



**PIZZA**  
**AWARD**  
— 2011 —

**DIE SIEGER**

# FIZZ AWARD 2011 – DIE TOP-KON

**Knapp 800 Gastronomen aus ganz Deutschland pilgerten am 7. November in den Frankfurter „King Kamehameha Club“, um die besten Ideen der Branche zu küren und die Nacht der Szenen-Gastronomie zu feiern.**

Welche Ideen, welche Köpfe bewegen die Branche, wer setzt Trends für die Zukunft? Seit 14 Jahren liefert der FIZZ Award jedes Jahr im Herbst die Antwort und präsentiert die Top-Ideen der deutschen Szenen-Gastronomie. Schauplatz dieses Jahr: der „King Kamehameha Club“ in Frankfurt am Main, eine der gastronomisch vitalsten Städte der Republik. Barbara Becker, Chefre-

dakteurin der FIZZ, und Thomas Raudnitzky, Frankfurter Szenekenner und Moderator bei Rhein-Main TV, führten kurzweilig durch die Preisverleihung. Als ersten Gewinner durften sie Daniel Koslowski alias Danny Pentangeli aus Essen auf die Bühne bitten, der für seine beiden Konzepte „FCUK Yoga“ und „Pentangeli“ mit dem Award für das beste Gastronomie-Design ausgezeichnet





# ZEPTER DER SZENEN-GASTRONOMIE

wurde. Mit seiner Kombination aus Street Style und anspruchsvoller Gastronomiekultur ist er ein Vorreiter der jungen, trendorientierten Gastro-Szene. Seit über 30 Jahren am Markt und erfolgreicher denn je präsentiert sich der diesjährige Gewinner in der Kategorie „Longseller des Jahres“, der „Club Rotes Kliff“ auf Sylt. Peter Kliem enterte nach der Gewinnerlaudatio gleich mit sei-

nem gesamten Team die Bühne. Wie Gastronomen ihr aktuelles Angebot mit nur einem Update auf bis zu neun Kommunikationskanälen verbreiten können und somit wertvolle Zeit für das operative Geschäft gewinnen können, zeigten Joakim Kågström und Jürgen Krisch, ausgezeichnet für die „Business Idee des Jahres“, mit ihrem Tool Lunchtime.de, das nun deutschlandweit an den Start

geht. Am Start – das sind unsere Preisträger in der Kategorie „Team des Jahres“ bereits seit einiger Zeit, und das höchst erfolgreich in Frankfurt. So war der Jubel groß, als die Lokalmatadoren Micky Rosen und Alex Urseanu, Inhaber der Gekko Management GmbH, im Siegerfilm auf der Leinwand erschienen. Die Sieger waren gekürt, die Party konnte beginnen!





Lunchtime

Die Nr. 1 im App Store  
und viel mehr als eine App



## BESTE BUSINESS IDEE

Das Angebot an neuen Medien, die über das aktuelle gastronomische Angebot informieren, wächst zunehmend. Möchte ein Gastronom sein Angebot breit streuen, braucht er umfassendes Know-how und eine Menge Zeit. Dieses Problem haben Joakim Kågström und Jürgen Krisch von der Ludwigsburger Agentur Medienmacher erkannt. Ihre Business-Idee: Mit nur einem Update werden alle neuen und klassischen Kommunikationskanäle aktualisiert, die Gäste über verschiedene Medien erreicht – und das spart dem Anwender viel wertvolle Arbeitszeit.

Ob klassisch per Fax oder Flyer, über Facebook oder Twitter, via Intranet oder in Form einer App, per E-Mail oder als Info auf der eigenen Homepage – mehr als 80.000 Restaurants, Kantinen, Fastfood-Ketten, Imbissbuden, Metzgereien und Bäckereien ringen täglich um die Aufmerksamkeit der rund 40 Millionen potenziellen Gäste. Lunchtime.de ist eine Plattform, die als Informations-Multiplikator fungiert. Eine Nachricht genügt und das Mittagsangebot erscheint in aktueller Form auf allen wichtigen Kanälen,

*Das Urteil der Jury:  
Wer als Gastronom sein Mittagsangebot breit streuen möchte, braucht Zeit und umfassendes Know-how, um die einzelnen Kommunikationskanäle täglich zu bedienen und zu aktualisieren. Doch Zeit ist Geld. Joakim Kågström und Jürgen Krisch haben lunchtime.de als Plattform für die einfache, zeitsparende Aktualisierung von bis zu neun verschiedenen Medien konzipiert, die dem Gastronomen hilft, klassische wie auch neue Techniken effizient zu nutzen. Mit dieser Serviceidee, die aktuelle und zukünftige Kommunikationskanäle unterstützt, gewinnen die Medienmacher den FIZZ Award für die beste Business Idee 2011.*

die der Gastronom nutzen möchte. Das neu entwickelte System unterstützt Gastronomen beim Erstellen ihrer Mittags-, Tages- oder Wochenkarten und verteilt diese Informationen schnell und effizient in die verschiedenen Medien. Die Gäste profitieren von der breiten Verfügbarkeit der

publizierten Informationen und können auch von unterwegs per Handy mit der eigens erstellten iPhone App oder Web App auf das Mittagstischangebot der Gastronomiebetriebe zugreifen – wenn gewünscht auch auf nützliche Zusatzinformationen.

Neben den klassischen Informationskanälen rücken digitale Medien wie das mobile Internet oder Social Networks in den Fokus der Kommunikation. Das Konzept dient damit der Erschließung neuer Kundenkreise und ist gleichzeitig ein besonderer Service für die Stammkunden. Herzstück des Systems ist jedoch die kostenlose iPhone App. Mit nur wenigen Klicks können sich Konsumenten von unterwegs oder von der Arbeit aus das Mittagstischangebot der Restaurants einfach und schnell auf dem Handy anzeigen lassen. Lunchtime.de hilft dem Gastronomen, das umfangreiche Angebot an klassischen und neuen Marketing-Tools effizient zu nutzen – welche Informationsquellen seine Gäste auch immer bevorzugen.

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