

Äripäev

HoReCa

30. jaanuar 2019 | Eriväljaanne



**Parim valik
külmutatud
mereande**

Suur mure Soome turistiga

Soomlased külastavad Eestit järjest vähem ja imerohtu selle vastu ei ole – tuleb lihtsalt järjepidevalt tegeleda nii turunduse kui ka teeninduse kvaliteedi parandamise, aga ka näiteks maksusoodustuste pakkumisega HORECA (hotellid, restoranid ja catering) sektorile, leiavad Äripäevaga rääkinud ettevõtjad.

JAANUS VOGELBERG
jaanus.vogelberg@aripaev.ee

Äripäev



Viimased, 9. jaanuaril statistikaameti poolt teatatud arvud on nukrad. Novembris peatus Eesti majutusettevõtetes 129 000 välis-turisti ehk 7% vähem kui aasta varem. Lätist, Soomest ja Venemaalt saabus 83 000 ehk 64% välis-turistidest; neid peatus majutusettevõtetes vastavalt 8%, 13% ja 5% vähem kui 2017. aasta novembris.

Vähem turiste saabus ka mitmest teisest Euroopa riigist – Rootsist, Norrast, Poolast, Prantsusmaalt ja Saksamaalt. Vaid hiinlasi saabus viiendiku võrra enam, kuid absoluutarvudes on nende arv siiski veel väga väike.

Selge langus

Restoraniärimees Martti Siimann peab koos äripartner Tõnis Siiguriga Harjumaal mitut restorani. Soome turistide arvu langus on tema sõnul selgesti näha. “Kindlasti on. Iga restoran tunnetab seda erinevalt – meie pole vanalinn ja kesklinn, kes mas-side peal käivad. [Restoraniga – toim] NOA alustasime viis aastat tagasi, teisel-kolmandal aastal leidsid soomlased meid üles. Statistikat ei oska öelda, aga kõhutunne ütleb, et nüüd on oluliselt langenud juba paar aastat,” märkis Siimann. Suurem langus tuli tema sõnul just mullu.

Seejuures joonistub välja, et kukkunud pole ainult n-ö alkturistide külastused. “Meil on pigem kvaliteetturist, on neid, kes tulevad spetsiaalselt meie pärast Tallinnasse. Paju villa on uue viinatee [Tallinna-Pärnu-Ikla maantee – toim] kõrval, aga see turist seal ei peatu. Kui ta nii hinnatundlik on, et euro pärast Lähti sõita, siis ta pole meie segment,” tõdes Siimann.

Soome lehed sarjavad

Tema sõnul on viimasel ajal tekkinud veel üks murekoht, mida tajuvad eriti hoteliomanikud. Nimelt on Soome lehtedes taju-da vaenulikkust suhtumist. “Eesti-suuna-line propaganda, mis on siia tilkunud – paar artiklist – on jäämäe tipp,” märkis Siimann. Tema sõnul on Soomes sarnaselt Eestile välis-turism Venemaa suunalt lan-genud, mistõttu rõhutakse siseturismile. “See on sihikindel tegevus, et jääge ikka siia, mida te sinna Eestisse ronite. Hind pole ka



▲ Restorani NOA külastavate turisti-de arv on langenud.
FOTO: JULIA-MARIA LINNA

enam nii suur argument, nagu varem,” tõdes Siimann.

Ka hotellide ja restoranide liidu juha-tuse liige Verni Loodmaa tõdes, et on Soome lehtedes Eesti-kriitilisi lugusid näinud. “Kuidas nüüd öelda...meelelahutuslikes aja-kirjades. Kultiveerivad seda, et Eesti ei ole enam sihtriik, ja eks neil ole teatud osas õi-gus. Me ei peagi olema odav, vaid atraktiiv-ne sihtkoht,” toonitas ta.

Keeleoskus nadi

Nordic Hotel Forumi tegevdiirektor Feliks Mägi näeb probleemi kompleksena – ühele faktorile seda taandada ei saa. “Üks on elukalliduse tõus, muu hulgas aktsiisi-dega seotud, aga mitte ainult. Soome ma-jandusel läheb hästi, töötuid on vähe – ei saa käia Eestis,” märkis ta. Samuti on Mä-gusa sõnul aastakümneid Eestit külastama harjunud soomlaste kõrval peale kasvamas uus põlvkond.

Mägius tõi aga välja ka keelekütisimuse – kuigi Eesti on endiselt ainuke riik maail-

mas, kus Soome turist emakeelega hakka-ma saab, on Eesti noorte seas soome keele oskus langenud. Viimast probleemi tooni-tas ka Siimann. “Tänapäeva noored ei rää-gi soome ja vene keelt. Turistid aga eelda-vad, et saavad kodukeeles rääkida,” märkis ta. Siimanni sõnul loob see fooni, justkui oleks teeninduse tase langenud. “Loen vene blogisid, intervjuusid – kiidavad, et me-nüüd on vene keeles, aga samas teenindajad ei suuda rääkida.”

Kuigi Siimanni sõnul proovivad nemad-ki teenindajale keelt õpetada, on see täna-päeval raske. “See ei ole nii, et kahe kuu-ga õpid ära. Ise õppisin Soome telekat vaad-ates – nüüd pole selleks mingit põhjust,” märkis ta.

Turiste tooks Linnahall

Siimanni sõnul on nn “viinaturist” mine-ma aetud, aga rohkem raha Eestisse jätva-te konverentsituristide püüdmiseks ei teh-ta piisavalt. “Konverentsiturismi arendus vindub. Räägitakse, aga ühtegi suurt sam-

mu pole tehtud, näiteks Linnahalli. Peaks tegema suurelt ja kohe,” tõdes ta.

Verni Loodmaa märkis, et konverentsi-turistide eest võitlevad kõik suuremad re-giooni linnad. “See turist jätab sihtkohta oluliselt rohkem raha, jääb riiki kauemaks, raha kulutamise taluvuspiir on natukene parem kui tavalisel puhketuristil. See aval-dab mõju ka restoranide käibenumbrite-le,” tõi ta välja.

Loodmaa sõnul on endiselt kõige rea-listlikum konverentsikeskuse projekt Lin-nahall, mille arendamine on aga teadupä-rast toppama jäänud. “Ma loodan, et seda mõtet ei panda kalevi alla. Eks keskustega tegelevad ka Riia ja Vilnius. Oleks väga olu-line, et Tallinnas saaks see esimesena val-mis,” sõnas ta.

Üks abinõu meie turismisektori toetami-seks oleks Loodmaa sõnul ka liigkõrge mak-sukoormuse vähendamine. Siin tasuks tema sõnul eeskuju võtta just Põhjamaadest, kus sektori konkurentsivõime tugevdamiseks käibemaksuerisusi kasutatakse.

▲ Nordic Hotel Forumi tegev-juhi Feliks Mägi sõnul soovi-vad Soome turistid emakeeles suhelda, kuid noored seda väga ei oska. FOTO: LIIS TREIMANN

1,54

miljonit Soome turisti
ööbis mullu 11 kuu jooksul
Eesti majutusasutustes.
See on selle kümnendi
madalaim arv, võrreldes
paari aasta taguse rekor-
diga käib põhjanaabreid
15% vähem. Kokku ööbis
majutusasutustes mullu
jaanuar–november 3,98
mln välis-turisti ehk 4%
aasta varasemast vähem.



Suurus loeb.

Üle 30-ne erineva toote 2-7 kg pakendites.



www.veskimati.ee
f VeskiMati
@ _veskimati_



► 2018. aastal renoveeriti Hestia Hotel Europa vastuvõtu- ja lobby-ala.

▼ Hestia Hotel Groupi tegevjuht Kaisa Mailend.
FOTOD: HOTELL EUROOPA



Majutusasutuste TOP

Turunduses tuleb olla nutikas

Hotellivaldkonnas on turundusele kulutatavad summad küllalt piiratud, seetõttu peab olema innovaatiline ja suure analüüsivõimega, et teha õigeid ja jätkusuutlikke otsuseid, rääkis majutusasutuste TOPi võitja Hotell Euroopa emattevõtte Hestia Hotel Groupi tegevjuht Kaisa Mailend.

MAARIT EERME
maarit@kaubandus.ee

Kuidas hindate Hestia Hotel Europa tulemusi 2017. aastal? 2017. aasta oli mitmes mõttes erakordne aasta ning see puudutas kindlasti paljusid sektoreid.

Eesti Euroopa Liidu eesistumine tõi kogu Eesti ja Tallinna suuremalt kaardile, lisanud ja kasvas reisijate segment, mida tavaaastal poleks sellises mahus olnud.

Hestia Hotel Europa käibekasv ületas kindlasti meie ootusi. Olime küll eelarvete tegemisel optimistlikud, kuid tulemus üllatas meid siiski väga positiivselt. Kogu grupi võttes oli 2017. aasta ka märgilise tähtsusega, kuna 1. novembril 2017 tulime turule uue hotellibrändiga Hestia Hotel Group. Ühendasime oma hotellid tugeva kontseptsiooni ja nime alla, liites brändiga viis hotelli Eestist ja ühe hotelli Lätist.

2017. aasta edukuse märksõna võiks olla, et ühtsuses peitub jõud.

Kuidas võtate kokku eelmise, 2018. aasta? Veel on pisut vara rääkida 2018. aasta tulemustest ning kasvust. Lähituru klientide suur vähenemine, tarbijatrendide muutumine puudutab kogu sektorit. Kaotust suudavad vähendada vaid need, kellel on operatiivsem juhtimine, mitmekülgsem kliendibaas, suurem kogemus ning õiged võtmeisikud.

Me oleme jätkusuutlikud. 2018. aasta näitas siiski aasta varasemaga kasvu.

Suurimaks saavutuseks ja investeeringuks pean Hestia brändi visuaalset ning turunduslikku lansseerimist, hotelli vastuvõtu- ja lobby-ala renoveerimist. Need on investeeringud, mis on tulnud eelmise aasta positiivse tulemuse arvelt. Meie eesmärgiks ongi igal aastal tõsta toote ja teenuse kvaliteeti ning üllatada kliente.

Mis on kõige suuremad väljakutsed 2019. aastal? Tõsine hoiatus on eelmise aasta välisturistide ööbimiste languse tendents, majutusteenuse jagamismajanduse kasvav trend ja selle majandusharu maksustamise piiratus ning kvalifitseeritud töö-

jõu nappus. Sarnaste probleemidega üritame kogu Hestia grupi raames igapäevast tegeleda. Mida enam me teadvustame probleeme, seda lihtsam on oma tegevustes fookust hoida.

Kuidas te ennast Eestis ja välisurul turundate? Milliseid tegevusi teete ja kuidas need tegevused on tulemusi toonud? Hestia Hotel Europa kliendisegment on mitmekülgne, kus külalisi on nii sise- kui välisurult. Turundus on järjest enam pöördunud digi- ja sotsiaalmeedia nägu. Enam pole tihti näha paberkandjal turundusmaterjale või turundustegevusi. Digiturunduse suureks plussiks on selle reaalse suunamine õigele siht-rühmale ja sealt omakorda mõõta tulemusi.

Hotellivaldkonnas turundusele kulutatavad summad on küllaltki piiratud, peame olema väga innovaatilised ja suure analüüsivõimega, et teha õigeid ning jätkusuutlikke otsuseid.

Meie turundamise oluline osa on ka edasimüüjatel, koostööpartneritel. Seda kõike küll teatud hinna eest, kuid nende haardeulatus võib olla väga suur. Paljuski on hotelli enda teha, kuidas nendes kanalites esile tõusta ja kliendivalikutes esimene olla.

Eesti ühe menukama telesarja "Pilvede all" võtted on toimunud ka teie hotellis. Kui palju tuntuks see on teile lisanud ning kas Erik Laurandit tullakse ka teie poole otsima? Oleme teinud palju koostööd erinevate telesarjade ja kultuuriprojektidega. Mõni hakkab rohkem silma või õnnestub paremini. Oleme teinud aastaid koostööd ka "Eesti otsib supertsaari" projektiga. Eks iga selline koostöö too kaasa tuntuks.

Oleme üritanud panustada projektidele, mis on kauakestvad ning võiksid kõnetada suuremat publikut. Kui aus olla, siis ma ise olen väga nigel televisiorivaataja. Kui lugesin "Pilvede all" mingit stsenaariumi, kus oli sees, et Erik tuleb Hotell Europasse tööle, siis tabasin ennast mõttelt, et kes töölepingu vormistab ja kas see on ikka tähtsajaline?! Seega ma üldse ei imesta, kui Erikut meilt otsitakse ja vahel teda ka leitakse.

Teenindus on praegu paljudel ettevõtetel suureks probleemiks ehk häid teenindajaid on keeruline leida. Kuidas teil lood on? Ma ei ütleks, et häid teenindajaid on keeruline leida. Pigem on raske leida kauakestvaid motivaatoreid, mis paneks iga teenindaja silma ikka ja jälle särama.

On lühinägelik eeldada, et teenindaja amet on pikk ja kauakestev ametikoht. Minu meelest on teatud teenindavad ametikohad noortele hüppelauaks edasiseks karjääriks hotellis. Meil on grupis häid näiteid, kus portjeest või vastuvõtu teenindajast on tänaseks saanud hinnatud hotellijuht. Grupp annab selleks ideaalse võimaluse, soov enast arendada ja motiveerida ei pörku mitte vastu seina, vaid saab külvatud soodsale pinnasele.

Tööandja bränding on järjest olulisema tähtsusega. Kui tööandja on atraktiivne ja kuulab oma töötajaid, siis on lihtne õigeid motivaatoreid või hüvesid pakkuda. Asi pole ju tahtmatutes, vaid õigete asjade tegemises. Hiljuti lõppes meil töötajate rahulolu-uuring. Tulemustest lähtuvalt saame pakkuda paremat töökeskkonda ja kuulata oma töötajaid.

Mis on need sihid, kuhu soovite Hestia Hotel Europaga liikuda. Mis on suurem eesmärk, mida sooviksite saavutada näiteks viie aasta pärast? Soovime olla jätkuvalt külaliste eelistatum valik hotellimajutuse ja konverentsiteenuse osas. Jätkuvalt on meie väärtused areng, jätkusuutlikkus, hoolivus ning koostöö – seda nii külastajate, kolleegide kui ka koostööpartnerite aspektist. Samuti tahame liikuda selles suunas, et meie tooted ning teenused oleksid võimalikult keskkonnas- ja loodussõbralikud.

Kliendid kirjutavad tagasisidena, et teie hotellitubade pesuruumid on natuke väsinud ilmaga ning padjad/tekid väsinud ja vanad, kas plaanite peagi ka uuenduskuuri? Kuidas reageerite klientide tagasisidele? Me suhtume tagasisidesse väga tõsiselt ja arvestame seda ka oma investeeringute plaanides. Meie tagasiside hindamise analüüs on auto-

10 protsenti kasvas 2017. aastal aastavaresemaga võrreldes majutusasutuste TOPis osalenud 64 ettevõtte koondkäive ja 13 protsenti koondärikasum. Suurima, 26 miljoni eurose käibe tegi Tallinnale kuuluv TLG Hotelli OÜ.

matiseeritud ning tahame reageerida võimalikult kiiresti nii negatiivsele kui ka positiivsele hinnangule.

Teenindajatele pole midagi motiveerivamat, kui kliendilt tuleb siiras tänu hea teeninduse eest. Me töötame külaliste jaoks, nende vajadused ja ettepanekud peavad olema esikohal.

Kuna oleme kodusoojust pakkuv hotellikett, siis oleme klientidele teiseks koduks ning nad peavad siin ennast mugavalt tundma. Ööbime ise ka tihti enda hotellides, et saada paremat ja otsesemat kliendikogemust. Samuti käivad meie hotellides pidevalt testostjad kvaliteedi- ja teenuse kontrolli edendamiseks.

Meie siht on oma toote ja teenuse pidev kvaliteedi tõstmine eesmärgiga igal aastal endale uusi kliente kui ka püsikliente saada. Püsiklientide olemasolu hotellide rohkuses Tallinnas tõestab meile, et oleme teinud midagi õigesti ja see annab meile ka julgust investeerida rohkem.

Mis on teie tugevus, kui võrrelda teid teiste Tallinna hotellidega? Hestia Grupi sünergia annab tugevuse ja tiivad. Täna kuulub meie gruppi 8 eriilmelist hotelli, kes kõik kannavad brändinime Hestia. Aasta lõpus avame Tallinnas meie hotelliketi üheksanda hotelli, Hestia Hotel Kentmanni.

Oleme suurim Eesti taustaga hotellikett, kelle portfellis on nii superior- kui ka comfort-klassi tooteid, spaasid kui ka eksklusiivsemat vanalinna toodet. Meil on väga palju kompetentsi, väärtuslike kogemustega juhte ning motiveeritud töötajaid. Meie tugevus on kogemused ja seetõttu me teame, mis töötab ja mida saab paremini teha.

Käesoleval aastal peaks teie kõrval avatama Porto Francos uut tüüpi odav hotell City Box. Kuidas see teid mõjutama hakkab, mis te arvate? Turule tuleb igal aastal uusi hotelle ning see vaid tõstab Tallinna kui sihtkoha kvaliteeti. Iga hotell peab jätkusuutlikuks jäämise nimel end tõestama ning parandama teenust. Eks aeg näitab, kuidas hotellikülalastajad Eestis City Boxi omaks võtavad.



Plus
CATERING

Ainult Plussid!

KUI CATERING, SIIS PLUS CATERING

Küsi pakkumist info@pluscatering.ee
tel: 600 3434

Edukad majutusfirmad 2017. aastal

koht	firma nimi	punkte	käive, €	ärikasum, €	juhatas	põhiomanikud, koos osalusprotsendiga	koht mullu
1.	Hotell Euroopa OÜ	92	4 582 175	738 008	Bo Mikael Granrot, Guido Metsla, Rait Lukas, Tapani Ensio Teeriaho	Hestia Hotel Group OÜ 100%	7
2.	Ülemiste Hotell OÜ	94	2 919 708	793 029	Andrus Savitski	Igor Piotrovski 85%, Sergei Bobkin 15%	10
3.	Meriton Hotels AS	97	13 102 000	3 835 000	Kristjan Kasak, Peedu Zeiger, Aleksandr Burõhh	Alexander Kofkin 100%	3
4.	Central Hotell OÜ	102	5 618 000	1 380 000	Hans Thomas Daniel Nordvaller, Margo Lorvi	Central Holding Nederland B.V 100%	28
5.	Nordic Hotels OÜ	102	8 879 528	971 460	Feliks Mägas, Karin Põldma, Tõnu Puidak	Tiiter OÜ 64%, Kruvi OÜ 36%	22
6.	Hotel Management Services OÜ	106	1 858 513	229 578	Rait Lukas	Kalamaja Hotell OÜ 100%	24
7.	GoHotels OÜ	110	2 072 038	186 084	Alver Pupart	Go Group AS 100%	30
8.	SPA Tours OÜ	111	14 690 991	410 183	Kalle Kuusik	SPA Varad OÜ 100%	
9.	Hotell Olümpia AS	118	14 660 000	2 947 000	Hans Thomas Daniel Nordvaller, Margo Lorvi	Olümpia Holding Nederland B.V 100%	27
10.	Astlanda Hotelli AS	121	10 372 572	503 020	Viljar Arakas, Tõnu Uustalu	Eften Sky OÜ 90,11%	34
11.	Roosikrantsi Hotell OÜ	125	1 310 168	277 728	Dmitri Saveljev	Baltic Real Investments OÜ 100%	35
12.	Tallinnhotels OÜ	132	6 204 748	360 122	Ruslan Rastoštšenkov	Aldera Invest OÜ 100%	20
13.	CRU Grupp OÜ	135	542 007	114 414	Anneli Tammela	ET Consult OÜ 66,66%, Kartsoil OÜ 33,34%	
14.	Haveli Invest OÜ	138	2 991 348	1 599 010	Lehar Linno, Toonart Rääsk	Toonart Rääsk 100%	12
15.	Sokotel AS	139	19 395 000	1 439 000	Petri Isomäki, Sami Juntunen, Jani Vahala, Nina Nieminen, Klaus Ek, Timo Vepsäläinen	SOK Liiketoiminta Oy 100%	25
16.	Hotel L'Ermitage OÜ	142	2 709 400	529 793	Sergei Andrejev, Tatjana Jakobson, Igor Jakobson	CMY OÜ 77%, Andrei Degai 15%	31
17.	Tallinn Seaport Hotel OÜ	142	1 895 996	176 192	Bo Mikael Mathias Granrot, Guido Metsla, Rait Lukas, Tapani Ensio Teeriaho	Hestia Hotel Group OÜ 100%	36
18.	My City Hotel OÜ	146	1 686 109	193 031	Pier Paolo Cimatti	Armelinda OÜ 100%	17
19.	Estonia SPA Hotels AS	151	8 888 339	759 063	Andrus Aljas	Pärnu Linnavalitsus 100%	11
20.	Taastusravikeskus Viiking AS	153	4 687 202	1 135 065	Toivo Ninnas	Tekali OÜ 100%	5
22.	Antur Grupp OÜ	159	1 321 884	100 031	Aleksandr Šapovalov	Estosparent OÜ 100%	
21.	Baltic Beach Holding OÜ	159	5 231 333	423 256	Tapani Ensio Teeriaho, Bo Mikael Granrot, Rait Lukas, Guido Metsla	Hestia Hotel Group OÜ 100%	6
23.	Dorpat OÜ	160	4 636 947	557 238	Kersti Seli	Rondam AS 100%	21
24.	Hansafond Grupp OÜ	166	896 010	133 400	Jonathan Michael Poole	MH Merchants House Hotel Holdings Ltd 100%	54
25.	Sanatoorium Tervis AS	166	12 993 684	1 792 926	Jaan Ratnik	Mõigu Ehituskoondis AS 10,85%, Harmalen AS 18,03%, Beroliina OÜ 23,18%, EKE AS 28,62%	13
26.	Majaspets Kinnisvara OÜ	168	776 019	67 823	Rain Kopti, Jana Kopti	Jana Kopti 75%, Claus Oliver Pajuri 25%	
27.	Grand Hotel Viljandi AS	169	772 972	92 402	Illimar Toom	Toom Tekstiil AS 100%	63
28.	Legend H & S OÜ	170	20 320 270	1 010 484	Tauri Sumberg, Tarmo Sumberg	Värske OÜ	
29.	Strand AS	176	3 288 748	683 113	Egon Elstein	Strand Projekt OÜ 100%	18
30.	Swissotel Estonia OÜ	181	11 340 856	91 778	Isidoro Sergio Geretto, Terence Patrick Badour, Aidan Mcauley, Michael Farquharson Glennie	Frhi Hotels & Resorts S.Ar.L. 100%	66
31.	TLG Hotell OÜ	182	26 239 000	247 000	Taavi Tiivel, Peter Andres Roose, Eva Hanschmidt-Kalmus	Tallink Grupp AS 100%	
32.	Wesmo OÜ	185	625 637	59 410	Andres Ots, Märt Ots	Märt Ots 100%	47
33.	Johan GTJ	186	841 760	202 416	Johan Lõuk	Geidi Lõuk 100%	26
34.	Kariplon OÜ	187	772 142	49 988	Oleg Ševtsov	Oleg Ševtsov 100%	44
35.	Olive Hospitality OÜ	190	2 035 932	132 581	Hans-Henrik Kjoelby, Paul Raymond Taylor	Hans-Henrik Kjoelby 50%, Paul Raymond Taylor 50%	16
36.	Hotell Pallas OÜ	198	1 026 003	131 577	Verni Loodmaa	ASM Investments OÜ 22,5%, Kalev Kase 22,5%, Levern OÜ 22,5%, Raul Rebane 13,33%, Martin Soot 19,17%	19
37.	Aqva Hotels OÜ	199	6 237 382	983 730	Raivo Tamm, Küllike Namm	Rato Holding OÜ 96,23%	9
38.	Tallinn City Apartments OÜ	199	1 486 676	103 806	Mihkel Randrüüt, King Teck Wong	Mihkel Randrüüt 63,56%, King Teck Wong 36,44%	4
39.	Easy Stay Hospitality Group OÜ	200	1 964 133	140 971	Paul Raymond Taylor, Hans-Henrik Kjølbj, Michael Edward Pilkington	Easy Stay Holding OÜ 100%	
40.	Narva-Jõesuu Sanatoorium AS	206	1 848 872	54 030	Karina Küppas, Ülle Laan	Mõigu Ehituskoondis AS 48,89%, Kek Invest AS 36,77%, Osmond Invest OÜ 12,1%	
41.	Pintmann Grupp OÜ	208	2 007 875	179 393	Algar Pindmaa, Ly Voolaid	Algar Pindmaa 62,5%, Marianne Pindmaa 37,5%	41
42.	Triola Grupp OÜ	208	509 753	3 450	Aleksandr Šapovalov	Aleksandr Šapovalov 100%	
43.	Fortuna Travel OÜ	213	10 073 524	-785 097	Madis Jääger	Hvb Jessy Investments 1 B.V. 100%	
44.	Walhalla Hotels OÜ	217	844 780	29 968	Jaan Mettis, Lauri Karna, Lauri Teorein	Same-Sport AS 75%, Lauri Karna 12,48%, Lauri Teorein 12,52%	
45.	Amer Invest OÜ	219	1 298 092	121 930	Igor Bernovski	Igor Bernovski 100%	45
46.	Pühajärve Puhkekodu AS	231	2 629 566	140 373	Kirsti Lambot, Jaak Raudsepp, Liina Lambot-Lepp	Valga Group OÜ 85,91%, Eesti Ametiühingute Keskliit MTÜ 13,66%	52
47.	Schlössle AS	232	1 358 093	-12 671	Alberto Muñoz Jimenez, Bernhard Löw	Schlössle Hotel Group AS 100%	71
48.	Armils OÜ	237	3 768 408	12 969	Arsenijs Millersons	Arsenijs Millersons 100%	15
49.	Heal AS	241	2 924 847	154 155	Maret Sukles, Ingrid Talving	Haapsalu HMR OÜ 72%, Mersok OÜ 16%	23
50.	Rocca Hotelligrupp OÜ	243	921 359	14 236	Vladimir Ljubimtsev	Erki Aiandus OÜ 100%	50
51.	Supeluse Hotell OÜ	245	3 989 164	71 871	Sari Hannele Sopanen, Margus Kangur	Mudaravila Investeeringud OÜ 100%	
52.	Hotell London OÜ	250	1 661 788	92 082	Verni Loodmaa	Levern OÜ 26%, Kalev Kase 21,25%, ASM Investments OÜ 21,5%, Martin Soot 17,5%, Raul Rebane 13,75%	39
53.	Oldhouse Trade OÜ	251	1 054 646	43 510	Dhea Helistvee	Dhea Helistvee 100%	61
54.	Hotell Tartu OÜ	261	1 639 706	4 618	Alar Käära	Hotelliteenindus OÜ 100%	59
55.	Malex OÜ	267	1 154 094	25 237	Aleksandra Duberg	Aleksandra Duberg 100%	8
56.	Kuressaare Sanatoorium AS	278	2 906 470	-593 065	Laura Sohvie Liblik	Nouse Invest OÜ 100%	
57.	Mainegrupp OÜ	291	683 306	43 107	Tiina Kopli, Sander Kopli	Sunline OÜ 48%, Sander Kopli 20%, Tiina Kopli 20%	
58.	Saka Mõis OÜ	304	639 800	-21 341	Tõnis Kaasik	Tõnis Kaasik 100%	70
59.	Hotell Telegraaf OÜ	308	4 737 962	-50 292	Tarmo Sumberg, Tauri Sumberg	Legend H & S OÜ 100%	40
60.	Meriton Family Estate OÜ	333	1 774 768	-11 423	Aleksandr Burõhh, Mihail Burõhh	Aleksandr Burõhh 50%, Mihail Burõhh 50%	46
61.	Pantole OÜ	334	713 341	2 657	Jane Tomašpolskaja, Janoš Tomašpolski	Janoš Tomašpolski 100%	53
62.	Kalevi Veekeskus OÜ	336	3 541 673	-984 120	Tõnu Tanvell	Eesti Spordiselts Kalev MTÜ 50%, Grenster OÜ 50%	
63.	Pädaste Mõis OÜ	351	1 068 697	-25 342	Hans Martin Breuer	Pädaste OÜ 100%	
64.	Mehntack OÜ	360	622 136	-70 417	Terje Rattur	Mäetaguse Vallavalitsus 100%	69

Värsked kaubandusuudised
Sündmused



Äripäev

Kaubandus.ee

METOODIKA

Valdkonna TOPI pääsemine

Vastava valdkonna tegevuse osakaal ettevõtte käibest pidi olema vähemalt 51%. Äripäev võttis äriregistrist eelmise aasta majandustulemuste põhjal valdkonna müügitulult suuremate ettevõtete andmed. Osalesid ettevõtted, kelle majandustulemused olid äriregistris andmete kogumise ajaks sisestatud ja ettevõtte tegutsenud kahel viimasel majandusaastal.

Pingerea koostamine

Ettevõtted seati valdkonna pingerritta kuue näitaja põhjal: 2017. aasta müügitulu, müügitulu kasv võrreldes 2016. aastaga, 2017. aasta ärikasum, kasumi kasv võrreldes 2016. aastaga, rentaablus ja varade tootlikkus aastal 2017. Iga näitaja põhjal reastati ettevõtte edetabelitesse, iga koht järjestuses andis kohale vastava arvu punkte. Kuue tabeli punktid

liideti. Võitis vähim punkte kogunud ettevõtte.

Kui ettevõtte puudub

Kui ettevõtet TOPis pole, siis ei olnud ettevõttel aktiivset majandustegevust kahel täielikul majandusaastal (2016-2017), ettevõtte viimase aasta või kahe viimase aasta keskmine omakapital oli negatiivne või polnud tema majandusaasta aruannet edetabeli koostamise ajal äriregistris.



ESTONIA Resort Hotel & Spa****

Tõeline puhkus Pärnus!

Eestimaiselt elegantsed 4* hotellitoad
Modernsest Eesti köögist inspireeritud à la carte menüü restoranis NOOT
SPA & SAUN, 8 erinevat sauna, saunarituaalid ja Surnumeres hõljumine
Ehedalt eestimaised ja särtsakalt idamaised spaahoolitsused
Jooga- ja grupidreeningud ACTIVE SPAS
Privaatsaun KADAKA klubi saunaõhtute korraldamiseks
Kõige uuem konverentsikeskus Tallinna ja Riia vahel



▲ Tallink kaalub laevadele Burger Kingi restoranidesse iseteeninduskioskite paigaldamist, et klientidele toodete tellimist lihtsamaks teha. FOTO: SANDER ILVEST/POSTIMEES/SCANPIX

Restoranide TOPi

Burgerirestoran vallutab laevasõitjate südameid

Restoranide edetabelis kõrgele kohale jõudnud Tallinki tütarettevõtte Mare Catering, mis opereerib alates 2016. aastast Burger Kingi frantsiisi Tallinki laevadel, tegi möödunud aruandeperioodil arvestatava käibe ja kasumi hüppe.

MAARIT EERME
maarit@kaubandus.ee

Teisel tegutsemisaastal ehk 2017 kasvas ettevõtte käive 1,8 miljonilt 4 miljonini ning kasumit teeniti 1,25 miljonit. "Me ei osanud seda prognoosida, et turg Burger Kingi nii positiivselt vastu võtab," rääkis Mare Catering juht Jaak Veskimeister. Ta lisas, et nad on enda tööd korralikult teinud. 2017. aasta müügitulu ja kasumi kasv tuli Veskimeistri sõnul peamiselt sellest, et avati restoran ka teisel Tallinki laeval.

Veskimeister ei usu, et kliendid alguses burgerirestorani järgi reisiplaane tegid, kuid klientide huvi antud söögikoha vastu oli väga suur. "Eraldi turundust me Burger Kingile ei teinud. Kuna võtame frantsiisi Soome ettevõttelt, siis turunduslik tugi on nende õul," ütles ta ning lisas, et Eesti kliendile oli see kindlasti lisaväärtus, kuna seda Eestis ei olnud.

Peagi tulevad iseteeninduskioskid

Veskimeistri sõnul neil praegu plaani laieneda teistele liinidele ei ole. "Soovime muuta olemasolevate teeninduspunktides teenindusvõimalusi kaasaegsemaks ning seetõttu kaalume laevade Burger Kingi restoranidesse iseteeninduskioskite paigaldamist, et klientidele toodete tellimist lihtsamaks teha," rääkis ta ning lisas, et see on neil plaanis lähitulevikus.

Soome Burger King restoranides tulid esimesed iseteeninduskioskid kasutusele

2,5
minuti tagant
müüdi mullu
Tallinki laeval
Star ja Megastar
üks Whopper
burger. Staril
avati esimene
Burger Kingi
restoran 2016. aastal
Megastaril 2017.

13
protsenti kasvas
2017. aastal res-
toranide TOPis
osalenud 93 res-
torani koond-
käive võrreldes
2016. aastaga.
Koondäriks kasvas
aastaga
ligi 44%.

2017. aastal ning nad soovisid näha, kuidas need tööle hakkavad ja millised on tulemused. "Nüüd on neil aga juba üle maailma uute restoranide ehitamise puhul nõue, et neis oleksid kohe algusest ka iseteeninduskioskid."

"Praegu kasvab peale põlvkond, kes kasutavad tehnoloogiat igapäevaselt ning seetõttu on tarvis iseteeninduskioskid ka laeva tuua. Restoranides jääb aga kindlasti alles ka personaalne teenindus." Veskimeistri sõnul on iseteeninduskioski puhul suureks plussiks see, et ta ei jäta kunagi lisa-müüki tegemast. "Teenindajatele on tarvis seda aeg-ajalt meelde tuletada."

Mare Cateringile on frantsiisiandja poolt ette antud standardid, mida tuleb täita. Veskimeistri sõnul neil järjekorra pikkuse mõõdukult ei ole, kuid on määratud ära aeg, kui kiiresti peab klient toidu kätte saama, kui ta jõuab teenindajani.

Teenindus on kõrgetasemeline

Tallinki laeval asuvaid Burger Kingi restorane kontrollitakse frantsiisiandja poolt kord kvartalis ja kontrollitakse frantsiisinoote täitmist

"Positiivse tagasisidena sai kontrollis Stari laeva restoran hindeks A, mis tähendab tulemust 90–100 punkti vahel. Sellise kõrge hinde põhjal omistati Stari Burger Kingile hiljuti sertifitseeritud koolitusrestorani tiitel ning edaspidi saame oma restoranide töötajaid ise välja õpetada. Mega-

staril jäi natuke A-st puudu, aga samuti väga hea tulemus," ütles Veskimeister.

Ta rääkis, et niivõrd kõrge hinnang on meeskonnale väga tähtis, sest see tõstab nende motivatsiooni. "Kuna Burger Kingi restoran asub meil laeval, siis me ei saa osaleda frantsiisiandja poolt maismaa restoranides korraldatavatel müügivõistlustel ja kupongikampaaniates. Meie tagasiside ongi ematervõtte poolt kontrollimine ja hindamine ning motiveerime oma restoranide meeskondi laevade vaheliste müügivõistlustega."

Tallinki laeval töötavad teenindajad läbivad kõik Burger Kingi teenindusprogrammi, mille lõppedes saavad teenindajad koolitusvihiku. Seejärel on neil inimestel võimalik töötada olemasolevate dokumentidega ka mujal sama keti restoranides üle maailma. "Need sertifikaadid on lisaväärtus, mis aitab lihtsamini Burger Kingi keti restoranides ka mujal maailmas tööle saada."

Noored tahavad Tallinki laevale Burger Kingi tööle minna, kuid häid töötajaid leida ei ole alati lihtne. Mare Cateringil on töötajatega vedanud.

"Tooksin positiivse näite 2018. aasta suvest, kus kevadel liitusid Megastari restorani meeskonnaga suvised lisatöötajad ning juba esimestel päevadel saavutasid nad olemasoleva meeskonnaga suurepärase tööritmi. Uus ja vana kooslus töötas väga hästi koos ning iga nädal tehti uus kassarekord.

Selline meeskonna sünergia teeb igale juhile ainult heameelt. Meie töötjad on kõik väga tublid ja töökad inimesed, kellele võib alati kindel olla!"

Klientide lemmikud on suured burgerid

Tarbijad eelistavad Veskimeistri sõnul suuri burgereid. "Meie menüüvalik ei ole suur, et tagada teeninduskiirus, kuid kõik Burger Kingi põhiosortimendi tooted on meie valikus olemas," ütles ta. Enim müüvad Wopper ja Steakhouse burgerid.

Veskimeister ütles, et Burger Kingi avamine ei ole võtnud teistelt Tallinki laevade restoranidelt tulu ära. "Ma arvan, et toode on väga hea ja tuntud kaubamärk aitab toote müügile kaasa. Tegemist on tuntud ja kvaliteetse kaubamärgiga," ütles ta. Samuti usub ta, et see on toonud Tallinki laevade restoranidesse uut klientuuri, kes varem võib-olla ainult kohvi tarbis.

Plaan olla veelgi parem

"Elmisel aastal töötasime nende kohtadega, mis meil olemas oli ning täitsime planeeritud eelarve. Numbrid olid ilusad," sõnas Veskimeister ning lisas, et käesoleval aastal on plaan kindlasti veelgi paremini opereerida.

Küsimusele, kas on plaanis avada Burger King ka Tallinnas, vastas Veskimeister, et tulevikuplaanidest räägitakse börsiettevõtte Tallink Grupi tütarettevõtteks, kui on, millest rääkida.

Edukad toitlustusfirmad 2017. aastal

koht	firma nimi	punkte	käive, €	ärikasum, €	juhatus	põhiomanikud, koos osalusprotsendiga	koht mullu
1.	Mare Catering OÜ	25	4 012 875	1 267 510	Lembit Kitter	Tallink Grupp 100%	
2.	Lavora OÜ	81	1 252 456	416 063	Olga Kluge, Tatjana Liksutova	Tatjana Liksutova 60,01%, Costantino Veglianti 20%, Olga Kluge 20%	35
3.	Kaevukohvik OÜ	89	1 461 952	159 778	Indrek Unt, Steve Heinlo	Amatöör OÜ 25%, Babu Invest OÜ 25%, Darryl Alfred Hydes 25%, Rain Tunger 25%	38
4.	Lido Eesti OÜ	117	4 399 655	379 375	Vilve Tuulmets	SIA Lido 100%	2
5.	Oko Restoranid OÜ	118	5 751 347	630 237	Tõnis Siigur, Martti Siimann, Marko Zukker	Marko Zukker 33,33%, Martti Siimann 33,33%, Tõnis Siigur 33,33%	5
6.	Mckenzie Invest OÜ	124	8 700 925	315 344	Ivar Vendelin, Tara Chand Thakur, Toomas Kruus	Tara Chand Thakur 50%, Ivar Vendelin 34%, Toomas Kruus 16%	54
7.	Amber Museum OÜ	129	1 725 445	286 411	Alberto Lovati	Tule Mission OÜ 100%	9
8.	Premier Restaurants Eesti OÜ	131	20 960 696	2 432 407	Vladimir Janevski	Premier Capital B.V. 100%	
9.	Arensburg OÜ	131	4 136 128	222 761	Grete Pastak, Aarne Mustis, Terje Nepper	Aarne Mustis 60%, Terje Nepper 35,25%	18
10.	Holmjet OÜ	137	1 995 755	133 282	Margus Linkgreim, Veiko Treumann	Talento OÜ 66,67%, Veiko Treumann 33,33%	56
11.	Mon Repos OÜ	140	1 101 465	115 797	Kalev Tanner, Vladislav Djatšuk	Maitse Sepad OÜ 50%, Sparkling Group OÜ 50%	
12.	Odelli OÜ	143	1 285 582	159 467	Kalev Tanner, Raul Uutmann	Sparkling Group OÜ 50%, Martin Meikas 25%, Ranno Paukson 25%	
13.	Falcon Japan OÜ	147	1 742 263	109 044	Masashi Tsuda, Daigo Takagi	Riko Foods Co. Ltd 96,38%	11
14.	Maiasmokk OÜ	155	1 540 238	162 380	Kaido Kaare	Orkla Eesti AS 99,08%	6
15.	Mattias Cafe OÜ	156	7 121 956	368 424	Rivo Sisas, Joel Ostrat, Siim Liivamägi	Joel Ostrat 33,49%, Rivo Sisas 33,26%, Siim Liivamägi 33,26%	13
16.	Hesburger AS	157	32 000 891	1 188 791	Jaana Pakkas, Kari Juhani Salmela, Toomas Veersalu, Ieva Salmela	Hes-Pro (Finland) Oy 100%	17
17.	Baltic Restaurants Estonia AS	166	12 301 000	631 000	Aigars Kaugars	Baltic Restaurant Business SIA 100%	15
18.	Kingexport OÜ	168	2 454 667	344 667	Jouni Juhani Johansson	Jouni Juhani Johansson 100%	7
19.	Nirvana OÜ	168	913 199	84 533	Darryl Alfred Hydes, Abie Mailanchi	Abie Mailanchi 45%, Darryl Alfred Hydes 45%, Farrakh Mansoor 10%	41
20.	Odil Eesti OÜ	170	3 864 898	297 021	Vilve Tuulmets	SIA Lido 100%	36
21.	Artur OÜ	181	804 964	194 462	Artur Nersesjan	Alla Nersesjan 100%	
22.	Sodexo OÜ	191	1 507 258	74 991	Bianca Maria Brink, Mikko Juhani Lindh, Tommy Stig Tallberg	Sodexo 100%	
23.	Sorgent AS	192	1 468 579	48 197	Mare Ploom, Arte Ermel	Lucilla Clara Elfriide Grasso 43%, Mare Ploom 28,49%	83
24.	Peppersack AS	197	3 265 407	103 663	Enn Vanaküla, Sulev Sillaots	Ain Sooaru 20%, Enn Vanaküla 20%, Roland Randmaa 20%, Sulev Sillaots 20%, Taggo Kasemets 20%	46
25.	Rambo.ee OÜ	199	310 796	48 098	Indrek Tumm	Indrek Tumm 100%	
26.	Peetri Grupp OÜ	201	1 155 049	151 693	Oksana Petšilina	Aleksandr Davidjuk 100%	33
27.	Moonaladu OÜ	201	1 149 711	75 985	Janis Jaomaa, Vaiko Peebo, Terje Tartu	Janis Jaomaa 45%, Vaiko Peebo 45%, Terje Tartu 10%	50
28.	F-Hoone OÜ	206	2 333 448	63 618	Priit Juurmann, Steve Heinlo	Octoberfirst OÜ 25%, Amatöör OÜ 20%, Indrek Unt 20%, Peeter Jalakas 20%, Priit Juurmann 10%	8
29.	Dunkley OÜ	208	991 153	155 686	Andres Tuule, Tõnis Siigur	Tõnis Siigur 36,97%, Working Man OÜ 22,69%, Linea Consulting OÜ 16,67%, Urmas Lillebach 14,98%	29
30.	Gastro OÜ	208	1 420 972	119 125	Rain Tunger, Steve Heinlo	Amatöör OÜ 25%, Babu Invest OÜ 25%, Octoberfirst OÜ 25%, Rain Tunger 25%	
31.	Pull Restoranid OÜ	208	1 071 827	63 452	Andres Tuule, Hanno Kuul, Enn Tobreluts	Kruubiveski OÜ 100%	
32.	Goodwin SH OÜ	210	1 508 472	94 653	Andrei Baibakov	Andrei Baibakov 100%	72
33.	Baltimore Ribs OÜ	211	939 391	96 821	Kestutis Rinkevicius	Kestutis Rinkevicius 100%	40
34.	Draivia Grupp OÜ	212	876 372	259 304	Mikheil Samkharadze, Rati Samkharadze, Nato Shonia, Malhazi Samharadze, Tinatin Matuashvili	Malhazi Samharadze 50%, Rati Samkharadze 50%	75

JÄTKUB LK 10





- MÜÜK JA PAIGALDUS
- HOOLDUS JA REMONT
- SEADMETE RENT
- TÄISTEENUS
- ÄRILAHEDUSED

- MÜÜK JA PAIGALDUS
- HOOLDUS JA REMONT
- SEADMETE RENT
- TÄISTEENUS
- ÄRILAHEDUSED

KOHVIGRUPP OÜ tegutseb Eesti turul kakskümmend aastat. Oleme **Julius Meinl**’i brändi ametlikud maaletoojad 1996. aastast. Tuntud Austria ettevõtte tegutseb aastast 1862 ja tänaseks on võimalik leida seda igast maailma nurgast.

Meie valisime Julius Meinl’i toodangut kuna sellel on tuntud eroopalik maitse, mis valmib Viini kohviakadeemia järelvalvel. Igale kliendile lähenetakse individuaalselt suure tootevaliku abil. Hea kohv on pool edu, samas head kombes annavad võimaluse võita kliendi tähelepanu. Julius Meinli maitseelamused koos seerveerimistavade-ga garanteerivad edu!

Tänaseks pakume oma klientidele täisteenust kuumjookide ja kohviseadmete valdkonnas. Meie käsitluses on kohviseadmete hooldus ja kõik võimalik keemia masinate korrashoiuks.



Punane 6, Tallinn
Tel 6211359



facebook.com/kohvigrupp
www.kohvigrupp.ee



koht	firma nimi	punkte	käive, €	ärikasum, €	juhatas	põhiomanikud, koos osalusprotsendiga	koht mullu
35.	Honeywell OÜ	233	2 550 736	72 463	Katrin Taho, Ken Karjane	Tedenka Investeeringud OÜ 40%, Valneva OÜ 40%, Papagoi Investeeringud OÜ 20%	27
36.	Fresco Partners OÜ	234	1 772 117	138 057	Angeelika Kang, Piret Kulo, David Pärnamets	Angeelika Kang 50%, D&D Holding OÜ 48,99%	4
37.	Piano Foorum OÜ	239	2 668 803	206 349	Harri Ambur, Gert Kerde, Tarvo Jaansoo	Piano Group OÜ 100%	10
38.	Select Service Partner Eesti AS	241	1 891 700	37 573	Reet Savastver	SSP Sweden Financing Ab 100%	71
39.	Plusprisma OÜ	244	1 392 404	92 725	Pille Muru	Moonilill AS 100%	44
40.	Famino OÜ	245	1 133 528	160 484	Kristjan Kann	Kristjan Kann 100%	48
41.	Apollo Kohvikud OÜ	245	1 109 209	24 655	Mauri Kristjan Dorbek, Tea Vardja	Apollo Group OÜ 100%	
42.	Matias WB OÜ	246	809 315	22 856	Andrus Irdoja	Õliproff OÜ 40%, Andrus Irdoja 30%, Meelis Vihlver 20%, Heiti Männiksaar 10%	
43.	Hansahotell - Tartu OÜ	253	962 732	173 230	Catrin Tumala, Jaak Kurg	Jaak Kurg 52,5%, Catrin Tumala 47,5%	25
44.	Cubanita OÜ	253	936 306	89 617	Ron Yoram	Yoram Ron 100%	
45.	Esperan OÜ	253	6 257 847	64 247	Anri Treifeldt, Rene Treifeldt	Anri Treifeldt 50%, Rene Treifeldt 50%	14
46.	Premiere Cru OÜ	254	1 034 679	47 567	Anneli Tammela, Dmitri Haljukov	Cru Grupp OÜ 80%, Dmitri Haljukov 20%	47
47.	Rice&Nori OÜ	267	827 685	77 539	Maksim Kartševski	Maksim Kartševski 100%	23
48.	U-Bistroo OÜ	274	877 548	56 597	Janno Lepik, Kristjan Peäske	Janno Lepik 50%, Kristjan Peäske 50%	39
49.	Paleton OÜ	277	1 178 678	56 291	Ego Riener	Ego Riener 100%	1
50.	Olde Estonia OÜ	284	1 497 174	18 177	Alberto Lovati	Tule Mission OÜ 100%	
51.	Restoran Tri OÜ	291	886 983	27 289	Jana Zaštšerinski, Igor Andrejev,	Igor Andrejev 33,33%, Jana Zaštšerinski 33,33%, Roman Zaštšerinski 33,33%	81
					Roman Zaštšerinski		
52.	Leib Restoran OÜ	293	1 438 655	68 311	Janno Lepik, Kristjan Peäske	Janno Lepik 50%, Kristjan Peäske 50%	3
53.	Tapenade OÜ	297	1 194 925	22 737	Andrei Soloha	Andrei Soloha 100%, Oksana Soloha 100%	30
54.	Gelato Italiano OÜ	297	2 290 659	4 217	Rain Uusküla	Da Vinci Management OÜ 100%	52
55.	Hiiekivi OÜ	301	855 263	1 811	Raoul-Vello Leitham	Raoul-Vello Leitham 100%	
56.	Fasters Eesti OÜ	305	1 406 462	19 108	Margus Laur	Egon Vaiksaar 100%	49
57.	Piano Solaris OÜ	309	2 494 083	63 361	Harri Ambur, Gert Kerde, Tarvo Jaansoo	Piano Group OÜ 100%	22
58.	Maxime OÜ	322	775 498	23 073	Marget Vátku, Rein Vátku	Marget Vátku 50%, Rein Vátku 50%	
59.	Scharmanto AS	339	1 915 600	63 126	Munoz Jimenez Alberto, Bernhard Löw	Schlossle Hotel Group AS 100%	31
60.	Sergon Kaubandus OÜ	349	831 999	8 361	Andres Viilmann, Priit Elhi	Anne-Mai Migur, Hans Mikk Migur, Heiki Migur, Heli Migur, Mart Migur, Mati Migur, Sirje Reilson, Ulvi Maamees, Priit Ehli	64
					John-Ivar Olsson Bygginvest Ab 96,83%		
61.	Bob King OÜ	355	2 830 122	-100 827	Sten Sarap, Marko Johanson	Hoston Holdings OÜ 50%, SS Invest OÜ 50%	67
62.	Sushi Set OÜ	356	1 047 848	20 556	Sergei Gorožanin, Olga Gorožanina	Olga Gorožanina 100%	34
63.	Bars And Restaurants OÜ	358	924 644	44 579	Martin Murray	Martin Murray 70%, Moonika Aasna 30%	16
64.	PJK Haldus OÜ	358	904 395	32 321	Olavi Post, Väino Hallikmägi, Valdor Telve	Pärnu Jahtklubi MTÜ 100%	
65.	Some OÜ	362	327 017	8 541	Ingrid Soans	Ingrid Soans 100%	
66.	Swedest Motel Group AS	363	937 176	27 287	Ingrid Sieberk, Stefan Widerlöv	John-Ivar Olsson Bygginvest Ab 96,83%	45
67.	M&A Pubid OÜ	365	1 205 585	-9 431	Aare Hallop, Madis Vaikmaa	Aare Hallop 50%, Madis Vaikmaa 50%	80
68.	Meat Market OÜ	366	930 583	11 934	Joel Ostrat, Alena Oja	Joel Ostrat 60%, Alena Oja 40%	42
69.	Süvirand OÜ	369	919 367	3 705	Sulev Süvirand	Maikela Süvirand 50%, Sulev Süvirand 50%	55
70.	Popular OÜ	372	930 521	5 931	Merle Randma, Harry Randma	Merle Randma 60%, Harry Randma 40%	78
71.	Adeloone OÜ	373	1 783 210	-7 167	Andrus Irdoja, Meelis Vihlver	Andrus Irdoja 41,67%, Meelis Vihlver 41,67%, Ülle Mäede 16,67%	26
72.	Hotell Wesset OÜ	375	1 364 448	-6 427	Mart Kukkk, Triin Kuusik, Veiko Mahlakas	Mart Kukkk 45%, Talentia OÜ 45%, Triin Kuusik 10%	
73.	Mister Frank OÜ	377	773 652	10 026	Mary Kross, Priit Juurmann	Mary Kross 60%, Priit Juurmann 40%	
74.	Frendol OÜ	380	1 198 334	2 945	Ilona Kalinskaja, Mati Pöder, Lauri Maks	Mati Pöder 55%, Lauri Maks 40%	59
75.	Starmaker OÜ	380	6 648 870	-173 188	Auri Martti Hakomaa	Olde Hansa International OÜ 93,12%	73
76.	Tkohvik OÜ	391	808 682	8 697	Marko Meigas, Heli Hansen	Consei Invest OÜ 50%, Heli Hansen 50%	
77.	Arturi Kõogid OÜ	396	921 753	-1 398	Kaido Kruusoja, Viljo Vetik	Rumer Arendus OÜ 100%	
78.	Maitsevõlu OÜ	419	918 973	-201	Erik Kütt, Andrus Irdoja	Andrus Irdoja 25%, Erik Kütt 25%, ToomAS Irdoja 25%, Ülle Mäede 25%	37
79.	Hotell Stroomi AS	419	894 649	-101 122	Reet Purre	Reet Purre 69,85%, Ain Käpp 26,14%	77
80.	Vanemuise Kohvik OÜ	423	902 586	6 647	Andres Paas, Maia Paas	Maia Paas 100%	43
81.	Fasteren OÜ	436	1 176 410	-14 084	René Philipe Faoro	Canop OÜ 62,5%, Arnebolandia OÜ 37,5%	12
82.	Asian Food OÜ	443	1 039 140	-44 661	Toomas Kruus, Tara Chand Thakur	Mirrow Institute OÜ 55,32%, Tara Chand Thakur 33%, Toomas Kruus 11,68%	
83.	Ammende Hotell OÜ	444	866 227	-66 062	Tauno Tats	KV3 OÜ 100%	
84.	Tuuleveski OÜ	448	1 759 636	-26 025	Arvo Lill, Helina Lill, Erkki Lill	Arvo Lill 20%, Erkki Lill 40%, Helina Lill 40%	19
85.	Serverette OÜ	452	1 084 890	-236 871	Alberto Lovati	Tule Mission OÜ 100%	76
86.	Vana Villem OÜ	455	805 123	-28 285	Aare Hallop	Aare Hallop 100%	84
87.	Tampe AS	461	808 646	-19 247	Gunnar Tamm	Gunnar Tamm 57%, Helle Tamm 43%	
88.	Taimler MM OÜ	463	983 914	-6 747	Meelis Meringo	Meelis Meringo 50%, Olev Suurkask 50%	61
89.	Comlink OÜ	474	1 123 339	-7 998	Aare Heinla, Hannes Järv, Indrek Hiibus,	Aare Heinla 29,99%, Indrek Hiibus 29,99%, Raivo Velsberg 29,99%, Hannes Järv 10,02%	70
					Raivo Velsberg		
90.	Blauinvest OÜ	483	900 000	-5 268	Ahti Kukkk	Ahti Kukkk 100%	57
91.	Pak L&P OÜ	487	787 842	-1 380	Rein Muuga, Lille Parts, Viktor Lihhodei	Rein Muuga 66,67%, Viktor Lihhodei 33,33%	69
92.	Vabank OÜ	488	820 958	-80 953	Sven Kavald, Timo Tirs	Corplink OÜ 30%, Armands Slišans 10%, Harald Raid 10%, Lauri Meidla 10%	68
93.	Rockmeedium OÜ	513	847 491	-25 448	Henno Pello, Piyanut Ketphu, Khampan Pukdangpan, Sten-Erik Jantson, Jaak Morna	Icelander OÜ 40%, Sten-Erik Jantson 40%, Henno Pello 14%	58

Largo

Nr 1 Eesti mahlabränd

Rikkalik valik tervislikke ja maitsvaid mahlu, mahlajooke, mahlalimonaade, nektareid ja smuutisid.
Nüüd nii jae-, hulgi- kui HoReCa-klientidele.

Largo AS, tel: 521 9436, tellimused@largo.ee, www.largo.ee

PAKUME KLIENTIDELE VEEBRUARIS:

Cabernet sarja pokaalidele soodustust -20%

Intensity nõude sarjale soodustus -20%

Tramontina Amazonas sarja söögiriistadele
soodustus -20%

Soodustus kehtib 01.02 – 28.02.2019 või kuni kaupa
jätkeb.

Arkogren OÜ
www.arkogren.ee

Meistri 22, Tallinn
Tel. 6 348 980
info@arkogren.ee

Turu 67A, Tartu
Tel. 7 362 371
annika.nellis@arkogren.ee



Catering-firmade TOP

Carmen Catering: tegeleme efektiivsuse suurendamisega

Carmen Catering jõudis 2017. aastal tööprotsesside arenguga uuele tasemele ning otsis võimalusi, kuidas oma tööd efektiivsemalt teha, rääkisid Argmar Grupi juhatuse liige ja omanik Argo Koppa ning tegevjuht Sten Kosina.

MAARIT EERME
maarit@kaubandus.ee

Kui vaadata tagasi 2017. aastale, siis tolle aasta tulemused kasvasid märkimisväärselt. Millest oli tingitud nii suur kasv? See aasta oli meie jaoks väga hea aasta. Meie mahud kasvasid kolmel olulisel põhjusel: esmalt võitsime hanke Eesti Euroopa eestistumise teenusepakkuja leidmiseks. Teiseks otsustasime selle hanke võidu järel, et me ei loobu seepärast ühestki n-ö tavatööst – pingutasime ja tegime kõik ära. Kolmandaks läks korralikult käima meie koostöö Saku Suurhalliga, kus toimub palju rahvarohkeid ja väga eripalgelisi üritusi, mis just 2017. aastal kasvatas meie mahutusi. Saku Suurhallis asub ka Carmen Cateringi köök ehk siis tegemist on omamoodi strateegilise partnerlusega.

2017. aasta tulemustele aitas lisaks mahu kasvamisele kaasa ka efektiivsuse kasv. Oleme jõudnud oma ettevõttes ja tööprotsesside arenguga uuele tasemele. Oleme kasutusele võtnud ettevõttesiseses infosüsteemi, mis aitab projektipõhiselt kogu infomahut detailiselt hallata. Paika on loksunud ka kogu meeskonna vastutuskohad ning oleme käima saanud laitmatult toimiva ahela tellimuse saabumisest kuni viimase klaasi puhtaks pesemiseni.

Sellel aastal panime lukku kõigi meie suuremate tarnijate-partnerite hinnad ning sellega vältisime hinnatõusu survet. Küll aga jõudis eelmisel aastal üldine hinnatõus meieni ning kasumimarginaalid kahanesid tunduvalt.

Pärast 20 tegutsemisaastat saime aru, et iga kaubatellimise telefonikõne on kulu ning seega vähendasime enda tarnijate hulka, kuna ühe partneri käest rohkem tellides on võimalik saada paremaid hindu.

Mis on teie sektori kõige suuremad väljakutsed? Kõige raskem on hoida head meeskonda. Leida inimesi, kes tegelikult ka tahaksid selle valdkonnaga pikemat aega tegeleda, ennast arendada.

Väga suur väljakutse on hoida ka kogu tootmisahel kvaliteetsena. Me oleme meeskonnaga kokku leppinud teatud tegevused ja me peame neid tegevusi tegema hästi. Kui juhtub mõni näpuviga, siis me parandame neid koos ja kui vaja, siis parandame ka kogu seda tootmisahelat. Oluline on, et kõik töötajad neist muutustest aru saaksid ja neisse usuksid. Selliste mahutudega opereerides on tegemist ikka päris võimsa masinavärgiga, aga selle kõige juures peame iga tellimuse puhul suutma säilitada isikupära ning arvestama kliendi spetsiifiliste ootustega.

Millised on trendid toitlustuses? Esimene oluline teema on see, et inimesed otsivad igas asjas originaalsust, personaalsust. See tähendab, et ka toidu osas ollakse väga nõudlikud ja tellija tahab lisada mingeid oma kindlaid lemmikuid. Seda eriti väiksemate ja isiklikumat laadi ürituste puhul, mille maht on tänases catering'i-äris selgelt kasvamas. Viimastel aastatel on kasvanud

la carte sündmuste osakaal, mis viitab suuremale personaalsusele. Samuti soovitakse rohkem personaalset teenindust, näiteks sellist, kus kokk serveerib/valmistab midagi kliendi silme ees.

Taimetoidu ja vegani valikud on tänaseks "must be", mida arvestame igal pakkumisel, samuti erinevad välistused võimalike allergiate pärast ja muu selline. Tervikpildis soovivad kliendid aina enam Skandiinaavia stiilis laudu/bupeesid/väljapanekut.

Tunneme kaasa kokkadele, kes peavad ette valmistama õhtusöögi 100 inimesele, kus ligi pooltel on erisoovid. Täna arvestatakse erisustega juba pakkumise tegemisel.

Mis on teie eelis teiste catering-ettevõtete ees? Mis on teie tugevused? Meie eelis on meie kogunud meeskond ja suured kogemused. Me oleme pereettevõtte ning vast just seetõttu oskame inimeste panust ja kogemusi veelgi rohkem hinnata. Samuti on meil eesmärgiks võetud 24 tunni reegel, mil tuleb klientidele vastata. Igale päringule tuleb vastata, sest kui pakkumist ei tule, siis see näitab ettevõtte kvaliteeti.

Meid võib pidada usaldusväärseks partneriks, kuna teeme seda, mida lubame ja üle enda varju ei hüppa.

Carmen Cateringi jaoks ei ole vahet, kas üritus on suur või väike. Me ise ürituse suuruse järgi väga vahet teha ei tahaks, kuna iga üritus on selle korraldaja jaoks oluline. Meie jaoks on tähtis, et klient rahule jääks ja kõik õnnestuks. Näeme, et paljud catering-ettevõtted on läinud vabalangusesse, kuna on mõeldud, et umbes 30 inimese üritused ei ole olulised, kuid seal võib olla inimesi, kelle kaudu võib saada suuri üritusi.

Aga nõrkused? Usume, et meie suurimaks nõrkuseks on suurus, kuna tootmise ahel läheb aina pikemaks. Kui 10 aastat tagasi suutsime ühe protsessi muuta nädalaga, siis nüüd võtab protsesside muutmine aga mitu kuud.

Teie jaoks on oluline kvaliteet. Millised on teie nõuded sellele? See kõik on kinni miljonist detailist – esimese kliendikontakti emotsioonist kuni selleni, milliseni jääb meeskonnast lõpuks maha sündmuse toimumispaik. Aga suures plaanis on mõned väga olulised põhimõtted, mille järgi toimeme: peame kinni tähtaegadest ja kokkulepetest ning anname endast alati parima. Eks üheks väga selgeks kvaliteedimärgiks on korduvkliendide osakaal – inimesed, kes on korra sinu teenuseid tarbinud ja tulevad tagasi ka teist või ka kahekskümnendat korda. Carmen Cateringi puhul on pool käibest korduvkliendide oma, mis on väga kõva näitaja.

Millised väljavaated on 2019. aastale? Me arvame, et catering-ettevõtete väljavaated tulevikus on väga head. Eesti ettevõtetel läheb hästi ja see tähendab, et kõigil on tööd ja kellelgi ei ole üleliigset aega. Kui kunagi kattis kohvilaua ettevõtte sekretär, siis nüüd tellitakse ka see meie käest. Kunagi

tundus see teenus eraklientidele väga kalline, aga nüüd on see muutumas üha kättesaadavamaks. Me usume, et Carmen Cateringi 2019. aasta hitiks ehk suurimat kasvu tegevaks nišiks saabki just koduste peolaudade katmine.

Loodame igal aastal vähemalt 10% müügitulu tõusu. Kuid kulud tõusevad tunduvalt kiiremini kui tulud, millest palk on neist kõige kiirema kasvuga.

Kui keeruline on klientidele müüa enda teenuseid ja põhjendada just seda hinda, mida küsite? Igasugune müük on keeruline ning alati tahab ostja osta odavamalt ja müüja müüa kallimalt, aga konkurents on tihe ja see paneb asjad paika. Meie esimene ülesanne on võimalikult täpselt aru saada, mida kliendil täpselt vaja on. Ürituste tehniline keerukus on aastatega väga palju tõusnud ning sellisel puhul on pikaaegne kogemus väga oluline.

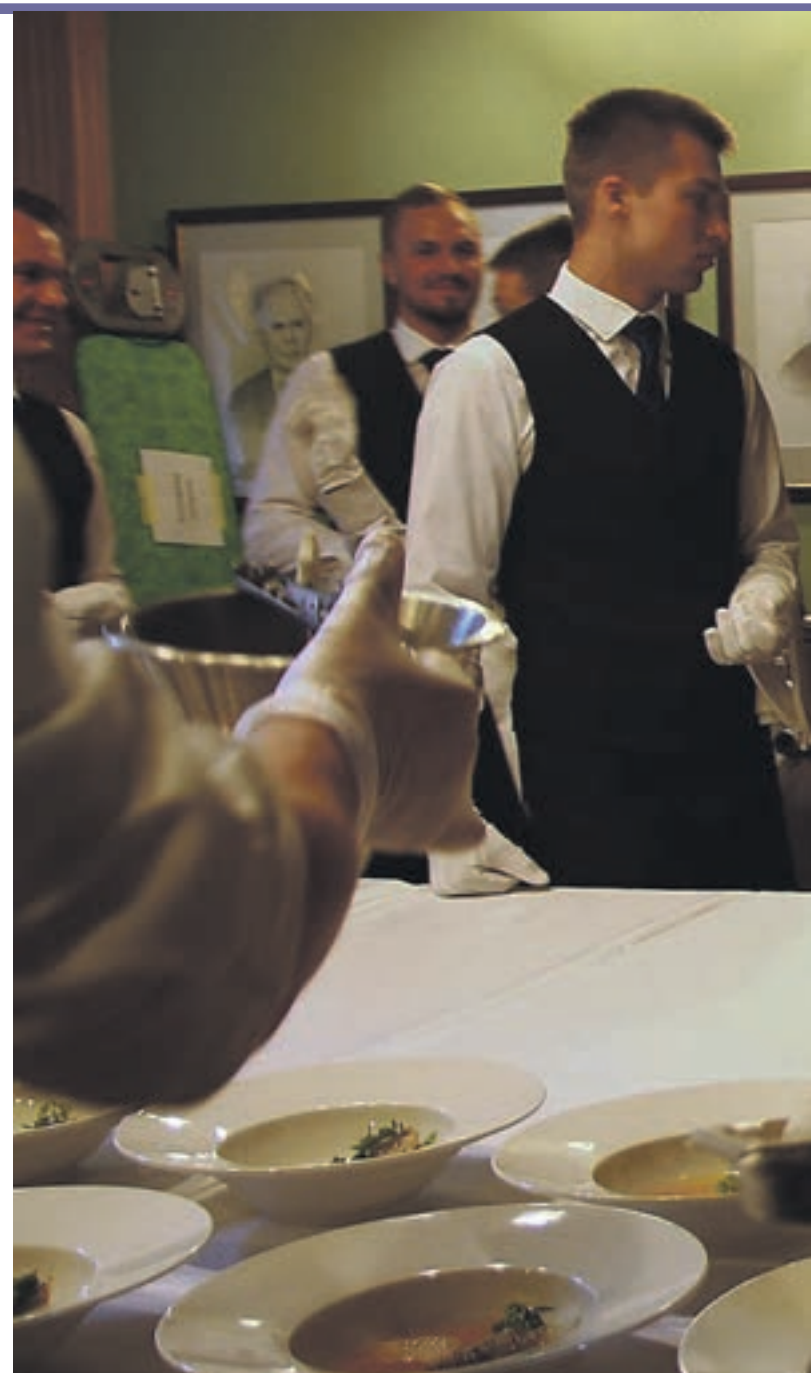
Väga palju on viimastel aastatel müüki ja pakkumisi tehtud klientidele välismaalt, kes korraldavad siin erinevaid üritusi, mis nõuab ka heal tasemel võõrkeelteoskust.

Teenuse pakkumise puhul on kõige tähtsam saavutada usaldus, mille puhul on esmatähtis kogemus. Klient tunnetab juba esimese telefonikõne ajal ära, kas müügijuht on kogunud või mitte ja langetab tihti selle järgi ka vaikimisi oma otsuse. Kliendiga peab olema aus, kuna catering-teenuse müügil on väga raske hämada või ka oma vähest kompetentsi varjata.

Teenindussektoris on praegu keeruline häid teenindajaid leida. Kui palju muresid on teil teenindajatega? Oleme perefirma, kus on kaasatud kõik perekonna liikmeid. Näiteks minu (Argo Koppa – toim) isa aitab meil numbrid kokku panna. Relika ja Argo tegelevad arendamise ja juhtide aitamise. Samuti käivad lapsed teenindusel abiks. Me võtame kogu oma meeskonda nagu üht suurt perekonda. Kunagi oli see väiksem ja siis oli see kergem. Samas ka nüüd saab igaüks meie poole mistahes küsimusega pöörduda, me oleme oma inimeste jaoks olemas. See on kindlasti aidanud meeskonda koos hoida ja saavutada olukord, kus meil töötajatega väga suuri probleeme ei ole.

Meie valdkonna eelis on see, et saame pakkuda teenindajatele paindlikumat töögraafikut. Noorte jaoks on nende isiklik vabadus kõige olulisem asi maailmas, siis me saame seda ka neile pakkuda. Selle vabaduse nimel on ka töövõtjad kokkulepete sõlmimisel paindlikumad ning sellest võidavad mõlemad pooled.

On ka päevi, kus on raske inimesi leida, kuna teinekord kuhjub palju üritusi ühele perioodile. Siis ei ole lihtne motiveerida inimesi veel ühe päeva jagu pingutama ja andma endast kõik. Siis tuleb appi meeskonnavaim ja isiklik eeskuj. Meil on väga pikalt selline põhimõte, et kui töötajad on pingutusest väsinud, siis peaksime meie ka pingutusest väsinud olema ning seda saab saavutada ainult ühte moodi – tuleb olla kohal ja



▲ Argmar Grupi tegevjuht Sten Kosina (vasakul) koos ettevõtte asutaja, juhatuse liikme Argo Koppa. FOTO: ANDRES RAUDJALG

ka ise need kõige pikemad ja raskemad päevad kaasa teha.

Kuidas läheb teie toitlustusasutustel – Carmen Cafe, Korsten, Saku Gastro? Catering-firmal kohvikuid ja restorane otseselt vaja ei ole, kuid me sattusime sellesse ärisse ning need kohad on kuidagi järjest tekkinud. Meile meeldib meie olemasolevate kohtadega tegeleda, sest see on hea vaheldus, mis hoiab päevad värvikamad ja äri-vaimu värske.

Restoraniäri on raske, kuna uusi kohti tuleb pidevalt juurde. Oluline on kontseptsioon, meeskond ja asukoht. Praegu on väga suurteks konkurentideks toidutellimisplatvormid ja ka kaubanduskeskused.

Millal plaanite oma teenustega lähiriikidesse laieneda? Meil on plaan laieneda lähiriikidesse juba pikalt olnud. Umbes kümme aastat tagasi olid meil kontaktid saatkondadega, kuid siis nad ei saanud meid aidata. Nüüd on riigil uus poliitika, kus ei keskenduta ainult Eesti turundamisele, vaid aidatakse konkreetseid ettevõtteid konkreetse välisriiki.

Meil on tarvis leida kohalik ettevõtte, kas siis catering või restoran, kes tunneb kohalikku turgu ja oleks valmis enda peale võtma ettevõtte vedamise sealsel turul.



TASUB TEADA Suurimad üritused, mida Carmen Catering on toitlustanud

EV Presidendi Iseseisvuspäeva vastuvõtt
Eesti Euroopa Liidu eesistumine
Tallinn Digital Summit
Balti jaama turu avamisüritus
Rammsteini kontserdi
toitlustuslahendus
Saku Suurhalli Jõulugala

22%

kasvas 2017. aastal catering-firmade edetabelis osalenud 32. ettevõtte koondkäive ja 68% koondärikasum võrreldes 2016. aastaga. Carmen Catering oli teistest üle nii käibe kui ka kasumi suuruse poolest.

◀ Iga üritus on korraldaja jaoks oluline. Carmen Cateringi jaoks on oluline, et klient rahule jääks ja kõik õnnestuks.

FOTOD: CARMEN CATERING

Kõik ühest kohast.

- 1992. aastast tegutsev Eesti suurim toidu- ja esmatarbekaupu müüv hulgimüügifirma
- Kümned tuhanded rahulolevad kliendid
- Sortimendis üle 14 000 tootenimetuse erinevate klientide vajadusi arvestades
- Mitmekülgne ja soodne valik suurkasutajapakendis tooteid
- Seitse Cash & Carry tüüpi kauplusalu üle Eesti
- Kaupade kohalevedu ja eKaupmees tellimiskeskond toimetusklientidele
- Tuntuim ja eelistatuim toitlustussektori varustaja Eestis*

A member of
ECD European Catering Distributors

kaupmees.ee / KaupmeesKO

* HoReCa turusituatsioon 2018, Kantar Emor

PROFI ASITEK OÜ

KAUPLUSE- JA SUURKÖÖGISISUSTUS

Induktsioonpliit Grill Master F4IP/800

1,700.00€(+KM)

4 kuumutustsooni: 4x 300x300 mm
Nõude minimaalne läbimõõt: 100 mm
Klaaskeraamiline pealisplaat: 6 mm paksune
Tsooni maksimaalne koormus: – 50 kg
Puutetundlik ja mehaaniline juhtimine LCD-ekraaniga
Sujuv võimsuse reguleerimine: 5 töörežiimi
Taimer: 120 minutit
Valmistatud R/V terasest (ka alusraam!)
Elekter: 4x 3,5 kW = 14 kW
Mõõdud: LxSxK 800x800x900 mm
Kaal: 98 kg



www.asitek.ee



Kombiahi EKA MKF 1011 CTS

5,500.00€ 4,350.00€ (+KM)

UUS TECNOEKA MILLENNIAL LINE innovaatiline kombiahi – 2018. aasta mudel.

Kõigest 50 cm laiune ahi omab kogu vajaminevat potentsiaali optimaalselt ühtlase küpsetustulemuse tagamiseks. Kompaktne, kiire, intuitiivne ja lihtne ahi. Mõeldud restoranidesse ja kulinaariaasutustesse, mis eeldavad viimasepeal toodete kasutamist piiratud ruumitingimustes.

Plussid:

UUS tõhusam ja 30% säästlikum automaatne pesusüsteem standardina kaasas.

UUS patenteeritud ventilaatori kaitsevõre Airflowlogic™

UUS patenteeritud aurutussüsteem Humilogic™

UUS patenteeritud ahju kuivatussüsteem Drylogic™

WI-FI ühendus – ahju programme ja retsepte on võimalik uuendada wi-fi võrgu kaudu.

41 keelevalikut – sealhulgas ka eesti keel!

10 Astmeline küpsetamine. 5 erinevat ventilaatori kiirust.

Profiasitek OÜ
Reg. address: Näpi tee 1, Näpi,
Sõmeru vald 44305, Estonia

Müük ja hooldus:

Tel: +372 55670822
E-post: info@asitek.ee

Edukad *catering*-firmad 2017. aastal

koht	firma nimi	punkte	käive, €	ärikasum, €	juhatas	põhiomanikud, koos osalusprotsendiga	koht mullu
1.	Argmar Grupp OÜ	16	5 653 353	1 076 247	Argo Koppa	Restorani Konsultatsioonid OÜ 100%	2
2.	Airo Catering Services Eesti OÜ	22	4 557 017	611 286	Andris Balickis, Reet Savisikk	Airo Catering Services Sweden Ab 100%	12
3.	Cuce-Camp OÜ	47	659 328	91 567	Anti Lakspere, Jüri Lakspere	Anti Lakspere 49,5%, Jüri Lakspere 50,5%	
4.	Näituste Baari OÜ	50	815 043	291 483	Liivia Eensalu	Liivia Eensalu 100%	9
5.	Tuleleek AS	58	2 651 247	131 256	Aare Võsu, Mariika Gutman	Mariika Gutman 75%, Sapling Capital OÜ 25%	18
6.	Veniete OÜ	59	1 989 006	131 310	Kristel Kalde	Kristel Kalde 50%, Erkki Lill 25%, Helina Lill 25%	4
7.	Tervise Catering OÜ	59	1 502 358	59 318	Tõnis Vaikmaa, Andrus Tanni	Andrus Tanni 75%, Tõnis Vaikmaa 25%	14
8.	Mervir OÜ	64	1 086 002	48 950	Merike Sagris	Merike Sagris 50%, Virgo Sagris 50%	32
9.	Koolitoitlustuse OÜ	64	1 624 747	62 841	Ain Närep, Tiit Rehepapp	Ain Närep 27%, Priit Palmet 27%, Tiit Rehepapp 27%, Indrek Kuivallik 19%	41
10.	Eesti Eine AS	71	2 751 965	276 236	Maris Migur, Elena Tjumetševa	Indrek Kirss 100%	
11.	Orfeum OÜ	72	1 158 080	128 640	Ene Martinson	Antti Looe 90,92%	20
12.	Toiduakadeemia OÜ	79	484 787	48 687	Aivi Kullama, Tarvo Kullama, Mart Kappet	Aivi Kullama 25%, Mart Kappet 25%, Tarvo Kullama 25%, Tiia Kappet 25%	8
13.	BBQ Entertainment OÜ	83	355 342	11 923	Enn Tobreluts	Enn Tobreluts 100%	
14.	Foodstudio Tallinn OÜ	88	787 851	9 409	Indrek Kivisalu	Helgur Markov 33,33%, Indrek Kivisalu 33,33%, Mari Kivisalu 33,33%	55
15.	Bramos OÜ	90	385 020	94 551	Galina Tsõmbaljuk, Ivan Tsõmbaljuk, Olga Zinovjeva	Galina Tsõmbaljuk 50%, Ivan Tsõmbaljuk 25%, Olga Tsõmbaljuk 25%	24
16.	Royal Plus OÜ	92	516 846	26 275	Ülo Ahven	Ülo Ahven 100%	7
17.	Lauake Kata End OÜ	98	831 066	21 394	Tiit Ojaveski	Frens OÜ 100%	43
18.	Maritta OÜ	99	487 609	10 308	Marina Starostina, Ekaterina Zagariy	Marina Starostina 100%	54
19.	Malltop OÜ	115	353 249	19 225	Kerli Linamägi	Kerli Linamägi 100%	29
20.	Fee Catering AS	119	498 688	476	Raimo Saaremets, Paavo Pals	Heldur Allese 35%, Raimo Saaremets 35%, Paavo Pals 30%	64
21.	Pauline Catering OÜ	123	253 198	8 900	Ülle Tiimus	Ülle Tiimus 100%	34
22.	Sildo Luke OÜ	126	348 909	35 631	Eerika Sootla	Eerika Sootla 35%, Toomas Sootla 35%, Andres Sootla 15%, Margus Sootla 15%	26
23.	Suvelan Luks OÜ	130	350 809	13 454	Vyacheslav Perekhodtsev	Vyacheslav Perekhodtsev 100%	42
24.	Catering Service OÜ	130	994 996	-2 362	Marko Meigas, Tiit Saarmann	Koitla Varahaldus OÜ 34%, Saarman Kinnisvara OÜ 34%, Consei Invest OÜ 32%	62
25.	Culina OÜ	131	421 230	1 326	Liidia Murumägi	Liidia Murumägi 50%, Priit Sibul 50%	56
26.	Aniri OÜ	137	355 263	10 786	Irina Piir	Irina Piir 100%	15
27.	Mäesalu Kohvik OÜ	137	298 849	9 033	Marin Mäesalu	Marin Mäesalu 100%	28
28.	RK Teeninduse OÜ	145	1 190 672	-57 992	Alar Tamkivi	Tallinna Reaalkooli Hoolekande Selts MTÜ 100%	30
29.	Flosse OÜ	150	366 244	-5 862	Oksana Štšerbak	Tatiana Fokina 100%	44
30.	Q Catering OÜ	152	561 928	-1 256	Indrek Otti	Indrek Otti 100%	40
31.	Rain Stuudio Catering OÜ	181	264 496	-3 646	Allan Kuning, Rain Käärst	Brandfree OÜ 50%, Trustmore OÜ 50%	50
32.	Catering OÜ	181	256 010	-9 780	Grete Pilvik	Grete Pilvik 100%	36

Convothermi ahjud on tippkokkade kokandusolümpiaks tituleeritud võistluse Bocuse d'Or ametlikud võistlusahjud. Convothermi kombiahjud teevad professionaalsed köögid lisaks muule ka stiilseks! Kõik kombiahju mudelid jagavad ühesugust loogilist ja intuiitivset kasutussüsteemi. Convothermi kombiahjude seerias on 2 disaini, 7 suurust, igal suurusel kuus erinevat mudelivarianti. Convotherm annab võimaluse luua menüü mitmekülgsemaks.

SELLE JAKS ON KOMBIAHJUL MITMEID HUVITAVAI KÜPSETUSPROGRAMME:

- **ACS+ (Advanced Closed System+)** ehk suletud süsteem, mis annab võimaluse ühe ahjutäiega samal ajal valmistada tooteid alates köögiviljadest, lihast-kalast kuni pagaritoodeteni välja, ilma et maitse ja lõhnad seguneks.
- **Crisp & Tasty**, konveksioonküpsutamisel saate minimaalse ajaga valmistada toitu, mis on seest õrn ja väljast superkrõbe.
- **BakePro**, 5-astmeline traditsiooniline pagariahju funktsioon. Konveksioonküpsutamisel pagariahjus valige tootele sobiv niiskuskogus ja Convotherm lisab automaatselt vajaliku pausiperioodi.
- **Delta-T**, küpsetus, ultraõrn küpsutamine, sh üleõöküpsetus.
- **ConvoSmoker**, sisesehitatud puidusuitsufunktsioon, millega on võimalik pakkuda tõelist suitsutatud liha või kala.
- **5 erinevat ventilaatori kiirust**, Convotherm pakub ainsana viite reaalselt erinevat ventilaatori kiirust, et küpsutamist veelgi mitmekülgsemaks teha.
- **1-kraadine temperatuuri täpsus** – Convothermi kombiahi on ainus omalaadne, mis pakub küpsustemperatuuri täpsuseks 1 kraad ehk et temperatuuri kõikumine on maksimaalselt +/- 0,5 kraadi.

Looming on piiritu.

Väikestele ja kompaksetele köökidele on samuti mõeldud.

- **Kaduv uks**, Convothermi innovaatiline arendus säästab ruumi ja vähendab vigastuste riski, mida võib põhjustada ahju ukse kuum siseklaas. Pakub rohkem liikumisvabadust.
- Ahju puhastamine on imelihtne!
- **ConvoClean+** Täisautomaatne pesusüsteem, sh *eco*-, kiir- ja tavalised programmid.
 - **Madalamad kasutuskulud**. Iga kilovatt ja liiter on arvel. Convotherm 4 tagab energiasäästu ning minimaalse veekulu. Convothermi Energy Star embleem ja loodushoiu standard ISO 14001 edastavad selge sõnumi, et jätkusuutlikkus algab tootmisest. Convothermi tehases on juba säästetud rohkem kui 1 miljon kg CO₂ alates üleminekust rohelisele energiale aastal 2009.

Nõustame Teid köögiseadmete ostul helistades telefonile:
+372 6489 089 või e-posti teel: info@haktekseadmed.ee
www.haktekseadmed.ee



Igaüks, kes on eales töötanud Convothermi kombiahjuga, teab, kuidas need eesrindlikud tooted innustavad toitu paremini valmistama. Nagu ütleb Convothermi *slogan*: „YOUR MEAL. OUR MISSION.“





SUURKÖÖGID



- Köögiseadmed ja -tarvikud toitlustusettevõtetele
- Köökide projekteerimine
- Seadmete paigaldus, remont ja hooldus

Juhkentali 8, Tallinn / Kaevuri 1, Kohtla-Järve

Lillepaviljon!

Parim paik eriilmeliste ürituste korraldamiseks
lummavas ja avaras palmisaalis ning rohelusest
pakatavas aias:

FIRMAPEOD • ERAPEOD • KONVERENTSID • MESSID



INFO JA BRONEERIMINE www.lillepaviljon.eu
tel +372 601 4778 • info@lillepaviljon.eu • Pirita tee 26, Tallinn

Nõud

peegeldavad isikupära

Nõud on toidlustusasutuste aksessuaarid, mis ütlevad nii mõndagi ettevõtte iseloomu ja stiili kohta. Need on korraka nii praktilised taustajõud kui ka disainielemendid, millega interjööri viimane lihv anda.

HELEN KÜLAOTS
kaasautor

Restorani lauanõudes on kaua domineerinud valge värv, kuid nüüd on see hakanud vaikselt taanduma, tehes ruumi uutele tegijatele. Trendikaks on saanud värvilised, huvitava tekstuuri ja vormiga nõud, mis pole toidule pelgalt aluseks, vaid täiendava efekti andmiseks – eesmärk on olla eristuv ja pakuda kliendile elamust. Potid ja pannid kahanevad ja kolivad köögisügavustest laudadele toidu serveerimisel.

Gemossi müügiasakonna juhi Marina Uude sõnul on moes maalähedased toonid – pruun, must, hall ja sinine –, kuid juba näeme liikumas ka kirkamaid toone. “Väga kõrgelt hinnatakse lauanõu materjalidena puitu ja kiltkivi ehk mida naturaalsem toode, seda parem”. Luule Tohter ettevõttest Farwell lisab, et Eestis on suurim nõudlus rustikaalsete ja veidi industriaalses stiilis nõude järele. “Maailmas aga näeme, et uuteks tegijateks on vahemerelikus ja antiikstiilis nõud



◀ Uued tegijad nõudemoes – kulunud valimus ja *vintage*.



◀ Liivakivist nõud on originaalse muustriga.

ehk ornamendid ja kulunud *vintage*-välimus – ilmselt hakkavad ka need vaikselt Eesti tulle imbuma.”

Avalikes söögikohtades kasutusel olevad nõud pole kodunõudega võrreldavad. “Restoranis pestakse päeva jooksul nõusid sama palju kordi kui kodus peseme kuu jooksul, seetõttu peavad need olema palju vastupidavamad ja kriimustuskindlad,” ütleb Uu-

de. “Spetsiaalne lauanõu on paksem ja tagant erilise randiga, mis hoiab seda katki minemast.” Ehkki nõud on äärmiselt vastupidavad ja tihti peale on restoranid neisse palju investeerinud, ei tähenda see, et nõud jäävad aastateks kasutusse. Üldjuhul läheb nõudekomplekt vahetamisele siis, kui vahetub menüü, sest lauanõud on roa lõuendiks.

Kõrred on “out”

Eestis, nagu ka mujal maailmas, on hakanud levima suundumus, et kõrsi enam kergekäeliselt iga joogi sisse ei panda. Soovi korral on kliendil muidugi võimalus oma rüübet läbi plastiktoru imeda, kuid mitmel pool on need asendunud pilliroost, bambusest, metallist või pastast kõrtega. Samasuguse hooga väheneb maailmas igasuguse ühekordse plastknõu kasutamine, sest on mõistetud, kui võrd see loodust kurnab.

Tohter kinnitab, et plastknõude tarbimine on vähenenud ka Eesti HoReCa sektoris ning pigem on nõudlus biolagunevate nõude, salvrätide ja prügikottide järele.

VÄRSKA ALLIKAVESI



VÄRSKA ALLIKAVESI jõuab meieni 130 meetri sügavuselt maapõuest. Et Värskasoolase ei pärine nii sügavalt kui Värskasoolase Originaal, on selle naatriumisisaldus väiksem. Just seepärast puudub ka soolane maitse. Kristallpuhast hinge võib aga tunda igas sõõmus – Allikavesi on tõeline looduse ime, millest jõudu ja tervist ammutada. Selles sisalduv naatrium aitab säilitada mineraalainete taset ning hoida vedelikutasakaalu. Kaltsium on oluline organismi ülesehitusmaterjal. Magneesium annab oma panuse luude hõrenemise ennetamiseks ning kaalium alandab vererõhku.

Värskasoolase toodab Värskasoolase Vesi. Ettevõtte kuulub eestlastest omanikele, kes kannavad hoolt, et siia pudelisse jõuaks Allikavesi otse oma leiukohas – keset Värskasoolase puhast ja puutumatut loodust.





Ootame teid Sommeljeede 8. Veinimessile
7. - 8. veebruar 2019 Kultuurikatlas (Põhja pst 27a, Tallinn)
Katelde saalis Tridensi alal.

VEEN™

Ametlik maaletooja Tridens AS.

WWW.TRIDENS.EE

 **TRIDENS**

Tekstiilidesse hiilib ökopisik

Hotellitekstiilides erilisest trendimuutusest rääkida ei saa, kuid järjest olulisemaks muutub keskkonnasõbralikkus.

HELEN KÜLAOTS
kaasautor

“Majutusasutuste aamen kirikus on valge voodipesu, mis oli, on ja ilmselt ka jääb. Värv- ja mustri-fännidele põhjenduseks nii-palju, et valge annab edasi puhtuse sõnumit ning seda on hotellidel lihtsam hooldada,” ütleb Jasse Jallai ettevõttest Hotellitarbed.

Seega erilisest trendimuutusest rääkida ei saa, küll aga tekib hotellitekstiili teemas tuhnides pildile täiesti uus vaatenurk, milleks pole ei muster, värv ega materjal, vaid hoopis midagi sügavamat – keskkonnasõbralikkus!

Tekstiilitootmise tumedam pool on meile tuttav ning paratamatult ei saa mööda hiilida küsimusest, kuivõrd on ökopisik Eestis hotellimajandusele külge hakanud – on ju kangatarbimine seal eesrindlikult suur?

Margit Tarrikas ettevõttest Smiletex ütleb, et vastutustundliku märgisega hotellitekstiile toodetakse maailmas juba mitmel pool, kuid Eestis selliste toodete järele erilist nõudlust pole. “Teadmine on küll olemas, et keskkonda tuleb hoida, kuid tarbimisvalikutes see veel ei kajastu. Põhiliselt on hind see, mis valiku määrab.” Hotellitarbed OÜ juhatuse liige Jasse Jallai lisab, et teatud määral siiski juba pööratakse keskkonnale tähelepanu – näiteks proovitakse



▲ **Ko-
karõiva
stiil aas-
tal 2019,
tootja
Kentaur.**

kasutada tekstiile võimalikult kaua, pesta neid ökonoomselt või leida viisid taaskasutuseks. “Pikas perspektiivis lähevad majutusasutuste tekstiilid vastavusse vastutustundliku tootmise põhimõtetega, protsesid võtavad lihtsalt aega,” ütleb Jallai.

Kas see on kaalukas müügiargument, kui asutus on investeerinud keskkonnasõbralikku inventaari? Margit Tarrikase sõnul ei ole hotellipidajal kindlust teha sellel suunal märkimisväärseid kulutusi, sest puuduvad konkreetsed uuringud, mis kliendi ökoelistusi kinnitaks. “Samuti on kitsas-

► **Mustritrendid
tungivad ka laud-
linale.**



kohaks praegused broneerimissüsteemid (sealhulgas Airbnb), kus ei saa eristada majutusasutusi, mis oleksid keskkonnasõbralikumad. See võiks olla diskussiooni ja teadlikkuse tekitamise koht nii kliendi kui asutuse poolele,” ütleb Tarrikas.

Kas me kliendina oleme keskkonnasõbraliku majutusasutuse puhul valmis maksta kõrgemat hinda või lähtume ka ise vaid asukohast ja odavamast pakkumisest?

Kokad kui sportlased

Ajalooliselt oli kokarüü esmaülesanne olla esinduslik, ükskõik, kuidas siis meistrimees end ise selles tundis. 2019 pole aga enam kahtlust, et kokatöö on nagu tippsport. Et tuua häid tulemusi, peab riie toetama kandja eesmärki, olema liikuv, mugav ja vastupidav. Ja peale selle ka esinduslik ja ilus, sest kokk pole suletud oma ruumi, vaid avatud, nähtava köögi kontseptsioon on toonud kokad kliendi ette.

Sellise multifunktsionaalse rõiva loomi-

seks on laenatud ideid justnimelt tippsporti riietusest: need on venivast ja hingavast materjalist, mis juhib higi kehast eemale, ning lukkude ja nööpidega, millega antakse võimalus muuta varruka pikkust või riide avarust ümber keha. Muu hulgas leiab nende küljest hulga detaile ja taskuid, mis kokatöös tihti kasutust leiavad.

Kokarõiva värvitrendid on aeg-ajalt ikka muutunud. Klassikaline mustvalge on alati olemas olnud, vahepeal nägime ka punast, kuid sel hooajal on kord pastelsete toonide käes: pruunid, hallikad ja mahedad sinised. Paar hooaega on ka teksamaterjalist vormiroivad pildil olnud ning nõudlust jagub neile ka selleks aastaks.

Samuti on fookus kanga tekstuuril – ka valge võib olla erinev, kui materjalile muster sisse pressida. “Tähtsaks märksõnaks on omapära, seetõttu näeme palju nahkseid või metalseid detaile, huvitavaid lõikeid ja lahendusi, millega oma restorani personalile iseloomu anda,” ütleb Tarrikas.

epic

MIND - CHANGING TABLEWARE



SINU MAAILM EI PEA OLEMA VAID ÜHEL TALDRIKUL...

MAKE SURE IT'S RAK



AS Gastrolink • Kitty Nõvandi • Sadama 5/7 • Tallinn 10111 • T +372 5150519 • kitty.novandi@gastrolink.eu • www.gastrolink.eu



Saage tuttavaks:
nutikas, stiilne ja prügivaba

TUALETTRUUMI- LAHENDUS

- ✓ Loodussõbralik teenus
- ✓ Jäätmevaba lahendus
- ✓ Hügieeniline valik
- ✓ Võidab aega ja raha
- ✓ Individuaalne disain



Rohkem infot:

Lindström OÜ
Gert Neider
tel: +372 506 5195
Gert.Neider@lindstromgroup.com
www.lindstromgroup.com/ee

Meie teised teenused HORECA sektorile:

- 👕 Tööriiete rent
- 👔 Stiilsed vahetusvaibad
- 👔 Restoranitekstiilide rent
- 👔 Hotellitekstiilide rent
- 👔 Ergonoomilised matid



FARWELL

CASH&CARRY kauplused

Tallinn: Kanali tee 4

Tartu: Tähe 127A

Pärnu: Papiniidu 5

www.farwell.ee

Koolitaja: teenindaja peab pakkuma soojust ja siirust

Meeskonna koolitaja ja külalislahkuse treener Kati Suun rääkis, et Eesti teeninduses on praegu puudu siirast kontaktist ning ta tahab koolitades levitada teenindajatele soojust ja siirust. Teenindajad peavad tegema nii, et kliendil oleks päriselt hea nende juures olla.

MAARIT EERME
maarit@kaubandus.ee



Eltermo

INNOVAATILISED PROFIKÖÖGILAHENDUSED
TUNNUSTATUD TOOTJATELT JUBA ÜLE 12 AASTA
www.eltermo.ee | www.profiköögid.ee | www.baariseadmed.ee

Eltermo OÜ on juba üle 12 aasta maale toonud innovaatilisi seadmeid ja lahendusi, aidates tootlustajatel oma tööd efektiivsemalt ja mugavamalt teha. Meie poole võib pöörduda kõikide profiköögis või baaris vajaminevate seadmete hankimisel. Seadmete tootevalik on lai – pakume erineva hinnaklassiga **profiköögi- ja baari-seadmeid**. Meil on head koostööpartnerid nii Eestis, Euroopas kui ka Ameerikas. Saa me hankida igale kliendile optimaalseima lahenduse. Pöörduge meie poole julgelt, aitame hea meelega.

Valik meie põnevatest ja eksklusiivsetest toodetest:

Turbochef kiirahjud (kvaliteetne tulemus tavapärasest 10–12x kiiremini), konveier-pitsaahjud, kompaktned pitsaahi *Fire* (artisan- e käsitööpitsa 60–90 sek); klaaside- ja söögiriistade kuivatipoleerijad *FrucoSol*, klaaside jahutajad, automaatsed mahlapressid; *Gesame* automaatsed lihavormijad burgeritele ja lihapallidele; toiduõli filtreerimisüsteemid *VITO*; *Lightfry* õlivaba frittimine revolutsioonilise ahjuga; *Fumagalli* üliefektiivsed elektrilised kätekuivatid jpm põnevad.

MAAILM ON
NÜÜD VALMIS
ÕLIVABAKS
FRITEERIMISEKS

Revolutsiooniline LIGHTFRY ahi – frittimine ilma õlita!



“Kindlasti olete mõelnud, miks peab mõni äärmiselt isuäratav toit küll nii rasvane olema. Kas selline toit võiks maitseada sama hästi, kuid olla ühtlasi ka tervislikum?”

Toome näiteks ühe populaarsema frititud toote maailmas – friikartulid. Tihti pakatavad need õlist ja on kaugel tervislikust. Sellele probleemile pakub nüüd lahenduse **LIGHTFRY – ahi, milles friikartulid valmivad ilma ühegi lisanduva õlitilgata**. Klassikalised, täpselt sama krõbeduse ja tekstuuriga kuldset tooni friikartulid, ilma ühegi kompromissita maitse või koostise osas. Vastupidi, need maitsevad isegi paremini ja ehtsamalt, sest valmistamisel pole neid küpsetatud õlivanis. Palju tervislikum valik klientidele.

LIGHTFRY on ahi, kus friikartulite, juustupulkade, sibularõngaste, kanagitsate ja teiste sarnaste toitude valmistamisel **kasutatakse toiduõli asemel hoopis auru ja kuumat õhku**. Tegemist on Rootsi tootja patenteeritud tehnoloogiaga, kus ettevalmistus käib kahes faasis. Esimene on aurufaas, kus toode küpseb põhjalikult. Sellele järgneb krõbedaks muutmise faas, kus kuum ja kuiv õhk annab friikartulitele krõbedat pinna. See kõik toimub pöörleva trumliga suletud ahjus, mis tähendab, et töötajate järelevalvet on tarvis minimaalselt. Samuti pole vaja raisata elektrit toiduõli pidevaks kuumana hoidmiseks.



PAREM VIIS
NAUTIMAKS
HEAD TOITU

LIGHTFRY AHJU SUURIMAD EELISED:

- **Kuni 60% vähem rasva** – olenedes vaid friikartulite tootjapoolsest eelpraadimisest (tervislikum valik kliendile)
- **Säästlik** – puudub õlikulu ja vajadus kulukale ventilatsioonile (st rasvafiltrid, ajamahukas ja vaevarikas puhastamine jne)
- **Kuni 50% väiksem energiatarbimine** (pole vaja õli kuumutada)
- **Turvalisus** – puuduvad õli süttimise oht, libedad põrandad ja õliaurudest määrdunud pinnad (parem töökeskkond)
- **Lihne kasutada** – ahju tühjendamine on poolautomaatne
- **Lihne puhastada** – automatiseeritud ja integreeritud puhastussüsteem aitab tööaega kokku hoida
- **UUS VENTILATSIOONILAHENDUS!** – vajadusel innovaatiline kuhu ilma ventilatsioonisüsteemi ühendamata, mis imab veeauru ja lõhnad

Efektiivsed elektrilised kätekuivatid

SPEEDMAX100 (UUS MUDEL)

- kompaktne ja elegantne Itaalia disain
- ökonoomne, tarbimisvõimsus 500–1250 W
- õhu väljalase 570 m³/h, kuivatusaeg 7–12 sek
- UV-lamp (hävitab bakterid)
- roostevabast terasest korpus (poleeritud või harjatud)

**Säästa kuni 90%
kätepaperite
kuludest!**

**Fumagalli
Componenti**



Vito toiduõli filtreerimisüsteem erineva suurusega fritüüridele (5–1000 l)

Kui kasutate oma fritüüris toiduõli, soovime õlifestrit ja filtreerimisüsteemi, mis

- parandab toidu kvaliteeti ja maitset
- säästab nii õli, raha kui ka aega
- vähendab töövaeva, lihtne kasutada
- kasutusel restorani- ja hotellikettides, toidutööstuses üle maailma



**Säästa 50% toiduõlist (ja rahast)
ja paranda toidu kvaliteeti ning maitset**

Suun usub, et restoranide ja hotellide meeskonnad peaksid edukaks olemiseks üheskoos hästi toimima. Siin on tema sõnul väga suur roll teenindusjuhil ja omanikul. “Kui nemand on selgeks teinud, mis ettevõtte on ja keda nad tahavad teenindada, siis suudavad nad ka teenindajaid motiveerida ja tekitada tunde, et nad saavad olla töökohtas, mitte ei pea seal olema.” Suun rõhutas, et teenindusettevõtte sisekliima peab väga hea olema, kuna see peegeldab klientidele ettevõtte olemust.

Samuti on tema sõnul oluline see, et köök ja saal omavahel hästi toimiksid. “Tavaline on see, et need on kui kaks eraldi meeskonda ja seetõttu ei saa ka omavahel läbi. Kui kahe osapoole vahel tekivad pinged, siis see kandub ka klientidele,” rääkis Suun. Tema hinnangul ongi külalislahkuse puhul tarvis töötajates tekitada enesekindlus. “Teenindaja teab, mida ta teeb, teab mis müüb, tunneb enda toodet ja siis tuleb tal toodete pakkumine ka loomulikult välja.”

Koolitajana on ta kolmnurgaks juhtkonnaga meeskonna vahel. “Kui teha see ringiks kokku, siis hakkab kõik ise tööle.”

Suuna teenindajad alguses kööki

Suun tõi paar näidet, kuidas head teenindust ei ole võimalik pakkuda. “Ühe hotelli restorani avamisel võeti tööle renditeenindajad. Menüüs oli 200 veini

◀ **Kliendile tuleb pak-
kuda alati midagi
rohkemat, kui ta
oskab oodata.**

**Väikesel pildil mees-
konnatöö koolitaja ja
külalislahkuse treener
Kati Suun.**

FOTOD: SHUTTERSTOCK,
ERAKOGU

ning päeval ja õhtul erinev menüü. Need inimesed ei suuda seda kõike selgeks õppida ja kliendile hästi pakkuda, kuna see on nende jaoks lihtsalt töös.”

Teise näitena tõi ta välja harilikult olukorra, kus teenindaja võetakse otse n-ö tänavalt ja pannakse kohe laudu teenindama ilma väljaõppeta. “Mina olen teenindajad esimeseks kaheks päevaks kööki saatnud, et nad näeksid, mis seal toimub.”

Restorani maailm on kiire. Restoran tehakse kiiresti lahti, kuid teenindajaid ei ole aega koolitada. “Allakäik on imelihtne, kus kliendil piisab ühest käigust ja ta enam tagasi ei lähe, kui ta pole saanud korralikult teenindatud,” ütles Suun.

Koolitaja sõnul on meil TOP50 restorani, kuid on ka palju teisi söögikohti, kes kõik soovivad ellu jääda. “Teenindusjuht peab tegelema müügiga, turundusega ja graafikutega. Ta ei jõuagi teinekord saali poolele, kus tal jääb märkamata, mis uued inimesed teevad.” Suuni sõnul on tavaline see, et istutakse leti taga ja ollakse mobiilis.

Väljaõppele tuleks rohkem panustada

“Meie restoranide toit hakkab juba maailma kaardile jõudma, kuid kahjuks teenindus ei jõua järele. See võib kahjuks ettevõtete põhja lasta.” Suuni hinnangul kulutatakse meeletult palju raha reklaamile, kuid selle võiks suunata rohkem teenindajate koolitamisele.

“Teeninduse põhiprobleem on see, et keegi ei taha enda raha eest inimesi koolitada. Kuid tuleb aru saada, et ei ole midagi teha ning tuleb teenindajaid koolitada.” Suun rõhutab, et meeskonna ehitamisele tuleb palju panustada. Esimesena tuleb luua meeskonna tunnetus, kust teenindajad ei taha kuhugi minna.

Ainult kohvi ja veini koolitustest ei piisa ning Suuni sõnul ei ole enam palk ka see, mis paneb inimesi liigutama. “Üha olulisem on õhkkond. Koolitama peab, sest kui teenindajatega ei tegeleta, siis võib ettevõtte enda ukseid varsti kinni panna.”

Kati Suun rääkis enda kohviku Rohujuur näitel, et neil oli küll teenindus le-tist, kuid ometi huvituti sellest, et kliendil oleks hästi. “Teenindajad huvitusid ja hoolisid kliendist.”

Teenindajad on ükskõiksed

“Teenindajate suurim probleem on ükskõiksus. Istutakse lihtsalt enda töötunnid ära suhteliselt midagi väga palju panustamata,” ütles Suun. Tema sõnul tuleb inimest enda juures hoida ning enda kasuks tööle panema.

Kui külastada näiteks Itaaliat, siis seal on teenindajateks 40–50aastased, kes on üliõn-nelikud ja külalislahked, iga klient on oodatud. Samuti leidub sellel ametikohal ka noori. Suuni sõnul pakutakse seal nauditava teenindust, kuid Eesti on alles ülemineku faasis. “Seal on see eriala, kus soovitakse töötada.”

Kutsehariduse mainet tuleb tõsta

Riik reklaamib kõrgharidust ja ärijuhtimist ning sellega on ta Suuni hinnangul ka kutsehariduse põhja lasknud. “Eestis ei olegi nii palju ärisid, mida juhtida.” Koolitaja sõnul tuleks kutseharidusega rohkem tööd teha. “Seda justkui rahastatakse ja ehitatakse maju, kuid seda haridust ei reklaamita. Hea teenindaja saab teinekord rohkem palka kui keskastmejuht.” Suuni sõnul läks teenindajate maine alla siis, kui tuli eduühiskond.

Ta rääkis, et tuleb teha selgitustööd, et teenindus ei ole üleminekufaas. “See on kliendisuhetus, mis on äge ja iga päev õpitakse midagi. Samal ajal oled nii psühholoog kui väljaviskaja.”

“Teenindus on ainuke valdkond, kus on võimalik endale topeltpalk teenida.” Eelmisel aastal soovis riik jootraha maksustada, kuid see ei õnnestunud. Suuni sõnul ongi hea teeninduse eelduseks see, et kliendist peab huvituma. “Teenindajate maine tõstmiseks tuleb rohkem ühiskonnas häält tõsta.”

Eelmisel suvel lõi Kati Suun suvetöö platvormi, kuhu saadeti 170 avaldust, mille hulgast valiti välja 45 noort. “Me koolitasime nad välja ning nad läksid Tallinna looma-aeda teenindajaks. See oli kõige ideaalsem koolitusbaas, keda koolitada,” ütles Suun.

Kui uus inimene läheb restorani, siis ta jälgib, kuidas tehakse ja ta hakkab samamoodi käituma, kuidas teised seal käituvad. Loomaaia söögikohtades olid küll järjekorrad pikad, kuid kokkuvõttes olid noored Suuni sõnul väga tublid. “Meid endeid ei jätkunud igale poole ning neil tuli üksik hakkama saada. Noortel puudus vingumise baas ja valehäbi. Kui on valehäbi ja vingutakse, siis ei saa klientidega külalislahke olla.”

Kliendid olid nõus ootama ning teenindajad olid uhked selle üle, et nad töötasid loomaaias teenindajana. “See peegeldas hästi tagasi.”

Ilma klienditeeninduseta midagi ei toimi

Suun rõhutab, et enda tööd tuleb armastada, sest kui sa oled juba teeninduses tööl, siis tuleb seda hästi teha. “Teenindajad peaksid endale asja meeldivaks tegema ning mitte käima silmad maas.” Tema sõnul motiveerib neid jootraha ning tagasiside, mis on tehtud. “Üha rohkem tuleb lihtsalt rääkida, et teenindus on äge ja seal ei ole midagi häbiväärset.”

Koolitaja soovib teenindajatel teha alati midagi rohkemat, kui klient ootab. “Teenindaja tahab lahkust tagas saada, et seda ka ise kogeda.” Suuni sõnul kutsub see midagi rohkemat ka kliente alati tagasi.

Teenindajad peaksid tema sõnul lahti saama sellest, et see ei ole tema ülesanne. “Klienti tuleb alati aidata ning vältida suhtumist, et see ei ole tema laud või tema teenindusala.”

Suun ütles, et teenindajate turg on selline, nagu ta on. “Head teenindajad lähevad renti, kuid mis on lahendus?” Ta soovib meeskonna ja sisekliima korda teha, kuna see vähendab töötajate liikuvust. “Tehke nii, et teenindajad ei taha ära minna.”



KVALITEETSED TÖÖRÕIVAD, LAUDLINAD

vaata www.teaspon.ee või
küsi saal@teaspon.ee või
+372 57450180



KAUPLUSED:

Teasponi Kodutekstiil Tallinnas

Türi 4, Tallinn 11313
Tel.: 6 508 715
e-mail: kauplus@teaspon.ee
Avatud: E-R 10-18

Järve Kodutekstiil Tallinnas

Järve Kesus II korrus Pärnu mnt.238 Tallinn 11624
Tel.: 6 775 656
e-mail: keskus@teaspon.ee
Avatud: E-P 10-21

Teasponi Kodutekstiil Tartus

Zeppelini keskus II korrus Turu 14 Tartu 51004
Tel.: 7 441 277
e-mail: tartu@teaspon.ee
Avatud: E-R 10-20, L-P 10-18

Teasponi Kodutekstiil Pärnus

PortArtur 2 III korrus Lai 11 Pärnu 80011
Tel.: 518 5014
e-mail: parnu@teaspon.ee
Avatud: E-L 10-20, P 10-18

Teasponi Kodutekstiil Kuressaares

Kauba 12, Kuressaare 93819
Tel.: 4 533 151
e-mail: kuressaare@teaspon.ee
Avatud: E-R 9.00-17.00, L 10.00-15.00

Teasponi Kodutekstiil Haapsalus

Karja 19, Haapsalu 90502
Tel.: 4 735 529
e-mail: haapsalu@teaspon.ee
Avatud: E-R 10.00-18.00, L 10.00-15.00

SOOVITUS
Kolm väärt raamatut**Robert Sutton “Kuidas mõlakatega toime tulla?”**

Sellest raamatust võib leida nii äratundmist ja mõistmist kui ka lahendusi. Autor alustab diagnoosi panemisega: kas ja milline mõlakas teile probleeme tekitab ja kui hull asi on? Edasi pakub ta välja läbiproovitud ja tõendus-põhised ning vahel ka üllatavad lahendused: põgenemine, kaitsvad mõtlemisnõuanded, kokkupuudete vähendamine, relvituks tegemine ja vastu hakkamine.

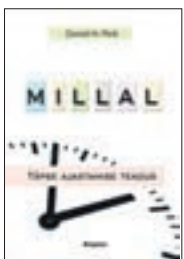
Mõnikord juhtub, et töötades mõlakaga kõrvuti, tabab meid nn mõlakluspimedus ja me hakkame pidama olukorda normaalseks. Teinekord püüab mõni inimene enda kõrval tegutseva mõlaka laastamistööd teiste jaoks mahendada ega taipagi, et probleemi lahendamise asemel hoopis süvendab seda. Autor juhhib tähelepanu ka sellele, et mõlaklus on salamisi nakav, nii et nakatunu ei pruugi ise oma haigust märgatagi. Sutton õpetab ka endasse vaatama ja omaenda sisemise mõlakaga toime tulema.

**Matt Watkinson “Hea kliendikogemuse kümme põhimõtet”**

Kliendid on võimsad, neil on kõva hää, nende käes on õigus valida ja nende ootused on suuremad kui kunagi varem. Kliendikogemus ei piirdu ainult toote või teenuse ostmisega. Selle alla kuulub kliendi igasugune kokkupuude ettevõttega, alates reklaami nägemisest kuni toote kasutusmugavuse ja lepingu lõpetamiseni. Kliendikogemusega tuleb arvestada ettevõtte ja toote loomise algusest peale tegevuse igas aspektis. Veebikaubanduse ja sotsiaalmeedia ajastul määrab kliendikogemus ettevõtte edukuse. Enam ei takista miski teise ettevõtte poole pöördumast.

Selles raamatus on 10 põhimõtet, mida saab oma klientide kogemuse parandamiseks järgida igaüks, olenemata tegevusalast. Muudatused, mida kliendid hindavad, ei pruugi sugugi olla keerulised ega hirmkallid.

» Veebikaubanduse ja sotsiaalmeedia ajastul määrab kliendikogemus ettevõtte edukuse.

**Daniel H. Pink “Täpse ajastamise teadus”**

Me kõik teame, et õigest ajastusest oleneb väga palju, aga me ei tea kuigi palju sellest, milles õige ajastamine täpselt seisneb. Meie elu koosneb lõppematust otsustamisest: “Millal?” Millal alustada oma äriga? Millal avada uus filiaal? Millal astuda suhtes järgmisele tasandile? Me teeme enamasti need otsused kõhutunde järgi. Tihti eeldatakse, et ajastamine on kunst. Oma raamatus näitab Daniel Pink, et tegelikult on see hoopis teadus. Ta toetub psühholoogia-, bioloogia- ja majandusuuringute rikkalikule varasale, et paljastada, kuidas on parim elada, töötada ja edu saavutada.



FOTO: TIIT MÕTUS

KOLUMN

Kohtle teenindajat kui staari!

Pole just saladus, et teenindussektoris valitseb suur töötajate puudus. Parimad kandidaadid lähevad tööle tehnoloogia- või pangandussektoris ning kohviku teenindaja positsioon jääb väga lühiajaliseks. Mida selles olukorras teha?

Lääne-Euroopas on tavaline, et sind võtab restoranis vastu naerusuine, kõvasti üle keskea härrasmees, kes on ühes ettevõttes veetnud oma parimad aastad. Meie teenindusmaastikul teevad seda tööd valdavalt üliõpilased või noored muu töö kõrvalt.

Teenindajaametit võetakse kahjuks kui ajutist, kuigi sa õpid selles nii suhtlemisoskust, erinevates olukordades hakkamasaamist kui ka iseennast tundma kordi rohkem kui mujal.

Üldine suhtumine meie edukesk- ses ühiskonnas on, et kui sa oled veel kolmekümneselt ettekandja, siis järelikult ei ole elus läbi löönud! Parim maine on keskmisel ametnikul, kes istub arvuti taga kontoris, kui tippteenindajal. Väga hea teenindaja võib aga tänu jootrahale temast märkimisväärselt rohkem teenida ja õnnelikum olla.

Kahjuks juhtub aga nii, et kui noorest teenindajast on saanud tippteenindaja, kes naudib oma tööd ja klientide ning tööandja positiivset tagasisidet, siirdub ta kontoritööle. Horisontaalselt kulgev karjäär ei tundu ahvatlev.

Viis aastat tagasi, kui olime avanud oma teise kohviku, jäi mind painama idee – kuidas teenindajaametit ühiskonnas rohkem väärtustada, et noored näeksid selles pikemaajalist karjääri, mitte kui vaheetappi enne n-ö päris tööd!

Teenindaja kuvand säravamaks!

Selleks, et teenindaja amet tunduks väärtuslikum ja mainekam, tuleks selle ümber luua pisut glamuuri. Kes sobiks selleks paremini kui mõni armastatud laulja, näitleja, telestaar või edukas poliitik, Lyoni punane barett peas ja põll ees, kliente teenindamas?

Helistasime Eesti staaridele ning väljakutsesime võtsid vastu Eurovisiooni võitja, näosaate võitja, tunnustatud stilist ja poliitik. Selleks, et meie kampaania jõuaks suurema sihtgrupini, otsustasime tööpostilt teha otselülituse Eesti kuulatavaima raadiojaama Sky Plus hommikuprogrammi. Tahtsime, et saatejuhid teeksid külalisteenindajaga enne ja pärast tööd intervjuu. Eesmärk – saada teada, millised hirmud inimesi enne tööle asumist valdavad ja kas need osutusid tõeks. Kõige

IIVI SAAR
Café Lyoni juhataja

» Üldine suhtumine meie edukesk- ses ühiskonnas on, et kui sa oled veel kolmekümneselt ettekandja, siis järelikult ei ole elus läbi löönud!

tähtsam küsimus oli loomulikult, et kuidas neile teenindajatöö meeldis!

Kampaania oli väga populaarne nii osalejate kui ka külaliste-kuulajate silmis. Lauljad ja näitlejad jäid rahule, et said uue kogemuse. Kuna nendegi töös tuleb väga palju spontaanselt käituda, suhelda ja erinevates olukordades hakkama saada, siis said nii mitmedki oma rollirepertuaari täiendada. Mõni osaleja avaldas koguni soovi tulla järgmisel aastal jälle teenindama. Hommikuprogrammi saatejuhid elasid kaasa tipidetabelile ja osalejadki üritasid teineteist üle trumbata, näiteks kohvikukülastajatele laulmisega.

Kõigis suurtes portaalides ilmus lugusid meie staartenindajate kogemusest ning igapäevaselt avaldati pildigaleriisid teenindussituatsioonidest.

Kampaanial oli ka teine eesmärk – kiita ja märgata rohkem head teenindust! Mitme nädala jooksul tõusis oluliselt kiituste arv meie teenindajatele kohvikus kohapeal ja ka sotsiaalmeedia lehtedel.

Kuna paljud osalejad avaldasid arvamust, miks noored võiksid teenindajaks tulla, siis suurenes ka kandideerijate arv. Mul on väga hea meel, et mulle on tööle tulnud mitmeid töötajaid, kes näevad enast selles ametis veel vanemanagi.

Kuidas saada paremat teenindust?

Palju on kõrvu jäänud arvamust, et teenindaja maine on Eestis halb. Ma ei tahaks sellega nõustuda. Pigem on inimestel väga suured ootused teenindajale. Kes soovib, et teenindaja naerataks kogu aeg ja teeks kliendi paha tuju heaks, kes ootab, et teenindus oleks täiesti märkamatu või arva- vab hoopis, et klient on kuningas. Eks teenindajatel tuleb ette paremaid või halvemaid päevi, sest teenindaja ei ole ju programmeeritav robot, millel on tööpäevaringselt sisse lülitatud sära ja naerata nupp!

Selleks, et klient saaks tema ootustele vastavat teenindust, soovitan teenindussituatsiooni suhtuda nagu igasugusesse suhtesse – saad seda, mida vastu annad! Naeratage ka ise rohkem teenindajale ja kiitke, et teenindaja jõuaks oma igapäevatööd sama säravalt teha ning te kogete sama vastugi!

HoReCa

Toimetaja: Maarit Eerme,
tel 667 0111,
e-post: maarit@kaubandus.ee
Reklaami projektijuht:
Kaspar Kitsing tel 5695 4979
e-post: kaspar.kitsing@aripaev.ee
ftp.aripaev.ee/incoming/Rekl
Kujundaja: Margit Toovere,
Kujundusvabrik OÜ

Äripäev

Peatoimetaja: Meelis Mandel
Väljaandja: AS Äripäev
Vana-Lõuna 39/1, 19094 Tallinn
telefon:
(372) 667 0195, (372) 667 0222
Toimetus:
e-post: aripaev@aripaev.ee
tel: (372) 667 0111
Reklaamiosakond:
e-post: reklaam@aripaev.ee
tel: (372) 667 0105

Tellimine ja levi:

e-post: register@aripaev.ee
tel: (372) 667 0099

Tellimine internetis:

www.aripaev.ee/tellimine

Äripäev veebis: aripaev.ee

Äripäeva tooted ja teenused:

pood.aripaev.ee

Äripäeva raadio: aripaev.ee/raadio

Trükk AS Kroonpress

Toimetust võtab endale õiguse kirju ja kaastöid vajaduse korral lühendada. Toimetust kaastöid ei tagasta. Kõik ajalehes Äripäev ja tema lisades avaldatud artiklid, fotod, teabegraafika (sh päevakajalised, majanduslikul, poliitilisel või religioos- sel teemal) on autoriõigusega kaitstud teosed ning nende reprodutseerimine, le- vitamine ning edastamine mis tahes kujul on ilma ASI Äripäev kirjaliku nõusolekuta keelatud. Kaebuste korral ajalehe sisu koh- ta võite pöörduda Pressinõukogusse, pn@eall.ee või tel (372) 646 3363.

TERVIKLIKUD HÜGIEENI – JA PUHASTUSLAHENDUSED

HOTELLIDELE

SPAADELE JA TERVISEKESKUSTELE

SUURKÖÖKIDELE

RESTORANIDELE

TOIDUAINETETÖÖSTUSTELE

PERSONAALSED HÜGIEENIVAHENDID



ISIKUKAITSEVAHENDID



PUHASTUS- JA KORISTUSTARVIKUD



KORISTUSMASINAD JA -SEADMED



PABERID JA PABERITE HOIDIKUD



PUHASTUSAINED



Pireka Eesti OÜ | Laki 5, 10621 Tallinn
Telefon +372 679 9230 | www.pireka.ee

metos
kitchen intelligence®
www.metos.ee

PARIM SUURKÖÖGITEHNIKA!

Professionaalne tehnika tänapäeva stiilsesse kööki!
SINU IDEE, MEIE TEOSTUS!

24 h
hooldus üle
kogu Eesti!

tel 800 4747
metos.hooldus@metos.com

KASUTATUD
seadmete müük



LISAINFO

tel 650 0740

metos.estonia@metos.ee

Metos Estonia

metosestonia



Professionaalidelt professionaalidele.

Pauligi jaoks on jookide kvaliteet prioriteet number üks. Meie valikusse kuuluvad üksnes need tooted ja seadmed, mis on eelnevalt läbinud põhjaliku kvaliteedikontrolli. Tänu suurele ja asjatundlikule meeskonnale suudame tagada seadmete kiire järelteeninduse ning tooraine ja tarvikute sujuvad tarned.

Lisaks kvaliteetsele kohvile ja seadmetele pakume kõike, mida täiusliku kohvielamuse pakkumiseks vajate - kohvikoolitustest suurepärase retseptideni ning kontseptsioonidest mõjusate turundusmaterjalideni.

