

**METRO**

# Tischgespräch

Inspirationen & Insights  
für die Profi-Gastronomie

FEBRUAR 2026

## Genussregion

Ruhrgebiet

Von der Currywurst bis zur  
Haute Cuisine

## Kräuter & Kresse

Kleine Pflanzen sorgen für großen  
Geschmack

## Alkoholfrei-Trend

Perfekte Drinks ohne Prozente



A portrait of Thomas Bühner, a man with light brown hair and glasses, smiling warmly at the camera. He is wearing a dark blue chef's jacket with his name, "BÜHNER", embroidered on the left chest. He has his arms crossed. The background is slightly blurred, showing what appears to be a restaurant or kitchen environment.

**Der  
Evolutionär**  
Im Tischgespräch mit  
**THOMAS BÜHNER**



**FRISCHE IST NATÜRLICH.**  
**FRISCHE **IST** KNACKIG.**  
**FRISCHE IST **METRO**.**



# „Was bewegt die Gastronomie morgen?“

**Liebe Kundinnen und Kunden,**

um diese Frage geht es im „METRO Tischgespräch“, dem Kundenmagazin für Gastronominnen und Gastronomen. In der Gastronomie entstehen die besten Ideen, weil Menschen zusammenkommen – in der Küche, am Tisch, auf der Terrasse, an der Theke. Diesen Ideen wollen wir Sichtbarkeit geben. Wir greifen aktuelle Trends auf, geben praktische Tipps und liefern Impulse, die unterstützen und bereichern sollen.

Wir wünschen Ihnen viel Freude bei der Lektüre und einen spannenden Austausch bei Ihrem nächsten Tischgespräch!

**Mit herzlichen Grüßen,  
Roland Ruffing,  
CEO METRO Deutschland**

## Impressum

**MEDIENINHABER,  
HERAUSGEBER & VERLEGER**  
METRO Deutschland GmbH,  
Metro-Straße 8,  
40235 Düsseldorf

**VERANTWORTLICH**  
METRO Deutschland GmbH,  
Metro-Straße 8,  
40235 Düsseldorf

**V.i.S.d.P.**  
Nicolas Böling

**PROJEKTLITUNG**  
Alabassia El Moussaoui

**ANZEIGENLEITUNG**  
Vanessa Lea Ramos

**REDAKTION**  
Barbara Schindler, Jan-Peter Wulf

**ARTDIREKTION, GRAFIK**  
Ines Knetsch

**DRUCK**  
FIRMENGRUPPE APPL Holding  
GmbH & Co. KG,  
appl druck GmbH,  
Senefelderstraße 3-11,  
86650 Wemding

**Tischgespräch** ist das Magazin für Profis in Küche, Bar, Service und Management. Es porträtiert Menschen, die die Gastronomie prägen, zeigt relevante Trends auf und vermittelt fundiertes Fachwissen. Außerdem stellt es Produkte und Lösungen aus der METRO Welt vor – von Lebensmitteln und Getränken über Technik und Gastronomiebedarf bis hin zu Services, die den Branchenalltag erleichtern.

Bitte beachten, dass die Angebote dieser Beilage ausschließlich in unseren METRO Märkten gelten, sofern nicht anders gekennzeichnet. In unseren METRO GASTRO-Märkten können das Sortiment, die Angebote und die Service-Dienstleistungen abweichen.

Alle Angebote sind freibleibend. Irrtümer vorbehalten, Verkauf nur an Wiederverkäufer und gewerbliche Verbraucher. Öko-Kontrollstellnummer: DE-ÖKO-039. D-NF 25/11 A 9





## Einblicke

Dieser futuristisch gestaltete Eingang führt ins neue Restaurant „La Vie by Thomas Bühner“ in Düsseldorf. Wie man einen Klassiker neu erfindet – mehr dazu ab Seite 10.

### 7 Termine

Messen, Events und mehr

### 8 Trends

Ideen und Impulse für die Branche

#### Tischgespräch

##### 10 Thomas Bühner

Der Sternekoch und Gastro-Globetrotter erfindet das „La Vie“ neu – in Düsseldorf und Taipeh

#### METRO

##### 16 Starker Partner

11 gute Gründe für die Zusammenarbeit mit uns

#### Ruhrgebiet

##### 18 Das neue Berlin!?

Kulinarische Vielfalt im größten Ballungsraum Europas

##### 22 Heimat mit Soße

Wie die Currywurst zum Kultgericht wurde

#### Food

##### 26 Pommes

Knuspriger Snack für jeden Anlass

#### Region

##### 28 Ronja, Mülheim an der Ruhr

Mission nachhaltiger Genuss

#### Food

##### 30 Veggie

Das pflanzliche Sortiment von METRO Chef setzt Maßstäbe

##### 33 It's Crunch Time!

Panko mischt die Panadenwelt auf

##### 34 Herrmann Kräuter

Herz und Hightech für aromatische i-Tüpfelchen

##### 36 Kresse

Von der Dekoration zur Delikatesse

#### Service

##### 40 METRO Lieferdienst

Weil jede Minute zählt

##### 42 Teamgeist auf Achse

Im METRO Depot Essen arbeiten alle Hand in Hand

##### 44 Neuer Markt Hamburg-Rahlstedt

Gut aufgestellt für Lieferservice und Vor-Ort-Einkauf

#### Ultrafrische

##### 46 Fisch

Frische Vielfalt aus dem Meer in die Theke

#### Service

##### 50 Dish by METRO

Digitale Lösungen für schnelles und bequemes Bezahlen

#### Getränke

##### 52 Exklusiver Weingenuss

Vier Familienbetriebe stellen für METRO besondere Weine her

##### 57 Bier-Vielfalt

Kultur, Handwerk, Emotion und Tipps für den Verkauf

##### 60 Alkoholfreie Drinks

Tipps und Tricks von Bartenderin Chloé Merz

##### 63 Produkte ohne Prozente

Alkoholfreie Empfehlungen aus dem METRO Sortiment

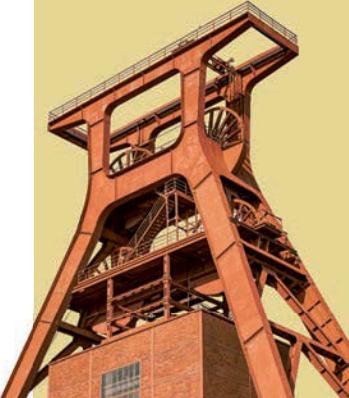
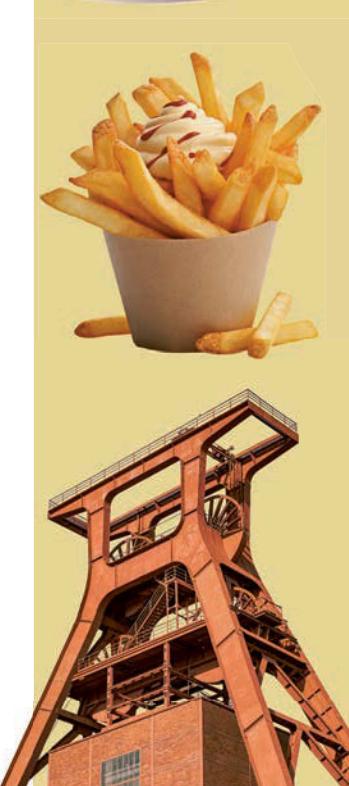
#### Ausstattung

##### 64 Draußen genießen

Möbel und mehr zum Start der neuen Outdoor-Saison

##### 66 Premium-Grillkohle

Nachhaltiges Marabuhholz für perfektes Grillgut



## So is(s)t der Pott

Zwischen Duisburg und Dortmund herrscht große Vielfalt von Currywurst bis Fine Dining.



ACQUA PANNA®  
THE FINE DINING WATERS  
S.PELLEGRINO®

Wenn etwas  
Besonderes  
zusammenkommt.



## TISCHDECKEN

# Die cleveren Alternativen zu Stoff

Mit Evolin® und Dunicel® wird jeder Tisch zum Blickfang. Die Materialien imitieren Stoff und erleichtern das Eindecken: Ideal für Restaurants, Feiern und besondere Momente.

- **Evolin®:** Aufwändiges Wäschehandling adé: Evolin® kombiniert die Optik textiler Tischdecken mit der Bequemlichkeit einer modernen Einweglösung. FSC®-zertifiziert und nachhaltig produziert.
- **Dunicel®:** Hält jede Feier aus: Dunicel® punktet durch seine weiche, wasserabweisende Oberfläche und die Stoffanmutung. Die schönen Drapiereigenschaften machen dieses Material zu „Everybody's darling“. Stabil, farbbrillant und vielseitig einsetzbar.

Mit den Duni Premium-Materialien gestalten Sie Tische, die beeindrucken und das Servicepersonal entlasten: einfach, hygienisch und umweltbewusst.

# Save The Dates:

## Messen, Events & wichtige Termine im 1. Halbjahr 2026

### FEBRUAR

#### Intergastra

Die große Stuttgarter Fachmesse für das Gastgewerbe präsentiert Neuheiten aus den Bereichen Essen und Trinken, Einrichtung und Tischkultur sowie Technik und Dienstleistungen. Mit dem Ticket gibt es auch Zugang zur Gelatissimo (Speiseeis) und zum neuen Format Newfood x Now mit rund 100 Startups.

7. bis 11. Februar, Messe Stuttgart

**METRO** Besucht uns in Halle 1!

#### Biofach

Auf der weltgrößten Messe für Bio-Lebensmittel zeigen rund 2.300 Aussteller ihre Produkte und Services. Das Partnerland Indien präsentiert sich mit Produzenten und kulinarischen Highlights auf einer Sonderfläche. „Growing Tomorrow – Young Voices, Bold Visions“ lautet das Motto des Konferenzprogramms 2026, das junge Entrepreneure ins Zentrum stellt.

10. bis 13. Februar, Messe Nürnberg

#### Gastro lvent

Der nordwestdeutsche Branchentreff mit rund 250 Ausstellern aus den Bereichen Lebensmittel, Getränke sowie Technik und Dienstleistungen. Bühnenhighlight: die Barista- und Latte-Art-Wettbewerbe der Specialty Coffee Association Germany. Besucher erhalten auch kostenlosen Zugang zur fish international.

22. bis 24. Februar, Messe Bremen

### MÄRZ

#### METRO Gastro-Tag

Spannende Aktionen und attraktive Angebote für unsere Kundinnen und Kunden aus der Gastronomie.  
3. März, alle METRO Märkte

#### METRO Weintage

Entdecken, probieren, genießen: Unsere Fachberater geben Empfehlungen für die Weinkarte!  
11. bis 14. März, nur in den METRO Klassikmärkten

#### Internorga

Auf der Leitmesse für den Außer-Haus-Markt zeigen rund 1.200 Aussteller ihre Produkte und Lösungen für die Branche. Dieses Jahr mit erweiterter Fläche für Restaurant- und Hotelausstattung und einem neuen Bereich für Newcomer. Spannende Impulse fürs Business gibt es u.a. auf der „Open Stage“ und in der „Deep Dive Area“.

13. bis 17. März, Messe Hamburg

**METRO** Besucht uns in Halle B1!

### 370 Grad

Die Boutique-Messe (früher „Gastro Vision“) versammelt auf mehreren Ebenen des Hotels „Empire Riverside“ rund 125 Erzeuger, Produzenten und Dienstleister für Gastronomie und Hotellerie. Zugang zum Event gibt es nur mit persönlicher Einladung.

13. bis 16. März, Empire Riverside Hamburg

### ProWein

Auf der internationalen Fachmesse für Wein und Spirituosen stellen rund 4.000 Aussteller ihre Erzeugnisse vor. Für 2026 wurden alle Messehallen neu strukturiert. Erstmals werden die Spirituosen gleich zwei Hallen gewidmet, während sich im Bereich „ProWein Zero“ alles um das Trendthema alkoholfreier Wein sowie alkoholfreie Destillate dreht.

15. bis 17. März, Messe Düsseldorf

### APRIL

#### Markt des guten Geschmacks

Gemäß der Slow-Food-Philosophie „gut, sauber und fair“ stellen Lebensmittelhandwerker aus ganz Europa ihre Spezialitäten vor, von Backwaren, Käse, Fleisch und Feinkost bis hin zu Säften, Weinen und Destillaten. Für Fachbesucher werden geführte Touren, Tastings und kulinarische Meetings angeboten.

9. bis 12. April, Messe Stuttgart

### MAI

#### Bar Symposium Cologne

Hier wird in Panels und Talks über die Zukunft der Bar- und Hospitalitybranche gesprochen, dazu gibt es Tastings und Workshops. Im Ausstellungsbereich präsentieren sich große und kleine Marken der Getränkewelt. Abends finden in den Bars der Domstadt viele Events mit Gastschichten internationaler Bartenderinnen und Bartender statt.

11. und 12. Mai, Die Halle / Tor 2, Köln

### JUNI/JULI

#### METRO Gastro-Tag

Spannende Aktionen und attraktive Angebote für unsere Kundinnen und Kunden aus der Gastronomie.

2. Juni, alle METRO Märkte



### Michelin Guide Ceremony

Welche Restaurants erhalten, verteidigen oder verlieren in diesem Jahr die begehrten Sterne? Wer wird für sein nachhaltiges Engagement ausgezeichnet, seine Vorbildfunktion für den Nachwuchs oder seine Koch- und Servicequalitäten? Antworten gibt's bei der großen Gala des deutschen Guide Michelin.

Termin wird noch bekannt gegeben, Frankfurt

### Fußball-WM

Am 11. Juni startet das Turnier in Kanada, den USA und Mexiko. Das Finale findet am 19. Juli in New Jersey statt.

Wir wünschen gute Unterhaltung und gute Umsätze bei der Übertragung der Spiele!



©Grafik: Vecteezy.com

### Ausblick:

Im September finden in Düsseldorf wieder das große Foodfestival „Chefs in Town“ (25. bis 27. September) und die „Rolling Pin Convention“ (28. und 29. September) statt. Mehr dazu in der nächsten Ausgabe!



©Foto: happy\_lark - stock.adobe.com

## Matcha macht Umsatz

Stehen dieser Tage irgendwo – vor allem junge – Menschen geduldig Schlange, geht es oft um Matcha: Der pulverisierte Grüntee aus Japan steht derzeit ganz oben auf der „Must-have“-Liste der TikTok-Gemeinde. Als Matcha Latte, Shot, Eiscreme oder Cocktail bringt er neben knalligem Grün auch intensive neue Geschmackserlebnisse in Cafés und Co. Die Kombination von moderatem Koffeingehalt und Antioxidantien verleiht ihm Superfood-Appeal. Zwischen Januar und August 2024 wurden japanischen Exportdaten zufolge über 240 Tonnen (+ 240 % zum Vorjahreszeitraum) importiert.

18  
%

mehr Gäste gingen 2024 in Deutschland alleine essen als 2023.

## Die Solo-Esser kommen

Alleine ins Restaurant zu gehen, wird immer beliebter. Laut einer Studie von OpenTable und KAYAK geben „Solo-Esser“ dabei 72 % mehr aus als der Durchschnitt. Als Gründe für den Restaurantbesuch ohne Begleitung werden „Zeit für mich selbst“ und Selbstbestimmtheit genannt. Restaurants können auf das „Solo-Dining“ z.B. mit Sitzgelegenheiten an der Theke und Menüs reagieren, die sich gut alleine genießen lassen.



©Foto: Magryt - stock.adobe.com

## Spiele sind zurück

Trend und Gegentrend: Gewinnt auf der einen Seite „Solo-Dining“ an Bedeutung, wächst andererseits der Wunsch nach Begegnungen und Erlebnissen „in real life“ (IRL). Immer mehr Cafés und Kneipen bieten deshalb wieder Brett- und Kartenspiele zum Ausleihen an oder veranstalten Pub-Quiz-Abende. Darts, Kicker oder Billard, aber auch Tischtennis-Turniere, Indoor-Minigolf oder amerikanische Shuffleboards locken Gruppen an. Ob Single-Großstadt oder dünn besiedelter ländlicher Raum: Entertainment schafft neue Anreize für den Gastronomiebesuch – Umsatz durch Unterhaltung.



@Foto: TravelMedia - stock.adobe.com

@Grafik: marchiez - stock.adobe.com

### Bottomless & Boozy Brunch

Der Wochenend-Klassiker, neu und spritzig belebt: Ausgiebiges Brunchen, kombiniert mit „daytime drinking“, kommt bei Gästen gut an. Zu Eierspeisen von Pancake bis Egg Benedict, zu Herzhaftem wie Süßem, kommen Cocktails à la Mimosa (Schaumwein & Saft), Bellini (Prosecco und Pfirsichpüree), die kräftige Bloody Mary oder die aktuell so beliebten Aperitifs. „Boozy Brunch“ lautet der Trendbegriff oder auch „Bottomless Brunch“, was schon darauf hinweist: Die Getränkepreise sind inkludiert.

## Vegan war gestern: Jetzt kommt „hybrid“

Die Zahlen zeigen es: Trotz der Diskussionen um Klima- und Tierschutz kommen rein pflanzliche Produkte auf dem deutschen Markt nicht wirklich voran. Nun sollen hybride Produkte, bei denen nur ein Teil der tierischen Proteine durch pflanzliche ersetzt werden, Verbrauchern und Gästen den Verzicht auf Fleisch, Fisch und Milchprodukte schmackhaft machen. Als Kompromiss richten sie sich vor allem an jene, die als „Flexitarier“ den tierischen Produkten nicht völlig abschwören wollen. Sie punkten vor allem mit Geschmack und Textur, die deutlich näher am Original sind als viele rein pflanzenbasierte Alternativen. Und natürlich mit reduzierten CO2-Emissionen und besserer Nährstoffbalance.



@Foto: VeganVisions



## Deutsches Party-Food sorgt für Wow-Effekte

Der berühmt-berüchtigte Mettigel im Restaurant? Aber ja: Im Berliner „Luna D’Oro“ wird er dem internationalen Publikum stolz präsentiert. Auch der Toast Hawaii, erfunden 1955 vom ersten TV-Koch Deutschlands Clemens Wilmenrod, oder das aus Mannheim stammende Spaghettieis stehen hier auf der Karte, ebenso Wackelpudding mit selbst gesammeltem Waldmeister. Auch in anderen Restaurants tauchen deutsche Party-Snacks wieder auf. Ob Matjessalat und Grüne Soße, Kalter Hund und Käse-Trauben-Spieße, Buletten und Herrencreme – mit solchen „Oldies“ lässt sich eine kulinarische Playlist erstellen, die auch jüngeren Gästen gefällt. Alte Kochbücher geben Inspiration!

@Foto: Conrad Bauer / Clärchens Ballhaus



# Der Evolutionär: Thomas Bühner



**Thomas Bühner ist mit dem Drei-Sterne-Restaurant La Vie in Osnabrück in die gastronomische Weltspitze aufgestiegen. Fünf Jahre nach dessen Schließung eröffnete er 2023 das La Vie by Thomas Bühner in Taipeh und 2025 ein weiteres auf dem neuen METRO Campus in Düsseldorf. Wie erfindet man einen Klassiker neu?**

**W**ir treffen den renommierten Koch und Gastronomen Thomas Bühner in seinem Restaurant in Düsseldorf, eröffnet im Frühling 2025 im Atrium des neuen METRO Campus. Wir nehmen Platz am erhöhten „communal table“, an dem größere Gruppen Platz finden. Schön ist das Restaurant geworden: modern und zugleich zeitlos, gestaltet vom ortsansässigen Designstudio Kitzig. Neben der Optik überzeugt auch die angenehme Akustik des Raumes. „Es ist wichtig, dass unsere Gäste sich entspannt und ohne störende Nebengeräusche unterhalten können“, erklärt uns Thomas Bühner.

Der Name La Vie by Thomas Bühner steht für eine der bemerkenswertesten Erfolgsgeschichten der deutschen Spitzengastronomie. Zwölf Jahre lang prägte Bühner das La Vie in Osnabrück – und führte es in die Weltelite. Als er 2006 die Küche übernahm, trug das Haus bereits einen Michelin-Stern; 2007 kam der zweite hinzu, 2011 der dritte. Damit gehörte Bühner zu den wenigen deutschen Köchen mit dieser höchsten Auszeichnung.

Nach der Schließung des Restaurants 2018 – der Eigentümer hatte sich aus der Gastronomie zurückgezogen – beginnt für Bühner ein neues Kapitel. Als kulinarischer Globetrotter bereist er seitdem die Welt, berät Spitzenhäuser und ist als Speaker auf Fachveranstaltungen gefragt. Die Liste seiner Tätigkeiten als Gastkoch in Gourmetrestaurants erstreckt sich von Ecuador über den Oman und Indien bis nach Korea und China – besonders fasziniert ist der gebürtige Westfale von der kulinarischen Vielfalt Asiens. „Langweilig ist es mir in den vergangenen Jahren nie geworden“, sagt er lachend. „Aber ich habe mir schon überlegt: Es wäre keine schlechte Idee, noch ein anderes Standbein zu haben.“ Sprich: ein Restaurant, das man mit seiner Person verbindet.

2023 ist es soweit: In Taipeh, der Hauptstadt Taiwans, eröffnet er das La Vie by Thomas Bühner. Küchenchef dort ist Xavier Yeung, beide arbeiteten schon zuvor in einem Projekt zusammen. Knapp zwei Jahre später folgt die Eröffnung in Düsseldorf. Hier wiederum verantwortet Timo Fritsche, früher Mural Farmhouse in München, das operative Geschehen. Die beiden kennen sich

## Tischgespräch



©Foto: Lukas Kirchgasser





„Würden wir jetzt nicht zwei oder mehr Sterne anstreben, hätten wir den einen nicht verdient. Erfolg kommt von Unzufriedenheit!“

seit anderthalb Jahrzehnten, in Osnabrück arbeiteten sie neun Jahre lang erfolgreich Seite an Seite.

### Geschichte wird weitergeschrieben

La Vie lebt, nun sogar auf zwei Kontinenten, und beide Restaurants tragen bereits einen Michelin-Stern. „Wir schreiben die Geschichte weiter“, erklärt Thomas Bühner. Gleichzeitig betont er, dass er sich heute vor allem in der Rolle des Trainers sieht. Er beobachtet und taktiert vom Spielfeldrand, hält sich aber selbst aus dem Spielgeschehen heraus: „Ein guter Trainer läuft ja auch nicht aufs Spielfeld, weil er meint, den Elfmeter selbst schießen zu müssen.“ Er schenkt seinem Team viel Vertrauen und ist heute, viel mehr als früher, darauf bedacht, die individuellen Stärken zu fördern, statt auf die Schwächen zu schauen. „Davon haben wir am Ende viel mehr“, so Bühner.

### „Evolution statt Revolution“

Weder ist La Vie by Thomas Bühner ein kompletter Neustart noch eine reine Wiederauflage: „Ein Museum mit alten Rezepten wollen wir auf keinen

Fall sein“, betont Bühner. Die Weiterentwicklung veranschaulicht er an einem Gericht, dem „Petersilien-Müsli“. Inspiriert von einem Rezept des britischen Starkochs Heston Blumenthal wurde die Petersilienwurzel zunächst einem Frühstücks-Müsli nachempfunden – in Milch gekocht und kalt mit Flakes aus Karotten, Sellerie, Kartoffeln, Nüssen und Fenchel serviert. Später ließ man die grob zerkleinerten Wurzeln über Nacht in der Milch stehen, wie „overnight oats“. „Das ergab einen wunderbar intensiven Geschmack“, erinnert sich Bühner. Die nächste Evolutionsstufe: eine schaumige Variante mit Hafereis. Timo Fritsches aktuelle Interpretation besteht aus Petersilienwurzel-Crème mit einem Eis aus Beurre blanc, Zitrone und Gemüsepulver. „Das Gericht hat sich weiterentwickelt, die geschmacksgebenden Zutaten sind geblieben“, erklärt Thomas Bühner.

### Dreidimensionale Aromenküche

Was Zutaten betrifft, so ist Bühner überzeugt: „Es gibt keine schlechten Produkte auf der Welt.“ Die Herausforderung liege darin, sie bestmöglich



„Uns stehen heute mehr Produkte zur freien Verfügung als je zuvor. Für mich ist es der größte Luxus der Epoche, in der wir leben.“

©Foto: Michael Holz Studio

## Thomas Bühner

wurde 1962 in Riesenbeck (Nordrhein-Westfalen) geboren.

Seine Ausbildung zum Koch absolvierte er im Schweizer Haus in Paderborn. Er arbeitete unter anderem bei Günter Scherrer im Hilton Düsseldorf und im Landhaus Scherrer in Hamburg. Es folgten Stationen im Restaurant Grand Cru, Lippstadt, und bei Harald Wohlfahrt in der Schwarzwaldstube Baiersbronn.

1991 wurde er Küchenchef im Restaurant La Table in Dortmund und erkochte 1996 den ersten Michelin-Stern, 1998 den zweiten.

Der Restaurantführer Gault Millau wählte ihn 2001 zum „Newcomer des Jahres“ und 2006 zum „Koch des Jahres“. Im selben Jahr übernahm er die Leitung im La Vie in Osnabrück bis zu dessen Schließung 2018.

2023 eröffnete er das La Vie by Thomas Bühner in Taipeh, 2025 das La Vie by Thomas Bühner in Düsseldorf.

In Kürze startet sein Ganztages-Restaurant im Westfield Hamburg-Überseequartier.



zuzubereiten. Wer glaubt, Brokkoli, Rosenkohl oder Steckrüben nicht zu mögen, müsse nicht das Produkt verantwortlich machen, sondern die Zubereitung. „Kartoffeln schmecken am besten, wenn sie langsam in Butter gebraten werden, bis sie goldbraun sind. Meine Mutter hat es immer so gemacht. Während des Garens verdunstet die Feuchtigkeit – das sorgt für den intensiven Geschmack.“

Für Bühner stellt der ursprüngliche, reine Eigengeschmack der Produkte die Basis seiner „dreidimensionalen Aromenküche“ dar, die erste Dimension. Die zweite Dimension: Mit der für die Produkte idealen Zubereitungsweise – Fisch bei 55 Grad in hausgemachtem Gewürzöl geschmort statt heiß gebraten, Fleisch und Gemüse im Sous-

Vide-Gerät gegart – entfalten sich die Aromen bestmöglich. Die dritte Dimension ist die Spannbreite der Küche, der Wechsel von puristischen und spielerisch-opulenten angerichteten Tellern. Diese Vielfalt kommt ihm in Deutschland oft zu kurz. „Wenn ich durch die Städte laufe, sehe ich immer noch Teller mit Salatblatt, Tomatenecke und Petersilie am Rand. Wie zu Zeiten meiner Lehre – die liegt immerhin 45 Jahre zurück. Damals zählten der rechte Außenspiegel und der Sicherheitsgurt für den Beifahrer noch zur Sonderausstattung. Heute sprechen wir über autonomes Fahren.“

### Die Vielfalt nutzen

Bühner spricht sich daher für mehr Mut aus: „Das Potenzial der Gastronomie ist es, Menschen mit



©Foto: Michael Holz Studio



„Wir  
brauchen  
internationale  
Aufmerksam-  
keit.“

Vertrauen zum Neuen zu führen. Uns stehen in der westlichen Welt heute mehr Produkte zur freien Verfügung als je zuvor.

Für mich ist es der größte Luxus der Epoche, in der wir leben.“ Er zeigt durch die Vorhänge des Restaurants hindurch hinüber zum METRO Markt: „Der ist *voll* mit Produkten. Es gibt kaum etwas, das Sie nicht finden.“ Diese Vielfalt nutzt auch das La Vie by Thomas Bühner, von Ultrafrische-

Artikeln bis zu Nonfood. Gleichzeitig arbeitet man mit ausgewählten, kleinen Lieferanten zusammen. Einer liefert Bucheckern aus heimischen Wäldern. Früher wurden sie oft als Notnahrung geröstet und gegessen, in Bühners Gourmetrestaurant verfeinern sie ein Dessert zum Käsegang, das früher mit Pinienkernen zubereitet wurde. Auch eine Evolution.

## Sterne-Ambitionen

Für Thomas Bühner persönlich stellt Düsseldorf eine Rückkehr dar: Unter Günter Scherrer arbeitete er hier in den 1980er-Jahren im Hilton. Gleichzeitig ist es für ihn ein idealer, weil kosmopolitischer Standort: Menschen aus rund 180 Ländern leben in der Landeshauptstadt Nordrhein-Westfalens. Gäste aus aller Welt kommen zu den Messen oder als Touristen an den Rhein. Benelux ist nah. „Wir brauchen internationale Aufmerksamkeit“, erklärt Bühner. Dem La Vie by Thomas Bühner sei ein glänzender Start gelungen, doch zufrieden gibt sich der Gastronom damit nicht. „Würden wir jetzt nicht zwei oder mehr Sterne anstreben, hätten wir den einen nicht verdient. Erfolg kommt von Unzufriedenheit!“

Text: Jan-Peter Wulf

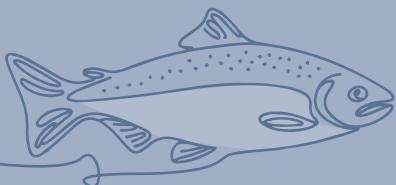
©Foto: Lukas Kirchgasser

# Partner der Gastronomie: 11 gute Gründe für die

## 1.

### Ultrafrische Auswahl

Fisch, Fleisch, Obst und Gemüse: Wir stehen für maximale Frische und beste Qualität – von Basisartikeln über saisonale Highlights bis zu Spezialitäten.



## 3.

### Flexibler Einkauf

Ob im Markt, online oder per Lieferung: Unsere Kundinnen und Kunden kaufen so ein, wie es am besten in ihren Betriebsalltag passt.

## 5.

### METRO Marktplatz immer geöffnet

Über 900.000 Artikel sind rund um die Uhr auf [www.metro.de/marktplatz](http://www.metro.de/marktplatz) verfügbar und werden zeitnah an den gewünschten Ort geliefert.

**Mit unserem Sortiment, unseren Services und unserem Know-how stehen wir der Gastronomie partnerschaftlich zur Seite. Wir wissen, wie viel Leidenschaft in jedem Betrieb steckt.**

## 2.

### Einfach immer günstig

Dauerhaft attraktive Preise und Mengenrabatte garantieren eine verlässliche Kalkulation und Wirtschaftlichkeit.



## 4.

### Praktische Lieferung

Unser Lieferservice bringt Qualität direkt in den Betrieb. Schnell, zuverlässig und garantiert frisch.

## 6.

### Up to date per App & Chat

Kundenkarte, Rechnungen, Lieferservice-Bestellungen und aktuelle Angebote sind per App jederzeit griffbereit. Und im METRO Chat gibt's aktuelle Aktionen, News und Gewinnspiele!



# Zusammenarbeit mit METRO

**Darum geben wir jeden Tag unser Bestes, damit Restaurants und Hotels, Cafés und Bars sich auf das konzentrieren können, was zählt: ihre Gäste, ihr Team und ihre Vision.**



**7.**

## Starke Eigenmarken

Mit Eigenmarken wie METRO Chef, METRO Professional, aro und Rioba bieten wir rund 7.500 Produkte an – in Profiqualität für den Einsatz in der Gastronomie. Von Basics bis Specials.

**8.**

## Profi-Küchentechnik<sup>2</sup>

Küchentechnik großer Marken zum Vorteilspreis: exklusiv für unsere Kunden und Kundinnen in Kooperation mit PENTAGAST.

**9.**

## Kompetente Beratung

Im Kundenmanagement und im Großmarkt: Unsere Teams stehen der Gastronomie mit Expertise und Leidenschaft zur Seite.



**10.**

## Mehr Erfolg dank Coaching

Unsere praxiserfahrenen Gastro-Coaches bringen Betriebe auf die Erfolgsspur – höherer Ertrag, motivierte Teams und glückliche Gäste.

**11.**

## Durchstarten mit digitalen Lösungen<sup>3</sup>

DISH Reservierungs-, Bestell- und Kassensystem sowie Zahlungslösungen: Die Tools von DISH by METRO sorgen für besseren Service und optimierte Prozesse.

<sup>1</sup> Ein Angebot von METRO Markets GmbH, Schlüterstraße 5, 40235 Düsseldorf

<sup>2</sup> Ein Angebot von PENTAGAST Service GmbH, Ruhrstraße 4, 36100 Petersberg

<sup>3</sup> Ein Angebot von DISH Digital Solutions GmbH, Metro-Str. 1, 40235 Düsseldorf

© Zeichnungen: Freepik & Vecteezy.com



# „Wir sind das neue Berlin!“

Mit ihren fünf Millionen Einwohnern gehört die „Metropole Ruhr“ zu den am dichtesten besiedelten und größten urbanen Ballungsräumen Europas. Hier leben Menschen aus rund 200 Nationen Seite an Seite.

Das zeigt sich auch in einem enorm breiten gastronomischen Angebot, das „dem Pott“ sein einzigartiges kulinarisches Gesicht gibt: Von der alteingesessenen Ekkneipe über

die kultige Pommes-Bude, den Döner-Imbiss, die italienische Eisdielen oder asiatisches Street Food bis hin zur Erlebnisgastronomie und immer mehr Fine Dining-Konzepten findet hier jeder das Passende für jede Gelegenheit.

Hier wurde nicht nur die Currywurst erfunden – auch Gourmets kommen in aktuell neun Restaurants mit je einem Michelin-Stern voll auf ihre Kosten.



Kokerei Hansa

©Foto: Stefan Schütze

In den elf kreisfreien Städten und vier Landkreisen entlang der Ruhr ist Vielfalt kein Trend, sondern Teil der regionalen DNA: Die Zuwanderung der vergangenen Jahrzehnte hat das Ruhrgebiet und seine Gastronomie internationalisiert, ohne das lokale Erbe zu verdrängen. Die quirlige Restaurant-Szene spiegelt als sozialer Treffpunkt und Erlebnisraum den Charakter der Menschen wider, die sich hier heimisch fühlen: bodenständig, direkt, ehrlich. Currywurst, Pfefferpotthast, Grünkohl mit Mettwurst oder Bratkartoffeln gehören zur kulinarischen Identität und werden von jungen, innovativen Konzepten mit viel Liebe modernisiert und immer wieder neu interpretiert.

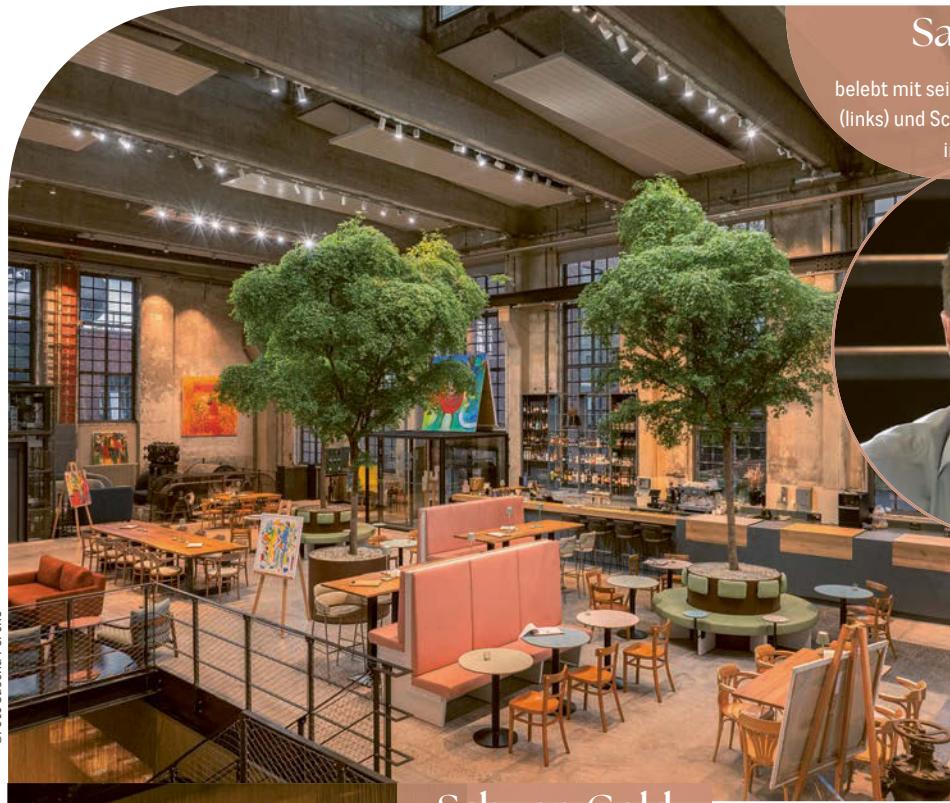
**H**eimat als Lifestyle „Gerade für unsere jungen Gäste ist ihre ganz bewusste Identifikation mit der Heimat und ihrer Geschichte eine Art Lifestyle – jenseits von Maloche und schmutziger Luft, für die das Revier früher bekannt war“, weiß Sascha Nies, Gastronom und gebürtiger Dortmunder. Er machte sich bereits mit 19 Jahren als Betreiber des Mitarbeiterbistros eines japanischen Elektronikkonzerns selbstständig. Seit 2024 bringt er mit seinen Konzepten ButterRaum und SchwarzGold neues Leben in die ehemalige Kokerei Hansa im Dortmunder Arbeiterstadtteil Huckarde. Mit seinem Event-Catering-Unternehmen dinner&co bespielt er zudem weitere historische Gebäude der Stiftung Industriedenkmalpflege und Geschichtskultur. „Diese Zeugnisse der stolzen Vergangenheit des

Ruhrgebiets sind im kollektiven Gedächtnis der Menschen fest verankert. Und eine wunderbare Bühne, um diese Verbundenheit kulinarisch fortleben zu lassen“, bestätigt Nies.

### Pionier: das Casino auf Zollverein

Wie kaum irgendwo sonst, werden sie deshalb im Ruhrgebiet zu Orten der Kultur, der Freizeit und eben auch des Genusses. Vorreiter war Mitte der 90er Jahre das „Casino“ auf der Zeche Zollverein. Das architektonisch markante Fine-Dining-Restaurant in der ehemaligen Kohlenwäsche vereint die industrielle Funktionalität mit moderner Eleganz und war Vorbild für zahlreiche weitere gastronomische Revitalisierungen stillgelegter Kohleförder- beziehungsweise Verarbeitungsanlagen.

Auch Sascha Nies greift das Thema Bergbau in seinen beiden Konzepten auf: „Unser ButterRaum ist mit seinen sonnendurchfluteten acht Metern Raumhöhe, den sechs Meter hohen echten Bäumen, feminin-gemütlichem Interieur und einem extrahellen Lichtkonzept die Welt ‚über Tage‘“, erklärt der Gastronom. Benannt ist das Konzept nach dem Ort, an dem die Kumpels früher ihr ‚Bütterken‘ aßen. Hier serviert Nies traditionelle Ruhrpott-Speisen in außergewöhnlichem Format: von Stullen mit Pfefferpotthast-Pastrami oder Sauerbraten über Stundenei mit Trüffel und Babyspinat bis hin zu selbst gemachtem Matcha – alles bis maximal zehn Euro. Selbstverständlich darf auch „Ommas Kuchen“ nicht fehlen, ebenso wenig wie die Westfälische Kartoffelsuppe.



©Foto Sascha Perone



©Foto Stephan Schütze

## Coolness als Aushängeschild

„Die Leute lieben unsere lockere Atmosphäre. Sie freuen sich, dass sie hier so sein dürfen, wie sie eben sind – ohne Schickimicki“, erklärt Nies und verweist auf die berühmte Ruhrpott-Schnauze: „Egal, ob hömma! oder komma! – hier darf jeder seine Sprache sprechen und es wird niemand aufgrund seines Status‘ bevorzugt.“ Das gilt auch für das Michelin-besterte Restaurant SchwarzGold „unter Tage“ – genauer: im Untergeschoss, wo raffiniert gedämpftes Licht, lederbezogene Tische und geschickte Möblierung für entspannte Intimität in stilvollem Ambiente sorgen. Legere Kleidung, Sneaker und das Duzen der Gäste gehören auch hier ganz bewusst zum guten Ton – und passen bestens in die Zeit: „Die Coolness des Ruhrgebiets ist längst ein angesagtes Aushängeschild, mit dem sich nicht nur private Gastgeber, sondern auch Geschäftsleute gerne schmücken“, weiß Nies und resümiert: „Wir sind das neue Berlin!“

## SchwarzGold

Die Dunkelheit „unter Tage“ wird in goldenes Licht getaucht.

Daß die Ähnlichkeiten zwischen den Metropolen an Ruhr und Spree kein Zufall sind, findet auch Nies' Kollege Sven Nöthel, der am anderen Ende des Reviers, nämlich im ländlichen Duisburg-Baerl, mit dem [mod] ebenfalls ein Sternerestaurant betreibt. „Eigentlich hat Berlin von uns gelernt, was cool ist“, kommentiert der in Mülheim an der Ruhr aufgewachsene gebürtige Düsseldorfer augenzwinkernd. „Dann kam aber dort diese etwas abgehobene künstlerische Attitüde dazu, die uns von der Hauptstadt unterscheidet.“ Nöthel muss es wissen. Denn auch er ist seit frühester Jugend in der Gastronomie an der Ruhr unterwegs und wurde 2015 mit 27 Jahren zum jüngsten Sternekoch in Nordrhein-Westfalen gekürt.

## Gastronomisches Zuhause

Seit 2021 betreibt er in Baerl ein eigenhändig renoviertes Gehöft aus dem 19. Jahrhundert, in dem sich auch das Restaurant Freya mit regionaler Küche und einer beliebten Hochzeitslocation befindet. Das Ensemble ist heute der kulinarische Stolz Duisburgs. „Als wir mitten in der Corona-Zeit an den Start gingen, waren wir auf Anhieb für zwei Monate aus-

## Sascha Nies

belebt mit seinen Restaurants ButterRaum (links) und SchwarzGold die Kokerei Hansa in Dortmund neu.



©Foto: Oliver Schaper



©Foto: [mod] by Sven Nöthel

gebucht – und der Andrang hat bis heute nicht nachgelassen“, berichtet der Gastronom, immer noch ein bisschen staunend über den Erfolg. Seine Vision eines Restaurants mit höchst anspruchsvoller Küche, aber keinesfalls steifen Benimmregeln, traf genau den Nerv des Publikums an der Ruhrmündung und dem angrenzenden Niederrhein. „Ich wollte immer ein gastronomisches Zuhause für die Menschen hier schaffen, wo es bunt zugeht und unkomplizierte Lebensfreude herrscht“, sagt der Unternehmer.

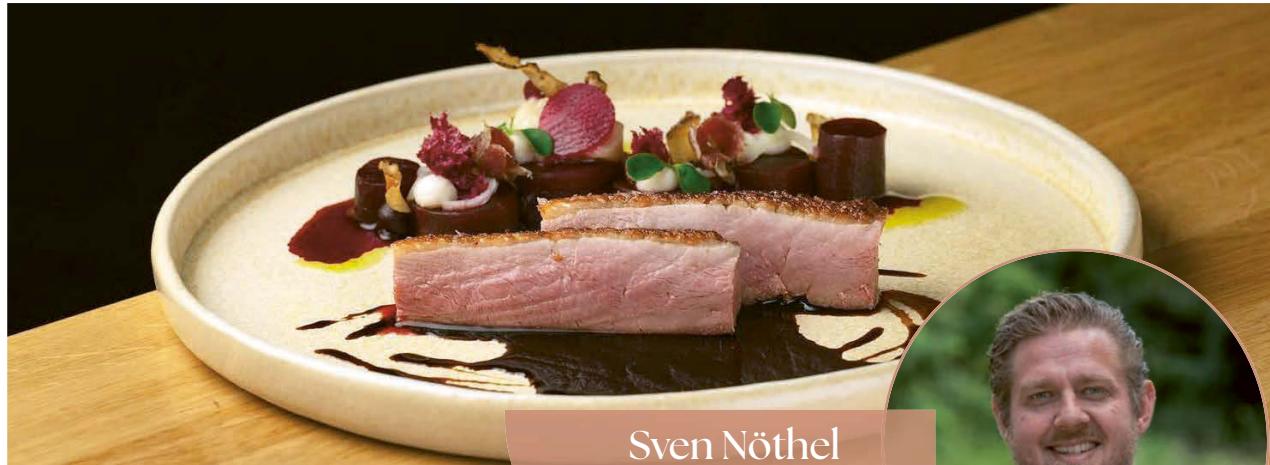
Das [mod] verändert auch bei von weiter her angereisten Gästen die Wahrnehmung der Ruhrgebiets. Weg von den Herausforderungen des Strukturwandels, hin zu den Attraktionen einer Region, die auch Touristen viel zu bieten hat: „Unsere Gäste aus Berlin, München, Holland und Belgien sind immer wieder begeistert davon, was es hier alles gibt“, berichtet Nöthel. Zumal vieles, was andernorts oft inszeniert wirkt, im Revier authentisch gelebt wird – auch kulinarisch. Und das immer mit dem für die Region so typischen bodenständigen Pragmatismus: Den Burger online vorbestellen und selbst im Freya abholen? Damit

lenwert von bewusstem Genuss bei der Jugend deutlich erhöht. Statt Party zu machen, gehen viele heute lieber gut essen. Manche sparen sogar darauf, sich einen besonderen Abend bei uns zu leisten.“ Bekommt er mit, dass das Budget des Gourmet-Nachwuchses nicht für das Acht-Gänge-Menü für 159 Euro reicht, spendiert er zur Sechs- oder Vier-Gang-Folge auch mal einen Extrateller. „Gastronomie ist nicht nur ein Beruf für uns, sondern unsere Leidenschaft“, plädiert der Sternekoch für gegenseitige Wertschätzung.

Dem kann Sascha Nies nur beipflichten: „Wir wollen für die Menschen da sein, denen wir es wert sind. Ja, das Ruhrgebiet ist preissensibel, Gastronomie hatte hier lange insgesamt keinen besonders guten Ruf, weil viele nur durch den günstigen Preis überlebt haben.“ Aber das verändert sich – auch, weil neue Arbeitsplätze, zum Beispiel in der Digitalwirtschaft, entstehen und kaufkräftigere, an ihrer Ernährung interessierte Menschen mit einem höheren Anspruch zuziehen. „Da entsteht eine ganz neue Genusskultur in den Städten. Die Zeichen stehen auf Wandel!“

Text: Barbara Schindler

©Fotos: [mod] by Sven Nöthel



hat der Sternekoch und bekennende Cheeseburger-Fan Nöthel kein Problem. „Das ist kein Widerspruch für mich. Die Menschen erwarten von uns nicht immer unbedingt Hummer und Co: Es geht um ehrliche, nachhaltige und transparente

Küche.“ Die Klassiker des Ruhrgebiets liegen ihm dabei besonders am Herzen. Nicht zuletzt in speziellen Kochkursen, die sich der Kulinarik zwischen Kohle und Stahl widmen.

## Die Jugend gönnt sich Genuss

Besonders freut Nöthel, dass auch viele junge Gäste den Weg ins [mod] finden. „Die Präsenz der Fernsehköche in den Medien hat den Stel-

**Sven Nöthel**  
betreibt das Sternerestaurant [mod] und das Freya mit Hausmannskost auf einem alten Bauernhof in Duisburg.





# Heimat mit Soße

Sie gehört zum Ruhrgebiet wie Kohlehalden und Schalke 04: Die Currywurst ist das kulinarische Wahrzeichen des Reviers und wurde auch hier erfunden. Davon ist zumindest Tim Koch überzeugt, der zusammen mit Gregor Lauenburger für das Buch „Alles Currywurst – oder was?“ den Geburtsort des Kultgerichts recherchiert hat. Doch Currywurst ist im Ruhrgebiet nicht nur 90 Jahre regionale Geschichte, sondern hat auch ganz viel Zukunft.

Der Familienchronik zufolge war es 1936, als der aus den Niederlanden stammende Wursthändler Peter Johann „Onkel Pomm“ Hildebrand in Duisburg erstmals Tomatensoße mit Currysauce mixte und sie seiner Belegschaft mit gekochter Wurst als Zwischenmahlzeit servierte. Mit der Eröffnung des Imbiss durch Hildebrand und seinen Schwiegersohn Willem Tauber 1958 wurde die Currywurst nach und nach auch überregional bekannt und beliebt.

## Die Urform der Currywurst

90 Jahre später steht Hildebrands Enkelin Iris Tauber in Peter Pomm's Pusztetten-Stube im Stadtteil Marxloh und kocht gemeinsam mit Neffe Dario die Wurst noch immer nach demselben Rezept: im Topf mit Tomatensoße auf der Gasflamme. In dem kleinen Laden am August-Bebel-Platz, den Tauber heute mit ihrer Schwester Andrea Schulte führt, scheint die Zeit stehen geblieben zu sein.

Digitalisierung? Modernste Küchentechnik? Kartenzahlung? Braucht hier keiner. „Das Besondere an Peter Pomm's ist, dass es hier noch die Urform der Currywurst gibt, während überall sonst die Wurst gebraten wird“, erklärt Tim Koch. 30- bis 60-mal am Tag reichen sie hier die „Curryletten“ über die Theke. Wer möchte, kann sie auch mit nach Hause oder auf Reisen nehmen: Eine Kundin packt gleich vier Dosen ein – für eine Freundin, die inzwischen in Templin wohnt. Peter Pomm's ist für viele – auch ehemalige – Marxloher ein Stück Heimat, zweifellos.

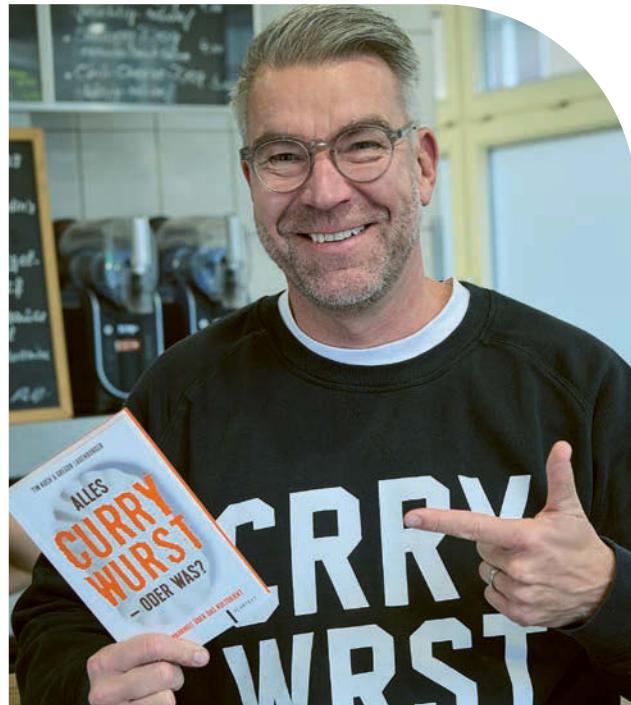
## Gedenktafel für Peter Pomm

Und so ist Familie Tauber in den vergangenen Jahren etwas unfreiwillig zu Prominenz gelangt. Zuletzt sorgte eine im September 2025 zu Ehren von Peter Hildebrand angebrachte Gedenktafel für einigen Medienrummel. Aber klar sind sie auch mächtig stolz auf die zahlreichen Zeitungsartikel an den Wänden des schmalen Gastraums und die



## Tim Koch

erforscht die Geschichte der Currywurst und schafft so Aufmerksamkeit für das Kultgericht aus dem Revier.



© Fotos: Christian Deutscher

mitunter prominenten Gäste. Und was ist mit der angeblichen Erfindung der Currywurst durch Herta Heuwer in Berlin? „Das war auf jeden Fall später. Vielleicht wurde die Idee auch abgeschaut – oder die Currywurst tatsächlich mehrfach erfunden“, mutmaßt Koch.

Fakt ist: Die beste Currywurst schmeckt für jeden anders – und zwar meistens so wie allererste. Der Duisburger Christian Schmitz jedenfalls wurde auf der Suche nach dem Geschmack seiner Kindheit immer wieder enttäuscht. Darum tüftelte er so lange an Würzung und Konsistenz, bis für ihn alles perfekt war. Schmitz wurde vor rund drei Jahren mit Papa's Schlemmerkasten im Gewerbegebiet Duisburg-Großenbaum kurzerhand selbst zum Imbissbetreiber. Mit Erfolg. Das Geheimnis? „Zum einen die beste Wurst, die wir in der Region finden konnten. Und zum anderen die Soße: Sie ist fruchtig, dickflüssig und harmoniert wunderbar mit der Wurst. Wenn ich sie esse, bin ich wieder acht oder zehn Jahre alt.“ Für genau dieses Gefühl pilgern immer mehr Stammkunden zu den inzwischen zwei Standorten in den Duisburger Süden. Die Currywurst ist natürlich der Bestseller – wenn gleich Schmitz mit Schnitzel, Schaschlik, Grünkohl und sogar einer Weihnachts-Currywurst mit Orange und Zimt immer wieder für Abwechslung auf der Speisekarte sorgt. Dass davon so viel wie möglich hausgemacht ist – für den gelernten Koch Ehrensache.



**Papa's Schlemmerkasten**  
im Duisburger Süden ist der Ort, wo Christian Schmitz seinen Traum von der perfekten Currywurst lebt.





## Peter Pomm's

Pusztetten-Stube  
kocht die Currywurst  
wie vor 90 Jahren  
im Topf.

„Wer bei mir eine Currywurst bestellt, hat ein Recht darauf, dass sie auch ein bisschen ‚Dampf‘ hat“, verweist Zech auf den etwas höheren Schärfe-grad seiner Soße. Zwar ist die Currywurst der absolute Star im Sortiment, kulinarisch einschränken lässt sich Zech jedoch nicht: Neben Burgern gibt es auch Hotdogs, Frikadellen, Schaschlik, Steaks und Schnitzel, in der kalten Jahreszeit außerdem Eintöpfe. Sein Credo: „Man muss interessant bleiben!“



## Frank's Fleischermeister Grill

in Essen-Frohnhausen. Hier servieren  
Frank und Melanie Zech eine der besten  
Currywürste im Ruhrgebiet.

Zum 90. Geburtstag der Currywurst in diesem Jahr planen die Zechs einige Aktionen. Unter anderem soll im Fleischermeistergrill ein Battle mit Berliner Imbiss-Betreibern stattfinden. Wer gewinnt? Für Frank Zech und Tim Koch keine Frage: „Natürlich das Ruhrgebiet. Schließlich haben wir die Currywurst erfunden!“

Text: Barbara Schindler

## Rezept

für eine perfekte Soße  
zur Currywurst aus dem  
Buch „Alles Currywurst  
oder was?“, erschienen  
im Klartext Verlag.

Erst die Soße macht die Currywurst zu dem, was sie ist. Hier kommt ein Rezept für eine richtig gute und leckere Basis:

- 1 EL Olivenöl
- 125 g Tomatenmark
- 3 EL Currysauce
- 250 ml Cola
- 1 TL Chilipulver
- 50 ml Brühe
- Sternanis, Pfeffer, Meersalz

Olivenöl erhitzen, Tomatenmark hinzugeben und anbröcken, leicht anrösten lassen. Currysauce und Chilipulver dazugeben und direkt mit der Cola ablöschen. Brühe und Sternanis hinzugeben. Gut zwei Minuten köcheln lassen und anschließend mit Pfeffer und Meersalz abschmecken.

Es gibt zahlreiche tolle Varianten. Eurer Experimentierfreude sollten keine Grenzen gesetzt sein! Hier ein paar Impulse zum Ausprobieren:

Verwendung von Fruchtsaft statt Cola. Zum Beispiel Orangen-, Apfel- oder Mangosaft – oder ein Mix aus allen drei. Auch verschiedene Cola-Sorten bringen natürlich einen anderen Geschmack!

Wenn die die Soße zu wenig süß ist – obwohl diese durch die Cola gewährleistet sein sollte: Apfelmus, Mandarinen, Ananas, brauner Zucker oder auch Karamell sorgen für eine Extra-portion Süße.

Brühe: etwas gekörnte Instantbrühe oder auch Kalbsfond.

Es gibt zahlreiche Soßenabwandlungen mit anderen unterschiedlichen Zutaten und Gewürzen wie Zwiebeln, Knoblauch, Ingwer, Worcestersoße, Piment, Kardamom, Vanille, Kokos – oder sogar Zimt zur Weihnachtszeit.

**Wichtig!**

Für uns gehört Currysauce IN die Soße und nicht darüber. Das machen nur die Kulturbanausen, die mit fertigem Ketchup und Currysauce versuchen, eine Currywurst herzustellen.



Die Currysoße

# SUPERCRUNCH

## PERFEKTE KNUSPRIGKEIT IN STOßZEITEN



**20+ Minuten lang knusprig**

System-Vorteil



**Größere Mengen vorproduzieren**  
Ideal in Stoßzeiten

**In nur 2 - 3 Minuten fertig**

Weniger Stress, mehr Zeit



**Das ultimative Knusper-Erlebnis für deine Kunden**  
Bessere Bewertungen

Aviko SuperCrunch-Pommes begeistern Gäste mit außergewöhnlicher Knusprigkeit, Vielseitigkeit und schneller Servierbarkeit.

Die SuperCrunch Pommes bleiben mindestens 20 Minuten warm und knusprig, unter der Wärme-Lampe sogar bis zu 60 Minuten. Das bedeutet,

dass sie auch bei hohem Gäste-Andrang stets in bester Qualität serviert werden können. Sie sind auch für die Heißluftfritteuse geeignet, und bieten somit maximale Flexibilität. Klassisch mit Ketchup und Mayonnaise oder trendgerecht als „Loaded Fries“ sorgen SuperCrunch Pommes für zufriedene Kunden.



SuperCrunch Fresh  
7mm  
2 x 4.500 g  
Nur im Karton erhältlich



SuperCrunch Fresh  
11mm  
2 x 4.500 g  
Nur im Karton erhältlich



SuperCrunch TK  
7mm  
4 x 2.500 g



SuperCrunch TK  
9,5 mm mit Schale  
2500g



SuperCrunch TK  
9,5mm  
4 x 2.500 g



SuperCrunch TK  
Pure & Rustic  
2500g



©Foto: Brent Hofacker - stock.adobe.com

# Topfritt!

Pommes-Vielfalt von METRO:  
perfekte Lösungen für jeden Anlass

**P**ommes: ein Dauerbrenner *und* Trendprodukt. Schon immer als Snack oder Beilage beliebt, entstehen zugleich immer wieder spannende neue Ideen und tolle Geschmackserlebnisse für die Gäste. Zum Beispiel als üppige „loaded fries“ mit Käse, Fleisch, Gemüse und Saucen. Oder kombiniert mit kreativen, aromatischen Dipps jenseits der Klassiker Mayonnaise und Ketchup. Oder in Form einer speziellen Umhüllung, die die Fritten außen noch

knuspriger macht und innen heiß und zart hält – sogar wenn sie per Lieferdienst nach Hause bestellt werden.

Ob vorfrittiert und tiefgefroren, als frische Ware aus der Kühlung oder mit knusprigem Coating: METRO bietet seinen Kundinnen und Kunden ein umfangreiches und vielfältiges Pommes-Sortiment an – leckere Lösungen für jede Art von Betrieb und jeden Anlass!

Mehr Infos  
zum METRO

Pommes-Sortiment:



# Klassiker

## Vielseitiger Allrounder

### METRO Chef French Fries 9x9

Unser Klassiker überzeugt mit Knusprigkeit und zartem Inneren. Einfach zu portionieren und flexibel einsetzbar – zum Beispiel als Beilage zum Burger oder Steak.

## Qualität zum günstigen Preis

### Aro French Fries

Unsere Pommes zum attraktiven Preis. Ideal für Betriebe mit hohem Durchsatz wie Großküchen oder Kantinen. Lecker und gelingsicher dank einfacher Zubereitung.

## Schneller Top-Snack

### METRO Chef French Fries 6x6

Fein geschnittene Pommes für besonders viel Knusprigkeit bei kurzer Frittierzeit. Ideal für Schnellrestaurants und Imbisse – ob als Beilage oder als klassischer Snack serviert.



## Frisch

## Die frischen Klassiker

### METRO Chef Pommes 10 mm

Aus der Kühlung in die Fritteuse – schon sind unsere frischen Klassiker servierfertig. Authentischer Kartoffelgeschmack und hervorragende Textur machen jeden Bissen zum Genuss. Perfekt für hohe Ansprüche!

## Feiner Schnitt

### METRO Chef Pommes 8 mm

Für kurze Garzeiten und viel Knusprigkeit bei echtem Kartoffelaroma. Optimal für alle schnellen Konzepte vom Imbiss bis zum Fast-Casual-Restaurant.



# Coated

## Länger knusprig

### METRO Chef Extra Crisp Fries

Für großen Knuspergenuss: Diese Pommes bleiben dank Coating außen lange knackig und innen heiß und zart!

## Noch länger knusprig!

### METRO Chef Super

#### Crunchy Fries

Darf's ganz besonders knusprig sein?

Rustikale Pommes mit doppeltem Coating für extralange Knackigkeit – auch bei Lieferungen.



## Knusprig und frisch

### METRO Chef Pommes

#### Extra Crunchy 11 mm

Genuss-Garant: Mit ihrer innovativen Panade aus Reismehl bleiben diese frischen Pommes extra lange knusprig. Perfekt für einen vielseitigen Einsatz bei höchster Qualität – auch außer Haus.





©Fotos: Jan Voth

Wo einst Dampfloks rangiert wurden, befindet sich heute eine der wohl schönsten Kultur- und Veranstaltungsstätten des Ruhrgebiets. Kulinarisches Herz ist das Restaurant Ronja: vegetarisch-vegane Küche mit mediterranem Touch.

## Restaurant Ronja im Ringlokschuppen Mülheim: Vegetarisch-veganer Genuss und ganzheitliche Nachhaltigkeit

Panierte Sellerieschnitzel auf Sahnesauce mit Champignons und Brokkoli. Buntes Pfannengemüse „quer durch den Garten“ in Kokos-Curry-Sauce. Der „Drachenburger“ mit einem Patty aus Erbsenproteinen und handgemachten Buns aus Dinkel-Vollkornmehl und Chiasamen. Auberginen-Tomaten-Sugo und Salate mit Couscous, Kichererbsen oder Riesenbohnen: So vielfältig ist sie, die Küche im Restaurant Ronja im Mülheimer Ringlokschuppen.

### Aus dem Foodtruck ins Ex-Eisenbahndepot

Das Angebot stieß in Mülheim an der Ruhr von Anfang an auf Zuspruch. Das 2015 in der City eröffnete Restaurant, ganz ursprünglich sogar nur als Produktionsküche für einen Foodtruck gedacht, wurde schnell zu klein für die große Nachfrage. 2019 konnte Betreiber Sinan Bozkurt in den imposanten Mülheimer Ringlokschuppen umziehen – einst Eisenbahndepot, heute Kultur- und Event-



Sorgen für nachhaltigen Genuss: Sinan Bozkurt und Jael Meyn.



location, eingebettet in ein charmantes Parkgelände. Mit deutlich mehr Kapazität als zuvor – 120 Innen- und 200 Außenplätze – kommen hier viele Gäste in den Genuss von Ronjas Küche, ob im regulären Tagesgeschäft vom Frühstück bis zum Dinner oder bei Events mit Livemusik.

## Durchdacht nachhaltig

Nachhaltigkeit ist für den Gastronomen und Ernährungsberater ein wichtiges Thema. So wird bei den Speisen auf Abfallvermeidung geachtet und verbleibender biologisch abbaubarer Abfall wird fachgerecht abgeholt, um als wertstoffreicher Dünger weiterverwendet zu werden. Im Außer-Haus-Geschäft nutzt man Mehrwegbehälter sowie Einwegverpackungen aus nachwachsenden Rohstoffen. Der Energieverbrauch des Betriebs wird regelmäßig überprüft, um Einsparpotenziale messbar zu machen, ohnehin bezieht das Ronja seine Energie aus Ökostrom. Die schicke Dienstkleidung des Teams ist ökologisch und fair gemäß Oeko-Tex-Kriterien produziert, zudem verwendet

„Wir wissen immer: Die Ware kommt. Und wenn wir kurzfristig zusätzlich etwas brauchen, können wir immer nachfragen und erhalten, was wir benötigen. Darauf können wir uns verlassen.“

Sinan Bozkurt über die Zusammenarbeit mit METRO



das Restaurant ausschließlich biologische Müllbeutel, Recycling-Toilettenpapier und ökologisches Spülmittel. Kurz: Nachhaltigkeit wird hier ganzheitlich gedacht – das Ronja ist auch Mitglied bei Greentable e.V., dem Verein für nachhaltige Gastronomie.

## Enge Partnerschaft mit METRO

2023 wurde dieses Engagement ausgezeichnet: Ronja konnte die Jury des METRO Preises für nachhaltige Gastronomie rundum überzeugen und landete ganz oben auf dem Treppchen – erster Platz! Mit METRO arbeitet das Restaurant eng zusammen: Ein- oder zweimal pro Woche bringt der Lieferservice frische Ware in Bioqualität ins Haus – Kichererbsen, Basmatireis, Eier, Milch und vieles mehr. „Praktisch alles, was wir ständig benötigen“, erklärt Sinan Bozkurt. Auch Nonfood-Artikel von Verbrauchsmaterialien bis zu Stühlen bezieht man von seinem Partner.

## Öko-Gemüse frisch aus dem Ruhrtal

Ebenso ein wichtiger Lieferant ist Das Kleine Grün – ein landwirtschaftlicher Betrieb im Ortsteil Mintard, der sich auf ökologischen Gemüseanbau spezialisiert hat. Neben rund 200 Haushalten, die Gemüseboxen abonniert haben, sorgt Ronja als größter Abnehmer des Kleinbetriebs dafür, dass eine „hyperlokale“ Wertschöpfungskette entstanden ist und gepflegt wird – quasi vom Feld an der Ruhr auf den Teller ganz in der Nähe. Das Gemüse für das Restaurant wächst auf einer eigenen Parzelle und in einem eigenen Gewächshaus. So profitiert die Gastronomie sowohl von der ständigen Verfügbarkeit biologischer Produkte bei METRO als auch vom lokalen Anbau – und am Ende kommt beides den Gästen zugute.

## Am Ende zählt der hervorragende Geschmack

Stichwort Bio: Im vergangenen Herbst erhielt das Ronja nach erfolgreich durchlaufenem Audit seine Zertifizierung. So darf man nun ganz offiziell in der Karte Speisen und Getränke in Bioqualität ausloben. Das schafft noch mehr Transparenz für die Gäste. Der wichtigste Qualitätsbeweis aber ist und bleibt der Geschmack. Weiß Jael Meyn, langjährige Mitarbeiterin und rechte Hand des Chefs: „Wer bei uns isst, der merkt sofort, dass hinter den Gerichten ein großer Aufwand steckt und dass wir auf hohe Qualität achten.“



### Plant-based Balls\*

Die tiefgekühlten, einzeln entnehmbaren pflanzlichen Bällchen im 1-kg-Beutel sorgen für gute Laune auf dem Teller!



### Natural Chunks

Die veganen Chunks nach Hähnchen Art punkten mit ihrem hohen Anteil an pflanzlichen Proteinen und wenig Fett.



### Nuggets

Die pflanzlichen Nuggets sind schon fertig gewürzt, paniert und frittiert. Einzeln entnehmbar, sind sie perfekt zu kalkulieren!

# Geballte Veggie Power



### Pulled Beeflike\*

Saftig und zart wie Rindfleisch die perfekte Alternative – ob angebraten als Kebab oder auf Salaten, Pizzen und Sandwiches.



### Veganes Hack

besteht aus hochwertigen Sonnenblumenproteinen und wird genauso zubereitet wie Hack aus Fleisch.



### Gyros Strips\*

Ein Hauch von Griechenland – und das rein pflanzlich. Ohne kennzeichnungspflichtige Zusatzstoffe sind die Strips das ideale Topping.

### Veggie Schnitzel

Die veganen Schnitzel aus GMO-freiem nordamerikanischem Soja werden im Ofen, in der Fritteuse oder im Kombidämpfer zubereitet.



### Veggie Burger

Die rein pflanzlichen Pattys machen jeden Burger zum proteinreichen Kraftpaket mit extra viel Eisen sowie Vitamin B12.



# planted.steak



Reich an Protein  
und Ballaststoffen



Mit Vitamin B12  
und Eisen



Geringer Gehalt an  
gesättigten Fettsäuren



100% natürliche Zutaten  
& ohne Zusatzstoffe



Mit vorbereiteter Sauce,  
die Schmorzeit entfällt



97% weniger CO<sub>2</sub>-Emissionen,  
81% weniger Wasserverbrauch  
vs. Rindfleisch



Rückwärtsgaren  
problemlos möglich

Planted, der Schweizer FoodTech-Pionier, bringt mit dem planted.steak ein fermentiertes Pflanzensteak auf den Markt, das mit saftiger Textur, intensivem Umami und ganz ohne Zusatzstoffe überzeugt. Für Gastro-Profi ideal: Der Garpunkt gelingt immer, das Steak bleibt medium und verliert kaum Gewicht. Ob Grill oder Pfanne – es brät hervorragend, ist vielseitig einsetzbar und besteht aus natürlichen Zutaten wie Sojaprotein, Bohnen- und Reismehl sowie Rapsöl.

# HOMANN

# KETCHUPS FÜR PROFIS VON DER **SAUCEN-NR. 1\***

## Die Nr. 1\* kann Ketchup!

HOMANN Foodservice bietet die komplette Vielfalt, von tomatig-fruchtig bis würzig-pikant, in praktischen Gebindeformen.



**Tomaten Ketchup**

875 ml | Art.-Nr. 8137  
10 kg | Art.-Nr. 59815



**Curry Gewürz Ketchup**

875 ml | Art.-Nr. 8135  
10 kg | Art.-Nr. 59868



**Curry Ketchup Bombay-Art**

10 kg | Art.-Nr. 522032  
Nicht in allen Märkten verfügbar

Lust auf kreative Inspirationen?  
Dann probieren Sie unser  
Profitool, den **Ketchuper** aus:



[HIER KLICKEN](#)

oder

[HIER KLICKEN](#)



©Foto: fudio - stock.adobe.com

©Foto: FomaA - stock.adobe.com

# It's Crunch Time!

**Wie Pankomehl die Welt der Panade aufmischt**

Vergesst labbrige Krusten und ölige Panaden – jetzt wird's richtig knusprig. Pankomehl, das luftige Pendant zu Semmelbröseln, sorgt inzwischen auch hierzulande immer häufiger für Begeisterung: goldbraun, leicht und mit genau dem Crunch, der jeden Biss zum Soundeffekt macht. Ob Hähnchen, Fisch, Gemüse oder vegane Alternativen – Panko verleiht allem eine angenehme Knusprigkeit, ohne schwer zu wirken. Selbst als Topping für Gratins, Aufläufe oder Mac'n'Cheese ist es ein kleines Wunder der Textur. Das Geheimnis von Panko liegt in seiner Struktur:

Es saugt weniger Fett auf als herkömmliche Brösel und sorgt so für eine trockene, krosse Kruste, die das Innere saftig hält.

## Schmeckt nach Fernweh

Pankomehl hält für die Profiküche weitere Vorteile parat: Ob in der Fritteuse, im Ofen oder in der Pfanne verwandelt es einfache Zutaten in ein großes Erlebnis – leicht, knusprig und goldbraun. Es schmeckt neutral und betont so den Eigengeschmack des Panierguts, statt ihn zu überdecken. Damit ist es die perfekte Bühne für Aromen, Gewürze oder Marinaden.

Wer einmal mit Panko paniert hat, weiß: Danach schmeckt alles ein bisschen nach Fernweh und ziemlich nach „mehr davon“.



## Pankomehl

sorgt für Begeisterung:  
goldbraun, leicht und  
mit genau dem Crunch,  
der jeden Bissen zum  
Soundeffekt macht.  
METRO Chef bietet  
zwei Gebindegrößen:  
10 kg oder 1 kg

©Foto: Narsil - stock.adobe.com





# Mit Herz und Hightech: Die Kräuterfamilie Herrmann

Gegen Langeweile auf dem Teller ist ein Kraut gewachsen – oder besser: viele. Denn Kräuter geben Gerichten spannende Aromen und sind das kulinarische Tüpfelchen auf dem i.

**B**ei METRO sind Kräuter Familiensache: Sie stammen von den Feldern des Neusser Unternehmens Herrmann Kräuter, geführt in dritter und vierter Generation von Willi, Marion sowie ihren Söhnen Guido und Thomas Herrmann.

Seit 80 Jahren dreht sich bei Familie Herrmann alles ums leckere Grünzeug. Seniorchef Willi Herrmann hat noch miterlebt, wie sein Großvater, der das Unternehmen 1946 gründete, mit seinen Jungpflanzen auf den Wochenmarkt fuhr, um sie dort an die Bauern der Umgebung zu verkaufen. Ende der Achtziger Jahre fokussierte sich der Betrieb exklusiv auf den Kräuteranbau. Heute ist Herrmann Kräuter zudem ein hochspezialisierter Anbieter von Pflücksalaten, Kressen und essbaren Keimpflanzen, den sogenannten Microgreens.

## Frische 365 Tage im Jahr

Mit „Frische, Qualität und Innovation“, bringt Willi Herrmann die Unternehmensphilosophie auf den Punkt. Auf 1.300 Hektar Freiland und unter Glas wachsen im günstigen Klima des Neusser Rheinbogens Dill, Petersilie, Thymian und gut zwei Dutzend weitere Kräuter. Zusätzlich baut das Unternehmen in Spanien und Marokko selbst an und arbeitet mit den besten Gärtnereien Italiens, Portugals, Spaniens, Marokkos und Kenias zusammen, die in den Wintermonaten für Herrmann produzieren. So ist man rund ums Jahr lieferfähig und versorgt Kunden in 15 verschiedenen Ländern mit rund 450 Tonnen Kräutern pro Woche. „Wir garantieren unseren Kundinnen und Kunden eine verlässliche Belieferung – 365 Tage im Jahr, jetzt und in Zukunft“, verspricht Thomas Herrmann. Damit gehört die Familie zu den europaweit

## Familien- sache

METRO Kräuter stammen von den Feldern des Neusser Unternehmens Herrmann Kräuter, geführt in dritter und vierter Generation.

führenden Akteuren im Markt frischer Schnittkräuter.

Zuden größten Stärken des Familienunternehmens mit seinen im Jahresschnitt rund 800 Mitarbeitern zählt, dass es vom Saatgut bis zur Auslieferung alle Schritte und Prozesse selbst in der Hand hat. „So können wir gewährleisten, dass die Ware nach der Ernte ruckzuck im Markt liegt“, betont Thomas Herrmann. „Denn für qualitativ hochwertige Kräuter ist es enorm wichtig, dass sie tagtäglich frisch verpackt und geliefert werden.“

## Nachhaltig vom Saatgut bis zur Verpackung

Kräuterpflanzen sind empfindlich. Deshalb werden einige, wie beispielsweise Dill, sorgfältig von Hand mit Messern abgetrennt und vorsortiert. Ein Feld weiter, bei der robusteren Petersilie, nehmen der traktorgroße Hackroboter, Erntemaschinen und modernste Laser den Menschen die mühsame Arbeit ab. Sie ermöglichen punktuell auch den Verzicht auf chemische Pflanzenschutzmittel und leisten so – wie auch die eigene 2.400 qm große Photovoltaik-Anlage und das Biogas-Blockheizkraftwerk – einen wichtigen Beitrag zur Umweltbilanz des Betriebs: „Nachhaltigkeit fängt für uns beim Saatgut an und hört bei der Verpackung auf“, erklärt Thomas Herrmann.

Deswegen setzt die Familie auf innovatives Packaging, in dem die Produkte länger frisch bleiben. „Nachhaltigkeit heißt nicht immer nur weniger Plastik, sondern auch, weniger wegzuwerfen“, erläutert Willi Herrmann und erzählt: „Wir hatten zum Beispiel auf Kundenwunsch eine Zeit lang Schnittlauch komplett in Papier verpackt. Dann kam aber von METRO die Rückmeldung: zu viel



©Rawpixel.com - stock.adobe.com (Generiert mit KI)

verdorbene Ware.“ Also erhielt der Schnittlauch wieder eine Kunststoffhülle, die eine vier Tage längere Verwendung ermöglicht – ein dickes Plus für Köche, die weniger Ware wegwerfen müssen.

## Innovative Verpackungen für längere Frische

Überhaupt ist METRO seit dem Beginn der Zusammenarbeit 1999 ein wichtiger Sparringspartner für die Herrmanns. „Wir stehen in engem Austausch und hinterfragen immer wieder, was wir tun“, sagt Thomas Herrmann. So wurden gemeinsam in einem zweijährigen Prozess neue, wieder verschließbare Top-Seal-Verpackungslösungen für das Kräutersortiment von METRO Chef entwickelt. „Für den Kunden sieht es aus, als hätten wir einfach nur Plastik durch Pappe ersetzt, aber dahinter steckt viel mehr“, verrät Thomas Herrmann: „Die Schale kann ins Altpapier, die ultradünne Polyethylen-Verschlussfolie in die Gelbe Tonne. Und sie kommt im Vergleich zu herkömmlichen wiederverschließbaren Plastik-Kräuterverpackungen mit 5 statt 50 Gramm Kunststoff aus.“ Das spart rund 100 Tonnen Plastik pro Jahr – und über-

## Nachhaltig

Die gemeinsam mit METRO entwickelten, wieder verschließbaren Top-Seal-Verpackungslösungen für das Kräutersortiment kommen im Vergleich zu herkömmlichen Kräuter-verpackungen mit 5 statt 50 Gramm Kunststoff aus.



zeugt die Kunden: Herrmann beliefert METRO deutschlandweit für das gesamte Schnittkräuter- sortiment, von 40-Gramm- bis Kiloeinheiten. Hinzu kommen noch neun Kressesorten.

## Mit Tradition und Innovation in die Zukunft

„Wir versuchen stets, die richtige Mischung aus Tradition, Innovation und zukunftsorientiertem Handeln zu finden“, fasst Thomas Herrmann die Mission zusammen. Dabei gilt es, die unverwechselbare DNA und Philosophie des Unternehmens zu bewahren. Und die nächste, fünfte Generation mischt bereits begeistert auf dem Kräuteracker mit. Thomas Herrmann: „Im Herzen sind wir ein Familienbetrieb und das werden wir auch bleiben.“

Interview Thomas Herrmann zum Thema Kresse

# „Von der Dekoration zur Delikatesse“

Kressen und Microgreens sind sehr geschmacksintensiv. Richtig eingesetzt, runden sie Gerichte harmonisch ab oder setzen spannende Kontraste. Wir haben mit Thomas Herrmann, Geschäftsführer von Herrmann Kräuter in Neuss, über die frischen Keimpflanzen als Zutat gesprochen.





**Thomas Herrmann**

Geschäftsführer von Herrmann Kräuter in Neuss.

## Herr Herrmann, welche Rolle spielt Kresse in Ihrem Sortiment?

Kresse ist für uns ein fester Bestandteil. Durch den Anbau im Gewächshaus ist sie ganzjährig verfügbar. Sie bringt nicht nur Farbe und Aroma auf den Teller, sondern steht auch für Frische und Qualität. Sie eignet sich hervorragend, um Kundinnen und Kunden den Einstieg in die Welt der frischen Keimpflanzen zu ermöglichen. Ihr schneller Wuchs, die unkomplizierte Pflege und der aromatische Geschmack machen sie zu einem beliebten Produkt in der Gastronomie und Privathaushalten.

## Gibt es bei Kresse Innovationen, zum Beispiel Neuzüchtungen? Beobachten Sie Trends?

Wir verfolgen aufmerksam aktuelle Entwicklungen in der Gastronomie: Ein Beispiel ist die Erbsenkresse, die zunehmend an Beliebtheit gewinnt und klassische

Dekorationen wie Petersilie ersetzt. Immer mehr Restaurants integrieren Kressen und Microgreens bewusst ins Gericht – nach dem Motto: von der Deko zur Delikatesse. Generell geht der Trend hin zu geschnittener Kresse – den Microgreens.

## Warum ist Kresse so eine tolle Zutat beim Kochen?

Kresse ist in der Küche so beliebt, weil sie ein frisches, leicht scharfes Aroma hat, das viele Speisen verfeinert. Außerdem wird sie roh verwendet und behält dadurch alle wertvollen Inhaltsstoffe wie Vitamine, Mineralstoffe und sekundäre Pflanzenstoffe. Ihre feine Struktur und die frischen Farben machen sie auch optisch zu einem Highlight als Topping auf jedem Gericht.

## Worauf kommt es beim Einsatz von Kresse in der Küche an?

Auf Frische, richtige Lagerung und die passende Anwendung. Kresse sollte stets roh verwendet und erst ganz am Ende auf das Gericht gegeben werden, um Geschmack und Inhaltsstoffe zu bewahren. Außerdem sollte sie sauber und trocken geerntet werden – idealerweise direkt vor dem Verzehr. Damit sie ihr volles Aroma und ihre knackige Textur behält.

Ebenso wichtig wie die Frische ist die Wahl der passenden Sorte: Je nach Gericht kann eine andere Kresseart oder ein Microgreen den Geschmack perfekt ergänzen. So bringt etwa Radieschen- oder Rettichkresse eine angenehme Schärfe, während Erbsenkresse mit frischem, leicht süßlichem Aroma überzeugt. Auch Wasabi-Kresse sorgt mit ihrer intensiven Würze für besondere Akzente, zum Beispiel in der asiatischen Küche.

# Krasse Kresse



## Erbsenkresse

Sie hat einen süßlichen Geschmack und intensiv-grüne Farbe. Reich an Vitaminen, Mineralstoffen, Antioxidantien und Proteinen, ist sie eine so delikate wie gesunde Ergänzung für jedes Gericht.



## Radieschen-Kresse

Sie ähnelt im Geschmack der angenehmen Schärfe von Radieschen und wird aus deren Samen gezogen. Dank ihrer Vielzahl an Vitaminen (A, B1, B2, C, E und K) sowie Mineralstoffen ist sie ein wahres Superfood.



## Shiso Gourmetkresse

Die auch als Perilla-Kresse bekannte Sorte prägen ihre einzigartigen Aromen und die charakteristischen Shiso-Blätter. Diese Variante verleiht Gerichten eine subtile Mischung aus Minze, Basilikum und einem Hauch von Anis.



## Tahoon Kresse

Ihr Geschmack wird mit Trüffel-, Pilz- und Bucheckernaroma verglichen. Es handelt sich dabei um die Sprossen eines im Himalaya beheimateten Baumes. Tahoon Kresse lässt sich wunderbar mit Wild oder Käse kombinieren oder in Tapenade, Öl und Saucen verarbeiten.



## Koriander Gourmetkresse

Die kleinen zarten Blätter kommen mit dem charakteristischen Geschmack von Koriander daher – jedoch milder und leichter als dieser selbst. Die intensiven Aromen sorgen für eine exotische Note in Salaten, asiatischen Gerichten oder Dips.



## Rote Rettichkresse

Ihre violett-rote Farbe macht die Rote Rettichkresse zu einem optischen Highlight auf jedem Teller. Und nicht nur das: Mit ihrem würzig-pikanten Geschmack passt sie bestens zu Fischgerichten, als Topping zu Salaten, Sandwiches oder Suppen.



## Daikon-Kresse

Bei der Daikon-Kresse handelt es sich um die jungen Triebe der Daikonrübe, einer japanischen Rettichsorte mit einem hohen Anteil an Senfölen. Daher schmeckt sie würzig-scharf, pfeffrig und rettichartig, mit einem Hauch von Kümmel und Minze.



## Vene Kresse

Sie ist eine Sauerampferart und fällt mit ihren rotgeäderten Blättern auf. Sie ist reich an Vitamin C und wird seit Jahrhunderten in der Küche eingesetzt. Die Römer verwendeten sie, um reichhaltige Speisen bekömmlicher zu machen.



# FALAFEL - WIE HAUSGEMACHT MAMA'S FALAFEL



Kontrollierte Herstellung für verlässliche Qualität



Aromatischer, authentischer Falafel-Geschmack



Ohne künstliche Zusatzstoffe



erhältlich im 800-g-Beutel und 3-kg-Gastro-Karton



## Mama's Falafel Croutons

ideal für Bowls,  
Salate und Suppen



## Mama's Falafel Taler

Perfekt für Snacks  
und Tellergerichte



## Mama's Falafel Burger Patty

Veganes Patty für  
Burger und Bowls



Für mehr Inspiration rund um Mama's Falafel scanne  
einfach den QR-Code oder besuche uns online:  
[mamasfalafelteig.de](http://mamasfalafelteig.de)

# Verlässlicher Partner für die Gastronomie: METRO Lieferservice



Beim METRO Lieferservice für Gastronomie und Großverbraucher ist Dienstleistung eine Frage von Zuverlässigkeit und persönlichem Kontakt. Deshalb werden alle unsere Kundinnen und Kunden von einem festen Ansprechpartner oder einer Ansprechpartnerin betreut, der oder die sie nicht nur bei der Erstellung eines maßgeschneiderten Ordersatzes, sondern auch bei der Kosten- und Prozessoptimierung unterstützt.

Unseren Lieferservice verstehen wir als strategischen Partner für alle gastronomischen Betriebe – mit einem klaren Fokus auf Zuverlässigkeit, Servicequalität und Effizienz. Wir vereinfachen und professionalisieren den Einkaufsprozess – der Alltag in der Gastronomie ist schon herausfordernd genug.



Zeit & Ressourcen  
sparen  
Wir übernehmen die  
Lieferung, damit du  
weder selbst fahren  
noch die Lieferung  
transportieren musst.



Ausgewähltes  
Gastro-Sortiment  
Finde auf einen Blick alles,  
was du brauchst. Unser  
Sortiment ist gezielt auf  
die Bedürfnisse der Gast-  
ronomie abgestimmt.



Einfache Bestellung  
über die App  
Du kannst deine Be-  
stellung 24 Stunden am  
Tag und 365 Tage im Jahr  
in unserem Online-Shop  
und in der METRO App  
aufgeben.

## Lass es liefern!

Warum selbst in den Großmarkt fahren, wenn sich Bestellungen auch unkompliziert und planbar online abwickeln lassen? Schließlich zählt in der Gastronomie oft jede Minute, um sich auf das Wesentliche zu konzentrieren: die Gäste. Statt im Stau zu stehen und große Warenmengen selbst tragen zu müssen, profitieren Kundinnen und Kunden des METRO Lieferservice von einer breiten, auf ihre Bedürfnisse abgestimmten Produktpalette mit mehr als 5.000 Artikeln. Diese umfasst sowohl frische als auch tiefgekühlte Waren sowie Trockenprodukte. Außerdem profitieren sie von einer professionellen Lieferung. Dabei garantieren wir eine sehr hohe Warenverfügbarkeit – und sollte es doch einmal zu Engpässen kommen, gibt's gleichwertige Ersatzprodukte.



## Bequemer geht's nicht

Selbstverständlich bleiben die METRO Großmärkte Anlaufstelle und Einkaufsstätte für alle, die ihre Ware beim Kauf gerne selbst in Augenschein und dann gleich mitnehmen wollen. Aber starre Öffnungszeiten waren gestern: Heute können Profi-Kundinnen und -Kunden ihre regelmäßigen Bestellungen flexibel über metro.de oder die METRO App aufgeben und behalten dank des personalisierten Warenkorbs bequem den Überblick über ihre vergangenen Einkäufe. Rund um die Uhr und an 365 Tagen im Jahr. Einzige Voraussetzung ist ein jährlicher Mindestbestellwert. Die Lieferung erfolgt in der Regel innerhalb von 24 Stunden kostenlos und in individuell abgestimmten Zeitfenstern von Montag bis Samstag.

## Heute bestellt, morgen geliefert

Bestellungen, die bis 12 Uhr des Vortages eingehen, stellen wir zuverlässig am nächsten Werktag zu. Dank der großen Produktpalette, zusätzlicher Sortimentsoptionen und Verhandlungsmöglichkeiten als Großhändler ist METRO dabei sogar oft günstiger und deutlich flexibler als der Wettbewerb. Damit schaffen wir ein hohes Maß an Versorgungssicherheit und Kalkulationsstabilität – zwei entscheidende Faktoren in einem Marktumfeld, das von steigenden Preisen und Personalmangel geprägt ist.

## Mehr als nur Logistik

Der METRO Lieferservice kann mehr als nur Logistik:

- Der **Zuschnittservice** für Frischware spart in der Küche nicht nur Zeit, sondern reduziert auch den Wareneinsatz und gibt Sicherheit für die Kalkulation bei gleichbleibender Top-Qualität. Die professionelle Verarbeitung durch Fachpersonal garantiert perfekte Kalibrierung und Stückgewichte.
- Die **Rückverfolgbarkeit** wird über das METRO Pro Trace-System gewährleistet: einfach QR-Code auf dem Produkt scannen und alle Informationen zur Herkunft erscheinen auf dem Smartphone.
- Es gibt **exklusive Prämienaktionen** für Neu- und Bestandskundinnen und -kunden!

**Kurz:** Es gibt jede Menge gute Gründe für Gastronominnen und Gastronomen, sich ganz auf ihr Geschäft, ihre Gäste und ihren Erfolg zu konzentrieren. Denn um die Warenbeschaffung kümmert sich der METRO Lieferservice als Rundum-Sorglos-Partner an ihrer Seite.

# Teamgeist auf Achse



Matthias Wanders (links), Riccardo Perez Prats



Schnell bestellen  
Spare Zeit und bestelle auf Grundlage deiner persönlichen Einkaufsliste oder deiner letzten Bestellungen.



Erweiterte Sortimentswahl per Paketversand  
Um noch mehr Auswahl bieten zu können, erweitern wir unser vorrätiges Sortiment mit den Lagermöglichkeiten externer Anbieter und stellen diese Produkte per Paketdienstleister zu.

## Im Essener Depot der METRO läuft's rund

Gestern bestellt, heute gebracht: Der METRO Lieferservice erleichtert Gastronominnen und Gastronomen ihren beruflichen Alltag. Damit die Ware pünktlich, frisch und einwandfrei bei den Kundinnen und Kunden ankommt, müssen wie bei einem Uhrwerk viele Rädchen ineinander greifen und zahlreiche Menschen in den Lieferdepots ihren Job zuverlässig erledigen.

Zwei von ihnen sind Riccardo Perez Prats, stellvertretender Logistikkoordinator, und Matthias Wanders, Fahrer. Auch dank ihnen läuft im Depot Essen alles wie am Schnürchen. „Wir sind ein richtig tolles Team“, schwärmt Matthias Wanders über seine rund 70 Kolleginnen und Kollegen im Essener Depot der METRO. Für ihn ist es mehr als nur ein Arbeitsplatz – „fast wie eine große Arbeitsfamilie“. Der 40-Jährige kam 2011 von einer Spedition, die für METRO tätig war, ins Unternehmen und fühlt sich hier rundum wohl. „Es ist einfach

schön, wenn man morgens zur Arbeit kommt und jeder weiß, was zu tun ist, weil die Abläufe stimmen“, sagt Wanders. Besonders schätzt er die Abwechslung: „Jeder Tag ist anders. Manche Kunden sind schon lange dabei, andere kommen neu hinzu – man erlebt ständig etwas Neues.“

Als erfahrener Fahrer eines METRO-16-Tonners ist Wanders ganz nah dran an seinen Gasro-Kundinnen und -Kunden – und spürt sofort, wie es der Branche geht. „Gerade in herausfordernden Zeiten merkt man, wenn das Bestellvolumen bei

manchen Betrieben zurückgeht. Umso wichtiger ist es, dass wir als METRO für die Gastronomie da sind – mit Zuverlässigkeit, Flexibilität und natürlich guter Laune. Die gehört bei jeder Lieferung dazu!“

## Probleme lösen, Prozesse verbessern

Gute Laune ist auch bei Riccardo Perez Prats Programm. Der 32-Jährige trägt als Teamleiter im Depot Essen Verantwortung für alle Abläufe der Belieferung – vom Wareneingang bis zum Warenausgang. Dabei hat er schon eine beachtliche Laufbahn bei METRO hinter sich: Vor zehn Jahren begann er seine Ausbildung zur Fachkraft für Lagerlogistik im Unternehmen. Seine frühere Tätigkeit als Bürokaufmann war ihm schnell zu eintönig. „Immer nur am Schreibtisch sitzen – das war nichts für mich. Ich wollte anpacken, auf der Fläche unterwegs sein und am Ende des Tages sehen, was ich geschafft habe“, erinnert er sich.



### Beste Preise

Bei uns findest du relevante Produkte für dein Business, die wir das ganze Jahr über zu den günstigsten Preisen anbieten.

Heute liebt er es, Probleme zu lösen und Prozesse zu verbessern. „Jeder Tag bringt neue Herausforderungen – und genau das macht den Job spannend.“ Besonders wichtig war ihm von Anfang an, dass er sich bei METRO weiterentwickeln kann. „Im Vorstellungsgespräch fragte mich mein späterer Chef: ‚Warum wollen Sie das lernen?‘ Meine Antwort: Wegen der sieben R’s der Logistik – das richtige Produkt, für den richtigen Kunden, in der richtigen Menge, im richtigen Zustand, am richtigen Ort, zur richtigen Zeit und zu den

**„Ich will anpacken und am Ende des Tages sehen, was ich geschafft habe.“** Riccardo Perez Prats

richtigen Kosten. Das gilt für mich bis heute.“ Dabei verfolgt er nicht nur die Optimierung der Logistik-Prozesse konsequent, sondern auch seine Karrierepläne: „Die Schulung und das Zertifikat für den nächsten Schritt als Abteilungsleiter habe ich schon in der Tasche“, verrät Perez Prats. „Wenn eine Stelle frei wird, bin ich bereit.“

## Verwurzelt in Essen – verbunden mit den Kunden

Beide Liefer-Profis sind tief in der Region verwurzelt. „Viele meiner Kunden kenne ich schon seit Jahren“, erzählt Wanders. „Manchmal sitze ich abends im Restaurant und habe die Produkte auf dem Teller, die ich morgens noch selbst ausgeliefert habe.“ Diese Nähe macht seinen Job besonders – und liefert wertvolles Feedback: „Was ich vom Kunden erfahre, gebe ich natürlich an den zuständigen Außendienst weiter. So können wir den Service immer weiter verbessern.“ Wenn Wanders mal nicht hinter dem Steuer sitzt, gehört seine Zeit ganz seiner Familie und seinem Hobby, alten Fahrrädern aus den 1980er-Jahren: „An denen schraube ich gerne rum, das ist mein Ausgleich.“

**„Es ist schön, wenn man zur Arbeit kommt und jeder weiß, was zu tun ist, weil die Abläufe stimmen.“**

Matthias Wanders

## Menschen machen den Unterschied

Beim Frischemanagement unterstützt inzwischen auch Künstliche Intelligenz das Team im Essener METRO Depot. Aber Wanders und Perez Prats sind sich einig: „Nur das geschulte menschliche Auge erkennt Qualität wirklich zuverlässig – und das wird noch lange so bleiben.“



# Bestens aufgestellt

**Flexibler Lieferservice und perfekter Profi-Einkauf  
im neuen METRO Markt Hamburg-Rahlstedt**

**Immer mehr Kundinnen und Kunden aus der Gastronomie nutzen den METRO Lieferservice. Darum wurde der neue Markt in Hamburg-Rahlstedt konsequent auf die wachsende Nachfrage in diesem Bereich ausgerichtet – mit dem Ziel, Restaurants, Cafés und Co. noch mehr Flexibilität zu bieten. Gleichzeitig wurde die neue Verkaufsfläche nach den Bedürfnissen von Instore-Kundinnen und -Kunden aus dem Profibereich konzipiert.**

**I**m November des vergangenen Jahres war es soweit: Nach rund 53 Jahren am Standort Bargkoppelweg 50 zog der METRO Markt in Hamburg-Rahlstedt um. Zwar liegen der alte und der neue Standort nur etwa 500 Meter auseinander, sogar an derselben Straße. Dennoch war der Schritt ein großer. Das moderne Gebäude wurde maßgeschneidert auf die heutigen Bedürfnisse der Profis aus Gastronomie und Hotellerie hin konzipiert und gebaut. „Das Belieferungsgeschäft wird immer wichtiger. Dabei spielen Flexibilität und Verfügbarkeit eine große Rolle. Diesen Ansprüchen können wir nun noch besser gerecht werden“, erklärt Geschäftsleiter Eike Weidenhöfer.

## Mehr Bereitstellungsfläche, mehr Zeitfenster

Rund ein Viertel der Gesamtfläche des neuen METRO Markts ist für den Lieferservice vorgesehen: Auf etwa 3.300 Quadratmetern befinden sich separate Lager-, Kühl- und Bereitstellungsflächen, in denen aus dem Gastgewerbe bestellte Ware kommissioniert und abholtbereit gemacht wird. Pro Tag lassen sich bis zu 36 LKW-Touren an den insgesamt sechs Rampen vorbereiten. Die Gastronomiepartner in Hamburg und im Umland, die von Rahlstedt aus beliefert werden, profitieren gleich mehrfach: Sie können nun



„Im Belieferungsgeschäft spielen Flexibilität und Verfügbarkeit eine große Rolle. Diesen Ansprüchen können wir nun noch besser gerecht werden.“

Eike Weidenhöfer, Geschäftsleiter METRO Markt Hamburg-Rahlstedt

„Unsere Ultrafrische-Produkte präsentieren wir auf Topniveau und unterstreichen damit unseren Auftritt als Großhändler für den Profibereich“

Erkan Kocaman, Regionalmanager METRO Hamburg



noch bedarfsgerechter bestellen, weil „METRO Rahlstedt 2.0“ deutlich mehr Kapazitäten und Zeitfenster für die Lieferung bietet. Zudem sind viele Artikel in größerer Menge und somit schneller und flexibler verfügbar. Das gilt nicht nur für Lebensmittel, sondern auch für Nonfood-Produkte – von Reinigungsmitteln über professionelle Küchenkleingeräte bis hin zu Tableware wie Gläsern oder Porzellantellern.

## Größerer Ultrafrische-Bereich

Auch in Sachen Einkauf vor Ort hat sich in Rahlstedt einiges getan. Der Ultrafrische-Bereich mit Obst und Gemüse, Fisch und Fleisch ist nicht nur größer geworden – viele Artikel sind nun auch in höherer Menge vorrätig. „Unsere Ultrafrische-Produkte stellen für viele Kunden das emotionalste Sortiment dar. Wir präsentieren sie auf Topniveau und unterstreichen damit unseren Auftritt als Großhändler für den Profibereich“, erklärt Regionalmanager Erkan Kocaman.



## Ein „grüner“ Großmarkt

Der METRO Markt in Rahlstedt ist auch in Sachen Nachhaltigkeit auf modernstem Stand: Das begrünte Dach verbessert die Luftqualität und fördert die Biodiversität am Standort. Zur Beheizung des Gebäudes im Winter und zur Kühlung im Sommer wird statt fossiler Brennstoffe die Abwärme der Gewerbekälte genutzt. Eine Fußbodenheizung verteilt die Wärme effizient im Markt, während hochmoderne Kühlräume – sogenannte „Cool Rooms“ – eine besonders ressourcenschonende Kühlung gewährleisten.

Demnächst können mit dem E-Auto angereiste Kundinnen und Kunden ihre Fahrzeuge an Ladesäulen aufladen, während sie im Markt einkaufen. Und mit der geplanten Photovoltaikanlage auf dem Dach, die jährlich rund 650.000 Kilowattstunden Strom erzeugen soll, kann METRO Rahlstedt bald sogar einen großen Teil seines Energiebedarfs selbst decken.



# Vom Meer in die Theke – frisch und nachhaltig!

Fisch ist ein Produkt voller Charakter – fein, anspruchsvoll und sensibel. Damit er in bester Qualität auf den Tisch kommt, braucht es Erfahrung, Leidenschaft und jede Menge Organisation. METRO Deutschland zeigt, wie's geht: mit modernster Logistik, nachhaltigem Einkauf und einer beeindruckenden Sortimentsvielfalt.

Wenn bei METRO frischer Fisch in der Auslage liegt, dann schwamm er vor höchstens zwei Tagen noch im Meer. 48 Stunden vom Fang bis zum Markt – der Weg, um dieses Versprechen zu halten, beginnt buchstäblich auf hoher See: Wir beziehen unseren Frischfisch bevorzugt von lokalen Fischern, die oft mit kleinen Booten jeweils nur für einen Tag unterwegs sind. Und das als Deutschlands größter Fischhändler!

## Jedes Detail zählt

Direkt nach der Rückkehr in den Hafen geht es für die Ware auf die Fischauktion vor Ort. Anschließend werden ganze Fische umgepakt und etikettiert, Filets maschinell oder von Hand geschnitten, bevor es im speziell ausgestatteten LKW zur METRO Ultrafrische-Plattform im hessischen Groß-Gerau geht. Dort kümmern sich rund 80 Mitarbeitende um Temperatur, Hygiene und Frische – für das perfekte Produkt zählt jedes Detail.



## Verant-wortung

Insgesamt umfasst unser Fisch- und Meeresfrüchte-Sortiment rund 1.800 verschiedene Produkte. Es gibt aber klare Grenzen: Verantwortung für bedrohte Arten nehmen wir ernst.



Was morgens eintrifft, verlässt das Lager noch am selben Tag in Richtung METRO Märkte. So liegt der Fisch spätestens um 4 Uhr morgens in der Theke – bereit für Profiküchen und Genießer, die Frische lieben. Rund 180 Tonnen frische Meeres-schätze werden jede Woche ausgeliefert. Jährliches Umschlagsvolumen: rund 8.000 Tonnen allein an unseren Frischfischtheken in Deutschland. Hinzu kommt das umfangreiche Bestellsortiment.

## Perfekte Auswahl

An den Frischetheken finden Profis und Genießer bis zu 90 verschiedene Sorten vom klassischen Lachs über edlen Wolfsbarsch bis zur saisonalen Maischolle – ideal für jeden Anlass, ob fürs neue Sushi-Menü, die mediterrane Tageskarte oder das Fischdinner. Und weil Fisch ein Naturprodukt ist, spielt Saisonalität eine große Rolle. Heißt: Hat der Skrei aus dem kalten Nordmeer Saison, sorgen wir dafür, dass er pünktlich in den Küchen landet. So

profitieren Gastronominen und Gastronomen von inspirierender Vielfalt, wechselnden Highlights und authentischem Geschmack.

## Nachhaltigkeit ist Norm

Insgesamt umfasst unser Fisch- und Meeresfrüchte-Sortiment rund 1.800 verschiedene Produkte. Es gibt aber klare Grenzen: Verantwortung für bedrohte Arten nehmen wir ernst. Darum verpflichten wir uns in unserer eigenen „Fish & Seafood Position“, den Handel mit Arten wie Hai, Rochen oder Segelfisch auszuschließen. Auch illegale oder unregulierte Fischereien haben bei uns keine Chance.





Plattform ftrace die entsprechenden Werkzeuge entwickelt, die genau das möglich machen: einfach den Barcode scannen – schon erfährt man, woher der Fisch stammt, mit welcher Methode er gefangen wurde, auf welchem Schiff, in welchem Hafen und zu welchem Zeitpunkt. Aktuell sind rund 700 Fischprodukte in Deutschland digital rückverfolgbar – Tendenz steigend.

## Einfach, aber genial

Doch nicht nur Transparenz ist wichtig – Ultrafrische braucht auch Präzision. Während der gesamten Lieferkette bleibt die Temperatur rund um den Frischfisch konstant zwischen null und zwei Grad. Die Produkte liegen auf schmelzendem Eiswasser – das bewahrt die Feuchtigkeit und schützt die Haut. Damit das Wasser abfließen kann, sind die Kisten gelocht. Einfach, aber genial. Für den Transport ins Restaurant bieten wir praktische Kühlboxen mit Spezialakkus an. Wer regelmäßig Fisch kauft, kann die Akkus bequem an Automaten tauschen. So bleibt's kalt – und nachhaltig.

## MAP hält länger frisch

Und weil's im gastronomischen Alltag eben doch manchmal ein bisschen länger dauern kann, bis der Fisch auf dem Teller landet, nutzen wir die sogenannte Modified Atmosphere Packaging (MAP)-Technologie. Dabei wird die Verpackung vor dem Verschließen mit Schutzgasen wie Stickstoff oder Kohlendioxid gefüllt. Sauerstoff wird verdrängt, der Verderb verlangsamt sich und die Frische bleibt länger erhalten. Die Verpackung ist tropffrei, hygienisch und recycelbar. Das Ergebnis: weniger Abfall, mehr Komfort und längere Haltbarkeit ohne Abstriche beim Geschmack.

So zeigen wir, dass Qualität und Nachhaltigkeit perfekt zusammenpassen. Mit klarem Blick für Details, innovativen Verpackungslösungen und ehrlicher Leidenschaft für das Produkt sorgen wir dafür, dass Fisch ein Genuss bleibt – heute und in Zukunft.

Stattdessen setzen wir auf zertifizierte und wissenschaftlich geprüfte Quellen. Wir sind Gründungsmitglied der „Global Sustainable Seafood Initiative“ (GSSI), einer weltweiten Plattform, die sich für einheitliche Standards in der Fischerei einsetzt. Gemeinsam mit Partnern aus Wirtschaft, Wissenschaft und NGOs arbeiten wir daran, dass nachhaltiger Fischfang weltweit zur Norm wird. Labels wie MSC, ASC, GLOBALG.A.P. oder BAP sind feste Bestandteile unseres Sortiments.

## Verantwortung für die Zukunft

Damit übernehmen wir Verantwortung für die Zukunft der Fischereibestände entlang der gesamten Lieferkette – vom Fischteich bis in den Markt. Besonders sensibel ist das Thema Thunfisch. Wir haben deshalb eigene Mindestanforderungen entwickelt, etwa zu Fanggebiet, Fischgröße und Sozialstandards. So können unsere Kundinnen und Kunden guten Gewissens einkaufen und ihre Gäste mit der beliebten Delikatesse verwöhnen. Und weil Nachhaltigkeit von Nachvollziehbarkeit lebt, haben wir mit der Pro Trace App und der



# Fisch auf den Tisch

Die Fisch- und Meeresfrüchte-Stars  
an den METRO Frischetheken:



## Kabeljau

Der festfleischige Fisch ist vielseitig: Er lässt sich dämpfen und pochieren, dünsten, braten und grillen.



## Rotbarsch

Das feste Fleisch ist als Filet besonders gut zum Braten und Dünsten geeignet.



## Seeteufel

Sein Fleisch ist sehr fest und besitzt ein vorzügliches Aroma. Und es hat keine Gräten!



## Lachs

Der beliebteste Speisefisch der Deutschen überzeugt mit seinem intensiven, charakteristischen Geschmack.



## Forelle

Sie gehört zu den bekanntesten heimischen Fischarten, wird gerne geräuchert oder gebrillt serviert.



## Thunfisch

Mit dezentem Geschmack und festen Fleisch ist er einer der beliebtesten Speisefische weltweit.



## Dorade

Die Goldbrasse, auch unter den Namen Dorade, Dorade Royale, Orade oder (italienisch) Orata bekannt, ist schon seit der Antike ein beliebter Speisefisch.



## Wolfsbarsch

Der „Loup de Mer“ zählt hierzulande neben der Dorade zu den beliebtesten Fischen aus dem Mittelmeer.



## Venusmuschel

Nicht nur mit Spaghetti ein mediterranes Highlight auf dem Teller: Vongole in der Schale.

# Für mehr Leichtigkeit im Gastro-Alltag:

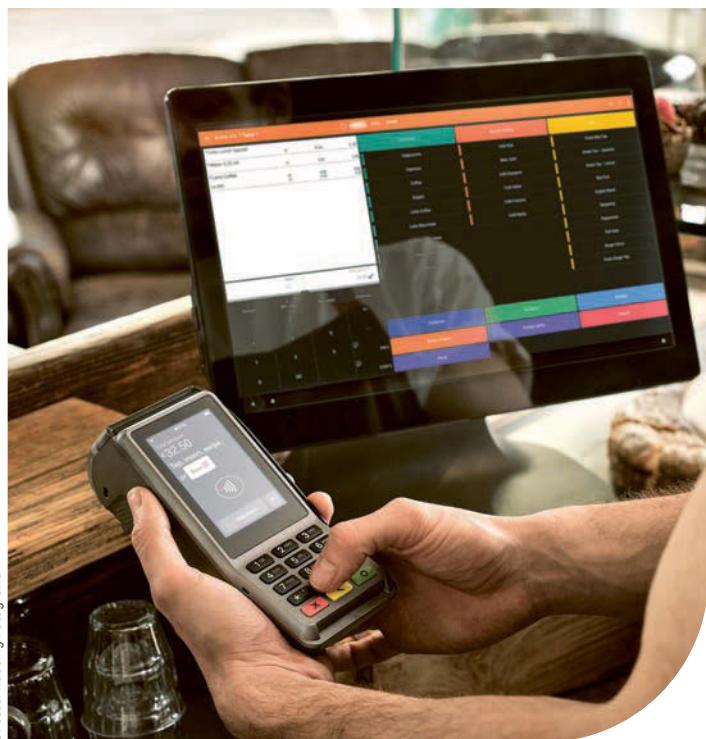
Digitale Lösungen von



D I S H

by 

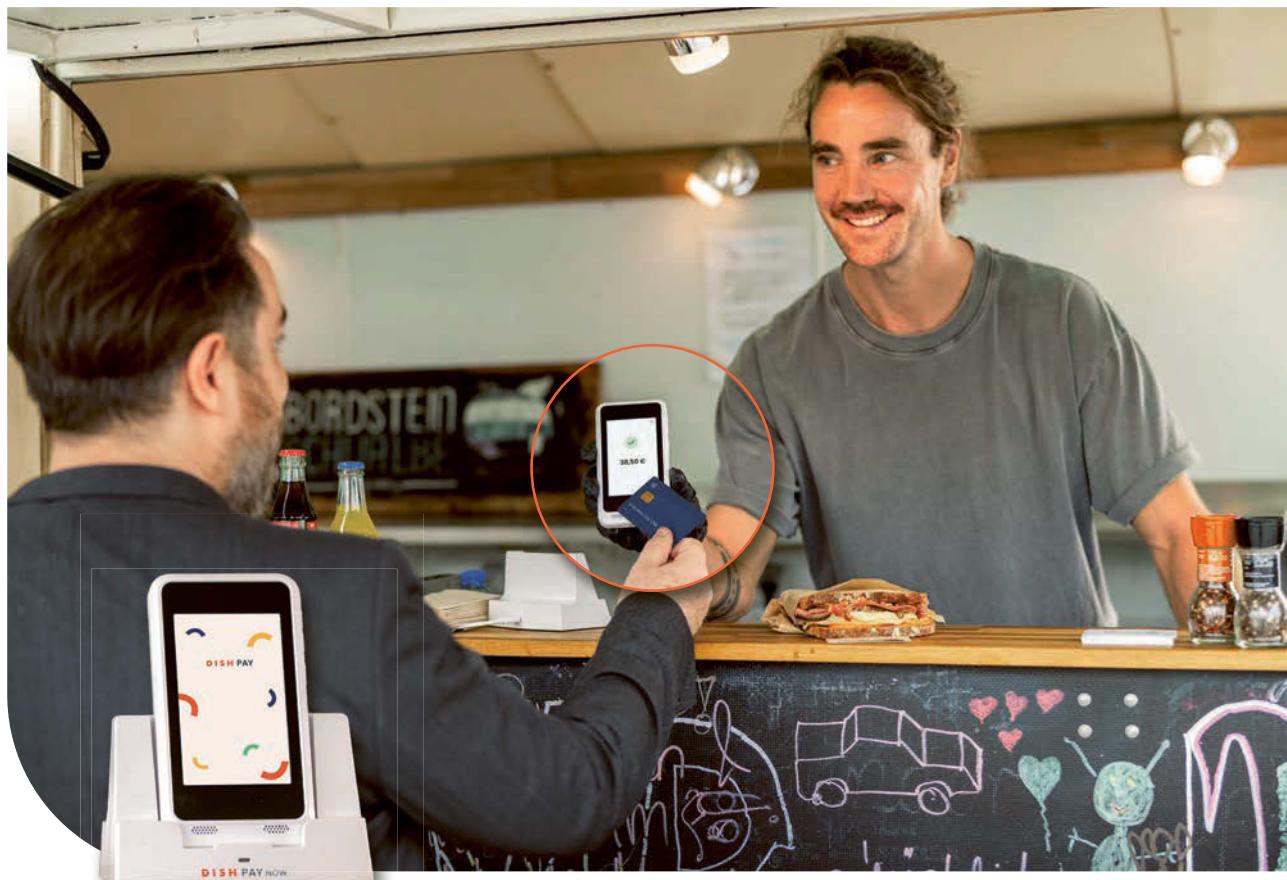
Überall in der Gastronomie erleichtern digitale Tools die tägliche Arbeit und machen Prozesse effizienter. Im Service zeigt sich ihr Mehrwert, indem Bestellungen schneller erfasst, Laufwege gespart und Abrechnungen vereinfacht werden. Genau hier setzen die digitalen Lösungen DISH POS, DISH Pay und DISH Pay Now an – für mehr Zeit, mehr Überblick und eine noch bessere Dienstleistung am Gast.



© Fotos: Ruesing Fotografie

## Smartes Kassensystem: DISH POS

Ein modernes digitales Kassensystem macht die Arbeit im Restaurant, Café oder in der Bar spürbar leichter: Bestellungen werden direkt erfasst und an die Küche weitergeleitet, Menüs lassen sich flexibel anpassen und Umsatzdaten stehen jederzeit transparent zur Verfügung. Mit DISH POS bietet METRO seinen Kundinnen und Kunden ein intuitives All-in-One-Kassensystem, das rundum für mehr Effizienz im Service sorgt. Können Bestellungen direkt am Tisch aufgenommen werden und geht die Order ohne Umwege und Verzögerung in die Küche, spart das Laufwege ein und beschleunigt den gesamten Prozess. Auch ein Aufteilen von Rechnungen oder das Zusammenlegen von Tischen bei größeren Gruppen funktioniert mit DISH POS problemlos. Dank lokalem Mini-Server arbeitet das System auch bei Internet-Ausfällen zuverlässig weiter. Alle Funktionen sind weiterhin verfügbar, der Betrieb läuft ohne Unterbrechung. So bleibt mehr Zeit und Raum für das Wichtigste übrig: die persönliche Beratung und Betreuung der Gäste.



## Schneller abrechnen, besser planen: DISH Pay

Mehr Infos zu diesen und weiteren Lösungen von DISH by METRO für die Gastronomie:



Gäste zur Kasse bitten, damit sie dort bezahlen, lästiges Wechselgeld-Handling oder mühsames Aufteilen von Rechnungen mit Stift und Zettel gehören mit dem digitalen Bezahlsystem von DISH Pay endgültig der Vergangenheit an. Das System bietet verschiedene Geräte-Optionen für den Einsatz direkt am Tisch wie am Tresen (oder

wo immer ihr die Zahlung entgegen nehmen wollt) und unterstützt alle gängigen Payment-Verfahren, vom klassischen Einstechen der Karte mit PIN-Eingabe bis zum kontaktlosen Tap-to-Pay per Karte oder Smartphone. Der Bezahlvorgang läuft dadurch nicht nur schneller ab, auch die Abrechnung wird transparenter: Alle Transaktionen werden automatisch erfasst und übersichtlich dokumentiert. DISH Pay kann sowohl eigenständig genutzt als auch mit DISH POS verbunden werden – dann sind auch Zahlungen durch Abscannen eines QR-Codes möglich.

## Maximale Flexibilität mit DISH Pay Now

DISH Pay Now ist ein mobiles Zahlungsgerät, das sich dank WLAN überall einsetzen lässt. Zum Beispiel im Foodtruck, auf Street-Food-Events oder an besonders geschäftigen Tagen auch als zusätzliches Terminal im Restaurant oder im Biergarten. Der größte Vorteil ist seine Flexibilität: Es fallen keine monatlichen Grundgebühren an. Bezahlt wird lediglich nur für die Anschaffung des Geräts und anschließend pro Transaktion. Wird es nicht eingesetzt, entstehen auch keine Kosten. Eine unkomplizierte und kosteneffiziente Lösung für den digitalen Bezahlprozess – direkt im METRO Markt und online erhältlich.



Eine Leistung der DISH Digital Solutions GmbH, Metro-Straße 1, 40235 Düsseldorf (Vertragspartner).  
METRO Deutschland GmbH, Metro-Straße 8, 40235 Düsseldorf (Vermittler).

Am Süd- und Südwesthang des Schlossbergs von Staufen im Markgräflerland stehen die Reben von Fritz Waßmer



# Exklusiver Weingenuß für eure Gäste

Was haben die Weingüter Emil Bauer und Hammel aus der Pfalz, Dreissigacker aus Rheinhessen und Waßmer aus Baden gemeinsam? Alle vier Familienbetriebe produzieren Weine, die es nur bei METRO gibt – und bieten Gästen so einen ganz besonderen Genuss.





© AD4Photography

Christoph Hammel

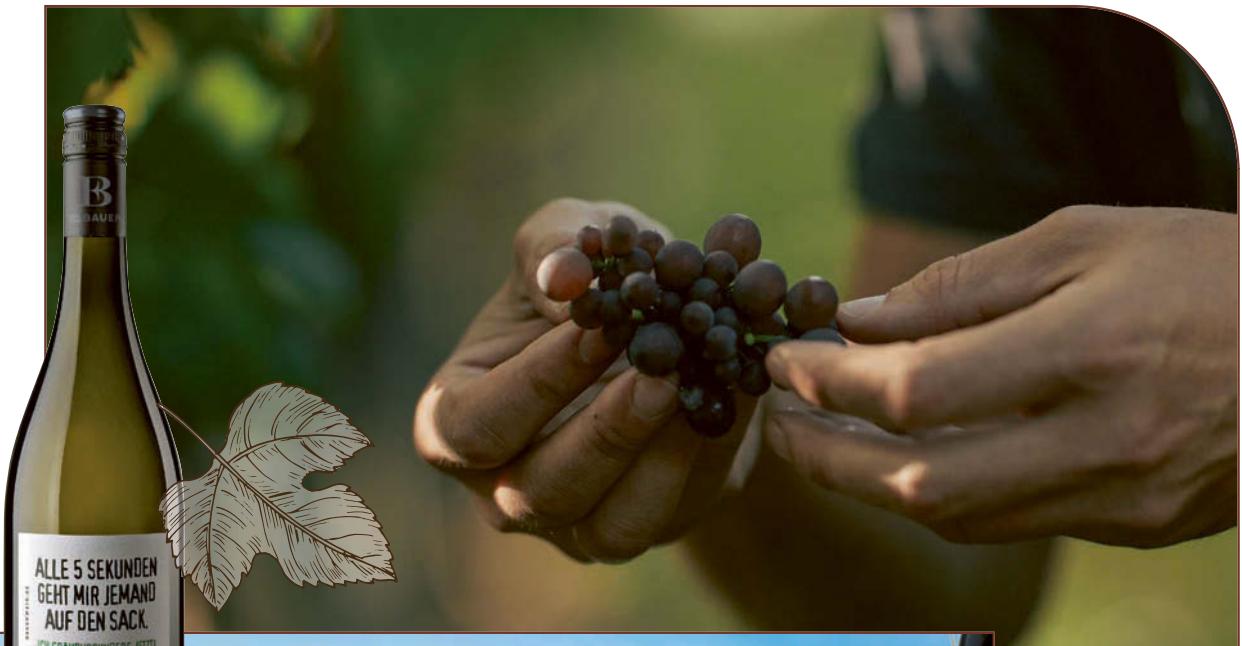


Wir beginnen unsere kleine Weinrundreise im pfälzischen Kirchheim an der Weinstraße. Das Weingut Hammel & Cie feierte hier 2023 seinen 300. Geburtstag – eine lange Tradition. Aktuell befindet es sich in der Übergabephase an die neunte Generation – Christoph Hammel und sein Bruder Martin reichen den Stab an Martins Sohn Markus weiter. Aus der Hand von Christoph, sein dichter langer Bart ist sein Markenzeichen, stammen zurzeit zwei exklusive Weine für METRO.



„Der Grauburgunder ist fruchtig-elegant und spiegelt unsere Tradition wider. Er passt sehr gut zu Antipasti, Pasta und Seafood“, so Christoph Hammel. Die Hinzugabe von Sauvignon Blanc zum spritzigen Riesling verleiht dem Cuveé einen mediterranen Touch, erklärt er. Diesen Wein empfiehlt er zu typischen Mittelme Gerichten, aber auch zu Japanischem wie Sushi oder Teriyaki.





©Foto: Peter Bender



Martin und Alexander Bauer

## Etiketten mit Spruch

Von Kirchheim geht es ins nur rund 40 Kilometer entfernte Nußdorf bei Landau. Emil Bauer gründete hier in den 1920er-Jahren sein Weingut, später übernahmen seine Söhne Arno und Norbert den Betrieb, 2011 schließlich die Enkel Martin und sein Bruder Alexander. Bekannt sind sie für ihre provokanten Etiketten-Slogans und auch die Weine, die sie eigens für METRO erzeugen, machen da keine Ausnahme: „Alle 5 Sekunden geht mir jemand auf den Sack. Ich grauburgundere jetzt!“ steht auf der Flasche des eleganten Evergreens, der gut zu hellem Fleisch passt. Den Sauvignon Blanc zierte der Spruch „Ich nehm dich so, wie du bist. Gerne auch mehrmals am Tag“ – sein frisches Wesen korrespondiert ideal mit scharfen, würzigen asiatischen Gerichten. „Kein Cabernet Sauvignon ist vielleicht deine Lösung. Aber nicht meine!“ steht auf dem Dritten im Bunde, einem kraftvollen Rotwein, der ihn zu einem perfekten Begleiter zu ge-

schmortem Rind oder Wild, dunklem Geflügel oder Gegrilltem macht. „Alle drei Weine haben einen richtig schönen Trinkfluss“, so Martin Bauer. „Da bleiben die Gläser nicht ruhig stehen!“

## Bio-Weine, die Freude machen

Aus der Pfalz nach Bechtheim in Hessen: Vor zwanzig Jahren übernahm Jochen Dreissigacker die Führung des Familienunternehmens anno 1728. Eigentlich wollte er Steuerfachangestellter werden, doch dann zog es auch ihn in die Weinberge. Der Winzer und Weinbautechniker stellte den Anbau auf ein biodynamisches Verfahren um. „Die Natur stützt, schont und kräftigt sich in immer wiederkehrenden



Jochen Dreissigacker



Den umfangreichen  
**METRO Weinkatalog**  
findet ihr hier:



Fritz Waßmer



## Ausgewählt von unseren Experten

Die exklusiven Weine entstehen in enger und vertrauensvoller Zusammenarbeit mit den Winzern. Unsere Experten wählen sie mit aus, prüfen und verkosten: Nur Weine, die in Aroma, Geschmack und Herkunft überzeugen, werden in unser Sortiment aufgenommen.

©Foto: Peter Bender

©Grafiken: MicroOne - stock.adobe.com

Zirkeln“, erklärt man auf seiner Webseite. Alle Weine sind Bio-Produkte, das EU-Biosiegel sowie das deutsche Bio-Label tragen auch die für METRO hergestellte Weißwein-Cuvée „United“ und der Rosé „Loved“. „Ich habe sie gemeinsam mit befreundeten Winzern entwickelt“, erklärt Jochen Dreissigacker. Die Kollegen ernteten die Trauben und bauten die Weine aus. Er schuf die finalen Cuvées und verlieh ihnen seinen persönlichen Qualitätsstempel. Verschiedene Jahrgänge flossen zusammen, um sich zu ergänzen und einander auszubalancieren. Jochen Dreissigacker: „Nicht die Jahrgangstypizität steht im Mittelpunkt, sondern der Geschmack. Es geht darum, Weine zu schaffen, die Freude machen: komplex, mit klarer Frucht, Tiefe und einer aromatischen Spannung.“

## Qualität und Handwerk

Südwestlich von Freiburg, im Weinanbaugebiet Baden, liegt der Kurort Bad Krozingen. Im Ortsteil Schlatt befindet sich das 1998 gegründete Weingut Fritz Waßmer. Die Familie beliefert METRO seit vielen Jahren mit ihren Erzeugnissen. „Alle dort von uns gelisteten Weine entsprechen unseren höchsten Qualitätsansprüche“, erklärt Lisa Waßmer, Tochter des Firmengründers.

Von der Arbeit im Weinberg über den Ausbau im Keller bis zur Abfüllung setzt Waßmer kompromisslos auf Qualität und Handwerk,

die sortenreinen Weine stellen die Vorzüge der Rebsorten und ihres Terroirs in den Vordergrund. Gleich vier Weine werden exklusiv für METRO erzeugt: Den

Weissen Burgunder, am Gaumen

frisch und vitalisierend mit schöner Fülle, empfiehlt Lisa Waßmer zu Spargel, Fisch und Pastagerichten, den kraftvollen, dichten und vollmundigen Grauen Burgunder zum Beispiel zu hellem Fleisch. Zum aromatischen Sauvignon

Blanc mit Noten von Stachelbeere, Holunder und süßen grünen Kräutern passen Geflügel oder Meeresfrüchte. Und der rubinrote Spätburgunder, mit Noten von Sauer-

kirsche und einem Hauch Himbeere, schöner Würze und feiner Frucht, harmoniert mit Wild und würzigem Hartkäse.

„Wir freuen uns über die langjährige erfolgreiche und vertrauensvolle Zusammenarbeit“, so Lisa Waßmer. Und

eure Gäste dürfen sich auch weiterhin auf den Genuss exklusiver

Weine unserer Partner-Wein-güter freuen!

# ANSTOSSEN, Bitte



Bitte ein Bit

# Deutsches Bier – ein Prost auf die Vielfalt

**Deutsches Bier ist ein Stück Kultur, Handwerk und Emotion. Rund 1.500 Brauereien gibt es hierzulande – von der kleinen, handwerklich arbeitenden Brauerei bis hin zur nationalen Marke. Für Gastronomen bedeutet diese Vielfalt eine Fülle an Möglichkeiten, sich mit authentischem Angebot, regionalem Bezug und gezieltem Storytelling vom Wettbewerb abzuheben.**

**B**ier gehört zu Deutschland wie Brot und Wurst: Schon im Mittelalter wurde es in Klöstern gebraut, immer weiter verfeinert und zum festen Bestandteil der Esskultur. Ein Meilenstein für die weltweit geschätzte Qualität wurde mit dem bis heute gültigen Reinheitsgebot von 1516 gelegt – und das ist nur ein Aspekt der deutschen Bier-Historie, die viel Anlass und Material für ausgiebiges Storytelling bietet. Denn schon eine kleine Erläuterung auf der Karte wie „nach bayerischer Klostertradition gebraut“ oder ein Hinweis des Servicepersonals auf die regionale Herkunft können aus einem einfachen Getränk ein Erlebnis machen.

## Deutschlands Bierlandschaft – Nord und Süd trinken anders

Denn in Deutschland ist Bier nicht gleich Bier: Mehr als 7.000 verschiedene Sorten werden hierzulande gebraut – vom norddeutschen Pils bis zum bayerischen Weißbier. Für die Gastronomie bedeutet das: Eine abwechslungsreiche Bierkarte kann gezielt verschiedene Zielgruppen ansprechen. Je nach Region bevorzugen die Deutschen unterschiedliche Produkte.

## Norddeutschland: Pils & klare Linien

Das Pils ist mit seinem herben, hopfenbetonten Geschmack das meistverkaufte Bier Deutschlands. Es passt hervorragend zu Braten, gegrilltem Fleisch, würzigem Käse oder Wild. Ein frisch gezapftes Pils vermittelt norddeutsche Klarheit und Qualität.

## Rheinland: Kölsch & Alt

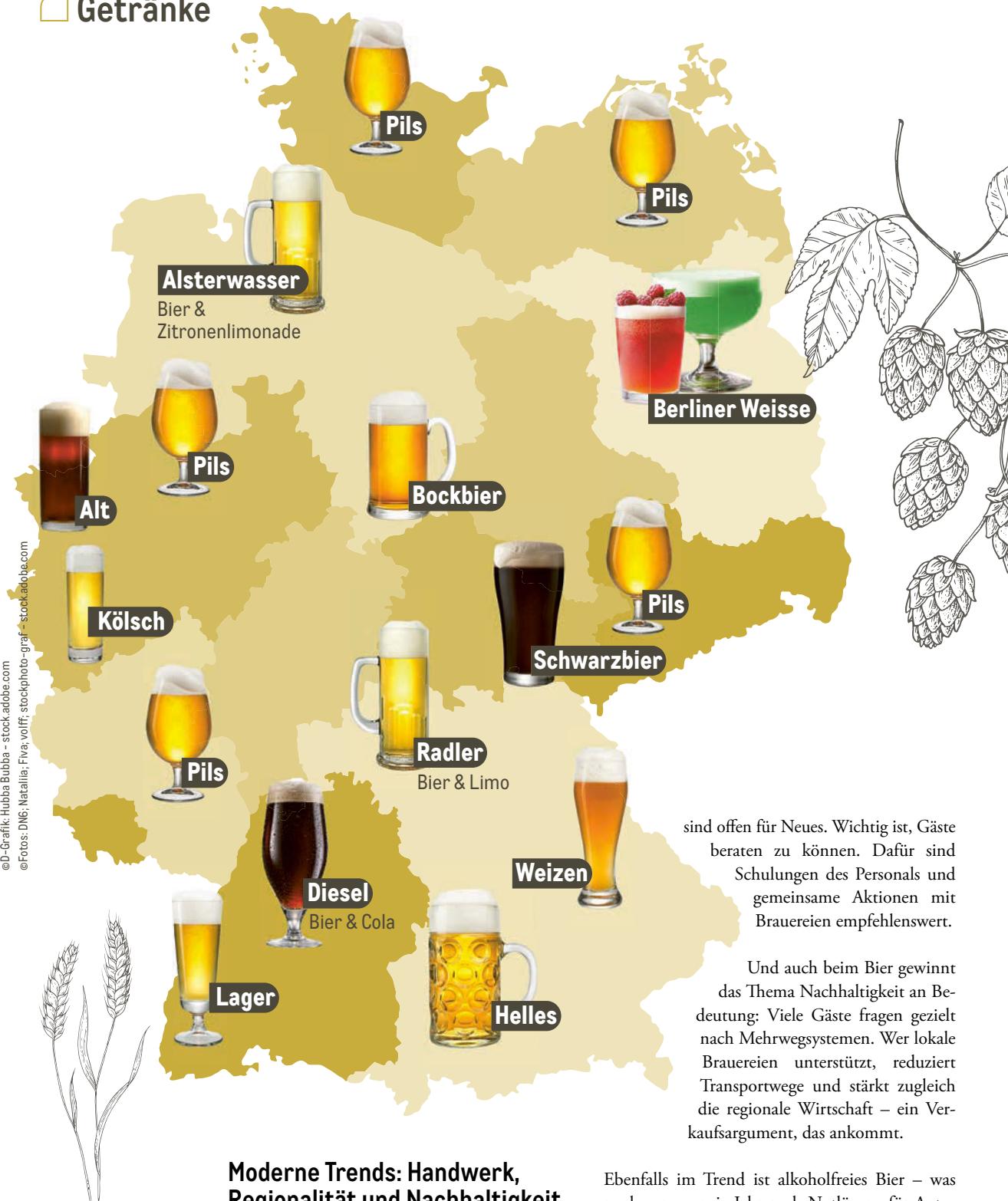
Das obergäige Kölsch steht für Frische und Leichtigkeit. Serviert in der typischen 0,2-Liter-Stange, sorgt es für schnelle Umsätze bei geselliger Stimmung. Das Altbier aus Düsseldorf hingegen ist dunkler, malziger. Es eignet sich hervorragend zu herhaften Gerichten wie Braten oder Rinderroulade und übrigens aufgrund seiner Süße auch bestens als Begleiter zu Asia-Gerichten.

## Franken: Brauhandwerk pur

Kaum eine Region der Welt steht so sehr für authentische Bierkultur wie Franken. Ob unfiltriertes Kellerbier, mildes Landbier oder das charaktervolle Rauchbier: Für die Gastronomie ist die Vielfalt ideal, um Individualität zu zeigen und Gästen etwas Neues anzubieten. So kann ein saisonales „Fränkisches Bierwochenende“ die Neugier der Gäste wecken und den Umsatz steigern.

## Bayern: Weißbier, Dunkel & Bock

Das Hefeweizen mit seinen fruchtigen Noten ist der Klassiker in der bayerischen Gastronomie – besonders beliebt im Sommer, zum Brunch oder auch als Bananenweizen. Dunkel- und Bockbiere punkten mit Körper und Tiefe und passen perfekt zu Schmorgerichten oder Käseplatten. Tipp: Ein saisonales Starkbier im Herbst oder im Frühjahr schafft Aufmerksamkeit und damit Bindung. Nicht zu vergessen: Das Helle – Inbegriff bayerischer Braukunst: Das untergäige, hellgoldene Lagerbier mit mildem Malz aroma und feiner Hopfennote gehört zu den Aufsteiger-Sorten der vergangenen Jahre und wird mittlerweile bundesweit geschätzt.



sind offen für Neues. Wichtig ist, Gäste beraten zu können. Dafür sind Schulungen des Personals und gemeinsame Aktionen mit Brauereien empfehlenswert.

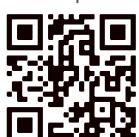
Und auch beim Bier gewinnt das Thema Nachhaltigkeit an Bedeutung: Viele Gäste fragen gezielt nach Mehrwegsystemen. Wer lokale Brauereien unterstützt, reduziert Transportwege und stärkt zugleich die regionale Wirtschaft – ein Verkaufsargument, das ankommt.

## Moderne Trends: Handwerk, Regionalität und Nachhaltigkeit

Bei aller Tradition: Die deutsche Bierlandschaft wandelt sich. Neue Kreationen bringen spannende Aromen für Experimentierfreudige, Bio-Brauereien setzen auf Nachhaltigkeit und kurze Lieferketten. Für die Gastronomie ist das eine Chance, neue Zielgruppen anzusprechen. Wer etwa ein hopfig-fruchtiges IPA (India Pale Ale) oder ein süffiges fränkisches Kellerbier ins Sortiment aufnimmt, signalisiert: Wir haben uns mit dem Thema beschäftigt und

Ebenfalls im Trend ist alkoholfreies Bier – was noch vor zwanzig Jahren als Notlösung für Autofahrer galt, ist heute ein eigenständiges Genussprodukt mit steigender Nachfrage. Fast jede größere Brauerei hat mittlerweile ein oder mehrere alkoholfreie Varianten im Sortiment. Laut dem Deutschen Brauer-Bund werden inzwischen rund 7 % des gesamten Bierabsatzes in Deutschland durch alkoholfreie Biere erzielt – Tendenz steigend. Damit ist Deutschland Europameister im Konsum alkoholfreier Biere.

Hier geht's zur  
regionalen Bier-Vielfalt  
auf dem METRO  
Marktplatz



# Bierverkauf mit Konzept und Kompetenz

Bier ist ein Umsatztreiber, wenn es richtig inszeniert wird. Allerdings reicht es nicht, nur verschiedene Biere an den Zapfhahn zu bringen: Mindestens ebenso sehr wie die reine Angebotsvielfalt honorieren Gäste kompetente Beratung, verlässliche Qualität und passende Speisen-Empfehlungen.

## 1. Sortimentsgestaltung

Die perfekte Bierkarte ist eine Mischung aus bekannten Klassikern und charakterstarken Regionalbieren. Drei bis fünf Biere vom Fass und weitere Flaschenbiere bieten eine gute Balance zwischen Vielfalt und Effizienz.

## 2. Bierkarte mit Konzept

Gliederung nach Stil oder Herkunft sorgt für Übersichtlichkeit und signalisiert Kompetenz. Attraktive Beschreibungen – etwa „herb und erfrischend“ oder „malzig und rund“ erleichtern die Auswahl. Gäste, die mehr über ihr Getränk erfahren, konsumieren bewusster und bestellen öfter nach.

## 3. Bier & Speisen kombinieren

Foodpairing ist längst nicht mehr nur Thema für Wein. Ein hopfenbetontes Pils passt hervorragend zu Fleischgerichten

und Käse. Ein Weißbier zu Geflügel oder Salaten, ein dunkles Bockbier zu Wild und Schokolade. Eine Empfehlung auf der Speisekarte schafft Mehrwert und hebt das Restaurant vom Wettbewerb ab.

## 4. Saisonale Aktionen

Themenwochen rund um den „Tag des Bieres“ (23. April) oder regionale Bierfeste sind ideale Marketinganlässe. Auch Bier-Tastings oder Workshops mit regionalen Brauern stoßen auf große Resonanz – besonders bei jüngeren Zielgruppen.

## Tradition trifft Zukunft

Bier ist und bleibt eines der Lieblingsgetränke der Deutschen. Für die Gastronomie lohnt es sich, das Thema aktiv zu spielen. Mit einer klaren Linie, geschultem Personal und einem Gespür für Trends. Im Wettbewerb um Aufmerksamkeit entscheidet heute nicht nur die Qualität im Glas, sondern auch die Inszenierung: Authentische Geschichten, regionale Bezüge und kompetenter Service machen den Unterschied. Wer Bier als Teil seines gastronomischen Konzepts begreift, sorgt für Genuss und schafft Erlebnisse, die im Gedächtnis bleiben.

**Felsgold**  
wird in den Sorten Pils  
und Export exklusiv für  
METRO produziert.



**Diebels Alt**  
zeichnet sich durch die  
obergäige Brauart aus.



**Gaffel Kölsch**  
unterscheidet sich durch  
leicht hopfenbetonten  
Geschmack.



**Zum Wohl!**  
Die ganze Biervielfalt im  
METRO Sortiment



**Bitburger Pils**  
ist das meistgezapfte  
Premium Pils an  
deutschen Theken.



**Gösser  
NaturRadler**  
ist dank echter Zitrone  
ein erfrischender Genuss.



**Bayreuther  
Helles**  
– ein würziges und  
süßiges Bier nach  
bayerischer  
Brautradition.



**Köstritzer**  
– Deutschlands beliebtestes Schwarzbier.  
Erfrischend dunkel.

# Equal Drinking:

## Alkoholfreie Cocktails auf Augenhöhe

Chloé Merz hat mit der Collab Cocktailbar in Hamburg einen Ort geschaffen, an dem alkoholfreie Cocktails gleichwertig neben klassischen Drinks stehen. Sie erklärt uns, wie es funktioniert und wie die Gastronomie vom Alkoholfrei-Trend profitiert.

In einer Bar gehen und einen Cocktail bestellen, wenn man keinen Alkohol trinkt – ergibt das Sinn? Für Chloé Merz tut es das auf jeden Fall. Zum Beispiel dann, wenn sich Gäste für ihre Bar entscheiden. Denn als sie im Sommer 2023 die Cocktailbar Collab im Stadtteil St. Pauli eröffnete, setzte sie alkoholfreie Drinks ebenso auf die – übrigens sehr schön gestaltete – Karte wie mit klassischen Spirituosen gemixte Kreationen. Neben den Cocktails symbolisiert ein Kreis, wie stark der jeweilige Drink ist. Ein leerer Kreis steht für alkoholfrei. Ein Viertelkreis für „Low ABV“, also wenig „alcohol by volume“. Ein halbvoller Kreis symbolisiert mittelstarke Drinks, drei Viertel bedeuten „boozy“ und ein voller Kreis „bizzeli viel“, das ist Schweizerdeutsch für „ziemlich viel“ – Merz ist Schweizerin.

### „Es geht immer um Genuss“

Nach Stärke sortiert sind die Cocktails aber nicht. Bewusst nicht: „Equal drinking“ lautet das Motto in Chloés Bar: „Ob mit oder ohne Alkohol – unsere Cocktails werden Ihre Sinne verwöhnen. Jeder Drink wird mit viel Liebe und hochwertigen

Zutaten kreiert, unabhängig vom Alkoholgehalt“, steht ganz oben auf der Karte. „Ich wollte einen Ort erschaffen, an dem sich Menschen, die selten oder gar keinen Alkohol trinken, ebenso wohl fühlen“, erklärt die Betreiberin. Sie selbst trinke wenig Alkohol, gehe aber gerne aus – und mit einer Apfelschorle in der Hand fühle sie sich in einer Bar immer wie ein Gast zweiter Klasse.

Ein unschönes Erlebnis, das wohl viele Gäste kennen. Daraus lässt sich ein neues Angebot entwickeln, denn immer mehr Menschen wünschen sich alkoholfreie Alternativen auf Augenhöhe – sprich gleichwertig mit Weinen oder Drinks, ob in der Bar oder als Begleitung zum Essen. Alkoholfreie Biere sind längst etabliert, nun erreicht der Trend auch andere Getränkekategorien wie Cocktails, beobachtet Chloé Merz, die weltweit in der Barszene unterwegs ist: „Ob mit oder ohne Alkohol – schlussendlich geht es immer um Genuss.“

### Kreativität ist gefragt

Nun ist Alkohol bekanntlich ein Geschmacksträger. Fehlt dieser, müssen Alternativen her, um





## Chloé Merz

Die Bartenderin hat 2023 die „Collab Cocktailbar“ in Hamburg eröffnet. Auf der Karte stehen alkoholfreie Drinks und klassisch gemixte Kreationen gleichberechtigt nebeneinander.

**Collab Cocktailbar | Hein-Hoyer-Straße 63 | 20359 Hamburg | [www.collab-bar.de](http://www.collab-bar.de)**

## Alkoholfreie Aperitifs: einfach und beliebt

Frage an die Expertin: Welche Art von Drinks eignen sich zum Einstieg ins Thema? Schließlich kann nicht jede Gastronomie gleich so komplexe Cocktails anbieten wie die Collab Cocktailbar. Chloé Merz empfiehlt das Mixen mit alkoholfreien Alternativen zu wein- oder likörbasierten Aperitifs. „Der alkoholfreie Aperitifbereich ist sehr spannend“, findet sie, „die Getränke sind leicht herzustellen und sehr beliebt. Dank ihrer Bitterkeit und der Kohlensäure haben sie auch ohne Alkohol viel Geschmack und Mundgefühl.“ Die Produktrvielfalt in diesem Segment

### Tanqueray 0.0% & Tonic

→ als Alternative zum klassischen Gin & Tonic  
4 cl Tanqueray 0.0%  
12 cl Tonic Water  
1 Limettenspalte (Deko)

Zutaten in ein mit Eis gefülltes Longdrinkglas geben, vorsichtig umrühren, mit Limettenspalte garnieren.

### Tanqueray 0.0% Fizz

→ schmeckt wie ein Gin Fizz, nur ohne Alkohol  
5 cl Tanqueray 0.0%  
3 cl frisch gepresster Zitronensaft oder Limettensaft  
2 cl Zuckersirup  
Filler: Soda Water

Tanqueray 0.0%, Zitronen- oder Limettensaft und Zuckersirup mit Eiswürfeln in einen Cocktailshaker geben. Kräftig für etwa 10 bis 15 Sekunden shaken. Durch ein Barsieb in ein Longdrinkglas oder einen Tumbler mit frischen Eiswürfeln abseihen. Mit 6 bis 8 cl Soda Water auffüllen und mit einer Zitronenscheibe (optional Rosmarinzweig) garnieren.

ist bereits groß, und mit Fillern wie Tonic Water oder (alkoholfreiem) Schaumwein lassen sich viele leckere Drinks auf einfache Art erzeugen. Ebenso gibt es mittlerweile zahlreiche Alternativen zu Spirituosen wie Gin, Whisky oder Rum – Chloé Merz und ihr Team nutzen beispielsweise gerne den alkoholfreien Tanqueray 0.0 zum Mixen. (Rezepte siehe Infokasten).

## Neue Kategorie: Proxies

Darüber hinaus hat sich im Zuge des Alkoholfrei-Trends eine ganz neue Art von Getränken entwickelt. Man bezeichnet sie als Proxies: Hergestellt zum Beispiel aus Fruchtsäften, Tee, Essig, Gewürzen und Kräutern, zielen sie darauf ab, die Komplexität, Textur und Aromatik von Wein nachzuahmen – sie sollen also eine Nähe („proximity“) zu ihnen aufweisen und eignen sich perfekt für die alkoholfreie Speisenbegleitung. „Proxies sind auch praktisch, weil man sie direkt aus der Flasche ausschenken kann“, so Chloé Merz.

Der wohl bekannteste Vertreter ist Kombucha: Das Getränk auf Basis von Tee, der mit Bakterien und Hefen fermentiert wird, lässt sich mit etwas Geduld selbst herstellen, aber auch trinkfertig kaufen. Kombucha eignet sich sehr gut als Alternative zum Wein, aber auch als Zutat für Cocktails oder Longdrinks.

## Der Preispunkt

Und wie sieht es mit der Preisgestaltung aus? „Der Einkaufspreis der Produkte liegt auf der Höhe der alkoholischen und die Herstellung der Drinks ist mindestens so aufwändig“, berichtet Chloé Merz. Also gleicher Preis? „We're not quite there yet“, sagt die Bartenderin mit amerikanischen Wurzeln lachend. Dass ein Getränk „ohne“ genauso viel kosten sollte wie eins „mit“, könne man den vielen Gästen noch nicht plausibel machen. Darum positioniert sie ihre alkoholfreien Drinks leicht unter den alkoholischen. Doch auf Dauer soll auch in dieser Hinsicht das Prinzip „equal drinking“ gelten.

### Oni

→ von Chloé Merz, Collab Cocktail Bar Hamburg

3 cl Tanqueray 0.0%  
1,5 cl Paragon Rue Berry (Passionsbeereng-Cordial)  
0,75 cl Booze Essig-Apfel-Quitten-Shrub  
2 Barlöffel Monin Mandel  
5 cl Jasmin-Grüntee  
3 Tropfen Kochsalzlösung (20 %)



Alle Zutaten in einem mit Eis gefüllten Rührglas für etwa 20 bis 30 Sekunden rühren. Mit einem Strainer in das vorgekühlte Gästeglas (Coupette) abseihen. Mit einer Zitronenzeste garnieren.

Rezept-Ideen

# JETZT ALKOHOLFREIE COCKTAILS PROBIEREN!



## CAPTAIN MORGAN 0.0 % ESPRESSO MARTI-NO

50 ml Captain Morgan 0.0 %  
120 ml Karamellsirup  
50 ml Espresso

## Aperitivo Crodino

Italiens klassischer alkoholfreier Bitter. Mit feiner Balance aus Kräutern, Zitrus und Gewürzen. Einfach eisgekühlt im Glas mit einer Orangenscheibe servieren!



## Martini Floreale + Martini Vibrante

Floreale mit Noten von Kamille und Kräutern passt gut zu Apfelsaft, Vibrante mit seinen bittersüßen Zitrusnoten zu Grapefruitsaft. Wird jeweils mit Soda Water zum Spritz aufgefüllt!

## Ramazzotti Aperitivo Arancia

Fruchtig-herb mit fruchtiger sizilianischer Orange und aromatischer Bergamotte. Ideal gemixt mit (alkoholfreiem) Prosecco oder Tonic Water.



# Für Drinks ohne Alkohol, aber mit viel Genuss

– unsere Produkt-Tipps:

## Tanqueray 0.0% + Tanqueray Flor de Sevilla 0.0%

Einmal klassisch mit Wacholder und Zitrus, einmal fruchtig-mediterran mit Orangenaromen – und beides gemixt mit Tonic Water, Soda Water oder als Cocktail-Zutat.

## Benevento Amaretto

Lieblich-süß mit Noten von Mandeln, Vanille und Marzipan. Schmeckt hervorragend in Kombination mit Kaffee, Kakao oder zum alkoholfreien Amaretto Sour gemixt. Auch perfekt für ein alkoholfreies Tiramisu!



# Draußen genießen



Die neue Outdoorsaison steht in den Startlöchern. Da kommen die Empfehlungen aus dem METRO Professional Sortiment gerade richtig. Für einen Außenbereich mit extra viel Aufenthaltsqualität!

Entdeckt hier die große  
Non-Food-Vielfalt  
bei METRO:



Auch bestellbar über  
[metro.de](http://metro.de)

**1 Biergartensessel:** Mit bequemer Armlehne für extra viel Komfort. Sitzfläche und Rückenlehne aus hochwertigem Akazienholz. Schwarzes Gestell aus pulverbeschichtetem Flacheisen. Ein Klassiker, erhältlich im Zweierset. Maße (H/B/T): 89 x 55,5 x 56 cm

**2 Tisch Massini:** Mit kratzfester, fleckenresistenter und bis 180 Grad hitzebeständiger Tischplatte aus Hochdruck-Schichtstoff (HPL). Aluminiumrahmen mit Pulverbeschichtung. Klappbar für platzsparende Lagerung. Steht stabil durch automatisch verstellbare Füße. Höhe ca. 74 cm, Tischplatte 70 x 70 cm

**3 Edelstahl-Grillbeschwerer:** Ideal für gleichmäßiges, schnell und schön gebräutes Grillgut wie Burger, Steaks oder ein kultiges Grilled Cheese Sandwich. Spülmaschinenfest aus hochwertigem Edelstahl. Maße (H/B/T): 16 x 18 x 6,65 cm

**4 3x3 m Ampelschirm im Holzlook:** Gestänge aus pulverbeschichtetem Aluminium in edler Holzoptik. Horizontal beweglich. Wasserabweisende Bespannung aus Polyester (250 g/m<sup>2</sup>) inklusive Schutzhülle. Das Slide-Lock-System sorgt für Beschattung aus verschiedenen Winkeln. Perfekt bei jedem Sonnenstand! Höhe: 250 cm



**5 Gasgrill mit Plancha:** Perfekt für abwechslungsreiches Outdoor-Foodangebot von mariniertem Fleisch und Burgern über Fisch und Seafood bis zu Gemüse oder Eierspeisen. Mit vier Edelstahlbrennern (je 3,7 kW), keramikbeschichteter Plancha (92,2 x 55,7 cm), Stahldeckel und Witterschutzhülle. Gestell zusammenklappbar.

Maße (H/B/T): 100 x 120 x 67,5 cm

**8 Bankset Lynx:** Für Biergarten, Terrasse oder Lounge: dreiteiliges Set aus Tisch und zwei Bänken. Mit stabilem, pulverbeschichtetem Aluminiumrahmen, Tisch- und Sitzfläche aus FSC-zertifiziertem Eukalyptusholz. Stabiler Stand dank verstellbarer Füße. Für vier Personen.

Maße (H/B/T): Bank 44 x 147 x 30 cm,  
Tisch 75 x 161 x 70 cm

**6 Bistroschreibtisch:** Tischplatte (Ø 60 cm) aus gesintertem Stein in edler Marmoroptik. Besonders kratzfest, hitzebeständig und fleckenresistent. Elegantes und stabiles Tischgestell aus pulverbeschichtetem Gusseisen. Für Bistroflair wie im Herzen von Paris!

Höhe: 74 cm

**7 Outdoor-Stuhl Olivara:** Stapelbarer und leicht zu verstauender Stuhl in Bugholz-Optik. Mit ovaler, ergonomischer Rückenlehne aus Outdoor-Netzgewebe (4 x 4 mm), schwarzweiß gemustert. Pulverbeschichteter Aluminiumrahmen. Formschön und funktional!

Maße (H/B/T): 80 x 45 x 58 cm

**9 Lounge-Garnitur Ateo:** Dreisitzer-Bank mit zwei Sesseln und einem Tisch. Pulverbeschichteter Aluminiumrahmen. Tischplatte und Armlehnen aus leichtem und witterbeständigem Eukalyptusholz. Bequeme und schmutzabweisende Sitz- und Rückenkissen aus Polyester mit Teflon-Beschichtung (8 cm, 230 g/m<sup>2</sup>). Komfortabel und praktisch!

Maße (H/B/T): Tisch 42 x 110 x 70 cm,  
Dreisitzer 83 x 203 x 75 cm, Sessel 83 x 73 x 75 cm

**10 Deluxe Holzkohle Grillwagen:** Bestens gerüstet fürs perfekte Barbecue-Event mit pulverbeschichtetem Stahlrahmen, zwei höhenverstellbaren Rosten und großer Grillfläche. Dank vier Rollen mit Bremsen leicht zu transportieren und zu fixieren.

Maße (H/B/T): 64 x 137 x 68 cm



# Glüht grandios!

## Marabu Charcoal für Gegrilltes der Extraklasse



Kohle aus dem Holz des kubanischen Marabubaums sorgt für perfektes Grillgut bei besonders praktischem Handling. Wie gewachsen für den Profi-Einsatz – mit nachhaltigem Extra. Da staunt der Heim- und Hobbygriller!

Genau genommen ist dieser Baum ein großer Strauch. Und eigentlich heißt er Sichelbusch oder, welch putziger Name, Farbkätzchenstrauch. Dichrostachys cinerea, so die botanische Bezeichnung, wächst und gedeiht ursprünglich im westlichen und südlichen Afrika sowie auf dem indischen Subkontinent bis nach Südostasien. Als Marabubaum hingegen wird er auf Kuba bezeichnet. Dort hat er sich als invasive Art stark ausgebreitet und wird kontrolliert gerodet, um die zugewachsenen Flächen als Weiden oder für den Anbau anderer Pflanzen zurückzugewinnen.

Weil sein Holz besonders hart und dicht ist, eignet sich Marabu-Holzkohle mit ihrem hohen Heiz-

wert ideal für professionelles Grillen: Sie brennt langsamer, heißer (bis zu 700 Grad!) und gleichmäßiger als Standard-Grillkohle. Konstante Temperaturen über lange Zeit erzeugen eine stabile Glut und ermöglichen ein komfortables, zügiges Zubereiten den ganzen Abend hindurch, ohne dass oft nachgelegt und angefeuert werden muss. Die Kohle verbrennt besonders sauber und entwickelt wenig Rauch, was sich sowohl positiv auf den Geschmack des Grillguts als auch auf das Arbeiten am Grill auswirkt. Auch der geringe Funkenflug sowie wenig Ascheanfall sind absolute Pluspunkte.

**Das Beste zum Schluss:** Das Grillen mit Marabu-Holzkohle sorgt bei Kurzgebratenem – ob Fleisch, Fisch oder Gemüse – für ein besonders mildes, unaufdringlich-elegantes Raucharoma. Damit ist METRO Professional Marabu Charcoal für die Verwendung auf der Restaurant-Terrasse, beim genussvollen BBQ-Event oder im Biergarten die perfekte Wahl. Für den klassischen Grill ebenso wie für Anzündkamine geeignet.

- lange Brenndauer
- mildes Raucharoma
- geringe Rauchentwicklung
- kaum Aschebildung
- wenig Funkenflug
- Temperaturen bis zu 700 °C
- FSC-zertifiziert



# Kalbfleisch von METRO: Auf die Farbe kommt es an!

METRO  
Chef

Mit dem Kalb-Sortiment von METRO Chef bieten wir professionellen Kundinnen und Kunden Kalbfleisch auf konstant hohem Qualitätsniveau.

Das Fleisch stammt von Kälbern, die nach einem speziell abgestimmten Milchfütterungsprogramm aufgezogen werden. In Kombination mit klar definierten Aufzuchtstandards und einer vollständig integrierten Lieferkette behalten wir die Kontrolle über jeden Schritt vom Futter bis zum finalen Zuschnitt. Das Ergebnis: maximale Produktsicherheit und gleichbleibende Qualität, auf die sich Profis verlassen können.

Ein entscheidendes Qualitätsmerkmal ist – neben den präzisen Anforderungen an die Zuschnitte – die Fleischfarbe. METRO arbeitet bei der Selektion des Fleisches mit einer strengen Farbskala für weißes Kalbfleisch. Aus dem Spektrum von eins bis zehn kommt für uns ausschließlich Fleisch

der Farbbereiche vier bis sieben in Frage. Diese sorgfältige Auswahl steht für besondere Zartheit, Saftigkeit und einen milden, feinen Geschmack, wie sie in der anspruchsvollen Profiküche erwartet werden.

Gleichzeitig überzeugt das METRO Chef-Kalbfleischsortiment durch seine Vielseitigkeit. Es gibt Köchinnen und Köchen maximale Freiheit für individuelle Zuschnitte und kreative Eigenkreationen.

Ob klassisch, modern oder kreativ interpretiert – METRO Chef Kalb steht für exzellenten Geschmack, professionelle Qualität und ein Sortiment, das sich konsequent an den Bedürfnissen der Gastronomie orientiert.

## Filet

Dieses Stück ist bekannt für seine feine Textur und seinen delikaten Geschmack. Erhältlich mit und ohne Kette.

## Hüfte

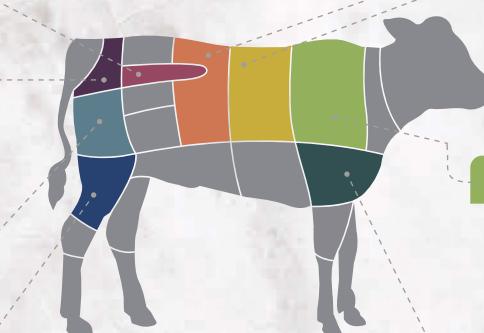
Mageres Stück aus der Keule, ideal zum Schmoren und langsamen Garen. Aufgrund seines reichhaltigen Geschmacks und seiner Textur perfekt für Scheiben im Churrasco-Stil.

## Oberschale

Die Oberschale ist eines der besten Stücke aus der Keule. Vielseitig einsetzbar für klassische Schnitzel und Rouladen, aber auch zum Kurzbraten geeignet. Wir bieten die Oberschale mit und ohne Deckel an.

## Rücken ohne Knochen

Das Fleisch aus der Lende ist mager und dennoch saftig und hat einen subtilen, milden Geschmack. Es besteht aus dem Lendenbereich eines Kalbs, wobei das Filet ausdrücklich ausgeschlossen ist, aber die acht Rippen noch vorhanden sind.



## Hintere Haxe (Hesse)

Robustes Stück aus der Keule, perfekt für langsames Garen. Die meisten Ossobuco-Gerichte werden aus diesem Stück zubereitet, dessen markhaltige Knochen ihnen Tiefe und Reichhaltigkeit verleiht.

## Rippe

Der Rippenbereich eines Kalbs ist bekannt für seine Zartheit, seine feine Textur und seinen milden, leicht süßlichen Geschmack. Er eignet sich ideal zum Grillen, Braten oder Rösten. Bei einigen Schnitten sind die Rippenknochen sichtbar, was für eine raffinierte und unverwechselbare Präsentation sorgt.

## Schulter

Vielseitiges Stück aus dem Vorderviertel. Eignet sich hervorragend für langsame Garmethoden wie Schmoren und Eintöpfen, um Zartheit und Geschmack zu entwickeln.

## Brust/Brustkern

Aromatisches und mageres Stück aus der Brust. Schmeckt langsam gebraten oder geschmort am besten. Es eignet sich gut zum Räuchern/Smoken mit einer Marinade oder Trocken-Rub.

**FRISCHE  
IST METRO.**



**FRISCHE** IST VIELFALT.  
**FRISCHE** **IST** HERKUNFT.  
**FRISCHE** **IST** **METRO.**