer Geräte und deren geringen Lebenszykluskosten. Sie bekommen bestmögliche Unterstützung von unseren hochmotivierten Mitarbeitern – unser größtes Kapital. Die neue Fertigungsanlage für Topfspülmaschinen, Granulatspülmaschinen und Zubehör befindet sich in direkter Nachbarschaft zu unserer Hauptniederlassung, um die Produktion vor Ort zu erhalten. Wir freuen uns, Teil der Ali Group zu sein, über die gute Zusammenarbeit und den Informationsaustausch, sind aber dennoch unabhängig in unserer Entscheidungsfindung.

Per Bengtsson (links) mit Magnus Titusson von Wexiödisk





FICO Eataly World – dahinter verbirgt sich mehr als nur ein Eldorado für Feinschmecker. Andrea Tolu hat mit den Ali Group Unternehmen Carpigiani und Esmach über den größten Food-Erlebnispark der Welt gesprochen

# AUS LIEBE ZUM ESSEN

**F**ICO Eataly World wird oft als „Vergnügungspark für Feinschmecker“ bezeichnet. Mit einer Gesamtinvestition in Höhe von 120 Millionen Euro hat das Projekt aber noch mehr zu bieten als einzig die gigantische Präsentation italienischer Esskultur.

Hinter dem größten Food-Erlebnispark der Welt auf einem Areal von 10.000 Quadratmetern verbirgt sich tatsächlich mehr als nur der Verkauf von Feinkost. Zum Konzept des Themenparks gehört nämlich auch der Blick hinter die Kulissen der Lebensmittelindustrie. „Die Besucher sollen hier zu bewussten Konsumenten werden“, erklärt Tiziana Primoris, General Manager von FICO, und neben dem Bürgermeister von Bologna, der Zentrale für Agrar- und

FICO Eataly World ist mit 1.250.000 Besuchern im ersten Halbjahr der größte Food-Erlebnispark der Welt







Ernährungswirtschaft und Oscar Farinetti, dem Gründer von Eataly, auch Urheberin von FICO.

#### NICHT NUR ZUM VERGNÜGEN

„Kaum jemand weiß noch, woher unsere Lebensmittel eigentlich kommen, die täglich auf dem Teller liegen“, erklärt Primori. „Genau darüber wollen wir die Besucher aufklären.“

Ein ehrgeiziges Vorhaben, für das auch öffentliche Einrichtungen, Wissenschaft und Wirtschaft mit an Bord geholt wurden. Die eigentliche Aufgabe bestand aber in der Koordination der unterschiedlichsten Hersteller unter einem Dach, vom Kleinproduzenten aus Sizilien bis hin zur Großindustrie aus dem Piemont.

Jeden Monat steht ein bestimmtes Handwerk im Mittelpunkt des Geschehens, beispielsweise die Herstellung von Käse, die Bäckerei oder die Imkerei. In den zahlreichen zu diesem Thema angebotenen Informationsveranstaltungen können die Besucher ihr Wissen über die Produktionskette von Lebensmitteln vertiefen.

Workshops zur Zubereitung klassischer italienischer Gerichte wie Pizza oder Pasta bieten Gelegenheit, selbst Hand anzulegen. „Wir freuen uns, wenn sich Besucher aus fernen Ländern wie China oder Kanada an italienischen Tagliatelle oder der Käseherstellung probieren“, sagt Primori.

Die Weiterbildungen richten sich an alle – nicht nur an ‚Feinschmecker‘ – die mehr über die Hintergründe der Lebensmittelproduktion erfahren wollen.

Primori möchte damit bei den Besuchern ein Bewusstsein für die zentralen Fragen

rund um Nahrungsmittel schaffen, die im Alltag meistens untergehen: Wo kommen unsere Lebensmittel eigentlich her? Wie ist es möglich, gesunde, nachhaltige und trotzdem bezahlbare Lebensmittel herzustellen?

Das Konzept stößt auf große Resonanz: In den ersten sechs Monaten seit Eröffnung wurden bereits 1.250.000 Besucher gezählt, darunter 30.000 Studenten, 2.000 davon aus dem Ausland. Auch Kooperationen mit zahlreichen Touristikunternehmen weltweit wurden geschlossen. Der Plan scheint aufzugehen. „Nach einem Jahr wird sich zeigen, wie erfolgreich unser Konzept ist“, so Primori.

„Wir wollen die Besucher darüber aufklären, woher die Lebensmittel kommen“

In der heutigen Welt kommt aber auch traditionelles Handwerk nicht ohne Technik aus – Technik, die bewährte Produktionsprozesse beibehält, sie unterstützt und effizienter gestaltet. Wie beispielsweise bei Carpigiani und Esmach, zwei Unternehmen der Ali Group.

#### VERPFLICHTUNG ZU HÖCHSTER QUALITÄT

In der gläsernen Eisdiele von Carpigiani, dem weltweit führenden Hersteller von Maschinen zur Produktion

Bei FICO zählen Technologien, die traditionelle Produktionsprozesse beibehalten und sie gleichzeitig effizienter gestalten







FICO IN  
ZAHLEN:

START-  
INVESTITION  
VON RUND  
**120 MIO EUR**

MEHR ALS  
**1.250.000**  
BESUCHER  
IN DEN  
ERSTEN  
SECHS  
MONATEN

ÜBER **50**  
KURSE  
TÄGLICH

ÜBER **30**  
VERANSTAL-  
TUNGEN  
TÄGLICH

**2 FÜHRUN-**  
GEN PRO TAG



Carpigiani und Esmach,  
Unternehmen der Ali Group,  
präsentieren sich auf der FICO  
mit einer Show-Eisdiele und der  
Bäckerei von Matteo Calzolari

von Speiseeis und kalten  
Desserts, bereitet der  
sizilianische Meister-Gelatiere  
Santi Palazzolo täglich  
frisches Gelato und köstliche  
Nachspeisen zu. In Workshops  
zeigen Dozenten der  
Carpigiani Gelato University  
den Besuchern, wie man  
italienisches Eis mit seinem  
charakteristischen Geschmack  
herstellt. Sie können selbst an  
Carpigiani-Maschinen arbeiten  
und bekommen von erfahrenen  
Ausbildern jede Menge Tipps  
und Tricks mit auf den Weg.

„Eine wunderbare  
Gelegenheit, die Kultur des  
Speiseeises zu fördern“,  
sagt Achille Sassoli, Market  
Development Director von  
Carpigiani. „Seine einzigartige  
Position im Markt hat das  
Unternehmen auch seiner  
Verpflichtung zu höchster  
Qualität zu verdanken.“

Veranstaltungen für  
Endkunden sind ein  
wichtiger Bestandteil seiner  
Kommunikationsstrategie – ein  
besserer Standort als FICO lässt  
sich dafür kaum finden.

Sassoli weiß, wie sich  
Tradition und moderne  
Technologie optimal ergänzen:  
„Die Herstellung von  
traditionellem italienischem  
Gelato erfolgt nach genau  
definierten Schritten –  
Pasteurisierung, Reifung und  
Herunterkühlen“, erklärt er.  
„Anschließend ist die Kunst  
des Gelatiere gefragt, um  
Geschmack und Aromen auf  
die Vorlieben seiner Kunden  
abzustimmen.“

#### AUS LIEBE ZUR TRADITION

Nachdem sein Vater schwer  
erkrankte, drohte dem  
Familienunternehmen das  
Aus. Matteo Calzolari sprang  
kurzerhand ein und übernahm  
die Geschäfte. Allerdings

stellte er schnell fest, dass  
die Bäckerei von heute nicht  
mehr viel mit dem eigentlichen  
Handwerk zu tun hat. Keiner  
weiß mehr, wo sein Mehl  
ursprünglich hergestellt wird,  
genauso wenig, wie die Bauern  
wissen, wohin ihr Getreide  
geliefert wird.

Calzolari kann sich noch gut  
an sein erstes Brot mit Mehl  
aus einer Natursteinmühle  
erinnern. „In dem Moment  
hat es bei mir Klick gemacht.  
Mein Vater hat versucht, eine  
alte Tradition zu retten. Ich  
versuche, ihr eine Zukunft zu  
geben“, sagt er.

„Eine wunderbare  
Gelegenheit,  
die Kultur des  
italienischen Gelato  
zu fördern“

Inzwischen arbeitet er mit  
Bauern und Steinmetzen aus  
seiner Region zusammen,  
um die traditionellen Wege  
der Herstellung wieder  
aufzugreifen. „Es ist harte  
Arbeit, aber ich tue das gerne.  
In Erinnerung an meinen Vater.“

In seiner Bäckerei bei FICO  
erklärt er den Verbrauchern in  
täglichen Veranstaltungen sein  
Handwerk: wie der Anbau alter  
Getreidesorten funktioniert,  
warum Mahlen mit Naturstein  
eine andere Qualität hat und  
wie man Starterkulturen von  
Sauerteig auffrischt. Calzolari  
arbeitet mit Equipment von  
Esmach: mit einem Elektroofen,  
der dieselbe Hitze wie ein  
Holzofen entwickelt, und mit  
einer Gärmaschine speziell für  
Sauerteigkulturen.

Eine Technologie, die alte  
Traditionen fortführt, und das  
ganz im Sinne der Philosophie  
von FICO. ■





# MODERNE MEDIZIN



Um die Patienten mit hochwertigen, nahrhaften Mahlzeiten versorgen zu können, lieferte Metos für die Küchen des AZ Zeno Krankenhauses in Knokke, Belgien, spezielle Geräte und Lösungen, wie Sandra Haurant berichtet

**D**ie Küche des AZ Zeno Krankenhaus im belgischen Knokke spiegelt das ganzheitliche Konzept dieser hochmodernen Einrichtung wider. Gesunde Ernährung aus vollwertiger Kost gehört zur Philosophie des Hauses und ist Teil der therapeutischen Ausrichtung.

„Ein gesundes Umfeld ist das A & O in der Patientenversorgung. Auch die Ärzte, Krankenschwestern und alle weiteren Mitarbeiter dieses Krankenhauses sollen davon profitieren“, erklärt Pieter de Smet, Küchenleiter im AZ Zeno. Die Küche leistet aber noch mehr – auch für nahe gelegene Alten- und Pflegeheime und Gäste des Krankenhaus-Bistros wird gekocht.

## FRISCH UND REGIONAL

Die Mahlzeiten werden täglich frisch zubereitet, selbstverständlich aus regional hergestellten Lebensmitteln. Zum Krankenhaus gehören drei Hektar Land, auf denen Gemüse und Kräuter selbst angebaut werden. Grundnahrungsmittel wie beispielsweise Fisch bezieht die Küche von





Oben (von links nach rechts): Nicolas de Jaegher, Küchenchef und technischer Berater von Metos; Ivan Houthaave, Projektingenieur bei Metos; Pieter de Smet, Küchenleiter im AZ Zeno



„Wir fragen die Patienten jeden Tag nach ihren Wünschen, ich mag keine festgelegten Menüpläne“

der Küche: Ausgewogene und abwechslungsreiche Mahlzeiten sollen hier jeden Tag in größerem Umfang zubereitet werden können. Metos konnte in puncto Design und Küchentechnik die beste Lösung anbieten.

„Da ich schon lange in der Gemeinschaftsverpflegung tätig bin, kenne ich das Unternehmen seit Jahren. Metos hat sich als einer der führenden Ausstatter im belgischen Markt etabliert und konnte ein für unsere Bedürfnisse maßgeschneidertes Küchenkonzept umsetzen“, erklärt de Smet.

#### MODERNSTE TECHNOLOGIE

Der Hersteller von Großküchentechnik war von Beginn der Bauplanung für den Krankenhausneubau an in enger Zusammenarbeit mit Philip Detavernier, Director of Infrastructure bei AZ Zeno, in das Projekt involviert. Ein entscheidender Vorteil, „denn dadurch hatten wir bei der architektonischen Gestaltung der Räume ein Mitspracherecht. So konnte das zukünftige Layout der Küche bereits in der Entwurfsphase des Gebäudes mit in die Gestaltung einfließen“, erklärt Ivan Houthaave, Projektingenieur bei Metos Belgien. „Planung von Grundriss und Design des Küchentrakts gingen also Hand in Hand.“

De Smet fügt hinzu: „Die eigentliche Herausforderung

ortsansässigen Händlern. Der Speisenservice ist auf hohem Niveau: So dürfen die Patienten bei der Zusammenstellung ihres Speiseplans mitreden. „Ich möchte niemandem vorschreiben, was er essen soll. Unsere Diätassistenten nehmen jeden Tag die individuellen Wünsche der Patienten entgegen und wir richten uns so gut es geht danach aus“, so de Smet.

„Zur Wahl stehen vier bis fünf Fleischgerichte, Fisch oder vegetarische Kost. Auch verschiedene Salatvariationen stehen täglich auf dem Plan.“ Jede Speise wird von Grund auf zubereitet, selbst Soßen, Fonds oder Brühen werden hier in der Krankenhausküche selbst hergestellt.

Die hohen Ansprüche an Qualität und Vielfalt der Speisen stellen ebenso hohe Anforderungen an das Layout



#### DIE KRANKENHAUSKÜCHE IN ZAHLEN:

**1.600 m²**  
Küchenfläche

**1.250**  
zubereitete Mahlzeiten pro Tag

**400**  
stationäre Patienten

**51**  
Mitarbeiter im Speisenservice (inkl. 25 Krankenschwestern)

**550**  
Bewohner von Pflegeheimen

**500-600**  
bewirtete Gäste pro Tag, (öffentliches Krankenhaus-Bistro etc.)







Das Equipment wurde von den Ali Group Unternehmen Metos, Burlodge, Friulinox und Rendisk geliefert



Ausstattungskonzept der Küche von Metos gerichtet.“

Ausgestattet wurde die Küche mit modernster Technologie, um den hohen Ansprüchen des Küchenteams an die Speisenphilosophie des AZ Zeno Krankenhauses gerecht zu werden. „Maßgabe des Kunden waren Effizienz und Zuverlässigkeit sowie Betriebssicherheit, maximale Ergonomie, Wartungsfreundlichkeit sowie geringe Wartungskosten. Dank des umfangreichen Produktsortiments der Ali Group haben wir die passende Lösung gefunden.“

#### INDIVIDUELLE LÖSUNGEN

Für das schnelle Herunterkühlen von Speisen zum optimalen Qualitätserhalt war eine spezielle Lösung erforderlich. „Wir benötigten eine Cook-Chill Produk-

tionslinie. Wir garen mit herkömmlichen Methoden, stoppen die Kochphase auf der optimalen Garstufe und kühlen die Speisen zum Qualitätserhalt so schnell wie möglich herunter. Ein Engpass bei den Schockfrostern musste deshalb unbedingt vermieden werden“, sagt de Smet.

Zunächst orderte das AZ Zeno bei Metos einen Tumble Chiller, der die Temperatur der Speisen durch kontinuierliches Rotieren schnell senkt. „Ivan und seine Kollegen haben aber noch eine bessere und damit optimale Lösung zur Schockkühlung gefunden: Äußerst effektiv und ohne Drehbewegung, um Produktschäden zu vermeiden“, sagt de Smet.

Das erfahrene Küchenteam für diese Lösung zu gewinnen, war nicht ganz einfach.

„Die meisten haben über 30 Jahre Erfahrung in herkömmlichen Produktionsküchen. Aber mit dem Cook-Chill-Verfahren können Qualität, Aroma, natürliche Farbe und Frische optimal gewährleistet werden.“

Metos sorgte für eine reibungslose Eingewöhnungsphase. Nicolas de Jaegher, Küchenchef und technischer Berater von Metos, schulte das Küchenteam vor Ort in der Bedienung der Geräte, von der Bestückung bis hin zur Reinigung.

„Alle Fragen sowie Einwände konnten in entspannter und professioneller Atmosphäre geklärt werden“, lobt Houthaev die Zusammenarbeit mit Metos.

„Das Besondere an diesem Krankenhaus ist das Angebot hochwertiger, frischer und abwechslungsreicher Mahlzeiten – weil ich mich voll auf die Qualität konzentrieren kann und die Kosten an zweiter Stelle stehen“, sagt de Smet. „Die Krankenhausdirektion steht voll hinter meiner Überzeugung, dass gesunde, schonend zubereitete Ernährung zur Heilung beiträgt.“ ■



#### VON METOS GELIEFERTES EQUIPMENT:

**Metos** Kochkessel und verschiedene Hochleistungs-Produktionslinien gewährleisten hohe Performance in kurzer Zeit: Leistungsstarke Fritteusen von Rosinox sowie Combi-Kochkessel und multifunktionale Druckgarer von Metos sorgen für Effizienz in der Küche.

**Burlodge** RTS Regenerierwagen zeichnen sich durch leichte Manövrierfähigkeit und perfekte Temperierung der Speisen aus. Damit kann das Unternehmen die drei wichtigsten Anforderungen erfüllen: Nicht nur Konsistenz, Geschmack und Temperatur der Speisen, sondern auch das einfache Handling sowie die bedarfsgerechten Adaptionmöglichkeiten hinsichtlich der Ausstattung und des Designs überzeugen.

**Friulinox**-Kühlsysteme: In die Wand des Kühlraums wurden zwei Schnellkühler mit fünf PT1000 Temperaturfühlern eingebaut. Für eine konstante Temperatur sorgen wassergekühlte Hochdruckkompressoren, für perfekte Hygiene ein zentrales HACCP-Managementsystem. Kühltechnik von Friulinox ist Marktführer in Hinblick auf Leistungsfähigkeit, Technologie und Zuverlässigkeit.

**Rendisk**-Fördertechnik bietet eine der effizientesten und umfassendsten Lösungen auf dem Markt zur Abfallentsorgung – mit integriertem Tablett-Sortiertisch, zwei extra breiten Bandtransportmaschinen und einem automatischen Tablettförderband.





# EIN BUFFETWAGEN FÜR LECKERMÄULCHEN

Gesunde Mittagsmahlzeiten haben im Kinderhaus Aicher Layhweg einen hohen Stellenwert. Der temp-rite Buffetwagen Temp-Classic Pro spielt dabei eine Schlüsselrolle. Von Elke Baumstark

**R**und 100 Kinder im Alter von einem bis sechs Jahren werden im Kinderhaus Aicher Layhweg betreut. Träger der Einrichtung ist die Stadt Leinfelden-Echterdingen. Die „klassische“ Kindergartengruppe gibt es in diesem Kinderhaus nicht mehr: Das insgesamt 28-köpfige Team aus Pädagoginnen und Pädagogen mit Kinderhaus-Leiterin Bernadette Schwarz sowie zwei Küchenhilfen betreuen die Kinder in

Funktionsräumen in Form eines offenen Systems und nach den Grundsätzen der ‚Integralen-LernKultur-Entwicklung‘. „Unser Kinderhaus ist so konzipiert, dass jedes Kind frei entscheiden kann, wo, wie lange und auf welche Weise es sich beschäftigen möchte.“





#### HOHE QUALITÄT DER ESSKULTUR

Im Rahmen dieses pädagogischen Ansatzes stellen das gemeinsame Mittagessen und der tägliche Tischdienst in altersgemischten Gruppen einen wichtigen Baustein im Hinblick auf die gesunde und ausgewogene Ernährung sowie eine selbstbestimmte Esskultur der Kinder dar.

„In unserem ‚Restaurant‘ - damit ist der Raum gemeint, in dem die Mahlzeiten eingenommen werden – lernen schon die Kleinsten, sich am Tisch mit der gewünschten Menge an Getränken und Speisen selbst zu bedienen.“ Alle Komponenten werden appetitlich in Glasschüsseln und auf Platten mit Vorlegebesteck angeboten. „Auf diese Weise vermitteln wir neben einer



Oben rechts: Gemeinsame Mahlzeiten sind genauso wichtig wie das gemeinsame Spielen. Das Kinderhaus Aicher Layhweg setzt auf gesunde, kindgerechte Kost, die schonend im Buffetwagen Temp-Classic Pro erhitzt wird

gesunden, kindgerechten Ernährung weitere wichtige Alltagskompetenzen wie z.B. soziales Miteinander, Tischkultur, Genussfähigkeit und Hygienebewusstsein“, erläutert die stellvertretende Kinderhaus-Leiterin Gudrun Bonfert.

Die qualitativ hochwertige, gesunde und kindgerecht zubereitete Kost im Kinderhaus Aicher Layhweg ist das Ergebnis eines perfekt aufeinander abgestimmten, eng verzahnten Speisenversorgungskonzepts. „In unseren Kindertagesstätten werden täglich insgesamt ca. 800 bis 1000 Mittagsmahlzeiten ausgegeben. Die von uns gewünschte nährstoffschonende Produktion kindgerechter Menüs ist aus unserer Sicht eine Aufgabe für die Profis. Denn die Vorbereitungs- oder Teeküchen, die es noch in den Einrichtungen vor Ort gibt, sind nicht dafür ausgelegt.

Deshalb haben wir teilweise auf Cook & Chill umgestellt und temp-rite Geräte angeschafft, mit denen wir bisher gute Erfahrungen gemacht haben“, sagt Ingrid Krebs, die stellvertretende Amtsleiterin vom Amt für Schulen, Jugend und Vereine



der Stadt Leinfelden-Echterdingen.

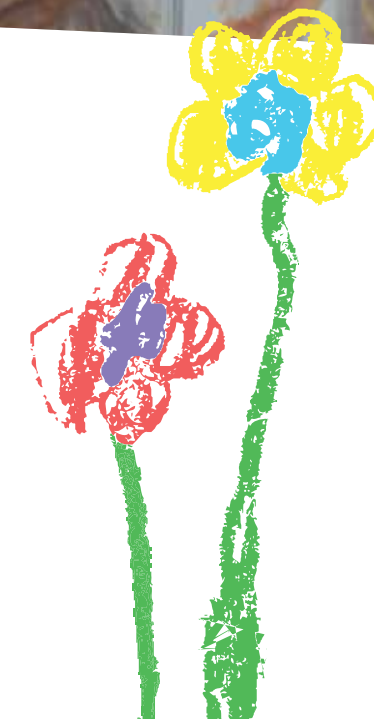
Seither werden ca. die Hälfte der Kindertagesstätten und Schulkind-Betreuungseinrichtungen der Stadt Leinfelden-Echterdingen vom Bio-zertifizierten Stuttgarter Cateringunternehmen Stollsteimer beliefert, der in Anlehnung an die DGE-Empfehlungen die Speisen im Cook & Chill System produziert.

#### VOLLAUTOMATISCHE ABLÄUFE

„Für das Kinderhaus Aicher Layhweg ist der Buffetwagen Temp-Classic Pro von temp-rite eine große Bereicherung und Erleichterung. Dieser Regenerier- und Ausgabewagen lässt sich aus unserer Sicht perfekt für die Verpflegung in Kindertagesstätten oder auch Schulmensen einsetzen. Wir liefern zum Beispiel die gekühlten Speisenkomponenten jeden Morgen im Großgebinde in versiegelten Aluschalen an das Kinderhaus. Anschließend wird mit einfacher Bedienung des Steuerungsdisplays das Regenerierprogramm angewählt und der Timer aktiviert“, erklärt Philipp Stollsteimer, Inhaber des Cateringunternehmens. „Unsere Erfahrung: Dieser Systemwagen ist außerordentlich unkompliziert und funktioniert überaus verlässlich. temp-rite hat den Regenerierzzyklus im Rahmen von Testreihen gemeinsam mit uns exakt auf unsere Speisenproduktion abgestimmt. So ist stets gewährleistet, dass auch die unterschiedlichsten Speisenkomponenten mit Hilfe des Umluft-Systems im Wagen zum gleichen Zeitpunkt verzehrfertig gegart sind.“



Axel Dennert, Vertriebsleiter Süd von temp-rite, ergänzt: „Mit dem Buffetwagen Temp-Classic Pro wird das Bereitstellen von heißen Mittagessen für das Team in der Einrichtung zum Kinderspiel. Der Prozess des Speisenfinish im Buffetwagen ist denkbar einfach, und auch unter HACCP-Aspekten vollkommen sicher. Zu definierten Zeitpunkten startet der Buffetwagen vollautomatisch und selbständig den Kühl- und Regenerierbeginn mit Hilfe der am Timer erfolgten Programmierung. Sobald alle Menükomponenten im Umluft-System vorschriftsgemäß temperiert und auf den Punkt gegart sind, meldet der Wagen akustisch das Programmende.“







ordentlich einfach zu bedienenden Buffetwagen sehr zufrieden: „Wir alle sind keine ausgebildeten Küchenprofis. Deshalb ist es ganz besonders wichtig für uns, dass uns der Wagen entlastet und in jeder Hinsicht unterstützt. Wir brauchen uns um nichts zu kümmern. Ein Buffetwagen genügt, um unsere 100 Kinder und unser Kinderhaus-Team mühelos mit heißen Mahlzeiten zu versorgen“, sagt Bernadette Schwarz.

„Unser Qualitätsanspruch an die Wagenteknik ist sehr hoch. Sie muss nicht nur reibungslos funktionieren, sondern auch sehr wartungsarm sein“, betont auch die stellvertretende Amtsleiterin. „Der Buffetwagen läuft prima, wir sind sehr zufrieden damit. Er ist darüber hinaus in bedarfsgerechten Ausstattungsvarianten erhältlich, und lässt sich sehr flexibel einsetzen, insbesondere als ‚mobiles Ausgabebuffet auf Rollen‘.“ Ihr Fazit lautet deshalb: „Wirklich zu empfehlen.“ ■

#### KINDERLEICHT ZU BEDIENEN

Die einzige Aufgabe der Küchenhilfen oder des Mitarbeiter-Teams besteht nach Programmende aus ganz wenigen, einfachen Handgriffen: „Die Wagentüren öffnen, die benötigten Aluschalen mit den heißen Speisen entnehmen und oben zum Warmhalten auf die beheizte Arbeitsfläche aus Glas stellen. Die heißen Speisenkomponenten können sodann entweder in Schüsseln und auf Platten für die Selbstbedienung der Kinder portioniert werden, wie im Kinderhaus Aicher Layhweg. Oder die Speisen werden – beispielsweise in einer Schulmensa – am Buffetwagen direkt auf Tellern ausgeben. Nach der Reinigung stehen die beiden kühlbaren Abteile sofort wieder für den nächsten Tag bereit“, so Axel Dennert.

Das gesamte Team des Kinderhauses Aicher Layhweg ist mit dem außer-

#### TEMP-CLASSIC PRO

Der Temp-Classic Pro Buffetwagen überzeugt mit seinem intuitiven Touchscreen-Panel, das eine einfache Bedienung des Wagens ermöglicht und auch die HACCP-Überwachung und Dokumentation erfüllt. Smarte Apps regeln übersichtlich und anschaulich alle Zyklen und Anwendungen. Die präzise zu steuernde Umluftwärme garantiert zudem optimale Regeneriierungsergebnisse. Zahlreiche optionale Anpassungen wie ein Niesschutz, Gantry-Aufsatz, Kühlfunktionen oder Ablagetische ermöglichen eine individuelle Anpassung des Buffetwagens an die eigenen Anforderungen. Die Temp-Classic Pro-Serie ist in unterschiedlichen Modellen erhältlich.



#### FÜNF FRAGEN AN DIRK SCHWENK, Geschäftsführer temp-rite

##### In welchen Geschäftsbereichen ist temp-rite tätig?

Wir vertreiben unsere Produkte und Systeme seit langem an die Kundengruppen Klinik, Care und Junior. Neu dazugekommen ist der Geschäftsbereich Catering. Insbesondere das Segment Junior mit Kindertagesstätten- und Schulverpflegung erlebt gegenwärtig eine große Nachfrage.

##### Welche Strategie verfolgen Sie im Segment Junior?

Qualitativ hochwertige Schul- und Kindertagesstätten-Verpflegung hat einen enorm hohen Stellenwert in Gesellschaft und Politik. Wir bieten den Caterern in diesem Bereich exzellente Systemlösungen und Konzepte an, arbeiten sehr eng und partnerschaftlich mit ihnen zusammen.

##### Wie viele Produktgruppen haben Sie?

Im Zuge unserer Neuaufstellung haben wir unser Produktportfolio in acht Gruppen zusammengefasst: Isolierte Tablett-, Clochen- und Buffetsysteme, Getränke- bzw. Suppenversorgungssysteme, Aktive und Außer-Haus-Systeme, sowie Geschirr und Geräte. Damit gehören wir in Deutschland zu den Marktführern, insbesondere im Kernbereich Care.

##### Wo steht temp-rite heute?

Wenn es darum geht, nachhaltige und zukunftsweisende Komplettlösungen aus einer Hand zu bieten, werden wir von unseren Kunden als ein sehr verlässlicher Partner wahrgenommen. Unser neuer Firmenslogan lautet deshalb auch: „We serve the solution – Wir servieren die Lösung“.

##### Was macht die Marke aus?

Die Marke temp-rite ist emotional sehr positiv besetzt, wie uns von unseren Kunden, Partnern und Mitarbeitern bestätigt wurde. Wir bieten hohe Qualität und Beständigkeit, wir arbeiten kundenorientiert, die Mitarbeiter bringen Kompetenz und Erfahrung ein – dies ist unser Anspruch an uns selbst. Nicht nur jetzt, sondern auch in Zukunft.





Mit der Specialty setzt Rancilio völlig neue Maßstäbe im Markt professioneller Kaffeemaschinen. Von Thomas Lawrence

„Wenn jemand Londons überdrüssig ist, ist er des Lebens überdrüssig; denn in London hat man alles, was das Leben bieten kann“, stellte einst Samuel Johnson fest, Gelehrter und einer der wichtigsten Literaten Englands im 18. Jahrhundert. Er hatte schon damals einen guten Riecher für die schönen Dinge des Lebens – ohne jedoch wissen zu können, dass im April 2018 auf dem London Coffee Festival die neue Rancilio Kaffeemaschine Specialty präsentiert werden wird.

Damit wird der Wunsch Roberto Rancilios ein Stück weit Realität, nämlich die ganze Welt am Genuss italienischen Espressos teilhaben zu lassen, als er 1927 mit der „La Regina“ seine erste Kaffeemaschine auf den Markt brachte. Ein kleiner Moment, in dem Tradition auf den Geschmack der Zukunft trifft.





Dank des bedienerfreundlichen Touchscreens der Rancilio Specialty können Baristas die Wassertemperaturprofile einfach und exakt kontrollieren

Dampfleistung, Rezeptarchiv und Dokumentation der letzten Zubereitungen können über das Interface gespeichert werden

### BESONDERE AROMEN

Rancilio ist seit knapp hundert Jahren Spezialist für Kaffeemaschinen. Mit der Specialty hat das Unternehmen etwas Besonderes geschaffen – eine Maschine, die der differenzierten Art, seinen persönlichen Kaffeegenuss zu entdecken, Rechnung trägt.

„Die Leute wollen nicht mehr einfach nur einen Kaffee trinken“, erklärt Andrea Mascetti, Commercial Director der Rancilio Group. „Sie wollen verschiedene Aromen testen, neue Mischungen kennenlernen oder einfach einen Single-Origin genießen.“ Bei der Zubereitung des Kaffees spielen die Baristas eine große Rolle, nämlich die eines Sommeliers, der „dem Kunden das Geschmackserlebnis bietet, das er sucht“, wie Mascetti sagt. Die neue Maschine von Rancilio wurde speziell zu diesem Zweck entwickelt.

Die Rancilio Specialty baut auf dem Wunsch der Kunden nach unmittelbarer Erfahrung der verschiedenen Aromen auf. In Großbritannien, den USA und Australien ist diese Kultur des Kaffeegenusses schon längst verbreitet, die Rancilio Specialty in diesen Märkten auch keine Unbekannte mehr. Aber der Trend zu speziellen Kaffeesorten nimmt überall zu, weshalb die neue Kaffeemaschine auch auf zahlreichen Kaffeefestivals weltweit präsentiert wurde.

In dem dynamisch wachsenden Markt der Kaffeekultur wächst auch die Nachfrage nach intuitiv bedienbaren Geräten – eine der hervorstechendsten Eigenschaften der neuen Rancilio Maschine, wie Stefano Raimondi, Research and Development Manager bei Rancilio, erklärt. Die Baristas bestätigen seine Meinung: „Der große Arbeitsbereich und das einfache Design erleichtern unsere Arbeit ungemein.“

„Baristas sind quasi Künstler – zuständig für das neue, noch vollere Geschmackserlebnis“



### DIE WICHTIGSTEN EIGENSCHAFTEN

Die Interaktion zwischen Mensch und Maschine macht den kleinen, aber feinen Unterschied aus. „Der Job des Baristas ist vergleichbar mit dem eines Künstlers“, so Mascetti. „Er ist zuständig für das neue, noch vollere Geschmackserlebnis.“

Für die Entwicklung der Specialty war es also unerlässlich, auch den Blickwinkel der Verantwortlichen hinter der Theke zu berücksichtigen. „Deshalb haben wir das Know-how von Baristas mit einfließen lassen“, sagt Raimondi. „So konnten die Designer deren Erfahrung aus der Praxis direkt umsetzen, in einen klar definierten und hygienischen Arbeitsbereich mit optimiertem Workflow und benutzerfreundlichem Touchscreen.“

Bei der Konstruktion der Maschine waren, so Raimondi, „Software und Ergonomie“ die entscheidenden Schlagworte. Das Ergebnis überzeugt mit einer durchdachten Positionierung der Dampfzange, dem ergonomisch gestalteten Arbeitsbereich, dem eleganten Design der Siebträger, den geraden Formen des Gerätes sowie dem intuitiv zu bedienenden Touchscreen mit Steuerung der Wassertemperaturprofile.

Das Dualboiler-System garantiert erstklassige thermische Stabilität, während Dampfleistung, Rezeptarchiv und Dokumentation der dreißig letzten Zubereitungen über eine Schnittstelle gespeichert werden können. Die Steuerung der Brühgruppen erfolgt separat.

Durch das ebenso elegante wie robuste Gehäuse aus Edelstahl überzeugt die Specialty auf den ersten Blick. „Rancilio wollte eine Maschine auf den Markt bringen, deren Design moderne Technologie und höchste





„Die Leute wollen nicht mehr einfach nur einen Kaffee trinken. Sie wollen verschiedene Aromen testen, neue Mischungen kennenlernen oder einfach einen Single-Origin genießen.“



## BESONDERE HERAUSFORDERUNGEN

Die Rancilio Specialty ist das Ergebnis eines komplexen Entwicklungsprozesses, der auf die unterschiedlichsten Anforderungen abgestimmt wurde.

Raimondo hat dafür das kreative Potential des gesamten Teams mobilisiert. „Ich habe das erfahrene Rancilio-Team mit dem Nachwuchs zusammengesetzt, um Dynamik zu erzeugen“, erklärt er. „Letztlich eine gute Idee – das Ergebnis dieser Synergie zeigt sich im Produkt.“

MOMODESIGN machte sich auch die praktischen Erfahrungen von Baristas zunutze, um eine Kaffeemaschine dieser Klasse zu entwerfen. „Sie haben uns Einblick in ihre Arbeit sowie in ihre Ansprüche an so eine Maschine gewährt“, sagt Cattaneo. „Wir haben dieses Wissen und ihre Erfahrung in ergonomisches Design und Funktionalität umgesetzt.“

Funktionalität repräsentiert“, erklärt Paolo Cattaneo, Managing Director von MOMODESIGN – der kreative Kopf hinter dem stilvollen Design der Rancilio Specialty.

Deshalb wurde im Vorfeld ausführlich im Archiv gestöbert. „Wir haben das Rancilio Museum gründlich durchsucht, um die Ausdrucksform für diese Maschine zu finden“, erzählt Cattaneo. Dabei stießen sie auf eine Kaffeemaschine aus den 50er Jahren, entworfen von Roberto Rancilio. „Das war genau das, wonach wir gesucht hatten. Mithilfe dieser Vorlage ist es uns gelungen, die Historie mit der Moderne zu verbinden“, so Cattaneo.

### GUTE ZUSAMMENARBEIT

Nach dem Ausflug in die Vergangenheit, einer Analyse der aktuellen Marktsituation und insgesamt über 10.000 Stunden Arbeit wurde die neue Specialty schließlich im September 2018 auf den Markt gebracht.

Sie ist das Ergebnis exzellenter Teamarbeit, wie Raimondi betont: „An der Entwicklung dieser Kaffeemaschine waren viele gute Leute beteiligt.“ „Das gesamte Team hat eine außerordentliche Leistung vollbracht, da uns die Technologie wie auch die Anforderungen des Marktes vor eine große Herausforderung stellten“, bestätigt Cattaneo. „Denn sowohl das Design als auch das Produkt sollten am Ende Erfolg haben.“

Die Resonanz des Marktes gibt ihnen Recht. „Das sind wir der Tradition von Rancilio schuldig“, sagt Mascetti. „Nicht nur unsere Partner, sondern vor allem auch unsere Kunden sind absolut begeistert. Die Rancilio Specialty ist auf dem besten Weg, die Kaffeekultur zu revolutionieren.“ ■



Oben: Stefano Raimondi (li.), Research and Development Manager von Rancilio, gemeinsam mit Andrea Mascetti, Commercial Director der Rancilio Group, auf dem London Coffee Festival

Rechts: Am Messestand von Rancilio wird das Aroma des Kaffees verkostet





# ZARTER SCHMELZ

1927 ließ der italienische Ingenieur Otello Cattabriga sein automatisches Verfahren zur Herstellung von Speiseeis patentieren, bei dem die bislang von Hand ausgeführte Spateltechnik von einer Maschine übernommen wird. Das gleichnamige Unternehmen, heute Teil von Iceteam 1927, ist nach über 90 Jahren nach wie vor führend im Markt.

Elly Earls berichtet

**D**er horizontale Chargenfroster Stargel 4 ist das neueste Produkt aus dem Hause Iceteam 1927. Speziell entwickelt für die Küchen von Restaurants, Bars, Gemeinschaftsverpflegung und Hotels bietet das Tischgerät aus der neuen Produktlinie des Ali Group Unternehmens modernste Technologie auf kleinstem Raum.

Während die Compacta 4 mit Pasteurisierung und vollelektronischem Chargenfreezer eine Komplettlösung zur Herstellung von Speiseeis darstellt, ist die Stargel 4 die ‚kleine Schwester‘ der Kombieismaschine.

„Die Chargenfreezer Version des Compacta 4 ist leichter zu bedienen und günstiger in der Anschaffung“, erklärt Federico Tassi, Managing Director von Iceteam 1927.

In dem horizontalen Zylinder mit einem maximalen Fassungsvermögen von 4 kg flüssiger Eismasse können bis zu 5,5 Liter Eis von bester Qualität produziert werden. Ein Arbeitszyklus dauert ungefähr acht Minuten.

„Die perfekte Lösung für Gastronomiebetriebe, die ohne Pasteurisierung

auskommen“, erklärt Tassi. „Pro Stunde kann damit eine Menge, die einer 5-Liter-Eiswanne entspricht, hergestellt und in zweieinhalb Stunden eine Vitrine mit zwölf verschiedenen Sorten gefüllt werden.“

Die Stargel 4 wurde speziell für die Herstellung von Gelato entwickelt, kann aber auch zur Zubereitung von Sorbets und Slush Eis verwendet werden.

## HOHE LEISTUNG BEI KOMPAKTER GRÖSSE

Die Stargel 4 unterscheidet sich vor allem durch zwei Merkmale von anderen Eismaschinen: Dank der patentierten Technologie von Iceteam bilden sich keine Eiskristalle, was auch bei kleinen Mengen für eine cremige Konsistenz des fertigen Produkts über einen langen Zeitraum sorgt. Durch ihren geringen Platzbedarf passt sie zudem in jede Küche, ideal für alle Gastronomiebetriebe, die ursprünglich nicht auf die Produktion von Speiseeis ausgerichtet sind.

Modernste Technologie in Kombination mit durchdachtem Zubehör machen die kompakte Größe möglich. „Der elektrische Anschluss passt in jede Steckdose“, erklärt

Tassi. „Außerdem zieht die Motorkühlung die nötige Luft an der Ober- und Unterseite der Maschine, statt seitlich. Das bedeutet, dass das Gerät problemlos in die vorhandene Küche integriert werden kann.“

Eine bei Bedarf ausklappbare Ablage erleichtert die Arbeit. Sie bietet während der Produktion ausreichend Platz für Eiswannen, so hat der Koch alle Hände frei für die Zubereitung von Speiseeis.

## AUF DEM RICHTIGEN WEG

Seit ihrer Markteinführung im Januar 2018 erfährt die Stargel 4 durchwegs positive Resonanz. Beeindruckend für die Kunden, überwiegend aus Osteuropa, dem Mittleren Osten, Südostasien und Australien, sind vor allem ihre Einfachheit und Zuverlässigkeit sowie der hohe Output der Maschine bei vergleichsweise geringer Größe. „Das ist erst der Anfang“, so Tassi. „Anhand dieses Produkts haben wir gelernt, aus der Sicht ungeschulter Anwender zu denken. Es gibt noch viel zu tun in der Entwicklung kompakter Geräte, die wenig Platz brauchen und trotzdem hohe Produktivität liefern. Mit der Stargel 4 sind wir auf dem richtigen Weg.“ ■



Federico Tassi:  
Stargel 4 von  
Iceteam 1927  
ist einfacher in  
der Bedienung





# DAS DREAM-TEAM



## DER GEHOBENEN KÜCHE

Was ist das Geheimnis einer guten Partnerschaft? Genau wie im Privatleben will auch in der Geschäftswelt ein Partner sorgfältig gewählt werden. Oder manchmal ist es einfach Liebe auf den ersten Blick. Letzteres trifft mit Sicherheit auf die Kooperation von RUNGIS express und Eloma zu. Von Frank Diebel

**M**an manchmal braucht's halt einen verrückten Gedanken.“ Aus einem solchen Gedanken entstand mit RUNGIS express ein Unternehmen, das zurecht stolz darauf sein kann in Sachen Frische und Erlesenheit von Spitzenprodukten für die anspruchsvolle Gastronomie einen Quantensprung vollführt zu haben. Was klein anfang, hat sich im Verlauf von 40 Jahren zu einer der größten Handelsgesellschaften für exklusive Lebensmittel und einer bekannten Marke im hochklassigen Gastronomie-sektor entwickelt. Das Sortiment des Frischespezialisten umfasst heute mehr als 3.000 Produkte aus über 60 Ländern weltweit, die deutschen Spitzenrestaurants und -hotels zur Verfügung gestellt werden: Fleisch und Geflügel, Fisch und Meeresfrüchte, Obst und Gemüse, handgemachte frische Pasta und erlesene Gewürze ebenso wie besondere Molkerei- und Brotspezialitäten – all das ziert die „Speisekarte“ von RUNGIS express.

Ebenfalls in den 70er Jahren, genau genommen 1975, gründeten drei junge Männer die Firma Eloma. Es begann mit Hähnchengrillern, der erste Kombidämpfer kam wenige Jahre später auf den Markt. In den Achtzigern folgte der erste Ladenbackofen. In diesen mehr als 40 Jahren hat sich Eloma vom Drei-Mann-Betrieb zum Premiumhersteller von Kombidämpfern und Ladenbacköfen entwickelt. Damals wie heute gilt



„Eloma und RUNGIS express haben Nachhaltigkeit und höchste Qualität ihrer Produkte gemeinsam“

das Qualitätsversprechen „Made in Germany“, zu 100 Prozent.

Aber was war denn nun dieser verrückte Gedanke, aus dem RUNGIS express erwachsen ist: „1978 gab es in Bonn ein Restaurant namens Chez Loup (Beim Wolf), das damals Karlheinz ‘Carlo’ Wolf gehörte“, erinnert sich Carsten Kley. Zusammen mit Kai Schneider lenkt er als Geschäftsführer die Geschicke von RUNGIS express. Carsten Kley arbeitet seit 16 Jahren für und bei RUNGIS express, Kai Schneider übernahm im Frühjahr 2017 die Rolle des Geschäftsführers. „Den begeisterten (und abenteuerlustigen) Gastronom störte, dass er an keine besonderen Lebensmittel herankam, sondern nur an das was es überall gab. Also setzt er sich kurzerhand in seinen VW Bus, fuhr auf den Großmarkt Rungis nach Paris und kaufte dort Entenstopfleber und andere erlesene Produkte ein. Kurze Zeit später verwandelte sich Bonn in den Hot Spot für französische Küche. Andere Gastronomen klopfen bei Wolf an, weil sie ihre Speisekarten ebenfalls mit exotischen Leckereien aufpeppen wollten. Aufgrund der steigenden Nachfrage beschloss Carlo dann seinen ‘privaten Frischedienst’ in ein Unternehmen umzuwandeln und so entstand RUNGIS express.“

**KUNDENZENTRIERTE PERSPEKTIVE**

Der visionäre Unternehmensgründer Wolf hatte schon in den 1970er Jahren erkannt, dass Frische ein Gut mit einer extrem geringen Halbwertszeit ist. Mit anderen Worten: Zeit ist hier fast noch mehr als Geld – sie ist maßgeblich für den Erhalt der Produktqualität. Was einen Château Latour aus Bordeaux reifen lässt, das macht der französischen Auster „Perle Noir“ schnell den Garaus.

Genau hier setzt die Unternehmensphilosophie des in Meckenheim ansässigen Frischespezialisten an: „Wir haben mittlerweile ein Netzwerk, durch das wir direkt am Ursprung kaufen“, so Kley. „Der Grund: Wenn wir es schaffen, die Hand vom Feld bis zum Kühlhaus des Kunden dranzuhaben, dann können wir unsere Qualitätsvorgaben und -philosophie wirklich und ehrlich umsetzen. Deswegen können wir mit Fug und Recht behaupten, dass es viel frischer eigentlich nicht mehr geht.“ Es ist dieser außergewöhnlich hohe



Anspruch an die eigenen Leistungen, der beide Unternehmen auf Augenhöhe kooperieren lässt. „Eloma und RUNGIS express haben Nachhaltigkeit und höchste Qualität ihrer Produkte gemeinsam“, bringt Saskia Smeets, verantwortlich für Produktmanagement und Marketing bei Eloma, es in wenigen Worten auf den Punkt.

Auf dem Weg zu diesem hehren Ziel sind beide Firmen bereit, die Extrameile zu gehen.

Eloma als einer der führenden Hersteller von Kombidämpfern und Ladenbacköfen für den Profibereich fokussiert ebenfalls auf Werte wie Qualität und Nachhaltigkeit, aber auch Herzlichkeit – kurzum, es geht um so viel mehr als Gewinnorientierung. Der Kunde soll nicht zum Kauf überredet werden, sondern überzeugt und begeistert sein. Diese kundenzentrierte Perspektive und die Spitzenqualität der Geräte gaben für RUNGIS express den Ausschlag bei der Partnerwahl. Und wie kam es schließlich zur Zusammenarbeit? „Es begann anhand eines bestehenden Kontakts“, resümiert Smeets. „RUNGIS express hatte bei mir angefragt, ob sie einen Kombidämpfer für ihre Entwicklungs- und Showküche erhalten könnten. Da wir nicht einfach nur ein Gerät zur Verfügung stellen wollte, haben wir gemeinsame Aktivitäten entschieden, die dazu führten, dass daraus eine strategische Partnerschaft für uns beide wurde.“

Anfänglich stand der Kombidämpfer MULTIMAX zur Diskussion, aber nach sorgfältiger Überlegung entschieden sich die beiden Unternehmen für den



Eloma und RUNGIS express wirken Personalengpässen in der Küche mit Produkten und Geräten der Spitzenklasse entgegen

GENIUS<sup>MT</sup>, der schließlich in der Entwicklungs- und Showküche von RUNGIS express installiert wurde. Der Grund: Mit diesem Gerät können die Kooperationspartner gemeinsam die zusätzlich zu den frischen Spitzenprodukten von RUNGIS express angebotenen Mise-en-Place-Produkte abstimmen und somit weiteren Mehrwert für Kunden bieten: Zeitersparnis, hohe Qualität und Prozesssicherheit.

Entscheidend für die Mise-en-Place-Produkte ist, dass diese in Spitzenqualität bis zu einem gewissen Garpunkt zubereitet und frisch geliefert werden können, damit der Koch dann seinen letzten Schliff geben und mit individueller Kreativität anrichten kann. Die MT-Technologie ist hierfür besonders geeignet. Denn Features wie Last<sup>®</sup> 20, Multi Cooking und Quick Mode, sowie vorab erarbeitete und gespeicherte Programme, ermöglichen einen hohen Automatisierungsgrad und damit Prozesssicherheit, um so garantiert hervorragende Ergebnisse zu erzielen.

**EINE ROSIGE ZUKUNFT**

Später kam zum GENIUS<sup>MT</sup> noch der JOKER<sup>MT</sup> als mobile Edition hinzu, der bei Events wie den CHEFDAYS oder „Koch des Jahres“ zum Einsatz kommt. Der JOKER<sup>MT</sup> ist das Original in der Kompaktklasse der Kombidämpfer. 1998 erstmals auf den Markt gebracht ist er noch heute nur 52 Zentimeter breit und bietet nach wie vor das beste Verhältnis zwischen Garraumvolumen und Stellfläche.

Einer der Dreh- und Angelpunkte der Kooperation



ist die prekäre Situation in der Gastrobranche, insbesondere der Gourmet-Gastronomie: Mangel an Fachkräften und Küchenchefs und das Sterben von Spitzenrestaurants machen der Branche zu schaffen. Eloma will hier gemeinsam mit RUNGIS express Abhilfe schaffen. Gerade Geräte wie der GENIUS<sup>MT</sup> mit vorab gespeicherten Programmen können das Küchenpersonal in allen Arbeitsabläufen unterstützen, denn sie erleichtern die Zubereitung hochwertiger Mise-en-Place-Produkte, wie sie von RUNGIS express angeboten werden. Gemeinsam wirken die beiden Unternehmen hier dem Personalengpass in der Küche entgegen, mit maßgeschneiderten und effizienten Lösungen, die zum Erfolg des Kunden beitragen.

Im Rahmen der Kooperation herrscht ein reger Austausch zwischen RUNGIS express und Eloma. Der deutsche Kombidämpfer und Ladenbackofen-Hersteller steht mit Rat und Tat zur Seite und setzt auch gerne das Feedback aus der Praxis um. Abgerundet wird die außergewöhnliche Partnerschaft von gemeinsamen Endkundenseminaren und Auftritten bei Veranstaltungen wie der CHEF-SACHE oder der „Alles für den Gast“, die auch für 2019 geplant sind.

Eine rosige Zukunft? Saskia Smeets hat keine Zweifel daran: „RUNGIS express ist sehr nahe am Gastronom. Eloma wiederum hat ein dichtes Händler- und Servicepartnernetzwerk. Wenn wir uns gemeinsam an verschiedene Endkunden wenden, können sicherlich weitere Synergien geschaffen und es kann noch viel mehr Potential gehoben werden.“ ■

Die Kooperation von Eloma und RUNGIS express sorgt für frische Produkte in der Küche, die vom Koch mit individueller Kreativität angerichtet werden können



# INTELLIGENTE NEUGIER

Star-Pâtissier **Leonardo Di Carlo**, der sich selbst als Künstler bezeichnet, verlässt sich in seiner Pâtisserie auf die Kühltechnik von Hiber. Andrea Tolu über eine gute Partnerschaft



**L**eonardo Di Carlo nur als ‚Konditor‘ zu betiteln trifft es nicht ganz. Der gebürtige Italiener ist nämlich neben seiner Tätigkeit als Zuckerbäcker noch Berater, Autor, Lehrer, Mentor, Unternehmer, Weltmeister und vor allem Pionier in der Wissenschaft und Kunst der Gebäckherstellung.

Als junger Mann lernte Di Carlo zunächst in der Konditorei seiner Eltern. Anschließend vertiefte er sein Wissen in mehreren Schulen im Ausland. Im Laufe der Ausbildung stellte er fest, dass der klassische Weg nicht seiner ist. „Ich fühlte mich durch die tägliche Routine eingeschränkt“, erzählt er. „Wenn man tagein, tagaus das gleiche macht, kann man sich nicht weiterentwickeln. Das gilt nicht nur für mein Handwerk, sondern auch für das Leben allgemein.“

## VON DER AUSFÜHRUNG ZUR KOMPOSITION

Die Erkenntnis, dass „eine einfache Crème Pâtissière schier unendliche Möglichkeiten bietet“ war schließlich der Wendepunkt. Ihm wurde klar, dass er nicht nur Rezepte nacharbeiten, sondern selbst kreativ tätig sein wollte.

Anstatt sich also ein großes Repertoire von Kuchen und Gebäck anzueignen, studierte und analysierte Di Carlo Zutaten sowie Zubereitungsverfahren, inspiriert von ‚intelligenter Neugier‘. Er wollte wissen, warum etwas so oder so funktioniert, und nicht nur wie.

Voraussetzung dafür ist fundiertes Fachwissen. Deshalb ist Haute-Pâtisserie in Di Carlos Augen eine Kunst, die auf Wissenschaft basiert. „Die vier Grundzutaten eines Konditors sind Eier, Zucker, Mehl und Fett“, erklärt Di Carlo. „Hat man ihr Zusammenspiel erstmal verstanden, ist dem kreativen Potenzial keine Grenzen gesetzt.“

Diesem Grundsatz hat Di Carlo viele Erfolge in seiner Laufbahn als Konditor zu verdanken: Er gewann die World Pastry Championship, gab sein Wissen als Lehrer an renommierten Schulen weiter, machte sich als Autor des Buches *Tradizione in evoluzione* – jetzt schon ein Bestseller – einen Namen und beriet 25 Jahre lang mehr als 2.000 Restaurants, Hotels und Konditoreien jeder Größenordnung auf der ganzen Welt.



## DAS REZEPT ALS HINDERNIS

2016 eröffnete er zusammen mit seiner Frau Michela Pastry Concept®, ein Ausbildungszentrum für Konditoren.

Michela ist zuständig für Administration, Vertrieb und Marketing. „Fast alles, was ich erreicht habe, habe ich ihr zu verdanken“, sagt Di Carlo. „Hinter jedem großen Mann steht eine starke Frau, sie verdient eigentlich viel mehr Anerkennung.“

In keinem der Kurse findet man mehr als sechs Studenten, das Durchschnittsalter beträgt 20 bis 35 Jahre. Viele Teilnehmer kommen auch aus dem Ausland. Das Konzept der Schule lautet: weniger ist mehr. „Natürlich kann ich fünfzehn verschiedene Tortenrezepte lehren, aber dann fehlt mir die Zeit, sie zu vertiefen“,

so Di Carlo. „Bei einer begrenzten Auswahl kann ich die verwendeten Zutaten und meine Techniken bei der Zubereitung detaillierter erklären.“

Der Lehrplan entspricht Di Carlos Vorstellung von einer kreativen Wissenschaft: Die Studenten bekommen das nötige Werkzeug an die Hand, um ihre eigenen Fähigkeiten zu entfalten und sich ausdrücken zu können. Der Prozess der Herstellung wird so einfach wie möglich gehalten, ohne die Qualität des Endprodukts zu mindern. Kunst, Wissenschaft und Unternehmergeist – das ist die Quintessenz von Di Carlos Philosophie.

„Backen nach Anweisung ist nicht immer der richtige Weg“, sagt Di Carlo.



„Im Gegenteil, ein Rezept kann sogar zum Hindernis werden. Wenn man es nicht hinterfragt, kann man sich auch nicht weiterentwickeln.“

Di Carlo versteht sich nicht nur als Lehrer, sondern auch als Mentor seiner Studenten. Er möchte ihnen über das Handwerk hinaus auch Werte vermitteln: Die richtige Art der Neugier, Bescheidenheit und klare Ziele, vor allem aber Hartnäckigkeit.

„Wenn man ein Ziel nicht erreicht, dann

Leonardo Di Carlo eröffnete 2016 Pastry Concept®, sein Ausbildungszentrum, in Conegliano bei Treviso



## „Tägliche Routine behindert die persönliche Weiterentwicklung. In der Kunst der Patisserie wie auch im Leben“

nicht, weil man scheitert, sondern weil man vorher schon stehen geblieben ist“, sagt Di Carlo.

Ein weiterer Meilenstein in seiner Laufbahn war der Launch seiner App „Pastry Skill®“. Sie bietet ein umfangreiches Rezeptarchiv mit entsprechendem Zutatenmanagement, das zu jeder beliebigen Komposition neben der Kalkulation auch die darin enthaltenen Inhaltsstoffe, Nährwerte und Allergene anzeigt.

### KÜHLUNG IST DAS A & O

Die Eröffnung seiner Schule war die Gelegenheit für Di Carlo, seine Konditorei nach eigenen Wünschen mit dem besten auf dem Markt verfügbaren Equipment einzurichten.

Als erstes kümmerte er sich um die entsprechende Kühltechnik. „Die richtige Kühlung erhöht die Produktivität und spart Zeit“, erklärt Di Carlo.

Aufgrund der hohen Qualität und Zuverlässigkeit der Chiller und Kühlgeräte hat er sich für Geräte von Hiber entschieden. Ausschlaggebend war allerdings seine freundschaftliche Beziehung zu Stefano Lovisotto und Andrea Bottin.

Lovisotto ist Brand Manager von Hiber, sein Vorgänger Bottin wurde vor kurzem zum Executive Director der Ali Group Refrigeration Division North East Italy ernannt. Der Geschäftsbereich Kühltechnik umfasst die Marken Hiber, Friulinox und Polaris.

Die Bekanntschaft mit Lovisotto begann 2004, als Di Carlo sich auf die World Championship vorbereitete, aus der er als Weltmeister hervorging. Bottin kennt er schon seit Jahrzehnten.

„Wir sind Experten für Kühltechnik, aus Überzeugung“, sagt Lovisotto. „Für uns zählt nicht nur der Verkauf von



Geräten, wir wollen auch ein bestimmtes Qualitätsniveau in der Branche etablieren.“

Pastry Concept® wurde mit The One, einem Multifunktionsgerät der neuesten Generation von Hiber, ausgestattet. Auf einer Stellfläche von nur einem Quadratmeter punktet The One gleich mit mehreren Funktionen, alle vollständig vorprogrammierbar: Schnelkühlen und Schockfrosten, Niedrigtemperaturgaren, Auftauen, Warmhalten, Dörren, Kühlen, Gefrieren und vieles mehr.

The One bedeutet mehr Effizienz, weniger Zeitaufwand und Kostenoptimierung in der Küche. Vollautomatische Programmabläufe und die Möglichkeit der individuellen Steuerung unterstreichen das innovative Konzept.

Das Wichtigste war aber wohl die gute Zusammenarbeit zwischen Hiber und Di Carlo. Beide arbeiten nach demselben kundenorientierten Ansatz: Steigerung der Produktivität bei gleichbleibend hoher Qualität. „Die Fertigung von Equipment ist nicht so schwer. Die eigentliche Herausforderung liegt in der Entwicklung von guten Lösungen“, sagt Lovisotto. „Mit Leonardo zu arbeiten war großartig. Er weiß genau, was er will und macht klare Vorgaben.“ ■

Pastry Concept® ist ausschließlich mit Kühltechnik von Hiber ausgestattet



## ÜBER HIBER

Hiber, der Spezialist für Schnelkühler, wurde 1998 gegründet. Der Umsatz erreichte 2011 drei Mio. EUR, 2017 elf Mio. EUR.

Das Unternehmen ist in der Foodservice-Branche weltweit bekannt für seine Produkte, zu 100% Made in Italy, die in rund 100 Länder exportiert werden.



Oben: Stefano Lovisotto, Brand Manager von Hiber (links) mit Andrea Bottin, Executive Director der Ali Group Refrigeration Division North East Italy



# EXPERTEN DER KÜCHE

Baron hat sich seit 1995 im Markt etabliert. Nach einem umfassenden Rebranding steht die Marke für verlässliche, robuste Großküchentechnik. Executive Director **Marco D'Ambrogio** über die neue Positionierung. Von Andrea Tolu



Oben: Marco D'Ambrogio

Links: Die neue Version der Kochtechnik-Serie Queen, Linie 700, in innovativem Design

**A**ls Marco D'Ambrogio 2014 die Position als Executive Brand Director übernahm, stand der Name „Baron“ bereits seit 21 Jahren für bewährte hochwertige Großküchentechnik. „Das Image des Unternehmens war fast schon zu ‚bewährt‘, beinahe etwas blass. Der Marke fehlte es an Strahlkraft, an Emotion“, erzählt D'Ambrogio.

Dreieinhalb Jahre lang arbeitete Baron am Rebranding sowie an der Optimierung der Marketingstrategie, der Organisationsstruktur und des Vertriebsnetzes. Auch die Produkte bekamen ein moderneres Gesicht: Technologie,

Materialien und Design klassischer sowie neuer Linien wurden aufgefrischt.

So überzeugt beispielsweise die neue Version der Kochtechnik-Serie Queen mit innovativem Design, komplett aus rostfreiem Edelstahl (AISI 304) gefertigt und durch eine umlaufende Reling gekennzeichnet. Die Serie 900 wurde um den Allrounder ‚Talent‘ ergänzt. ‚Talent‘ vereint mehrere Geräte in einem Block: Bratplatte, Kochkessel, Dampfgarer, Bain-Marie, Kippbratpfanne, Pastakocher und Roner.

„‚Talent‘ ist ein Riesenfortschritt in der modernen Küche“, sagt D'Ambrogio. „Damit haben wir ein neues Konzept

**„Wir wollen die gesamte Foodservice-Branche abdecken, vom Krankenhaus über die gehobene Gastronomie bis hin zur Fast-Food-Kette“**

entwickelt, dessen Potenzial noch längst nicht ausgeschöpft ist. Die Wünsche unserer Kunden stehen bei uns immer im Vordergrund.“

## ERFAHRUNG UND KNOW-HOW

Der neue Markenauftritt von Baron folgt zwei Aspekten: Zum einen dem Renommée als absoluter Experte für professionelle Kochtechnik, zum anderen der umfangreichen Produktrange. „Wir sind beides“, erklärt D'Ambrogio. „Sowohl Spezialist als auch Generalist. Während sich der Spezialist auf einzelne Geräte wie Öfen, Herde und Schnellkühler

konzentriert, entwickelt und produziert der Generalist Komplettlösungen für die Küche – beides ist in der Foodservice-Branche unentbehrlich.“

Durch seine Erfahrung als Sales Director für Herde war er auf technisches Know-how und guten, serviceorientierten Kundendienst fokussiert. Er verfolgte bei Baron jedoch einen neuen, zweigleisigen Ansatz. Der Erfolg gibt ihm Recht: Pre- und After-Sales-Service, komplette Projektdurchführung, Schulungen beim Kunden, Showkochen und ein Online-Shop für Ersatzteile sind das Ergebnis seiner strategischen Neuausrichtung.

Baron ist nach wie vor als Generalist aufgestellt, aber mit hochqualifizierten und spezialisierten Experten im Hintergrund. „Wir wollen die gesamte Branche abdecken, vom Krankenhaus über die gehobene Gastronomie bis hin zur Fast-Food-Kette“, so D'Ambrogio.

Das Portfolio des Unternehmens umfasst 4.000 Produkte für die Großküchentechnik: Kochtechnik, Heissluftdämpfer, Kühltechnik, Schnellkühler, Lösungen für Speisenausgaben und Free Flow, sowie Spültechnik. Baron hat für jeden Kunden eine optimale, maßgeschneiderte Lösung parat.

(Fortsetzung auf Seite 77)



# ROBUST, ZUVERLÄSSIG, FLEXIBEL

Drei verschiedene Anforderungen – drei individuelle Lösungen, von Baron kundenspezifisch umgesetzt



## PERPETUAL ROME

Man könnte das Konzept der Küche des Gourmet-Restaurants mit Kochschule als innovativ, beinahe schon als wissenschaftlich bezeichnen. Das Perpetual Rome in der italienischen Hauptstadt arbeitet mit einer Komplettlösung von Baron:

Der Hersteller zeichnete für Gestaltung, Design und Ausstattung der Küche verantwortlich.  
„Baron hat unsere 320 m<sup>2</sup> Küche mit modernster Technologie ausgestattet – zur freien Entfaltung der Kreativität“, so Cezar Pradescu, Küchenchef

im Perpetual Rome. „Die offene Küche entspricht unserer Vorstellung von Gastfreundschaft: Jeder ist herzlich willkommen und wird mit köstlichen Speisen verwöhnt“, sagt er. „Das Equipment von Baron ist dabei eine großartige Unterstützung.“







## LE CEDRARE

In einer Villa aus dem 17. Jahrhundert in der Nähe von Verona befindet sich das Familienrestaurant Le Cedrare. Gekocht wird hier überwiegend mit regionalen Lebensmitteln, und das mit viel Kreativität und Liebe. „Das Angebot auf unserer Speisekarte reicht von Sushi bis Risotto Tastasal,



einer lokalen Spezialität“, sagt Graf Marcantonio Sagramoso, Inhaber und mehrfach preisgekrönter Küchenchef. „Aber immer auf Basis traditioneller Rezepte.“

„Ich lasse mich jeden Tag aufs Neue inspirieren und überraschen. Deshalb vergleiche ich Kochen gerne

mit Malerei – die Grundlagen sind immer gleich, das Ergebnis ist jedoch immer anders.“

Sagramoso ist seit zwanzig Jahren Kunde von Baron und schätzt die Zuverlässigkeit und die vielfältigen Lösungen des Unternehmens. „Je mehr Werkzeug ich habe, desto freier ist die Kreativität.“



Baron is suitable for both elegant restaurants and central kitchens serving several nursery schools.



## THE PROFESSIONAL NURSERY KITCHEN

Die zentrale Produktionsküche in London ist zuständig für die Verpflegung in Kindergärten. Bei der The Professional Nursery Kitchen hat perfekte Hygiene bei der Zubereitung von Speisen für Kinder im Vorschulalter oberste Priorität.

„Am meisten schätze ich die Zuverlässigkeit unserer Kochtechnik. Sie liefert verlässlich gleichbleibend gute Ergebnisse“, sagt Jonathan Player, Geschäftsführer des Unternehmens.

„Speisenproduktion ist harte Arbeit. Man muss sich auf das Equipment verlassen können, Ausfälle in der Küche können wir uns nicht leisten. Deshalb brauchen wir Heissluftdämpfer, die hundertprozentig funktionieren und vor allem auch mit Selbstreinigungsfunktion ausgestattet sind.“

(Fortsetzung von Seite 73):

Nach der Neupositionierung von Baron folgt der nächste Schritt: „Das Qualitätsniveau ist optimal“, sagt D'Ambrogio. „Jetzt müssen wir die High-End Position nur noch besser kommunizieren.“

D'Ambrogio möchte auch das ohne externe Hilfe realisieren. „Es ist nicht leicht, in unserem Markt Experten mit dem entsprechenden Know-how zu finden. Ich finde es deshalb sinnvoller, vorhandenes Potenzial weiterzuentwickeln und zu nutzen.“

Herausforderungen spornen oft zu Höchstleistungen an. Ich sehe es als Aufgabe eines Managers, seine Mitarbeiter so zu motivieren, dass sie das Beste geben.“

## AUS DER SICHT DES FACHHÄNDLERS:



**Roger Flanagan, Geschäftsführer von Universal Foodservice Equipment Ltd., über die Zusammenarbeit mit Baron beim Projekt The Professional Nursery Kitchen.**

**Welche Aufgabe hatte Universal Foodservice Equipment?**  
Wir haben die komplette Ausstattung von Baron gemäß den Plänen unseres Vertriebspartners PHCC Ltd. in der Küche installiert.

**Wie wurden Sie Partner in diesem Projekt?**  
Steve Hammond, ein alter Freund von mir und Geschäftsführer von PHCC, hatte das Projekt von Jonathan Player übernommen und ein Angebot für unsere Mitarbeit angefragt. Zusammen mit Steve und Jonathan haben wir uns das Equipment im Showroom von Baron in Italien angesehen. Wir waren sofort davon begeistert, der Einbau fand dann im Frühjahr 2017 statt.

**Was waren die größten Herausforderungen?**  
Es gab von Anfang an Schwierigkeiten mit der Strom- und Wasserversorgung, weshalb die ursprüngliche Planung fast wöchentlich geändert werden musste. Jonathan und Steve haben das Strommanagement übernommen und im Laufe der Zeit eine hervorragende Lösung gefunden. Parallel dazu mussten wir mit PHCC das Design ständig weiterentwickeln, was dank der hervorragenden Kommunikation wunderbar geklappt hat.

**Von welcher Innovation waren Sie besonders beeindruckt?**  
Das Ganze wirkt wie ein riesiger Kühlraum, unterteilt in verschiedene Abschnitte, mit einer Küche in der Mitte. Das eigentlich Besondere ist das selbstregulierende Energieoptimierungssystem, das diese Bereiche je nach Bedarf mit der nötigen Energie versorgt.

**Wie ist Ihre Partnerschaft mit Baron entstanden?**  
Universal und Baron arbeiten schon seit 19 Jahren zusammen. Ich kannte das Unternehmen von zahlreichen Messen und war begeistert von seinem stilvoll ausgeführten Equipment. Ich habe die Marke nach Großbritannien gebracht, wir sind auch nach wie vor das einzige Unternehmen, das Baron importiert. Im Laufe der Zeit konnten wir ein paar sehr gute Projekte hier auf der Insel realisieren.

**Was macht die gute Partnerschaft aus?**  
Wenn man schon so lange zusammenarbeitet, kennt man sich gut und baut gegenseitiges Vertrauen auf. Baron unterstützt unsere Arbeit immer mit perfekten Zeichnungen und den entsprechenden technischen Informationen. Wir sind stolz darauf, ein Teil der ‚Baron-Family‘ sein zu dürfen.



# BÜHNE FREI FÜR DEN DONUT AUFTRITT

Leckeren Donuts kann man kaum widerstehen. Dank des aufsehenerregenden, vollautomatischen und mobilen Donut-Verkaufsstands von Belshaw Adamatic sind sie überall erhältlich. Jim Banks hat mit Irene Kimmerly, Vice President of Sales, gesprochen



**F**risch gebackene Donuts sind etwas köstliches, allein schon ihr Duft ist verführerisch. Gut, dass dank des Donut Robot mit Insider Ventless Donut System von Belshaw Adamatic, einem mobilen Verkaufsstand mit Donut-Maschine, die Herstellung von Donuts auf Veranstaltungen, in Supermärkten oder Shopping Malls noch nie so einfach war.

Die Vorteile des Donut Robot liegen auf der Hand: Er ist fahrbar und kommt ohne Abluftsystem aus, ist deshalb sowohl für den Einsatz an Standorten mit viel Publikumsverkehr als auch in Innenräumen geeignet. Der unkomplizierte Backprozess der Donut-Maschine kann innerhalb weniger Minuten gestartet werden: Einfach die gewünschte Teigmasse in den Trichter füllen. Nach zwei Minuten Backzeit können die fertigen Donuts zum Verkauf angeboten werden. Personalisiert mit dem eigenen Logo ist der Donut Robot zudem ein guter Werbeträger.

„Das abluftfreie, autark arbeitende System bietet alles, was man zur Herstellung von Donuts braucht“, sagt Irene Kimmerly, Vice President of Sales der Belshaw Adamatic Bakery Group. „Es benötigt keine Abzugshaube, passt in jede Steckdose, entspricht den Brandschutzanforderungen und kann im persönlichen Stil gestaltet werden – der perfekte Auftritt im Indoor- und Outdoorbereich ist garantiert.“

## EINFACH KONZIPIERT

Die Bedienung des Donut Robots ist denkbar einfach. Er ist bereits mit einem kontinuierlich rotierenden Auffangblech – dem Roto-Cooler – für die fertigen Donuts ausgestattet. Der EZMelt Recyclingfilter erwärmt das Backfett im Tank, so dass kontinuierlich heißes Fett zur Verfügung steht, ohne den Backvorgang unterbrechen zu müssen.

Da der Insider keine Abluftschläuche benötigt, kann die Maschine ohne Aufwand von einem Ort zum nächsten transportiert werden. Mit seinem einzigartigen Design und den großen durchsichtigen Fronten lenkt er die Aufmerksamkeit der Besucher von Shopping Malls oder Festivals auf sich.

„Der Verkaufsstand ist deshalb ein echter Hingucker und vielseitig einsetzbar“, sagt Kimmerly. „Er findet überall Platz, ist mobil und einfach in der Handhabung. Unsere Kunden weltweit sind begeistert von der Möglichkeit, ihn passend zu ihrer eigenen Corporate Identity gestalten zu können. Das verschafft uns einen Vorteil gegenüber unseren Wettbewerbern.“

„Der Donut Robot ist für jede gewünschte Donut-Teigmischung geeignet. Er ist äußerst robust und zuverlässig, für die Anwendung ist keine spezielle Schulung nötig. Einfach die Teigmischung in den Trichter füllen, und los geht's. Unsere Kunden kommen aus den unterschiedlichsten Bereichen und sind begeistert von der Leistungsfähigkeit, der Vielseitigkeit und der einfachen Bedienung. Der Insider macht Donut-Backen zu einem Erlebnis, vor allem für die Kinder, die, angelockt von dem Duft, oft ihre Nasen an die Frontscheibe pressen.“

Der Donut Robot mit Insider Ventless Donut System wird bereits von Whole Foods, Wegmans, Costco und Sam's Club – amerikanischen Supermarkt- und Großmarktketten – eingesetzt, sowie in Spielkasinos, Universitäten und zahlreichen Lebensmittelgeschäften weltweit – demnächst auch in Ihrer Nähe. ■

## BELSHAW IN ZAHLEN:

- Belshaw wurde **1923** gegründet.
- Adamatic wurde **1962** gegründet.
- Beide fusionierten **2007** zu Belshaw Adamatic
- Produktionsleistung des INSIDER Ventless Donut System - Mark II: **Rd. 400** Standard -Donuts oder rd. **1.300** Mini-Donuts pro Stunde
- Produktionsleistung des INSIDER Ventless Donut System - Mark V: **600** Standard-Donuts oder rd. **1.900** Mini-Donuts pro Stunde
- After-Sales-Support: **ein Jahr** Garantie auf alle Teile



# AUS ALLER WELT



## DAS TROPICAL SMOOTHIE CAFE KOCHT MIT DEM MENUMASTER®

Die 1997 gegründete Kette Tropical Smoothie Café aus Florida besitzt heute 600 Franchise-Filialen in den USA. Fast alle Cafés arbeiten mit dem MenuMaster MXP High-Speed, um ihren Gästen knusprige Sandwiches und Wraps anzubieten – mit optimaler Bräunung und perfektem Frischegrad der Füllung. Der Kombinationsofen aus Mikrowelle, Konvektion und Infrarot-Technologie gart 15-mal schneller als ein herkömmlicher Backofen. Für Chefkoch Lake Dawson die ideale Kombination aus Backen, Bräunen, Überbacken, Grillen, Gratinieren und Regenerieren. Das Gerät ist zudem platz- und kostensparend und überall einsetzbar. Die neu eröffneten Filialen verfügen sogar über zwei MenuMaster.

[www.acpsolutions.com](http://www.acpsolutions.com)



Der MenuMaster ist 15-mal schneller als ein konventioneller Ofen



## ELECTRO FREEZE UND THE KRystal COMPANY VERSÜSSEN DIE SPEISEKARTE

Die Restaurantkette The Krystal Company verwöhnt ihre Gäste jetzt auch mit köstlichen Eiskreationen. Auf der allseits beliebten Speisekarte wurde das Dessertangebot um die Auswahl ‚sweet & cold‘ erweitert. Die Kette hat ihre Filialen dafür eigens mit Softeismaschinen ausgestattet. Unter mehreren Herstellern hat sich Krystal für die Zusammenarbeit mit Electro Freeze entschieden. Für Will Costello, Vice President of Supply bei Krystal, der bereits mit Electro Freeze gearbeitet hat, waren „Qualität, Langlebigkeit und Zuverlässigkeit“ der Geräte ausschlaggebend. 20 % der Filialen wurden mit der äußerst leistungsfähigen Version 15RMT bestückt, 80 % arbeiten mit dem Model CS600. Dank Electro Freeze sind auch weitere Desserts auf der Speisekarte denkbar: selbstgemixte Shakes in bis zu 100 verschiedenen Geschmacksrichtungen und neue Eisvariationen – der Kreativität sind keine Grenzen gesetzt.

[www.electrofreeze.com](http://www.electrofreeze.com)



## EGRO'S ZERO HILFT LOCAL HEROES

Die Ehrung mit dem „Hero of the Year“ Award 2017 des amerikanischen Fernsehsenders CNN haben Amy und Ben Wright, die Gründer des Bitty & Beau's Coffee in Wilmington, North Carolina, ihrem Wunsch etwas zu bewegen und ihrem unternehmerischen Gespür zu verdanken. Die Arbeitslosenquote für Menschen mit geistiger Behinderung liegt in den USA bei 80 %. Da das Paar selbst zwei Kinder mit Down-Syndrom hat, möchte es Menschen mit Einschränkungen eine Chance auf Arbeit geben. Im Bitty & Beau's Coffee werden insgesamt 40 Mitarbeiter mit Autismus, Entwicklungsstörungen und geistigen Behinderungen beschäftigt. Ideal für das Konzept der Wrights ist die Espressomaschine Zero von Egro, da sie selbsterklärend und ganz einfach in der Handhabung ist. Dank der intuitiven Touchscreen-Bedienung können die Gäste im Handumdrehen mit qualitativ hochwertigem Kaffee versorgt werden. „So können sich unsere Mitarbeiter ganz auf den Service am Kunden und seine Zufriedenheit konzentrieren – das ist ein wesentliches Kriterium für unseren Erfolg“, erklärt Amy Wright.

[www.ranciliogroup.com](http://www.ranciliogroup.com)



## DER ARC!™ GEMÜSE-SCHNEIDER VON EDLUND ENTLASTET DIE KÜCHE

Die Restaurantkette Zaxby's, in erster Linie bekannt für Chicken Fingers und Chicken Wings, hat ihre Speisekarte vor ein paar Jahren um eine Auswahl an verschiedenen Salaten (Zalads™) erweitert – für alle, die leichtere Kost bevorzugen. Die Zubereitung von Salaten ist zeitaufwändig – Sellerie, Tomaten, Gurken und anderes Gemüse schnippeln hält die Küche auf. Auf der Suche nach der besten Lösung hat man sich bei Zaxby's für den ARC! Obst- und Gemüseschneider von Edlund entschieden. Es ist das erste Gerät, mit dem man sowohl weiche als auch harte Gemüsesorten schneiden kann. Einfach und sicher in der Anwendung, spart es viel Zeit bei der Vorbereitung von frischen Salaten. Zudem wurden die Einwegwaagen durch Portionswaagen der Edlund Premier Serie ersetzt. Das ist kostensparend und steigert die Effizienz.

[www.edlundco.com](http://www.edlundco.com)



### FREEZE&GO VON CARPIGIANI: DIE KOMPAKTE SPEISEEIS-MASCHINE FÜR KÖCHE

Mit dem kompakten Tischgerät Freeze&Go von Carpigiani ist handwerklich hergestelltes Speiseeis in nur fünf Minuten servierfertig zubereitet. Restaurants können mit der Freeze&Go ihre Dessertkarte um köstliches Gelato in verschiedenen Geschmacksrichtungen bereichern. Die Freeze&Go wurde speziell für die Gastronomie entwickelt. Sie ist mit 55 cm Tiefe äußerst platzsparend und passt in jede Küche, ist zudem einfach zu reinigen und zu warten.

Mit dem Gerät gelingt die Zubereitung von Speiseeis und Fruchtsorbets in derselben hohen Qualität und Konsistenz wie mit einem High-End Profi-Gerät. Einfach den gekühlten Eismix in den Zylinder einfüllen, die Produktion starten. Nach fünf Minuten meldet ein akustisches Signal, dass das Eis fertig ist. Wenige Sekunden später können weitere Sorten zubereitet werden.

[www.carpigiani.com](http://www.carpigiani.com)



### ICE-O-MATIC PRÄSENTIERT DIE ELEVATION SERIE

Über 70 hochkarätige Gäste aus ganz China trafen sich im März 2018 im Four Points By Sheraton Shanghai, Pudong, zum „Elevation New Product Launch“ – der Präsentation der neuen Würfeleismaschine von Ice-O-Matic.

Nach über 20 Jahren Präsenz im chinesischen Markt kann Ice-O-Matic auf gute Beziehungen zu zahlreichen Geschäftspartnern vertrauen. „Wir sind sehr stolz darauf, unsere Partner und Freunde zu diesem Event einladen zu dürfen“, sagt Kitty Cheng von Ice-O-Matic. Fünf Jahre hat Ice-O-Matic in die Entwicklung und Gestaltung der Elevation Serie investiert. Die Geräte spiegeln die einfache und klare Philosophie von Ice-O-Matic wider und setzen gleichzeitig einen höheren Standard. [www.iceomatic.com](http://www.iceomatic.com)



### EXKLUSIVE KÜHLTECHNIK MIT CHAMELEON VON WILLIAMS

Wie wäre es mit einem Kühlschrank in Leopardenmuster? Oder doch lieber in Marmor-Optik? Mit Chameleon von Williams lassen sich dank lebensmittelechter Vinylfolie individuelle Designs für Kühlschränke problemlos realisieren. Beinahe alle Modelle von Williams können nach Wunsch gestaltet werden, vom Untertischkühler bis hin zum vertikalen Kühlschrank sind alle Farben oder Muster möglich, sogar Oberflächen mit täuschend

echter Struktur lassen sich abbilden. „Chameleon ist ein echter Hingucker. Das ist die Lösung, um Geräte eindrucksvoll zu präsentieren“, sagt Malcolm Harling, Sales und Marketing Director von Williams Refrigeration. Zur Auswahl steht jedes beliebige Design in einer Vielzahl von Ausführungen und Oberflächen. Die Farben sind als RAL- oder Pantone-Farben erhältlich. „Somit lässt sich der Kühlschrank an jede Einrichtung und jedes Design anpassen“, sagt Harling. [www.williams-refrigeration.co.uk](http://www.williams-refrigeration.co.uk)

### CREAM UND MOFFAT: EINE GESCHMACKVOLLE KOMBINATION

Das kalifornische Familienunternehmen CREAM hat 2010 mit einem Geschäft zum Verkauf von köstlichen Eis-Sandwiches angefangen. Inzwischen betreibt das CREAM von Jimmy und Gus Shamieh insgesamt 35 Filialen in Kalifornien, Nevada,

Florida und Colorado. Der E31D4 Konvektionsofen von Moffat ist die ideale Lösung für die ofenfrische Zubereitung von Keksen, Brownies, Tacos und Waffeln nach Bedarf, er ist ein Allround-Talent für die einfache Zubereitung in kalkulierbaren Mengen. Der Moffat-Ofen war von Anfang an im CREAM dabei und wird immer noch als Ladenbackofen in allen

Filialen in den USA verwendet. Aufgrund seiner großen Auswahl an Programmen, seines ansprechenden Designs und seiner kompakten Größe wurden alle Filialen mittlerweile mit je zwei E31D4-Öfen von Moffat ausgestattet. [www.moffat.com](http://www.moffat.com)



### KINDERLEICHT BACKEN MIT DER GENIUS MT BACKMASTER EDITION VON ELOMA

Ganz gleich, ob Sie Ihren Kunden lieber frische Backwaren oder Snacks servieren, mit der Backmaster Edition des GENIUS MT von Eloma gelingt alles einfach und zuverlässig. Ob im Coffee-Shop, an Tankstellen und Autobahnraststätten oder in der Systemgastronomie, das Backergebnis ist von gleichbleibend hoher Qualität bei garantierter Prozesssicherheit. Die Backversion des GENIUS MT hat alle Funktionen, die ein Meisterbäcker benötigt. Die elektrische Türöffnung verhindert ungewolltes Nachbacken des Backgutes, die angepasste grafische Benutzeroberfläche mit Backmodus ist für jeden Einsatz und Bediener individualisierbar. Integrierte Back-, Snack- und Frühstücksprogramme decken das gesamte Tagesangebot ab und gewährleisten absolute Flexibilität im Ablauf. In das Vario-Einhängegestell passen sowohl Gastronorm- als auch Bäckernormbehälter, die Multi-Öko-Haube sorgt durch Dampfcondensierung für ein besseres Raumklima. [www.eloma.com](http://www.eloma.com)





# UNSERE MARKEN WELTWEIT



KOCHTECHNIK



BÄCKEREI  
& KONDITOREI



SPEISENVERTEILUNG,  
VORBEREITUNG  
& AUFBEWAHRUNG



KÜHLTECHNIK



SPÜLTECHNIK  
& ABFALLSYSTEME



SPEISEEISHERSTELLUNG  
& KALTGETRÄNKE-  
AUSSCHANK



KÜHLEIS



KAFFEEMASCHINEN



BERATUNG & PLANUNG,  
VERTRIEB & SERVICE

ALPHATECH

**Amana**  
Commercial  
MENUMASTER  
Commercial

ambach®

**b**  
baron

**eloma**



**LAINOX**  
DEVICE FOR COOKING

**MARENO**  
ENJOY YOUR KITCHEN

**metos**

**MOFFAT**

**dem**

**OLIS**  
we innovate cooking

**ROSINOX**  
Grandes Cuisines

**SILKO**  
IDEAS. WELL DONE

**Belshaw**  
**Adamatic**

**BERTRAND**  
**PUMA**  
La grille boulangère

**BONGARD**

**XCFI**

**ESMACH**

**MONO**

**Povallier**

**Aladdin Temp-Rite**  
better by degrees

**AUREA**  
advanced food preparation equipment

**burlodge**  
TOGETHER, WE WORK

**Eclunel**  
Innovation Re-defined

**Krefft**

**METRO**

**Stierlen**

**temp-rite**

**BEVERAGE-AIR**

**FRIGINOX**  
LE FROID PROFESSIONNEL

**friulinox**  
refrigeration excellence

**hiber**  
THE FUTURE OF CHILLING

**POLARIS**

**Tecnomac**

**VICTORY**

**williams**

**Champion**

**CMA**

**COMENDA**

**DIHR**

**grandimpianti**  
intelligent laundry equipment

**HONVED**

**KROMO**  
EXCELLENCE IN DISHWASHING

**MOYER**  
**DIEBEL**

**NORDIEN-SYSTEM**

**RENDISK**

**WASHTECH**  
**STARLINE**  
PROFESSIONAL WASH SYSTEMS

**Wexiödisk**

**CARPIGIANI**

**Electro Freeze**

**GBG**

**ICETEAM**  
1927 **BiB**

**ICETEAM**  
1927 **cattabriga**

**ICETEAM**  
1927 **COLDEUTE**

**ICETEAM**  
1927 **OK**

**ICETEAM**  
1927 **PROMAG**

**Encotel**

**BAR LINE**  
ICE - MACHINES

**Icematic**

**Ice-O-Matic**  
Ice. Pure and Simple

**Scotsman**

**SIMAG**

**EGRO**  
SWISS COFFEE TECHNOLOGY

**PROMAC**  
Italian espresso machines

**RANCILIO**  
coffee the World

**ALI**  
GROUP  
意亚立餐饮设备(上海)有限公司  
CHINA

**ALICOMENDA**

**ALICONTRACT**

**GRANDIMPIANTI**  
ENGINEERING & CONTRACTING

**metos**  
marine

**metos**  
kitchen professional

**MILLER'S**  
VANGUARD

**SERVICELINE**



# IHRE PARTNER WELTWEIT

AFRIKA | AMERIKA | ASIEN | AUSTRALIEN UND NEUSEELAND | EUROPA

**Ali Group Hauptsitz**

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

**Ali Group Afrika & Mittlerer Osten**

Unit 603 & 604, Building 1B  
Dubai Design District  
Dubai, UAE  
Telefon +971 4510 8200  
middleeast@aligroup.com

**Ali Group Australien**

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

**Ali Group Brasilien**

Av. Dom Pedro I, 513  
Vila Monumento  
São Paulo-SP | CEP. | 01552-001  
Telefon +55 11 20618207  
brazil@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 Frankreich**

17-19 Avenue Gaston Monmousseau  
93240 Stains  
Frankreich  
Telefon +33 1 48216325  
france@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 Japan**

Toei Mishuku Building  
5F 1-13-1 Mishuku | Setagaya-ku  
1540005 Tokyo, Japan  
Telefon +81 3 5779 8850  
japan@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 Lateinamerika/Südamerika**

Balcarce 355 – PB  
Ciudad Autónoma de Buenos Aires  
Argentinien  
Telefon +54 11 4331 0550  
latinamerica@aligroup.com

**Ali Group Neuseeland**

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

**Ali Group Russland**

Skladochnaja Str. 1 St. 18 | Off. 205  
127018 Moscow  
Russland  
Telefon +74 955 803360  
russia@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 Südafrika**

P.O. Box 30072 Jetpark 1467  
Unit 4 Lakeview Business Park  
8-10 Yaldwyn Road | Jetpark | Boksburg, RSA  
Telefon + 27 11 826 6742/1  
southafrica@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 USA**

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



Das Optus Stadium mit über 50 Gastronomieangeboten bietet bei Sportereignissen 60.000 Sitzplätze, bei Konzerten 70.000



**CHEFREDAKTION**

Elena Faccio

**REDAKTIONSASSISTENZ**

Anna Lisa Scarano,  
Erika Testoni

Besonderen Dank an  
Ryan Blackman für seine  
freundliche Unterstützung

**REDAKTIONELLE  
BERATUNG UND DESIGN**

Progressive Content  
London, UK  
progressivecontent.com

**AUTOREN**

Jim Banks, Elke Baumstark,  
Frank Diebel, Elly Earls,  
Sarah Gallagher, Sandra  
Haurant, Christina Jacob,  
Michael Jones, Thomas  
Lawrence, Tina Nielsen,  
Andrea Tolu

**FOTOS**

Marco Santi Amantini,  
Sonja Bell, Luca Bellus,  
Peter Bennetts, Denis  
Dalmasso, Sander De Wilde,  
Antonio Castellani, Andrew  
Haslam, Kathryn Gamble,  
Mart Drylov Madsen for  
*Wine Spectator*, Christoph  
Papsch, Tim Propaganda,  
Marco Recalchi, Claudio  
Sforza, Optus Stadium,  
Susan Wright

**DRUCK**

Buxton Press, UK

**REDAKTIONSANSCHRIFT**

Ali Group  
Via Gobetti, 2 - Villa Fiorita  
20063 Cernusco sul  
Naviglio (Mailand) - Italien  
Telefon: + 39 02 921991  
www.aligroup.com



## WELTWEIT FÜHREND

Die Ali Group wurde vor über 50 Jahren in Italien gegründet und ist mit dem größten und umfangreichsten Produktsortiment globaler Marktführer in Großküchentechnik und Foodservice-Ausstattung. Viele Unternehmen der Ali Group bringen eine bereits langjährige Tradition und über 100 Jahre Erfahrung mit. Sie gehören zu den meistgeschätzten Marken ihrer Branche.

Der Konzern entwirft, produziert und vertreibt eine große Bandbreite an Großküchentechnik und bietet die entsprechenden Serviceleistungen an. Mit 57 Produktionsstätten, 10.000 Mitarbeitern in 30 Ländern und 76 Marken präsentiert die Ali Group das vielseitigste Produktportfolio der Branche und ist in nahezu allen Bereichen der Gastronomie, des Caterings und der Gemeinschaftsverpflegung vertreten.

[www.aligroup.com](http://www.aligroup.com)

