Ausgabe November/Dezember

APPETIZER.

DAS LiVE! MAGAZIN



ANGELO TORTORA

FAMILIE. TRADITION. ZUKUNFT.

Was bleibt. Was sich verändert.
Was er weitergeben will.

KOSTEN IM GRIFF

Einkauf · Wareneinsatz · Qualität

So bleibt mehr auf der Rechnung.

Seite 3

FOODTRENDS AUF DEM TELLER

Pistazie · Miso · Hot Honey

Was vom Hype auf die Speisekarte wandert.

Seite 10

CLEVER VORBEREITET

Convenience · Planung · Qualität

Weniger Aufwand. Mehr Freiraum in der Küche

Seite 12

EDITORIAL

FRISCH AUFGETISCHT.

Vorhang auf für unseren ersten Appetizer! Mit unserem neuen Kundenmagazin servieren wir Ihnen künftig einen abwechslungsreichen Mix aus aktuellen Foodtrends, spannenden Produktneuheiten, Branchenwissen und praxisnahen Ideen für Gastronomie und Gemeinschaftsverpflegung. Lassen Sie sich inspirieren – und holen Sie sich Appetit auf mehr!

Viel Freude beim Lesen und Entdecken!

Ihr Claus Rothe



Geschäftsbereichsleitung
Marketing & Unternehmensentwicklung



2 Trendradar Weihnachtsmarkt
3 Zwischen Kalkulation und Qualität
4 Interview Angelo Tortora
9 Live! Expo
10 Pistazie, Miso und Hot Honey
11 Protein für alle Generationen
12 Convenience neu gedacht
13 Alkoholfrei wird festlich
14 Was kommt auf den Teller im Winter 2026?
15 Regional im Winter / Weniger Food Waste im Winter

TRENDRADAR WEIHNACHTSMARKT

TRADITION MIT TWIST.

Von kreativen Winterdrinks über üppig belegtes Streetfood bis zu Pistazie, Matcha und Trüffel:

DIESE SECHS TRENDS KÖNNTEN DIE WEIHNACHTSMÄRKTE 2026 PRÄGEN.

LOADED DRINKS / SIGNATURE WINTER DRINKS

Hot Aperol, Glüh-Gin, Espresso Martini, besondere Winter-Cocktails, Mocktails & Drinks mit Toppings

LOADED / KOREAN CORNDOGS

Corndogs mit Käse, Saucen, Crunch, Hot Honey & verschiedenen Toppings

LOADED FRIES / DIRTY FRIES

Pommes mit Käse, Saucen, Pulled Meat, Trüffel, Jalapeños & ausgefallenen Toppings

PISTAZIE / DUBAI-STYLE

Pistaziencreme, Dubai-Schokolade & Pistazien-Fusionen bei Waffeln, Baumstriezeln, Churros & Desserts

MATCHA / WINTER MATCHA

Matcha Latte, Strawberry Matcha, Pistazien-Matcha & warme Winter-Matcha-Kreationen

PREMIUM / TRÜFFEL FOOD

Trüffel-Pommes, Trüffel-Pasta, Trüffel-Käse, Premium-Bratwurst & hochwertige Street-Food-Varianten

ZWISCHEN KALKULATION
UND QUALITÄT

GUT KALKULIERT, TOP SERVIERT.

CLEVER KOCHEN STATT EINFACH SPAREN

Steigende Rohstoffpreise stellen Profiküchen vor eine doppelte Herausforderung: Der Wareneinsatz soll im Blick bleiben, gleichzeitig erwarten Gäste abwechslungsreiche und schmackhafte Mahlzeiten. Die Lösung liegt nicht allein im Einkauf günstigerer Zutaten, sondern vor allem in einer intelligenten Speiseplanung.

Ein wichtiger Hebel sind saisonale Produkte. Obst und Gemüse aus der jeweiligen Jahreszeit sind häufig erschwinglicher und bringen gleichzeitig Vielfalt auf den Teller. Das Bundeszentrum für Ernährung empfiehlt, sich bei der Auswahl am Saisonkalender zu orientieren.

Auch die bewusste **Verwendung pflanzlicher Proteinquellen** kann dabei helfen, Kosten zu reduzieren. Hülsenfrüchte, Kartoffeln und Getreide sind vielseitig einsetzbar und können Fleisch sinnvoll ergänzen oder ersetzen.

Entscheidend ist zudem die kreative **Verarbeitung** preiswerter Grundprodukte: Aus Kartoffeln wird ein knuspriges Rösti, aus Linsen ein aromatisches Curry oder aus saisonalem Gemüse ein attraktives Ofengericht. Zubereitung, Würzung und Präsentation verleihen auch einfachen Zutaten eine besondere Wertigkeit.

Wer Einkauf, Rezepturen, Portionsgrößen und Resteverwertung konsequent zusammendenkt, kann den Warenverbrauch zusätzlich optimieren.

In Ihrem Markt finden Sie genau die Produkte, mit denen Ihre Kalkulation passt.





WAS MUSS BLEIBEN, WENN SICH ALLES VERÄNDERT?

Kurz vor Weihnachten haben wir Angelo Tortora im 87 MAMMA LINA in Baden-Baden getroffen. Eigentlich zu einem Interview. Entstanden ist ein sehr persönliches Gespräch über Familie und Verantwortung, über Streit und Stolz, über die wenige Zeit, die Gastronomen manchmal für die Menschen haben, die ihnen am wichtigsten sind – und über eine Frage, die weit über die Gastronomie hinausgeht:

„DU DARFST NIE VERGESSEN, WO DU HERKOMMST.“

Appetizer Live! Magazin: *Angelo, wenn wir ganz an den Anfang gehen: Wo beginnt die gastronomische Geschichte Ihrer Familie eigentlich?*

Angelo: Bei meinen Großeltern. Und dabei ist mir wichtig, dass meine Nonna den Platz bekommt, den sie verdient. Mein Opa war eine unglaublich prägende Figur für uns. Er hatte diese Autorität, saß immer an seinem Platz und hatte alles im Blick. Ich trage auch seinen Namen. Aber wenn wir vom gastronomischen Ursprung sprechen, dann war das eigentlich meine Oma. Sie hat gekocht. Schon damals in Rastatt und später auch hier. Als wir Kinder waren, war sie morgens in der Küche. Das sind Bilder, die bleiben. Wir versuchen deshalb bis heute, unsere Familie auch über das Essen weiterleben zu lassen. Es gibt Gerichte, die mit diesen Menschen verbunden sind. Das ist für mich etwas sehr Schönes.

Appetizer Live! Magazin: *Danach kam die Generation Ihres Vaters. Wie sehr prägt einen als Sohn das Wissen, was der eigene Vater aufgebaut hat?*

Angelo: Heute wahrscheinlich stärker als früher. Je älter ich werde, desto mehr verstehe ich, was mein Vater eigentlich geleistet hat. Mein Bruder und ich sind heute zu zweit. Wenn einer nicht da ist, ist der andere da. Mein Vater hatte das nicht. Er hat sehr viel alleine getragen. Und wir müssen ehrlich sein: Wir sind in ein fertiges Haus gekommen. Wir haben renoviert, modernisiert, Dinge verändert und sicherlich vieles gut gemacht. Aber gebaut hat dieses Haus jemand anderes. Mein Vater ist nach Deutschland gekommen, ohne die Sprache zu sprechen, und hat sich hier etwas aufgebaut. Diesen Mut musst du erst einmal haben. Das ist eine ganz andere Nummer als das, was wir heute machen.



Appetizer Live! Magazin: *Trotzdem mussten Sie irgendwann anfangen, Entscheidungen anders zu treffen als Ihr Vater. War das schwierig?*

Angelo: Sehr. Gerade am Anfang war bei allem, was wir gemacht haben, mein Vater im Hinterkopf. Ich habe mich immer gefragt: Gefällt ihm das? Ist er stolz darauf? Nicht, weil er zu mir gesagt hätte, dass ich so denken muss. Das habe ich mir selbst auferlegt. Ich hatte lange das Gefühl: Wenn ich es ihm recht mache und er stolz auf mich ist, dann kann ich von dort aus meinen Weg weitergehen. Und natürlich gab es Reibung. Wenn Mitarbeiter dich noch als Kind kennen und seit Jahrzehnten mit deinem Vater gearbeitet haben und du kommst plötzlich rein und sagst: „Was gestern rot war, ist heute grün“, dann sagen die erst einmal: Was will der Junge jetzt? Das gehört dazu.

Appetizer Live! Magazin: *War für Sie eigentlich immer klar, dass Sie einmal Gastronom werden?*

ICH MÖCHTE, DASS MEIN KIND MEHR VON MIR HAT. ABER ICH MÖCHTE GENAUSO MEHR VON MEINEM KIND HABEN.



Angelo: Überhaupt nicht. Ich habe das am Anfang gehasst. Wirklich. Die Liebe dazu kam erst später. Irgendwann wurde aus diesem „Ich muss“ ein „Ich will“. Ich habe gemerkt: Ich kann hier etwas verändern. Ich kann Dinge anders machen. Ich kann daraus etwas Eigenes entwickeln. Aber vielleicht war genau dieser Weg wichtig. Heute weiß ich jedenfalls sehr genau, warum ich es mache.

Appetizer Live! Magazin: *Heute führen Sie das 87 MAMMA LINA gemeinsam mit Ihrem Bruder. Waren Sie beide von Anfang an dieses eingespielte Team?*

Angelo: Nein. Ganz und gar nicht. Eigentlich habe ich meinen Bruder als Erwachsenen erst hier im Restaurant richtig kennengelernt. Wir waren beide in der Ausbildung, haben viel gearbeitet und uns teilweise sehr wenig gesehen. Das waren Jahre, in denen jeder seinen Weg gegangen ist. Irgendwann habe ich ihn überzeugt, nach Hause zu kommen. Und dann war es am Anfang auch schwierig. Wir haben diskutiert, wir haben uns gestritten. Aber das gehört doch dazu. Wenn jemand erzählt, in einer Familie sei immer alles perfekt, dann glaube ich das nicht. Natürlich hat mein Bruder manchmal eine andere Meinung als ich. Genau wie in einer Partnerschaft. Entscheidend ist doch, was daraus entsteht.

Appetizer Live! Magazin: *Was macht Sie als Brüder heute zu einem guten Team?*

Angelo: Dass wir unterschiedlich sind. Mein Bruder ist viel stärker im Hintergrund. Service, Getränke, Wein, Abläufe – vieles davon ist ganz klar seine Handschrift. Er muss auch nicht vor die Kamera. Das bin eher ich. Aber hier gibt es kein „Das ist meins und das ist deins“. Das existiert bei uns nicht. Und manchmal ist mein Bruder gedanklich schon zwei Schritte weiter, während ich noch an einem anderen Punkt hänge. Manchmal ist es andersherum. Genau das ist doch die Stärke.

Appetizer Live! Magazin: *Heißt Familienunternehmen auch, lernen zu müssen, die eigene Idee loszulassen?*

Angelo: Absolut. Wir hatten das gerade wieder bei unserem Umbau. Ich hatte eine Idee im Kopf, die ich un-

„BEI UNS GIBT ES NICHT MEINS UND DEINS.“

FAMILIE, DIE MAN SCHMECKEN KANN.
Einige Gerichte auf der Karte des 87 MAMMA LINA sind Angelos Familie gewidmet. Eine ziemlich schöne Art, Erinnerungen nicht nur zu bewahren, sondern weiterzugeben.
ZU GAST BEI ANGELO
87 MAMMA LINA
Lange Straße 83
76530 Baden-Baden
87mammalina.de





„WIR HABEN WENIG ZEIT. ALSO LEBEN WIR SIE INTENSIVER.“

bedingt machen wollte. Dann sitzen wir zusammen und mein Bruder und meine Frau sagen beide: Lass es. Im ersten Moment bist du natürlich sauer. Das ist deine Idee. Aber dann musst du auch in der Lage sein zu sagen: Vielleicht haben die beiden recht. Und andersherum genauso. Manchmal muss einer auch sagen: Ich glaube so sehr daran, ich mache das jetzt. Du musst Fehler machen dürfen. Du musst falsche Entscheidungen treffen dürfen. Und du musst danach wieder aufstehen. Das schweißt auch zusammen.

Appetizer Live! Magazin: *Ihr Vater musste wiederum lernen, Verantwortung an Sie abzugeben. Ist das vielleicht die schwierigste Form des Generationenwechsels?*

Angelo: Ich glaube schon. Für jemanden, der sein ganzes Leben alles selbst gemacht hat, ist das brutal schwer. Mein Vater hat am Anfang noch ganz genau kontrolliert. Aber irgendwann hat er mich auch machen lassen. Das muss man ihm zugutehalten. Und wir wiederum lernen heute, Verantwortung an andere Menschen abzugeben. Das ist auch für uns ein Prozess. Früher denkst du, du musst alles selbst machen. Irgendwann verstehst du: Wenn du wachsen willst und gleichzeitig noch ein Leben außerhalb des Restaurants haben möchtest, brauchst du Menschen, denen du vertraust.

Appetizer Live! Magazin: *Sie haben gerade das Leben außerhalb des Restaurants angesprochen. Gibt es das als Gastronom überhaupt richtig?*

Angelo: Natürlich. Aber es funktioniert anders. Menschen in der Gastronomie haben wenig Zeit. Wir haben nicht jedes Wochenende mit der Familie. Wir sind nicht bei jedem Geburtstag dabei. Feiertage sind Arbeitstage. Das gehört zu diesem Beruf. Und deshalb glaube ich, dass wir mit der Zeit, die wir haben, anders umgehen. Wir leben diese Momente intensiver. Dann gehst du vielleicht bewusst gut essen, trinkst eine gute Flasche Wein oder fährst gemeinsam weg. Nicht, weil es dir egal ist, was das kostet oder weil das selbstverständlich wäre. Sondern weil du weißt: Jetzt haben wir diese Zeit zusammen.

AMORE AUF DEUTSCH AUS ANGELOS KÜCHE

Neapolitanische Küche, Familienrezepte aus Napoli – und dann das: Wenn Angelo Tortora nach einem echten Lieblingsprodukt gefragt wird, landet Deutsche Markenbutter ganz weit vorne. Und die von EDEKA Foodservice Classic offenbar ganz besonders.

Neapolitanische Leidenschaft trifft Deutsche Markenbutter. Kann man machen. Finden wir sogar ziemlich gut.



Appetizer Live! Magazin: *Gerade Weihnachten gilt als Fest der Familie. Wie funktioniert das in einem Restaurant?*

Angelo: Uns ist wichtig, dass jeder seine Zeit mit der Familie bekommt. Und da haben wir auch dazugelernt. Wir haben Mitarbeiter mit unterschiedlichen Religionen und unterschiedlichen Feiertagen. Wenn jemand seinen Feiertag hat, dann sind wir da. Und genauso muss es möglich sein, dass jemand an Weihnachten Zeit mit seiner Familie verbringt. Dabei muss es gar nicht zwingend für jeden der 24. sein. Wenn eine Familie erst am 25. zusammenkommt, dann

ist eben der 25. wichtig. Entscheidend ist, miteinander zu reden. Das ist heute auch Teil von guter Führung.

„WENN ICH MICH VERSTELLEN MUSS, MUSS ICH ES LASSEN.“

Appetizer Live! Magazin: *Sie sind inzwischen selbst Vater. Verändert das auch den Blick auf die eigene Kindheit?*

Angelo: Hundertprozentig. Wir hatten eine gute Kindheit. Das ist mir ganz wichtig. Uns hat es an nichts gefehlt. Aber wir hatten eben wenig von unserem Vater, weil er sehr viel gearbeitet hat. Als Kind verstehst du das nicht. Heute verstehe ich es. Und trotzdem versuchen wir manches anders zu machen. Nicht besser – „besser“ wäre das falsche Wort. Anders. Ich möchte, dass mein Kind mehr von mir hat. Aber ich möchte genauso mehr von meinem Kind haben. Das ist ja auch ein wichtiger Punkt.

Appetizer Live! Magazin: *Ist das vielleicht eine der größten Veränderungen von Ihrer Generation zur Generation Ihres Vaters?*

Angelo: Ja. Wir haben verstanden, dass wir Verantwortung abgeben müssen. Das ist nicht einfach. Gerade als Unternehmer denkst du schnell: Ich muss überall sein. Aber irgendwann musst du dich fragen, was am Ende wirklich wichtig ist. Alles im Leben hat seinen Preis. Auch Erfolg. Deshalb muss man für sich herausfinden, welchen Preis man bereit ist zu bezahlen.



Appetizer Live! Magazin: *Wenn wir den Kreis zum Anfang schließen: Würden Sie sich wünschen, dass Ihre Kinder eines Tages hier die nächste Generation bilden?*

Angelo: Natürlich wäre das eine wunderschöne Geschichte. Wenn irgendwann unsere Kinder hier weitermachen würden – klar.

Aber wünsche ich meinem Sohn automatisch genau dieses Leben? Das weiß ich nicht. Mir ist wichtiger, was für ein Mensch er wird. Egal, was du machst: Mach es mit Stolz. Wenn du keinen Spaß daran hast, dann lass es. Sei ehrlich. Sei straight. Wenn du jemandem dein Wort gibst, dann steh dazu. Das sind Dinge, die ich weitergeben möchte.

Appetizer Live! Magazin: *Dann ist vielleicht genau das die Tradition, die über alle Generationen bleibt?*

Angelo: Ja. Du musst wissen, wo du herkommst. Aber du musst daraus deinen eigenen Weg machen.

„EGAL, WAS DU MACHST: MACH ES MIT STOLZ.“

Vielleicht ist das am Ende die einfachste Antwort auf eine komplizierte Frage. Tradition bedeutet bei Familie Tortora nicht, dass jede Generation dasselbe tun muss wie die vorherige. Die Nonna kochte. Der Vater baute auf. Die Söhne veränderten. Und vielleicht wird die nächste Generation eines Tages wieder etwas ganz anderes daraus machen. Was bleibt, ist weniger ein Rezept als eine Haltung. Zu wissen, woher man kommt. Zu respektieren, was andere aufgebaut haben. Und trotzdem den Mut zu haben, daraus etwas Eigenes zu machen.

MEHR ANGELO? KEIN PROBLEM.
Unser Gespräch mit Angelo Tortora war lang, persönlich – und voller Geschichten. So voller Geschichten, dass selbst auf diesen Seiten längst nicht alles Platz gefunden hat.
Das war also wirklich erst der Appetizer: Auf unserer Webseite geht das Gespräch weiter – mit weiteren Geschichten, Gedanken und Einblicken, für die im Magazin schlicht kein Platz mehr war.
Und auch danach heißt es: Fortsetzung folgt. Als unser Markenpartner wird Angelo künftig regelmäßig bei uns zu sehen sein – mit Rezepten, Gastro-Talk und allem, was ihm sonst noch so durch den Kopf und durch die Küche geht.
Lust auf Nachschlag? QR-Code scannen und weiterlesen.

LiVE! EXPO
präsentiert von EDEKA Foodservice & Handelshof

> Der direkte Dialog, neue Impulse und praxisnahe Lösungen stehen dabei für uns im Fokus.*
>
> * Popp Foodservice

WAS HABEN LEIPZIG, KÖLN UND KARLSRUHE GEMEINSAM?

6.500 Besucher
665 Aussteller / Messestände
4.000 Gespräche
20 Masterclasses / Schulungen

GENAU: UNSERE LIVE! EXPO.

Live! EXPO – kurz erklärt
Persönlich statt anonym: Die Live! EXPO bringt Gastro-Profis, Handel und Aussteller zusammen – mit Produkten, Trends, Austausch und praxisnahen Impulsen. Eine Messe zum Entdecken, Probieren und Vernetzen.

SAVE THE DATES 2027

// 07.04.2027
MESSE NÜRNBERG

// 08.09.2027
MESSE BREMEN

WIE FOODTRENDS VOM HYPE AUF DIE SPEISEKARTE WANDERN.

Anstieg des Umsatzes mit Pistazienprodukten im deutschen Lebensmitteleinzelhandel von 170 Millionen Euro in 2021 auf 374 Millionen Euro in 2025 – ein Plus von 120 Prozent. (YouGov*)



Die **PISTAZIE** hat den Sprung vom Social-Media-Hype zum etablierten Food-Trend geschafft. Neben Schokolade und Snacks spielen Eis, Desserts, Gebäck und Getränke eine Rolle, zunehmend auch herzhafte Gerichte. Der Trend reicht damit weit über die Dubai-Schokolade hinaus.

MISO hat sich vom asiatischen Spezialprodukt zur vielseitigen Zutat moderner Küche entwickelt. Die Würzpaste bringt Umami, Tiefe und Komplexität und passt längst nicht nur zu japanischen Gerichten. Auch die Gastronomie entdeckt ihre Möglichkeiten – von Saucen und Marinaden über Gemüse und Fleisch bis zu Desserts.



MISO
SUPPENPASTE
500 g Beutel

Ein Trendbericht der Intergastra*, einer der führenden Fachmessen für das Gastgewerbe, zählt **Miso zu den „Hidden Champions“ auf den Speisekarten 2025.**

Der Lieferando Report 2025* zeigt: Bei einzelnen Restaurantpartnern legten **Bestellungen von Hot-Honey-Pizza um bis zu 190 Prozent zu, Hot-Honey Cheesy-Bites sogar um bis zu 420 Prozent.**

HOT HONEY verbindet zwei eigentlich gegensätzliche Geschmacksrichtungen: süßen Honig und feurige Chili. Was zunächst vor allem als Social-Media-Trend bekannt wurde, entwickelt sich zunehmend zu einem Bestandteil moderner Speisekarten.


KI-generiert

Hot Honey – unser Rezept
1-3 EL Chiliflocken
250 g Honig
1 EL Apfelessig

In Ihrem Markt finden Sie die passenden Produkte.

*Quellen: YourGov, Intergastra, Lieferando-Report



MÜLLER‘S MÜHLE
ROTE LINSEN
1 kg Beutel



MÜLLER‘S MÜHLE
KICHERERBSEN
1 kg Beutel



LACHSFILET
Norwegen
tiefgefroren
kg



HÄHNCHENBRUSTFILET
Ursprung EU
frisch
kg

In Ihrem Markt finden Sie die passenden Produkte.

PROTEIN
MIT MEHRWERT.

Proteinreiche Ernährung ist längst nicht nur ein Thema für Sportler und Fitnessfans. Gerade in Senioreneinrichtungen, Kliniken und anderen Care-Einrichtungen kommt Eiweiß eine besondere Bedeutung zu.

Gerade für ältere Menschen und Patienten ist eine ausreichende Proteinversorgung wichtig. Denn mit zunehmendem Alter nimmt die Muskelmasse ab, während Erkrankungen und längere Phasen eingeschränkter Mobilität diesen Prozess zusätzlich begünstigen können. Gleichzeitig essen viele ältere und kranke Menschen weniger. Für Küchen in Senioreneinrichtungen und Kliniken bedeutet das: Nicht größere Portionen, sondern eine hohe Nährstoffdichte ist gefragt. Proteinreiche Lebensmittel wie Milchprodukte, Eier, Fisch, Fleisch oder Hülsenfrüchte können dafür gezielt über den gesamten Tag verteilt werden – vom Frühstück über das Hauptgericht bis zu Desserts und Zwischenmahlzeiten.



CLEVER KOMBINIERT.

MEHR FREI-RAUM IN DER KÜCHE.

Convenience-Produkte haben sich in Profiküchen zu vielseitigen Helfern entwickelt.

Moderne Konzepte verbinden Zeitersparnis und Prozesssicherheit mit Qualität und Flexibilität. Vorgegarte Beilagen, vorbereitete Gemüsekomponenten, Fonds oder Saucen entlasten das Personal und erleichtern die Planung. Küchen können gezielt zukaufen und dort selbst Hand anlegen, wo es für das eigene Konzept zählt.



Für Ihre Profiküche finden Sie in Ihrem Markt die innovativsten Convenience-Artikel.

Serviert in passenden Gläsern mit weihnachtlicher Garnitur wirken alkoholfreie Getränke ebenso festlich wie ihre alkoholhaltigen Pendants.



VAN NAHMEN FRUCHT-SECCO
versch. Sorten
0,0 % Vol.
bio
vegan
0,75 l Flasche

SCAVI & RAY PROSECCO
0,0 % Vol.
0,75 l Flasche

MIONETTO PRESTIGE
0,0 % Vol.
0,75 l Flasche

Vom Nebenangebot zum festen Bestandteil

Wenn im Dezember die Weihnachtsfeiern anstehen, gehört die Getränkekarte längst nicht mehr nur klassischem Glühwein und Sekt. **Alkoholfreie Alternativen** sind vom Nebenangebot zum festen Bestandteil geworden, ohne dass Gäste dabei auf Genuss oder festliche Stimmung verzichten müssen. Alkoholfreier Winzersekt, warme Kräuterpunsche oder ein weihnachtlich gewürzter Mocktail mit Zimt und Orange bringen die passende Note auf den Tisch. Für Betriebe lohnt sich ein durchdachtes Getränkekonzept: Wer schon bei der Planung ein eigenes alkoholfreies Menü zusammenstellt – von der Begrüßung bis zum warmen Digestif – schafft ein rundes Erlebnis statt einer Notlösung.



CAPTAIN MORGAN SPICED GOLD
0,0 % Vol.
0,7 l Flasche



TANQUERAY GIN
0,0 % Vol
0,7 l Flasche

0% ANSTOSSEN OHNE PROZENTE.

Wie Gastronomen vom alkoholfreien Boom profitieren

Gastronomen, die ihre **Getränkekarte für die Weihnachtssaison** planen, kommen am alkoholfreien Biersegment kaum noch vorbei. Während die Zahl der Brauereien in Deutschland sinkt, wächst gerade hier das Angebot. Neu strukturierte 0,0%-Sortimente, frisch gezapfte Fassvarianten und überarbeitete Rezepturen bieten vielfältige Möglichkeiten. Für Weihnachtsfeiern in Restaurants oder Betriebskantinen lässt sich daraus ein eigenständiges Angebot entwickeln, etwa eine winterliche alkoholfreie Biervariante zu Raclette oder Fondue. Der Aufwand hält sich in Grenzen: Viele Brauereien führen alkoholfreie Linien bereits als festen Bestandteil ihres Sortiments, sodass sich passende Produkte ohne große Umstellung in bestehende Karten integrieren lassen. Gastronomen können so auf einen wachsenden Markt reagieren, ohne ihr Angebot grundlegend neu aufzustellen. **Ihr Markt berät Sie gerne.**



FRANZISKANER WEISSBIER
0,0 % Vol.
0,5 l Flasche



PERRONI NASTRO AZZURRO
0,0 % Vol.
0,33 l Flasche



WÄRMSTENS EMPFOHLEN.

Wenn es draußen kälter wird, darf es auf dem Teller wieder kräftiger, wärmender und aromatischer werden.



Klassiker wie Kohl, Kürbis, Wurzelgemüse, Pilze und Kartoffeln haben in der Winterküche Hochsaison und bieten Profiküchen viel Spielraum – von traditionell bis modern interpretiert. Auch **Schmorgerichte,** Suppen und Eintöpfe passen in die kalte Jahreszeit und lassen sich gut vorbereiten und kalkulieren. Gleichzeitig wird die Winterküche leichter und vielfältiger. **Pflanzliche Komponenten** rücken stärker in den Mittelpunkt, Bekanntes wird neu kombiniert und internationale Einflüsse sorgen für Abwechslung. Gewürze wie Zimt, Kardamom, Nelke oder Sternanis bringen nicht nur in Desserts, sondern auch in herzhafte Gerichte winterliche Akzente.

Für Gastronomie und Gemeinschaftsverpflegung bietet die Saison damit die Chance, Vertrautes und Neues zu verbinden.



WIBERG
NELKEN / STERNANIS
ganz
200 / 95 g Dose



PASTINAKEN
kg



HOKKAIDO-KÜRBIS
kg

KRÄUTERSEITLINGE
kg



HEIMISCHE VIELFALT.

Regionalität hat auch in der kalten Jahreszeit einiges zu bieten. Zwar ist die Auswahl kleiner als im Sommer, dafür spielen jetzt robuste Gemüsearten, Lagerware und haltbar gemachte Produkte ihre Stärken aus. So liefen unter anderem Kohl in verschiedenen Varianten, Möhren, Pastinaken, Rote Bete, Sellerie, Kartoffeln oder Äpfel eine vielseitige Basis für winterliche Speisekarten.

Für Gastronomie und Gemeinschaftsverpflegung eröffnet das die Möglichkeit, Regionalität konsequent weiterzudenken. Statt Zutaten von weit her einzukaufen, lohnt sich der Blick auf das, was vor Ort verfügbar ist – und auf **traditionelle Methoden** wie Einlegen, Fermentieren oder Einkochen. Sie verlängern nicht nur die Saison, sondern bringen zusätzliche Aromen und Abwechslung auf den Teller.

Auch gegenüber Gästen lässt sich die Herkunft der Zutaten gut kommunizieren. Regionale Lieferanten, saisonale Besonderheiten oder alte Gemüsesorten können Geschichten erzählen und dem Speisenangebot ein individuelles Profil geben.

Kohl, Rüben und Wurzeln zeigen im Winter, wie modern, vielseitig und kreativ regionale Küche heute sein kann.


KI-generiert

WENIGER ÜBERSCHUSS, VOLLER GENUSS.

Mit guter Vorbereitung durch die Weihnachtszeit

Gerade zum Jahresende stehen Gastronomie und Gemeinschaftsverpflegung vor besonderen Herausforderungen: Schwankende Gästezahlen, Weihnachtsfeiern, festliche Buffets und eine veränderte Nachfrage erschweren die Organisation – **Überproduktion droht.**

Mit einer bedachten Planung lässt sich jedoch gegensteuern: Gästezahlen frühzeitig realistisch einschätzen, Portionsgrößen bedarfsgerecht kalkulieren und Buffets lieber nach und nach auffüllen. So bleiben Speisen bis zum Schluss frisch und ansprechend, Reste werden vermieden. Was dennoch übrig bleibt, lässt sich häufig – unter Einhaltung der geltenden Hygienevorgaben – für andere Gerichte verwenden. Davon profitieren nicht nur Küche und Budget, sondern auch Gäste und Umwelt.



Herausgeber: Handelshof Köln Stiftung & Co. KG I Viktoriastr. 26, 51149 Köln I **www.handelshof.de**
Projektleitung, Konzeption und redaktionelle Leitung: Kristin Maier **Projektmanagement:** Kristin Maier, Annabell Renneberg **Grafische Gestaltung:** The Ocean Power GmbH I Grafenberger Allee 277 I 40237 Düsseldorf **Redaktionelle Unterstützung und Umsetzung:** GW Verlag GmbH I Meerbuscher Str. 68 / Haus 1 I 40670 Meerbusch **Fotografie:** Jonathan Fafengut
Die digitale Ausgabe von Appetizer. Das Live! Magazin finden Sie unter: www.handelshof.de/appetizer