

BLUECHIP TIMES

Nachrichten und Informationen aus dem BLUECHIP Convention Center Langenfeld - 4. Jahrgang



Mit Leidenschaft für alles Süße

Steffi Kormann strebt in den Olymp der Pâtisseries

Seite 2

„Das Konzept begeistert mich immer noch“

FAKO-Gruppe ist BlueChip-Partner der ersten Stunde

Seite 3

Mit Vollgas zu neuen Ideen

Immer wieder sonntags steigt der Küchenchef in die Lederkombi

Seite 4

Interessanter Rahmen stärkt die Inhalte

BLUECHIP Convention Center präsentiert exklusive Seminarangebote

Ergebnis von durchdachter Planung: intensive Gespräche im BLUE-CHIP Convention Center



Die Planungen waren gut durchdacht. Alle Fakten wurden im Vorfeld ordentlich abgearbeitet, die Veranstaltung eigentlich bestens vorbereitet. Doch dann will der Funke beim abschließenden und so wichtigen Get-Together einfach nicht überspringen. Die Stimmung bleibt kühl, der Gesprächsfluß stockt und der Erfolg der gesamten Präsentation wird später in Frage gestellt. BLUE-CHIP-Geschäftsführerin Saideh Loer hat sich die Sorgen ihrer Firmenkunden zu eigen gemacht und gehandelt.

Gemeinsam mit den beiden Image- und Organisationsberaterinnen Federike Lehnig und Annette Mainz hat sie eine spezielle Seminarreihe entwickelt. „Wir reagieren mit diesem eigenständigen Angebot auf die Wünsche unserer Kunden“, begründet Saideh Loer den Einstieg ins inhaltliche Fortbildungsmanagement. Das BLUE-CHIP Convention Center wird durch die Initiative zum eigenständigen Seminar-Anbieter. In den Fokus der selbstkonzipierten Reihe haben die Macherinnen die erfolgreiche Kommunikation

gestellt. „Auf einer Veranstaltung mit anderen in Kontakt zu kommen ist kein Zufall“, begründet Saideh Loer die Themenauswahl. 80 Prozent aller Entscheidungen werden schließlich aus dem Bauch heraus getroffen. Darum hängt der Erfolg einer Veranstaltung auch nicht nur von planerischen Qualitäten ab. „Wir liefern mit unseren Räumen und den dazugehörigen Servicedienstleistungen die optimale Grundlage für eine Veranstaltung, doch der beste Rahmen kann niemals die Kommunikationsfähigkeit der Firmenverantwortlichen erset-

zen“, so Saideh Loer. Dazu müssen diese auch die „weichen“ Erfolgsfaktoren beherrschen. Zu ihnen gehören unter anderem die Etikette, die innere Einstellung sowie das Auftreten in der Gruppe. Nur wenn auch die stimmungsbestimmenden Rahmenbedingungen erfüllt werden, fühlen sich die Gäste eines Unternehmens wohl. Die Gründe für ein Scheitern können dabei vielfältig sein: falsche Gruppenbildung, fehlende interessante Gesprächsthemen oder vielleicht sogar die falsche Krawatte wirken einem geselligen Abend

Bitte lesen Sie weiter auf Seite 2!

Führung souverän verteidigt

Gault Millau lobt Michael Hau

Das Bluechip Convention Center bleibt weiterhin das am höchsten bewertete Restaurant im Kreis Mettmann. Saideh Loer hat sich gemeinsam mit Michael Hau und dem ganzen Team einen weiteren Punkt, eine zweite Kochmütze und ein drittes Besteck erarbeitet.

Saideh Loer expandiert: Events, Konferenzen und drei verschiedene Restaurant-Konzepte (Buffet, Bistro, Gourmet) sind ihr nicht genug – sie steigt auch noch ins Catering- und Feinkostgeschäft ein und findet trotzdem Zeit, sich um neue Winzer zu kümmern und im Tölzer Kasladen, bei einem der wenigen deutschen Käse-Affineure, ein anstrengendes Praktikum zu absolvieren. Alles was recht ist – die Dame hat Schneid! So beginnt der diesjährige Testbericht der deutschen Ausgabe des Gault Millau aus München. Dann wenden sich die Kritiker der gläsernen Küche zu „...Michael Hau, der Herr der Herde, agiert in seiner transparenten Küche mit stoischer Gelassenheit, egal was um ihn herum passiert. Und weil er im Moment brillanter aufkocht denn je, raten wir den Führungskräften und allen andern, die sich's lei-



Erneut ausgezeichnet: das Team des BLUE-CHIP Convention Center um Küchenchef Michael Hau

sten können, ganz schnell in die Gourmet Lounge zurückzukehren – es lohnt!“ Seine hochwertigen Produkte fasse Hau wie mit Samthandschuhen an, streichele sanft ihre Aromen und balanciere sie souverän. Am Ende ergebe sich ein klares Geschmacksbild von beträchtlicher Intensität, meldet der Gault Millau, der abschließend schreibt: „Ver-

besserte Petits fours, 30 offizielle Ausschankweine und das Angebot, auch teurere Flaschen des wohlüberlegten internationalen Sortiments für den kleinen Durst zu öffnen, lassen die BLUECHIP-Aktien weiter steigen. Darüber (und über die zweite Toque für ihren stets barhäuptigen Küchenchef) kann sich Saideh Loer nun aber wahrlich nicht beklagen!“

Soziales Engagement wird fortgesetzt

Die Langenfelder Sektion des Deutschen Kinderschutzbundes profitiert erneut von der Aktion „Genießen und Helfen“ des BLUECHIP Convention Centers.



Dabei wird ein Jahr lang von jedem Wellness-Menü ein Anteil von 1,50 Euro für eine gute Sache gesammelt. Der Langenfelder Kinderschutzbund erhielt bereits für die 2006 durchgeführte Aktion einen Scheck über 1.500 Euro und profitierte so von der gesundheitsbewussten Ernährung der Gäste. Mit dem Geld könne vor Ort am meisten erreicht werden, ist sich das BLUECHIP-Team sicher. Kinder seien die Zukunft des Landes. Sich für sie stark zu machen, müsse deshalb im Interesse aller liegen. Im Rahmen der Aktion „Genießen und Helfen“ durfte sich auch schon die internationale Hilfsorganisation „Ärzte ohne Grenzen“ über einen Spendenscheck aus Langenfeld freuen.

Kulinarischer Kalender 2007

Samstag, 25.8.2007 - Hummer, Riesengarnelen und Co.

unbegrenzter Genuss für 41,50 €
Frisch vom Barbeque-Grill

Samstag, 9.9.2007 - Summer-BBQ

unbegrenzter Grill-Genuss für 26,50 €
Barbeque-Spezialitäten auf der Sonnenterrasse

Freitag, 27.10.2007 - Schwäbische Tafel

Buffet, 33 €
Eine kulinarische Reise in den Südwesten Deutschlands

Sonntag, 11.11.2007 - Traditionelles Gänseessen

3-Gang-Menü, 29,50 €
Münsterländer Gans – frisch aus dem Ofen

Samstag, 17.11.2007 - Sushi-Abend

unbegrenzte Vielfalt für 37,50 €
Japanische Frische, leicht und vielseitig

Freitag, 21. Dezember 2007 - Highlight 2006

Bewährt und trotzdem ganz anders:
Unsere BLUECHIP-Überraschung zum Jahresausklang

Lassen Sie sich von diesen Terminen inspirieren und nutzen Sie unsere Flexibilität. Denn alle Angebote können wir selbstverständlich auch zu anderen Zeiten auf Ihren individuellen Bedarf abstimmen.

Weihnachten 2007

Ob Weihnachtsfeier, Jahresabschlussveranstaltung oder Weihnachtstagung – Ihr BLUECHIP-Team sorgt mit unkonventioneller Kreativität für einen außergewöhnlichen Abend. Für Beratung und weitere Informationen stehen wir gerne unter

Tel.: 02173/10 93-0 zur Verfügung

Fünf Jahre und kein bisschen müde

Wie schnell die Zeit vergeht: Im April konnte das BLUECHIP Convention Center bereits fünften Geburtstag feiern. Unser Konzept, das wir auf den Standort Langenfeld zugeschnitten haben, hat sich als tragfähig erwiesen. Wir bedanken uns sehr bei allen Kunden, die uns bereits die Chance gegeben haben, uns als Dienstleister für perfekte Gastlichkeit zu bewähren. Ich persönlich bedanke mich zudem bei meinem Team, das auch in stressigsten Momenten stets an unsere Mission glaubt hat

und keiner neuen Anforderung aus dem Weg gegangen ist. Einen Mann allerdings, ohne den das BLUECHIP nur ein vager Traum geblieben wäre, will ich an dieser Stelle auf keinen Fall vergessen: Mein Mann Georg. Er war zu jeder Zeit meine wichtigste Stütze; sein Vertrauen und seine Liebe sind die Quelle meiner Kraft.

Ihre Saideh Loer



BLUECHIP CONVENTION CENTER
Elisabeth-Selbert-Straße 4a
40764 Langenfeld
Tel.: 02173/10 93-0
Fax: 02173/10 93-100
www.bluechip-cc.de



Fortsetzung von Seite 1

kontraproduktiv entgegen. Solche „weichen“ Faktoren müssen in die „harten“, planerischen Überlegungen mit eingebracht werden. Mit Annette Mainz und Friederike Lehnig hat das BLUECHIP zwei Diplom-Beraterinnen verpflichtet können, die die Symbiose aus „Hard- und Software“ auch personell verkörpern. „Der Erfolg einer Präsentation beispielsweise hängt zu 93 Prozent vom Menschen und nur zu sieben Prozent vom Inhalt ab“, weiß Annette Mainz. In

einer erlebnisorientierten Moderation mit Theater- und Rollenspielen verdeutlicht sie gemeinsam mit Friederike Lehnig, worauf es bei der Kommunikation und im Auftritt ankommt. „In der direkten Auseinandersetzung lässt sich die Wirkungsweise eines bestimmten Images besonders gut demonstrieren“, so die Trainerin, die darauf abzielt, mit ihren Seminarteilnehmern Verhaltensmuster und Wahrnehmungen zu analysieren, zu optimieren oder neu zu entwickeln.



Das Seminarangebot

„Get-Together: Kunden erfolgreich vernetzen“

In gemeinsamer Moderation vermitteln die beiden Trainerinnen den KursteilnehmerInnen aus Vertrieb, Veranstaltungsmanagement und Marketing wie über Themensetting und gezielte Kommunikationsführung Kunden zusammen gebracht, Kontakte geknüpft und der nachhaltige Erfolg einer Veranstaltung gesichert werden kann. Neben den Gesprächsthemen sind vor allem die innere Einstellung und die Etikette Schwerpunkte des eintägigen Trainings. „Wie bringe ich die Kunden zusammen, wie gelingt es mir ihre Interessen zu vernetzen ohne aufdringlich zu wirken? Das sind die Fragen, die wir klären wollen.“

„Erfolgsfaktor Small Talk: Die hohe Kunst, Kontakte zu knüpfen“

Der äußere Eindruck und die Etikette sind auch zentrale Themen des zweiten Seminars. In ihm wird die hohe Kunst Kontakte zu knüpfen trainiert. Auf Veranstaltungen ist dem Einzelnen oft nur der Gastgeber bekannt. Für das Wohlbefinden, also auch für das Gelingen der Veranstaltung ist es jedoch wichtig mit Anderen ins Gespräch zu kommen. Welche Regeln dafür gelten und wie der Small talk zum „Business Talk“ wird, erklären die beiden Trainerinnen an Hand von gestellten Spielszenen.

Dabei richten Sie sich mit ihrem Angebot an Unternehmerinnen und Unternehmer, Selbständige und Führungskräfte, die die hohe Kunst der kleinen Unterhaltung für ihren persönlichen und geschäftlichen Erfolg nutzen wollen.

„Auf die Verpackung kommt es an!“

Im Mittelpunkt des dritten Seminarangebotes, das sich ausschließlich an Franeun richtet, stehen Selbstpräsentation und Image. In ihm vermitteln die beiden Trainerinnen das neben dem sicheren Auftreten auch das Äußere stimmen muss, um gute Ideen und die eigene Person überzeugend darstellen zu können. „Angenommen Sie haben zwei Teller vor sich stehen. Auf dem einen ist das Essen schön angerichtet und nett dekoriert, auf dem anderen Teller ist es lieblos aufeinander gehäuft. Welchen Teller würden Sie nehmen?“, fragt Friederike Lehnig. Sie weiß, dass Kommunikation nicht unbedingt nur verbaler Sprache ist. Auch die Körpersprache, die Authentizität wie auch Stil und Kleidung sind Faktoren, die Kommunikation beeinflussen. „Die besten Ideen kommen nicht an, wenn die Vortragende schlecht verpackt ist. In unserem Seminar erfährt man, wie gut das eigene Auftreten zum Image passt und was man tun kann, um Ausstrahlung und Wirkung zu steigern.“

„Wir setzen auf eine echte Partnerschaft“

Saideh Loer unterstützt Kunden mit kreativen Ideen

Mit eigenen Seminaren offeriert das BLUECHIP Convention Center einen weiteren Baustein für perfekte Tagungen, Veranstaltungen und Events.

Frau Loer, warum wurde diese innovative Reihe rund um Kommunikation kreiert?

Saideh Loer: Wir konzentrieren uns bei all unserem Tun auf die Menschen hinter den Aufträgen. Darum dürfen wir uns auch über viele intensive Kundenbeziehung freuen. Das macht uns stolz. Unsere Auftraggeber sind für uns kein notwendiges Übel, sondern sie liefern uns Anregungen, auf die wir reagieren können. So ist auch die neue Seminarreihe entstanden. Wir haben gespürt, dass es im Bereich der Kommunikation viele Unsicherheiten gibt, die wir mit unseren Expertinnen beseitigen können.

Wie reagieren Ihre Tagungskunden auf das erweiterte Angebot?



Saideh Loer: Die erste Resonanz hat uns sehr bestätigt. Viele Kunden und Gäste freuen sich, dass wir mit ihnen eine echte Partnerschaft anstreben. Ich bin sicher, dass auch die neuen Seminare schnell Anklang finden. Wir haben ja bereits Erfahrungen durch unsere ergänzenden Angebote, wie den Taiji-Unterricht zum Ende eines Seminars, unsere amüsanten Indoor-Golfarrangements oder eine kontaktstiftende Kochparty in unserer gläsernen Küche. Der Erfolg einer Veranstaltung kann durch einen individuellen Abschlusspunkt stark gesteigert werden. Das haben uns bereits viele Kunden im nachhinein bestätigt.



„Menschen wollen mitgenommen werden“

Annette Mainz,
Organisationsberaterin

Egal, ob wirtschaftliche Faktoren, eine neue Organisationsstruktur oder zusätzliche Technologien die Auslöser für einen notwendigen Veränderungsprozess in einem Unternehmen sind. Die Neupositionierung gelingt nur, wenn man die beteiligten Menschen mitnimmt“, sagt Annette Mainz. Ihre Beratungen und Trainings sind deshalb auch sehr praxisnah gestaltet und werden auf die individuellen Anforderungen ihrer Kunden zugeschnitten. Ihre Philosophie wirkt niemals aufgesetzt, weil sie sich in



jahrelanger Berufspraxis sukzessive entwickelt hat. Nach ihrem Studium arbeitete die Diplom-Kauffrau in Unternehmen der Pharma- und Maschinenbauindustrie. Fünf Jahre davon in leitenden Positionen in den Bereichen Organisation und Personal. Danach war sie bei der DATEV am Aufbau des Beratungs- und Systemhauses beteiligt und mitverantwortlich für die Produktentwicklung. Aufbauend auf diesen vielschichtigen Erfahrungen ist Annette Mainz seit 1993 als selbständige Beraterin und Trainerin tätig. Sie führt innovative Führungsseminare durch, übernimmt Konfliktmoderationen und Teamtrainings und coacht in den Bereichen Kommunikation und Präsentation.

„Beratung basiert auf Vertrauen und Kompetenz“

Friederike Lehnig,
Image Imaginär

Die Wertschätzung der individuellen Persönlichkeit ist für Friederike Lehnig Leidenschaft und kreative Herausforderung zugleich. Ihr Geschick für die Persönlichkeitsberatung stellte sie schon früh unter Beweis, als sie, nach medizinischem Studium in Köln, in der Arztpraxis ihres Mannes die Personalführung übernahm. Den Übergang von der medizinischen in die beratende Tätigkeit vollzog sie, nachdem sie sechs Jahre als Familienmanagerin ihre organi-

satorischen Fähigkeiten unter Beweis stellen konnte. Ihr Studium an der renommierten Typ-Akademie in Limburg an der Lahn absolvierte sie erfolgreich als Diplom-Image-Consultant und Wohnberaterin. Im März 2006 machte sich Friederike Lehnig schließlich mit ihrem in Köln ansässigen Unternehmen Image Imaginär selbständig. Als Beraterin, Trainerin und Coach unterstützt sie in Persönlichkeitsentwicklung und Imageausbildung, gibt individuelle Typ- und Stilberatung, coacht in Etikette- und Kniggefragen und bietet Wohnraumberatung und Konzeptentwicklung. Speziell für Frauen führt Friederike Lehnig außerdem eine individuelle Make-Up- und Accessoires-Beratung durch.



Mit Leidenschaft für alles Süße

Steffi Kormann auf dem Weg in den Olymp der Patissiers

Sie hatte gerade erst ihre Ausbildung im thüringischen Gotha beendet, als sie pünktlich zur Eröffnung des BLUECHIP Convention Centers ihre Chance in Langenfeld bekam.

Seit März 2002 kocht und backt sie seither mit Enthusiasmus und verfolgt mit viel Liebe ihren ganz persönlichen Traum: Sie will sich immer stärker der Patisserie verschreiben. Leckere Desserts und erlesene Blätterteigpasteten sind ihre Leidenschaft. Steffi Kormann steckt hinter all jenen Leckereien, die auch am Ende eines ausgewogenen Mittagmahls noch Platz im Magen finden. „Ich bin einfach nur froh, dass ich vor fünf Jahren hierher gekommen bin. Das war die bislang beste Entscheidung meines Lebens“, sagt die 27-jährige Köchin mit Nachdruck. Denn im BCC bekommt sie die Freiheit um sich weiterentwickeln zu können. Diese Unterstützung gewährt das BLUECHIP allen Mitarbeitern. Wohl auch deshalb ist die Fluktuationsrate in Langenfeld sehr gering. Steffi Kormann, die sich selbst als „Singlefrau aus Überzeugung“ beschreibt hat während ihrer Ausbildung für ein paar Wochen am Voralberg hospitierte und wurde dort fürs Leben geprägt. „Seither bereite ich am liebsten Kuchen und Desserts zu“. Das man im BLUECHIP ihren Interessen viel Platz einräumt, steigert trotz höchster Qualitätsansprüche die Zufriedenheit im Alltag. „Ich genieße die Abwechslung. Hier wird es nie eintönig. Dafür sind die Anforde-



rungen von FreeFlow bis Gourmet viel zu verschieden. Außerdem genieße ich den direkten Kontakt zu den Gästen, der ja durch die gläserne Küche gegeben ist“ Das Vertrauen ihrer Vorgesetzten ist ihr dank ihres Engagements sicher. „Heute kann ich eigene Vorschläge machen, welche Kuchen und Desserts auf die Karte kommen könnten.“ Dabei darf sie auch ganz neue Rezepte und Ideen mit einbringen. Ihr Motto: „Ich will jeden Tag ein bisschen dazulernen.“ Küchenchef Michael Hau, selbst ein begnadeter Küchenkreative, fördert das junge Talent dabei gerne. „Von ihm lerne ich geniale Handgriffe ebenso wie neue Kreationen und gewagte, aber wohl schmeckende Kompositionen.“ Übrigens ist ihr Käsegebäck ebenso begehrt wie ihre Süßspeisen, denn auch, wenn die Kuchen einmal die herzhafte Variante sein sollen, ist sie in ihrem Element. Ob köstliche Quiche oder pikante Gemüsepastete – für Steffi Kormann darf es ruhig ein wenig komplizierter sein. In ihrer Freizeit treibt die Expertin für Rübilitorte und Crème brûlée game Sport und hört Musik. Außerdem lernt sie fleißig Französisch. Wahrscheinlich auch, damit sie ihren neuen Kreationen bald die passenden und wohlklingenden Titel verleihen kann: Les Creations exceptionnelles.

„Unsere Partner sind immer wieder völlig überrascht“

Dietmar Müller profitiert vom vollen Service des BLUECHIP Convention Centers



Der Geschäftsführer der medical relations GmbH kennt die Welt. Als Gründer und Inhaber einer der führenden deutschen Spezialagenturen für Gesundheitskommunikation ist Dietmar Müller ständig unterwegs.

In Müllers Terminkalender reiht sich eine Redaktionsbesprechung in Basel an eine Pressekonferenz in Hamburg, eine Pharma-Tagung in London und eine Podiumsdiskussion in New York. Sein Büro hat der Handlungsreisende im Dienste einer effektiven Gesundheitskommunikation in Langenfeld. An der Hans-Böckler-Straße 46 steht seit 1994 die moderne Zentrale der 1981 gegründeten Agentur. Aktuell arbeiten 32 Mediziner, Journalisten, Grafiker und Internetspezialisten für

medical relations. „Für uns war schon die Eröffnung des BLUECHIP im Jahr 2002 ein echter Gewinn“, sagt Dietmar Müller, denn das neue gastronomische Angebot habe den Standort aufgewertet. Fünf Jahre später nutzt sein Unternehmen alle Angebote des Hauses. „Unsere Mitarbeiter können sich im BLUECHIP mittags optimal verpflegen, wir bewirten hier unsere Kunden, halten im Convention Center unsere Seminare und Tagungen ab und genießen auch privat die

Gourmetküche von Michael Hau“, erklärt Dietmar Müller. Der erfolgreiche Informationsbroker ist dabei ein Überzeugungstäter. Das Preis-/Leistungsverhältnis sei eben mehr als ausgezeichnet. „Durch meine vielen auswärtigen Termine bieten sich mir beste Vergleichsmöglichkeit. Was man im BLUECHIP für sein Geld bekommt, ist einmalig“, erklärt Müller. Schon häufiger wären seine Besucher nach einem Aufenthalt im BCCC völlig perplex gewesen, weil sie ein solches Angebot niemals in Langenfeld erwartet hätten. „Mit einem Kunden, der ein wahrer Genießer ist, bin ich hier einmal zu einem kurzen Arbeits-Mittagessen eingekehrt und erst Stunden später wieder gegangen, so begeistert war er von der exzessiven Weinauswahl und den raffinierten Speisen“, erzählt der in Ravensburg geborene Diplom-Volkswirt. Im BLUECHIP werde Perfektion in Service und Qualität geboten. Mit Blick auf die Geschäftsführerin kann er sich ein Schmunzeln kaum verkneifen. „Saideh Loer besitzt dieses gewisse Quäntchen Wahnsinn, das man braucht, um im Wettbewerb hervorstechen zu können“, sagt er. Der erfahrene Kommunikationsprofi vertraut der treibenden Kraft des

BLUECHIP voll und ganz. Darum hat er ihr auch im vergangenen Jahr die veranstaltungstechnische Ausrichtung des 25. Jubiläums seines Unternehmens übertragen. „Das war ein rauschender Abend mit vielen Highlights in einem genialen Ambiente bis morgens um 5“, beschreibt Dietmar Müller die facettenreichen Feierlichkeiten. Sein Lob hat viel Gewicht, denn der Chef von medical relations gilt als extrem innovativ und vor allem höchst qualitätsbewusst, was sich auch in der eigenen Arbeit niederschlägt. Nicht von ungefähr kann seine mittelständische Agentur auch mit weltweiten PR-Konzernen mühelos mithalten. medical relations ist hochdekoriert. 2003 wurden die Langenfelder in der Kategorie Kommunikationsmanagement mit dem renommierten Deutschen PR-Preis ausgezeichnet. Ein Jahr später gab es den PR Report Award für ein eigenentwickeltes internetbasiertes Grippe-Frühwarnsystem. Seit einem halben Jahrzehnt hält der Chef seine Agentur bereits in der Spitzengruppe. „Heute ernten wir die Früchte dafür, dass wir bereits seit langem viel Energie und moderne Technologien einsetzen, um die Effizienz unserer Maßnahmen messbar zu machen“, freut sich Dietmar Müller.

Es ist ein Junge



Während sich Georg Loer noch von seinem ersten Auftritt als karnevalistischer Elferrat im Kölner Gürzenich erholte, hat ihn seine Frau Saideh mit einem weiteren Sohn beschenkt. Passend zur Passion des Vaters erblickte der kleine Benedikt Amir am Altweiberdonnerstag gegen 10 Uhr 11 das Licht der Welt. Der kerngesunde Bursche war bei seiner Geburt 52 Zentimeter lang und 3.000 Gramm schwer. Benedikt Amir ist für Saideh und Georg Loer das zweite gemeinsame Kind, ihr Sohn Georg Said ist mittlerweile fünf Jahre alt.

„Das Konzept begeistert mich immer noch“

FAKO-Gruppe ist BLUECHIP-Partner der ersten Stunde

Wenn man Dieter Eberlein zu seinem ersten Zusammentreffen mit Saideh Loer befragt, muss der gestandene Gastronomie-Profi schmunzeln. „Der Funke ist sofort übersprungen“, sagt der Sprecher der FAKO-Gruppe aus Neuss.

Die Geschäftsführerin des BLUECHIP Convention Centers habe ihn bereits bei den ersten Verhandlungen über eine Lieferpartnerschaft mit sehr ausführlichen Fachfragen und noch konkreteren Vorstellungen konfrontiert. „Wir haben uns sehr angestrengt, um sie von unserer Dienstleistungs-

lette zu überzeugen“, erzählt Dieter Eberlein rückblickend. Dementsprechend eng ist mittlerweile die Geschäftsbeziehung zwischen dem am besten bewerteten Restaurant im Kreis Mettmann und dem Branchenprimus im Getränkeservice an Rhein und Ruhr. FAKO beliefert das BLUECHIP Convention Center mit allem was den Geschmack der Speisen aus der gläsernen Küche unterstützen kann. Neben den bekannten Softdrinks versorgt FAKO seinen Langenfelder Vorzeigekunden auch mit unterschiedlichen Biersorten, besten Weinen



Dieter Eberlein

sowie den Produkten ausgesuchter Sekt- und Champagnerhäuser. Im Mineralwasserbereich haben die Neusser gleich 40 verschiedene klare Tropfen mit mehr oder weniger oder gar keiner Kohlensäure im Angebot. „Im BLUECHIP können die Gäste beispielsweise zwischen norwegischem Gletscherwasser der Marke Voss, der Haaner Felsenquelle oder San Pellegrino und Appolinaris wählen“, ergänzt Dieter Eberlein. Mit seinen Kollegen beliefert er aber nicht nur die erste Adresse in Langenfeld, sondern weitere 2.000 Hotels, Restaurants und Gaststätten, wie etwa die Stockheim-Betriebe am Flughafen oder der Messe. Zusätzlich nutzen auch viele Unternehmen den Service der Neusser. „Ob Kanzlei oder Großkonzern – ob Kaffee, Softdrinks

oder Snacks und Süßwaren – wir haben mit Sicherheit die technische Lösung respektive den passenden Automaten und ein stimmiges Versorgungskonzept“, verspricht Dieter Eberlein. Kürzeste Lieferzeiten sind dank modernster EDV und einer Flotte von über 170 eigenen Fahrzeugen nicht nur selbstverständlich, sondern werden garantiert.

Weitere Infos:
Tel.: 02131/934-xxx
www.fakogetraenke.de





Andreas Ahnert
Spezialitäten-Vertrieb
Im Rohnweiser 13
53797 Lohmar
Tel.: 02205 895777
Fax: 02205 895779
info@kleinekekse.de

**...kleine Kekse
große Wirkung...**

Spezialist für Feingebäck · Ital. Gebäck · Saisongebäck · Oster- und Weihnachts-Präsente · Muffins · Müsliriegel · Konfitüre · Honig Müsli · Trockenfrüchte · Körner · Kerne · Cerealien · Barsnacks

www.kleinekekse.de

Juwelier Rehm



Heiner Weiß
Spitzengastronomie
ist unsere Stärke

**Der zuverlässige Frische-Lieferant
mit über 1000 Produkten:**

Die Heiner Weiß Fleischwaren und Spezialitäten GmbH mit Sitz im Herzen des Oberbergischen Landes hat sich seit der Gründung vor über 25 Jahren zu einem der führenden Lieferanten der Spitzengastronomie entwickelt. Auch in Zukunft garantiert ein junges und qualifiziertes Team die hohen Ansprüche an Qualität und Serviceleistung.

51588 Nümbrecht im Oberbergischen Land
Tel.: 02293-91210 • Fax: 02293-912121 • www.heiner-weiss.de



Mit Vollgas zu neuen Ideen

Immer wieder sonntags steigt der Küchenchef in die Lederkombi

Michael Hau ist einer der Besten. Soeben ist der engagierte Spitzenkoch erneut vom Gault Millau geehrt worden. Mit jetzt 15 Punkten ist sein Arbeitsplatz – das BLUECHIP Convention Center – das mit Abstand am besten bewertete Restaurant im Kreis Mettmann.

In ihrer Laudatio lobten die Tester, wie Hau „die Aromen seiner Produkte sanft streichelt und sie souverän balanciert.“ Der Chefkoch überträgt seinen Anspruch auf das gesamte Küchenteam und leitet es mit viel Sachverstand zu Höchstleistungen an. Michael Hau weiß eben, wie schwer es ist, ein hohes Niveau konstant zu halten. Einmal in seiner bisherigen Karriere wurde er bereits vom Guide Michelin mit je einem Stern ausgezeichnet. „Es ist ein

harter Weg Sternekoch zu werden. Es ist noch härter, es zu bleiben. Ein Kraftakt. Immer wieder aufs Neue, jeden Tag. Im BLUECHIP serviert der Küchenchef und Gourmetkoch bis zu 250 Essen täglich. Seit vier Jahren ist er verantwortlich für exzellente Qualität, für die das Haus heute weit über die Stadtgrenzen Langenfelds hinaus bekannt ist. Ob im modernen Ambiente des Life Style Parketts, in der exquisiten Gourmet Lounge oder der Quick Business

Lounge und am Frische-Buffer. Im BCCC kommen immer nur Produkte erster Wahl auf den Tisch. Dafür stehe er mit all seinen Auszeichnungen und nur so könne er kulinarischen Genuss garantieren, sagt Michael Hau. Am siebten Tag der Woche bleibt im BLUECHIP die gläserne Küche kalt. „Der Sonntag gehört nur meinen Frauen und mir. Denn den brauche ich zur Regeneration, zum Durchatmen und zum Auftanken.“ Buchstäblich! So führt sein erster Weg

an jedem sonnigen Sonntag zuerst einmal zur Tankstelle. Er braucht Super Bleifrei für sein amerikanisches Motorrad. Denn schon kurz danach tourt er mit seinen Töchtern Katharina (12) und Franziska (8) durchs Bergische Land. Während Papa tankt, handeln die beiden Hübschen am Frühstückstisch aus, wer zuerst mitfahren darf. Papas Sozia auf dem Motorrad zu sein, ist auch für die Mädchen das Highlight der Woche. „Mit jeder Tochter fahre ich eine Stunde lang bergauf, bergab, am liebsten die abwechslungsreichen Strecken, von denen es hier ja genug gibt.“

Für Michael Hau sind diese Stunden „reines Glück“. Für seine Kunden auch, denn bei diesen entspannenden Fahrten durchs Grüne tankt er Kreativität und entwickelt Ideen für neue Gerichte, erlesene Menüs und die kreative Verwendung ungewöhnlicher Zutaten. Der sonntägliche Familientag bleibt im allgemeinen Interesse auch im Winter unangetastet. Denn wenn die Maschine in der Garage bleiben muss, geht die Familie Eis laufen, ins Kino, oder was die Damen des Hauses sich sonst noch vorstellen können. Eines allerdings wird im Hause Hau tunlichst vermieden: gemeinsames Kochen.

Michael Hau und seine beiden Mitfahrerinnen



Saab wird 60.
Das Geburtstagsgeschenk
dürfen Sie aufmachen.



199,- €

monatliche
Leasingrate

Saab 9-3 Cabriolet
Salomon 1.8t
110 kW (150 PS)

31.990,- € Barpreis
9.000,- €
Sonderzahlung
36 Monate Laufzeit
10.000 km pro Jahr

Ein Angebot von:
ALD Lease Finanz GmbH

Wir haben Geburtstag und deswegen dürfen Sie sich auf äußerst attraktive Anniversary-Pakete freuen:

- 17-Zoll-Leichtmetallräder
- Leder-Sportpolster
- 3-Jahres-Garantie*

Das und vieles mehr bieten wir Ihnen im Saab Jubiläumjahr. Einzigartiges Design und ein unvergleichliches Fahrgefühl inklusive. Noch Wünsche offen?

*2 Jahre Herstellergarantie plus 1 Jahr die exklusive Saab Anschlussgarantie bis zu einer Gesamtkilometerzahl von 120.000 km. Ein Angebot in Kooperation mit der CG Car-Garantie Versicherungs-AG.

Saab **93** Cabriolet

Kraftstoffverbrauch, kombiniert: 8,6 l/100 km, innerorts: 11,7 l/100 km, außerorts: 6,7 l/100 km; CO₂-Emission, kombiniert: 206 g/km (gemäß 1999/100/EG)

Saab Zentrum Langenfeld

Autohaus Gierten GmbH

Schneiderstr. 16, 40764 Langenfeld, www.gierten.de
Tel.: 0 21 73/90 63-0, Fax: 0 21 73/90 63-33

BLUECHIP-Kochkurse 2007



Samstag, 5. Mai 2007

Aus Flüssen und Meeren

Die Neuauflage unseres Klassikers – aufgrund der großen Nachfrage

145 €/Person

Samstag, 12. Mai 2007

Sushi und Patisserie

Eine Fusion fernöstlicher Küche und süßer Schlemmereien

125 €/Person



Samstag, 11. August 2007

Reine Männersache

Immer wieder beliebt und sehr variabel! Köstlichkeiten rund um die Nudel

130 €/Person



Samstag, 20. Oktober 2007

Fingerfood

Kleine Leckereien zum Nachkochen

95 €/Person



Für weitere Informationen und Anmeldungen stehen wir gerne unter
Tel.: 02173/10 93-0 zur Verfügung
info@bluechip-cc.de

inkl. Menü, Kochkurs, Bereitstellung von Waren und Material, Mineralwasser, Softgetränken und ausgewählten Weinen

Überzeugende Catering Performance

Vierte BLUECHIP-Säule erfolgreich in die zweite Saison gestartet



Überwältigende Kritiken, zufriedene Gastgeber und steigende Auftragszahlen, so positiv kann das BLUECHIP das erste Jahr des neuen Geschäftsbereichs Catering Performance bilanzieren.

Ich glaube, wir haben mehrfach recht eindrucksvoll belegen können, dass wir jedem Fest oder Event eine sehr eigene Note geben können“, freut sich Geschäftsführerin Saideh Loer. Mit

eigenem Equipment und individuellen und spektakulären Deko-Ideen organisierte ihre Crew zum Beispiel ein außergewöhnliches Firmenjubiläum auf dem Dach eines Düsseldorfer Hochhauses. Passend zur Fußball-Weltmeisterschaft wurden die Gäste auf grünem Kunstrasen mit allerlei Köstlichkeiten verwöhnt. Weitere äußerst individuelle Veranstaltungen organisierte das Team der BLUECHIP Catering Performance beispielsweise für einen

Verlag aus dem bergischen Land oder eine Werbeagentur aus Leverkusen. Für einen Qualitätsdienstleister aus Langenfeld wurde die Einweihung eines Erweiterungsbaus zu einer hochgelobten Firmenpräsentation. Dank bester Vorbereitung kann das BLUECHIP alle Spitzenleistungen problemlos mobilisieren. „Ich bin sehr zufrieden damit, dass wir unsere Standards auch außerhalb unserer gewohnten Umgebung einhalten können“, so Saideh Loer. Gerade der Aufbau einer reibungslosen Logistik war dabei wichtig. Äußerst positiv bewertet die BLUECHIP-Geschäftsführerin die neuen konzeptionellen Möglichkeiten. Die freie Auswahl von Veranstaltungsorten sei sehr inspirierend. „Wir haben sogar schon einige Ideen umgesetzt, die wir dann später auch für das BLUECHIP adaptiert haben“, erzählt Saideh Loer.

Impressum

Herausgeber:
BLUECHIP CONVENTION CENTER
Saideh Loer
Elisabeth-Selbert-Straße 4a
40764 Langenfeld
Tel.: 02173/10 93-0
www.bluechip-cc.de

Redaktion und Umsetzung:
Wirtschaftsblatt Verlags GmbH
Graf-Adolf-Platz 1-2
40213 Düsseldorf
Tel.: 0211/311 20 60-0
www.wirtschaftsblatt.de

Druck: Theissen Druck, Monheim



Yorkshire Gourmet

Ihr Spezialist für die zuverlässige und regelmäßige Lieferung von frischem Fleisch an die anspruchsvolle Spitzengastronomie.

Fon: 0 52 53 / 94 03 20 • Fax: 0 52 53 / 94 03 22