

November
2008
Ausgabe
11

www.gastrotel.de

Gastrotel

Unabhängiges Fachmagazin für Unternehmer+Manager in Hotellerie+Gastronomie



VVA GmbH • Hoherweg 278 • 40231 Düsseldorf
01 224 • Postvertriebsstück • DPAG • Entgelt bezahlt
01224#1070-191988#1108
1772/8
Seven Gastro Seven und Petelin GbR
Herrn Seven Thomas
Dammstr. 13
47119 Duisburg

- **Kochkunst: Frische Volksküche**
- **Gastronomie: Westfälische Erfolge**
- **Food: Leichte Kost**
- **Technik: Sauber schänken**

Mit über 100.000 Exemplaren auflagenstärkter Fachtitel der Branche in Deutschland.

Typisch Mann!

Männer und Frauen passen nicht zusammen? Stimmt nicht. Das „starke Geschlecht“ hat nur manchmal ganz andere Interessen als Frau oder Freundin. Sieht Sie einmal von seinen natürlichen Bedürfnissen nach Pferdestärken, Fußball, Steaks und Bier ab, entdeckt sie einen äußerst modernen deutschen Mann. Er schiebt bedenkenlos Einkaufs- und Kinderwagen vor sich her, achtet im Supermarkt auf Qualität und Herkunft, treibt Sport und ist ein echter Teamplayer. Er bestätigt alle Klischees und ist trotzdem modern. Zu diesem Ergebnis kommt die Warsteiner Männerstudie 2008. Demnach verbringen 64 Prozent der deutschen Männer am liebsten ihre Zeit mit ihrer Familie und Partnerin, 40 Prozent würden sich für sie auch gerne noch mehr Zeit nehmen. Er träumt zwar von Cabrio-Touren im offenen Verdeck (47 Prozent), Geländetouren im Jeep (24 Prozent) oder nächtlichen Großstadtfahrten ohne Ampeln und Tempolimit (15 Prozent), in der Realität entscheidet er sich dann aber doch für die praktische „Familienkutsche“.

Der Mann von heute ist privat und beruflich ein echter Macher, er packt mit an und hält Kreativität für den Schlüssel zum Erfolg. Es ist ihm sogar gelungen, die neue deutsche Beweglichkeit im Kopf auch auf seinen Körper zu übertragen. Das „starke Geschlecht“ treibt mehr Sport als früher, am liebsten natürlich die „schönste Nebensache der Welt“. Besonders in Norddeutschland kicken Männer zwischen 18 und 29 Jahren auf dem Fußballplatz. Wahrscheinlich weil das Bier danach einfach am besten schmeckt. Apropos Bier: Ein „kühles Blondes“ geht natürlich immer. Ob nach Feierabend, mit Freunden, zum Steak oder im Restaurant mit bevorzugt rustikaler, regionaler Küche – für 83 Prozent der deutschen Männer in der Männerstudie gehört Bier zum reinen Genuss.



Für **69%** der Männer
bedeutet ein gutes Steak und
ein kühles Bier purer Genuss

Foto: Warsteiner

Verleihung der 100. Gastroplakette



Foto: Matsblini

Die bürgerschaftliche Initiative „Matsblini – Essen mit Kindern“ wurde 2007 als bundesweit einzigartiges Pilotprojekt in Zusammenarbeit mit Köln-Tourismus im Rahmen der Aktion „Familienerlebnis Köln 2008“ ins Leben gerufen. Die Initiative setzt sich für gesunde Ernährung und familienfreundliche Gastronomie ein: Wie in anderen Ländern sollte es auch hier eine Selbstverständlichkeit sein, auch mit Kindern im Restaurant willkommen zu sein. So vergibt die Initiative eine Gastroplakette an Gaststätten, die auf ihren Speisekarten spezielle Angebote für Kinder führen. Aufgelistet werden diese Gaststätten in einer Positivliste auf dem Weblog www.essen-mit-kindern.de. Die Resonanz in der Gastronomieszene ist groß: In Köln schmücken sich bereits 99 Gaststätten, Cafés und Restaurants mit der neuen Gastro-Plakette: Seit Oktober gibt es nun den Träger der 100. Plakette: Die Initiatorin Petra Grete Schmidt und Köln-Tourismus-Geschäftsführer Josef Sommer überreichten in Anwesenheit von Kabarettist und Stammgast Jürgen Becker und Didi Jünemann die Auszeichnung an den Kölner Intreff „Caffe Bar“. Das Eckcafé erfreut sich großer Beliebtheit, auch durch seine Kinderfreundlichkeit: Neben kleinen Snacks gibt es unter anderem eigenes Mobiliar für die kleinen Gäste, kleine Überraschungen, das „Kind des Monats“ und ab sofort auch ein eigenes Frühstücksangebot. Und auch die Eltern haben etwas davon: Sie können entspannt ihren Kaffee genießen.

Himmlisches Dinner

Ein Tisch, ein Kran, 16 Stahlseile, 22 Personen, 50 Meter in der Luft – das Erlebnisgastronomie-Konzept zählt laut amerikanischer Forbes zu den zehn außergewöhnlichsten Restaurants der Welt. Der Erlebnisvermittler Mydays bot dieses einzigartige Höhenerlebnis nun erstmalig auch für Endverbraucher an. Von August bis Oktober 2008 tourte der Erlebnisexperte in Kooperation mit Mindset Media mit der „Dinner in the Sky Himmelstisch-Tournee“ durch fünf deutsche Großstädte. In Köln servierte Seven Gastro mit Küchenleiter Markus Dworaczek den 22 Gästen an zehn Tagen kulinarische Hochgenüsse mit Blick auf den Dom. „Alles ist glatt gegangen, und wir haben bei keinem der Flights unten etwas vergessen.“ so Dworaczek, „Das Auf- und Abfahren der Plattform hätte zu viel Zeit gekostet.“ Der speziell nach deutschen TÜV-Richtlinien konstruierte ovale Tisch wurde an 16 Stahlseilen von einem mobilen Kran in 30 Sekunden in die Höhe gezogen. Festgeschnallt in Sportsitzen konnten die 22 Wagemutigen neben dem hervorragenden Essen auch die Aussicht genießen. Gegen die Herbstkühle hatten die Veranstalter vorsorglich Heizstrahler unter der Dachkonstruktion befestigt. Ein rundum gelungenes Erlebnis für alle Sinne.

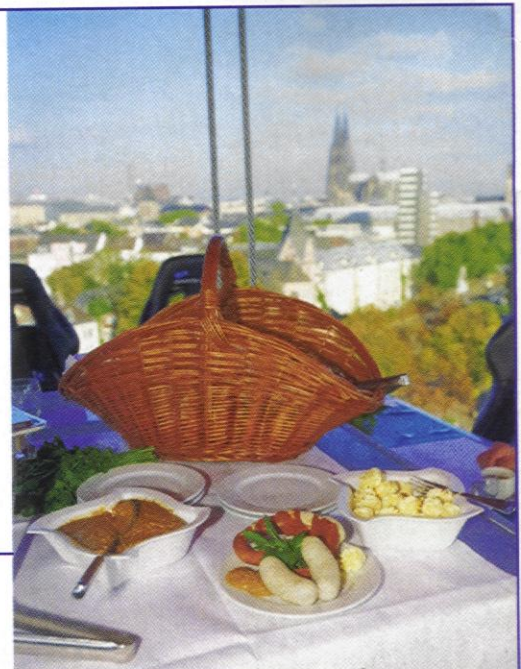


Foto: Seven Gastro