PFANNEBERG

FACHWISSEN HOTEL • RESTAURANT • KÜCHE

DER JUNGE KOCH
DIE JUNGE KÖCHIN

Frank Brandes
Heike Harten
Marco Voll

39. Auflage

Fachbuchverlag Pfanneberg GmbH & Co. KG
Düsselberger Str. 23
42781 Haan-Gruiten
Bestell-Nr.: 04038

Autoren
Frank Brandes, Bad Doberan
Heike Harten, Neuss
Marco Voll, Göttingen

Projektmanagement
Nico Freitag

Bildbearbeitung
Verlag Europa-Lehrmittel, Abteilung Bildbearbeitung, 73760 Ostfildern
tiff.any GmbH, 10999 Berlin

39. Auflage 2027

Druck 5 4 3 2 1
Alle Drucke derselben Auflage sind parallel einsetzbar, da sie bis auf die Korrektur von Druckfehlern identisch sind.

ISBN 978-3-8057-0972-9

Bei Fragen zur Produktsicherheit wenden Sie sich bitte an produktsicherheit@europa-lehrmittel.de.

Alle Rechte vorbehalten. Das Werk ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der gesetzlich geregelten Fälle muss vom Verlag genehmigt werden.

© 2027 by Fachbuchverlag Pfanneberg GmbH & Co. KG, 42781 Haan-Gruiten
www.europa-lehrmittel.de

Umschlag: braunwerbeagentur, 42477 Radevormwald, unter Verwendung eines Bildes von © ЮРИЙ ПОЗДНИКОВ – Adobe Systems Software Ireland Companies, Adobe Stock, Dublin, Irland
Layout und Satz: tiff.any GmbH & Co. KG, Berlin
Druck: FIRMENGRUPPE APPL Holding GmbH & Co. KG
aprinta druck GmbH, 86650 Wemding

Vorwort

Der junge Koch/Die junge Köchin: **Die 39. Auflage** – das Standardwerk **konsequent weiterentwickelt** mit Technik, Wissen und Rezepten.

Die Welt der Kochausbildung hat sich verändert und mit ihr die Auszubildenden und die Inhalte.
Umso wichtiger ist fachliche und didaktische Qualität der Ausbildungsmaterialien.

Der junge Koch/Die junge Köchin **setzt daher jetzt noch konsequenter den Maßstab** und die fachliche Orientierung für die Kochausbildung:

- „Der junge Koch/Die junge Köchin" deckt den kompletten Lehrplan für die Ausbildung zum Koch/zur Köchin ab – mit den prüfungsrelevanten Inhalten des AKA-Prüfungskatalogs für die IHK-Abschlussprüfungen.
- Sämtliche Inhalte sind konsequent nach den Lernfeldern des Lehrplans strukturiert.
- Neuester Stand von Ausstattung, Technik und wissenschaftlichen Erkenntnissen
- Praxisorientierte fundierte pädagogische Wissensvermittlung
- Sprachlich vereinfacht für die Bedürfnisse aller Schüler
- Beste inhaltliche und fachliche Qualität: Texte und Bilder auf neuestem Stand
- Alle Autoren sind Lehrkräfte an Berufsschulen für Köche im Bundesgebiet.

Der junge Koch/Die junge Köchin **ist deutlich kompakter** als bisher und bietet weiterhin **alle Ausbildungsinhalte in einem Buch für alle Ausbildungsjahre**.
Mehr als 200 Seiten von den Autoren erstelltes Zusatzmaterial sind im Digitalbereich (Digital+) über QR-Codes verfügbar:

Probieren Sie es aus!
Scannen Sie diese QR-Codes und Sie gelangen **ohne Anmeldung** und direkt zu den gewünschten Inhalten.
Hier ist ein Beispiel für die Nutzung eines QR-Codes:

vel.plus/djk39-01

Der junge Koch/Die junge Köchin gestaltet die Zukunft der Kochausbildung in Deutschland maßgeblich und ist zugleich ein gefragtes Nachschlagewerk in der Kochpraxis. Von den Grundlagen bis zur kulinarischen Raffinesse bietet es das umfassende Wissen, welches Köchen und Köchinnen eine erfolgreiche Laufbahn ermöglicht.

Und so wird Der junge Koch/Die junge Köchin immer besser: Rückmeldungen aus den Berufsschulen und der Kochpraxis sind uns wichtig und fließen laufend in neue Auflagen ein.

Schreiben Sie uns gerne unter lektorat@europa-lehrmittel.de. Wir nehmen Anregungen, Kritik und Lob gerne auf. Ihre Meinung ist uns wichtig!

Herbst 2026 Autorin, Autoren und Verlag

EUROPA THEK

Medienpaket
Zum Buch gehört umfangreiches digitales Zusatzmaterial: Bilder und Tabellen zur Übernahme in eigene Arbeiten, Hintergrundinformation und Arbeitsmaterial – *auf der vorderen inneren Umschlagseite finden Sie detaillierte Informationen dazu.*

Digitales Buch
Der junge Koch/Die junge Köchin ist auch als digitales Buch für unser virtuelles Bücherregal EUROPATHEK erhältlich.

Zum Einsatz des Buches

① Unsere Hinweis-Icons zeigen auf wichtige Themen:


Icon Arbeitssicherheit


Icon Digitales


Icon gesunde Ernährung


Icon Ökologie


Icon Vegan


Icon Wirtschaft


Icon Teamarbeit


Icon Hygiene

② Sie werden im Buch immer wieder Impulsaufgaben wie diese hier finden:

> Impuls: Welches Leistungs-Spektrum bietet Ihr Betrieb seinen Gästen? Welche Zielgruppen werden damit angesprochen?

③ Digitale Unterstützung

Hinter dem QR-Code befindet sich umfangreiches Zusatzmaterial, das ständig aktualisiert wird.

vel.plus/djk39-03

Inhaltsverzeichnis

Vorwort 3
Inhaltsverzeichnis 5

LF 1: BERUF UND BETRIEB IM GASTGEWERBE

MEIN BERUF – MEIN BETRIEB – MEIN TEAM 13

1 Kochen und Kochkunst . . 13

2 Gastgewerbe gestern und heute 14
2.1 Bewirtungs-Betriebe 14
2.2 Beherbergungs-Betriebe . . . 14
2.3 Individual-Gastronomie und Systemgastronomie . . . 15
2.4 Organisations-Struktur in der Gastronomie 15
2.5 Leistungen im Gastgewerbe 17
2.6 Qualitäts-Management im Betrieb 20

3 Personal im Gastgewerbe 22
3.1 Ausbildungsberufe im Gastgewerbe 22
3.2 Mein Arbeitsplatz Küche . . . 25
3.3 Ausbildung in Schule und Betrieb 26
3.4 Sich im Beruf entwickeln . . . 27

4 Die eigene Rolle im Betrieb 30
4.1 Die eigene Persönlichkeit . . . 30
4.2 Leitbilder in der betrieblichen Ausbildung 32
4.3 Persönlichkeitsmodelle zur Einschätzung 32
4.4 Sich selbst und andere leiten 33

5 Die eigene Rolle im Team 34
5.1 Kommunizieren im Team . . 34
5.2 Bevorzugte Kommunikationswege 35
5.3 Feedback im Team 35
5.4 Kommunikationsstörungen 36

6 Teamgeist und Teamarbeit fördern 37
6.1 Welche Zutaten braucht ein gutes Team? 37
6.2 Teamroutine entwickeln . . . 38
6.3 „Katastrophen" gemeinsam stemmen 39
6.4 Mitarbeitende aktiv integrieren 39

7 Fragetechniken – PIF-Technik 40

8 Präsentation in Schule und Betrieb 42

LF 2: WAREN IM MAGAZIN

WAREN IM MAGAZIN 45

1 Lagerbedingungen und Lagerarten 46
1.1 Lagerbedingungen 46
1.2 Schädlinge 47
1.3 Lagerarten 48
1.4 Durchführung von Hygienearbeiten 50

2 Warenbeschaffung 53
2.1 Bedarfsermittlung – Bestellmenge 53
2.2 Waren bestellen 54
2.3 Lagerkennzahlen 55
2.4 Angebotsvergleich 57
2.5 Rechtliche Grundsätze für Warenbestellungen 58

3 Warenannahme 61
3.1 Warenannahme in der Praxis 61
3.2 Kaufverträge 62
3.3 Störung des Kaufvertrages . 63
3.4 Käuferrechte bei mangelhafter Ware 65
3.5 Lieferverzug 65
3.6 Mängel bei der Warenannahme 69
3.7 Lagermethoden 70

4 Warenausgabe 71

5 Magazinkontrollen und Bewertungen 73

LF 3: IN DER KÜCHE ARBEITEN

ERNÄHRUNG FÜR EINE GESUNDE LEBENSWEISE 75

1 Einführung 75
1.1 Basis vollwertiger Ernährung 75
1.2 Lebensmittel-Inhaltsstoffe und ihre Wirkung 78

2 Gäste mit Unverträglichkeiten/ Allergien 79

SICHERES UND GESUNDES ARBEITEN 81

1 Arbeitssicherheit 81
1.1 Sicherheitskennzeichen 82
1.2 Arbeitskleidung 82

2 Erste Hilfe 83
2.1 Grundlagen der Ersten Hilfe 83
2.2 Schnittverletzungen und Stichwunden 83
2.3 Verbrennungen/ Brandwunden 85
2.4 Sturzverletzungen 87
2.5 Sicher mit Geräten und Maschinen arbeiten 88
2.6 Strom-Unfälle 88
2.7 Verätzungen und Vergiftungen 89

3 Erkrankungen 90
3.1 Hauterkrankungen 90
3.2 Rückenerkrankungen 91
3.3 Stress und seelische Beanspruchung 92

DIE GESUNDHEIT SCHÜTZEN 93

1 Verderb von Lebensmitteln 93
1.1 Mikro-Organismen – Grundlagen 93
1.2 Vorkommen und Übertragung 93
1.3 Arten und Vermehrung 94
1.4 Lebensbedingungen 94

2 Krank durch Lebensmittel 96

3 Lebensmittelhygiene 100
3.1 Grundlagen Hygienerecht .. 100
3.2 Hygiene-Praxis 101

4 Lebensmittel erhalten und aufwerten 105
4.1 Lebensmittel verändern sich 105
4.2 Kälte 106
4.3 Feuchtigkeit/a_W-Wert 106
4.4 Milieu/pH-Wert 107
4.5 Sauerstoff 108
4.6 Mikro-Organismen fernhalten und zerstören 109

VERBRAUCHER UND UMWELT SCHÜTZEN 110

1 Verbraucherschutz 110
1.1 Qualität von Lebensmitteln . 110
1.2 Kennzeichnung von Lebensmitteln 111

2 Nachhaltig handeln 115

ARBEITSMITTEL 119

1 Messer und Zubehör 119
1.1 Grundausstattung 119
1.2 Erweiterungen 120

2 Kochgeschirr und Zubehör 121

3 Maschinen und Geräte ... 123
3.1 Digitale Anwendung 123
3.2 Küchentechnik 124

GRUNDTECHNIKEN UND CONVENIENCE-EINSATZ 129

1 Vorbereitende Arbeiten .. 129
1.1 Einführung 129
1.2 Waschen 130
1.3 Wässern 130
1.4 Putzen 131
1.5 Schälen/Abziehen 131

2 Bearbeiten von Lebensmitteln 132
2.1 Schneiden 132
2.2 Weitere Formen für Gemüse 133
2.3 Vorbereitungstechniken 134

3 Convenience 135
3.1 Bedeutung von Convenience-Produkten 135
3.2 Einteilung der Convenience-Produkte 136
3.3 Bewertung von Convenience-Produkten 137
3.4 Einsatz von Convenience-Produkten 137

SPEISEN ZUBEREITEN 138

1 Speisen würzen und gestalten 138
1.1 Bewusster Genuss mit allen Sinnen 138
1.2 Bewusstes Würzen und Gestalten 139
1.3 Kräuter 140
1.4 Gewürze 142

2 Garen von Lebensmitteln 145
2.1 Garen mit feuchter Hitze ... 145
2.2 Garen in trockener Hitze ... 146
2.3 Kombinierte Garverfahren .. 148
2.4 Niedrigtemperatur-Garen und Sous-vide-Garen 148

ZUBEREITEN EINFACHER SPEISEN ... 149

1 Gemüse 149
1.1 Gemüse in der Ernährung .. 149
1.2 Anbau, Einkauf und Lagerung von Gemüse 149
1.3 Vor- und Zubereitung von Gemüse 151
1.4 Kohlgemüse 154
1.5 Wurzelgemüse 157
1.6 Blattgemüse und Stielgemüse 160
1.7 Fruchtgemüse 162
1.8 Hülsenfrüchte 166
1.9 Zwiebelgemüse 169
1.10 Sonstige Gemüse 171
1.11 Keimlinge und Sprossen ... 172
1.12 Fertigstellen von Gemüsen . 172

2 Salate 173
2.1 Salate verarbeiten 173
2.2 Salatgemüse/Blattgemüse .. 174
2.3 Salat-Öle 176
2.4 Essig 177
2.5 Salatsaucen – Dressings 177
2.6 Salate anrichten 180
2.7 Salate aus rohen Gemüsen / Rohkost 181
2.8 Salate aus gegarten Gemüsen 183

3 Reis 185
3.1 Einteilung von Reis nach Form und Sorten 185
3.2 Einteilung von Reis nach Farbe, Ernte und Verarbeitung 186
3.3 Qualitäten und Preis 188
3.4 Zubereitungen aus Reis 188
3.5 Reisprodukte 192

4 Teigwaren – Nudeln und Strudel 193
4.1 Nudeln – Zutaten und deren Effekte auf den Teig 193
4.2 Die Berechnung von Flüssigkeiten in Teigen 196
4.3 Teige färben 197
4.4 Grundlagen der Teigbildung bei Teigwaren 198
4.5 Nudeln ausrollen und formen 199
4.6 Nudeln füllen 200
4.7 Nudeln kalkulieren und lagern 202
4.8 Nudeln kochen 202
4.9 Nudelsaucen kochen und anrichten 203
4.10 Strudel 204

5 Kartoffeln 205
5.1 Einführung 205
5.2 Kartoffelsorten 205
5.3 Verarbeitung von Kartoffeln 207
5.4 Garen von Kartoffeln 209
5.5 Zubereitungen aus rohen Kartoffeln 210
5.6 Zubereitungen aus gekochten Kartoffeln 214
5.7 Zubereitungen aus Kartoffelmassen mit Ei-Anteil 217
5.8 Zubereitungen aus Kartoffelteigen 220
5.9 Ernährungsphysiologische Eigenschaften 224
5.10 Küchentechnologische Eigenschaften ableiten 225
5.11 Kartoffeln anrichten und präsentieren 226
5.12 Verluste bei Material- sowie Wareneinsatz 228

6 Eier ... 229
6.1 Eierspeisen in der Gastronomie ... 229
6.2 Angebot von Eiersorten ... 229
6.3 Kennzeichnung: Qualität und Herkunft von frischen Eiern 230
6.4 Aufbau eines Eies ... 232
6.5 Frischemerkmale und Lagerung in Handel und Gastronomie 233
6.6 Eierspeisen ... 234
6.7 Voll-Ei in der Ernährung ... 242
6.8 Technologische Eigenschaften von Ei-Bestandteilen ... 243
6.9 Vorschriften: Verwendung von Frisch-Ei ... 244
6.10 Convenience-Produkte ... 246

DIE EIGENE ARBEIT PLANEN ... 247

1 Informationen beschaffen und bewerten ... 247
2 Informationen sichern und behalten ... 248
3 Ideen und Tätigkeiten organisieren ... 249
4 Mit Rezepten arbeiten ... 250
5 Materialien planen und berechnen ... 251

LF 4: RESTAURANT VORBEREITEN UND PFLEGEN

RESTAURANT: RÄUME UND ATMOSPHÄRE ... 252

1 Gast- und Wirtschaftsräume im Restaurant ... 252
1.1 Gasträume ... 252
1.2 Wirtschaftsräume ... 252
2 Das Restaurant vorbereiten und Atmosphäre schaffen 253
2.1 Der Eingangsbereich als Visitenkarte ... 253
2.2 Wohlbefinden im Gastraum 253
2.3 Berufskleidung in Service und Küche bewirkt ein Image ... 256
2.4 Zusammenspiel von Farben und Speisen ... 256
2.5 Dekoration zu verschiedenen Anlässen ... 258
2.6 Geräusche und Düfte ... 259
2.7 Exterior-Design – Digitales Design ... 259

EINRICHTUNG UND AUSSTATTUNG .. 260

1 Restauranttextilien und Pflege ... 260
1.1 Natur- und Chemiefasern .. 260
1.2 Arten von Tischwäsche 266
1.3 Wäschepflege ... 268
2 Bestecke, Gläser und Geschirr ... 271
2.1 Werkstoffe/Gebrauchsgegenstände ... 271
2.2 Bestecke ... 271
2.3 Gläser ... 275
2.4 Porzellangeschirr ... 276
2.5 Einweggeschirr, -besteck und -verpackungen ... 279
2.6 Tisch- und Serviergegenstände 280

RESTAURANTSERVICE VORBEREITEN 282

1 Vorbereitungsarbeiten ... 282
1.1 Reinigungs- und Pflegemittel 283
1.2 Reinigungsgeräte und Arbeitsmittel ... 283
2 Servicetische/ Servicestationen ... 284
3 Herrichten von Tischen und Tafeln ... 284
3.1 Umgang mit Tisch- und Tafeltüchern ... 285
3.2 Einzeltische und Festtafeln .. 285
3.3 Mund- und Dekorationsserviette ... 287
3.4 Tisch- und Tafeldekoration . 289
3.5 Gedecke ... 290

LF 5: SERVICE IM RESTAURANT

RESTAURANT UND GAST ... 292

1 Komfort für alle Gäste inklusive ... 292
2 Persönlichkeiten sind vielfältig ... 293
3 Gästetypen verstehen und Bedürfnisse erkennen ... 294
3.1 Der Selbstbewusste ... 294
3.2 Der Neugierige ... 294
3.3 Der Zugewandte ... 295
3.4 Der Analytiker ... 296

GASTBEZOGENER SERVICE ... 297

1 Kassensysteme in der Gastronomie ... 297
1.1 Arten von Kassensystemen . 297
1.2 Rechtliche Vorgaben für Kassensysteme ... 298
1.3 Offene Ladenkasse ... 299
2 Beratungsgespräche vielfältig führen ... 299
2.1 Blickkontakt – Begrüßungen – Beziehung ... 300
2.2 Beratungen zu Speisen und Getränken ... 301
2.3 Servieren – Annoncieren ... 301
2.4 Feedback – Reklamation – Lösung ... 302
2.5 Gästerechnung – Bezahlvorgang – Quittung ... 303
2.6 Verabschiedungen – in Erinnerung bleiben ... 303
3 Kommunikationsstörungen mit Gästen lösen ... 304
4 Regelmäßig Feedback einholen und Rückläufe messen ... 306
5 Klassische Arten des Service ... 308
5.1 Tellerservice durchführen ... 308
5.2 Tragen, Einsetzen und Ausheben von Gedecken ... 310
5.3 Plattenservice ... 311

SERVICE VON GETRÄNKEN ... 312

1 Alkoholfreie Getränke ... 312
1.1 Klassische und moderne Wässer ... 312
1.2 Säfte und fruchtsafthaltige Getränke ... 314
1.3 Erfrischungsgetränke ... 315
1.4 Getränke-Schankanlagen .. 317
1.5 Alkoholfreie Mischgetränke 318
1.6 Kochen mit alkoholfreien Getränken ... 319
2 Kaffee ... 320
2.1 Kaffeeproduktion ... 320
2.2 Kaffee zubereiten ... 323
2.3 Kaffee und Kaffeespezialitäten servieren ... 325

3 Tee ... 327
3.1 Klassische Herstellung von Tee 327
3.2 Zubereiten von Tee ... 330
3.3 Teeähnliche Erzeugnisse ... 330
3.4 Zubereiten von teeähnlichen Spezialitäten ... 331
3.5 Service von Tee und teeähnlichen Getränken ... 332

4 Kakao/Schokoladengetränke ... 334
4.1 Verarbeitung der Kakaobohnen ... 334
4.2 Heiße Getränke aus der Kakaobohne ... 335

5 Bier ... 337

6 Wein ... 339
6.1 Rebsorten ... 339
6.2 Die Weinkennzeichnung ... 340
6.3 Qualität von Wein ... 340
6.4 Likörwein (Südwein) ... 341
6.5 Schaumwein ... 343

LF 6: SUPPEN UND SAUCEN

BRÜHEN ... 345

1 Grundbrühen ... 345
1.1 Brühen und Zutaten ... 345
1.2 Arbeitstechniken zur Herstellung von Grundbrühen ... 347

2 Helle Brühen ... 348

3 Dunkle Brühen ... 352

4 Extrakte ... 356

SUPPEN ... 357

1 Übersicht der Suppenarten 358

2 Klare Suppen ... 358
2.1 Kraftbrühen ... 358
2.2 Einlagen von Suppen ... 362

3 Gebundene Suppen ... 366
3.1 Rahmsuppen – Cremesuppen 367
3.2 Legierte Suppen – Samtsuppen ... 369
3.3 Püreesuppen ... 370
3.4 Gebundene braune Suppen 371
3.5 Gemüsesuppen ... 372

4 Sondergruppen ... 373
4.1 Regionale Suppen ... 373
4.2 Nationalsuppen ... 374
4.3 Getreidesuppen ... 375
4.4 Kalte Gemüsesuppen ... 376
4.5 Spezialsuppen/Exotische Suppen ... 376

SAUCEN ... 377

1 Bindemöglichkeiten von Saucen ... 377

2 Grundsaucen ... 378
2.1 Lagerung von Saucen ... 379
2.2 Braune Grundsaucen ... 379
2.3 Bratensauce/Jus ... 382
2.4 Weiße Grundsaucen ... 382
2.5 Béchamelsauce ... 384
2.6 Weiße Schaumsaucen ... 385

3 Gemüse-Grundsauce ... 385

4 Aufgeschlagene Saucen .. 386
4.1 Holländische Sauce / Béarner Sauce ... 386
4.2 Buttersauce ... 388

5 Kalte Saucen ... 389
5.1 Mayonnaise ... 389
5.2 Eigenständige kalte Saucen 391

6 Buttermischungen ... 392
6.1 Kalte Buttermischungen ... 392
6.2 Heiße Butter ... 393

7 Würzsaucen, Würzpasten, Dips ... 394
7.1 Chutney und Relish ... 394
7.2 Coulis ... 395
7.3 Dips ... 395

8 Merkmale und Anrichten von Saucen ... 397

LF 7: GERICHTE AUS FLEISCHTEILEN

GERICHTE AUS FLEISCH HERSTELLEN 398

1 Grundlagen ... 398
1.1 Kulturelle Aspekte ... 398
1.2 Nachhaltigkeit und Ethik ... 398
1.3 Fleisch in der Ernährung ... 399
1.4 Aufbau von Fleisch ... 399
1.5 Kategorien und Handelsklassen ... 400
1.6 Fleisch einkaufen und lagern 401

2 Einfache Fleischzubereitungen ... 402
2.1 Fleischzubereitungen für die Prüfung ... 402
2.2 Schlachtfleisch vorbereiten . 402
2.3 Teilstücke und Zubereitungen 403

3 Hackfleisch verarbeiten .. 411

4 Innereien verarbeiten ... 412

GERICHTE AUS GEFLÜGEL ... 414

1 Angebot von Geflügel ... 414
1.1 Farmgeflügel und frei lebende Vogelarten ... 414
1.2 Verkehrsbezeichnungen von Geflügel ... 415
1.3 Handelsklassen A und B ... 417
1.4 Angebotszustände und Haltbarkeit ... 417
1.5 Herrichtungsformen von ganzem Geflügel ... 417
1.6 Angaben bei verpacktem Geflügel ... 418
1.7 Freiwillig: Haltungsformen und Fütterung ... 418

2 Hygiene und Lagerung ... 419
2.1 Frischgeflügel fachgerecht behandeln ... 419
2.2 Tiefkühlgeflügel fachgerecht behandeln ... 419
2.3 Geflügel hygienisch vorbereiten ... 419

3 Küchentechnik ... 420
3.1 Geflügel vorbereiten und bridieren ... 420
3.2 Bardieren oder Einwickeln .. 420
3.3 Zerlegen in Teilstücke ... 420
3.4 Aufwendigere Vorbereitung von Geflügel ... 423
3.5 Hygiene und Sensorik ... 423
3.6 Geflügelbrustfleisch garen .. 424
3.7 Geflügelbeinfleisch garen .. 424

4 Garverfahren und Gerichte 424
4.1 Frittieren: Panierungen und Ausbackmassen 425
4.2 Geflügel sautieren 425
4.3 Grillen von ganzem Geflügel 426
4.4 Braten – im Ofen/im Kombidämpfer 426
4.5 Pfanne: Kurzbraten – im Ofen fertig garen 428
4.6 Niedrigtemperatur-Garen (NTG) 429
4.7 Pochieren 430
4.8 Schmoren 430
4.9 Poelieren 430
4.10 Dünsten 432
4.11 Sieden 432
4.12 Dämpfen 433
4.13 Sous-vide-Garen 433
4.14 Confieren 433

5 Geflügelgerichte präsentieren 434

6 Geflügel in der Ernährung 434

LF 8: GERICHTE AUS FISCH HERSTELLEN

GERICHTE AUS FISCH HERSTELLEN .. 435

1 Fisch 435
1.1 Grundwissen Fisch 435
1.2 Einteilung der Fische 437
1.3 Süßwasserfische 438
1.4 Salzwasserfische 439
1.5 Fisch im Handel 443
1.6 Nachhaltigkeit und Fisch ... 445
1.7 Kulturelle und religiöse Aspekte von Fisch 445
1.8 Ökonomie der Fischverarbeitung 445

2 Fisch zubereiten 446
2.1 Fisch garziehen und blausieden 446
2.2 Fische sous vide garen 446
2.3 Fische dämpfen 447
2.4 Fische dünsten 447
2.5 Fische braten 448
2.6 Fische frittieren 449
2.7 Fische backen 449
2.8 Fische grillen 449

LF 9: PFLANZLICHE ROHSTOFFE UND PILZE

PFLANZLICHE ROHSTOFFE UND PILZE 450

1 Körner – Getreide und andere Samen 450
1.1 Der Aufbau des Getreidekorns 450
1.2 Lagerung von Getreide 450
1.3 Übersicht: Brot- und sonstige Getreide 451
1.4 Bedeutung der Getreide für die Ernährung 452
1.5 Vom Korn zum Mehl – Vermahlung von Getreide .. 453
1.6 Backwaren 455
1.7 Weitere Getreideerzeugnisse 459
1.8 Verarbeitung von Getreide in der Küche 459
1.9 Pseudo-Getreide und deren Verwendung 460
1.10 Ölsaaten und weitere Körner 461

2 Vegetarische Speisen 462
2.1 Motivation zur Ernährung auf der Basis von Pflanzen 462
2.2 Vegetarische Ersatzprodukte im Handel 464
2.3 Umdenken und umsteigen: nachhaltig pflanzlich einkaufen . 464
2.4 Gewürze in der veganen Küche 472
2.5 Vegane Rezepte 475

3 Pilze 478
3.1 Bedeutung von Pilzen in der Gastronomie 478
3.2 Angebot und Qualität 478
3.3 Lagern und Verarbeiten von Pilzen 483
3.4 Garen von frischen Pilzen .. 485
3.5 Speisen mit Pilzen 487
3.6 Pilze in der Ernährung 489

LF 10: SÜSSSPEISEN HERSTELLEN UND PRÄSENTIEREN

SÜSSSPEISEN: ZUTATEN UND PRODUKTE 490

1 Milch 490
1.1 Milch-Erzeugnisse 492
1.2 Weitere Milch-Erzeugnisse .. 494
1.3 Milch-Ersatzprodukte auf pflanzlicher Basis 495

2 Käse 496
2.1 Frischkäse 497
2.2 Weichkäse 498
2.3 Halbfester Schnittkäse 498
2.4 Schnittkäse 499
2.5 Hartkäse 499
2.6 Sauermilchkäse 500
2.7 Fett in Trockenmasse 500
2.8 Lagerung 501
2.9 Käse präsentieren 501

3 Spirituosen 502
3.1 Liköre 502
3.2 Brände und Geiste 502
3.3 Aromatisierte Spirituosen .. 504

OBST VERARBEITEN 505

1 Obst 505
1.1 Bedeutung für die Ernährung 505
1.2 Fruchtige Vielfalt – Einteilung und Arten 505
1.3 Angebotsformen 514

2 Fruchtspeisen 516
2.1 Fruchtspeisen von rohen Früchten 516
2.2 Fruchtspeisen aus gegarten Früchten 517

SÜSSSPEISEN HERSTELLEN 518

1 Cremespeisen 518
1.1 Gestalten der Konsistenz – Gelier- und Bindemittel 518
1.2 Schlagsahne 519
1.3 Cremes mit Eier- und Gelatinebindung 521
1.4 Cremes mit Eierbindung ... 526
1.5 Cremes mit Stärkebindung . 528

2 Pfannkuchen 529

3 Puddinge 530

4 Aufläufe/Soufflés 532

5 Flammeris 532

6 Gelee 533

7 Süße Saucen 534
7.1 Fruchtsaucen 534
7.2 Cremesaucen 535

ANRICHTEN UND PRÄSENTIEREN ... 538

1 Planung 538
1.1 Auswahl der Bestandteile .. 538
1.2 Wahl des Anrichtegeschirrs 540

2 Gestaltung von Tellern und Gläsern 541
2.1 Gestaltung von Tellern 541
2.2 Gestaltung von Gläsern 542

3 Gestalten von vorgefertigtem Speiseeis 544

LF 11: SPEISEEIS, BACKWAREN, PRODUKTE

SPEISEEIS UND BACKWAREN ALS DESSERT 546

1 Speiseeis/Eisspeisen 546
1.1 Bezeichnung für Speiseeis . 546
1.2 Hygiene 546
1.3 Herstellung von Speiseeis .. 547

2 Gebäcke: Grundlagen Teige und Massen 550
2.1 Das Prinzip von Teigen und Massen 551
2.2 Lockerung von Teigen und Massen 551
2.3 Grundtechniken bei Teigen . 551
2.4 Grundtechniken bei Massen 552
2.5 Teige und Massen – Convenience-Produkte 553

3 Teige 553
3.1 Blätterteig 553
3.2 Hefefeinteig 554
3.3 Mürbeteig 556
3.4 Strudelteig 558

4 Massen 559
4.1 Schaummasse (Baisermasse) 559
4.2 Hippenmasse 559
4.3 Ausbackmasse 560
4.4 Sandmasse 561
4.5 Biskuitmasse 562
4.6 Brandmasse 563

5 Glasuren/Überzüge 564
5.1 Zuckerhaltige Glasuren 565
5.2 Kakaohaltige Glasuren 565

6 Desserts anrichten 567

LF 12: SPEISENANGEBOTE FÜR VERANSTALTUNGEN

PLANUNG EINER VERANSTALTUNG .. 568

1 Beratungsgespräche 568
1.1 Gästegruppen 568
1.2 Beratungsgespräche als Verkaufsgespräche 568
1.3 Phasen eines Verkaufsgespräches 569
1.4 Regeln zur Gesprächsführung 571
1.5 Function-Sheet 572

2 Aufbau eines Menüs 574
2.1 Umfang eines Menüs 574
2.2 Zusammenstellung von Speisenfolgen: gastorientiert planen 575

3 Gestaltung der Speisekarte 577
3.1 Kennzeichnungen in Speisekarten 577
3.2 Inhalte der Speisekarte 577
3.3 Sprachliche Gestaltung 579
3.4 Rechtschreibung auf der Speisekarte 580
3.5 Regionale Bezüge 581
3.6 Karten für Extraessen 581
3.7 Rechtliche Bestimmungen .. 582

4 Preise kalkulieren 584
4.1 Begriffe zur Kalkulation 584
4.2 Zuschlagskalkulation 584
4.3 Gesamtzuschlag und Kalkulationsfaktor 587
4.4 Rückkalkulation 588
4.5 Deckungsbeitragsrechnung 589

SCHLACHTFLEISCH VERARBEITEN UND ANBIETEN 590

1 Fleisch verarbeiten 590
1.1 Schlachtung 590
1.2 Fleischuntersuchung und Nachverfolgung 590
1.3 Fleischreifung 591
1.4 Nose to Tail – ganze Tiere verarbeiten 593
1.5 Schaf 594
1.6 Schwein 595
1.7 Kalb 596
1.8 Rind 597
1.9 Fleisch grillen 599
1.10 Fleisch schmoren 601
1.11 Verluste berechnen 602

2 Zerlegen und Zubereiten der Fleischteile 603
2.1 Verarbeiten von Nacken/Kamm am Beispiel Schwein 603
2.2 Verarbeiten der Schulter am Beispiel Lamm 604
2.3 Verarbeiten von Brust und Bauch 606
2.4 Verarbeiten vom Rücken am Beispiel Rind 607
2.5 Verarbeiten einer Keule am Beispiel Kalb 611
2.6 Verarbeiten von Haxen am Beispiel Lamm 613
2.7 Verarbeiten von Ochsenschwanz 615
2.8 Verwendung von Knochen . 615
2.9 Verarbeitungsfleisch nutzen 615

3 Kaninchen und Farmwild 616
3.1 Zuchtkaninchen 616
3.2 Strauß 617

4 Haltbarmachung und Herstellung von Fleisch- und Wurstwaren 618
4.1 Haltbarmachung 618
4.2 Herstellung von Fleisch- und Wurstwaren 620

FREI LEBENDES WILD UND WILDGEFLÜGEL 622

1 Angebot Wild und Wildgeflügel 622
1.1 Bedeutung von Wild in der Gästeberatung 622
1.2 Arten von frei lebendem Wild 622
1.3 Schonzeiten 625
1.4 Lebens-, Haltungs- und Angebotsformen 625
1.5 Abgabe von Wildbret 626
1.6 Hygiene, Lagerung und Arbeitssicherheit 626

2 Wild und Wildgeflügel zerwirken und verwenden 627
2.1 Schalenwild 627
2.2 Hasen und Kaninchen 629
2.3 Wildgeflügel 631

3 Wild und Wildgeflügel zubereiten 632
3.1 Vorbereitung von Wildbret . 632
3.2 Garen von Wildbret 634
3.3 Herstellen von Gerichten aus Wild 637
3.4 Präsentieren bei einer Veranstaltung 641
3.5 Ernährungsphysiologische Aspekte 641

VERANSTALTUNGEN VEGETARISCH PLANEN 642

1 Vorbereitung auf vegetarische Wünsche des Veranstalters 642

2 Vegane Speisen herstellen und präsentieren 643
2.1 Vegane Amuse bouche und kalte Vorspeisen oder Flying Buffets 644
2.2 Vegane Suppen 646
2.3 Warme Vorspeisen 647
2.4 Zwischengerichte 647
2.5 Sorbets und Granités 649
2.6 Hauptgänge 649
2.7 Desserts 652
2.8 Pikant-fruchtiges Menüfinale 654
2.9 Zum Kaffee 655
2.10 Veganes Grillgut 655
2.11 Vegane korrespondierende Getränke 655

LF 13: BUFFETS MIT FISCH UND MEERESFRÜCHTEN

MEERESFRÜCHTE FÜR BUFFETS 656

1 Meeresfrüchte: Überblick 656
1.1 Lebensräume: Fang, Aufzucht und Ernte 656
1.2 Angebotsformen und Lagerung 657
1.3 Lebende Meeresfrüchte garen 659
1.4 Garverfahren für Meeresfrüchte 659

2 Krebstiere 659
2.1 Hummer und Langusten . . . 659
2.2 Flusskrebse 663
2.3 Kaisergranate und Garnelen 663
2.4 Königskrabben 666
2.5 Taschenkrebse 666

3 Weichtiere für Buffets . . . 667
3.1 Tintenfische: Sepia, Kalmar, Oktopus 667
3.2 Muscheln (allgemein) 669
3.3 Kammmuscheln 670
3.4 Austern 671
3.5 Miesmuscheln – Pfahlmuscheln 675
3.6 Schnecken 677

4 Fisch-Erzeugnisse und Algen 678
4.1 Surimi 678
4.2 Kaviar 679
4.3 Algen 680
4.4 Meeresgemüse 680

5 Zubereitungen für Buffets 681
5.1 Herausforderungen 681
5.2 Speisen 681
5.3 Basisrezepturen mit Meeresfrüchten 683
5.4 Beratungsmöglichkeiten am Buffet 685
5.5 Produkte aus dem Meer in der Ernährung 685

FISCH FÜR BUFFETS 686

1 Fische vorbereiten 686
1.1 Rundfische vorbereiten 686
1.2 Plattfische vorbereiten 687

2 Kalte Bestandteile zubereiten 688
2.1 Farcen 688
2.2 Gelee 689
2.3 Räuchern von Fisch 690
2.4 Beizen von Fisch 692
2.5 Weitere Beispiele – Bestandteile von Buffets 695

3 Cocktails und Salate 697

4 Für Fingerfood geeignet . 698

5 Präsentieren am Buffet . . 700
5.1 Vorbereitende Arbeiten 700
5.2 Anrichten und Gestalten von Buffetplatten 701

BUFFETS PLANEN UND ORGANISIEREN 702

1 Buffets 702
1.1 Buffets verkaufen 702
1.2 Buffetservice planen 703

2 Die Buffettafel 703
2.1 Buffets strukturieren 703
2.2 Platzieren der Speisen auf dem Buffet 704

3 Buffet organisieren 707
3.1 Planung im Service 707
3.2 Planung in der Küche 708
3.3 Bestelllisten erstellen 708
3.4 Checklisten erstellen 709
3.5 Aufbau einer Buffettafel . . . 710

PROJEKTAUFGABE 711
Buffets mit Fisch und Meeresfrüchten herstellen 711

LF 14: AKTIONSWOCHE ORGANISIEREN UND BEURTEILEN

AKTIONSWOCHE: PLANUNG BIS AUSWERTUNG 712

1 Aktionen in der Gastronomie 712

2 Aktionswochen: Die Menschen im Team . . 713

3 Aktionswochen verkaufen: Die Instrumente 714
3.1 Verkaufsförderung: Das AIDA-Prinzip 714
3.2 Aktionswochen im Tages- und Wochenverlauf 715
3.3 Wirksamkeit analoger und digitaler Werbemittel im Vergleich 715
3.4 Verkaufsfördernde Angebotskarten 718
3.5 Grafische Möglichkeiten von Angebotskarten 719
3.6 Gestaltung digitaler Aktionskarten und Speisekarten . . . 720
3.7 Wirkung digitaler und analoger Angebotskarten im Vergleich 720

4 Planungen und betriebswirtschaftliche Auswertung . . 721
4.1 Den Wareneinsatz planen . . 721
4.2 Bestellungen planen und ausführen 722
4.3 Den Personaleinsatz planen 723
4.4 Den Verkaufspreis ermitteln 724
4.5 Den Erfolg einzelner Gerichte betriebswirtschaftlich auswerten 728
4.6 Den Erfolg von Veranstaltungen und anderen Anlässen betriebswirtschaftlich auswerten . . . 730

5 Weitere Auswertungen nach einer Aktion 732
5.1 Gründe für den Aufwand einer Auswertung 732
5.2 Analoge und digitale Feedback-Instrumente: Vorteile für Gastronomen im Vergleich . 733
5.3 Ein Dankeschön für die aufgewendete Zeit des Gastes 733

AKTIONSWOCHE: LANDESTYPISCHE GERICHTE 734

1 Deutsche Küche und regionale Produkte 734
1.1 Regionale Produkte 734
1.2 Regionale Küche und Speisen 736

2 Internationale Küche 740
2.1 Afrikanische Küche 741
2.2 Amerikanische Küche 742
2.3 Europäische Küche 744
2.4 Asiatische Küche 751

SACHWORTVERZEICHNIS 753

BILDQUELLEN 773



1 Kochen und Kochkunst

Wer gut kochen konnte, arbeitete bis im späten 18. Jahrhundert für Adlige. Die hochwertigen Speisen dieser **Haute Cuisine** („hohe Kochkunst") unterschieden sich deutlich von der gutbürgerlichen Küche in Schänken und Wirtshäusern. Mit der französischen Revolution 1789 in Frankreich wurden viele Köche von Adligen arbeitslos:
Sie gründeten **eigene Restaurants** (*siehe auch S. 14*) und führten den Gedanken der Haute Cuisine fort: hochwertige Zutaten, professionelles Handwerk, kreative, besondere Gerichte.

In der ersten Hälfte des 20. Jahrhunderts hatten viele Menschen in Deutschland nicht genug zu essen. Die **industrielle Produktion von Lebensmitteln** wurde immer wichtiger, um Menschen zu versorgen.

Nach dem 2. Weltkrieg ging es den Menschen besser – oft zu gut: Eine „Fresswelle" ging durch Deutschland. Essen sollte einfach sein und sättigen – *Convenience-Food* gewann an Bedeutung (*siehe Seite 135*).
Eine Antwort darauf gab Anfang der 1970er-Jahre die **Nouvelle Cuisine** („neue Küche"): Gerichte sollten leichter und einfacher werden, der Eigengeschmack der Zutaten und gesunde Ernährung wurden wichtiger, ebenso frische und regionale Erzeugnisse.



Filet, Gänsestopfleber, Trüffel – hochwertig und übersichtlich

Spätestens in den 1980er-Jahren wurde die Küche immer weltoffener: Gerichte aus anderen Ländern wurden auch in Deutschland populär. In der Gastronomie verschwanden die Grenzen der Länderküchen mit dem Crossover der **Fusionsküche**. Gleichzeitig aßen immer mehr Menschen gesundheitsbewusst (*siehe Seite 77*) – Light-Gerichte kamen in Mode.

In den 1990er-Jahren wurde mit der **Modernistischen Küche** viel experimentiert. Zudem wurden natürliche Zutaten und regionale Küche immer wichtiger. Die Sinnes-Empfindungen rückten beim Essen ins Zentrum.



Modernistische Küche: Kirsch-Kaviar und Espuma

Mit Beginn des neuen Jahrtausends wurde Essen zum **Lifestyle** (Lebensgefühl): Sushi statt Fischbrötchen, Baristakaffee statt Filterkaffee. In den 2010er-Jahren waren Superfoods angesagt – Regionalität gewann noch mehr an Bedeutung. Folglich wird in den 2020er-Jahren die Verbindung von Essen und Emotion in der Gastronomie immer wichtiger.

Impuls: Was ist mit diesen Zitaten und Aussagen gemeint? Aus welcher Zeit des Kochens stammen sie?

„Sag mir, was du isst, und ich sage dir, wer du bist."
Jean-Anthelme Brillat-Savarin (1755–1826)

„Viele Menschen haben das Essen verlernt, sie können nur noch schlucken."
Paul Bocuse (1926–2018)

„Aber ich glaube, dass Koch-Grundkenntnisse eine Tugend sind, und dass die Fähigkeit, sich selbst und andere angemessen zu ernähren, jedem […] beigebracht werden sollte."
Anthony Bourdain (1956–2018)

„Ich koche eher theoretisch als praktisch. Meine Arbeit ist kreativ – und in meiner Küche ist der größte Teil meiner Kreativität theoretisch."
Ferran Adriá (geb. 1962)

„Machen Sie einen Ausflug in den Wald und erleben Sie, wie großartig es ist: Sie gehen auf die Knie, zupfen ihr eigenes Essen, nehmen es mit nach Hause – und essen es."
René Redzepi (geb. 1977)

2 Gastgewerbe gestern und heute

Als Gastgeber geben wir den Gästen, was sie für ihre Bedürfnisse brauchen: gutes Essen, saubere Zimmer usw. Wir müssen auf die Gäste eingehen – nicht umgekehrt.

Vor vielen hundert Jahren spielte sich das Leben der meisten Menschen am Wohnort ab. Dort lebte man, schlief, aß und trank. Mit zunehmendem Handel waren die Menschen mehr unterwegs – sie verließen die sichere Umgebung ihres Heims. **In der Fremde** waren Menschen darauf angewiesen, dass andere ihnen einen Schlafplatz, Essen und Trinken anboten. So entwickelte sich schrittweise das Prinzip der **Gastfreundschaft**. Wer anderen half, konnte auch selbst Hilfe in Anspruch nehmen. Ab dem Mittelalter waren immer mehr Menschen auf Reisen. Private Unterkünfte reichten nicht mehr aus, um diese Bedürfnisse nach einem Schlafplatz sowie nach Essen und Trinken zu decken. Erste **gewerbliche Herbergen und Gasthäuser** entstanden. Im selben Maße, wie sich die Bedürfnisse der Menschen veränderten, entwickelten sich auch gastgewerbliche Betriebe weiter.

Im Wandel der Zeit
Die Leistungen des Gastgewerbes stehen heute mehr denn je in der Öffentlichkeit. Fotos angerichteter Teller werden ebenso schnell in sozialen Medien verbreitet wie positive oder negative Bewertungen.

Das Gastgewerbe gehört heute zum **Dienstleistungs-Sektor** der Wirtschaft. Als Mitarbeiter sind wir Gastgeber, die den Gästen dienen. Um zu verstehen, was die Gäste wünschen, müssen wir ihre **Bedürfnisse** kennen und verstehen. Den elementaren Bedürfnissen Essen, Trinken und Schlafen entsprechen die Angebote **Bewirtung** und **Beherbergung** mit Betriebsarten wie Restaurant und Hotel. Die Wünsche der Gäste sind aber z. B. auch Entspannung und Ruhe, Freude und Vergnügen, Abwechslung und Kultur. So werden bis heute vielfältige gastronomische Angebote entwickelt: Als zu den Zeiten von Corona keine Gäste in die Gastronomiebetriebe kamen, entwickelten viele Betriebe Liefer-Angebote und auch eigene Convenience-Produkte.



Modernes Restaurant – ein Bewirtungs-Betrieb

2.1 Bewirtungs-Betriebe

Das klassische Bild eines Bewirtungs-Betriebs ist das **Restaurant**. Vom einfachen Lokal bis hin zur gehobenen Gastronomie bieten Restaurants eine größere Auswahl von Speisen und Getränken in ansprechendem Ambiente an. Einfachen Ansprüchen an Speisen und Getränke werden meist traditionell **Gasthäuser** auf dem Land gerecht. **Cafés** und **Bistros** bieten in Städten eine kleine, aber ansprechende Auswahl an Speisen und Getränken und einen Raum zur Begegnung. Menschen sind heute zunehmend unterwegs und haben den Wunsch, nur eine Kleinigkeit zu essen oder Essen und Getränke zum Mitnehmen, also „to go", angeboten zu bekommen. Diese Bedürfnisse erfüllen z. B. **Imbisse**.
Zu Hause angekommen, bleibt für immer mehr Menschen die Küche kalt („Cocooning") – das Essen kommt durch den Bringdienst und von anderem **Catering-Betrieben** ins Haus (*siehe Seite 20*).



Modernes Hotel – ein Beherbergungs-Betrieb

2.2 Beherbergungs-Betriebe

Eine Herberge reicht den meisten Reisenden schon lange nicht mehr. Der klassische Beherbergungs-Betrieb ist das Hotel: Hotels bieten eine größere Anzahl an Zimmern. Diese genügen meist gehobenen Ansprüchen. Hotels sind auch auf die Bewirtung der Hausgäste eingestellt.

Das Hotelrestaurant ist offen für Gäste von außen. Wellness-Hotels erfüllen die Bedürfnisse nach gepflegtem Wohlbefinden – Sport-Hotels eignen sich für entspannende Aktivitäten. So unterschiedlich wie die Bedürfnisse der Gäste sind auch die Hotelbetriebe:

- **Hotel garni** bezeichnet ein Hotel, das zur Bewirtung lediglich Frühstück und evtl. kalte Speisen anbietet.
- **Motels** bieten Übernachtungen in der Nähe von Fernstraßen für Reisende an.
- **Gasthöfe** sind meist in ländlichen Gebieten. Sie haben eine geringe Anzahl Betten und sind auf einfache Ansprüche ausgerichtet.
- **Pensionen** bewirten nur Hausgäste, die meist für mehrere Tage oder Wochen dort zu Gast sind.

2.3 Individual-Gastronomie und Systemgastronomie

Individual-Gastronomie: Klassische Gastronomiebetriebe werden meist vom Inhaber geführt. Dieser bestimmt das Angebot und prägt das Erscheinungsbild des Betriebes. Der Inhaber fällt Entscheidungen, trägt aber auch das unternehmerische Risiko. Manche Gastronomen führen mehrere Häuser. Diese werden dann zentral geführt und ein Konzept wird dann auf die einzelnen Häuser übertragen. So entstehen **Gastronomie-Ketten**.

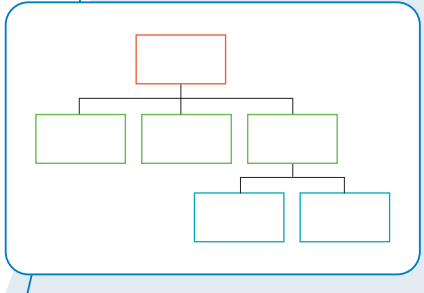
Systemgastronomie und Systemhotellerie sind eine Weiterentwicklung solcher Ketten. Das Besondere an der Systemgastronomie/Systemhotellerie ist: Angebot und Organisation folgen einem einheitlichen Konzept: Die Unternehmen verfolgen bei allen Betrieben eine **Corporate Identity** (*siehe Seite 714*), ein wiedererkennbares, gleiches Erscheinungsbild. Dem Gast wird in jeder Filiale derselben Marke die gleiche Produktpalette in der immer gleichen Qualität angeboten.



Viele Fast-Food-Betriebe gehören zur Systemgastronomie

Viele der großen „Global Player" vermarkten ihre Konzepte nach dem **Franchise-Prinzip**: Ein Unternehmer (Franchisegeber) hat ein erfolgreiches Konzept entwickelt. Dieses kann von einem Gastronomen (Franchise-Nehmer) gegen eine Gebühr genutzt werden. Der Franchisenehmer darf die Marke für seinen Betrieb verwenden. Mitarbeitende werden vom Franchisegeber geschult, sie müssen sich dabei an Vorgaben halten (z. B. zum **Corporate Behavior** – *siehe Seite 300*). Der Franchisenehmer muss meist dort einkaufen, wo es der Franchisegeber vorgibt. Der Franchisenehmer ist stark abhängig – er trägt aber auch ein geringeres Risiko und kann von einer bekannten Marke profitieren.

2.4 Organisations-Struktur in der Gastronomie



Wie ein Betrieb aufgebaut ist (die **Organi**sations-Struktur), kann man grafisch (wie ein Dia**gramm**) darstellen. Diese Darstellung heißt **Organigramm**. Linien und Pfeile zeigen die Hierarchie im Betrieb: Wer kann wem Anweisungen geben, wer ist Ansprechpartner: Die Geschäftsführung gibt z. B. dem Küchenchef Anweisungen. Dieser gibt die Anweisungen weiter an andere Köche/Ausbilder, diese weisen Auszubildende an. Für den Auszubildenden ist der Ausbilder direkter Ansprechpartner.

Aufbau von Restaurant und Hotel

Restaurants bieten Speisen und Getränke an (**Verpflegung**). Daraus ergeben sich viele Aufgaben – diese werden in verschiedenen Abteilungen ausgeführt.

In einem Hotel geht es zusätzlich um die Übernachtungen der Gäste (**Beherbergung**). Hieraus ergeben sich weitere Aufgaben und Abteilungen

Die Leitung für den Betrieb (Geschäftsführung)

trägt die Verantwortung und führt die Geschäfte – die Leitungsebene ist der Kopf des Hauses.

Büroarbeiten (z. B. Rechnungen bezahlen, Arbeitsverträge schreiben) übernimmt die **Verwaltung**.

Speisen werden in der **Küche** vorbereitet und zubereitet.	Im **Gastraum (Restaurant)** werden die Gäste empfangen und bedient.
Alle Einkäufe werden im **Magazin (Lager)** organisiert.	Die **Haustechnik** kümmert sich um Maschinen und Geräte.

Der **Empfang** (Rezeption) bearbeitet Zimmerbuchungen, empfängt und betreut die Gäste während des Aufenthaltes.

Der **Wirtschaftsdienst** (Housekeeping) pflegt, reinigt und gestaltet Gasträume und Hotelzimmer.

Die **Verkaufs-Abteilung** sorgt für den Absatz aller Leistungen – wie Tagungen, Wellness-Angebote und Feiern.

Die ausführende Ebene füllt das Haus mit Leben.

- Front of House: Bereiche mit direktem Gästekontakt, z. B. Restaurant
- Back of House: Bereiche ohne direkten Gästekontakt, z. B. Küche oder das Back-Office

Impuls: Recherchieren Sie das Leitbild Ihres Betriebes. Wie werden die Werte aus dem Leitbild konkret gelebt?

Wertschätzung ist vielen Mitarbeitenden sehr wichtig! „Danke für Ihre gute Arbeit heute!" ist vielen mehr wert als ein kleiner Anteil am Trinkgeld.

Diese Aufgaben und Abteilungen gibt es so ähnlich auch in anderen Betriebsarten wie in einem Bistro oder in einem Gasthof. In kleinen Betrieben übernehmen einzelne Personen mehrere Aufgaben: Dann organisieren z. B. der Küchenchef und der Restaurantleiter ihren Einkauf selbst. Der Inhaber leitet den Betrieb und ist auch verantwortlich für die Verwaltung. In größeren Betrieben sind einzelne Abteilungen noch weiter unterteilt (*siehe Seite 25*). Große Hotels werden oft nach dem amerikanischen System organisiert. Auch in Deutschland gibt es daher viele englische Begriffe in einem Hotel.

Leitbild

Die einzelnen **Ziele eines Gastronomiebetriebes** werden häufig in einem Leitbild zusammengefasst (*siehe auch Seite 32*).

Im **Leitbild** findet man Grundsätze, **wie ein Betrieb arbeiten will** – nach innen wie nach außen: Die Mitarbeitenden sollen alle „an einem Strang ziehen". Vereinbarte Werte und Regeln schaffen ein Gemeinschaftsgefühl (Identifikation mit dem Betrieb) – das soll Mitarbeitende motivieren. Das Leitbild ist Teil der Corporate Identity (*siehe Seite 714*). Häufig verwendete Adjektive **im Umgang miteinander** sind *wertschätzend, vertrauensvoll, motivierend, fair, respektvoll, tolerant, unkonventionell*. Die Gäste erfahren im Leitbild, **wofür ein Hotel oder Restaurant steht**. Sind Gästen Werte wie Umweltschutz wichtig, suchen sie eher Betriebe, die Umweltschutz nach außen als wichtig darstellen. Über das Leitbild wird ein positives Bild des Betriebes vermittelt. Häufig verwendete Adjektive, **um sich nach außen darzustellen**, sind *persönlich, familiär, umweltbewusst, innovativ, fortschrittlich, leidenschaftlich*.

2.5 Leistungen im Gastgewerbe

Gastronomische Leistungen sind weit mehr als die Angebote von Hotels und Restaurants. Der Betrieb muss fortwährend überlegen: **Welchen Bedarf meiner Gäste kann ich durch meine Leistungen erfüllen? Welche Gästegruppen kann ich mit welchem Angebot erreichen?** Die Summe aller Angebote in einem Betrieb heißt **Leistungs-Spektrum**.

Betrieb und Kunden

Die **Bedürfnisse der Gäste** verändern sich ständig – vom Hype bis zum Dauertrend. Gleichzeitig verändert sich das Arbeiten im Gastgewerbe, z. B. durch Serviceroboter, moderne Küchentechnik oder künstliche Intelligenz. Gastronomen müssen immer wieder hinterfragen:

- Wird ein Trend bleiben oder schnell vergehen?
- Passt es zu meinem Leitbild und zu meinen Gästen, wenn ich den Trend mitgehe?
- Verändern moderne Verfahren das Arbeiten im Betrieb?

Hype = kurzfristige Nachfrage
Trend = mittelfristige Bewegung
Dauertrend = langfristige Entwicklung

Gastronomische Angebote können auf verschiedenen Wegen verkauft werden. Diese Möglichkeiten werden auch **Absatzwege** genannt:



Catering | Lieferservice | Restaurant | Tagungsverpflegung

Leistungen, die **im Haus verkauft** werden, sind u. a. das klassische À-la-carte-Geschäft, aber auch Events wie Private Dining oder ein Krimi-Dinner. Im Haus werden auch Bankette durchgeführt sowie Tagungen oder Kochkurse mit Gästen. Auch die **Gemeinschafts-Verpflegung** gehört zum Inhouse-Absatz. Der Service kann bei diesen Leistungen sehr unterschiedlich sein – vom einfachen Tresen zur Selbstbedienung über Pager-Systeme mit Bestellcounter über Buffets bis zum aufwendigen Restaurantservice.



Das Pager-System informiert den Gast bei Semi-Service

Home-Delivery-Absatz

Während der Coronazeit konnten Gäste nicht ins Restaurant kommen – also lieferte der Gastronom zum Gast nach Hause. Corona ging – Veränderungen in der Gesellschaft blieben, etwa geänderte Arbeitsmodelle (Homeoffice) oder geänderte Familienstrukturen (z. B. Single-Haushalte, in denen weniger gekocht wird). Heute liefert nicht nur der **Partyservice** nach Hause – **Bringdienste** bieten fertige warme und kalte Gerichte zum sofortigen Verzehr. Für das Erhitzen zu Hause werden Sous-vide-Gerichte angeboten: hochwertige Speisen im Kochbeutel.

Wer nur etwas kochen möchte, kann **Zubereitungs-Boxen** nutzen: Dabei werden verschiedene Speisen wie Bausteine in unterschiedlichen Bearbeitungsstufen zusammengestellt. Diese können mithilfe der Anleitung **zu Hause** zubereitet werden – oder im Rahmen von **Live-Cooking-Events**.



Food-Court

Take-away-Absatz

In Bahnhöfen, Flughäfen und Einkaufszentren erzeugen gastronomische Angebote zunehmend das Bild eines Marktplatzes: Verschiedene Betriebe schließen sich zu einem **Verbund** zusammen. Die meist systemgastronomischen Betriebe bieten professionell verpackte Speisen und Getränke zum Mitnehmen an (**Food-Court-Konzepte**). In großen Kaufhäusern und Lebensmittelmärkten wird durch hochwertige, oft regionale Angebote das Bild von Marktständen geschaffen (**Food-Hall-Konzepte**). In originellen Verkaufsfahrzeugen oder Ständen wird **Streetfood** angeboten. Das geschieht meist bei Streetfood-Festivals. Diese haben oft einen Schwerpunkt – etwa Speisen vom Grill, Ethno-Küche oder Vegetarisches.

Manufaktur-Produkte

Es kann sinnvoll sein, **hausgemachte Produkte in größeren Mengen herzustellen und selbst zu vermarkten**. Besonders geeignet sind haltbares Gebäck wie Kekse, Stollen, Zwieback oder Schüttelbrot sowie Pralinen, Schokolade, Likör, Aufstrich, Essig oder Öl. Auch Saucen, Schmorgerichte, Salate, Kuchen und Desserts in Twist-offs, Weckgläsern oder Sous-vide-Beuteln sind geeignet. **Corporate Candys** können schöne Mitbringsel für die Daheimgebliebenen sein. Diese Kreationen können direkt vermarktet werden. Sie lassen den Gast das Geschmackserlebnis über den gastronomischen Aufenthalt hinaus wiederholen. Die Vermarktung über eine eigene Homepage oder in Feinkostläden ist denkbar, falls die betriebliche Struktur, die Bekanntheit des Betriebes und die Logistik dies erlauben.

Die Manufaktur-Produkte können direkt, im Internetshop oder im Marketingverbund mit anderen Betrieben verkauft werden. Kennzeichnungsvorschriften sind dabei zu beachten.



Rheinische Genusskultur: Kooperation bei Manufaktur-Produkten

Im Folgenden werden Gastronomie-Leistungen genauer erklärt:

À-la-carte-Geschäft

Das klassische Restaurant-Geschäft – Essen „nach der Karte“: Die Gäste reservieren vorher einen Tisch – oder kommen einfach so ins Lokal. Dann wählen sie Speisen und Getränke spontan aus der Karte (**à la carte**). Speisen und Getränke werden erst dann zubereitet, nachdem sie bestellt wurden. Das Servieren läuft oft in mehreren Gängen.



Küchen-Bon einer À-la-carte-Bestellung

Für das Restaurant bedeutet das: gute Vorbereitung (= **Mise-en-Place**) und hohe Flexibilität (z. B. bei Sonderwünschen) sind notwendig! Man weiß nie, wie viele Gäste kommen und was sie bestellen werden. Wartezeiten sollen trotzdem kurz sein und können mit einem **Amouse bouche** (Gruß aus der Küche) angenehmer werden. Küche und Service müssen auf Unverträglichkeiten von Gästen reagieren (*siehe Seite 79*), Speisen für Fleischesser und Veganer anbieten und flexibel sein, wenn ein Gast z. B. Bratkartoffeln statt Pommes frites essen möchte.

Bankett

Das Wort **Bankett** ist französisch für „Festmahl". Anlässe für Bankette sind z. B. Familienfeiern, politische Empfänge oder auch Betriebsfeiern. An einem Bankett nehmen meistens sehr viele Gäste teil, alle wollen möglichst gleichzeitig bewirtet werden. Dazu wird vor dem Bankett **mit dem Gastgeber geplant**. Das ist die Aufgabe der **Bankett-Abteilung**. Diese Abteilung plant auch Tagungen, Seminare oder Konferenzen und heißt deshalb auch **Veranstaltungs-Abteilung**. Anlass, Zahl der Gäste, Speisen, Getränke, Dekoration, Musik, Zeitplan u. a. werden besprochen. Diese Informationen werden für den Betrieb in eine **Veranstaltungs-Übersicht** geschrieben (= **Function-Sheet** – *siehe Seite 572*). Das Function-Sheet wird dann an alle beteiligten Abteilungen gegeben.

So können alle Abteilungen **gut planen** – auch die Küche: Welche Speisen müssen wir in welcher Menge und wann fertig haben? Welche Besonderheiten müssen wir berücksichtigen? Alle Lebensmittel werden rechtzeitig bestellt und Speisen können gezielt vorbereitet werden. Am Schluss kann es **dennoch stressig** werden: Viele gleiche Speisen müssen **schnell und zeitgleich** zum Gast. Das kann in Form eines Menüs oder eines Buffets sein. Bankette und andere Veranstaltungen können gut kalkuliert und mit Gewinn verkauft werden (*siehe Seiten 725 und 584*).



Festsaal bei einem Bankett

Impuls:
1. Beschreiben Sie die verschiedenen Gastronomie-Leistungen in eigenen Worten.
2. Erklären Sie den Ablauf.
3. Welche Besonderheiten gibt es bei den Leistungen?

Event-Gastronomie

Die Verbindung von Gastronomie-Leistungen mit einem Erlebnis heißt **Erlebnis-Gastronomie** (auch **Event-Gastronomie**). Event-Gastronomie findet an bestimmten Plätzen zu einer bestimmten Zeit und zu einem bestimmten Anlass statt. Die Planung ist hierauf ausgerichtet. Dabei müssen die **Besonderheiten des Events** berücksichtigt werden: Zu welcher Zeit im Programm muss was serviert werden? Welche Speisen und Getränke passen zum Event und den Gästen? ***Beispiele*** für Events:

- **Vorführungen** wie Varieté oder Theaterstücke
- **Filmvorführungen** wie im Kino
- **Animationen am Tisch** wie ein Krimi-Dinner oder ein Mittelalter-Mahl
- **Beteiligung der Gäste** am Zubereiten der Speisen, z. B. bei einer Kochshow

Event-Restaurants können sich an ungewöhnlichen Standorten befinden: Gäste können bei einem Essen mit Artistik in einem Zirkus unterhalten werden oder mitten in einer Modenschau sitzen. Speisen und Getränke werden dabei auf den Anlass/Event abgestimmt.

Eine Herausforderung für Küche und Service bei der Event-Gastronomie ist das Timing: Speisen und Getränke sind Teil einer Darbietung. Sie müssen zur richtigen Zeit fertig sein und am zum geplanten Programmpunkt zum Gast kommen.

Impuls: Welches Leistungs-Spektrum bietet Ihr Betrieb seinen Gästen? Welche Zielgruppen werden damit angesprochen?



Mittelalter-Mahl als Event

Catering



Eine Festtafel als Zusatzleistung

Der englische Begriff **Catering** bedeutet im engeren Sinn „Essen liefern". Anlass für ein Catering sind meist Veranstaltungen wie Familienfeiern (**Party-Service**), aber auch Stände bei Konzerten.

Entsprechend unterschiedlich ist die Planung: Bei einer Feier wird wie beim Bankett eine **Absprache** getroffen. Der Gastronom weiß genau, was benötigt wird. Neben Speisen und Getränken werden auch **Zusatz-Leistungen** angeboten, z. B. Stühle, Stehtische, Dekoration oder Geschirr. Bei **öffentlichen Veranstaltungen** wie einem Stand muss zusammen mit dem Veranstalter geplant werden, damit alles zusammenpasst.

Bei Veranstaltungen **im eigenen Haus** kennt der Gastronom seine Möglichkeiten genau. Bei Veranstaltungen **außer Haus** muss er sich die Möglichkeiten vor Ort genau ansehen: Reicht der Platz für das Buffet? Was tun, wenn es regnet? Wo gibt es Handwaschbecken, wie kommen Speisen heiß und in der geforderten Qualität an den Ort der Feier, …?

Catering-Anlässe wie Firmenfeiern oder Familienfeste lassen sich gut planen. Ein Stand bei einem Stadtteilfest ist weniger gut planbar: Wie viele Gäste kommen? Wie wird das Wetter? Welche Genehmigungen sind erforderlich? Wie ist die Anfahrt?

Der Gastronom muss auf die besonderen Bedürfnisse vor Ort eingehen: Kurze Mittagszeit in einer Firma, besondere Kostformen in einer Klinik, Einschränkungen älterer Menschen usw. Küchen in der GV sind meist anders organisiert als Küchen im Restaurant (*siehe Seite 25*).

Gemeinschaftsverpflegung (GV)



Speisenausgabe in der Gemeinschaftsverpflegung

Die verpflegten Menschen gehören gleichartigen Gästegruppen an (Gemeinschaft), z. B. Studenten oder ältere Menschen. Deshalb heißt diese Leistungsform auch **Gemeinschaftsverpflegung** (kurz GV). Eine Sonderform von Catering ist das **Care-Catering** („jemanden verpflegen/versorgen"). Hier arbeitet der Gastronom im Haus eines anderen Unternehmens und verpflegt dort Menschen. Solche Orte sind z. B. Schulen, große Firmen, Kliniken oder auch Altenheime. Dort wird eine große Zahl von Menschen mit Speisen und Getränken versorgt.

Um viele Menschen zur selben Zeit zu versorgen, gibt es eine kleine Auswahl an Speisen und Getränken. Oft müssen Gäste vorher auswählen, was sie am nächsten Tag essen möchten, oder es gibt von jedem Essen nur eine bestimmte Anzahl Gerichte an einem Tag. Meist muss eine große Menge an Speisen zur selben Zeit fertig sein. Die Speisenausgabe erfolgt an einer Ausgabestelle oder in Buffetform.

2.6 Qualitäts-Management im Betrieb

Ein Gastronomiebetrieb (**Unternehmen**) ist eine Organisation. Die Betriebsleitung heißt **Management**. Ziel des Betriebs ist es, **Geld zu erwirtschaften** (*siehe Seite 584*). Dieses Geld stammt von zufriedenen Gästen. Um sie zu bewirten, benötigt der Betrieb zufriedenes Personal. Dafür müssen die Leistungen des Betriebs immer weiter verbessert werden. Wie gut eine Dienstleistung oder ein Produkt ist, beschreibt der Begriff **„Qualität"**. Ein anderes Wort für Qualität ist Beschaffenheit (Qualität von Lebensmitteln *siehe Seite 110*).