

# Neue Ideen an der Weserkant

Dreh- und Angelpunkt der Stöver Frischekonzferenz war die Kombination von Seafood und Fleisch / Das Motto heißt „Surf & Turf“

**BREMERHAVEN.** „Surf & Turf“ heißt der neue Trend, der Fisch und Fleisch zu einer neuen kulinarischen Symbiose vereint. Im Rahmen seiner ersten Frischekonzferenz in Bremerhaven widmete sich der Stöver Frischedienst gemeinsam mit Partnern aus Zulieferindustrie und Gastronomie deshalb auch ganz dem Fisch auf neuen Wegen. „Lukullische Seafood- und Fischment-Kreationen stehen auf der Speisekarte in Gastronomie und Hotellerie ganz oben“, sagte Stöver Chef Ralf Forner. Dem Zulieferer stehen bei seinem Anliegen kompetente Partner zur Seite: So werden beispielsweise gemeinsam mit Salomon FoodWorld spezifische Themenwelten inszeniert. „Die Faszination der Gäste ist unsere gemeinsame Aufgabe“, bringt es Geschäftsführer Bernd Stark auf den Punkt und geht mit gutem Beispiel voran.

Unter dem Motto „Gar nicht spießig“ schwimmt die Trendschmiede mit neuen Fisch-Sticks und -Spießen, beispielsweise aus Pangasius-Fillets. „Dementsprechend passen die Spieße auch hervorragend zu Fleisch. Zudem wird damit dem Wunsch des Gastes nach leichter, vielfältig zubereiteter Wellness-Küche entsprochen.“

## Konflikt aus Räucherfisch

Auch Dando lockt mit Fisch- und Seafood-Kreationen. „Ein hohes Maß an Kreativität charakterisiert die Produkte, die für uns in Vietnam hergestellt werden“, so Geschäftsführer Lutz Woltemate. Thai-Spieße „Tuti“, gefüllten Taschenkreben „Crab-Farce“ sowie Rotes Fusilier-Fischfilet dienen mit einem Stückgewicht von jeweils 40 bis 60 Gramm als Vorspeise, als Snack oder Hauptmahlzeit.

Conveniencegrad und Kreativität gehen Hand in Hand: „Warum nicht mal einen Fischspieß zum Carpaccio servieren“, fragt Woltemate und hat das passende Produkt gleich parat. Vor kurzem eröffnete Dando eine eigene Carpaccio-Produktion: Hauchdünn vorgeschnittenes, in Tellergroße



Referenten und Teilnehmer der Frischekonzferenz: (von links) Stefan Hensel (Block House), Martin Ostermeier (Block House), Stefanie Heckel (DEHOGA), Lutz Woltemate (Dando), Gregor Klässig (Klässig's Systemgastronomie), Ralf Forner (Stöver), Melanie Brandmühl (Fisch-Schule Brandmühl), Bernd Stark (Salomon FoodWorld)

portioniertes Rindercarpaccio ist als TK-Ware im Handumdrehen serverbar.

Um die steigende Nachfrage nach Schalen- und Krustentier-Delikatessen, saisonalen Grillfisch-Ideen, Fingerfood sowie Räucherfisch-Spezialitäten bedienen zu können, hat Stöver sein Frische- und TK-Sortiment deutlich erweitert. Im Bereich Räucherfisch arbeitet das Unternehmen vorwiegend mit kleinen Räucherereien zusammen. Neu sind geräucherter Fischkonkret wie Stremmelachs-Schnecken, Lachsfiletwürfel, Butterfisch-Würfel und Fischpralinen. „Wir legen Wert darauf, dass die Räucherfisch-Veredelung in traditionell handwerklicher Produktion erfolgt“, erläutert Stöver-Marketingchef Jürgen Bergmann.

Für die zeitnahe Auftragsproduktion von Frischfleisch und Gastronomie, den Großhandel sowie C&C-Märkte erzielt“, so der Geschäftsführer. Die Kombination von Fleisch und Fisch kann derzeit in den Block-House-Rest-

aurants verkostet werden. Im Rahmen der Aktion „Sommerachts-traum“ wird ein Hüftsteak mit einem Scampispiß kombiniert und auf Blattspinat serviert. „Der Erfolg lässt uns darüber nachdenken, ein Surf & Turf-Gericht dauerhaft in die Speisekarte aufzunehmen.“

Wenn es um qualitativ hochwertiges Rindfleisch geht, steht unter anderem die Block-House-Fleischerei für beste Qualität. „Wir importieren ausschließlich streng kontrollierte Ware, hauptsächlich von jungen Angus- und Hereford-Ochsen“ erläutert Martin Ostermeier, Geschäftsführer der Fleischerei.

## Sommerliche Gastro-Aktion

„Rund 70 Prozent des Umsatzes der zur Block-House-Gruppe gehörenden Fleischerei werde durch den Vertrieb von Fleisch und portionierten Steaks an die Hotellerie und Gastronomie, den Großhandel sowie C&C-Märkte erzielt“, so der Geschäftsführer. Die Kombination von Fleisch und Fisch kann derzeit in den Block-House-Rest-

aurants verkostet werden. Im Rahmen der Aktion „Sommerachts-traum“ wird ein Hüftsteak mit einem Scampispiß kombiniert und auf Blattspinat serviert. „Der Erfolg lässt uns darüber nachdenken, ein Surf & Turf-Gericht dauerhaft in die Speisekarte aufzunehmen.“

Das Seafood und Fleisch nebeneinander bestehen können, bewiesen hochkarätige Küchenschef: Show- und Eventkoch Frank Eckardt. Inhaber des Berliner Restaurants Balthazar, Küchenchef Holger Zurbrüggen sowie Fernsehkoch Manfred Rau im Seefischkochstudio Bremerhaven. Carpaccio à la Saison mit Fish Double Stick Sweet Chili oder pochiertes Rindfilet mit Kräutersauce, Steinpilz-Risotto und Taschenkrebs zergingen den Teilnehmern der Frischekonzferenz auf der Zunge. **Elke Baumstark**

- www.stoever.de
- www.salomon-online.com
- www.dando-seafood.biz
- www.block-house.de

## Kurz notiert



**Isi-Kapseln** sind HACCP-konform. Alle Sahne-, Sodawassers- und Bierkapseln des Herstellers sind ab sofort bedruckt mit der Zertifizierung, dem Isi-Logo, dem Ursprungsland „Austria“ und einem Produktionscode. „Damit kann jede Kapsel bis zum Ursprung ihrer Einzelteile und ihres Inhalts zurückverfolgt werden kann“, heißt es bei dem Unternehmen, das seine Isi-Whip-Geräte auch in der Gastronomie vertreibt. ([www.isi-deutschland.de](http://www.isi-deutschland.de))

**TDS** hat den Vertrieb der Pizzaoefen von CTX in Deutschland übernommen. „Damit bauen wir unsere Kompetenz für Pizzatechnik weiter aus“, heißt es. CTX gehört zum US-Konzern Middleby, der unter anderem die Pizzadurchlauföfen von Middleby-Marshall und Blodgett die Friteusen von Pitco und die Steakhausgrills von MagiKitchen verkauft. Auch für besagte Marken ist TDS exklusiver Vertriebspartner ([www.technik-design-service.de](http://www.technik-design-service.de)).

Anzeige

[www.babybeef.de](http://www.babybeef.de)  
Das andere Kalbfleisch.

**FCSI** vergibt Preise: Die Winterhalter Korbdruschpülmaschinen GS 502 Energy und GS 515 Energy wurden beim diesjährigen FCSI-Kongress ausgezeichnet. Ein weiterer Preis ging an die Hobart-Bandpülmaschine Premax FTP. Hobart wurde außerdem in den Kreis der 100 innovativsten Mittelstands-Unternehmen gewählt. Zu diesem Ergebnis kommt der Unternehmensvergleich „Top 100“ ([www.winterhalter.de](http://www.winterhalter.de)).

**Radeberger** verkauft Krušovice Vorbehaltlich der Zustimmung des Kartellbehörden verkauft die Radeberger Gruppe KG die tschechische Krušovice-Brauerei an Heineken. Der Vertrieb der Marke in Deutschland soll bei Radeberger verbleiben. Krušovice verfügt über eine besonders starke Gastronomiemission in Prag. Der Bierabsatz liegt bei 700.000 Hektolitern.

**Thermoplan** hat das dritte Welt am Schweizer Standort Weggis eröffnet. Domenic Steiner, erst vor kurzem von Ernst & Young als „Master of Entrepreneur“ ausgezeichnet, will in den neuen Produktionshallen vor allem den Kaffeeautomaten Tiger sowie den Nachfolger der Black & White-Maschine herstellen. Die Nachfrage ist groß: Zu den Kunden gehören Abnehmer wie Starbucks, Ikea und McDonalds ([www.thermoplan.ch](http://www.thermoplan.ch)).

**Gaffel** ausgezeichnet: Der Eco Wertband der deutschen Internetwirtschaft hat die Pflauepage der Privatbrauerei Gaffel gewürdigt. Sie zählte zu den besten Webportalen Deutschlands. Neben Informatio-

# Immer mehr Trends kommen aus Asien

Die Fachmesse ThaiFest – World of Food in Bangkok gab Einblicke in die Expansions- und Exportstrategien fernöstlicher Hersteller

**BANGKOK.** Die Küche des Fernen Ostens liegt schon seit einigen Jahren im Trend. Nur kommen auch immer mehr F&B-Produkte und Geräte für die Profiküche aus Asien. Beispielsweise die vierte Auflage der Fachmesse ThaiFest – World of Food Asia, die erstmals zusammen mit dem Lifestyle-Event Gourmet Asia stattfand.

Klare Highlights waren die Ausstellungsbereiche der Produktgruppen „Halal Food“ und „Organic Food“. Themen wie Genuss, Wellness und Gesundheit werden auch in Asien immer wichtiger – vom auch europäische Verbraucher zunehmend profitieren konnten. Ebenfalls immer gefragter: Produkte mit Seafood.

Thailands führende TK-Hersteller wie Surapon Foods etwa setzen vermehrt auf die Entwicklung und den weltweiten Vertriebsaufbau chinesischer, japanischer und thailändischer Gerichte wie Shrimp Hakao Dim Sum,



F&B aus dem Billig-Segment: Gastronometechnik aus Asien (oben) Foods. Europa im Visier hat auch Kocher für den EU-Markt zertifiziert.

Der Aufmerksamkeit verfolgt werden und für handfeste Resultate sorgen. Der Erfolg der ThaiFest wird vom 13. bis 17. Oktober auch die Anuga 2007 mit dem Gastland Thailand prägen: Ganz preisnah werden in Köln auch Spitzenköche des Königreichs ihre Kochkünste demonstrieren. „Global ist die Lebensmittelbranche im Dauerumbau“, fasst Kranz zusammen, „so waren auch dieses Jahr in Bangkok viele neue Ansätze zu sehen“, so der Geschäftsführer der Koelnmesse, die die ThaiFest – World of Food Asia gemeinsam mit Thailands Handelsministerium und Handelskammer organisiert.

Umgekehrt profitieren auch deutsche Firmen vom asiatischen Boom. „Auf der ThaiFest kann unser Kartoffelpüree bestens an“, so Reme Wästem. Exportchefin von Engel Food Solutions, „nun fehlt uns in Thailand nur noch ein Vertrieb für unsere Produk-