

Tim Reckmann / pixelio.de



KOCHSAHNE IN DER PROFIKÜCHE

Weniger Fett und Gelingsicherheit:
Wir zeigen die Unterschiede gängiger Markenartikel.

Seite 14

ASIATISCHE KÜCHE

Interview mit der Leiterin von
VEBU-Gastro, Katleen Haefele.

Seite 16

SEMINARE U

Ein Seminar
weitere Fo

EXPERTEN VERRATEN ERFOLGSFAKTOREN

Pizza-Ofen schlägt Heißluftdämpfer

Pizza frisch aus dem Ofen: Das geht nicht nur beim Italiener um die Ecke, sondern auch per Frontcooking in der Gemeinschaftsgastronomie. Mit ein wenig Planung wird Pizza so zum idealen Zusatzangebot. Drei Praxisexperten verraten die Erfolgsfaktoren. (Von Dörte Wehmöller)



Hans-Peter Nollmann. Foto: VdF

Es gibt kaum einen Gast, der sich nicht vom italienischen Klassiker hinreißen lässt. Vielseitig interpretierbar, kann mit Pizza so gut wie jeder Geschmack bedient werden. Unter wirtschaftlichen Gesichtspunkten ist Pizza interessant, weil der Wareneinsatz relativ gering ist. Eine der Voraussetzungen für ein absatzstarkes Angebot ist jedoch, dass die Pizza wie beim Lieblingsitaliener schmeckt. Die entscheidende Frage ist daher: Lohnt sich die Anschaffung eines Pizza-Ofens?

Technik: Pizza-Ofen

„Ein Pizza-Ofen im Frontcooking-Bereich trägt wesentlich zur Attraktivität des Angebotes bei“, so Hans-Peter Nollmann, Mitglied im Vorstand des Verbandes der Fachplaner. „Wenn der Teig vor den Augen des Kunden ausgerollt, individuell belegt und gebacken wird, ist das für Gäste viel interessanter als das Pizzablech aus dem Heißluftdämpfer.“ Für die Anschaffung eines Pizza-Ofens plädiert auch Siegmund Gleim, Leiter Produkt- und Sortimentsentwicklung beim Studentenwerk Frankfurt. „Die Pizza schmeckt besser, wenn sie auf dem Stein mit direkter Hitze von unten gebacken wird. Dadurch stockt die Hefe schnell, der Teig geht nur wenig auf und der Pizzaboden bleibt dünn. So wird sie knuspriger als in einem Heißluftdämpfer. Darin geht die Zubereitung natürlich auch, bringt aber nicht die gleiche Qualität.“

Doch reicht es nicht aus, einfach nur einen Pizza-Ofen aufzustellen. „Zuerst ist zu klären, welcher Ofen zum gastronomischen Konzept und zur verfügbaren Fläche passt“, so Nollmann. „Neben der Energiezufuhr ist die Be- und Entlüftung besonders wichtig. Denn Pizzaduft ist zwar kaufmotivierend, aber wenn es

qualmt und stinkt, ist es mit der Attraktivität schnell vorbei. Außerdem ist eine gekühlte Bevorratung der Lebensmittel nötig, das spart Wege zurück in die Küche.“

Und die Kosten?

Wie immer gibt es beim Blick auf die Kosten große Spannweiten. „Eine Low-Budget-Variante ist schon für etwa 500 Euro zu haben. Wer im Mittagsservice etwa sechzig Pizzas in guter Qualität zubereiten will, ist mit 5.000 bis 6.000 Euro für einen Ofen dabei“, resümiert Hans-Peter Nollmann. „Welche Pizza-Verkaufszahlen sich erreichen lassen, hängt auch vom übrigen Angebot ab. Schätzungsweise verkaufen Betriebsrestaurants mit 700 Essen am Tag und einem attraktiven Pizza-Point etwa 100 Pizzen täglich.“

Am Standort im Anbau Casino des Frankfurter Studentenwerkes gehen täglich rund 90 Pizzen an die Gäste. „Unsere Öfen haben eine Doppelkammer, die Backfläche beträgt 60 x 60 Zentimeter“, erklärt Siegmund Gleim. „Wir bieten zwei Pizza-Preisstufen an, die sich nach Wareneinsatz unterscheiden. Für Studierende beträgt der Preis 3,70 bzw. 4,30 Euro, für Bedienstete liegt er bei 5,30 bzw. 5,90 Euro.“

Der richtige Teig

Das Cateringunternehmen L & D bringt mit dem „Punto Italiano“ Abwechslung in die Casinos seiner Kunden. „Wir verarbeiten tiefgefrorene Pizzateigkugeln à 220 Gramm“, erläutert Geschäftsführer Jürgen Preuß. Obwohl der Wareneinsatz für TK-Ware etwas höher liegt als für selbst hergestellten Teig, überwiegen für Preuß die Vorteile. „Schnelle Verfügbarkeit und die gute Aufbewahrungsmöglichkeit sind wichtige Faktoren.“ Ob tiefgekühlt oder selbst hergestellt, gelingsicher sind beide

Teigvarianten. „Es kommt auf die fachgerechte Verarbeitung an“, ist Siegmund Gleim überzeugt. „Wir arbeiten mit beidem, je nach den Voraussetzungen vor Ort.“

Beim Belag mögen es die meisten Gäste klassisch. Pizza Salami und Pizza mit Thunfisch sind bei den Kunden von L & D am beliebtesten. „In großen Betrieben bieten wir ein bis zwei Pizzavariationen an, um einen größeren Ansturm zu bewältigen. In kleineren Betrieben oder in verkaufsschwächeren Zeiten können die Pizzen nach Kundenwunsch belegt werden“, erläutert Jürgen Preuß das Konzept. „Wichtig ist, dass original Mozzarella Käse eingesetzt wird und nicht irgendein Käseersatzprodukt oder geriebener Gouda. Interessanterweise gibt es nur sehr wenige Gäste, die z. B. glutenfreie oder Vollkorn-Pizzateigböden wünschen.“

Wartezeiten vermeiden

Bei sehr hoher Gäste-Frequenz sind kurze Wartezeiten manchmal unvermeidlich. Hans-Peter Nollmann weiß aus Erfahrung, dass Kunden jedoch gern ein paar Minuten warten, wenn sie sehen, wie das Produkt zubereitet wird. „Bei Wartezeiten kommt es auf den Pizzabäcker an. Der muss nicht nur sein Handwerk verstehen, sondern auch die Stimmung halten“, so Nollmann. Mit optimaler Vorbereitung lassen sich Wartezeiten auf ein Minimum reduzieren. Jürgen Preuß: „Kurz vor Öffnung der Pizzastation können schon einige Pizzen fertig gebacken und kurz warm gehalten werden. Das geht am besten auf großen Pizzatellern, die auf einer Wärmepatte stehen und von einer Rotlichtlampe von oben bestrahlt werden.“ Fazit: Gästezufriedenheit und authentische Geschmackserlebnisse rechtfertigen die Anschaffung eines professionellen Pizza-Ofens in jeder Hinsicht.



Jürgen Preuß. Foto: L & D



Siegmund Gleim. Foto: Studentenwerk