Neuer Schwung für 5 am Tag

Foto: BMEL

Vertreterinnen des Vereins 5 am Tag stellten im Januar gemeinsam mit Bundesernährungsministerin Julia Klöckner die neue EU-geförderte Kampagne „Snack 5“ vor. Ziel der Kampagne ist, Obst und Gemüse als den besseren Snack zu verankern.

Das Projekt ist mit einem Budget von rund 3 Mio. Euro ausgestattet und wird vom 5-am-Tag-Verein sowie dem österreichischen AgrarMarkt Austria getragen. Über einen Zeitraum von drei Jahren soll die Kampagne mit einer Vielzahl von Aktivitäten für den stärkeren Verzehr von Obst und Gemüse als Zwischenmahlzeit werben. Jährlich sollen sich allein in Deutschland je rund 400 Schulen und Betriebe beteiligen.

Apetito-App auf Bildungsmesse didacta

Foto: Apetito, Rheine

Mit ScApp hat Verpflegungsanbieter Apetito eine App für Schulen entwickelt, die die Kommunikation rund um den Schulalltag bündelt. Vertretungspläne, Speisepläne, Elternsprechtage, Stundenpläne oder wichtige Neuigkeiten können hier übersichtlich für Lehrer, Schüler und Eltern geteilt werden. Die App soll mehr Schüler auf das Mittagsangebot aufmerksam machen. Außerdem stellt Apetito mit „Free From für Kids“ ein glutenfreies Tiefkühl-Angebot speziell für Kita- und Grundschulkinder vor, die sich glutenfrei ernähren müssen. Apetito präsentiert sich mit dem Angebot unter anderem auf der Bildungsmesse didacta.

Prämierte Kochschmiede bei Sodexo

Dieter Gitzen, Sodexo & Nathanael Felix Echavarria. Foto: Sodexo

Sodexo wurde mit seinem Bildungskonzept Kochschmiede in der Kategorie „Corporate“ zum „Caterer des Jahres 2018“ gekürt. Mit der Kochschmiede will Sodexo dem Fachkräftemangel von innen heraus entgegenwirken. Erstmals wurden innerhalb von 15 Monaten ehemalige Küchenhilfen zu zertifizierten Köchen ausgebildet und im Januar in die Berufswelt entlassen.

Das Unternehmen kooperiert dabei mit dem gastronomischen Bildungszentrum der Industrie- und Handelskammer Koblenz und der Academy des Institute of Culinary Art. Von 15 Teilnehmenden haben zwölf die Weiterbildung erfolgreich beendet, die verbleibenden drei treten noch in diesem Jahr zur Nachprüfung an. Das Programm liegt damit deutlich unter der bundesweiten Abbrecherquote von knapp 50 % bei Kochausbildungen.

Mit seinem deutschlandweit einzigartigen Konzept sieht sich Sodexo in seiner Bestrebung gestärkt, Küchenhilfen eine Zukunftsperspektive zu geben und Talente innerhalb des Unternehmens zu fördern.

Foto: SODA-Gruppe

Gemeinschaftsverpflegung als Spiegelbild der Gesellschaft

Erst die Küche planen und dann überlegen, was gekocht wird – das war einmal. Bei der SODA™-Gruppe, einem Verbund aus drei Beratungsbüros in Bochum, Fürth und Schrobenhausen mit insgesamt 80 Mitarbeitern, geht man seit langem andersherum an die Entwicklung von Verpflegungssituationen im Außer-Haus-Markt. Erst wird ein Foodkonzept entwickelt, und dann übernehmen Fachplaner und Innenarchitekten die fachliche Umsetzung der Ideen. Mit diesem Vorgehen gilt SODA als eine der ersten Adressen für Konzeptentwicklung im gesamten Außer-Haus-Markt, von der öffentlichen Gastronomie und Hotellerie über die Gemeinschaftsverpflegung bis zu den Schnittstellen in den Handel. Hierzu zählen Kunden aus der Systemgastronomie wie Starbucks und Marché Mövenpick. In der Gemeinschaftsverpflegung wurden Benchmark-Projekte wie Arabeska in München oder die radikale Frischeküche bei der Brainlab AG von dem Büro begleitet.

Einer der Impulsgeber in der SODA-Gruppe ist Thomas Bettcher, Gesellschafter und Prokurist bei SODA in Bochum. Seit vielen Jahren hat sich der studierte Betriebswirtschaftler auf Gastronomieberatung spezialisiert. Mit CATERING MANAGEMENT sprach er über heutige Maßstäbe in der Gemeinschaftsverpflegung.

Herr Bettcher, was passiert gerade in der gastronomischen Sparte Gemeinschaftsverpflegung?

Die öffentliche Gastronomie entwickelt sich momentan rasant. Ein neues gastronomisches Angebot, das so erfolgreich ist wie beispielsweise l’Osteria, macht etwas mit den Menschen. Die treffen dort auf eine neue Atmosphäre, ein andersartiges Ambiente, kombiniert mit anderen Qualitäten und anderen Serviceformaten. Dieses Erleben bringen sie mit in den Betrieb oder die Campusgastronomie. Die Einstellung zu Ernährung, zu Essen und zu Qualitäten wird also nicht in der Kantine geprägt, sie kommt aus den Erfahrungen in der Freizeit. Unsere Gäste sind damit nicht solitär zu betrachten, sondern die Gemeinschaftsverpflegung spiegelt unsere Gesellschaft.

Wir glauben, dass sich dadurch auch das Qualitätsverständnis verändert hat und anspruchsvoller geworden ist, Essen hat endlich eine andere Bedeutung erhalten. Und das führt dazu, dass sich die Gemeinschaftsverpflegung ausdifferenziert und mehr Profil erlangt.

Auf welche richtungsweisenden Trends sollte die GV eingehen?

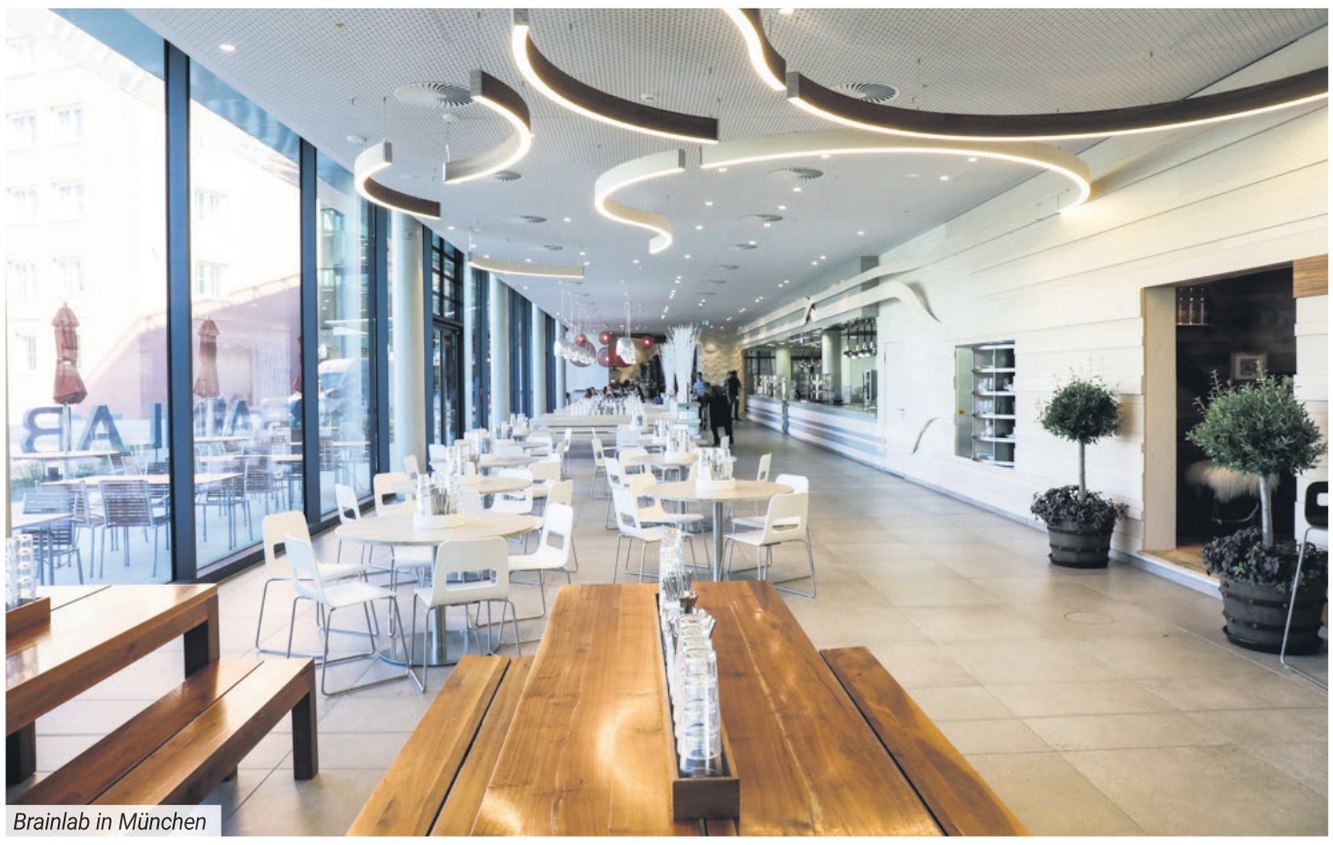
Die öffentliche Gastronomie kann sich einfach spezialisieren und damit bestimmte Gästezielgruppen erreichen. In Unternehmen besteht dagegen in der Regel eine heterogene Gästestruktur. Die Gemeinschaftsverpflegung hat die Herausforderung, jeden Tag den gleichen Gästen Abwechslung und Vielfalt auf hohem Niveau zu bieten. Deshalb sollte man sehr wohl abwägen, welcher Trend zu mir und meinen Gästen passt, damit es auch authentisch bleibt und operativ umsetzbar ist. Man sollte einfach damit vorsichtig sein.

Die meisten gastronomischen Trend-Angebote in der öffentlichen Gastronomie sind heute weit entwickelt und werden mit hoher Authentizität dargeboten. Wenn ich so etwas in der Gemeinschaftsverpflegung anbiete, werde ich mit den Spezialisten verglichen. Man muss sich die Frage stellen: Was traue ich mir zu, über welches Rezeptwissen und welche Kompetenzen verfüge ich, um einen geeigneten Trend authentisch umsetzen zu können. Nicht jeder Trend im Markt ist adaptierbar. Hinzu kommt: die Köpfe und Hände, die das umsetzen, sind entscheidend: Neue Angebote gelingen meistens dann, wenn Menschen mit Leidenschaft dahinterstehen.

Alternativ lassen sich Kompetenzen zukaufen, beispielsweise ein Coffee-Corner oder ein Bistro-Modul von einem bekannten Spezialisten. Das führt zu Wertschätzung und Kompetenzsteigerung des Gesamtangebotes. Natürlich gibt es Mega-Trends, die auf grundlegende Bedürfnisse eingehen. Gesunde Ernährung ist heute kein Geheimtipp mehr, die wird in der Gemeinschaftsverpflegung von den Mitarbeitern erwartet. Nicht mehr Kür, sondern Pflicht. Selbst in produzierenden Betrieben, den so genannten Blue-Collar-Berufen, liegt der vegetarische Anteil bei 20 bis 25 Prozent. Die sind nicht alle Vegetarier, aber was schmeckt, schmeckt.

Hat die GV nicht auch Hebelwirkung bei bestimmten Themen?

Die GV ist in manchen Bereichen Trendsetzer. Viele Themen, die heute im öffentlichen Bewusstsein erst aufkommen, werden von Betreibern in der GV schon selbstverständlich umgesetzt. Der Verzicht auf Thunfisch ist so ein Beispiel. Ich finde es beeindruckend, wenn große Anbieter wie Innogy ihn vollkommen aus dem Angebot verbannen, weil es sich um eine bedrohte Tierart handelt. Die Gemeinschaftsverpflegung hat mit ihrer Mengenumsetzung tatsächlich einen größeren Hebel als die öffentliche Gastronomie.



Brainlab in München

PERSONALIA

Adel Tawil (40), Präsident der ZNS Hannelore Kohl Stiftung, ist Schirmherr des BGN-Integrationspreises 2019. Tawil begrüßt das Engagement der Berufsgenossenschaft Nahrungsmittel und Gastgewerbe, Menschen mit Behinderung in das Arbeitsleben zu integrieren.

Marco Christ (31), Geschäftsführender Gesellschafter der Christ Party & Catering GmbH in Dillingen, wurde in den Vorstand des Europäischen Event-Catering-Verbandes (EPCAS) gewählt.

Jutta Griess (65) ist neue Vorsitzende des DEHOGA Bezirksverbandes Oberbayern. Sie löst damit Franz Bergmüller ab, der sich nach zwölf Jahren von der aktiven Verbandspolitik verabschiedete.

Markus Gruber (37) wurde zum 1. Januar 2019 als COO in die Geschäftsführung der Delegate Technology GmbH aufgenommen. Er wird das Unternehmen gemeinsam mit Geschäftsführer Martin Knopp (47) leiten.

Mit **Jens Kulke** (44) hat die Eloma GmbH am Produktionsstandort Bad Gottleuba-Berggießhübel einen neuen Geschäftsleiter Produktion & Logistik.

Robert Schambach (36) verstärkt seit 1. Februar 2019 als Chief Operating Officer (COO) das Management-Team des Online-Food-Delivery-Dienstes getnow. Schambach betreut den Bereich Operational Excellence sowie die Skalierung neuer Standorte.

Fabian Anzmann (28) besetzt die neu geschaffene Planstelle Digitalisierung beim HKI Industrieverband Haus-, Heiz- und Küchentechnik e. V. in Frankfurt a.M.

Bei Blanco Professional ist **Reinhold Henke** (54, li.) neuer Fachplaner-Betreuer der Geschäftseinheit Catering. **Wolfgang Palesch** (55, mi.) ist zusätzlich zu seiner Aufgabe als Market Director Middle East nun Africa Key Account Manager Global der Geschäftseinheit Catering. **Gérard Sinram** (41, re.) verstärkt als Key Account Manager Germany die Geschäftseinheit Catering.