

gastrotel

gw
verlag

3/4. 2021

37. Jahrgang
2 Euro
www.gastrotel.de

Unabhängiges
Fachmagazin
für Unternehmer
und Manager
in Gastronomie
und Hotellerie

Gasthof Heinzinger
Denis Kleinknecht kocht mit Hanf
dean&david
Interview mit David Baumgartner

Essen & Trinken
Herzhafte Backwaren | Käse | Weißbier

Kochen auf der Terrasse
Mobile Outdoor-Küchen

Das sind Erbsen!
Innovative Food-Unternehmen
produzieren Lebensmittel für die Zukunft





Endori Veggie Cevapcici

Foto: Die genannten Unternehmen

Zeit zum Umdenken

Nicht nur die Gastronomie ist im Umbruch, auch die Foodbranche stellt sich auf neue Bedürfnisse ein. Nachhaltig, Bio, regional und pflanzenbasiert – so sieht die Zukunft aus. Wir stellen fünf entsprechende Unternehmen vor. Von Peter Erik Hillenbach

Die Welt verbessern wollen sie alle. Menschen, Tiere, Umwelt sollen glücklich sein, Ernährungsfragen gelöst werden, die produzierten Lebensmittel gesund und nahrhaft sein, und heimisch bitte sowieso. Diese Vorgaben versuchen die hier vorgestellten Firmen einzulösen – mit ganz unterschiedlichen Produkten von Bio-Croissant bis zum Erbsen-Burger und von der Garnele aus Aquakultur bis zum fermentierten Gemüse.

Endori Food

Endori hieß bis zu diesem Juni noch Amidori und benannte sich um, weil ein anderes Unternehmen ähnlich klang und ältere Namensrechte hatte. Firmengründer Friedrich Büse hatte den ursprünglichen Namen 2015 aus dem Japanischen abgeleitet: „midori“ bedeutet grün und sollte für Nachhaltigkeit stehen. Unternehmensphilosophie und Gründungsmythos der Familien Büse und Wedel erzählen von der Liebe zu gutem Essen und Hunger auf eine bessere Zukunft für Tiere, Menschen und Umwelt. Nun leitet sich der neue Name vom japanischen „endo“ ab, was Erbsen bedeutet – und aus Erbsen, den neuen stillen Stars der Branche, stellt das Food-Unternehmen aus Bamberg pflanzliche Fleischalternativen her.

Derzeit arbeiten an zwei Standorten rund 180 Mitarbeiter an der Herstellung pflanzenbasierter Lebensmittel als Alternative zu Produkten tierischen Ursprungs. Das Unternehmen stellt aktuell pflanzliche Fleischalternativen wie vegane Burger-Patties, Würstchen, Hack, Pulled, Kebab und vieles mehr her, die als Alternative zu Fleisch in praktisch allen Gerichten gelingsicher eingesetzt werden können. Beim Einsatz der Rohstoffe liegt der Fokus auf Proteinpflanzen, wie etwa in traditioneller Mehrfeldwirtschaft angebauten Erbsen. Das Unternehmen verzichtet bewusst auf den Einsatz von Soja, Palmfett und künstlichen Aromen. Im Gegensatz zu einer Vielzahl

an Mitbewerbern ist bei endori laut Unternehmen zudem in der gesamten Wertschöpfungskette kein fleischverarbeitendes Unternehmen eingebunden – und zwar vom Feld bis auf die Gabel.

Die endori Veggie-Produkte werden bereits von namhaften Playern aus der Ernährungswirtschaft bezogen und finden sich damit in Gastronomie, Hotellerie, Kliniken, Schulen, Betriebskantinen und vielen anderen professionellen Ernährungsbereichen.

www.endori.de

HanseGarnelen

Aquakultur ist ein Riesenthema, wenn es um die Ernährung der Zukunft geht. Die Aufzucht und Produktion von Fischen, Flusskrebse oder Garnelen in Indoor-Anlagen könnte eine mögliche Antwort auf die Frage nach der Versorgung mit tierischem Protein sein. Garnelen gelten zudem als kalorienarm und enthalten kaum Fett.

Das Start-Up HanseGarnelen sieht sich als Pionier für frische White Tiger-Garnelen und macht erst seit vergangener Herbst auf sich aufmerksam. Das Unternehmen produzierte zunächst in einer Kreislaufanlage in Grevesmühlen, Landkreis Nordwestmecklenburg. Nun erfolgte in diesem Juni die Grundsteinlegung für eine zweite Anlage in Glückstadt nahe Hamburg, ebenfalls für die regionale Zucht von nachhaltigen HanseGarnelen. Nötig wurde der Neubau, weil die Erwartungen an ▶



Endori Veggie Nudelpfanne



Endori Veggie Burger

den Markt laut Vorstand Rupert Baur „deutlich übertroffen“ wurden: „Das bestätigt uns in unserer Überzeugung, dass eine Zucht nach sozialen, ökologischen und unter Beachtung der strengsten Gesundheitskriterien für Mensch und Tier und die frangfrische Lieferung nicht nur möglich sind, sondern genau den Bedürfnissen und Erwartungen vieler Menschen entsprechen.“

Bereits im Winter will man aus Glückstadt liefern und ein Vielfaches an Garnelen anbieten können. Ziel sei es, einer der führenden Anbieter frischer Garnelen aus artgerechter Zucht ohne Einsatz von Antibiotika oder künstlichen Zusätzen zu werden. Der Firmenphilosophie zufolge übernehme man Verantwortung für eine zukunfts-fähige Welt und vereine Umwelt-, Klimaschutz und Nachhaltigkeit unter regionalen Bedingungen. Dies verstehe man als neue Markt-kategorie, die es auszubauen gelte.

Die Investition in Glückstadt liegt im Millionenbereich. Auf dem zirka 1,5 Hektar großen Gelände entstehen Arbeitsplätze für eine nennenswerte Anzahl von Mitarbeitern. Die hochmoderne Anlage ermöglicht, alle Nachfragen zu erfüllen: Direkte Bestellungen über den Onlineshop, aus der Gastronomie, von Caterern und Bestellungen aus dem Groß- und Einzelhandel sowie aus dem Fischspezialitätenhandel.

www.hansegarnelen.com



Moin Bio Backwaren

Bereits Mitte der 1980er Jahre machte Bio-Pionier Hans-Paul Matke auf die zweifelhafte Qualität industriell hergestellter Lebensmittel aufmerksam. Der Wunsch, so viele Menschen wie möglich mit gutem Essen zu versorgen, führte zur Gründung von Moin Bio Backwaren.



Seit über 25 Jahren werden in Glückstadt nun schon Backwerke aus besten Bioland-Zutaten, mit langer Teigruhe und ohne technische Enzyme hergestellt. Dass die Backwaren von Moin wahrnehmbar guttun, wurde vergangenes Jahr in einem wissenschaftlichen Test bestätigt: Die Wirkung der *Bio Vollkorn Krustis* etwa wurde mit Merkmalen wie „hell“, „wohlig“ und „wach“ als durchgehend positiv bewertet. Zu Beginn dieses Jahres konnte sich das Gemeinwohl-zertifizierte Unternehmen über eine weitere große Auszeichnung freuen: Die *Bio Sonntags Krustis* haben im Segment Tiefkühlbrötchen, Aufbackbrötchen bei der Stiftung Warentest als Beste abgeschrieben. Dabei gab es eine stolze 1,0 sowohl im sensorischen als auch im mikrobiologischen Test.

Regionalität und Nachhaltigkeit sind bei Moin laut Eigenaussage selbstverständliche Grundlage. Das zeigt sich sowohl in der Unterstützung regionaler Wertschöpfungsketten als auch im Verzicht auf Palmöl. Für das stetig wachsende vegane Sortiment nutzt Moin stattdessen Sheabutter. Eine 1870 Quadratmeter große Solaranlage auf dem Dach der Produktionshalle deckt bis zu 40 Prozent des eigenen Strombedarfs. Weitere Punkte: Verbesserte Energieeffizienz der FCKW-freien Kälteanlage dank Wärmerückgewinnung; E-Fahrzeuge und Stromtankstellen; Beschäftigung mit Biokunststoffen. Die Nutzung von Tiefkühltechnik ermöglicht überdies eine nachhaltige Arbeitsweise: Fünftagewoche ohne Nachtarbeit – ungewöhnlich für eine Bäckerei.

In die Zukunft geht Moin den mittleren Weg zwischen Manufaktur und Industrie – handwerkliche Prozesse mit Hilfe modernster Technik. Eine achtsame innere Haltung ist dabei entscheidend für die seelische Qualität des Essens. Daher hat Moin den Begriff der „Cor-faktor“ für sich geprägt, wo lateinischen „cor“ für Herz; Denken vom Herzen aus, wo sich Intellekt und Intuition verbinden.

www.moin.eu

Transgourmet Natura

Als einer der größten Full-Service-Spezialisten für Gastronomie und Gemeinschaftsverpflegung führte Transgourmet Deutschland in diesem Frühjahr die erste internationale Bio-Marke für den Außer-Haus-Markt ein: *Natura*. Damit ist Transgourmet laut Firmenangaben der derzeit einzige Lebensmittelgroßhändler mit einer eigenen Bio-Marke – ein starkes Signal für die Branche und den gesamten Markt. Denn als Absatzkanal ist die Gemeinschaftsverpflegung ein wichtiger Hebel für den weiteren Ausbau des Ökolandbaus, der ganz oben auf der politischen Agenda steht.

„Mit der neuen Bio-Marke *Natura* geben wir dem Thema Bio einen festen Platz im Handel und bieten unseren Kundinnen und Kunden ein zertifiziertes Bio-Sortiment, um ihre Ziele im Rahmen des Green Deals zu erreichen“, sagt Manfred Hofer, Geschäftsführung Transgourmet Central and Eastern Europe, und nennt damit einen wesentlichen Grund für den Startschuss von *Natura*.



„Ich möchte eine Art des Gartenbaus und der Landwirtschaft, die mehr ist als nachhaltig. ... Eine wirklich moderne Landbewirtschaftung sollte meines Erachtens das Ziel verfolgen, das bewirtschaftete Land fruchtbarer, artenreicher und damit auch profitabler zu hinterlassen, als man es vorgefunden hat.“ **Olaf Schnelle, Gärtner**

Generell befindet sich der Bio-Markt im Umbruch. Einerseits ist das Thema längst im Mainstream angekommen, wie das kontinuierliche Marktwachstum – 2020 lag das Volumen bei 14,99 Milliarden Euro – und die rasant steigende Verfügbarkeit von Bio-Produkten im Lebensmitteleinzelhandel beweisen. Andererseits sind Bio-Lebensmittel im Außer-Haus-Markt nach wie vor unterrepräsentiert. Zu teuer, zu aufwändig zu beschaffen, zu kompliziert die Bio-Zertifizierung – das sind nur drei Aspekte, die Küchen bis heute als Argument gegen den Einkauf und den Einsatz von Bio-Lebensmitteln nennen. Dem stehen die politischen Forderungen nach einem Ausbau der ökologischen Landwirtschaft entgegen. Die EU will die Anbaufläche für den Ökolandbau bis 2030 von derzeit acht auf 25 Prozent ausweiten. Und die Bundesregierung strebt an, den Anteil von Bio-Erzeugnissen in öffentlichen Einrichtungen von aktuell einem auf mehr als 20 Prozent zu steigern. Parallel haben Bundesländer, Regionen und Städte eigene Pläne aufgelegt. Vor diesem Hintergrund kommt das Bio-Sortiment von *Natura* für die Gemeinschaftsverpflegung und die Gastronomie genau zum richtigen Zeitpunkt. Mit bis zum Jahresende mehr als 200 Bio- und EU-Ökosiegel zertifizierten Produkten zu bezahlbaren, marktgerechten Preisen richtet sich *Natura* an Küchenprofis, die sich aus unterschiedlichsten Gründen auf ein gesichertes Bio-Vollsortiment verlassen wollen und müssen. Das Sortiment reicht von Teigwaren, Reis und Beilagen über Obst und Gemüse, Molkeerzeugnisse und Fleischwaren bis hin zu Konserven, Getränken und Süßungsmitteln. Damit deckt es die gesamte Bandbreite der Lebensmittelversorgung ab.

www.transgourmet.de/natura

Schnelles Grünzeug

Genialer Firmenname, nicht wahr? Schnelles Grünzeug ist eine Gärtnerei in Vorpommern, die sich auf frische Wildkräuter, essbare

Blüten, seltene Würzkräuter, wildes Obst sowie rare Gemüsesorten spezialisiert hat. Ferner sind fermentierte Antipasti, Pasten, Pesto, Ketchup, Saucen, Senfe, Sauerkraut, Kimchi & Co im Angebot. Und es entsteht fermentiertes Gemüse, das im Onlineshop auch von der Privatkundschaft bestellt werden kann. Zielgruppe sind jedoch vor allem Profis aus dem Gastgewerbe, darunter namhafte Spitzenköche. Betrieben wird die Gärtnerei von Olaf Schnelle, einem der beiden Mitgründer der legendären und mit zahlreichen Branchenpreisen ausgezeichneten „Essbaren Landschaften“, die von 2000 bis 2014 die Top-Gastronomie mit Kräutern, Blüten und Blättern versorgten.

Schnelle ist Gärtner und hat sich zu einem führenden Spezialisten für gesunden Boden, Biodiversität und Permakultur entwickelt. Neben seiner Expertise für „Grünzeug“ hat er sich eine ähnliche Kompetenz für fermentiertes Gemüse aufgebaut, das er in seinem „Zentrum für Gemüsefermentation im Treibtal“ produziert. Es handelt sich um die erste Manufaktur in Deutschland, die nicht nur Weißkohl fermentiert, sondern auch anderes Gemüse. Schnelle: „Zwanzig Jahre die Top-Gastronomie zu beliefern, hat mir genug Rüstzeug gegeben, um nur mit einheimischen Produkten Gemüsefermente zu kreieren, die weder Ingwer noch Kurkuma benötigen, um gut zu schmecken.“

Schnelles Gärtnerei ist bewusst nicht (mehr) bio-zertifiziert, dieses Label erschien ihm nicht mehr überzeugend genug. Auch „Nachhaltigkeit“, so daher geplappert, ist ihm zu wenig. Sein leidenschaftliches Plädoyer: „Ich möchte eine Art des Gartenbaus und der Landwirtschaft, die mehr ist als nachhaltig. Es genügt mir nicht mehr, der Natur nur das zu entnehmen, was auch wieder nachwächst oder ihr nur das zurück zu geben, was man ihr entnimmt. Eine wirklich moderne Landbewirtschaftung sollte meines Erachtens das Ziel verfolgen, das bewirtschaftete Land fruchtbarer, artenreicher und damit auch profitabler zu hinterlassen, als man es vorgefunden hat. Seit Jahrzehnten befasse ich mich ganz praktisch und theoretisch mit diesen Themen. Die Gärtnerlehre, ein Gartenbaustudium, die Ausbildung zum Permakultur-Designer, der Betrieb zweier Gärtnereien sowie der Austausch mit den besten Praktikern direkt oder über das Internet haben mich immer mehr davon überzeugt, dass es einen anderen Weg gibt. Einen Weg, der den oben formulierten Zielen entspricht.“ Und damit ist Schnelle ein absoluter Vorreiter der Branche.

www.schnelles-grünzeug.de



5

gastrotel

Die wichtigsten Fakten zu gastrotel auf einen Blick

- Fachmagazin für Gastronomie und Hotellerie
- 36 Jahre höchster Qualitätsstandard
- Punktgenaues Zielgruppenmedium
- Absatzorientierte Berichterstattung mit extrem hoher Reichweite
- Mit 600.000 Exemplaren das Fachmagazin mit der höchsten verbreiteten Jahresauflage im deutschen Gastgewerbe
- Günstigster TKP mit 44,03 € im gesamten Gastgewerbe-Zeitschriftenmarkt
- Kostenloses ePaper

Unschlagbar wirtschaftlich für die zielgenaue Ansprache der Entscheider.

1.000-
Kontakte-Preis
TKP 44,03 €
1/1 Seite 4c / 350.861
Leser*

Verbreitungs-, Empfänger-, Auflagenanalyse

Verbreitungsanalyse nach Nielsengebieten/Ausland	Exemplare	Prozent
Nielsengebiet 1 Schleswig-Holstein, Hamburg, Bremen, Niedersachsen	17.241	17,20
Nielsengebiet 2 Nordrhein-Westfalen	27.398	27,33
Nielsengebiet 3a Hessen, Rheinland-Pfalz, Saarland	16.239	16,20
Nielsengebiet 3b Baden-Württemberg	13.721	13,69
Nielsengebiet 4 Bayern	16.574	16,53
Nielsengebiet 5 Berlin	1.837	1,83
Nielsengebiet 6 Mecklenburg-Vorpommern, Brandenburg, Sachsen-Anhalt	3.521	3,51
Nielsengebiet 7 Thüringen, Sachsen	3.655	3,65
Ausland	60	0,06
Gesamt	100.246	100,00

Abweichungen von 100 % aufgrund von Rundungen möglich

Empfänger-Struktur-Analyse nach Betriebsarten	Exemplare	Prozent
Gaststätten/ Schankwirtschaften	18.784	18,74
Restaurants	42.367	42,26
Hotels/Pensionen/Gasthöfe	21.984	21,93
Bistros/Diskotheken/Bars/ Szenegastronomie	8.541	8,52
Systemgastro/Imbiss/Caterer/ Gemeinschaftsverpflegung	7.668	7,65
Sonstiges (Schulen, Industrie etc.)	920	0,92
Gesamt	100.246	100,00

Auflagenanalyse	Exemplare pro Ausgabe
Druckauflage	100.531
verbreitete Auflage	100.246
Abonnements	28.288

Auflagenkontrolle	IWW - Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern e.V.
-------------------	---------------------------------------------------------------------------------------

Quelle: IWV 3. Quartal 2020

*Hochrechnung auf Basis der gastrotel-Leserumfrage 2014

[Gastrotel als ePaper:](#)
[gastrotel 3/4-2021 by GW VERLAG - issuu](#)

[Mediadaten gesamt gastrotel:](#)
[21_md_gastrotel.pdf](#)