

Das GOURMET-Fachpanel:

Am Puls der Gastronomie

Die Corona-Pandemie hat in den letzten anderthalb Jahren die Hotellerie und insbesondere die Gastronomie kräftig durchgeschüttelt. GOURMET wollte von Experten von bekannten Verpflegungsbetrieben aus der Gastronomie, der Hotellerie und der Gemeinschafts- und Care-Gastronomie wissen, welche Veränderungen und Konsequenzen sich aus der Pandemie, den behördlichen Schliessungsmassnahmen sowie aus dem sich verändernden Ernährungsverhalten in den einzelnen Betrieben ergeben haben. In Zusammenarbeit mit der Delico AG – Schweizer Generalvertreterin der Kikkoman Sojasaucen – hat die GOURMET-Redaktion eine entsprechende Kurz-Umfrage durchgeführt, um den aktuellen «Puls» in der Gastro-Branche zu fühlen.



Sepp Herger

Businessleiter
Gastronomie
beim Verein Rhyboot,
Altstätten.



Benjamin Cobb

Küchenchef im
Hotel Arte, Seminar-
und Konferenzhotel
in Olten.



Mike Wehrle

Culinary-Director im
Bürgenstock Resort
Lake Lucerne.



Frank Jagalla

Restaurantmanager im
zur SV Group gehörenden
Personalrestaurant «JJ's
Restaurant» bei Rieter
in Winterthur.

1.

Wie hat die Corona-Pandemie Ihr Betriebs-, Arbeits- und Angebotsumfeld beeinflusst und verändert?

Sepp Herger:

In unserem Betrieb haben wir drei interne Restaurants für unsere geschützten Arbeitsplätze sowie für unsere Bewohner. Des Weiteren liefern wir die Verpflegung für drei Firmen-Mensas. Unsere internen Restaurants konnten wir die ganze Zeit unter Einhaltung der Schutzmassnahmen bekokochen und bewirten. Die externe Firmen-Mensas wurden zum Teil geschlossen, zum Teil wegen Kurzarbeit, zum Teil war es gar nicht möglich, die Schutzmassnahmen einzuhalten. Catering, Events, Bankette konnten lange Zeit keine durchgeführt werden.

Benjamin Cobb:

Zuerst herrschte ein völliger Stillstand im Betrieb, da ja unser Kerngeschäft grosse Seminare und Bankette sind. Je nach der epidemiologischen Entwicklung und den Schutzmassnahmen hat sich dann die Situation sowohl verbessert als auch verschlechtert. Auch jetzt sind die Buchungen noch recht mager, aber wir sind sehr optimistisch. Als zusätzliches Angebot haben wir frühzeitig auf Take-Away gesetzt. Beim Seminar-Bereich haben wir dann die Verpflegung im Raum angeboten mit einer Art Flugzeug-Service, bei welchem der Gast ein vorbereitetes Tablett mit Vorspeise, Hauptgang und Dessert erhielt – das kam sehr gut an, und es gibt jetzt noch Gruppen, welche den Flugzeug-Service weiterhin bestellen. Vor der Pandemie haben wir sonntags jeweils einen reichhaltigen Brunch in Buffetform angeboten – den haben wir in eine Art Table-Brunch umgewandelt, was ebenfalls gut ankam. Jetzt haben wir bei den kalten Speisen wieder auf Buffetform umgestellt. Die warmen Hauptspeisen und Desserts hingegen kommen direkt aus der Küche.

Mike Wehrle:

Man muss viel flexibler agieren mit den Ressourcen, die man zur Verfügung hat.

Frank Jagalla:

Für die Rieter AG war klar, dass das Personalrestaurant während der Pandemie offen bleiben und für die Mitarbeitenden da sein soll. Trotzdem ist es zeitweise zu einem markanten Rückgang der Gästefrequenzen gekommen. Das führte zu einem erhöhten Kostendruck und zu einem reduzierten Personalaufwand. Vor der Ferienzeit hat es wieder etwas angezogen, aber natürlich nicht auf dem gleichen Niveau wie vor der Pandemie.

Solange die Gästefrequenzen tief sind, fahren wir mit einem etwas reduzierten Angebot: Normalerweise haben wir drei Menu-Linien plus ein Salatbuffet mit Antipasti und Beilagen, momentan sind zwei Menus und ein Salatbuffet im Angebot. Bei den Arbeitsprozessen mussten wir uns vor allem an die Umstellung auf Take-Away gewöhnen.

2.

Haben sich daraus die Anforderungen Ihrer Gäste an das kulinarische Angebot geändert und welche Folgen hat das auf Ihre Angebotsgestaltung und Ihre Arbeitsweise in der Küche gehabt?

Sepp Herger:

Wir haben komplett auf Buffetangebote verzichtet. Zum Beispiel wurde das Salatbuffet komplett vom Angebot gestrichen.

Benjamin Cobb:

Wir haben angefangen, auch im A la Carte-Bereich ein bisschen anders zu produzieren – teilweise haben wir auf Sousvide und Cook & Chill umgestellt, da wir jetzt noch immer mit einem reduzierten Personalbestand arbeiten.

Mike Wehrle:

Wir haben beim Frühstück von Buffet auf Service am Tisch umgestellt. Dies wird von den Gästen sehr geschätzt.

Frank Jagalla:

Nein, bezüglich den Anforderungen haben wir keine grossen Änderungen festgestellt. Ganz im Gegenteil: Unsere Gäste waren immer sehr dankbar, dass wir ihnen ein Stück Normalität bieten konnten.

3.

Haben Sie als Folge der Pandemie Ihr Einkaufsverhalten angepasst? Lassen Sie sich z.B. vermehrt beliefern statt vor Ort einzukaufen? Und spielen Kurzfristigkeit, Regionalität, veränderte Ernährungsformen (bspw. vegan) sowie Allergene vermehrt eine Rolle bei Ihrem Wareneinkauf?

Sepp Herger:

Es war schwieriger zum Planen, so haben wir angefangen, direkt in Cash & Carry-Märkten einzukaufen anstatt uns beliefern zu lassen. Unseren Ernährungsgrundsätzen wie Regionalität und Frischmarktküche sind wir aber treu geblieben.

Benjamin Cobb:

Ich habe begonnen, die Lagerbestände zu verkleinern und gezielter einzukaufen – je nach Buchungen. Zum Thema Nachhaltigkeit und Ernährungsformen: Im Grossen und Ganzen hat sich in dieser Beziehung nichts geändert, da wir schon vor der Pandemie auf Nachhaltigkeit und spezielle Ernährungsformen eingegangen sind. Neu bieten wir vegane und vegetarische Menus und Gerichte an.

Mike Wehrle:

Wir beziehen die meisten Produkte lokal, entsprechend gab es mit den Lieferketten keine Schwierigkeiten.

Frank Jagalla:

Wir haben einen grossen Hauptlieferanten, bei welchem wir den Grossteil der Produkte einkaufen. Daran hat sich nichts verändert. Neu mussten wir uns einfach auf viel kleinere Volumina und kurzfristige Anpassungen einstellen. Der Montag war für uns immer der Barometer, was wir in der Woche erwarten können. Daran haben wir den Einkauf angepasst und innerhalb der neuen Mengen dafür gesorgt, dass wir trotzdem viel Abwechslung bieten können. In Bezug auf veränderte Ernährungsformen haben wir immer dafür gesorgt, dass Vegetarier oder Veganer auch bei unseren Menus fündig werden und wir immer Alternativen zu Fleisch oder Fisch bieten.

4.

Hat sich die Corona-Krise in Ihrem Betrieb als Chance für Neues erwiesen? Wenn ja, in welcher Form?

Sepp Herger:

Ja durchaus, wir haben Abläufe teilweise verändert und die Essensausgaben angepasst.

Benjamin Cobb:

Wir hatten endlich mal Zeit, dringende Reparaturen und Unterhaltsarbeiten vorzunehmen. Den Projekten und Aufgaben, für die immer nur halbherzig Zeit vorhanden war, konnten wir uns endlich voll und ganz widmen (Bankettkarte, Take-Away, Intensivreinigung aller Bereiche im Hotel). Ich kann jetzt mit einem fast komplett neuen Team wieder voll durchstarten und bin optimistisch, dass die Krise bald überstanden ist.

Mike Wehrle:

Nach der Erfahrung mit Corona schätzten unsere Gäste den Restaurant- und Hotelbesuch umso mehr und sind bereit, entsprechend Geld auszugeben.

Frank Jagalla:

Mit weniger Personal mussten wir erfinderisch werden und haben die Arbeitsabläufe den Situationen immer wieder angepasst. Wir mussten uns zwangsläufig besser organisieren und schneller werden. Dadurch lernt man auch neue Dinge und teilt Verantwortungen neu auf. Vor allem Take-Away war eine neue Erfahrung für uns. So bitter es war – wir haben auch gelernt während der Pandemie.



Sepp Herger



Benjamin Cobb



Mike Wehrle



Frank Jagalla

5.

Wo holen Sie sich die Inspiration für neue kulinarische Kreationen, und wie reagieren Ihre Gäste auf innovative Gerichte?

Sepp Herger:

Wir haben bei uns eine eigene Landwirtschaft mit eigenem Gemüse, Eiern, Milchprodukten, Fleisch, usw. Diese in den Menuplan zu integrieren, verlangt Kreativität und hält uns flexibel. Wünsche werden auch direkt von unseren Kunden aufgenommen und umgesetzt bzw. in unsere Menupläne integriert.

Benjamin Cobb:

Anregungen bekomme ich von allen Seiten – von meinem internationalen Team, von Social Media, von Freunden, Bekannten und auch Privaten. Während der Pandemie habe ich ein recht gutes Netzwerk aufbauen können zu ehemaligen Berufskollegen – auch von ihnen bekomme ich viel Inspiration. Die Implementierung von kulinarischen Neuerungen und Innovationen ist recht schwierig, da wir langjährige Kunden haben, welche unseren Qualitätsstandard gewohnt sind, den ich so gut es geht im Bankett- und Seminarbereich weiterführe. Aber Neuerungen kommen eigentlich immer sehr gut an und sind willkommen, wenn sie durchdacht sind.

Mike Wehrle:

Früher konnte ich Inspirationen beim Reisen holen. Aktuell ist der Austausch mit meinem Netzwerk in aller Welt eine Quelle für neue Ideen.

Frank Jagalla:

Meine Grossmutter sagte immer: Du musst mit den Augen stehlen. Das mache ich auch überall, wo ich hingeh. Ich mag TV-Kochsendungen, die mir neue Varianten zu bekannten Rezepten zeigen oder die aufzeigen, wie man Food Waste reduzieren kann. Wenn ich in Zürich bin, gehört der Besuch der Gourmet-Abteilungen von Globus und Jelmoli zum Pflichtprogramm. Oder in den Ferien liebe ich Besuche auf den Märkten.

6.

Verwenden Sie die Sojasaucen von Kikkoman in Ihrer Küche, und wenn ja, aus welchen Gründen und in welchen Bereichen?

Sepp Herger:

Die Kikkoman Sojasauce kommt bei uns fast täglich zum Einsatz – vor allem für Marinaden, Salate, Suppen usw.

Benjamin Cobb:

Am Buffet verwenden wir immer die Flaschen, damit der Gast selber nachwürzen kann. Kikkoman Sojasauce ist dem Gast ein Begriff als Spitzenprodukt. Wir verwenden sie sehr gerne zum Marinieren von Fleisch anstelle von Salz, da die Kikkoman Sojasauce nicht penetrant nur nach Salz schmeckt und dem Fleisch eine gewisse nussige, pilzige und leichte Brandy-Note verleiht. Im Gegensatz zum Salz entzieht Kikkoman Sojasauce dem Fleisch viel weniger Wasser. In asiatischen Salaten verwende ich die Kikkoman Sojasauce auch sehr gerne – sie gibt den wahren sensitiven Touch und rundet die Salate somit geschmacklich sehr gut ab.

Mike Wehrle:

Wir benutzen Kikkoman Sojasaucen in all unseren Küchen und speziell in unserem Signature Restaurant «Spices Kitchen & Terrace».

Frank Jagalla:

Die Sojasaucen lassen sich fast für alles einsetzen. Ich verwende sie oft, um Fisch oder Fleisch zu marinieren oder Saucen abzuschmecken. Auch bei Salat-Saucen oder zum Marinieren von Salaten selbst verwende ich sie oft. Und natürlich auch für den Klassiker: Bei asiatischen Gerichten zusammen mit Sesam.



7.

Was zeichnet in Ihren Augen die Kikkoman Sojasaucen aus? Verwenden Sie auch deren Varietäten?

Sepp Herger:

Wir verwenden fast ausschliesslich die Sojasauce mit tieferem Salzgehalt. Die Grüne... Sie gibt den meisten Gerichten noch das gewisse Etwas.

Benjamin Cobb:

Gleichbleibende Spitzenqualität, die ihren Preis wert ist – ich denke, das trifft es am besten. Das Produkt ist geschmacklich echt gut – eine runde Sache – da schmeckt man die Tradition und Erfahrung. Wir verwenden auch die glutenfreie Sojasauce und ab und an auch die Teryaki-sauce, welche auch sehr gut schmeckt und uns überzeugt hat.

Mike Wehrle:

Die Hochwertigkeit der Saucen zeichnet sich durch das natürliche Brau-Verfahren aus. Dies schätze ich sehr!

Frank Jagalla:

Bei uns im Betrieb sorgen wir dafür, dass wir im Schnitt zwei Sorten haben: Die süssliche und die salzreduzierte. Aber wir hatten auch schon Aushilfen hier aus Thailand, die mit anderen Varianten gekocht haben.

8.

Wie wurde bei Ihnen früher, also vor dem Einsatz von Kikkoman Sojasaucen, gewürzt? Etwas mehr und häufiger mit Salz? Und gibt es bei Ihnen ungewöhnliche Ideen für die Verwendung von Kikkoman Sojasaucen (z.B. bei Desserts, usw.)?

Sepp Herger:

Wir verwenden schon seit ich hier bin die Kikkoman Sojasauce.

Benjamin Cobb:

Jetzt verwenden wir deutlich weniger Salz, da ja Sojasauce an und für sich salzig genug ist und eine gute geschmackliche Alternative darstellt zum reinen Salz. Ungewöhnliche Desserts: Asiatisch angehauchte Crème brûlée von der Passionsfrucht mit Pitahaya-Salat mit süss-salzigem Soja-Gel, fällt mir spontan ein. Der Hoteldirektor war zuerst ein wenig skeptisch, aber den Gästen hat es gefallen. Und: Sojasauce-Espuma zu diversen asiatischen Tagesgerichten hatten wir auch schon auf der Karte.

Mike Wehrle:

Wir haben Kikkoman seit der Eröffnung im Bürgenstock Resort Lake Lucerne im Einsatz.

Frank Jagalla:

Ich verwende die Saucen schon wahnsinnig lange. Schon Jacky Donatz hat vor über zehn Jahren vorgemacht, wie vielfältig man Kikkoman Sojasaucen einsetzen kann. Bei den Desserts war ich aber bisher noch zurückhaltend. Ich hatte aber schon einen Kollegen bei mir im Betrieb, der mit der süssen Sauce und mit Beeren ein Dessert gezaubert hat.

