



Draußen korrekt Kaffee trinken

Heißgetränke unterwegs sicher, süß und auf nachhaltige Art genießen – das ermöglicht die neue Portion von Hellma. Der optimierte Doppelpack mit 4g Zucker plus Rührstäbchen hat viele Vorteile: Die Verpackung und das Bambusstäbchen bestehen aus nachwachsenden Rohstoffen. Die leeren Portionsverpackungen können ganz einfach in der Papiertonne entsorgt und somit wiederverwertet werden. Das geschmacksneutrale Bambusstäbchen besteht zu 100 Prozent aus reinem Bambus. Damit setzt Hellma auch die Vorgaben der EEG-Novelle um, die ab Juli 2021 Einwegplastik verbietet.

→ www.hellma.de



TABLETOP

Frische Konzepte

proheq zeigte bei der digitalen Internorga neue Buffet-Systeme und Bestecke.

Bei der IDX_FS powered by Internorga hat die proheq GmbH mit den Marken Hepp und WMF ein neues Produktkapitel in seiner Unternehmensgeschichte aufgeschlagen. Auf der sogenannten Main Stage der digitalen Messe präsentierte Marten van der Mei, Geschäftsführer von proheq, „die bedeutendste Premiere seit 15 Jahren“. Um das Produkterlebnis auch in Zeiten ohne persönliche Kontakte eindrucksvoll zu gestalten, zeigte WMF Professional in digitalen Messerräumen auf-

wendige und neuartige Szenarien, die durch Interviews mit Designern und Experten sowie umfangreiche Videos ergänzt werden. Spannende Einblicke in die Produktentwicklung und -darstellung dürfen in diesem Zusammenhang nicht fehlen. Diese gewährte der Profi-Ausstatter auch beim Thema Serviced Apartments. In besonderem Licht präsentieren sich Lösungen rund ums Buffet mit dem Fokus auf die Kollektion Quadro (Foto). Mithilfe des Konfigurators konnten persönliche Buf-

fet-Kompositionen bequem zusammengestellt werden und die Besucher erhielten außerdem einen Einblick in die Fertigung des prämierten Buffet-Systems. Besteckkollektionen aus dem Premiumbereich sowie das Konzept The New Easy rundeten die digitale Präsentation ab. Das erst im Herbst 2020 vorgestellte Besteckangebot richtet sich mit einer attraktiven Vielfalt an Gastronomen aus den unterschiedlichen Be-

reichen. → www.wmf-professional.de



Filterkaffee auf Amerikanisch

Schaerer erweitert sein Portfolio um eine weitere Filterkaffeemaschine der Marke Curtis: Die G3 Alpha Decanter Filterkaffeemaschine. Mit dem Zusammenspiel aus effizienter Brüh- und Filtertechnologie sowie eleganten Glaskannen erfüllt sie höchste Ansprüche an die Getränkequalität und das Servieren von Filterkaffee. Das sind laut Hersteller die Pluspunkte: umfassende Einstellmöglichkeiten für individuelle Geschmacksprofile, zwei integrierte Heizplatten halten den Kaffee auf optimaler Temperatur, und für größere Mengen ist das Gerät mit einem Festwasseranschluss ausgestattet.

→ www.schaerer-gmbh.de/home



Gäste leicht und sicher registrieren

Die neue App Visitify ermöglicht die konsequente Digitalisierung von erfassten Kontaktdaten in der Covid-19-Pandemie. Die von Trexxon programmierte App minimiert so nicht nur die Zettelwirtschaft in den Betrieben, sondern vereinfacht auch den Registrierungsprozess von Gästen signifikant. Visitify ermöglicht dabei den Nutzern und Gastgebern einen datenschutzkonformen Umgang mit privaten Daten. Mit einem Klick lässt sich die Ankunft etwa im Restaurant und das Ende des Aufenthalts einscannen, und der Gast kann so die Corona-Auflagen bestmöglich erfüllen.

→ www.visitify.de

Automatisch HACCP-konform

Zu den wichtigsten Eigenschaften eines WMF Kaffeevollautomaten gehören laut Hersteller Premium-Getränkequalität, Prozesssicherheit und Leistungsstärke. Um diese Erfolgsfaktoren nicht nur im Betrieb, sondern auch bei der Reinigung weiter zu forcieren, stellt WMF Professional Coffee Machines nun „WMF AutoClean“ vor – die erste vollautomatische Lösung im Bereich Reinigung der Branche. Sowohl das Kaffee- als auch das Milchsystem werden ohne fremdes Zutun HACCP-konform gesäubert. Alle für den Anwender zeitaufwändigen und fehleranfälligen Reinigungsaufgaben entfallen vollständig, und notwendige Eingriffe reduzieren sich auf ein absolutes Minimum. Über einen integrierten Timer kann exakt festgelegt werden, wann und in welchen Zyklen das AutoClean-System mit der Arbeit beginnen soll – alles Weitere übernimmt die Maschine. Modernste Komponenten garantieren die autonome Zuführung, Dosierung und Überwachung des Reinigungsmittels.

→ www.wmf-coffeemachines.com/de_de



Bonuskarte für Restaurantgäste

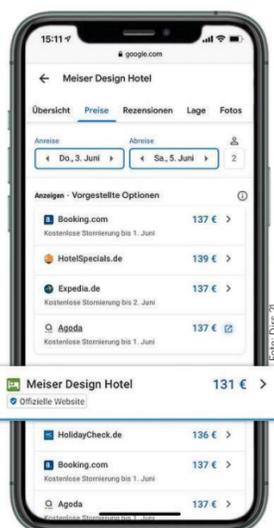
Was im Handel längst üblich ist, kann nun auch der Gastronom nutzen: Mit der Karte Matrix Wallet kann er seine Gäste durch Rabattaktionen oder Treuepunkte zum Wiederkehren motivieren. Mit Matrix Wallet steigert er den Umsatz und stärkt seine Profitabilität sowie Wettbewerbsfähigkeit. Das System kann auch als aufladbare Geldkarte bei Veranstaltungen eingesetzt werden. Voraussetzung für den Einsatz ist das Kassensystem Matrix POS und ein über USB angeschlossenes Kartenlesegerät. Sowohl der Rabatt als auch das Punktesystem können vom Gastronom individuell bestimmt werden.

→ www.42-gmbh.de

Gratis-Einrichtung von Google-Links

Neuer Service: Ab sofort werden alle Dirs21-Hotels mit der Buchungsmaschine IBE V4 mit einem kostenfreien Link in den Google Hotel Ads gelistet. Das lockt potenzielle Gäste auf hotel-eigene Webseiten und erhöht die Chancen auf mehr provisionsfreie Buchungen. Die Suchmaschine ermöglicht also nun jedem Gastgeber, einen kostenfreien Link zu den aktuellen Preisen und Angeboten auf seiner eigenen Webseite direkt bei Google Travel zu platzieren. Und wie kommen Hotels an diesen Link? Zum Beispiel über einen Konnektivitätspartner wie Dirs21. Der Technologie-Dienstleister übernimmt den Einrichtungsservice dieser „Free Booking Links“ für seine Hotelkunden gratis. Voraussetzungen: die neueste Version der Dirs21-Buchungsmaschine IBE V4 sowie ein Google-Business-Eintrag. Auch kostenpflichtige Google-Kampagnen sind über eine Dirs21-Schnittstelle nutzbar.

→ www.dirs21.de



Molkerei mit eigener Messe

Schon zu Beginn der Corona-Pandemie startete Milram Food-Service als einer der ersten in der Branche ein eigenes digitales Messekonzept. Dieses Jahr wurde der digitale Messeauftritt umfangreich weiterentwickelt: neue Kanäle, überraschende Bildwelten und eine individuelle Ansprache für die diversen Anwendergruppen. „Unser Ziel ist, genau dort mit den Verwendern in Dialog zu treten, wo sie sich bewegen“, sagt Marketingleiter Sven Kreitz. „Das bedeutet: Wir holen Köche oder Bäcker auf Social Media Kanälen wie Facebook, LinkedIn oder Instagram ab und verlängern die Aktivitäten dann auf unserer speziellen Landingpage.“ Dabei präsentiert die Marke „den besonderen Milram-Mehrwert“: #EineIdeeMehr – unter diesem Kampagnenmotiv sind sämtliche Social Media Posts wie auch die

Inhalte der Landingpage zu finden. So zeigt Heiko Antoniewicz, wie die Anwender mehr aus dem Körnigen Frischkäse herausholen. Oder die Community erfährt, wie sie mit der TrendApp mehr Inspirationen aus aller Welt bekommt.

→ www.milram-food-service.de

