



# TADSENS GASTROKURIER

JAHRGANG VI · AUSGABE I · FEBRUAR 2023

## Schnackern. Staunen. Schnabulieren.

Liebe Leserinnen,  
liebe Leser,

herzlich Willkommen zur NordGastro & Hotel 2023. Nach zwei Jahren Messepause starten wir wieder voll durch. Und das größer und moderner als jemals zuvor. Und deshalb ziehen wir in diesem Jahr ins große Messezelt und begrüßen Sie hier in unserer neu geschaffenen Getränkewelt. Noch nie in der Geschichte der NordGastro präsentierte sich die Branche so vielfältig wie dieses Mal. Alle namhaften Industriepartner machen sich auf den Weg nach Husum. Dazu gesellen sich 28 Gewinnerinnen und Gewinner, um ihre neuen Jahrgänge im Weindorf vorzustellen. Das wird ein großes Fest, denn alle freuen sich darauf, die Kolleginnen und Kollegen aus der Branche wiederzutreffen.



In diesem Sinne. Herzlichst  
Andreas & Henning Tadsen

**Nord  
Gastro  
& Hotel  
Special**

Die Husumer Messe ist der Branchentreff des Nordens.

Endlich geht es wieder los – die NordGastro & Hotel 2023 geht am 13. und 14. Februar wieder an den Start. Noch nie war der Andrang so groß. Im Bereich Getränke waren die Flächen von den Ausstellern schon nach wenigen Wochen ausverkauft. Auch die Fachbesucher haben sich bereits zahlreich im Ticketshop registriert, um die heißbegehrten

Eintrittskarten für den Branchentreff zu erhalten. Apropos Branchentreff – die NordGastro ist so angesagt wie noch nie, die großen deutschen Brauereien sind allesamt vertreten. Neben den starken regionalen Partnern reisen Industriepartner auch aus dem Rest des Landes an. Ein besonderer Dank gilt in diesem Jahr den Brauereien aus

dem bayerischen Raum, die nicht mehr zur Hamburger Gastromesse, sondern in Husum den persönlichen Kontakt zu ihren Kunden suchen. So geht es auch den Herstellern von Limonaden, Säften und den alkoholfreien Getränken. Sie alle präsentieren ihre Sortimente und laden zum Verkosten ein. Nicht nur auf den großen Spirituosenmessen finden wir die Weltmarktführer von Pernod-Ricard mit den Marken „Havana Club“, „Monkey 47“, „Absolut Vodka“ oder Diageo mit „Baileys“, „Smirnoff“, „Captain Morgan“, alle sind auch in Husum vertreten. Hier werden feinste Drinks gemixt, vielleicht das Passende für die nächste Sommerkarte.

**Eine neue Weinkarte gefällig?**  
An den zwei Messetagen reisen insgesamt 28 Gewinnerinnen und Gewinner an und sind im Weindorf vor Ort. Verschiedene Weinreisen laden zum Erfahren und Schmecken ein. Es gehört also zu einem guten Saisonstart dazu, sich im Februar auf den Weg nach Husum zu machen, um mit 5.000 erwarteten Fachbesucherinnen und Fachbesuchern die Branche zu feiern – denn sie begeistert ihre Gäste jeden Tag aufs Neue.

### After- Messe-Party

Wenn sich die Tore der Messehallen am Montag, 13. Februar, nach dem ersten Tag schließen, heißt es noch lange nicht „Feierabend“. Ab 20 Uhr wird das Tanzbein geschwungen bei der legendären After-Messe-Party. Und diese findet in Kooperation mit „Jägermeister“ in Husums „Brauhaus“ in der Neustadt statt. Dazu sorgt „Jägermeister“ für einen coolen DJ und feinste Drinks. Bis tief in die Nacht kann dann gefeiert werden.

## Wir freuen uns auf Ihren Besuch! Halle 2 A 11



**BITBURGER BRAUGRUPPE**  
STARKE MARKEN

**Super NEU**

wenn **zero**, dann **superzero.**

**fritz-kola**®

**fritz-kola**  
SUPERZERO  
ZERO SUGAR

**kommt vorbei und probiert!**  
auf der nordgastro & hotel 2023 am stand 2d19.





[www.tadsen.de](http://www.tadsen.de)

## Anatroccolo – neuer Primitivo

Die Eigenmarkenwelt von Tadsen umfasst mittlerweile ein enormes Sortiment. Einen besonderen Traum wollte sich der Seniorchef dennoch erfüllen – einen waschechten „Italiener“. So vergab „Kalle“ Tadsen den Auftrag an eine Hamburger Werbeagentur. Vorgestellt hatte er sich ein Etikett, das voller Liebe sein sollte: Mit einem Gänsepärchen, das mit zwei Gläsern anstößt, und natürlich mit einem Gänseküken dazwischen. Von Tadsens italienischem Freund Gabriele kam dann die

Inspiration für den Namen „Anatroccolo“, was auf Deutsch eigentlich Entenküken heißt. Zwei Jahre dauerte es dann aber doch noch, bis „Kalle“ Tadsen den passenden Primitivo in Italien fand. Für die Auswahl wollte er sich die entsprechende Zeit nehmen – und der Starterfolg bestätigt ihn. Erste Fans kommen speziell zu Tadsen, um diesen Primitivo zu kaufen. So besitzt „Anatroccolo“ nun das Potenzial, der neue „Lieblingsitaliener“ der Gastronomie zu werden. Salute!



## Deichlimo behauptet sich im Limonadenmarkt

Die Deichlimo-Familie wächst weiter. Viele gastronomische Betriebe haben sich bereits für die Tadsen-Marke entschieden und sind begeistert. „Das 0,33-Liter-Segment ist beliebter denn je und die Vielfalt im Limonadenmarkt wird immer größer“, erklärt Henning Tadsen. „Vor einigen Jahren erfolgte der Ausschank noch glasweise aus der Literflasche. Heute bieten schon über zwei Drittel der Objekte in unserem Vertriebsgebiet ihre Getränke in der 0,2- oder 0,33-Liter-Glasflasche an – Tendenz weiter steigend“, sagt er.

Neben den großen Marken Coca-Cola, Pepsi, Sinalco und Fritz-Kola freut man sich bei Tadsen, mit der Deichlimo das Limonadensegment bereichern zu dürfen.

Abgerundet wird das Sortiment mit tollen Schorlen-Geschmacksrichtungen: Die Deichlimo-Apfelschor-

le gibt es in Klar und in Trüb – und die Geschmacksvariante Holunder hat auch schon zahlreiche Fans. Für die perfekte Getränkekarte stellen weitere Anbieter ihre Schorlen auf der Messe vor, unter anderem sind Bionade, Lütts Landlust und Voelkels Biozisch dabei!



## Geschwister für Stachel Berry – Juhuu

**Für besonders erfrischende Momente!**

Entdecke die Sinalco Geschmacksvielfalt.



Oder willst du weitermachen wie bisher?



Pünktlich zur NordGastro & Hotel 2023 stellen wir unserer beliebten Stachelbeer-Schorle zwei weitere Varianten zur Seite. Da ist einmal die spritzig-frische Rhabarber-Schorle „Rhabar Bert“, mit der wir Ihnen jetzt auch die langjährige Trend-Frucht als Schorle anbieten können. Und dann kommt mit „Grape Fruity“ noch eine isotonische Sport-Schorle mit wenig Zucker und zahlreichen Vitaminen dazu. Die drei Schorlen sind optisch ähnlich gestaltet und bilden von nun an gemeinsam unsere attraktive Lieblingschorlen-Familie. Natürlich können Sie alle drei auf der Messe probieren. Schauen Sie doch an unserem Stand mal auf den einen oder anderen erfrischenden Schluck vorbei!

Impressum:



**TADSEN**

Getränke-Fachgroßhandel  
Sekt- & Weinhandelskontor

Getränke Tadsen GmbH  
Schule 3  
25885 Oster-Ohrstedt  
Telefon 04847 - 806 65-0  
Telefax 04847 - 806 65-22  
E-Mail: [info@tadsen.de](mailto:info@tadsen.de)  
[www.tadsen.de](http://www.tadsen.de)

Niederlassungen  
Fehmarn:  
Telefon 0 43 71 - 509 50  
Büsum:  
Telefon 0 48 34 - 962 73 01  
Föhr:  
Telefon 0 46 81 - 44 55

Verantwortlich  
Henning und  
Andreas Tadsen,  
Geschäftsführer

Gestaltung  
Verlag Brinkmeier

Telefonische Bestellungen 04847 - 806 65-0 oder per E-Mail [bestellung@tadsen.de](mailto:bestellung@tadsen.de)





# Getränkewelt im Messezelt

Eine große Veränderung steht der diesjährigen NordGastro bevor. Die Getränkestände waren immer in der Messehalle zu finden. Nun wird das aufgebaute Messezelt zur großen Getränkewelt. Sämtliche Aussteller aus dem Segment Bier, alkoholfreie Getränke, Spirituosen und das beliebte Weindorf werden somit auf 3.000 Quadratmetern im Zelt zu finden sein. „Wir wollen eine Welt nur für

Getränke schaffen, die Stimmung an den einzelnen Ständen einfangen und zeigen, wie lebendig unser Segment ist“, so Andreas Tadsen, der für die Organisation der Getränkewelt verantwortlich ist. Alle Top-Industriepartner konnten für das Event gewonnen werden. Erstmals dabei sind in diesem Jahr die Paulaner-Brauerei aus München, Flötzing-Bräu aus Rosenheim, Bionade, die

Bittergetränke von Mistelhain, aus Hamburg die Brauerei Überquell, Fruchtsäfte von Steinmeier, die Birkenhof-Brennerei, Bidde, Columbus-Drinks mit den Bittergetränken der Marke Fentimans, Kornfetti und Becks. Insgesamt präsentieren 85 Aussteller im Segment Getränke ihre Produkte. Damit bietet die Getränkewelt in ihrer 22. Auflage die bisher größte Auswahl.



TADSEN  
Getränke-Fachgroßhandel  
Selt. & Weinhandelscenter

Bast & Tadsen übernehmen erstmalig die Anreise am Dienstag, dem zweiten Messetag, zur NordGastro & Hotel mit den öffentlichen Verkehrsmitteln

## UND SO GEHT'S

- 2 Personen pro Objekt fahren kostenfrei mit den öffentlichen Verkehrsmitteln zur Messe
  - > weitere Personen können für € 12,50 Transferpauschale dazugebucht werden (Eintrittskarte muss extra gebucht werden)

### Wählen Sie ihren Zustieg

#### aus dem Norden

- > ab Dagebüll 08.15 Uhr
- > ab Niebüll 09.01 Uhr
- > ab Bredstedt 09.16 Uhr
- > Ankunft Bahnhof Husum 09.29 Uhr – von da Shuttle zur Messe

#### aus dem Süden

- > ab Glückstadt 08.51 Uhr
- > ab Itzehoe 09.06 Uhr
- > ab Heide 10.01 Uhr
- > ab Friedrichstadt 10.19 Uhr
- > Ankunft Bahnhof Husum 10.29 Uhr – von da Shuttle zur Messe

#### von der Küste

- > ab St.Peter-Ording 09.33 Uhr
- > ab Tönning 10.04 Uhr
- > Ankunft Bahnhof Husum 10.25 Uhr – von da Shuttle zur Messe
- > ab Büsum 09.30 Uhr
- > Ankunft Bahnhof Husum 10.29 Uhr – von da Shuttle zur Messe



NORD  
GASTRO  
HOTEL

ÜBERGANG  
HALLE 1 UND  
HALLE 3

HALLE 2

2401 Kaffee Martensen	2402 Stuppiello	2403 Scharfe Granate	2404 Schnaps Company	2405 Weindorf	
2424 Senertec	2423 Itterra GmbH	2422 Knallkörn	2419 Resch & Frisch	2418 Radeberger Gruppe	2416 Getränke Tadsen
2425 Bottoms Up Beer Germany	2421 Hanseatc Coffee Company & PCR Roaste		2420 CR Consulting	2415 Bitburger Brauerguppe	2414 Gastivo Portal
2801 Hey Order	2802 IT-Walther & Timemaster	2804 Freunde der Erfrischung	2805 Störtebeker	2809 Diageo Germany	2810 Waldemar Behn & Behn Getränke
2824 Eis Zauberei	2823 Vorwerk	2820 Renosan Chemie & Technik	2806 Kettenfett & Hamburger Gold	2808 Friedrich Lütvogt	2811 Warsteiner Brauerei
2825 Punkt-landung & Happy Hotel	2821 Schlesselmann Möbel		2819 Kornfetti	2807 Coca Cola	
2826 Book Your Key	2802 Workers Friend		2818 Ratsherrn Brauerei	2812 Krombacher Brauerei	
2827 Flührer Verlag	2803 Hardenberg		2805 Bergquell Brauerei Löbau		2813 Gerolsteiner brunnen
2001 Galamor	2824 Mast Jägermeister		2817 Niehoffs Vaihinger Fruchtsäfte	2816 Paulaner Brauerei	2815 AB InBev
2021 ERC Sunspirits	2825 Viva con Aqua		2806 Vilsa Brunnen		2808 Dithmarscher Brauerei
2022 Nork	2826 AHA Projektbetreuung	2827 Global Drinks Partnerships	2807 Flensburger Brauerei		2809 Bidde
2001 Bionade	2828 Kiesel Plakate System	2829 Private-Tonnen-Tonstein	2810 Seeberger & Samova		2818 Vivaris Getränke
2034 Fass-Frisch	2830 Original Wiflinger Glasmanufaktur	2831 Marussia Beverages Germany	2819 Eckes Granini Deutschland		2814 Nestle Waters
	2832 Luchs	2833 Pacovis	2820 Brauerei Gebrüder Maisel		2813 Fachingen Heil- und Mineralbrunnen
	2833 Friedrich Jahncke	2834 A-tec Auszeichnungs-technik	2821 Magnus Mineralbrunnen & Getränke Möller		2812 Steinmeier Säfte
	2834 Rüdiger Reineckes Getränkewelt	2835 Überquell	2822 fritz kulturgüter		2811 Saggau
	2835 Sauer & Hartwig	2836 Voelkel	2823 Zahlungs-WERK		2810 Floetzing Brauerei
	2836 Mistelhain	2837 Schilkin	2824 Birkenhof Brennerei		2809 Carlsberg Deutschland
	2837 Sauer & Hartwig	2838 Brauerei S. Riegele	2825 Heim-Elemente		

Anmeldung per Mail an [v.albertsen@tadsen.de](mailto:v.albertsen@tadsen.de) (mit Teilnehmernamen)

Alle Anreiseverbindungen werden mit KollegInnen aus dem Tadsen-Team begleitet

# Dem Guten treu.

## Brautradition aus Rosenheim.



# Online-Shoppen mit Gastivo

Immer mehr Anbieter drängen auf den Online-Markt und bieten Bestell-Lösungen für die Gastronomie an. Tadsen hat sich für den Marktführer entschieden: Gastivo, eine Bestellplattform mit dem individuellen Sortiment jeden Objekts. Außerdem besteht die Möglichkeit, im Gesamtsortiment zu stöbern und nach einzelnen Produktgruppen zu suchen. Für den Kunden ist der Service kostenfrei. Weitere Händler, wie beispielsweise aus den Bereichen Hygiene und Food, können außerdem integriert werden.

So kann ein Gastronom alle Bestellungen in einem Portal aufgeben. In Schleswig-Holstein ist Lars Schipp der Ansprechpartner, wenn es um Fragen zu Gastivo oder die Registrierung geht. Er ist erreichbar unter der Telefonnummer 0151/72026251 oder [lars.schipp@gastivo.de](mailto:lars.schipp@gastivo.de) per Mail.

Gastivo ist aber auch auf der NordGastro mit einem eigenen Stand vertreten, sodass eine Registrierung direkt vor Ort erfolgen kann.







feld

frisch

#### Bio-Rhabarber aus der Region

- Das herrlich säuerlich schmeckende Gemüse wird nur wenige Kilometer von der Naturkostsafterei entfernt auf nachhaltig biologische Weise angebaut.
- Dank des kurzen Transportwegs kann der Rhabarber direkt nach der Ernte feldfrisch verarbeitet werden, was diesem Nektar mit Direktsaft seinen besonders aromatischen Geschmack gibt.
- Ein saisonaler Klassiker für erfrischende Schorlen und Bowlen, Longdrinks und Cocktails.

Nur solange der Vorrat reicht.

**Voelkel**

DE-ÖKO-007

## Jägermeister mit neuer Unit „Boutique Brands“

Die Deutsche Vertriebsgesellschaft von Jägermeister, die Mast-Jägermeister Deutschland GmbH,

erweitert ihre Struktur um eine neue Abteilung mit dem Namen „Boutique Brands“. Darin werden

Markenaufbau sowie der Vertrieb von Gin Sul und Jägermeister-Ma-nifest fokussiert und gebündelt.



Foto: jaggermeister.com

Die Gründung der Mast-Jägermeister Deutschland GmbH im Jahr 2018 war ein erster Schritt der global erfolgreichen Mast-Jägermeister SE, die Marktbearbeitung in Deutschland zu konzentrieren. Das Unternehmen hat sich damit auch für den Vertrieb anderer Marken als die Kernmarke Jägermeister aufgestellt. Jetzt gründet Jägermeister für diese Marken die Abteilung „Boutique Brands“.

In der neuen Abteilung wird ein Team eingesetzt, das sich ganz auf die Portfolio Marken und ihre Entwicklung konzentrieren kann. Innerhalb der Deutschland GmbH wird sie den entsprechenden Bereichen der Core-Vermarktung gleichgestellt sein. Auch eine Leadfunktion ist vorgesehen, die direkt an den Geschäftsführer Torsten Römsch berichtet. Die Stellenprofile sind derzeit in Ausschreibung.

Geschäftsführer der MJDE, Torsten Römsch: „Es gilt, andere Konsumenten- und Kundenbedürfnisse als auch Kanäle zu identifizieren und zu erfüllen. Deshalb bauen wir ein eigenes Team auf, das genau diesen Anforderungen der Konsumenten und des Marktes nachkommen kann. Wir freuen uns auf diese Pionierarbeit und sind von dem Potential der Marken überzeugt. Bei aller Neuerung gilt jedoch: Unsere Kernmarke und die Mission 'Best Nights of Your Life today and tomorrow' bleiben unsere Priorität“.

## Die Kunst des Brennens

Seit 2022 erfolgreich im Sortiment, führt Tadsen die Edelbrände aus dem Hause Birkenhof. In der auffälligen 1,0-Liter-Bügelverschlussflasche wird die ganze Kunst des Brennens hochwertiger Früchte gezeigt. Erstmals auf der Messe werden nun die Brände der Gastronomie und Hotellerie präsentiert. Auch die Brennerei im Westerwald in Rheinland-Pfalz lädt zum Erkunden ein.

Ein Besuch der Birkenhof-Brennerei ist immer eine Reise wert. „Wir möchten unsere Gäste begeistern, sie mit echten Geschmacksexplosionen überraschen und durch die Welt edler Destillate führen. Wir möchten Ihnen zeigen, wie viel Liebe, Sorgfalt und Hingabe in jedem unserer Produkte steckt und was unsere Destillerie so einzigartig macht. Unsere Familie brennt bereits seit 1848 hochprozentige Spezialitäten. Da gibt es viel zu erzählen und natürlich noch mehr zu probieren“, erzählt Geschäftsführerin Stefanie Klöckner.

TRADITIONELL  
FEINE SPIRITUOSEN  
*holzfassgereift*

ONLINE SHOP [WWW.BIRKENHOF-BRENNEREI.DE](http://WWW.BIRKENHOF-BRENNEREI.DE)

ALTE MARILLE  
WILLIAMS-BIRNE  
ALTE QUETSCH  
HASELNUSS

Hanse Spirit Hamburg  
26.-28.01.23  
NordGastro & Hotel | Husum  
13.-14.02.23

FRANKFURT  
BIRKENHOF  
BRENNEREI

57647 Nistertal · F 02661 982040





# Die Paulaner-Brauerei-Gruppe



Foto: paulaner.de

sessenen Münchner Familienbetrieb zu einem global denkenden, modernen und erfolgreichen Markenunternehmen entwickelt. Mit sieben Brauereistandorten in Deutschland vereint die Paulaner-Brauerei-Gruppe regionale Biervielfalt und jahrhundertalte Brautradition unter ihrem Dach. Insgesamt werden die Biere der einzelnen Marken weltweit in über 60 Exportmärkte vertrieben.

## Schlüssiges Konzept mit bayerischem Charme

Über drei Jahrzehnte hat die Paulaner Gruppe ihr bewährtes Wirtshauskonzept entwickelt, erweitert und realisiert in Deutschland und

weltweit Wirtshäuser in unterschiedlichen Konzeptgrößen. Je nach Lage und Standort sind eigene Hausbrauereien Bestandteil des Konzepts. Hier runden frisch vor Ort gebraute Spezialbiere das Sortiment ab. Das bayerische Lebensgefühl und die bayerische Gastlichkeit sind weitere wichtige Bausteine für eine authentische Atmosphäre. Mehr Infos und Kontaktaufnahme unter [www.paulaner.de](http://www.paulaner.de)

Seit 1634 steht der Name Paulaner für höchste Qualität und Münchner

Bierkultur. Inzwischen hat sich das Unternehmen von einem alteinge-

# Welches Tonic zum Gin?

Tonic ist nicht gleich Tonic. Klassisch, fruchtig oder herb. Oft wird darüber diskutiert, welches Tonic Water passend zur Gin-Auswahl ist. Die Tonic Water lassen sich in vier Kategorien unterteilen: Der klassische Tonic, oft als Indian oder Bitter Tonic bezeichnet ist ein Allrounder und passt zu zahlreichen Gins. Eine klare Bitternote, hoher Kohlenstoffanteil und ein deutliches Zitrusaroma zeichnen diese Tonic-Art aus: „Schweppes“, „Thomas-Henry“, „Fever Tree“ und „Fentimans“ haben jeweils Indian-Tonic im Sortiment.

Mit weniger Zucker und eher zurückhaltend kommt die Variante Dry Tonic daher. Bei dieser Kategorie rückt der Gin in den Vordergrund. Sehr speziell und derzeit noch nicht so weit verbreitet ist die Variante der floralen/fruchtigen Tonics. Sie sind recht dominant und geben meist geschmacklich im Longdrink den Ton an. Am besten harmonisiert diese Variante mit Gin-Sorten, die ebenfalls floral oder fruchtig sind. Die würzigen Tonics runden das Sortiment ab. Hier stehen Kräu-

ter- oder Pfefferaromen im Fokus. Mediterranean ist eine Sorte aus der Kategorie der würzigen Tonics. Auf der diesjährigen NordGastro & Hotel wird es gleich vier große Marken vor Ort geben – „Schweppes“, „Fentimans“, „Fever Tree“ und „Mistelhain“ stellen ihr Bitter-Familien vor. Der perfekte Moment, um direkt vor Ort die Unterschiede zu verkosten und den entsprechenden Partner für die Gin-Auswahl zu finden.



FRISCH  
VOM FASS!

**Saugute Tradition!**  
Münchner Hellbier-Tradition seit 1895

GUT. BESSER. PAULANER.

# Frischt auf.

Stand Nr. 2C08

BIER BEWUSST GENIEßEN.  
DIE DEUTSCHEN BRAUER.

**Dithmarscher**  
... frisch von der Küste!

[dithmarscher.de](http://dithmarscher.de)

**DRAUGHTMASTER**  
FRESH PRESSED BEER

## KOSTEN SENKEN. PROFIT ERHÖHEN.

DAS REVOLUTIONÄRE ZAPFSYSTEM:

- 30 Tage frisch im Anstich
- Kein Einsatz von Fördergas (CO<sub>2</sub>)
- Internationale Premiummarken und Bierspezialitäten

Hier alle Vorteile erfahren!

[WWW.DRAUGHTMASTER.DE](http://WWW.DRAUGHTMASTER.DE)

**MARC KEMPER,**  
Geschäftsführer Gastronomie Carlsberg Deutschland

Mit unserer DraughtMaster™ Technologie erhält die Gastronomie endlich die Möglichkeit, eine Vielzahl verschiedener Biere vom Fass gleichzeitig anbieten zu können – und das bei höchster Qualität und längerer Haltbarkeit.

Carlsberg Deutschland GmbH, Jürgen-Töpfer-Str. 50, Haus 18, 22763 Hamburg.  
Tel.: (040) 3 81 01-0, [draughtmaster@carlsberg.de](mailto:draughtmaster@carlsberg.de), [www.carlsbergdeutschland.de](http://www.carlsbergdeutschland.de)



# KULT À LA CARTE!



**NEU**

**#DU LEBST**

KOFFEINHALTIG - VEGAN - KLIMANEUTRALISIERT  
UND MIT 100% ÖKOSTROM PRODUZIERT

www.miomio.com · @miomio\_official

Vivaris Getränke GmbH & Co. KG - Neuer Grund 24 - 49740 Haselünne  
Tel: 05961 502-4 - Fax: 05961 502-378

## Einladung zur Betriebsbesichtigung



Das Betriebsgelände in Oster-Ohrstedt

In Oster-Ohrstedt, auf dem Land gelegen, befindet sich das Zentrallager der Getränke Tadsen GmbH. Auf insgesamt 70.000 Quadratmetern Fläche sind hier die Abteilungen Verwaltung und Zentrallogistik zu Hause. Zahlreiche Interessierte haben bereits die Möglichkeit genutzt, um Tadsen hier einmal näher kennenzulernen.

Seniorchef „Kalle“ Tadsen nimmt sich gern die Zeit und führt die Teilnehmer durch das Unternehmen. Im Rahmen der Betriebsbesichtigung kann man Einblicke in die Abläufe der Logistik und die Sortiments-Vielfalt des Großhandels bekommen. Abgerundet werden kann der Besuch durch eine Weinprobe mit Fachberater Lars

Günther. Ein besonderer Ausflug, der auch für die Mitarbeitenden in den gastronomischen Betrieben immer spannend ist. Wann geht's mit ihrem Team zu Tadsen? Melden sie sich gern in der Zentrale unter 04847/806650 oder per Mail an [valbertsen@tadsen.de](mailto:valbertsen@tadsen.de).

Besuchen  
Sie uns!  
Halle 2,  
Stand 2D12



ST. MICHAELIS

## NATÜRLICH NORDDEUTSCH. FÜR GENIESSER.

ST. MICHAELIS ist ein besonderes Mineralwasser, das höchste Qualität, exklusives Design und Regionalität in sich vereint und damit Feinschmecker in ganz Norddeutschland begeistert.

Verwöhnen Sie Ihre Gäste mit ST. MICHAELIS feinperlig oder naturell in der 0,75 l und der 0,25 l Designflasche.



[stmichaelis.de](http://stmichaelis.de)





# Das Tadsen-Liefergebiet

Besonders das vergangene Jahr 2022 hat gezeigt, wie wichtig es zukünftig sein wird, einen Lieferpartner mit Qualitätsbewusstsein zu haben. Tadsen hat sich dieses auf die Fahne geschrieben und arbeitet mit dem Team jeden Tag aufs Neue an der guten Logistik. Eine pünktliche Lieferung ist der Maßstab der Dinge. Ein starkes Team in allen Abteilungen bildet

die Grundlage für zufriedene Kundinnen und Kunden. Zum 1. März des vergangenen Jahres konnte das Liefergebiet erweitert werden. Mit der Integration des Getränkefachgroßhandels Max Mildenstein auf Fehmarn wird nun auch der Landkreis Ostholstein mit Getränken versorgt. Um weiter die Qualität der Lieferkette zu

stärken, hat sich per 15. Januar dieses Jahres auch Matthias Loof vom gleichnamigen Getränkefachhandel Loof in Garding dazu entschlossen, mit seinem Team unter das Dach von Tadsen zu gehen. Die Kunden profitieren dann zukünftig aus einer Sortimentsauswahl von 5.000 verschiedenen Artikeln, darunter allein 600 Weine aus aller Welt.



# Sekt-Hausmarke in neuem Outfit

Seit Jahrzehnten verbindet Tadsen mit der Schlosskellerei Affaltrach aus Württemberg eine enge Verbindung. Familie Baumann liefert aus ihrer Kellerei den beliebten Tadsen-Hausmarke-Sekt. Diese langjährige Partnerschaft wurde nun mit einer neuen Ausstattung gefeiert. So sind die Sektsorten „Tadsen trocken“, „Tadsen halbtrocken“ und „Tadsen rosé“ mit einem neuen Etikett ab sofort verfügbar. Die Auslieferung erfolgt weiterhin in der Pfandkiste, sodass im Gastronomieobjekt keine Glasentsorgung nötig ist. Alle drei Qualitäten sind für 4,95 Euro erhältlich und somit vielfältig einsetzbar. Nicht nur als typischer „Welcome-Drink“ auf Veranstaltungen, auch auf den jeweiligen Getränkekarten ist er mehr und mehr zu finden. Wegen der prickelnden Perlage wird der Ausschank im Weinglas fürs perfekte Genusserlebnis empfohlen. Zum Wohl!



# Deichlimo im „Marktpirat“

Zum Jahreswechsel gibt es eine Änderung auf der Getränkekarte im beliebten „Marktpirat“ in Heide. Inhaber Thorsten Ehlers und sein Betriebsleiter Christian Brunn setzen weiter auf Regionalität und listen exklusiv im Limonadenbereich die fünf Sorten der Deichlimo. Die Geschmacksrichtungen Orange und Zitrone waren seit Eröffnung bereits gesetzt, nun kommen „Kola“, „Kola

zuckerfrei“ und „Holunder“ hinzu. Bisher wurde „Fritz-Kola“ ausgeschrieben, welche in Wagenfeld – südliches Niedersachsen – produziert wird. Die Deichlimo wird vor Ort im nordfriesischen Husum hergestellt. 302 Kilometer im Vergleich zu 43 Kilometern – diese Entscheidung ist für die Umwelt gefallen! Auf die nächste „Kola“ im „Marktpirat“!

# Das Ohriginal.

plopp'



BIER  
BEWUSST  
GENIEßEN.  
DIE DEUTSCHEN BRAUER.  
FLSNS

Genuss erleben. Flensburger Pilsener.



# Kallfelz – Das Weingut an der Mosel



Florian Scheidt (2.v.li.) mit der Winzerfamilie im Weinberg

Das Moseltal bringt einzigartige Rieslinge mit Weltruf hervor. Als Mitglied im Bernkasteler Ring ge-

hört das Weingut Albert Kallfelz zu den renommiertesten Adressen in dem Anbaugbiet Mosel. Das Wein-

gut umfasst derzeit etwa 50 Hektar Rebfläche. Ein großer Teil davon liegt in den mineralreichen Schie-

fersteillagen, die zu den besten der Welt zählen. So lautet das Motto des Weinguts „Vom Idealisten für

den Individualisten“. Kallfelz berichtet hier über die aktuelle Ernte.  
*Frage: Herr Scheidt, gerade in dieser Jahreszeit sind wir immer wieder gespannt auf die Qualitäten der vergangenen Lese. Können Sie uns schon mehr zur Ernte 2022 sagen?*  
Scheidt: Der Jahrgang 2022 war von besonders viel Sonnenschein bei zugleich extremer Trockenheit geprägt, was zu sehr fruchtigen und im Duft ausgeprägten Weinen mit einer eher niedrigen Säure geführt hat.

*Frage: Welche Unterschiede erwartet den Konsumenten im Vergleich zur Ernte 2021?*

Scheidt: Der Jahrgang 2022 ist im Glas ausdrucksstark und etwas früher reif als der 2021er. Die Weine sind sehr zugänglich und charmant. Das Lagerpotenzial des 2021er schätzen wir aufgrund seiner Frische und Säurestruktur als höher ein.

*Frage: Die Mosel hat für seinen Riesling einen ausgezeichneten Ruf auf der ganzen Welt. Dennoch haben die Burgunderrebsorten in der Gastronomie eine höhere Nachfrage. Wie kann der Riesling mehr in den Vordergrund rücken?*

Scheidt: Den Gästen muss die Einzigartigkeit des Rieslings nähergebracht werden. Rieslingweine sind in Facettenreichtum und Fruchtigkeit einmalig, damit kann kein Burgunder mithalten. Besonders die Moselrieslinge können auch mit wenig Alkohol überzeugen.

*Frage: Wir freuen uns auf ihren Besuch auf NordGastro & Hotel, welchen Wein aus ihrem Sortiment sollten die Fachbesucher unbedingt verkosten?*

Scheidt: Unseren Riesling trocken aus der Steillage Merler Stephansberg. Ein wundervoller Wein, der durch seine feine Frucht und eine tolle Mineralik die Besonderheit des Moselrieslings hervorragend widerspiegelt.

Zur Person: Florian Scheidt ist der Schwiegersohn von Albert Kallfelz und bereits seit zehn Jahren im Weingut Kallfelz tätig. Seit dem 1. Januar 2022 führt er gemeinsam mit Maximilian Kallfelz (Sohn von Albert Kallfelz) das Weingut. Als Quereinsteiger hat Florian Scheidt seine Liebe für den Wein entdeckt, sich viel Fachwissen angeeignet und ist mit Herzblut und Leidenschaft dabei.

## Familie Baumann liefert neue Tadsen-Linie

Mit einer weiteren Präsentation wird die neue Ausstattung der Tadsen-Hausmarke auf der NordGastro & Hotel vorgestellt. Die seit Jahrzehnten bekannte und oft eingesetzt Hausmarke Sekt in Weiß trocken oder halbtrocken, sowie Rosé haben ein neues Design erhalten. Sehr aufgeräumt und edel präsentieren sich nun die Spitzenqualitäten aus dem Hause Schloss Affaltrach. Tanja Baumann-Noller und Marc Baumann in vierter Generation begleiten mit großem Respekt, was die Traube aus dem Weinberg mitbringt. Als weiteres Highlight ist das Familienweingut zukünftig Hersteller der neuen 1-Liter-Linie „Tadsen-Weine“. So mit erweitern sich die Hausmarken

um einen Grauburgunder, der sich hervorragend für den offenen Ausschank eignet. Eine feine Rebsortenauswahl liefern die Trauben für den Roséwein und Rotwein. Und weil es sich auch in der Logistik für die Gastronomie lohnen soll, kommt nur der Nachhaltigkeitsgedanke. Alle Hausmarken, ob Sekte oder Weine, werden in der handlichen 6er-Kiste geliefert. So muss sich nicht mehr um die Flaschenentsorgung gekümmert werden, denn das Leergut wird bei der Lieferung wieder mitgenommen.

Und nun der Knaller – die Hausmarke im Bereich Sekt und Wein wird es zum Großhandelspreis für nur 4,95 Euro pro Flasche geben!

## Die perfekte Weinkarte

Tadsens Weinfachberater Lars Günther erarbeitet im gemeinsamen Austausch mit den Interessierten aus Gastronomie und Hotellerie immer wieder neue Weinkarten. Dabei kommt es darauf an, welche gastronomische Ausrichtung verfolgt wird. Wo soll der Fokus auf der Weinkarte liegen? Auch das führt zur Entscheidung über die Größe des Weinsortiments. Hat das Objekt einen hohen Anspruch auf viele Biersorten, darf die Weinauswahl etwas kleiner und kompakter

sein. Soll das Thema Wein im Mittelpunkt stehen, so kann es auch etwas üppiger in der Vielfalt ausfallen. Am Ende ist es der gemeinsame Weg zwischen Gastronomen und Weinfachberater, der zur maßgeschneiderten Weinkarte führt. Lars Günthers persönliche Empfehlung geht immer dahin, lieber im Offenausschank einen Wein weniger und dafür bei der Flaschenweinkarte eine Position mehr zu führen – denn so kommt immer die beste Qualität beim Gast an.

*Weinvorschlag:  
traditionelle Küche mit  
internationalen Ausflügen*

*Halbtrocken?  
Gern! Diesmal  
aber nur  
flaschenweise*

*Zwei  
Klassiker  
aus Italien*

*Schmückt  
jede  
Weinkarte*

SEKT, PROSECCO & CHAMPAGNER		
Deutschland	Riesling Sekt Brut	0,1l 0,00 €
	Weingut Manz, Pfalz	0,75l 00,00 €
Italien	Cuvée weiß Sekt Halbtrocken	0,75l 00,00 €
	Schlusstellerei Affaltrach, Württemberg	
Frankreich	Spumante Prosecco Brut	0,1l 0,00 €
	Terra Serena, Veneto	0,75l 00,00 €
Frankreich	Rabosello Frizzante Rosé	0,1l 0,00 €
	Terra Serena, Veneto	0,75l 00,00 €
Frankreich	Crémant de Bourgogne Blanc de Blanc	0,75l 00,00 €
	Cave de Lugny, Burgund	
	Champagne Reserve Exclusive Brut	0,75l 00,00 €
	Nicolas Feuillatte	

*Deutscher  
Winzersekt  
erfährt gerade  
einen Boom*

*Die  
französische  
Geheimwaffe*

*Die Schaumweinkarte ist der Beginn einer besonderen Weinkarte. Zu jeder einzelnen Position mache ich mir Gedanken. Gerne mache ich ihnen einen Vorschlag zu ihrer besonderen Weinkarte.*

*Ihr Lars Günther aus dem Hause Tadsen*





DISTILLERIA  
MARZADRO  
*Grappa dal 1949*



## Eine Weinreise durch das Weindorf

MANZ



Auf ein riesiges Interesse stießen auch wieder die Weinstände auf der NordGastro & Hotel. Zahlreiche Winzerinnen und Winzer hatten sich um die begehrten Plätze beworben. Am Ende wurden 28 vergeben – und diese spiegeln nun eine besondere Qualität wieder. Aus ganz Europa reist man an, um die unterschiedlichen Weine zu präsentieren und zur Verkostung

anzubieten. Importeure ergänzen das Sortiment mit Qualitäten aus aller Welt.

In diesem Jahr hat Weinfachberater Lars Günther ein besonderes Highlight vorbereitet. Passend zum Gastrotyp wird es eine „Weinreise“ geben. Dieser Wegweiser führt dann durchs Sortiment und gibt erste Empfehlungen. Insgesamt

werden im Weindorf etwa 300 verschiedene Weine vorgestellt. „Mit der Weinreise haben die verschiedenen, gastronomischen Betriebstypen die Möglichkeit, einen ersten Leitpfaden zur Verkostung zu erhalten“, berichtet Lars Günther. „Neben länderspezifischen Weinreisen, wie zum Beispiel Italien, wird es unter anderem auch die Kategorien Landgasthof,

Strandbar, Sommerdrinks, Fine-Dining und noch weitere geben. Die Besucherinnen und Besucher können sich auf diese Weise die zu ihnen passenden Weine aussuchen“, erklärt er, „damit wird der Besuch im Weindorf zu einem besonderen Erlebnis und vielleicht ist der ein oder andere passende Wein bald auch auf Ihrer Weinkarte zu finden.“ Viel Spaß beim Reisen!





# Equipment für jede Veranstaltung



Im vergangenen Jahr sind sämtliche Veranstaltungen ein voller Erfolg gewesen, die Besucherinnen und Besucher hatten wieder Spaß daran, sich zu treffen und zu feiern. In der Frühjahrszeit planen Veranstalter wieder zahlreiche Events zur Saison 2023. Oftmals wird dafür wieder zusätzliches Event-Equipment benötigt. Tadsen hat einen großen Fuhrpark mit Veranstaltungstechnik. Insgesamt kommt der Getränkefachgroßhandel auf 20 Kühlwagen, 24 Schankwagen der verschiedenen Brauereien und tausende Gläser – sowie PET-Mehrweg-Becher. Wussten Sie, dass die Gläser und Becher ungewaschen wieder abgeholt werden? Eine Hochleis-

tungswaschmaschine bereitet diese für die nächste Veranstaltung wieder vor. Die Preise im Verleih konnten weitestgehend stabil bleiben. So kostet die Abholung im Event-Lager in Oster-Ohrstedt für die Fahrzeuge: Kühlwagen 115 Euro, Schankwagen 195 Euro und die Zustellung von Kühlwagen 135 sowie Schankwagen 245 Euro. Die Gläser beziehungsweise Becher sind für eine Leihgebühr von 0,25 Euro zu haben. Damit auch Sie ihr Event fest planen können, sollte eine Reservierung unter 04847/806650 oder [bestellung@tadsen.de](mailto:bestellung@tadsen.de) kurzfristig erfolgen. Das Team vor Ort berät sie gern.

## Die Geschichte der echten „Toten Tante“

Als im vorigen Jahrhundert die große Auswanderungswelle aus Nordfriesland Richtung Amerika losbrach, machte sich auch eine Familie von der Insel Föhr auf den Weg. Es kamen nicht nur Kind und Kegel mit auf die weite Reise, sondern auch alleinstehende Verwandte, bei einer Familie ebenfalls die liebe betuchte Tante, welche man nicht allein auf der Insel zurücklassen wollte. In Amerika lebte man nun in großer Familiengemeinschaft, bis die liebe Tante verstarb. Bei der Testamentsöffnung über das nicht unerhebliche Vermögen der Tante kam dann die große Überraschung für die anwesenden ehemaligen Föhrer Familienmitglieder. Die Tante hatte in ihrem Testament folgendes bestimmt: Wer das Erbe der Tante antreten möchte, hatte vorher dafür zu sorgen, dass die sterblichen Überreste in heimatlicher Föhrer Erde beigesetzt werden. Dies habe durch die Bestätigung eines Föhrer Advokaten an den Testamentsvollstrecker bestätigt werden sollen. Nun war es zu damaliger Zeit völlig unüblich – wenn überhaupt sehr teuer – einen Toten über weite Strecken zu transportieren. Ein Schiff zu finden, das eine Leiche transportiert, konnte bei den damals sehr abergläubischen Seefahrern außerdem als

sehr unwahrscheinlich angenommen werden. Die findigen Föhrer hatten aber schnell eine passende Idee. Zu damaliger Zeit waren die besten Verpackungsmittel jene für Tee und Kakao. Es waren stabile Kisten, die mit Silberpapier ausgeschlagen waren, und hierdurch luft- und wasserdicht verschlossen werden konnten. So kam es, dass die besagte Tante in eine derartige Kiste gelegt wurde, um die Seereise nach Föhr – als Kakao deklariert – zur heimatlichen Erde anzutreten. Dort angekommen, wurde sie ordentlich bestattet. Die amerikanische Verwandtschaft hatte für die anschließende Trauerfeier noch eine Flasche Brantwein beigelegt, den man dann zur Erinnerung an die Tante mit heißem Kakao und Schlagsahne verzehren sollte. Brantwein war zu damaliger Zeit die meistgetrunkene Spirituose in Friesland – und ist es heute immer noch. Brantwein war preiswerter als der kostbare Rum und das Getränk des Volkes. Heute gibt's diese Spirituose noch als „Husumer Gold“, „Levsen Tweeund-örtig“, „Medaillon“, „1889“, „Springer Urvater“ oder natürlich „Sternmarke“. Also, in eine echte Tote Tante gehört Brantwein und kein Rum!

## Dithmarscher Brauerei

Die Dithmarscher Brauerei ist die einzige Privatbrauerei an der Westküste Schleswig-Holsteins. Der Standort in Marne wurde bereits im Jahr 1775 als Braustätte erwähnt. Seit 1884 ist die Brauerei in Besitz der Familie Hintz und bis heute unabhängig. Am historischen Firmensitz wird handwerklich nach überlieferten Rezepturen gebraut. Das Sortiment reicht vom „Dithmarscher Pilsener“ in der markanten Bügelverschlussflasche bis hin zum „Dithmarscher Alkoholfrei“. Saisonale Spezialitäten sind Maibock und Urbock. Moderne Technik und Logistik sowie vor allem ein engagiertes Team haben dafür gesorgt, dass Dithmarscher Biere mittlerweile in ganz Norddeutschland erhältlich sind. Nicht ohne Stolz blickt man auf das gemeinsam Erreichte. Denn in einem schrumpfenden Biermarkt freut sich die Brauerei über ein gesundes Wachstum.

## Weissbier alkoholfrei frisch gezapft

Es gab in den vergangenen Jahren wohl keinen größeren Kundensortimentswunsch als Weissbier alkoholfrei: Mittlerweile ist das ein fester Bestandteil auf jeder Getränkekarte. Jede zweite verkaufte Kiste Weissbier ist bei Tadsen inzwischen alkoholfrei. Das staatliche Hofbräuhaus München geht nun noch einen Schritt weiter und bietet sein Weissbier alkoholfrei auch im 30-Liter-Fass zum Zapfen an. Somit enthält ein 30er Fass die gleiche Menge wie drei Kisten Flaschenbier. Neben dem einfachen Handling kann ein alkoholfreies Weissbier nun also neben dem gelebten 0,5-Liter-Weißbierglas auch im kleineren 0,3-Liter-Glas angeboten werden. Verkaufsdirektor Harry Gerstl kommt mit seinem Kollegen Jürgen Ernstreiter nach Husum und hat die „Münchner Weisse alkoholfrei“ zur Verkostung im Ausschank. Prosit.



MÜNCHEN

Besuchen Sie uns auf der



2023 in Husum, Halle 1, Stand 2B14.





# Mit BEHN in die Gastro-Saison durchstarten

Die Waldemar Behn GmbH mit Sitz im Ostseebad Eckernförde produziert einzigartige Spirituosenmarken. Viele davon sind aus der Region für die Region. Sie treffen damit den ungebrochenen Trend zur Regionalität.

Auf der diesjährigen Nord Gastro & Hotel stehen der seit Jahren beliebte nordische Aperitif Andalö mit dem unverwechselbar erfrischenden Geschmack der Powerfrucht Sanddorn und der vielseitige Party-Begleiter Kleiner Feigling im Fokus.



## Küsten-Liebling Andalö: Nordischer Aperitif Sanddorn Liqueur

Der Aperitif-Trend ist ungebrochen und dabei wächst Andalö deutschlandweit doppelt so stark wie die Kategorie. Die Gastronomie und Hotellerie kann mit Andalö die regionale Alternative zu den von weit her kommenden anderen Aperitifs anbieten, eben etwas ganz Besonderes aus dem Norden, als Andalö Spritz oder auch Andalö Tonic überzeugt er nicht nur das „Sylt Fräulein“, sondern auch begeisterte Aperitif-Liebhaber von nah und fern. Wir laden Sie gerne zu einem Besuch an unsere Messe-Cocktailbar ein.



## Tradition & Trend

Küstennebel, BEHN's Klassiker unter den Küsten-Spirituosen und absolut unverzichtbarer „Must-Have-Digestif“ im Norden, hat die Zwangspause genutzt, um sich einen neuen Look zuzulegen. Jünger, moderner, hochwertiger, aber immer wiedererkennbar und so ehrlich und authentisch wie eh und je. De geele Kôm dagegen hat sich mit „De Besünnere“ eine Premium-Variante zugelegt, die äußerst erfolgreich gestartet ist und in Fachkreisen schon als „stärkste Neueinführung“ seit langem bezeichnet

wurde. Für unseren geliebten Tee-Punsch eigentlich fast zu schade. Unbedingt ausprobieren! Neues zu vermischen gibt es auch aus dem beliebten Wikingersortiment: Wiking Noorgard Gin überrascht die Gin-Szene mit hoher Qualität, authentisch nordischem Design und begeistert nicht nur die treuen Wiking Fans, sondern auch viele Gin-Liebhaber. Die imposante Flasche ist einem alten Runenstein nachempfunden und damit ein echtes Schwergewicht im Angebot.



## Party- und Eventmarke Nummer 1



Kleiner Feigling ist als Kleinflasche auf Events und Veranstaltungen gesetzt. Aber auch die große Flasche überzeugt mehr und mehr in der Hotel- und Barszene als Shot oder als Basis leichter Longdrinks. Kleiner Feigling hat Kultstatus seit über 30 Jahren. Dies zeigt auch das überproportionale Wachstum innerhalb der Kategorie. Zusammenkommen und fröhlich feiern: Das ist der Trend in diesem Jahr nach drei Jahren Covid-Feier-Abstinenz. Dabei Qualität und Vertrautes genießen, ob als Original oder in einer der vielen farbenfrohen Geschmacksrichtungen. Lassen Sie Ihre Gäste mit Kleiner Feigling endlich mal wieder richtig feiern.

**Auf der NordGastro  
zu finden in Halle B,  
Stand 2B10**



# Natürliches Mineralwasser, das beliebteste Getränk der Deutschen

Magnus Mineralbrunnen ist in der Top-Gastronomie Norddeutschlands zu Hause. Mit mehr als 65 Millionen Abfüllungen pro Jahr gehört das Norderstedter Familienunternehmen zu den größten unabhängigen Getränkeherstellern im Norden. Gaby Gaßmann lenkt mit ihrem Team die Geschicke des modernen Unternehmens.

*Frage: Frau Gaßmann, herzlichen Dank, dass sie sich für uns Zeit nehmen. Ihre Marke Magnus ist sowohl im Handel mit der markanten Kiste als auch in der Gastronomie mit der Imperial-Ausstattung sehr beliebt. Warum entscheidet sich die Gastronomie so häufig für ihre Marke?*  
Gaßmann: Weil wir gut aussehen – und dann passt auch noch der Geschmack. Aber ganz im Ernst: Um Unternehmen zu überzeugen, muss das Gesamtpaket stimmen. Unsere Region ist der Norden, wir lieben was wir tun und engagieren uns für das, was wir als Heimat bezeichnen. Wir sehen uns als den sympathischen Partner von nebenan, arbeiten ressourcenschonend – und vor allem bieten wir ein besonderes, natürliches Mineralwasser in attraktiven Glasflaschen, das sich auch wunderbar als Begleiter von Speisen oder Weinen eignet.

*Frage: Die Gastronomie hat gerade schwer mit verschiedenen Themen zu kämpfen, Fachkräftemangel, Energiekostenentwicklung, Preiserhöhungen*

*der Produzenten. Was würden sie ihren Kunden aus Gastronomie und Hotellerie raten?*

Gaßmann: Es ist schwierig, aus unserer Position anderen Ratschläge erteilen zu wollen. Dafür sind auch die Ideen und Konzepte jedes Unternehmens zu individuell. All die genannten Themen betreffen natürlich auch uns. Und wir arbeiten tagtäglich daran, uns in jedem einzelnen Bereich weiter zu optimieren. Was aber immer hilft: Nach vorne schauen, Möglichkeiten erkennen, sie zu ergreifen und auszutesten.

*Frage: Wie hat sich der Mineralwassermarkt in den vergangenen Jahren im Allgemeinen entwickelt?*

Gaßmann: Natürliches Mineralwasser ist das beliebteste Getränk der Deutschen. Und dennoch haben wir in den vergangenen Jahren deutliche Rückgänge erlebt: Insbesondere die langen Schließungen bei unseren Partnern in der Gastronomie sind auch an uns nicht spurlos vorbeigegangen. Da haben wir noch erheblichen Aufholbedarf.

*Frage: Immer wieder sieht man den Einsatz von Tafelwasseranlagen in der Gastronomie. Mit dem Einbau solch einer Anlage sind Sie mit ihren Produkten nicht mehr im Gastroobjekt vertreten, warum sollte sich der Betreiber für ihr Mineralwasser und gegen eine Tafelwasseranlage entscheiden?*

Gaßmann: Mal ganz offen gesprochen: Weil das Produkt nicht vergleichbar ist. Unser MAGNUS Imperial in den Sorten „still“ und „feinperlig“ ist ein hochwertiges und zudem regionales natürliches Produkt, dessen Frische bis zur Öffnung der schicken Flaschen am Tisch garantiert ist. Region, Frische und Geschmack sind Werte, die heute immer wichtiger werden. Ach ja: Seit zwei Jahren sind wir auch „klimaneutral“. Tafelwasseranlagen stellen ein „technisches aufbereitetes Produkt“ zur Verfügung. Ein Wasser, das vor allem mit Chemie „neutralisiert“ wird. Allein um die Gefahren einer möglichen Verunreinigung in den eigenen Leitungssystemen zu beseitigen. Letztlich geht es sicher wie immer um die Frage nach dem persönlichen Geschmack, nach Qualität – und vielleicht auch nach der Wertschöpfung. Wir haben gesehen und mit einigen Partnern festgestellt, dass das Thema Wertschöpfung leider oft „falsch“ gesehen und berechnet wird..

*Frage: Welches Ziel verfolgen sie mit ihrem Team für 2023?*

Gaßmann: Wir wollen optimistisch nach vorne schauen, gesund bleiben und Gesundheit fördern – und vor allem wollen wir unseren Partnern weiter ein vertrauensvoller Versorger mit dem besonderen Geschmack sein.



Das Unternehmen wird von Gaby Gaßmann und ihrem Team geleitet.

MAGNUS<sup>o</sup>

## WIEDERSEHEN MACHT FREUDE.



### NORDEN. LIEBE. HEIMAT.

Dafür steht das inhabergeführte Familienunternehmen MAGNUS Mineralbrunnen aus Norderstedt. Die individuelle Wasseredition MAGNUS IMPERIAL bieten wir in den Sorten „feinperlig“ und „still“ exklusiv für die Gastronomie an. MAGNUS schmeckt, wie es die Norddeutschen lieben – weich und ohne mineralische Prägung. Damit ist unser natürliches Mineralwasser ein idealer Begleiter für alle Speisen und für den Genuss guter Weine – aber auch für das allgemeine Wohlbefinden.