



CATERING-MANAGEMENT-FACHSYMPOSIUM

Foodkonzepte unter der Lupe

Zum zweiten Mal veranstaltete CATERING MANAGEMENT DAS Fachsymposium „Foodkonzepte in der GV“, diesmal in Köln.

Die Referenten sprachen über den Respekt vor der Rohware, über Transparenz und Authentizität im Angebot sowie über den richtigen Umgang mit den Mitarbeitern.

Die Kommunikation mit dem Gast, die Liebe zum Produkt, Transparenz, Regionalität und Nachhaltigkeit: Die Themen, die beim Fachsymposium „Foodkonzepte in der GV“ auf Podium kamen, waren vielfältig. Der gemeinsame rote Faden zog sich jedoch durch jeder der Vorträge: Erfolgreich ist ein gastronomisches Ziel nur dann, wenn der Gast es annimmt. „Der Wurm muss dem Fisch schmecken und nicht dem Angler“, mahnte Jean-Georges Ploner in seinem Eingangsvortrag. Er appellierte an die Teilnehmer, nicht ihre persönlichen Vorlieben in den Vordergrund zu stellen, sondern sich daran zu orientieren, was der Kunde möchte. Zwei wichtige Trends griff er in seinem Vortrag heraus: „Hygge“, also Gemütlichkeit und Ursprünglichkeit im Angebot und im Ambiente, sowie die Technisierung, bei der Elemente aus der industriellen Produktion für den Gast erlebbar werden. Als Beispiele zeigte er im Film für den Gast sichtbare Salamischneide das Unternehmen WhatsBeef, das

zieren. „Die nimmt man mit, aber nur für ein bis zwei Jahre, dann sind sie vorbei.“ Stattdessen gelte es, sich so flexibel aufzustellen, dass es Unternehmen sich mit dem Markt mitentwickeln könne. Er führte Beispiele von marktführenden Unternehmen an, die innerhalb weniger Jahre vom Markt nahezu verschwanden. Auch verwies er auf Statistiken, die zeigen, dass zwar 80 % der Gäste Innovationen wünschen, aber nur 30 % diese dann auch ordern, wenn es um die Kaufentscheidung geht. „Das ist normal, das sind Menschen!“ Darauf müsse sich der Gastronom eben auch in seinem Angebot einstellen. Das Neue zeigen und anbieten, aber den Hauptumsatz mit ganz herkömmlichen Produkten machen, die vielleicht auf neue Weise präsentiert werden. Für Trends im Angebot und in der Arbeitsorganisation ratet er, sich an der Sterneküche zu orientieren, viele Ideen von dort finden mit ein paar Jahren Verzögerung den Weg in die breite Masse. Sterneküche arbeiteten extrem viel und seien ganz vorne mit dabei, wenn es

„Sterneküche sind ganz vorne mit dabei, wenn es darum geht, sich das Leben als Koch leichter zu machen.“

Um Regionalität und Nachhaltigkeit ging es in mehreren Vorträgen. Horst M. Kafurke, Leiter der Betriebsgastronomie bei Innoxy, zeigte beispielsweise auf, wie man in seinem Unternehmen nach einer Kartoffelsorte gesucht hatte, die mit ihren Keimzellschichten für sämtliche Kartoffelgerichte verwendbar ist. Heute wird diese von einem Bauern aus der Region geliefert, der feste Verträge mit dem Unternehmen hat. Otto Geisel, Initiator des Fokus-Kantinenstifts von Verein Food & Health, erzählte von einem schwebischen Gemeinschaftsverpfleger, dem finanzielle Unterstützungen durch das Unternehmen gekürzt worden sind. Dieser machte aus der Not eine Tugend: Um trotzdem qualitativ hochwertiges Fleisch anbieten zu können, startete der Caterer mit der Haltung von Tieren im Eigenbetrieb und verwertet sie heute ganzheitlich. Niels Mester und Florian Kerl von Kochwerk by Otto zeigten auf, wie sie durch geschickte Angebotlenkung vegetarische Gerichte mit einem besonders hohen Abnahmemeinert erzielen.

Otto Geisel sprach allerdings auch darüber, wie regionales Angebot, beispielsweise aufgrund der Fütterung von Schlachtvieh mit

sehr schnell, wenn irgendetwas nicht ganz stimmig sei.

Zertifizierung sorgt für frischen Wind

Selbstbewusst zeigte sich Amedeus Hajek, Geschäftsführer beim Hamburger Caterer AlsterFood. „Wir haben alles anders gemacht, als es das Lehrbuch vorgibt“, beschrieb er den Umbau seiner Zentralküche vom reinen Support eines Gasts-Betriebes zum Bündelsanbieter für Betriebsverpflegung, Kindergärten, Schulen, Flüchtlingsverpflegung und Klinikbetriebe. Statt aus dem Catering-Geschäft auszuweichen, gelang es ihm, durch Menschenführung und Teamgeist frischen Wind in das Unternehmen zu bringen und die Umsätze anzukurbeln. Unter anderem legte er den Anwesenden das Thema Zertifizierung nahe: Jede Zertifizierung bringe Verbesserungsprozesse in Gang, die dem gesamten Unternehmen zugunsten und zahle sich damit innerhalb kürzester Zeit aus. Dabei seien die entstehenden Kosten in der Regel gering.

Bei hervorragender Bewirtung durch das Steigenberger Hotel Köln netzwerkten die gut 80 Teilnehmer in den Pausen fleißig. Dies wurde auch durch die beiden Partnerunternehmen unterstützt, die in der Pause ihre Produkte zum Probieren anbieten: die Firma Schmeck mit rechten Kartoffel- und Süßkartoffel-Spezialitäten und die Firma GS Schmitz bei Wurstspezialitäten an. Die Veranstaltung wird im nächsten Jahr wiederholt. (mar)

„80 % der Gäste wünschen sich Innovationen, nur 30 % kaufen sie dann auch.“

Order und Bezahlen schon erledigt, bevor die Speise produziert wird. Pionier warde dafür, sich zu sehr auf Mikro-Trends zu fi-

denen ginge, sich das Leben leichter zu machen – zum Beispiel durch den effizienten Einsatz von Küchentechnik.