

Messer & Gabel



ÜBER DIE GASSE

*Der Liefer- und Take-away-Trend ist gekommen,
um zu bleiben – eine Chance.*

Vielfältige Erfolgsrezepte

Vom Wurststand bis zum Störkoch:
vier Konzepte ausserhalb der Gaststube.
>> ab Seite 4

Chancen clever nutzen

Gastroberater Lukas Kuster gibt Tipps,
wie das Bestell-Geschäft rentabel wird.
>> Seite 12

DIE BEIZ ZU HAUSE UND UNTERWEGS

In einer Welt, die sich ständig verändert, haben sich auch unsere Essgewohnheiten gewandelt. Denn unsere Mahlzeiten passen sich dem Rhythmus des modernen Alltagslebens und Lebensstils an. So essen viele Menschen zunehmend flexibel: dann, wenn sie gerade Zeit haben, das, worauf sie gerade Lust haben, und dort, wo sie gerade sind. So haben Take-aways und Essenslieferdienste stetig zugelegt, noch bevor sie während der Lockdowns für viele Menschen zur einzigen Abwechslung vom täglichen Selberkochen wurden. Nicht nur bereits bestehende Take-aways haben die neuen Herausforderungen angenommen: Auch viele klassische Restaurants haben an Wegen getüftelt, die Gäste zu Hause oder über die Gasse zu verköstigen. Und einige davon wurden damit so erfolgreich, dass sie Teile davon beibehalten oder gar erweitert haben.

Die Delivery- und Take-away-Revolution: Beispiele und Ideen

In dieser Ausgabe von «Messer & Gabel» nehmen wir Sie mit auf eine Reise zu Gastronomen und Unternehmerinnen, welche das Bestell- und Mitnehmengeschäft mit unterschiedlichsten Hintergründen und Ausprägungen erfolgreich betreiben: von vier Restaurant-Erfolgsgeschichten, wie sie unterschiedlicher nicht sein könnten, über die Suche nach nachhaltigen Verpackungs- und Transportmöglichkeiten bis hin zu Zubereitungsfragen: Wie muss das Essen – und insbesondere das Fleisch – zum Mitnehmen oder Ausliefern vorbereitet sein, damit es den Transport gut übersteht? Zudem beantwortet

ein renommierter Gastronomieberater Fragen zu den Vorteilen und Tücken des Delivery- und Take-away-Geschäfts – besonders für Betreiber, die in diesen Bereich diversifizieren möchten. Als Abschluss zeigt die Gewinnerin des Kochwettbewerbs «La Cuisine des Jeunes» (LCDJ) 2022, wie sie ihr liebstes Take-away-Gericht nachkocht und sogar noch im eigens konzipierten, biologisch abbaubaren Behälter transportiert.

Diese Themenausgabe ist eine Hommage an die anpassungsfähige und kreative Gastronomiebranche. Sie zeigt, wie Food-Lieferdienste und Take-aways nicht nur die Art und Weise, wie wir essen, verändert haben, sondern auch die Möglichkeiten und Herausforderungen für Gastronominnen und Gastronomen erweitern. Wir wünschen Ihnen viel Genuss und Inspiration!

TOUR DE TAKE- AWAY

Der Porzellan-Lieferdienst, die seit 60 Jahren legendäre Bratwurst, die Ghost Kitchen, die keine mehr ist, und der reisende Restaurantkoch: Wir spüren dem Phänomen des Zuhause- und Unterwegs-Essens nach und machen halt an ebenso namhaften wie inspirierenden Stationen.

Wie schafft es ein Lieferservice von der Pandemie in den Restaurantalltag? Wie bleibt man mit etwas so Simplem wie einer Bratwurst mit Bürlü 60 Jahre lang erfolgreich? Was ist aus dem Ghost-Kitchen-Hype geworden? Was braucht es, um das Genusserlebnis vom Restaurant an den heimischen Esstisch zu transferieren? Diese und weitere Fragen beantworten unsere Protagonisten auf den folgenden Seiten.

Zu Wort kommen so unterschiedliche Menschen wie Thomas Christen vom Landhaus Liebefeld, dessen Lieferservice weiterhin auf Porzellangeschirr setzt, und Peter Rosenberger, der den bekanntesten Zürcher Wurstgrill zusammen mit seinem Bruder in zweiter Generation führt und die dritte bereits am Start hat. Oder Daniel Wiesner, der ebenfalls in Familienregie unter anderem die Geschicke der Kitchen Republic leitet und hier sechs Foodbrands in einem Restaurant vereint. Last but not least Thomas

Huber und Monika Jans von der Krone Sihlbrugg, die neben dem Essen auch gleich die Küchenausstattung ins Wohnzimmer ihrer Gäste tragen.

Ihre Konzepte sind so vielseitig wie der Liefer- und Take-away-Trend an sich und zeigen verschiedenste Ansätze und Erkenntnisse. Lassen Sie sich inspirieren von vier Gastrokonzepten ausserhalb der klassischen Restaurantwände.

Kitchen Republic Zürich

GENIESSEN, WO ES DEN GÄSTEN BELIEBT

Von der Geisterküche zum Treffpunkt

Auf das Prinzip Lieferdienst haben die Brands der Familie Wiesner Gastronomie (FWG) bereits vor der Pandemie gesetzt. Der Haken dabei: «In der Regel nerven die Essenslieferungen das Restaurant. Die Kuriere stehen im Weg, zu Hauptzeiten ist das Restaurant voll, gleichzeitig laufen die Delivery-Bestellungen auf Hochtouren und so weiter», fasst Daniel Wiesner zusammen. Also musste eine Lösung her. Die FWG entschied sich fürs Konzept Ghost Kitchen: eine Küche ohne Gastraum und Service, ausgerichtet einzig aufs Liefern.

Ein günstiger und dennoch zentraler Standort – wegen der Kuriere – sowie möglichst digitalisierte und reibungslos laufende Prozesse waren die Grundvoraussetzungen dafür. Sowohl als auch hatten Daniel Wiesner und sein Team bald zur Hand, in Zürich, Bern und Basel. «Damit hätten wir alles gehabt, was wir für hohe Umsätze gebraucht hätten.» Theoretisch, denn: «Mit dem Ende der Pandemie zeigte sich rasch, dass die Schweiz im Normalzustand schlicht über zu wenig Menschen verfügt, als dass sich eine Ghost Kitchen lohnen könnte.» Entstanden war der Trend in den Grossstädten der USA.

Dort also, wo die Gebiete dicht besiedelt und Lieferservices schon vor Covid fester Bestandteil der Esskultur waren.

Drei in einem

Ganz aufgeben indes wollte die FWG das Prinzip nicht. So vereint Kitchen Republic heute mit den sechs Foodbrands Nooch Asian Kitchen, Negishi Sushi Bar, The Butcher, Angry Chicken, Poke Nation, Dumpling Brothers drei Konzepte in einem: Rund 120 Sitzplätze laden zum Genuss vor Ort, intuitiv bedienbare, digitale Bestellstationen machen Take-away zum Kinderspiel, die Kuriere ihrerseits holen



die Delivery-Bestellungen über einen separaten Eingang ab und stehen in den grosszügig gestalteten Küchenbereichen garantiert niemandem im Weg. Geliefert wird zudem in kleineren Rädern als zu Pandemiezeiten. «So holen wir das Maximum aus der verfügbaren Fläche heraus und bedienen gleichzeitig drei verschiedene Gästebedürfnisse: Emotionen und das Beste aus sechs Foodwelten gibt es in unserer Foodhall an Ort und Stelle. Wer lieber im Büro oder im Sommer draussen am Fluss isst, bestellt zum Mitnehmen. Alle anderen wählen die Option «Food bestellen» auf unserer Startseite.»

Extrawerbung

So wurde Delivery über die vergangenen Jahre zur geschätzten Ergänzung des FWG-Geschäftsmodells. Vorteile sieht Daniel Wiesner nämlich durchaus darin: «Du kannst den Gast auch zu Hause erreichen. Und die Kuriere fahren deinen Brand durch die Stadt.»



Sternen Grill Zürich

BELLEVUE, BRATWURST, BÜRLI

Vom Parkplatz zur Gourmetadresse

Seit 60 Jahren schon werden am Zürcher Bellevue Bratwürste grilliert. Die Schlange vor dem dazugehörigen Grill ist entsprechend legendär und unabhängig der Jahreszeit mindestens zweimal täglich zu beobachten. Dass dem bis heute so ist, führt Sternen-Grill-Mitnhaber Peter Rosenberger auf die heilige Dreifaltigkeit aus Standort, Personal und Qualität zurück. «Egal, welche Ecke in Zürich gerade boomt, das Bellevue bleibt das Bellevue. In Oerlikon zum Beispiel würde der Sternen Grill kaum so florieren.» Genauso treu wie die Gäste sind auch die Mitarbeitenden: Sie stehen häufig zehn Jahre und länger hinter der Theke. «Diese Kontinuität wird von unseren Gästen sehr geschätzt.» Als ebenso matchentscheidend wertet Rosenberger die Produktqualität. Schon sein Vater machte hier keine Abstriche. Die Hausbäckerei ist seit

60 Jahren die gleiche und liefert zweimal täglich frische Bürli. Auch Bratwürste und Cervelat bezieht der Sternen Grill seit 40 Jahren an der gleichen St. Galler Adresse. «Beide sind wie wir Familienbetriebe.»

Schrittweise ausgebaut

Zurück geht der wohl bekannteste Schweizer Grill auf Rosenbergers Grossvater. «Mein Vater war damals Pächter des Vorderen Sternen und hat im Sommer auf den Parkplätzen des Kino Urban jeweils einen Biergarten betrieben. 1963 meinte mein Grossvater, mach doch im Winter an der gleichen Stelle einen Bratwurst-Take-away.» Gesagt, getan. Edi Rosenberger stellte einen Grill und eine Harasse Würste parat und los ging's. «Heute wäre so etwas undenkbar», sagt sein Sohn und lacht. Das Unterfangen wurde schrittweise der Zeit und den Vorschriften angepasst: Kühlschränke, eine Theke, ein Wellblechdach und ein



Windschutz gesellten sich dazu, bis ein Neubau den Sternen Grill 2013 schliesslich ins Gebäude integrierte.

Der Evergreen und seine treuen Begleiter

«Feeling und Abläufe sind immer noch die gleichen wie früher, selbst die Theke steht am selben Ort. Mit dem Unterschied, dass wir nun eine Heizung, eine elektrische Schiebetüre und mehr Sitzplätze haben.» Auch das Angebot bauten die Rosenbergers aus: Heute können die Gäste aus verschiedensten Grilladen wählen. Mittendrin und immer noch heiss geliebt: die St. Galler Bratwurst mit Gold-Bürli und Sternen-Senf.

Krone Sihlbrugg

WOHNZIMMER-RESTAURANT

Die mobile Gaststube

Zuerst pandemiebedingt erfolgreiche Take-away-Neulinge, dann kreativ wegen Personalmangel: Monika Jans und Thomas Huber zeigen mit der Krone Sihlbrugg exemplarisch die jüngsten gastronomischen Herausforderungen auf. Unterkriegen lassen sie sich nicht. Lieber suchen sie neue Wege, öffnen ihr Restaurant zum Beispiel nur noch an vier statt fünf Tagen. Um die so entstehenden Umsatzeinbussen auszugleichen, haben sie einen monatlichen «Chäsabig» und den «Chef's table» lanciert. Letzterer findet wahlweise in der Krone selbst oder bei den Gästen zu Hause statt. «Noch entscheiden sich die meisten fürs Restaurant», so Monika Jans. «Das @home-Angebot befindet sich erst in der Aufbau-phase.»

All inclusive

Vonseiten der gastgebenden Gäste braucht es dafür einzig Raum, Tisch und Stühle. Plus, so der Richtwert, rund doppelt so viel Budget wie beim Restaurantbesuch. Um das Übrige kümmern sich Monika Jans und Thomas Huber: Von Tischwäsche über Blumen bis hin zu speziellen Küchengeräten bringen sie alles mit, was sie fürs gelungene private Gastroerlebnis benötigen. «Das Angebot «Chef's table@home» heisst darum vor allem: viele Listen, viel Struktur und noch mehr System», sagt Huber und lacht. «Daran mussten wir uns zuerst gewöhnen.» Inzwischen sind sie ein eingespieltes Packteam und übernehmen das Mise-en-Place immer selbst. Das Menü bereitet der Küchenchef soweit möglich in der Restaurantküche vor, vor Ort geschehen nur noch Finish und Anrichten. «So gewinnen wir Zeit und benötigen an unserem temporären Wirkungs-ort nicht allzu viele Geräte.»





Seifenblasen für Erwachsene

Fast immer mit dabei ist der «Flavour Blaster»: eine Art Seifenblasenmaschine, die Drinks mit einer aromatisierten Rauchblase versieht. Ein Gadget, das Gäste und Krone-Team gleichermaßen begeistert, wie wir bei unserem Besuch erleben. Eingesetzt wird es bei alkoholfreien Drinks, mit denen Jans und Huber ihre Gourmetrunden gerne überraschen. In unserem Fall die Variante «Aus der Erde»: eine mit Zitrus-Rauch angereicherte Komposition aus Topinambur, Champignons und Sellerie, die gekonnt den Bogen zum Zweierlei-Säuli auf den Tellern schlägt. Es ist eines von vielen Menüs, das die beiden an ihren «Chef's tables» servieren. «Wir gehen dabei ganz auf die Wünsche der Gäste ein. Oft entscheiden sie sich für Gerichte, die sie schon mal bei uns im Restaurant gegessen haben.»

Landhaus Liebefeld

LIEFERUNG MIT STIL

Von der Notlösung zum Mehrumsatz

Als im März 2020 der Lockdown kam, war Thomas Christen vorbereitet. Die ersten Bestellungen lieferte das Landhaus Liebefeld darum bereits am ersten Lockdown-Tag aus. Den dazugehörigen Lieferdienst stellten der Geschäftsführer und sein Team quasi über Nacht auf die Beine. Dazu gehörten auch mehrere Testrunden um den Block, denn: Geliefert werden sollte auf Porzellan. «Alles andere hätte nicht zu uns gepasst», so Thomas Christen. «Also richteten wir zur Probe an, deckten die Teller mit Klarsichtfolie ab, schoben sie in den Wärmebehälter und fuhren zweimal um den Block. Als der Blick in den Wärmebehälter zeigte, dass noch alles tiptopp aussieht, drehten wir eine weitere Runde.» So testete sich das Landhaus-Team Runde um Runde an die maximal mögliche Lieferdistanz an.

Gekommen, um zu bleiben

Auch heute noch, drei Jahre nach dem zweiten Lockdown, liefert das Landhaus jeweils von Dienstag- bis Samstagabend in einem Umkreis von rund 20 Kilometern aus.



Eingespielte Abläufe

Zusätzliche Mitarbeitende benötigt Thomas Christen dafür abgesehen von den Chauffeuren keine. Die Abläufe sind so in den Küchenalltag integriert, dass Leerzeiten clever genutzt werden und die Küchencrew zu Restaurant-Spitzenzeiten den nötigen Freiraum behält. Das Chauffeurteam wiederum kann bei Bedarf auch einfache Servicearbeiten übernehmen. Rund 500 bis 1000 Franken Mehrumsatz erwirtschaftet das Landhaus durch dieses fein abgestimmte Zusammenspiel pro Abend – «ein willkommener Zustupf». Aus der Notlösung wurden also eine Effizienzsteigerung und eine zusätzliche Einnahmequelle. Bleibt die Frage nach dem Geschirrhändling. «Alles ganz unkompliziert», sagt Thomas Christen. «Die Bestellenden erhalten mit der Lieferung eine grüne Kiste fürs schmutzige Geschirr. Diese stellen sie nach dem Essen zum Briefkasten, wo sie unsere Chauffeure ab 21.30 Uhr wieder einsammeln.»

«Die beiden Lockdowns waren wie zwei Pilotprojekte, während derer wir unser Angebot weiter perfektionieren konnten.» Den Mittag strich Christen aufgrund mangelnder Nachfrage bereits nach der ersten Runde, am Rest feilten sein Team und er so virtuos, dass sie am Ende sogar etwas mehr Küchenumsatz als mit dem Restaurant erzielten. Stammkundschaft liess nicht lange auf sich warten und so war der Entscheid zum Weiterschreiben der Erfolgsstory nach Lockdown-Ende rasch gefällt.



Die Erfolgsgeschichte des Porzellan-Lieferdienstes sorgte schweizweit für Aufsehen und wurde 2021 mit dem Milestone ausgezeichnet. Der Schweizer Tourismuspreis honoriert seit 24 Jahren erfolgreich umgesetzte, innovative Projekte.



MEHRWERT DANK MEHRWEG

Der Umwelt und dem Portemonnaie gleichermassen Gutes tun und dabei kein Risiko eingehen: Mehrwegsysteme wie beispielsweise jenes von Recircle machen es möglich.

Wer sich mittags auf Stadtboden bewegt, sieht sie überall: die violetten Zmittags-Verpackungen von Recircle. Darin transportieren die Hungrigen ihr Essen abfallfrei an den Ort des Verzehrs, mehr noch: Auch das Aufbewahrungsgefäß für allfällige Reste haben sie mit Recircle gleich zur Hand. Abfall wird also nicht nur verpackungsseitig vermieden, das Food-Waste-Problem lässt sich mit dem Mehrwegsystem ebenfalls umgehen. Lanciert wurde es 2016 von Jeannette Morath und 24 Partnerrestaurants, heute arbeiten rund 2000 Betriebe damit. Dem Launch vorangegangen war eine komplexe Pilot- und Entwicklungsphase, denn: «Wir mussten von Grund auf alles neu erfinden. So etwas wie Recircle gab es vorher schlicht noch nicht», erzählt Jeannette Morath. Resultat ist ein

Mehrwegsystem, das lebensmittelhygienisch, funktional und optisch gleichermassen überzeugt und, fast am wichtigsten, für die Betriebe komplett risikofrei ist.

Handfeste (Spar-)Zahlen

«Anrufen, Starterpaket bestellen, loslegen», fasst Morath den Ablauf für interessierte Restaurants, Take-aways, Mensen und Kantinen zusammen. Gefällt das System, gibt es ein Abo dazu, das pro Jahr eine gewisse Austauschmenge beinhaltet und wie eine Flatrate funktioniert: «Je mehr Recircles über die Theke gehen, desto günstiger wird es.» Die Gäste können ihre Verpackung kaufen oder über die App leihen und bei jedem Partnerbetrieb im Netzwerk retournieren. Hat ein Betrieb zu viele Verpackungen, nimmt Recircle sie zum Einkaufspreis wieder zurück. Neben den Abo-Kosten gibt es also nur Einsparungen, weil im besten Fall sämtliche Einwegverpackungen wegfallen. Das Sparpotenzial lässt sich auf der Website berechnen und ist bereits bei 5 Nutzungen pro Tag beträchtlich. «Viele Betriebe stellen radikal um und fahren damit wunderbar. Anders als oft befürchtet, wird das Mehrwegsystem für die Gäste schon nach kurzer Zeit einfach normal», so Jeannette Moraths

Erfahrung. Für die Zukunft wünscht sie sich mindestens 10 000 Partnerbetriebe in der Schweiz – und dass die Mehrweg-Weichen in der Branche jetzt gestellt werden.



Wurde schon früh für die Abfallthematik sensibilisiert und hat Mehrweg mit Recircle schliesslich revolutioniert: Gründerin und CEO Jeannette Morath.

FLEISCHGERICHTE TO GO

Wie gelangen Fleischgerichte geschmacklich einwandfrei zu den Gästen nach Hause oder ins Büro? Fleischqualität-Experte Martin Scheeder gibt ein paar Zubereitungstipps.

1 Schmoren und Pökeln

Wer bezüglich Geschmack und Wärme auf Nummer sicher gehen will, setzt auf Schmorgerichte. Gulasch, Ragout, Ossobuco, Saftplätzchen, Currys, sie alle entwickeln durch die langen Garzeiten sehr schöne Aromen. Zudem lassen sie sich bei Bedarf unkompliziert aufwärmen und sind dabei durch die Sauce vor unerwünschten Aromaschwankungen (siehe Tipp 2) geschützt. Ebenfalls wunderbar für Take-away und Delivery geeignet ist gepökelt Fleisch, weil auch Pökeln das Aroma stabilisiert. Saucissons oder Jambon de la borne können Sie also unbesorgt aufs entsprechende Menü setzen. Von Kurzbratstücken hingegen rate ich für Heimlieferungen ab. Diese lassen sich nicht so einfach warm und saftig zum Gast transportieren.

2 Die Kraft der Gewürze

Ein bekanntes Aufwärmproblem sind «warmed-over flavours»: ein schaler Fleischbeigeschmack, der auf einen oxidativen Prozess zurückgeht. Dagegen können Sie zwei Dinge tun: Kochen mit Zutaten, die reich an Antioxidanten sind, damit vermeiden Sie die unerwünschten Aromaschwankungen ebenso effizient wie einfach. Rosmarin und Oregano zählen dazu und auch das in Zitronen enthaltene Vitamin C hat die gewünschte Wirkung. Der griechische Klassiker Souvlaki etwa wird traditionellerweise mit Oregano zubereitet. Das Zweite ist eine klare Gästeinformation, denn vor allem das Aufwärmen in der Mikrowelle befeuert «warmed-over flavours». Mit einer entsprechenden Notiz auf der Lieferverpackung oder dem Zahlungsbeleg schaffen Sie das Problem elegant aus der Welt.

3 Von Special Cuts bis Nose to Tail

Fleischgerichte für zu Hause und unterwegs lassen sich ganz wunderbar auch mit günstigeren Stücken umsetzen. In der Schulter beispielsweise liegen verschiedene solche heimlichen Stars, manche davon sind wegen der vielen Sehnen nicht einmal in Metzgerkreisen richtig beliebt. Für mich hingegen sind Schulterspitz, Bug und Co. die meistuntergeschätzten Stücke. Bindegewebe und Sehnen werden beim Schmoren locker weichgekocht. Schöpfen Sie darum ruhig aus dem Vollen, es sind genau jene Cuts, die Ihren Schmorgerichten zum gewissen Etwas verhelfen werden. Gleichzeitig schonen Sie Ihr Portemonnaie und tragen Ihren Teil zu einem nachhaltigen Fleischkonsum bei.



Dr. Martin Scheeder

ist Agraringenieur und leitet bei der SUISAG die Abteilung Forschung & Entwicklung Schlachtkörper und Fleischqualität.



EIN TREND, DER BLEIBT

Liegt die gastronomische Zukunft in Take-aways und Lieferdiensten? Gastroberater Lukas Kuster ordnet den Trend für uns ein und zeigt Chancen und Risiken auf.

Seit der Pandemie werden Take-away- und Lieferangebote immer zahlreicher und kreativer. Was hat es mit dem Trend auf sich?

Lukas Kuster: Die Pandemie hat das Konsumverhalten in der Gastronomie stark verändert. Mit den Einschränkungen und Lockdowns wurden Restaurants gezwungen, ihre Geschäftsmodelle zu überdenken und bestehende Konzepte anzupassen. Take-away und Lieferdienste sind aber nicht nur eine Reaktion auf diese Veränderungen, sondern können auch interessante Chancen bieten. Der Trend zeigt, dass die Menschen den Komfort schätzen, hochwertige Gerichte zu Hause zu geniessen, ohne diese selbst zubereiten zu müssen. Zudem haben viele Restaurants ihre Kreativität unter Beweis gestellt, indem sie einzigartige und innovative Angebote entwickelt haben, die über das traditionelle Take-away hinausgehen. Im städtischen Umfeld dürfte sich der Trend darum halten.

Was sind die Chancen, was die Risiken dieser Ausrichtung?

Das Potenzial ist gross und vielschichtig: Neue Zielgruppen, gesteigerte Umsätze bei gleichbleibender Sitzplatzkapazität, zudem wird man als Betrieb flexibler, was veränderte Marktsituationen und Konsumgewohnheiten angeht. Mit Produktionsküchen ohne Gastraum, sogenannten Ghost Kitchens, lassen sich überdies die Kosten senken. Als Risiken sehe ich die Themen Qualitätskontrolle, zunehmende Konkurrenz und die Kosten für Technologie, Lieferdienst und Verpackung. Hinzu kommt die punktuell starke Belastung bei Konzepten, die Restaurant und Lieferdienst gleichzeitig sind.

Was gilt es bezüglich der Karte zu beachten und wie halte ich die Qualität hoch?

- Auswahl der Gerichte: Nicht alle Gerichte eignen sich für den Transport. Es sollte daher ein Angebot sein, das auch nach einer Auslieferung noch frisch und ansprechend aussieht und schmeckt.
- Verpackung: Es sollten hochwertige, isolierte Verpackungen genutzt werden, die das Essen kalt bzw. warm halten und ein Auslaufen verhindern.
- Schnelle Lieferung: Sie stellt sicher, dass das Gericht in gutem Zustand beim Kunden ankommt.
- Konstante Kontrolle: Eine seriöse Auseinandersetzung mit den Kundenfeedbacks hilft bei einer kundenorientierten Weiterentwicklung und schafft die Basis für eine zielgerichtete Planung.

«IM STÄDTISCHEN UMFELD DÜRFTE SICH DER TAKE-AWAY- UND LIEFER-TREND HALTEN.»

Ein bisher klassisches Inhouse-Restaurant möchte nun auf den Lieferzug aufspringen. Welche Tipps geben Sie?

- Marktanalyse: Prüfen Sie das Nachfragepotenzial in Ihrem Umfeld, schauen Sie sich bestehende Angebote an, überlegen Sie, wie Sie sich davon abheben können, und definieren Sie Ihre Zielgruppe.
- Technologie: Machen Sie es Ihren Gästen und Ihrem Team möglichst einfach und investieren Sie in eine gute digitale Bestell-Lösung.
- Marketing: Nutzen Sie soziale Medien und andere Kanäle, um Ihr neues Angebot zu bewerben.
- Partnerschaften: Überlegen Sie, ob eine Zusammenarbeit mit bestehenden Lieferdiensten sinnvoll ist oder ob Sie einen eigenen Lieferdienst aufbauen möchten.

Wenn Sie selbst Essen nach Hause bestellen, wofür entscheiden Sie sich und warum?

Am liebsten für Gerichte, die ich zu Hause selten zubereite und die kurze Lieferwege haben. Kulinarisch fühle ich mich vor allem von authentischer Länderküche angesprochen und bevorzuge À-la-minute-Zubereitetes.

LUKAS KUSTER

Lukas Kuster kennt die Branche als ehemaliger Küchenchef und Geschäftsleitungsmitglied aus erster Hand. Mit seiner Agentur Salem Cum Pane berät er Gastronomie- und Hotellerie-Betriebe aus der ganzen Schweiz strategisch und konzeptionell. Unter anderem begleitete er den Bahnhof Basel SBB, die St. Beatus-Höhlen in Interlaken wie auch den Alten Torkel in Jenins.

ANASTASIAS TAKE-AWAY- LIEBLING



«Chicken sweet & sour» in Ananasschale und auf Bananenblatt: Passend zum Heftthema gibt uns die letztjährige LCDJ-Gewinnerin Anastasia Mischukova ihr liebstes Feierabend-to-go-Gericht mit auf den Weg – ganz abfallfrei.

«**W**enn ich mir Essen zum Mitnehmen hole, dann spät-abends nach Feierabend. Zu Hause würde ich mir nach einer Küchenschicht höchstens noch ein Sandwich machen, Lieferdienste wiederum haben um diese Zeit meistens ebenfalls schon Schichtende. Da sind Essensstände unterwegs eine dankbare Alternative, vor allem die chinesischen. Diese Küche hat es mir mit ihren vielen Gewürzen besonders angetan.

Lieblingsessen auf Umwegen

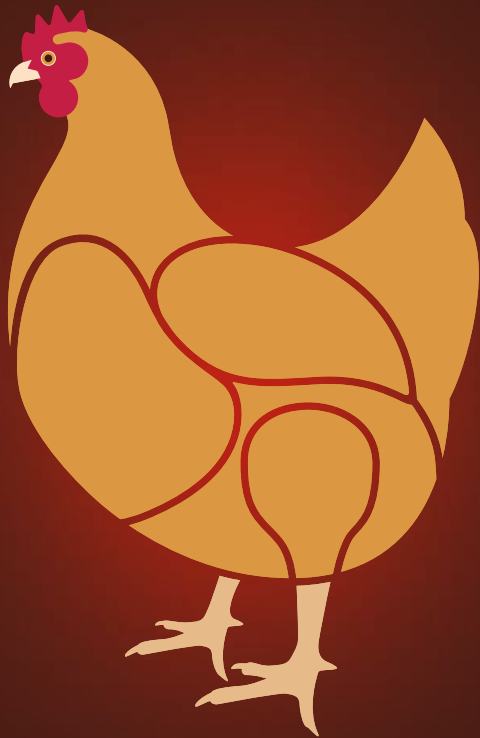
Ein solcher Stand war es denn auch, an dem ich zum ersten Mal «Chicken sweet & sour» gegessen habe. Eigentlich hatte ich mich auf knusprige Ente gefreut, damals mein liebstes chinesisches Gericht. Weil dieses aber an diesem Abend ausgegessen war, riet mir der Standinhaber zum süß-sauren Poulet – seither habe ich dort nie mehr Ente bestellt. Das Gericht für diese Ausgabe war darum schnell gesetzt.

Hundertprozentige Ananas-verwertung

Schwieriger gestaltete sich die Verpackung. Ich wollte sie komplett abbaubar halten. Wird die Bambusschale mit einem Plastikdeckel verschlossen, kann man es meiner Meinung nach auch ganz lassen. Also überlegte ich, ob sich allenfalls eine der Zutaten zu Geschirr verarbeiten liesse, und war so bald bei der Ananas angelangt. Sie verleiht dem Gericht den typischen süß-sauren Geschmack.

Ausgehöhlt ergab sich daraus eine tipp-toppe Schale für die Fleischsauce. Fehlte nur noch der Teller, damit sich Reis und Sauce nach jeweiligem Gäste-Gusto schöpfen lassen. Hier boten sich Bananenblätter an, die auch farblich wunderbar zum Gericht passen. Fürs Besteck schliesslich habe ich die Ananasblätter zugeschnitten und geschärft – et voilà, fertig ist mein «Chicken sweet & sour» zum Mitnehmen.»





CHICKEN WINS HOL DIR DEN SIEG

Du bist ein ambitioniertes junges Kochtalent und möchtest bei einem renommierten Kochwettbewerb punkten? Dann suchen wir dich und dein Sieger-Gericht aus Schweizer Pouletfleisch.

Der Kochwettbewerb «La Cuisine des Jeunes» von «Schweizer Fleisch» ist wirkungsvolle Nachwuchsförderung: Wer die Jury unter der Leitung des erfahrenen Wettbewerbskochs Christoph Hunziker überzeugt und mit seiner Kreation siegt, gewinnt mehr als nur CHF 3000.- Preisgeld. Zum Preis gehören auch eine vier- bis fünftägige Stage im Park Hotel Vitznau bei Christian Nickel und Patrick Mahler inkl. kulinarischen Abends mit Begleitung, wertvoller Medienpräsenz durch Beiträge im Fachmagazin «Messer & Gabel» und in weiteren Branchenmedien, der Teilnahme als 2. Commis am Bocuse d'Or Suisse sowie zusätzlicher Chancen für die Karriere.

Gesucht: Hauptgericht mit Amuse-Bouche

In der 22. Ausgabe des Wettbewerbs steht hochwertiges Schweizer Pouletfleisch im Zentrum, und zwar nach dem Prinzip «Nose-to-Tail». Kreiere und präsentiere einen herausragenden, geschmacklich

begeisternden Hauptgang sowie ein überraschendes Amuse-Bouche. Alles mit möglichst frischen, saisonalen und regionalen Zutaten. Anmeldeschluss ist der 11. Februar 2024.

Kochwettbewerb am 6. Mai 2024 in der Welle7 in Bern

Die vier ausgewählten Kandidatinnen und Kandidaten kochen am 6. Mai 2024 in der Welle7 am Berner Hauptbahnhof live vor Publikum und Fachpresse um die Wette. Im Anschluss findet eine exklusive Siegesfeier statt.

Jetzt anmelden und gewinnen!

Teilnehmen können alle Köchinnen und Köche mit Arbeitsort in der Schweiz, die ihre Lehrabschlussprüfung zwischen 2018 und 2023 erfolgreich bestanden haben. Sämtliche Teilnahmebedingungen und -unterlagen findest du auf lcdj.ch

Abonnieren Sie «Messer & Gabel». Wird auch dem «GastroJournal» beigelegt.



Der feine Unterschied.

- Ich möchte in Zukunft mein persönliches Gratisexemplar von «Messer & Gabel» erhalten. d f i
 Ich bestelle gratis den Sonderbund mit den Rezepten der Finalisten des LCDJ-Kochwettbewerbs. d f

Frau Herr

Zustellung an Geschäftsadresse Privatadresse

Name:

Vorname:

Betrieb:

Unterschrift:

Strasse/Nr.:

PLZ/Ort:

E-Mail:

Telefon:

Für Bestellungen oder Adressberichtigungen ausgefüllten Coupon einsenden an: Proviande, «Schweizer Fleisch», Brunnhofweg 37, Postfach, 3001 Bern. **Oder per E-Mail an gastronomie@proviande.ch** oder per Fax an 031 309 41 99. Sie können «Messer & Gabel» auch online abonnieren unter schweizerfleisch.ch/bestellen

Schweiz. Natürlich.

