

Gemeinschaftsgastronomie



Gemeinschaftsgastronomie in Deutschland

Impressum

Herausgeber

DEHOGA Bundesverband
(Deutscher Hotel- und Gaststättenverband e.V.)
Fachabteilung Gemeinschaftsgastronomie

Am Weidendamm 1 A
10117 Berlin

Fon 030/72 62 52-56
Fax 030/72 62 52-42

info@dehoga.de
www.dehoga.de

Verantwortlich

Ingrid Hartges
Hauptgeschäftsführerin des DEHOGA

RA Jürgen Benad
Geschäftsführer der Fachabteilung
Gemeinschaftsgastronomie
Fon 030/72 62 52-56
Fax 030/72 62 52-42
benad@dehoga.de

Koordination

Tamara Marzinowski
Sekretariat
Fon 030/72 62 52-56
Fax 030/72 62 52-42
marzinowski@dehoga.de

Text

Petra Mewes
Michael Kindermann (Kapitel VII)

Gestaltung

pantamedia communications GmbH
www.pantamedia.com

3. Auflage
Stand Juli 2017

Gute Gründe für die Mitgliedschaft in der Fachabteilung Gemeinschafts- gastronomie im DEHOGA Bundesverband

- Allgemeine politische Interessenvertretung, wie z.B. in Fragen der Steuergesetzgebung, des Arbeits- und Tarifrechts, des Lebensmittel- und Kennzeichnungsrechts etc.
- Lobbyarbeit auf EU- und Bundesebene sowie Koordination auf Landes- und kommunaler Ebene
- Öffentlichkeitsarbeit für die Gemeinschaftsgastronomie
- Tarifpolitische Interessenvertretung und entsprechender Erfahrungsaustausch
- Informationsvorsprung durch aktuellen Rundschreibendienst
- Plattform für Informations- und Erfahrungsaustausch
- Förderung der Aus- und Weiterbildung für die gemeinschaftsgastronomische Branche, Zusammenarbeit mit Hotelfachschulen und Fachhochschulen
- Zentrale Anlauf- und Auskunftsstelle am Sitz der Bundesregierung in Berlin
- Koordination der Zusammenarbeit mit anderen Organisationen
- Kräftebündelung und Synergieeffekte unter dem Dach des DEHOGA Bundesverbandes
- Rückgriff auf Spezialisten im DEHOGA Bundesverband, wie z.B. Referat für Recht und Steuern
- Attraktives Preis-Leistungs-Verhältnis

Interview

Helmut Heinz: „Früher wurde versorgt, heute wird auf hohem Niveau bewirtet“ 2

Kapitel I

Die Fachabteilung Gemeinschaftsgastronomie im DEHOGA 3

Kapitel II

Gemeinschaftsgastronomie im Dienste des Gastes von den Anfängen bis heute 4

Kapitel III

Wirtschaftliche Bedeutung der Gemeinschaftsgastronomie 6

Kapitel IV

Nachhaltigkeit in der Gemeinschaftsgastronomie 9

Kapitel V

Herausforderungen und Trends –
die Gemeinschaftsgastronomie als innovativer Partner der Industrie 11

Kapitel VI

Umsatz-Plus mit Shop in Shop-Konzepten 12

Kapitel VII

Ausbildung und Karriere in der Gemeinschaftsgastronomie 14

Kapitel VIII

Kurzportraits von Mitgliedern der Fachabteilung Gemeinschaftsgastronomie 15



Interview

„Früher wurde versorgt, heute wird auf hohem Niveau bewirtet“

Helmut Heinz, Vorsitzender der Fachabteilung Gemeinschaftsgastronomie und Geschäftsführer der Airport Cater Services GmbH, Frankfurt/M.

Die 1999 gegründete Fachabteilung Gemeinschaftsgastronomie im DEHOGA gilt als Sprachrohr dieses Branchensegments. Wofür setzen Sie sich konkret ein?

Helmut Heinz: Es geht uns um die Verbesserung der politischen und wirtschaftlichen Rahmenbedingungen für gemeinschaftsgastronomische Unternehmen. Die regelmäßigen Mitgliederversammlungen bieten hierzu eine gute Plattform für Gemeinschaftsgastronomen, um über aktuelle Themen zu diskutieren und über die wichtigsten politischen Themen zu referieren. Dabei kommt natürlich der Austausch unter den Kollegen nicht zu kurz.

Was hat die Fachabteilung bisher bewegen können?

Heinz: Es gibt eine Vielzahl politischer Themen, die das gesamte Gastgewerbe bewegen und die für uns als Gemeinschaftsgastronomen ebenso von Bedeutung sind. Als Beispiel sei hier nur die Forderung nach der Abschaffung der Sachbezugswerte zu nennen, gegen die wir uns erfolgreich wehren konnten. Bei der gesunden Ernährung von Schülern und Kindergartenkindern, aber auch bei der Verpflegung von Patienten in Krankenhäusern und Senioren in den Care-Betrieben sind wir erster Ansprechpartner der Politik, wenn es um die Verbesserung der rechtlichen Rahmenbedingungen geht.

Der Markt der Gemeinschaftsverpflegung hat in den vergangenen zehn Jahren einen starken Wandel erfahren. Wo sehen Sie die grundlegenden Aspekte dieser Entwicklung?

Heinz: Die Gemeinschaftsgastronomie bietet ein vielfältiges Angebot unterschiedlicher, qualitativ hochwertiger Speisen und Getränke. Im Laufe der Jahre ist das Angebot stetig gestiegen. Die Auswahl muss den Bedürfnissen, Erwartungen und Ansprüchen der Gäste jeden Tag aufs Neue Rechnung tragen. Betriebsrestaurants und Casinos sind nicht nur Stätten der Nahrungsaufnahme. Sie sind Orte der Kommunikation und Begegnung, Oasen im Arbeitsalltag, die der Regeneration und Motivation der Mitarbeiter dienen. Wir müssen den hohen Erwartungen und Ansprüchen der Gäste, die in den vergangenen Jahren deutlich gestiegen sind, gerecht werden. Die Gemeinschaftsgastronomie prägt seit den letzten zwei Jahrzehnten eine starke, dynamische Entwicklung – früher wurde versorgt, heute wird auf hohem Niveau bewirtet.

Worin liegen die Vorteile eines Gemeinschaftsgastronomie-Betriebes, bei Ihnen Mitglied zu sein?

Heinz: Kollegen, die sich entschließen, Mitglied in der Fachabteilung Gemeinschaftsgastronomie im DEHOGA Bundesverband zu werden, genießen neben der allgemeinen politischen sowie der tarifpolitischen Interessenvertretung auch Lobbyarbeit auf EU- und Bundesebene, Öffentlichkeitsarbeit und Informationsvorsprung durch den aktuellen Rundschreibendienst aus erster Hand. Dies betrifft sowohl die Gemeinschaftsgastronomie im Eigenbetrieb als

auch die ausgelagerte Servicegesellschaft. Der Informations- und Erfahrungsaustausch mit Kollegen aus der Gemeinschaftsgastronomie auf den jährlich stattfindenden Mitgliederversammlungen rundet die wesentlichen Vorteile ab. Das attraktive Preis-/Leistungsverhältnis des Mitgliederbeitrages beinhaltet selbstverständlich auch die Rechtsberatung aus erster Hand durch Rückgriff auf die Spezialisten im DEHOGA; zum Beispiel bei Fragen zum Arbeits- oder Steuerrecht. Zudem profitieren die Mitglieder von zahlreichen geldwerten Vorteilen, die allen im DEHOGA zustehen.

Worin sehen Sie Ihre nächsten Ziele und Aufgaben der Fachabteilung?

Heinz: Auch in unserem Branchensegment haben wir mit dem Fachkräftemangel zu kämpfen. Die Gewinnung von Nachwuchskräften ist speziell in der Gemeinschaftsgastronomie ein großes Thema, dem wir uns stellen. Wir haben auf der Internetseite des DEHOGA im Bereich „Ausbildung & Karriere“ die Problematik aufgegriffen, und behalten das Thema natürlich im Auge. Zudem wurde ein Zehn-Punkte-Maßnahmenplan zur Fach- und Arbeitskräftesicherung verabschiedet. Desweiteren müssen mit allen zur Verfügung stehenden Mitteln jugendlichen Schulabgängern die Vorzüge der gastronomischen Dienstleistung näher gebracht werden. In der Umsetzung bereitet das kürzlich erlassene Arbeitnehmerüberlassungsgesetz erhebliche Schwierigkeiten. Für die auftretenden Probleme gilt es Lösungen zu finden und betroffenen Mitgliedern Hilfestellung zu gewähren.

Die Fachabteilung Gemeinschaftsgastronomie im DEHOGA

Kenner der Branche

Als Sprachrohr der Gemeinschaftsgastronomie setzt sich die Fachabteilung seit März 1999 für die Verbesserung der politischen und wirtschaftlichen Rahmenbedingungen ein. Die Fachabteilung garantiert, dass den spezifischen Bedürfnissen der gemeinschaftsgastronomischen Unternehmen optimal Rechnung getragen wird. Sie bietet die geeignete Plattform zum Erfahrungsaustausch unter Kollegen und für den Aufbau tragfähiger Beziehungen auf Bundesebene.

Die Wahrnehmung der ideellen, beruflichen, wirtschaftlichen und steuerlichen Belange der Gemeinschaftsgastronomie ist das erklärte Ziel der Fachabteilung. Von wahrhaft vitaler Bedeutung ist darüber hinaus die Förderung der Berufsaus- und Weiterbildung. Hierbei geht es vor allem um lückenlose Kommunikation und bestmögliche Abstimmung in allen Fragen rund um die Qualifikation des Nachwuchses.

Mit vereinten Kräften etwas bewegen, den Anliegen der Branche Gewicht verleihen – mehr als 40 erfolgreiche Gemeinschaftsgastronomen haben sich entschieden und sind Mitglied der Fachabteilung Gemeinschaftsgastronomie im DEHOGA Bundesverband geworden. Denn nur bei gleicher – und auch nach außen erkennbarer – Marschrichtung, kann es gelingen, die zum Erreichen der gesetzten Ziele notwendige Präsenz in den Medien und bei der Politik zu erhalten. Der professionellen Lobby- und Öffentlichkeitsarbeit kommt in diesem Zusammenhang die maßgebliche Bedeutung zu ergänzt durch Imagebroschüren, Informationsflyer und Messeauftritte.

Seit ihrer Gründung ist die seit Ende 2011 von Helmut Heinz, dem Leiter der Airport Cater Service GmbH; Frankfurt am Main, geleitete Fachabteilung fester Bestandteil der Welt der Gemeinschaftsgastronomie in Deutschland.

Erfolgsfaktor Kommunikation

Branchenkommunikation steht im Vordergrund, wenn sich zwei Mal im Jahr die Mitglieder der Fachabteilung zu Mitgliederversammlungen treffen. Hierbei im Fokus: umfassender Erfahrungsaustausch zur aktuellen Geschäftsentwicklung, Diskussion drängender Fragestellungen sowie die Entwicklung innovativer Konzepte und zeitgemäßer Strategien. Trendtouren, Seminare und andere offizielle wie informelle Treffen bieten weitere Chancen zur wichtigen Netzwerkbildung.

Einen bedeutenden Informationsvorsprung erhalten die Mitgliedsfirmen darüber hinaus mit dem regelmäßigen, aktuellen Newsletterdienst der Fachabteilung. Über sämtliche Gesetzesänderungen, tarifvertragliche

Regelungen und deren Konsequenzen für die betriebliche Praxis sind die Mitglieder damit immer auf dem neuesten Stand. Branchenspezifische Themen werden prompt aufgegriffen und entsprechende Lösungsangebote umfassend und verständlich aufbereitet.

Stark im DEHOGA

Die Fachabteilung Gemeinschaftsgastronomie besitzt den satzungsmäßigen Zugang zu allen Entscheidungsgremien des DEHOGA Bundesverbandes und damit die Möglichkeit zur Mitgestaltung des Verbandsgeschehens. So engagieren sich Vertreter der Gemeinschaftsgastronomie im Bundesausschuss für Arbeitsmarkt und Tarifpolitik, im Berufsbildungs- und im Steuerausschuss sowie im Großen Vorstand des DEHOGA.

Der Fachabteilung Gemeinschaftsgastronomie im DEHOGA steht die gesamte Infrastruktur und das Know-how eines großen und etablierten Branchenverbandes zur Verfügung. Gemeinsam mit dem DEHOGA sichert die Fachabteilung in Berlin und Brüssel Gegenwart und Zukunft der Gemeinschaftsgastronomie und des gesamten Gastgewerbes und streitet für eine Politik, die unternehmerisches Handeln am Ende auch belohnt.



Vorstand und Geschäftsführung der Fachabteilung Gemeinschaftsgastronomie v.l.n.r.: Hans-Jürgen Fiedler, Stellvertretender Vorsitzender, ZDF Casino GmbH; Helmut Heinz, Vorsitzender, Airport Cater Service GmbH; Jürgen Benad, Geschäftsführer, DEHOGA Bundesverband; Markus Berdyszak, Beisitzer, Panorama Hotel und Service GmbH, Panorama Catering; Andreas W. Ehrich, Schatzmeister, ZF Gastronomie GmbH; Andreas Voßmüller, Beisitzer, Hüls Service GmbH



Gemeinschaftsgastronomie im Dienste des Gastes von den Anfängen bis heute

Vom Suppentopf zum Free-flow-Restaurant

Die Gemeinschaftsverpflegung ist alles andere als eine Erfindung der Neuzeit. Freie Komponentenwahl, durchgestylte Betriebsrestaurants, gesunde Kost im Krankenhaus. Was heute selbstverständlich scheint, hat eine lange Tradition. Die begann bei den großen antiken Sportveranstaltungen, griechischen Theateraufführungen und dem Bau der ägyptischen Pyramiden und Tempel im Zweistromland: Wer dabei war, musste beköstigt werden. Deshalb besteht das heute viel bestaunte Wunder der Pyramiden nicht nur in ihrer Pracht. Schließlich wurden dabei mehrere Hunderttausend Menschen versorgt, die sie Jahr um Jahr erbauten. Was für ein logistisches Meisterstück!

Auch bei den Germanen entwickelte sich das Gemeinschaftswesen. Unter Karl dem Großen wurden ab 789 an Passstraßen und Alpenübergängen Hospize errichtet. Und Klöster, selbst Stätten der Gemeinschafts-

verpflegung, waren für die Aufnahme durchziehender Pilger in der Pflicht: Kost und Logis gab es bei ihnen sogar ohne Bezahlung! Trotzdem – Speisepläne aus dieser Zeit gelten gemeinhin als karg. Erst im Mittelalter entwickelte sich die Kloster-Kost abwechslungsreich, bisweilen gar üppig. An Festtagen (immerhin 79 im Jahr!) bekam jeder Mönch zwei Kilogramm Brot, drei Liter Wein oder Bier, 110 Gramm Käse, 300 Gramm getrocknetes Gemüse, bis zu sechs Eier und zusätzlich Fleisch. Gemessen an heutigen Maßstäben die reinste Prasserei!

Ganz anders erging es den Studiosi der damaligen Zeit. Im Gründungsboom deutscher Universitäten im 14. und 15. Jahrhundert sahen sich viele Städte in der Pflicht, für diese oft recht mittellosen Gäste der Stadt zu sorgen. Die „Bursen“, Konvikte und Kollegienhäuser unter Aufsicht eines Magisters, dürften genau genommen die Vorgänger der Studentenwerke sein. Auch die Verpflegung in Hospitälern ist ein Kapitel für sich. Bis ins 17. Jahrhundert hinein waren

sie nach klösterlichem Brauch Gemeinschaftsverpflegung an sich. Gegen die regelmäßigen Hungersnöte nach Krieg und schwierigen Wetterperioden kamen sie aber auch nicht an. Grund für ein neues Kapitel der GV: Die Armenspeisung ab 1800, bei der in öffentlichen Speiseanstalten Armensuppe ausgeteilt wurde.

Armenspeisung und Volksküchen

Die Industrialisierung des 19. Jahrhunderts schuf eine völlig neue soziale Situation der Menschen. Nicht allein die Arbeit erfuhr eine ungeheure Entwicklung, auch die Zeitplanung, die Familienverhältnisse und nicht zuletzt die Ernährungsgewohnheiten veränderten sich. Die Fabrikarbeiter, unter ihnen viele Frauen, mussten nicht mehr gegen Kost und Logis arbeiten, sondern bekamen Lohn. Wer vom Land in die Städte zog, Arbeit suchte, aber keine fand, war auf Suppenanstalten und Volksküchen angewiesen. Im Jahre 1891 zählte man in Berlin 15 Volksküchen, in denen ca. 2,7 Mio. warme Mahlzeiten ausgegeben wurden, die ganze Portion zu 25 Pfennigen, die halbe für 15. Gemeinsame Mahlzeiten in Familien wurden seltener. Bei Arbeitszeiten zwischen

Kapitel II

12 und 14 Stunden an sechs Wochentagen, langen Arbeitswegen und kurzen Pausen war die Ernährung überhaupt schwierig.

Sicherung der Arbeitskraft

Aber es war auch kein Akt der Nächstenliebe, dass in den Fabriken Speiseräume eingerichtet wurden, in denen die Arbeiter ihre mitgebrachten Speisen aufwärmen und verzehren konnten. Es war ganz einfach eine Einsicht in die Notwendigkeit der Unternehmen, sich die Arbeitskraft ihrer Mitarbeiter zu sichern. Und besonders komfortabel waren diese Räume nicht: Sie waren im Keller gelegen mit feuchten, nackten Wänden, ausgestattet mit Holzbänken und Tischen, verrät die Chronik der Daimler-Motorenengesellschaft im August 1919. Suppe, Brot, Erbsen und Kartoffeln lagen am häufigsten in den Henkeltöpfen dieser Zeit. Fleisch galt als unbezahlbarer, selten genossener Luxus.

Arbeiterküchen, in denen „richtig“ gekocht wurde, waren rar. Aber es entwickelte sich, nicht zuletzt dank Vorreitern wie der Chemiefabrik Hoechst oder Krupp in Essen. Im Jahre 1884 richtete die BASF eine eigene Speiseanstalt ein, 1886 folgte Siemens in Berlin.

Im ersten Weltkrieg erfuhren die Werkskantinen wegen der Lebensmittelverknappung eine neue Blüte. Damals gab es in Deutschland 528 Fabrikküchen. Um Qualität ging es dabei weniger, satt werden war alles. Die Lage spitzte sich nur wenige Jahre später weiter zu: 1939 lag die Zahl der Werksküchen bei 2.700, in denen 0,8 Mio. Essen ausgegeben wurden, 1943 waren es sogar 17.500 Küchen, in denen sich ca. 4,5 Mio. Menschen verpflegten.

Nach dem zweiten Weltkrieg stieg ihre Zahl sogar noch. Sowohl im Westen als auch im Osten Deutschlands entwickelten sich die Kantinen zu wichtigen Versorgungspunkten

im Leben der Menschen, nicht zuletzt gefördert durch die hohe Zahl weiblicher Arbeitskräfte. Und da in der DDR fast 90 Prozent der Frauen vollbeschäftigt waren, wurden auch Schulen, Kindergärten und -krippen einbezogen.

Schwung nach Wirtschaftswunder

In der Bundesrepublik Deutschland kam vor allem nach 1970 so richtig Schwung in die Gemeinschaftsgastronomie. Das „deutsche Wirtschaftswunder“ der 1960er hatte dafür die Basis gelegt. Wahlessen löste das Einheitsgericht ab, erste Freeflow-Ausgaben sorgten dafür, dass die Schlangen an den Ausgabeschaltern verschwanden. Was in den nächsten Jahren folgt, ist die Arbeit am Profil, am Image und am wichtigen Thema Qualität.

In den 90er Jahren wird immer mehr das Angebot der Gastronomie zur Messlatte für die Gemeinschaftsgastronomie. Das Outsourcing von sekundären Aufgabenbereichen wie der Reinigung entlastet zunehmend die Personalkosten. Der zunehmend steigende Kostendruck und der Abbau von Sozialleistungen in Betrieben und sozialen Einrichtungen führte zu einem Umdenken und zu neuen Regieformen wie der Gründung von Tochter GmbHs, Cateringbetrieben und Pachtverträgen mit freien Unternehmen der Gemeinschaftsgastronomie.

Wachstumsstarke Dienstleistungsbranche

Der Cateringmarkt hat sich in den letzten drei Jahrzehnten zu einer der wachstumsstärksten Dienstleistungsbranchen entwickelt. Einen deutlichen Anteil an dieser Entwicklung haben die Caterer im Gesundheitsmarkt. Darunter sind Full-Service-Anbieter, die aus dem Facility-Markt stammen und erst durch den Markteinstieg

in den neuen Bundesländern mit Volldampf im Verpflegungsbereich durchstarteten. Die Gründungswelle von GmbHs, Sparten oder Business Units hält weiter an.

Auch das unternehmerische Denken der Gemeinschaftsverpfleger ist inzwischen um ein Vielfaches höher, als vor 20, 30 Jahren. Die Leiter von Wirtschaftsbetrieben mutierten zu kostenbewussten Managern ihrer Unternehmen. Heute steht die Gemeinschaftsgastronomie in allen Segmenten für Qualität, Genuss und gesundheitsorientierte Angebote. Nicht nur in Betrieben, auch in der Kinder- und Schülerverpflegung bis hin zur Versorgung der Truppen beim Bund sowie von Menschen in Anstalten, Krankenhäusern und Seniorenheimen.



Quellen:

Peter Blenke, Thomas Wieke, Kaiser, Köche, Caterer. Mosaik Verlag, 2001

Fachzeitschrift *gv-praxis*, Deutscher Fachverlag, Frankfurt am Main

Kapitel III

Wirtschaftliche Bedeutung der Gemeinschaftsgastronomie

Die Gemeinschaftsgastronomie gilt als „Mengenmarkt“, das bedeutet: ein Segment innerhalb des Außer-Haus-Marktes mit gleichbleibend hohen Essenzahlen, die sich in bedeutenden Einkaufs-Volumina widerspiegeln. Der Gesamtumsatz wird auf über 18 Mrd. Euro geschätzt. Dabei ist der Markt in seinen Strukturen komplex und nicht exakt zu quantifizieren. Millionen Menschen nutzen täglich die unterschiedlichen Einrichtungen und Angebote. Dabei prägt die Branche in hohem Maße das Verzehrverhalten von Kindern und Schülern, Studenten, Patienten und Senioren, Arbeitnehmern und -gebern, kurz Gästen jeden Alters.

Die drei tragenden Säulen der Gemeinschaftsgastronomie sind Business, Care und Education. Unter ihrem Dach befinden sich weitere, kleinere Segmente, die der Gemeinschaftsgastronomie zugerechnet werden – von der Campusgastronomie über Justizvollzugsanstalten und Truppenküchen bis

hin zum expansiven Markt der Kinder- und Schulverpflegung.

Betriebsgastronomie – Segment Business

Zu Anzahl und Struktur der Betriebsrestaurants in Deutschland liegen kaum repräsentative Daten vor. Das Gesamtmarktvolumen liegt bei annähernd 18,3 Mrd. Euro, das der Betriebsgastronomie wird auf rund 14,8 Mrd. Euro geschätzt, zu einem Drittel resultiert dieser Umsatz aus der Zwischenverpflegung (einschließlich Vending und Gästebewirtung). Aktuelle Außer-Haus-Markt-Daten der CMA/ZMP, ermittelt von der Nürnberger NPD-Group belegen nach einer repräsentativen Befragung, dass jährlich pro Werktag von mehr als 40 Mio. Erwerbstätige knapp die Hälfte Zugang zu Kantinen haben und rund 13 Mio. diese als Gäste auch nutzen.

Unabhängig von diesen Zahlen kommt der Betriebsgastronomie in Deutschland tradi-

tionell eine besondere Rolle zu. Früher Sozialleistung, ist die Mitarbeiterverpflegung heute mehr und mehr eine gastronomische Aufgabe mit modernen F&B-Angeboten.

Die Frage nach der Betriebsform, in der die Verpflegung organisiert ist – Eigenregie, Catering oder Pacht – gehört seit langem zu den zentralen Fragen in der Gemeinschaftsgastronomie. Es geht um das Thema „selber machen oder fremd vergeben“. Mehr und mehr Unternehmen gehen zum Outsourcing von Leistungen jenseits ihres Kerngeschäftes über - dazu gehört auch die Mitarbeiterverpflegung. In den letzten Jahren haben unter diesem Aspekt vor allem die großen Contract-Caterer immer mehr Marktanteile gewonnen.

Mit konjunkturellem Rückenwind erzielten die Top 33 Contract Caterer in Deutschland für das Geschäftsjahr 2016 ein Umsatzplus von 4,5 Prozent – damit wurde das Vorjahresplus von 5,1 Prozent knapp verfehlt. Das stärkste relative Plus verbucht mit +6,3 Prozent die Kategorie Education. Die Exklusivanalyse der Fachzeitschrift gv-praxis erfasste mehr als 6.400 Verträge mit knapp 3,3 Mrd.

Die drei Säulen der Gemeinschaftsverpflegung

Business

Betriebsgastronomie
Event-Catering

Care

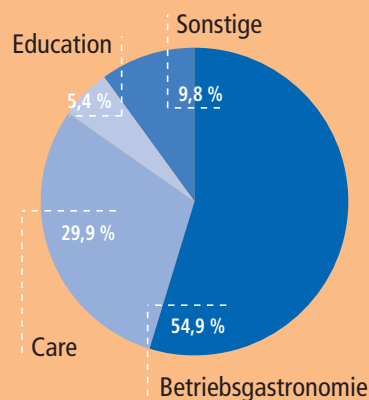
Krankenhäuser und
Rehakliniken
Senioreneinrichtungen
mobile Menüdienste

Education

Hochschulen
Schulen
Kindertagesstätten
Jugendherbergen

Quelle: gv-praxis

Marktanteile der GV-Segmente 2016



Quelle: gv-praxis 5/2017



Top 33 Caterer

– Verteilung Erlöse 2016 –

| | |
|---------------------|--------|
| Betriebsrestaurants | 54,9 % |
| Kliniken / KH | 17,8 % |
| Seniorenheime | 12,1 % |
| Schulen/Mensen/Kita | 5,4 % |
| sonstige Märkte | 9,8 % |

Top 33 Caterer

– Erlössteigerungen 2016 –

| | |
|---------------------|-------|
| Schulen/Mensen/Kita | 6,3 % |
| Betriebsrestaurants | 4,8 % |
| Seniorenheime | 4,7 % |
| Kliniken / KH | 3,4 % |
| sonstige Märkte | 3,3 % |

Quelle: gv-praxis, 5/2017

Euro Nettoumsatz. Das alles passierte 2016 vor insgesamt erfreulichen Rahmenbedingungen: Dazu gehören ein sehr gutes Konsumklima ebenso wie eine hohe Beschäftigungsquote. Sie sorgen für gute Zuwächse bei den Durchschnittsbons sowie eine interessante Gesamt-Performance. Der Teilmarkt Business gilt mit 4,8 Prozent Erlösplus als sehr stabil, vereint er doch fast 55 Prozent aller Umsätze auf sich.

Die deutsche Catering-Szene prägen nach wie vor die großen Player sowie und ein gesunder Mittelbau von regionalen Familienunternehmen, die sich im Wettbewerb durchaus gut behaupten. Die übrigen – vor allem kleinere – Betriebsküchen liegen in den Händen von kleinen und mittelständischen Pächtern. Neben diesen drei Grundformen Eigenregie, Catering und Pacht existieren mittlerweile diverse Misch- und Sonderformen – vom Küchen-Sharing bis hin zur ausgegliederten Küchen-GmbH.

Zu den heiß gehandelten Branchenthemen gehören 2016/17 die Folgen der Digitalisierung für Markt und Macher. Auch das Wachstum im Liefergeschäft, gefördert durch digitale Bestellplattformen, die wie Foodora oder Deliveroo auch logistische Leistungen erbringen, sollten den Dienstleistern zu den

ken geben. Neue Arbeitszeitformen und -modelle lassen vermuten, dass die Zahl der Menschen, die zwischen 12 und 14 Uhr am Arbeitsplatz den klassischen Mittagstisch einnehmen, weiter sinken wird. Contract Caterer können von dieser Entwicklung durchaus profitieren, wenn sie die damit verbundenen Chancen erkennen und den Hype der neuen Bringdienste durch eigene, modifizierte Serviceleistungen mittragen.

Weiter in der Diskussion ist das Thema Subventionen: Inwieweit sind die Unternehmen noch bereit oder in der Lage, für die „Sozialleistung Kantine“ zu zahlen? Vor diesem Hintergrund ist jeder Betriebsgastronom heute gefordert unternehmerisch zu denken; er wird von seinem Auftraggeber in Frage gestellt, seine Leistung steht ständig auf dem Prüfstand. Im Klartext: Subventionen werden gekürzt oder sogar gestrichen.

Sozialverpflegung – Segment Care

Die Schwierigkeiten der Contract Caterer in diesem Markt sind unübersehbar: Für alle Einrichtungen des Gesundheitswesens, also Krankenhäuser und Vorsorge- sowie Reha-Einrichtungen, Alten- bzw. Seniorenheime, ob groß oder klein, ob öffentlich, privat oder

Kapitel III

konfessionell, lautet das Motto nach wie vor „Leistung rauf – Kosten runter“. In der Dekade 2006 bis 2016 sanken die Umsatzanteile am Gesamtumsatz von 23,6 auf 17,8 Prozent. In diesen Jahren sank der Anteil der Eigenregie-Küchen von 67 auf 51 Prozent (Studie DKI/K&P). Dagegen kletterte der Anteil Vollcatering in diesen Jahren von 9 auf 11 Prozent. Die Fremdvergabe der Verpflegung an einen externen Dienstleister hat sich in der Dekade nicht signifikant weiterentwickelt, aber der Trend zur Zentralisierung hält weiter an.

Alles deutet auf einen extremen Strukturwandel in der Sozialverpflegung hin: Zentralisierungstendenzen, Abbau von schwach ausgelasteten oder unrentablen Küchenkapazitäten – und damit auch Arbeitsplätzen, weiterer Druck auf die Einkaufskonditionen durch Markt Bündelung, Gründungswellen neuer GmbHs und reichlich Vertragstourismus zwischen Dienstleistern. Vielfach stehen die reinen Kosten, die die Verpflegung verursacht, im Mittelpunkt. Dabei kann die Küche durchaus einen wichtigen Beitrag zur Patientenzufriedenheit leisten und potenzielle Wettbewerbsvorteile schaffen.

Auch hier kreist die Diskussion wie in der Betriebsgastronomie vielfach um das Thema Outsourcing. Fazit: Die aktuellen politischen und wirtschaftlichen Rahmenbedingungen haben massiven Einfluss auf das Gesundheitswesen in Deutschland - und damit auch auf die Situation der Küchen in Kliniken und Heimen.

Kinder-, Schüler- und Studentenverpflegung – Segment Education

Das Thema Schulverpflegung hat in den letzten Jahren bei professionellen Anbietern weiter an Interesse gewonnen. Es birgt zusätzliche Potenziale und ist gleichzeitig sehr komplex. Problematisch stellt sich in der

Praxis dar, dass die Ausgangssituationen aufgrund unterschiedlicher Regelungen in den Kommunen und an den Schulen selbst in fast jeder Bildungseinrichtung anders sind und spezifische Konzepte, differenzierte Angebote sowie eine extrem hohe Flexibilität erfordern. Ganztagschulen sind weiter auf dem Vormarsch.

Die 960 Mensen und Cafeterien der Studentenwerke in Deutschland versorgten 2015 insgesamt 2.455.236 Studierende. Der Bereich Studentenverpflegung gilt nach wie vor als experimentierfreudiger Trendsetter für die gesamte Branche. Müssen sich die Verpflegungsbetriebe der Studentenwerke doch oft einem harten Wettbewerb mit Imbissangeboten in Campushöhe stellen. Ihre Verpflegungskonzepte sind modern und innovativ: Sie setzen auf multifunktionale Angebote, Free-flow-Speiseausgaben mit attraktiven Pasta-Stationen, Coffee-Shops, Vendingautomaten und Sandwichbars. Kaum ein anderes Segment der Gemeinschaftsgastronomie nutzt die Chancen der Digitalisierung intensiver, um potenziellen Gästen das Angebot der Mensen und Cafeterien auf Social-Media-Kanälen zu präsen-

tieren. Durch straffe Bachelor- und Masterstudiengänge werden die Mensen, ausgestattet mit attraktiven WLAN-Anschlüssen, zunehmend zum ganztägigen Verpflegungs- und Kommunikationsmittelpunkt der Studierenden.

Fazit

Der gesamte GV-Markt ist geprägt von Veränderungen, auf der Betreiberseite wie intern entlang der gesamten Prozesskette. Neue Produktions-Systeme halten Einzug, Just-in-time-Denken reduziert die Lagerhaltung, die Vorstufe übernimmt immer häufiger wichtige Aufgaben wie das Marketing. Im Mittelpunkt der Veränderungen stehen neue Denkansätze zur Kostensenkung – ohne Verzicht auf den erreichten Qualitätsstandard und die Vielfalt des Angebotes. Der Markt der Gemeinschaftsgastronomie ist voller Dynamik und stellt auch in Zukunft einen wichtigen Kernmarkt der Außer-Haus-Verpflegung dar. Mit einer entscheidenden Veränderung: das Wort 'sozial' wird in diesem Markt zukünftig leider weiter an Bedeutung verlieren, je mehr wirtschaftliche Sachzwänge das Handeln der Verantwortlichen bestimmen.

Top 5 Mensen

| Rg. | Studentenwerk | Umsatz 2015 in Mio. € | Umsatzentw. in % |
|---------------------|---------------|-----------------------|------------------|
| 1 | Berlin | 23,8 | 2,6 |
| 2 | Hamburg | 14,6 | 7,1 |
| 3 | München | 14,4 | 1,1 |
| 4 | Bochum | 13,9 | -3,6 |
| 5 | Dresden | 13,7 | -1,4 |
| Total Top 5 | | 80,4 | 1,3 |
| Total Top 58 | | 436,4 | 1,9 |

Quelle: gv-praxis, 5/2017



Nachhaltigkeit in der Gemeinschaftsgastronomie

Längst kein Schlagwort mehr

Nachhaltigkeit ist ein ganzheitlich zu begreifender, nie abgeschlossener Prozess, der Ökologie, Wirtschaftlichkeit und Personalführung einschließt – nicht zuletzt gilt dieser Aspekt der Unternehmensphilosophie heute auch als Marketing- und Imagefaktor. Einzelmaßnahmen sind nicht mehr als der berühmte Tropfen auf den heißen Stein. Positive Praxis-Beispiele von Mitgliedern der Fachabteilung Gemeinschaftsgastronomie zeigen konkrete Maßnahmen.

Ulf Rosenthal Geschäftsführer der Studioküche Catering GmbH, Hamburg, nennt die Dinge beim Namen: „Nachhaltigkeit beschäftigt uns täglich, denn Aspekte wie regionale Erzeuger und saisonale Lebensmittel, eine artgerechte Tierhaltung, aber ebenso Mitarbeiterschulungen und -förderung sowie die soziale Verantwortung sind Themen, denen wir uns sehr bewusst stellen. In unseren unternehmerischen Planungen spielen sie eine große Rolle.“ Hierbei ist die Transparenz zum Gast enorm wichtig.

Nur wenn er überzeugt ist von der Glaubwürdigkeit der Maßnahmen, zahlt er den erforderlichen, meist höheren Preis dafür. Nachhaltiges Handeln schafft Vertrauen und damit die Möglichkeit, die Theorie in die Praxis umzusetzen und bezahlbar zu machen. Das bestätigt Prof. Dr. Dr. Franz-Josef Radermacher. Der Wirtschaftswissenschaftler argumentiert, dass „Nachhaltigkeit nur funktioniert, wenn die ökonomische Seite stets mitberücksichtigt wird.“

Bio-Produkte

Nachhaltig ist die Gemeinschaftsgastronomie also nur dann, wenn ihre wirtschaftliche Existenz langfristig stabil bleibt, auch wenn die Gemeinschaftsverpflegung durch die Unternehmen subventioniert und damit in ihrer Existenz gesichert wird.

Jeder Dienstleister kann einen Beitrag zur Nachhaltigkeit leisten – das gilt erst recht in der Betriebsgastronomie. Der Einsatz von Bio-Produkten zählt ebenso dazu wie der einer energieeffizienten Technik entlang der

gesamten Prozesskette und die Zahlung gerechter Löhne für die Mitarbeiter. Nur wenn diese sich mit ihrem Arbeitgeber identifizieren, geschult und von der Notwendigkeit eines nachhaltig orientierten Wirtschaftens überzeugt sind, ist das Thema ganzheitlich umsetzbar.

Gut für 's Image

Nicht zuletzt gilt Nachhaltigkeit als ein imagerelevanter Faktor, der sich bei vielen Unternehmen in der Wertschätzung seiner Firmenkultur, und dazu gehört auch die Mitarbeitergastronomie, widerspiegelt. „Die Anforderungen und Ansprüche an Waren, Produkte, Vielfalt und Ambiente haben sich stetig verändert und erhöht. Die Gäste achten verstärkt auf ein überzeugendes Preis-Leistungsverhältnis“, ergänzt Thomas Bernhörster, Leiter Communications der Bayer Gastronomie GmbH. Die Qualität des Angebots sowie die vielfältige Auswahl sind mehr denn je Faktoren, die früher für Erfolg und Akzeptanz der Einrichtung entscheidend waren. Freeflow, Salatbar sowie wechselnde saisonale Angebote betrachten viele Gäste heute in hohem Maße als selbstverständlich. Doch ihre Wünsche und Anforderungen sind komplexer geworden. Der Gast ist kritischer und sensibler – auch aufgrund von Ereignissen wie dem EHEC-Skandal und dem Atomunglück in Japan.

Persönliche Atmosphäre, Freundlichkeit des Servicepersonals und breite Auswahl der Speisen samt individueller Zusammenstellung der Menüs reichen längst nicht mehr zur Profilierung. Ist ein Dienstleister zum Beispiel in einen Lebensmittelskandal verwickelt, verliert er oft unwiederbringlich an Wert. Doch einmal verloren gegangenes Vertrauen erneut aufzubauen, ist meist ein über Jahre dauernder, Kräfte aufreibender Prozess. Deshalb kommt es heute stärker denn je darauf an, Wertschätzung in Wertschöpfung umzuwandeln. Das erfordert ein langfristiges



Umdenken der Gäste, denn nicht jeder von ihnen ist bereit, für höherwertigere Angebote tiefer in die Tasche zu greifen. Diesen oft erlebten Widerspruch gilt es zu lösen.

Ressourcen schonen und effizient nutzen

Innovativ, zuverlässig und verantwortungsvoll zu handeln, ist zentraler Bestandteil der Unternehmens-Leitbilder der Mitglieder der Fachabteilung Gemeinschaftsgastronomie, die unter Nachhaltigkeit auch verstehen, partnerschaftlich miteinander umzugehen und zu handeln. Thomas Bernhörster: „Als nachhaltig betrachten wir die gesamte Produktions- und Wertschöpfungskette – von der Bestellung und Lieferung der Waren über die Produktion bis hin zum Kontakt mit unseren Gästen.“ Stets ist es das Ziel, Ressourcen effizient zu nutzen und zu schonen, Qualitäten dauerhaft zu sichern und tragfähige Prozesse für die Zukunft zu etablieren. Das beginnt bereits bei der Auswahl der Lieferanten. Auf der sicheren Seite ist, wer dabei Partnern mit nachweisbarem Nachhaltigkeitsmanagement sowie regionalen Unternehmen den Vorzug gibt. Werden dann noch Bestellungen, Lieferscheine und Rechnungen elektronisch übermittelt statt auf Papier mit dem Postweg, schont das zusätzlich Ressourcen. So sind zum Beispiel bei der Bayer Gastronomie sämtliche Abläufe transparent dokumentiert und folgen einem eingespielten Ablauf. Regelmäßige Lebensmittelproben

durch eine eigene Qualitätsmanagerin, Lieferantenaudits zusammen mit dem Einkauf sowie Schulungen der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter gehören ebenso zum unverzichtbaren Bestandteil ehrlicher Nachhaltigkeit wie die fortlaufende Modernisierung und Optimierung der Betriebe.

Ausgewogene Ernährung

Nicht immer ist es in der vielseitig orientierten Gemeinschaftsverpflegung möglich, komplett auf Zusatzstoffe zu verzichten, doch sollte der Einsatz entsprechender Produkte auf ein Minimum beschränkt bleiben. Stattdessen gilt es, kontinuierlich Angebote zu einer bewussten und ausgewogenen Ernährung ins Programm zu nehmen. Der rege Austausch mit Gästen und Kunden schafft zudem eventuelle Kritikpunkte aus der Welt und stellt einen weiteren wesentlichen Faktor gelebter Nachhaltigkeit dar. Anerkannte Zertifikate, zum Beispiel für MSC-zertifizierten Fisch oder Bio-Produkte, helfen vielfach bei der Argumentation: So ist zum Beispiel seit 2007 die Audi Gastronomie am Standort Ingolstadt Bio zertifiziert. Der Audi-Standort Neckarsulm bietet seit Mai 2011 Gerichte in Bio-Qualität an. Im Jahr 2011 hat die Audi Gastronomie an beiden Standorten insgesamt über 105.000 Gerichte und über 44.000 Suppen in Bio-Qualität an Ihre Gäste verkauft. Das spricht für eine hohe Akzeptanz des eingeschlagenen Weges. Helmut Bayerlein, Leiter der Audi Gastronomie:

„Uns interessieren Wege zu verantwortungsbewussten Konsum von Nahrungsmitteln; insbesondere für die ökologische, ökonomische und soziale Nachhaltigkeit.“ Dabei sind auch Ressourcenschonung und Klimaschutz fester Bestandteil der Audi Unternehmensphilosophie. Da neue Geräte ressourcenschonender arbeiten, wurden die Koch- und Spülgeräte komplett erneuert. Das führte zu einer erheblichen Senkung des Energie-, Wasser- und Reinigungsmittelverbrauchs sowie der dafür erforderlichen Kosten. Prominentes Beispiel für konsequent praktizierten Klimaschutz ist das Team von Siemens Restaurant Services, das den 1. Preis des Konzerns in der Unterkategorie „Umweltengagement“ für die Realisierung der TERRA Initiative in 50 Betrieben bundesweit erhielt. TERRA ist der Nachhaltigkeitstag einmal monatlich in der Mitarbeiterverpflegung. Die Idee: Einmal im Monat gibt es in fast allen Mitarbeiterrestaurants hauptsächlich vegetarische Gerichte. Allein an einem Aktionstag werden dadurch deutschlandweit bis zu vier Tonnen Fleisch eingespart und bis zu zwölf Tonnen CO₂-Ausstoß vermieden.

Thema bleibt aktuell

Einig sind sich Branchenexperten darin, dass Nachhaltigkeit sowohl einen politischen als auch gesetzlichen Rahmen benötigt. Die Fachabteilung Gemeinschaftsgastronomie im DEHOGA will ihren Mitgliedern auch dabei Partner und Vermittler beim weiteren Ausbau einer politischen Lobby sein. Trotzdem ist jeder einzelne gefordert, sich der Verantwortung zu stellen und aktiv zu werden. Unsere Branche übernimmt durch die Verarbeitung großer Lebensmittelmengen und anderer Verbrauchsstoffe und Ressourcen Verantwortung im Sinne nachhaltig wirtschaftender Unternehmen, die auf einen ökonomisch wie ökologisch sinnvollen Einsatz achten. Nachhaltigkeit wird deshalb ein Dauerthema bleiben.

Herausforderungen und Trends – die Gemeinschaftsgastronomie als innovativer Partner der Industrie

Eine Branche voller Dynamik

In den vergangenen Jahren mussten sich die Betriebe der Gemeinschaftsgastronomie so mancher Herausforderung stellen. Immer wieder die gleichen Gäste versorgen, immer neue Anforderungen erfüllen, immer neue Angebote und Aktionen kreieren. Heute gelten moderne Betriebsrestaurants als Oasen zum Wohlfühlen, zum Auftanken und als Kommunikationspunkte.

Hatte noch in den 70er Jahren der soziale Frieden in den Betrieben absoluten Vorrang, wird in aktuellen Studien deutlich, dass ab 1976 die Diskussionen neue Inhalte bekamen. „Selber kochen oder kochen lassen“ und „Runter von den Kosten“, hieß es da plötzlich. Angebotsattraktivität und Wirtschaftlichkeit gerieten in den Fokus des Geschehens. Mitte der 80er Jahre wurde klar, dass ohne Kostentransparenz keine Kostensenkung möglich sein wird. Vor allem die Sozialbudgets gerieten unter Beschuss. Es galt, den Sozialanspruch auf ein realistisches Maß zu drosseln. Damit kam es zu einer Wende in der Großverpflegung. Mit dem Anwachsen des Cateringmarktes bis Anfang der 90er Jahre begann schließlich die Phase des größten Verdrängungsdrucks, der die Branche bis heute begleitet.

Neben diesen Problemen griff die Gemeinschaftsgastronomie aber auch zwei wichtige, positive Trends der Zeit auf: den aktiven Umweltschutz und eine gesundheitsorientierte Ernährung. Im Bewusstsein der Mitarbeiter und der Gäste erhielten beide Themen seit den 90er Jahren einen neuen Stellenwert.

Innovative Technik und neue Konzepte

Zwei Schrittmacher spielen in der modernen Gemeinschaftsgastronomie eine ganz besondere Rolle:

- der Siegeszug der Kombidämpfer und
- die Entwicklung von Convenienceprodukten

Moderne Küchentechnik und qualitativ hochwertige Foodprodukte sind die Basis der Entwicklung, der Kern jeder Planung, das Ziel einer kundenorientierten Entwicklung. Denn letztendlich kann ein Dienstleister seinen Gästen nur anbieten, was küchentechnisch umsetzbar ist. Dabei ist es ohne Zweifel ein Verdienst der Großküchenindustrie, dass die schwere körperliche Arbeit in den Küchen durch moderne Gargeräte, Geschirrspülanlagen, Kühltechnik und den Einsatz von Reinigungsmaschinen weitestgehend abgelöst wurde.

Während die Betriebe in der Gemeinschaftsgastronomie gestern noch auf eine zentrale, autarke Produktion mit Convenience „Ready to cook“ setzten, gilt heute weitverbreitet das Prinzip „Ready to eat“. Lag gestern noch der Fokus des betriebswirtschaftlichen Denkens auf einem reibungslosen Ablauf in der Küche, steht heute vielmehr der Gast im Mittelpunkt: Um ihn zu gewinnen und optimal zu versorgen, erlauben Convenienceprodukte mit einer hohen Fertigungstiefe und Front-Cooking-Center die Produktion vor den Augen des Gastes. Begleitet wird diese Entwicklungsstufe vom Teil-Outsourcing von Serviceleistungen, knapper Lagerhaltung just-in-time und einer teilverlagerten Vorstufen-Produktion.

Die Dienstleistungspflege wird zur Marke: Auf der einen Seite stehen das Wissen und Können der Lieferpartner, Personal, Ware, Technik. Auf der anderen Seite sind es die Gäste, die mit Emotionen und Vertrauen auf das Business „ihres“ Spezialisten der Gemeinschaftsgastronomie setzen. Die Entwicklung geht eindeutig hin zu

- Marken und Systemen und zu
- ganztagesfähigen Einzelkomponenten statt Kreationen im Menüverbund

Intelligente Problemlösungen

Die Aufgaben der Zukunft werden nicht geringer. Der Abbau von Sozialleistungen, Veränderungen der Arbeitswelt und der sozialen Gesellschaftsstrukturen werden auch die Betriebe der Gemeinschaftsgastronomie zu neuen Überlegungen führen. Bereits der Weg ist eine große Herausforderung. Auf diese Faktoren kommt es an:

- Schlankere Administration
- Stärkere Lieferantenkonzentration
- Bündelung des Einkaufsvolumens
- Flexibilisierung des Angebots
- Ausschöpfen von Kundenpotenzialen
- Entwicklung neuer Zusatzgeschäfte

Ein akuter Handlungsbedarf besteht durch die rückläufige Subventionsbereitschaft und den zunehmenden Kostendruck. Dabei können mit externen Partnern durchaus die eigenen Risiken minimiert und fixe Kosten in variable umgewandelt werden.

Die Zukunft der Dienstleistungsbranche Gemeinschaftsgastronomie liegt in ihrem innovativem Charakter. Das ist Chance und Herausforderung zugleich.

Kapitel VI

Umsatz-Plus mit Shop in Shop-Konzepten

Kaffee- und Saftbars, Pizzacounter und Backshops

Warum sind Serviceangebote so wichtig? Weil auch Gemeinschaftsgastronomen betriebswirtschaftlich denken müssen! Während die Preise für Stammessen I und II, belegte Brötchen oder die Tasse Kaffee in der Regel erst nach ewigen Verhandlungen mit dem Betriebsrat um ein paar Cent angehoben werden dürfen, sorgen zusätzliche Angebote für zufriedeneren Gäste. Für sichtlichen Mehrwert, für ein Plus an Leistung des Verpflegungsbetriebes, greifen sie dann schon mal tiefer ins Portemonnaie. Freiwillig!

Gäste mögen Marken. Also bietet es sich an, bekannte erfolgreiche Ideen aus der freien Gastronomie aufzugreifen, den eigenen Bedingungen anzupassen und in den Betrieb zu integrieren. Ob diese Shop in Shop-Konzepte in Eigenregie oder mit einem Pächter geführt werden, sollte immer auf Basis der konkreten Bedingungen vor Ort und nicht zuletzt über Wirtschaftlichkeitsberechnungen entschieden werden.

Kaffeebars

Ob Coffee-Shop, Coffee-Corner oder Kaffeebar – sie erobern die Gemeinschaftsgastronomie seit Jahren und sorgen zuverlässig für Umsatzplus und neue Gäste. Das Geschäft mit Kaffeespezialitäten gilt als einer der größten Wachstumspfade der Branche. Experten sehen, dass die Preissensibilität der Kunden bei Kaffeespezialitäten niedriger ist als bei der „normalen“ Tasse Kaffee. Doch Vorsicht: Nicht jeder Betrieb und Standort eignen sich für rasche Umsätze. Um erfolgreich zu sein, empfiehlt sich die Zusammenarbeit mit einem erfahrenen Partner. Immerhin hatten nach einer Marktuntersuchung der Fachzeitschrift food service die führenden Kaffeebar-Marken zum Jahresende 2011

rund 2.150 Filialen, ein Zuwachs von drei Prozent gegenüber dem Vorjahr. In der Gemeinschaftsgastronomie gelten die Compass Group Deutschland mit ihrer Marke Caffe Ritazza sowie die Bota Group mit der Espresso Bar bundesweit als wichtigste Kaffeebar-Betreiber. LZ-Catering erlebt zum Beispiel mit dem eigenen Coffeeshop-Konzept Bartesse, das Unternehmen KDS Catering mit COFFEE friends eine erfreuliche Entwicklung. Wichtig: Die Lage der Bar muss leicht erreichbar sein und dennoch von der Betriebsamkeit etwas abgeschottet liegen. Dann können die Gäste auch das besondere Bar-Ambiente spüren.

Erfolgskriterien

- Nutzung bekannter Markenkonzepte, z.B. Tchibo, Segafredo, Lavazza
- Modernes Lifestyle-Ambiente
- Breites Angebot an Kaffeespezialitäten
- Speziell geschultes Personal
- Angemessenes Preis-Leistungs-Verhältnis
- Nachfrageorientierte Aktualisierung des Angebots
- Gegebenenfalls ergänzende Snacks (herzhaft oder süß, z.B. Muffins, Panini, Tramezzini, Eis, niemals heiße Würstchen!)

Saftbars

Frisch, fruchtig, farbenfroh – so verführen Saftbars Gäste zum gesunden Genuss. Um sie einzurichten müssen Betriebsrestaurants noch nicht mal mit spezialisierten Partnern kooperieren. Der Ausbau der Beziehungen zum Frischehändler genügt meist. Wichtig ist ein geeigneter Platz in Casino, Mensa oder in der Cafeteria. Die Investitionen fürs Equipment halten sich im Rahmen. Oft sind Kühlmöglichkeiten, Karaffen, Saftpresen



etc. schon vorhanden, werden aber viel zu wenig genutzt. Damit der Gang zur Saftbar für die Gäste keine Eintagsfliege, sondern regelmäßiges Bedürfnis wird, muss für oberste Hygiene und Abwechslung gesorgt sein. Dann ist die mit frischen Früchten, kalt gepressten Säften und fruchtig gemixten Drinks offen präsentierte Safttheke nicht nur optisches Highlight, sondern auch ein interessanter Margenbringer. Ein nachahmenswertes Beispiel ist die Saftbar im Bayer Casino Leverkusen: Dort gibt es nicht nur Orangen-, Mango-, Erdbeer-, Kiwi- oder Grapefruitsäfte. Auftrittsstarke werden auch Milch-Erdbeer- und Ananas-Bananen-Shakes sowie Karotten-Orangensaft gemixt. Gut gekühlt in Crash-Eis im 0,3-l-Becher sorgen sie nicht nur an heißen Tagen für Erfrischung. Und wer keinen Saft mag: Stückobst liegt in Selbstbedienung ebenfalls bereit. Je nach Angebot und Saison wechseln die Drinks – pur oder gemixt. Vitamine sind schließlich auch im Winter angesagt.

Erfolgskriterien

- Saftbar optisch im Blickfeld der Gäste platzieren
- Die zu verarbeitenden Früchte frisch präsentieren

Kapitel VI



- Zubereitung vor den Augen der Gäste
- Crash-Eis zur Kühlung
- Saisonale Früchte bevorzugen, mit Exoten ergänzen
- Standardsortiment aufbauen und mit Mixgetränken bzw. Shakes für Abwechslung sorgen

Asia-, Pizza-, Pasta-Counter

Am Anfang stand das Salatbuffet. Die eigenständige Platzierung verhalf dem „grün-bunten“ Thema zu einer ganz eigenen Dynamik: Der Weg des Salates von der Vorspeise oder Beilage auf die Tellermitte zum Hauptgericht bekam durch die angebotene Vielfalt ganz neuen Schwung. Was liegt also näher, als die Art der Präsentation auf andere Erfolgsprodukte zu übertragen. Essen hat nun mal auch jede Menge mit Emotionen zu tun. Warum lassen sich Mitarbeiter vom Pizza-Service an der Ecke ihre Pizza ins Büro liefern? Besser ist es doch, wenn sie die in der eigenen Kantine gebacken bekommen! Wenn die Logistik stimmt, können über Front Cooking-Counter auch andere beliebte Speisen näher an die Gäste herangebracht werden. Das lockt neue Zielgruppen an, die sonst nie oder nur sporadisch kommen. Chancen für Umsatz-

potenziale bieten zudem Wok-Stationen und Nudelbars. Stammgäste werden sicher nicht jeden Tag ihr gesetztes Budget überziehen. Aber es ist in, sich öfter etwas Gutes zu gönnen, wenn attraktive Angebote und faire Preise locken.

Nicht zu vergessen: Die Mitarbeiter an diesen Countern sollten immer die gleichen sein, auch wenn ein externer Pizzabäcker die hauseigene „Pizzeria“ bedient. Das schafft Vertrauen bei den Gästen und sorgt für sehr individuelle Kontakte.

Erfolgskriterien

- Testen, was ankommt, gefragt und effizient ist
- Themenspezifisches, konzentriertes Angebot (Asia-Gerichte, Pizza, Pasta)
- Organisation und Logistik mit System
- Nur soviel Technik wie nötig einsetzen (Was wird wirklich gebraucht?)
- Mit wenigen Grundzutaten durch Kombination abwechslungsreiche Angebote kreieren

- Hohe Frischeanmutung
- Authentische Präsentation
- Persönliche Bedienung mit Stammpersonal (spezielle Teams bilden)

Backshops

Die Entscheidung für einen eigenen Backshop muss gut überlegt, kalkuliert und geplant sein. Welche Mengen werden täglich gebraucht, welche Wachstumspotenziale, welche Verkaufspreise sind realistisch? Kompakte Konzepte inklusive Backofen, Counter und Kühltheke sorgen als verkaufsfördernde Anziehungspunkte in der Regel für gute Geschäfte. Attraktiv werden sie für Gäste der Gemeinschaftsgastronomie, wenn sie sich als Kunden auch für den häuslichen Konsum hier eindecken können. Je nach den konkreten Arbeits- und Öffnungszeiten vor Ort können frisches Gebäck, Snacks und Brot sowohl als Beilagen zu den Mahlzeiten (Frühstück, Mittag-, Abendessen) als auch für die Zwischenverpflegung frisch gebacken und abwechslungsreich angeboten werden. Sinnvollerweise kommen vor allem Tiefkühl-Teiglinge zum Einsatz, die gelingsicher sind und angelerntes Personal nicht überfordern.

Erfolgskriterien

- Sinnvolle Planung der Technik und Logistik auf der Basis realistischer Wirtschaftlichkeitsberechnungen
- Einsatz gelingsicherer TK-Teiglinge
- Backen vor den Augen der Gäste
- Hoher Frischefaktor
- Umfassende Warenpräsentation
- Exzellentes Preis-Leistungs-Verhältnis

Fazit

Stimmen Planung und Kalkulation, Ambiente, Produktinszenierung und Markenprofil können Shop-in-Shop-Konzepte innovative Instrumente sein, um Zusatzgeschäfte in einem preissensiblen Markt wie der Gemeinschaftsgastronomie zu generieren.

Kapitel VII

Ausbildung und Karriere in der Gemeinschaftsgastronomie

Mit Power in die Praxis

Wer Freude daran hat, für andere zu arbeiten, ist hier richtig: In der Gemeinschaftsgastronomie. In allen Segmenten, vom Bistro über das Fine-Dining-Restaurant bis hin zur Gästebewirtung bietet sie vielfältige Karrierechancen.

Doch zuerst muss ein junger Mensch dafür den richtigen Ausbildungsberuf finden. Viele denken beim Thema Gemeinschaftsgastronomie nur an den Beruf des Kochs. Da viele große Unternehmen der Branche ihr Aufgabenfeld in den letzten Jahren aber wesentlich erweiterten, kommen für eine spätere Tätigkeit im Prinzip alle gastronomischen Ausbildungsberufe in Betracht: Fachkraft im Gastgewerbe, Hotelfachleute, Hotelkaufleute, Restaurantfachleute oder Fachmann/-frau die Systemgastronomie. Und natürlich Koch und Köchin!

Die Ausbildung in allen Berufen läuft generell dual: Betriebsausbildung und Berufsschule sind parallele Lernorte. Diese Verbindung von Theorie und Praxis bietet den Vorteil, dass die Auszubildenden nicht allein von fachlich qualifizierte Ausbildungs- und Lehrkräften angeleitet werden, sondern mit älteren Kollegen zusammen arbeiten und

von deren Erfahrungen profitieren können. Übrigens: Auszubildende sind für ein Unternehmen immer auch eine Bereicherung, da sie mit jungen, frischen Ideen die Kreativität der langjährigen Mitarbeiter fördern.

Wer seine Ausbildung abschließt, hat gute Chancen, eine Anstellung zu finden. In Anbetracht des sich abzeichnenden Fachkräftemangels sind gar viele Ausbildungsbetriebe bestrebt, ihre Lehrlinge im Haus zu halten – vorausgesetzt, es ist eine Stelle frei. Aber auch ein Wechsel muss kein Nachteil sein. Im Gegenteil: Wer in der Gastronomie und in der Gemeinschaftsgastronomie Karriere machen will, sollte sein Süppchen nicht immer nur zu Hause kochen, sondern in verschiedenen Unternehmen Erfahrungen sammeln.

Erfolgreich durch Weiterbildung

Wer aufhört zu lernen schwimmt nicht nur gegen den Strom, sondern treibt zurück. Gerade weil sich heute in der Gemeinschaftsgastronomie die Rahmenbedingungen zunehmend schneller ändern, müssen in erfolgsorientierten Betrieben Ausbildungs- und Weiterbildungsinhalte mit viel Innovationsschwung wechselnden Erfordernissen

Ausbildungsberufe

- Fachkraft im Gastgewerbe
- Koch / Köchin
- Hotelfachfrau / -mann
- Hotelkauffrau / -mann
- Restaurantfrau / -mann
- Fachmann / -frau für Systemgastronomie

Ausbildungsprofile

Ausbildungsdauer

- 3 Jahre (Fachkraft im Gastgewerbe 2 Jahre)

Lernorte

- Ausbildungsbetrieb und Berufsschule

Ausbildungsvoraussetzungen

- Realschulabschluss (Fachkraft im Gastgewerbe: Hauptschulabschluss)

angepasst werden. Man muss ständig am Thema bleiben, um neue Trends, sowohl im Food- als auch im Technikbereich und erst recht in puncto Hygiene kennen zu lernen und im eigenen Betrieb umzusetzen. Die Weiterbildung gewinnt an Bedeutung. Sie zu organisieren ist eine Herausforderung für jeden Gemeinschaftsgastronomie-Betrieb! Die Möglichkeiten sind umfangreich. Zu ihnen gehören interne Veranstaltungen mit leitenden Mitarbeitern ebenso wie externe Kurse und Seminare mit Spezialisten aus der Praxis, Partnern in der Industrie oder Studiengänge an Fach- und Hochschulen.

Die Gemeinschaftsgastronomie ist eine facettenreiche, dynamische und kreative Branche, die jungen Menschen gute Chancen für eine vielseitige berufliche Entwicklung und eine attraktive Karriere bietet. Im Sinne motivierter Mitarbeiter, zufriedener Kunden und einer erfolgreichen Zukunft.



Kapitel VIII

Kurzportraits von Mitgliedern der Fachabteilung Gemeinschaftsgastronomie

| | |
|---|----|
| Airport Cater Service GmbH | 16 |
| Audi AG Gastronomie | 17 |
| Bayer Gastronomie GmbH | 18 |
| Beiersdorf Catering & Eventmanagement | 19 |
| Brose Gastronomie GmbH | 20 |
| Orange+Betriebsgastronomie der Berliner Stadtreinigung | 21 |
| DB Gastronomie GmbH | 22 |
| DBS Projektsteuerung GmbH | 23 |
| Dorfner menü Catering-Service + Organisations GmbH & Co. KG . . . | 24 |
| Dussmann Service Deutschland GmbH | 25 |
| ERGO Gourmet GmbH | 26 |
| Euler Hermes | 27 |
| Evonik Catering GmbH | 28 |
| Gusto Gourmet GmbH Carl Zeiss Gruppe | 29 |
| Heidelberg Catering Services | 30 |
| Henkel AG & Co. KGaA Betriebsgastronomie | 31 |
| Katerine GmbH | 32 |
| KDS Catering GmbH | 33 |
| L & D GmbH | 34 |
| LZ-Catering GmbH | 35 |
| Panorama Catering | 36 |
| Procuratio GmbH | 37 |
| Restaurant Services, Siemens AG | 38 |
| RWE Gastronomie GmbH | 39 |
| RWS Cateringservice GmbH | 40 |
| Studierendenwerk Paderborn | 41 |
| Studioküche Catering GmbH | 42 |
| Talanx Service AG | 43 |
| ThyssenKrupp DeliCate GmbH | 44 |
| UMG Gastronomie GmbH | 45 |
| Voith Gastro GmbH | 46 |
| Volkswagen AG, Service Factory, Gastronomie, Hotellerie & Verkauf | 47 |
| ZDF Casino GmbH | 48 |
| ZF Gastronomie Service GmbH | 49 |



Airport Cater Service GmbH Flughafen Frankfurt Main

Stets offen für Neues

Für die Versorgung der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sowie der Gastfirmen auf dem Frankfurter Flughafen wurde am 1. Januar 1997 die Airport Cater Service GmbH ACS gegründet. Sie ist eine 100prozentige Tochter der Fraport AG als Betreiber des Frankfurter Flughafens. So vielfältig wie sich das Spektrum der Aktivitäten an Deutschlands größtem, internationalem Airport präsentiert, so umfangreich ist auch das Aufgabengebiet des Cateringunternehmens.

Für Geschäftsführer Helmut Heinz sind „die Zufriedenheit unserer Kunden, die Qualität unserer Leistung und die Gesundheit unserer Tischgäste das Hauptanliegen.“ Was gestern gut war ist heute vielleicht überholt und muss morgen möglicherweise wieder geändert werden. „Wir akzeptieren den Wandel und sind darauf vorbereitet. Schließlich ist Essen nicht nur ein Bedürfnis. Unsere Gäste sollen sich bei uns wohlfühlen. Wir sorgen für angenehme Pausen während ihrer Arbeit“, fasst Helmut Heinz das Firmen-Credo zusammen. Dazu stehen Mitarbeitern und Gästen verschiedene Möglichkeiten offen:

Flexibler Service, kurze Wege

In Betriebsrestaurant und Kantine bietet das ACS-Team täglich eine umfangreiche Auswahl schmackhafter, qualitativ hochwertiger Speisen und Getränke, die genau auf die unterschiedlichen Essgewohnheiten der Kunden und Gäste abgestimmt ist. Für die Zwischenverpflegung stehen ihnen Café und Bistro offen. Ob für den kleinen Hunger zwischendurch, für das erste oder zweite Frühstück am Morgen – hier finden sie eine breite Palette typischer Angebote über den ganzen Arbeitstag hinweg. Mit dem Konzept der mobilen Gastronomie sorgt ACS zusätzlich dafür, dass die Lust am Essen nicht sprichwörtlich auf der Strecke bleibt. Niemand muss hungrig sein, wenn der Weg ins Betriebsrestaurant zu weit ist.

Das ist noch nicht alles: „Gästecasino – Gästeservice“ ist ein weiterer Bereich des Airport Caterings für Kunden und deren Gäste. Das ACS-Team sieht es dann als seine Aufgabe an, durch das passende Menü bei Konferenzen, Meetings oder Verhandlungen zum Geschäftserfolg beizutragen. Die Palette der kulinarischen Möglichkeiten reicht vom kleinen Imbiss bis zum festlichen Menü. Den Anspruch an Nachhaltigkeit dokumentiert das Bestreben, vorrangig Lebensmittel und Produkte aus der Region und saisonal zu beziehen und zu verarbeiten. Zum Zuge kommen vor allem Lebensmittel aus kontrolliertem Anbau und solche, die eine absolute Nachverfolgung der Herkunft gewährleisten.

Last but not least bedient die Airport Cater Service GmbH auch das Segment Veranstaltungen/Eventcatering. Ganz gleich, ob jemand im kleinen Kreis oder mit 500 Personen feiern möchte. Das Unternehmen ist auch in diesen Fällen ein erfahrener, zuverlässiger Partner.



Airport Cater Service GmbH

Flughafen Frankfurt
Tor 3, Gebäude 101 C
60547 Frankfurt am Main
Fon 069/690-660 02
Fax 069/690-596 29
airport-cater-service@fraport.de
www.fraport.de

Geschäftsführer: Helmut Heinz

Mitarbeiter: 150

Gründung: Januar 1997

Mission Kundenbegeisterung

Die Audi AG hat 2011 rund 1,3 Mio. Fahrzeuge verkauft und damit ihren bisherigen Absatzrekord aus dem Vorjahr übertroffen. Die starke Wachstumsdynamik für die Marke zog sich dabei quer durch alle Weltregionen. Als „Audi – die Premiummarke“ will der Ingolstädter Automobilhersteller weltweit führend darin sein, seine Kunden zu begeistern. Ganz im Sinne der Strategie 2020 handelt auch die Gastronomie unter Leitung von Helmut Bayerlein nach dem Serviceversprechen: begeisternd, verantwortungsvoll, wertschöpfend. Das bedeutet im Klartext: Mitarbeiterbegeisterung ist Voraussetzung für Kundenbegeisterung. Audi kümmert sich nachhaltig um die Menschen – im Werk und in der Region. Schließlich trägt die Leistung der Mitarbeiter in der Gastronomie einen erheblichen Teil zum Unternehmenserfolg bei. Der Jahresumsatz der Audi Gastronomie hat sich seit 2002 um 80 Prozent auf 41,6 Mio. Euro im Jahr 2011 gesteigert. Die Essenszahlen haben sich seit 2001 auf rund 3,4 Mio. mehr als verdoppelt, die Tendenz ist weiter steigend.

Restaurants, SB-Märkte und internationales Eventcatering

Im April 2012 eröffnete das neunte Restaurant. Damit steht den 48.000 Audi Mitarbeitern in den Restaurants an den Standorten Ingolstadt und Neckarsulm ein kulinarisch vielfältiges Angebot zur Verfügung. Es gibt knackige Salate, klassische Haupt- und MSC-zertifizierte Fischgerichte ebenso wie frisch gepresste Säfte und Speisen unter dem Motto „fit und gesund“. Zudem können sich die Gäste mit Thai-Küche, Biogerichten und Wochenhighlights am Action-Point verwöhnen lassen. Wichtige Auswahlkriterien für die Auswahl der Produkte und Getränke sind Qualität, Frische und Regionalität. Ein auf das ganze Jahr abgestimmter Aktionswochenplan rundet das Angebot ab. Am Audi Forum in Ingolstadt und in Neckarsulm wird in den Restaurants Avus und Nuvolari exquisite Premium-Küche geboten. Zusätzlich zu den Restaurants stehen den Mitarbeitern 32 SB-Märkte zur Verfügung, viele davon haben im Drei-Schicht-Betrieb geöffnet. Ihre Auswahl ist breit gefächert: Frische Backwaren von den örtlichen Bäckereien gehören ebenso dazu wie kalte und heiße Getränke, Obst, warme Gerichte von der „Heißen Theke“, Feinkost- und Molkereiprodukte sowie Wurstspezialitäten aus der Audi Metzgerei. Um allen „Audianern“ eine optimale Verpflegung anbieten zu können, touren zusätzlich drei Snackmobile an beiden Standorten durch die Werke.

Ob beim Catering auf weltweiten Messen, der Jahrespresse-Konferenz, der DTM und bei vielen anderen Veranstaltungen – das Eventcatering Team der Audi Gastronomie als kulinarischer Botschafter bayerischer und schwäbischer Lebensart ist immer mit dabei. Die DLG-Prämierte Spitzenqualität der Audi Metzgerei darf sowohl bei regionalen Veranstaltungen als auch bei weltweiten Events nicht fehlen.

Ein hoher Stellenwert genießt auch die Ausbildung in der Branche bei Audi. Leiter Helmut Bayerlein: „Derzeit bilden wir Systemgastronomen, Restaurantfachleute und Köche aus.“ Als schöne Bestätigung aller Anstrengungen fahren die Auszubildenden auf regionalen und nationalen Wettbewerben permanent vordere Plätze ein.



AUDI AG Gastronomie

85045 Ingolstadt
Fon 0841/89-323 00
Fax 0841/89-325 19
helmut.bayerlein@audi.de
www.audi.de

Leiter: Helmut Bayerlein

Mitarbeiter: 288

Gründung: 1985



Vielfalt unter einem Dach

„Willkommen in der Vielfalt“ – unter diesem Motto präsentiert die Bayer Gastronomie GmbH den Mitarbeitern, Kunden und Gästen des Bayer Konzerns attraktive gastronomische Angebote.

Die heute 100-prozentige Tochtergesellschaft des Bayer Konzerns, 1902 als „Arbeiter Speisenanstalt“ für die damaligen Farbenfabriken Bayer gegründet, hat ihre gastronomischen Kompetenzen zielstrebig auf die Bereiche Hospitality sowie Sport & Kultur ausgedehnt. Und so sind unter der Dachmarke Bayer Gastronomie aktuell sechs Einzelmarken zu einem Markenkonzzept zusammengefasst: Kasino, Weinkeller, Kantina, Seminar- und Freizeithotel Große Ledder, Restaurant Kulisse sowie der Cateringservice delicio. Jede einzelne Marke steht mit vielfältigen Leistungen und einem eigenen Logo für die jeweils gebotenen Werte. Das Gesamtportfolio erlaubt es, zukunftsorientiert auf wechselnde Kundenwünsche zu reagieren. Zudem stehen neben der Gemeinschaftsgastronomie alle Segmente mit ihren Angeboten und Dienstleistungen der Öffentlichkeit zur Verfügung. Auch der Catering-Service delicio bedient öffentliche Veranstaltungen ebenso wie private Feiern mit erlesenen Speisen und professionellem Service.

Ein weiterer Anziehungspunkt für Gäste aus nah und fern sind die Gastronomie-Konzepte in der Leverkusener BayArena. Das Fußballstadion hat sich längst als gefragte, ganzjährig nutzbare Event-Location etabliert.

Bayer Gastronomie

Willkommen in der Vielfalt



Top-Services und Kundenorientierung

Trotz dieser Entwicklung bleibt die Bayer Gastronomie ihren Wurzeln treu. Seit 2015 sind alle Mitarbeiterrestaurants ECARF zertifiziert. Das Konzept Kantina vital unterstützt die Gäste der Mitarbeiterrestaurants dabei, sich auch im Job bewusst und ausgewogen zu ernähren. Dafür wurde eine eigene Angebotslinie mit täglich wechselnden Gerichten entwickelt, die maximal zwischen 500 und 700 Kilokalorien enthalten.

Service, Freundlichkeit und Kundenorientierung sind das Maß aller Dinge für die rund 700 gut ausgebildeten Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Nach dem Motto „Der Kunde ist König“ spürt das motivierte Team neue Trends auf, ohne Altbewährtes aus den Augen zu verlieren. Neben der Vorliebe für gutes Essen teilen alle die Liebe zu Perfektion und kreativem Schaffen, zu Innovation und zum Gast. Damit das auch in Zukunft so bleibt, wirkt die Bayer Gastronomie bundesweit als einer der größten Ausbildungsbetriebe von Nordrhein-Westfalen, um die Qualifikation der Nachwuchskräfte in allen fünf gastgewerblichen und drei weiteren Ausbildungsberufen zu sichern.

Die Verbindung von Tradition und Moderne bleibt das Ziel für gelebte Gastlichkeit und zufriedene Kunden.

Bayer Gastronomie GmbH

Kaiser-Wilhelm-Allee 3
51373 Leverkusen
Fon 0214/3025225
Fax 0214/3055079
sascha.witt@bayer.com
www.gastronomie.bayer.de

Geschäftsführer: Sascha Witt

Mitarbeiter: 700

Gründung: 1902

Seit 1912 im Dienste der Gäste

Als 1912 die Betriebsgastronomie im Unternehmen der Beiersdorf AG eröffnet wurde, war die Einführung der ersten Kantine weniger als Sozialleistung gedacht, sondern erwünschtes Resultat einer unternehmerischen Maßnahme: Dr. Oscar Tropelowitz, von 1890 bis 1918 Inhaber der Beiersdorf AG, wollte es bei dem aufblühenden Geschäft nicht weiter hinnehmen, dass der Betrieb durch eine zweistündige Mittagspause ständig unterbrochen wurde. Schließlich konnte von 12 bis 14 Uhr kein Kunde die Fa. Beiersdorf & Co. erreichen, da alle Mitarbeiter zum Essen nach Hause gingen.

Eine zweite Kantine kam im Jahre 1937 dazu. Im Laufe der Jahre erhöhte sich ihre Zahl auf sechs. Längst werden auch externe Kunden und die Kinder des Beiersdorf eigenen Betriebskindergartens, natürlich altersgerecht, versorgt.

Wie vom ersten Tag an wird noch heute allen Gästen im Betriebsrestaurant das Essen am Tisch in der so genannten Service-Linie serviert. Es gibt täglich ein abwechslungsreiches Menü in hoher Qualität. So werden zum Beispiel Saucen, Desserts und Dressings selbst hergestellt. Der Conveniencegrad der Produkte ist auf ein notwendiges Maß reduziert.

Service ganz groß

Außerdem können sich die Gäste an der so genannten Büfett-Linie mit ihrem umfangreichen Angebot selbst bedienen. Hier stehen täglich mehr als sechs frische sowie drei Feinkostsalate, verschiedene Toppings, warme, fleischlose Menüs, Suppen und mindestens je drei Dressings und Desserts zur Auswahl. Täglich werden rund 2.200 Gäste bewirtet. Die hohe Essenbeteiligung, mehr als 75 Prozent der Belegschaft versorgt sich hier, spricht eine eindeutige Sprache.

Am Hamburger Standort ist Beiersdorf Catering neben der klassischen Mitarbeiterverpflegung gleichzeitig für alle internen und externen Events, die Versorgung der Konferenzzentren und der Hörsäle zuständig. Das Piazza- und Coffee-Shop-Konzept wird von unseren Gästen als beliebter Treffpunkt geschätzt.

Zudem tritt Beiersdorf Catering weltweit als Berater der Tochtergesellschaften zu allen Cateringthemen auf und verhandelt mit den möglichen Betreibern von gastronomischen Einrichtungen. Jedes Jahr werden bis zu drei Köche ausgebildet. Ebenso stark ist das Engagement im Bereich Aus- und Weiterbildung.



Beiersdorf Catering & Eventmanagement

Unnastraße 48
20245 Hamburg
Fon 040/49 09 29 39
Fax 040/49 09 48 47
johannes.heiss@beiersdorf.com
www.beiersdorf.com

Leiter Catering und Event Management:
Johannes Heiss

Mitarbeiter: 60

Betriebe: 7

Gründung: 1912

Brose Gastronomie GmbH

2012 – Zehn Jahre Brose Betriebsgastronomie

Die Verpflegung der Mitarbeiter ist ein wichtiger Bestandteil der „Neuen Brose Arbeitswelt“. Dieses innovative System aus flexiblem Bürokonzept mit variablen Arbeitszeiten, ergebnisorientierter Vergütung sowie vorbildlichen Sozialleistungen wurde von dem Familienunternehmen 2001 eingeführt. Im Jahr 2002 erfolgte die Gründung der Brose Betriebsgastronomie GmbH (BGG). Die Tochtergesellschaft der Fa. Brose Fahrzeugteile GmbH & Co. KG löste einen externen Caterer ab.

Bereits 2003 wurde ein Bistro im Werk 1 Coburg eröffnet und ein modernes Warenwirtschaftssystem eingeführt. Im Jahre 2004 erfolgte der Umbau der Kantine Coburg, 2005 die Eröffnung des Betriebsrestaurants Wuppertal, 2007 kam eine externe Schul- und Kindergartenverpflegung hinzu. Seit 2009 gehört auch ein Betriebsrestaurant in Würzburg zur BGG.

Frische, Freundlichkeit und Transparenz

Hohe Qualität und ein reichhaltiges Angebot an Speisen und Getränken sind seitdem das Markenzeichen der BGG. Erfolgsgarant ist ein motiviertes Team in Küche und Service rund um Machiel de Schutter; der Geschäftsführer kann auf vielfältige Erfahrungen in der Gastronomie zurückgreifen.

„Transparenz ist ein bedeutender Wert der Brose Gruppe, deshalb zeigen wir gerne, wie bei uns gekocht wird“, erklärt de Schutter. So haben die Gäste im Betriebsrestaurant Standort Coburg, das täglich 500 Essen ausgibt, dank offener Küche direkten Einblick in die Zubereitung der Speisen. Die Köche wiederum sehen ihre Gäste beim Front Cooking an der Theke – das schafft Vertrauen. Am Standort Coburg gibt es neben dem Betriebsrestaurant mit Außengastronomie noch ein modernes Bistro für 250 Essen, dessen Küche auch das Gästecasino mitversorgt.

Die Betriebsgastronomie ist für ihre Gäste von 7 bis 19 Uhr da – dabei fängt der Tag bereits gesund an: Zum reichhaltigen Frühstücksbuffet gehören frisch gepresste Säfte, Müsli und Obstsalat. Täglich gibt es neben drei Hauptgerichten mit individuell kombinierbaren Beilagen auch Suppen, Salatbuffet und Desserts. Besonderes Augenmerk wird auf die ausgewogene, frische und qualitativ hochwertige Speiseplangestaltung gelegt. Mit Kennzeichnung von Fettpunkten, Vitalgerichten und Zusatzstoffen unterstützt die Gastronomie die betriebliche Gesundheitsförderung bei Brose.

Die BGG betreut gleichzeitig ausländische Standorte der Gruppe in Tschechien, Mexiko, Brasilien und China. Von dieser Internationalität profitieren übrigens auch die Gäste der Coburger Gastronomie, etwa wenn Köche aus dem chinesischen Brose Werk Changchun während „China-Spezialitäten-Wochen“, asiatische Gerichte am Front-Cooking-Buffer zu bereiten.

Für den Erfolg der BGG ist aber nicht nur der gute Geschmack der Speisen und damit die hohe Akzeptanz bei den Mitarbeitern ausschlaggebend. Gutes Catering zeichnet sich dadurch aus, dass die gesunde Ernährung in einem ausgewogenen Preis- Leistungsverhältnis steht. Die BGG stellt sich deshalb dem Wettbewerb und bietet ihren Service auch für Schulen und Kindertagesstätten, Eventcatering sowie Privat- und Businessveranstaltungen an.



Brose Gastronomie GmbH

Bamberger Straße 44
96450 Coburg
Fon 09561/21 21-0
Fax 09561/21 2446
gastronomie.coburg@brose.com

Geschäftsführer: Machiel de Schutter

Mitarbeiter: 55

Gründung: 2002

Qualität, Flexibilität und Full Service

Orange+ ist die Betriebsgastronomie der Berliner Stadtreinigung (BSR). Gegründet vor mehr als 50 Jahren ist es bis heute die Hauptaufgabe von Orange+, die Beschäftigten der BSR zu versorgen – das Personal aus der Verwaltung ebenso wie die Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen von Straßenreinigung, Müllabfuhr, Werkstatt und Anlagenbetrieb. Diesen jahrzehntelangen Erfahrungsschatz verbindet Orange+ stets mit neuen Erkenntnissen in puncto Auswahl, Zubereitung, Qualität und Organisation. Perfekte Logistik gehört ebenso dazu wie modernste Küchenausstattungen und die Zusammenarbeit mit anderen Bereichen des Unternehmens wie dem betriebsärztlichen Dienst und der Gesundheitsberatung. Geprüfte Zertifikate der DIN ISO 9001 und DIN ISO 14001 bestätigen das. Zudem sind die 85 Mitarbeiter gut ausgebildet und hoch motiviert, ein Grundstein für ihre hervorragenden Leistungen.

Die Entwicklung zu einem modernen Dienstleister innerhalb des Unternehmens ruht auf drei Unternehmenssäulen: Neben Orange+ Cantina steht den internen und externen Kunden mit Orange+ Zentrale Produktion auch ein modernes Betriebsgastronomie-Konzept zur Verfügung während Orange+ Catering professionellen Full-Service-Leistungen vornehmlich für BSR-eigene Veranstaltungen bietet.

Gutes Essen, schneller Service, faire Preise

An neun Standorten in Berlin versorgen die Orange+-Mitarbeiterinnen und -Mitarbeiter neben ihrem Stammpublikum gern jeden, der sich hier wohl fühlt mit Frühstück und Mittagessen. Zwischen drei und fünf Menülinien gibt es jeden Tag in freier Komponentenauswahl und individuell portioniert. Und alle wissen, was sie in den Betriebsrestaurants erwarten dürfen: gutes Essen, freie Plätze, schneller Service, faire Preise.

Die zentrale Produktion von Orange+ hat ein Lieferpotenzial bis zu 1.000 Essen pro Tag. Arbeitet ein Unternehmen mit Orange+ zusammen, muss es sich um die Verpflegung seiner Beschäftigten am Arbeitsplatz keine Sorgen machen. Das bedeutet für die Kunden gleichzeitig weniger Platz-, Equipment und Personalbedarf, geringe Investitionskosten sowie Personal- und Kosteneinsparungen. Die Speisen bedürfen nur einer kurzen Zubereitungszeit. Die flexible Essensausgabe und die Frische der Produkte, kundenspezifische Menülinien sowie die Einführungsschulung und Betreuung durch Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter von Orange+ sichern eine effiziente und hochwertige Versorgung der Gäste.

Damit all das auch in Zukunft so bleibt bildet Orange+ selbst Fachkräfte im Gastgewerbe aus, drei bis vier Auszubildende pro Jahrgang. Die besten von ihnen erhalten Anschlussverträge. Zahlreiche Preise bei Jugendwettbewerben und -meisterschaften belegen die Qualität der Ausbildung.



Orange+ Betriebsgastronomie der Berliner Stadtreinigung

Ringbahnstraße 96
12103 Berlin
Fon 030/7592-2295
Fax 030/7592-2811
daniel.indlekofer@bsr.de
www.bsr.de

Abteilungsleiter
Betriebsgastronomie: Daniel Indlekofer

Mitarbeiter: 85

Gründung: 1958



Wir treffen uns ...

DB Gastronomie GmbH

Weilburger Straße 28
60326 Frankfurt am Main
Fon 069/26 52 40 00
Fax 069/26 52 40 99
info@dbgastronomie.de

Ansprechpartner: Werner Lenk

Mitarbeiter: 600

Gründung: 1996

Moderne Betriebsgastronomie bei der Deutschen Bahn

Seit über zwei Jahrzehnten steht die DB Gastronomie GmbH für moderne und erfolgreiche Gemeinschaftsverpflegung im Deutsche-Bahn-Konzern. In den rund 100 Casinos im gesamten Bundesgebiet werden täglich rund 25.000 Essen frisch gekocht und verzehrt, jährlich insgesamt mehr als sechs Millionen Portionen. Die Zentrale der DB Gastronomie hat ihren Sitz in den historischen Adlerwerken in Frankfurt am Main. Zusätzlich steuern Niederlassungen in München, Leipzig und Köln das Tagesgeschäft vor Ort.

Neben einem saisonal ausgerichteten Speiseplan sorgen drei Jahresaktionen zu unterschiedlichen Themen für Abwechslung. Das können kulinarische Reisen in ferne Länder sein, aber auch vegetarische Spezialitäten, Aktionen zu sportlichen Großereignissen oder Gerichte rund um saisonale Produktgruppen wie Fisch oder Kartoffeln.

Fit im Job

Rund ein Drittel der Casinos wurden von der Deutschen Gesellschaft für Ernährung (DGE) mit dem Label „JOB & FIT“ zertifiziert. Auf diesem Weg können sich die Bahnmitarbeiter sowohl in der Zwischenverpflegung als auch beim Mittagessen ausgewogen und schmackhaft ernähren. In den Speiseplänen zeigt ein Ampelsystem mit grünen, gelben und roten Punkten allen Gästen den Energiegehalt eines Gerichts an, ohne dass sie dessen Kalorien zählen müssen. Das eigens von der DB Gastronomie entwickelte Signet eines Blattes in einem Wassertropfen weist auf Speisen aus nachhaltigen Zutaten.

Vor, während und nach der Arbeit treffen sich die „Bahner“ in ihrem Casino nicht nur zum Mittagessen, sondern auch zum gemeinsamen Frühstück in einer ruhigen Sitzcke oder zu Events wie Comedy-Abenden, Live-Konzerten und Partys nach Feierabend. Damit sind die Mitarbeiterrestaurants für die Gäste nicht allein ihr „Eating Point“, sondern auch „Meeting-Point“. Und sie bieten noch mehr: Neben der Gemeinschaftsverpflegung decken sie den gesamten Konferenz- und Cateringbereich des Bahn-Konzerns ab: Ganz gleich, ob Getränke und Snacks für Besprechungen oder die gastronomische Gestaltung von besonderen Anlässen, Feiern und Events bis hin zum Gala-Büffet für mehrere hundert Personen gewünscht werden. Zudem managt die DB Gastronomie die Versorgung mit Frischwasserspendern, Kaffeespezialitätenmaschinen und Vending Automaten.

Hohe Ausbildungsquote

Ein entscheidender Faktor für den langfristigen Erfolg ist das Personal. Und so investiert das Unternehmen seit Jahren in die Fort- und Weiterbildung der Mitarbeiter sowie in die Ausbildung von Berufsnachwuchs. Die Ausbildungsquote der anerkannten Ausbildungsberufe Industriekaufmann/-frau, Fachmann/-frau für Systemgastronomie, Koch/Köchin, Restaurantfachkraft und Fachkraft im Gastgewerbe liegt bezogen auf die rund 600 Mitarbeiter der DB Gastronomie bei rund zehn Prozent.

DBS Projektsteuerung GmbH

Gemeinschaftsgastronomie seit 1993

DBS als Systemhaus für die Gemeinschaftsgastronomie betreibt eigene Betriebsrestaurants, bietet Lösungen zu bargeldlosen Zahlssystemen, ist Dienstleister im Automatenoperating und Fachhändler der Automatenhersteller N&W und Sielaff. Neben dem Vertrieb von modernen Verpflegungsautomaten bietet die DBS auch den gesamten technischen Support, um die Betriebsbereitschaft der Geräte zu gewährleisten.

Qualität für zufriedene Gäste

Mit 184 Mitarbeitern und einem Jahresumsatz in Höhe von 15 Mio. Euro€ steht zu jeder Zeit der Qualitätsgedanke und die Zufriedenheit der Gäste im Vordergrund. Nachfrageorientierte Artikel in den 1.800 Automaten sowie ein umfangreiches Angebot an frischen Menüs im Betriebsrestaurant stehen ganz oben auf der Liste des zu erfüllenden Anspruchs. Nach der ISO 9001:2008 Zertifizierung hat sich DBS nun auch für die Herstellung von ökologischen und biologischen Produkten in Hannover zertifizieren lassen.

Jedes Jahr bekommen motivierte Jugendliche die Chance zur Berufsausbildung: Seit 2003 ist die DBS Ausbildungsbetrieb für folgende Berufe:

- Fachmann/frau für Systemgastronomie
- Kaufmann/frau für Bürokommunikation
- Koch/Köchin
- Fachlagerist/in
- Automatenfachmann/frau



DBS Projektsteuerung GmbH

Buchholzer Straße 100
30655 Hannover
Fon 0511/7 90 47 900
Fax 0511/90 47 90 13
info@dbs-projekt.de
www.dbs-projekt.de

Geschäftsführer: Peter Rakebrandt
Reto Kanngießer

Mitarbeiter: 184

Gründung: 1993



Essen ist ein Stück Lebensqualität

Seit der Gründung im Jahr 1994 hat sich Dorfner Catering als anerkannter Anbieter in der Gemeinschaftsverpflegung etabliert, der seine Maxime „Essen ist ein Stück Lebensqualität“ in Kliniken, Seniorenheimen und Betriebsrestaurants sowie in der Kindergarten- und Schulverpflegung umsetzt. Mit Know-how und langjähriger Erfahrung stellt sich das Unternehmen dabei im steten, persönlichen Austausch mit seinen Kunden auf individuelle Anforderungen ein. Inzwischen betreut Dorfner mit aktuell 580 Mitarbeitern rund 80 Betriebe in ganz Deutschland. Sie kochen täglich für insgesamt mehr als 30.000 Tischgäste.

Die erfolgreiche Entwicklung verdankt Dorfner nicht zuletzt hohen Qualitätsstandards, die unternehmensweit umgesetzt werden. So ist der Dienstleister nach der Qualitätsnorm DIN EN ISO 9001 zertifiziert. Von Dorfner bewirtschaftete Küchen führen das von der Gütegemeinschaft Ernährungs-Kompetenz e. V. vergebene RAL-Gütezeichen „Kompetenz richtig Essen/ Speisenvielfalt und Diäten“. Um die Umsetzung der Qualitäts- und Hygienestandards kümmert sich eine interne Hygienestabstelle. Mit DOQUM ist ein computergestütztes Qualitätssicherungs- und Objektmanagementsystem im Einsatz, das die Speisequalität messbar macht und die Leistungen auf dem vereinbarten Qualitätsniveau sicherstellt.

Ja zur Berufsausbildung

Dorfner versteht sich ausdrücklich als Qualitätsdienstleister in der Gemeinschaftsverpflegung. Dazu gehört auch die Förderung des eigenen Berufsnachwuchses. Laut Frank Raufer, Geschäftsleiter von Dorfner Catering, sind „hervorragend ausgebildete Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zwingend nötig, um unseren Kunden eine konsequent hohe Qualität zu bieten. Für uns ist es eine Selbstverständlichkeit, die Berufsausbildung in der Gemeinschaftsgastronomie uneingeschränkt zu unterstützen und im eigenen Haus umzusetzen.“

Der Caterer bildet Köchinnen und Köche sowie Fachkräfte für Systemgastronomie aus. Im Rahmen vielfältiger Seminare, die in der hauseigenen Hans-Dorfner-Akademie angeboten werden, haben alle Mitarbeiter je nach Anforderungen und Interessen zudem die Möglichkeit, sich kontinuierlich fachlich weiterzubilden.

Dorfner menü Catering-Service + Organisations GmbH & Co. KG

Willstätterstraße 73
90449 Nürnberg
Fon 0911/6802-250
Fax 0911/6802-255
menue@dorfner-gruppe.de
www.dorfner-gruppe.de

Geschäftsleiter: Frank Raufer

Mitarbeiter: 580

Gründung: 1994



Kundenindividuelle Dienstleistungspakete

Mit 63.300 Mitarbeitern in 16 Ländern bietet die Dussmann Gruppe unter dem Markennamen Dussmann Service alle Dienstleistungen aus einer Hand rund um das Gebäude an: Gebäudetechnik, Catering, Sicherheits- und Empfangsdienste, Gebäudereinigung, Kaufmännisches Management und Energiemanagement. Der zweitgrößte Geschäftsbereich Kursana sorgt für die Betreuung und Pflege von 13.600 Senioren in 116 Häusern in Deutschland, Österreich, der Schweiz, Estland und in Italien. Darüber hinaus betreibt die Gruppe Dussmann das Kultur-Kaufhaus in Berlin und bietet bundesweit eine betriebsnahe Kinderbetreuung in den Dussmann Kultur-Kindergärten an.

Die Gruppe erzielte im Jahr 2016 einen Gesamtumsatz von mehr als 2 Mrd. Euro. Damit ist sie weltweit einer der größten privaten Multidienstleister. Der Kunde kann sich auf sein Kerngeschäft konzentrieren. Dussmann Service erledigt alles andere. Die angebotenen mehr als 70 Einzeldienstleistungen sowie umfassende Servicepakete ermöglichen individuelle Lösungen für die spezifischen Probleme jedes Kundenunternehmens.

Catering mit Qualität

Der Anspruch an ein gelungenes Catering ist hoch: Für jeden Geschmack soll etwas dabei sein und auch außergewöhnlichen Qualitätsansprüchen genügen. „Customized-Catering“ bedeutet dabei, stets die beste, kundenspezifische Lösung bei gleichbleibend hoher Qualität umzusetzen. Durch Transparenz und Rückverfolgbarkeit der eingesetzten Lebensmittel bietet das Unternehmen ein Maximum an Sicherheit entlang der gesamten Lebensmittelkette. Dabei setzt die Sparte Catering auf vielfältige, regionale Partner, die für die beste Qualität der eingesetzten Lebensmittel stehen. Möglichst kurze Transportwege und ein saisonaler Bezug sichert die Frische der eingesetzten Rohstoffe und schont die Umwelt. Im gesamten Produktionsprozess setzt sich Dussmann aktiv für die Vermeidung von Abfall und gegen die Verschwendung von Lebensmitteln ein.

Große Potenziale: Mitarbeiter

Aktive Mitarbeiter sind dabei das größte Kapital und die wichtigste „Zutat“ in der Dussmann-Rezeptur. Die strukturierte Ausbildung der Mitarbeiter gilt als ein wesentlicher Schlüssel zum Erfolg. Auf diesem Weg bietet die Gruppe als starker Ausbildungspartner die besten Perspektiven für angehende Köche und Köchinnen, Fachkräfte im Gastgewerbe, der Systemgastronomie sowie im Restaurantfach.



Dussmann Service Deutschland GmbH

Friedrichstraße 90
10117 Berlin
Fon 030/2025-0
Fax 030/2025-2540
hotline@dussmann.de
www.dussmann.com

Spartenleiter Catering: Karsten Reischl

Mitarbeiter: 63.300

Gründung: 1963

ERGO

Klassische Betriebsgastronomie mit hohem Anspruch

Die Ergo Gourmet GmbH ist eine 100prozentige Tochter der Ergo Versicherungsgruppe AG und bietet seit 2009 im Wesentlichen gastronomische Inhouse-Dienstleistung für ihre Auftraggeber an. Aktuell werden die Ergo-Standorte Berlin, Hamburg, Düsseldorf, Köln und Mannheim betrieben. Das Konzept beinhaltet Frühstück, Mittagessen, Zwischenverpflegung und Sitzungsservice sowie die Organisation und Durchführung von Veranstaltungen und Feiern. Hier orientieren wir uns an den Bedürfnissen unserer Kunden und Auftraggeber. Die Qualitätsstandards sind hierbei: Restaurantqualität, Hotelstandard oder gehobene Restaurantqualität.

Zum Frühstück erwartet die Gäste eine Auswahl an belegten Brötchen, süßen Backwaren und herzhaften Snacks. Das Mittagsangebot ist vielfältig und abwechslungsreich, an Grill und Wok wird das Essen frisch vor dem Gast zubereitet. Neben den ausgewiesenen Nährwerten bietet eine intern gestaltete „Ampel“ eine Orientierung nach Energie- und Fettgehalt der Speisen. Das Angebot in den Kaffeebars mit Milchshakes, Kuchen und Eis rundet die Verpflegung ab.

Bundesweit gleiche Standards

Zentral gesteuert werden die Betriebe aus Düsseldorf. Hier wird auch die „Vorarbeit“ für das kulinarische Ziel der Ergo Gourmet geleistet: Sicherung der kontinuierlich hohen Qualität einer anspruchsvollen Betriebsgastronomie. Dazu werden bundesweit gültige Speisepläne, -rezepturen und Aktionswochen gestaltet sowie Preise kalkuliert. Um die Attraktivität des Angebots an den einzelnen Standorten zu erhöhen haben diese zudem die Möglichkeit, eigene regionale Besonderheiten anzubieten. Dies gelingt durch die Kombination deutschlandweit einheitlicher sowie lokaler Lieferanten, die allesamt die strengen Vorgaben in Qualität, Hygiene und Verlässlichkeit erfüllen müssen.

Die hohen Anforderungen an die Produktionsprozesse stellen hoch qualifizierte und motivierte Mitarbeiter/Innen sicher. Dies unterstützen regelmäßige Personalschulungen, die auch Themen wie Kommunikation, Gästearsprache und Teamgeist beinhalten.

Seit 2011 ist die ERGO Gourmet zertifiziert durch Service Qualität Deutschland und zeigt so auch nach außen die kontinuierliche Optimierung interner Prozesse mit dem ständigen Blick auf das Gästewohl.



ERGO Gourmet GmbH

Victoriaplatz 2
40198 Düsseldorf
Fon 0211/477-2215
Fax 0211/477-2901
info@ergo-gourmet.de
www.ergo-gourmet.de

Ansprechpartner: Norbert Sebastian
Andreas Goldbeck

Mitarbeiter: 165

Gründung: 2009

Sozial, verantwortungsbewusst und flexibel

Seit mehr als 90 Jahren unterstützt die Euler Hermes Kreditversicherung die erfolgreiche Geschäftsentwicklung von Unternehmen verschiedener Größe, Branche und Herkunft. Das Unternehmen bietet zusammen mit den Tochtergesellschaften, Euler Hermes Forderungsmanagement GmbH und Euler Hermes Risk Management GmbH, ein komplettes Dienstleistungsspektrum rund um das Forderungsmanagement.

Seit den 1950er Jahren hat das Unternehmen seinen Sitz in Hamburg. 1981 zog die Hauptverwaltung des Konzerns in ein neues, 21stöckiges Bürohochhaus im Hamburger Stadtteil Bahrenfeld um. Dort wurde auch eine Betriebskantine mit 408 Sitzplätzen sowie einem Gästekasino eingerichtet. Der Wirtschaftsbetrieb der Euler Hermes Kreditversicherung produziert hier pro Tag im Durchschnitt 1.000 Essen. Jeweils drei Menüs stehen zur Auswahl. Neben der täglichen Verpflegung der Belegschaft bieten die Mitarbeiter des Wirtschaftsbetriebes aber auch einen Volservice an. Dazu gehören Seminare, Gästeessen sowie das Catering von bis zu 30 Veranstaltungen im Jahr.

Engagiert in der Ausbildung

Pro Jahr werden zwei Mitarbeiter als Köche bzw. im Bereich Systemgastronomie ausgebildet. Dabei legt der Wirtschaftsbetrieb besonderen Wert auf Qualität und eine fachlich fundierte Anleitung der Auszubildenden. Davon profitiert das Unternehmen nicht nur selbst, es nimmt in erster Linie auch eine hohe soziale Verantwortung gegenüber den Auszubildenden wahr. Die jungen Menschen sind letztendlich immer auch eine Bereicherung für die Stammmannschaft, fördern sie doch mit ihren frischen Ideen immer auch die Kreativität der langjährigen Mitarbeiter.

Das Unternehmen gehört zur weltweit führenden Kreditversicherungsgruppe der Euler Hermes S.A. in Paris. In dieser Holding haben Allianz und AGF 2002 ihre Kreditversicherungsaktivitäten gebündelt. Die Euler Hermes S.A. und mit ihr ihre größte Gruppengesellschaft, die Euler Hermes Kreditversicherung, ist Mitglied des Allianz Konzerns.



Euler Hermes

Friedensallee 254
22763 Hamburg
Fon 040/88 34-0
Fax 040/88 34-77 44
info.de@eulerhermes.com
www.eulerhermes.com

Ansprechpartner Wirtschaftsbetriebe:

Christian Lunau

Mitarbeiter: 30

Gründung: 1917

Evonik Catering Services GmbH, Marl

Reife Leistung, breites Spektrum

Die Evonik Catering Services GmbH ist das gastronomische Dienstleistungsunternehmen der Evonik Industries AG. Mit rund 360 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern sowie einem Jahresumsatz von ca. 40 Mio. Euro ist die Tochtergesellschaft der zentrale Ansprechpartner von Evonik, wenn es um das leibliche Wohl von Mitarbeitern und Gästen geht.

Das Unternehmen betreibt für Evonik und andere Firmen mehrere Mitarbeiterrestaurants für mehr als 30.000 Beschäftigte. Zahlreiche Automatenstationen, ein Frühstücksmobil, Konferenzservices und der Lieferservice „coffee & more“ zählen ebenfalls zum Leistungsspektrum.

Ein weiterer Schwerpunkt sind die beiden Tagungshäuser „Feierabendhaus“ und „Haus Bredenscheid“. Das „Feierabendhaus“ in Marl steht für eine hochwertige Gastronomie. Da es zudem über zwölf Tagungsräume für vier bis 250 Personen, ein Auditorium sowie 41 moderne Hotelzimmern verfügt, bietet es ausgezeichnete Voraussetzungen für erfolgreiche Tagungen und Seminare. Als idealer Tagungsort für kleinere Gruppen empfiehlt sich „Haus Bredenscheid“ in Hattingen mit 27 Zimmern und zwei Tagungsräumen.

Engagement in der Aus- und Weiterbildung

Für ihre qualifizierte und moderne Ausbildung ist die Evonik Catering Services GmbH bereits als „TOP-Ausbilder“ ausgezeichnet worden. Im Mittelpunkt steht die Vermittlung von Kenntnissen und Fertigkeiten, aber auch die Förderung der persönlichen Entwicklung von Auszubildenden.



Evonik Catering Services GmbH

Lipper Weg 201

45772 Marl

Fon 02365/49-6441 oder 02365/69668-0

Fax 02365/69668-100

info@huels-service.de, andreas.vossmoeller@evonik.com

www.huels-service.de, www.feierabendhaus-marl.de,

www.haus-bredenscheid.de

Leiter Betriebsgastronomie: Andreas Voßmüller

Mitarbeiter: 360

Gründung: 1995

Gusto Gourmet GmbH Carl Zeiss Gruppe

Flexibel in die Zukunft

Die Gusto Gourmet GmbH ist eine 100-prozentige Tochtergesellschaft der Carl Zeiss Gruppe mit Sitz in Oberkochen sowie Betriebsteilen im Südwerk, in Aalen und Göttingen. An diesen vier Zeiss-Standorten managt Gusto Gourmet die Betriebsverpflegung und bereitet mit etwa 75 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern täglich zwischen 3.500 und 4.000 Essen zu.

Ein neues Angebot kommt bei den Gästen besonders gut an: Seit Januar 2015 bereitet Gusto Gourmet in seinen Betriebsrestaurants unter dem Motto: „Fital bei Zeiss“ kalorienreduzierte und leichte Gerichte zu. Außerdem legt Gusto Gourmet großen Wert auf regionale sowie saisonale Produkte.

Starke Sparte Eventcatering

Seit der Ausgründung im Jahre 2001 wächst der Umsatz der GmbH jedes Jahr. Anton Schmidt führt das zuerst auf die sehr gute Entwicklung im Bereich Eventcatering zurück. Durch die langjährige Erfahrung vieler Mitarbeiter in diesem Bereich können mittlerweile Events für bis zu 6.000 Gäste durchgeführt werden. Je nach Etat und Bedürfnis lassen sich dabei Produkte und Serviceleistungen wie Bausteine kombinieren. Gusto kümmert sich nicht nur um Speisen und Getränke, sondern sorgt mit seinem professionellen Service-Team, kreativen Dekorationen und einer umsichtigen Organisation für den Erfolg jeder Veranstaltung, ganz gleich, ob es sich um ein großes Jubiläum, ein Messe- oder Firmenevent handelt.

Einen hohen Stellenwert erfährt die Ausbildung des Berufsnachwuchses, denn, so Anton Schmidt „der klassisch ausgebildete Koch bleibt in der Regel der Gemeinschaftsgastronomie nicht sehr lange erhalten. Wir bilden aus, um den eigenen Bedarf an qualifizierten Fachkräften auch in Zukunft decken zu können.“



Gusto Gourmet GmbH Carl Zeiss Gruppe

Carl-Zeiss-Straße 22
73447 Oberkochen
Fon 07364/20-28 31
Fax 07364/20-83 69
anton.schmidt@zeiss.de
www.gusto-gourmet.de

Leiter Betriebsgastronomie: Anton Schmidt

Mitarbeiter: 75

Gründung: 2001

Heidelberg Catering Services

Catering mit Leidenschaft

Die Heidelberg Catering Services GmbH, eine 100-prozentige Tochtergesellschaft der Heidelberger Druckmaschinen AG, entstand am 1. Juni 2004 als Ausgründung von jenen Unternehmensteilen, die mit der Bewirtung von Gästen und Mitarbeitern beschäftigt waren. Alle diese Bereiche wurden unter einer gemeinsamen Leitung zusammengeführt, so dass die Expertise der GmbH im Bereich Mitarbeiterverpflegung und Gästebewirtung bereits mehr als 50 Jahre zurück reicht.

Das Unternehmen verfolgt konsequent Prinzipien der Nachhaltigkeit, strengster Hygiene und höchster Produktqualität. Schlanke Strukturen und optimierte Prozesse sowie eine gewachsene Belegschaft von rund 50 Mitarbeitern versetzen es in die Lage, schnell, flexibel und kostenbewusst auf die Servicewünsche der Kunden einzugehen.

Dank langjähriger Erfahrung und eine Fokussierung auf die Metropolregion Rhein-Neckar empfiehlt sich der Caterer zudem als kompetenter Ansprechpartner für die gastronomische Betreuung von Events jeder Art.

Von Fingerfood bis Feinschmeckermenü

Den Kunden und ihren Gästen wird für ihre geschäftlichen oder privaten Events ein Rundum-Service geboten, das keine Wünsche offen lässt: Das Spektrum reicht von Partyservice über Outdoor Grill Catering bis zum festlichen Hochzeitsbankett im stilvollen Ambiente.

Die Services sind modulartig aufgebaut und flexibel zu buchen. Neben der kulinarischen Versorgung übernimmt das Unternehmen auch unterstützende Aufgaben wie Auf- und Abbau, Transport oder Spülservice. Auf Wunsch werden zusätzliche Ausstattungen wie Partyzelte, Bestuhlung oder die passende Beleuchtung organisiert.

Basis für die kreativen Konzepte sind Vorstellungen der Kunden. Die Beratung erfolgt mit frischen Ideen und kulinarischem Fachverstand. Umgesetzt werden die Aufträge letztendlich mit hochwertigen Zutaten durch qualifizierte Mitarbeiter, die ihr Handwerk verstehen. Eingespielte Teams – auch bei Dienstleistungspartnern – stellen sicher, dass alles rund läuft.

Der sich stetig verändernden Arbeitswelt stellt sich die Heidelberg Catering Services GmbH mit der umfassenden Ausbildung junger Fachkräfte sowie der konsequent geförderten Weiterbildung seiner Mitarbeiter.

Heidelberg Catering Services

Gutenbergring 19
69168 Wiesloch
Fon 06222/82 50 54
Fax 06222/82 25 49
HCS-Kontakt@heidelberg.com
www.heidelberg-catering-services.de

Geschäftsführer: Tobias Hechler

Mitarbeiter: 50

Gründung: 2004

Im Visier: Höchste Kundenzufriedenheit

Am Henkel-Standort Düsseldorf versorgt die Betriebsgastronomie in fünf hochmodernen Betriebsrestaurants Kunden und Gäste mit einem differenzierten Angebot an Speisen und Getränken – praktisch rund um die Uhr. Pro Jahr werden mehr als 1,2 Millionen Gerichte von Henkel-Mitarbeitern, aber auch von externen Kunden verspeist. Die Speisen- und Getränkeauswahl ist auf das gesundheitliche Wohlbefinden der Gäste ausgerichtet und berücksichtigt Empfehlungen wissenschaftlicher Organisationen wie der Deutschen Gesellschaft für Ernährung (DGE). Die Information der Gäste wird durch ein umfangreiches Kennzeichnungssystem abgerundet. Neben den Pflichtangaben der Zusatzstoffe werden ebenfalls die Allergene, Nährwerte und ein Ampelsystem gekennzeichnet. Verarbeitet werden ausschließlich hochwertige Lebensmittel.

Markt und Entwicklung

Die Dienstleistungen der Betriebsgastronomie nehmen neben der gesamten Henkel-Belegschaft auch eine Reihe externer Firmen in Anspruch. Das Kundenpotential liegt bei 9.000 Personen, die Essenbeteiligungsrate liegt bei 70 Prozent. Diese außergewöhnliche Akzeptanz ist das Signal für nachhaltige gute Qualität und ein nach wie vor ausgeglichenes Preisniveau. Als Mitglied des Deutschen Instituts für Gemeinschaftsverpflegung sind die Wirtschaftsbetriebe nicht nur nach deren Richtlinien zertifiziert, sondern auch nach den Normen DIN EN ISO 9001 und 14001.

Im Bereich der Betriebsgastronomie bildet das Unternehmen verschiedene, spezifische Berufe aus: Systemgastronomen, Koch/Köchin, Konditoren und Restaurantfachleute. Jungen Menschen eine berufliche Perspektive zu geben ist heute bedeutender denn je. Für Henkel ist diese Ausbildungsarbeit eine wichtige gesellschaftliche Aufgabe, der man sich verpflichtet fühlt.



Henkel AG & Co. KGaA Betriebsgastronomie

Henkelstraße 76
40589 Düsseldorf
Fon 0211/797-7234
Fax 0211/798-15375
francis.finn@henkel.com
www.henkel.de

Leiter Betriebsgastronomie: Francis Finn

Mitarbeiter: 49, davon 44,96 FTE

Gründung: 1902



Katerine®

Gute Küche für Privatschulen und Internate

Als erstes Gastronomie-Unternehmen konzentriert sich die Katerine GmbH bereits seit 1997 ausschließlich auf den Internats- und Bildungsbereich. Damals plante eine Internatsschule eine Küche „der anderen Art“. Die Vision bestand in einer Art „Self Service Restaurant“, in dem sich jeder Internatsbewohner fühlt, als säße er zu Hause bei der Familie am Tisch. Die Speisen sollten auf dem Herd zur Portionierung bereitstehen. Danach wurden in der Internatsküche zu den verschiedensten Mahlzeiten frische Produkte hergestellt und sofort serviert. Damit war die Philosophie der Katerine geboren.

Die Kompetenz und Erfahrung, die das Unternehmen seither sowohl in der Organisation von Schulküchen als auch im pädagogischen Umgang mit den Schülern gewonnen hat, unterscheidet Katerine gravierend vom klassischen Cateringunternehmen. Wir kennen die Bedürfnisse unserer Gäste, weil wir sie gern verstehen.

Moderne Schulküche verbindet Tradition mit Zukunft

Katerine bedeutet die Besinnung auf traditionelle Werte der Tischkultur sowie auf saisonale und heimische Lebensmittel und vor allem auf das klassische „Küchen-ABC“. Unsere Küche ist frisch und abwechslungsreich und vereint auf hohem Niveau die Vorzüge und die gesunden Aspekte internationaler Esskultur. Katerine macht Esskultur erfahrbar und zieht Schüler aktiv in die Schulküche mit ein. Spezielle Workshops wie die Kochgilde oder Möglichkeiten zur Pflege eines Kräutergartens ergänzen das Programm. Der enge Kontakt zwischen Koch und Schülern schafft auf diese Weise einen zusätzlichen erzieherischen Wert.

Viel Wert wird auf gut ausgebildetes Personal gelegt: Im Einsatz sind insgesamt 65 Köche und Köchinnen, Fachkräfte im Gastronomiegewerbe und für Systemgastronomie sowie Auszubildende zur Köchin / Koch. Bei Katerine ist Erfolg Teamsache. Das eröffnet den Mitarbeitern persönliche Perspektiven, so dass sie gemeinsam neue Perspektiven für das Unternehmen entwickeln können. Dazu gehören kontinuierliche Weiterbildungen und Förderprogramme ebenso wie ein vertrauensvolles Verhältnis zueinander, ein offener, fairer und freundlicher Umgangston sowie gegenseitiger Respekt.

Wissenschaftliche Studien haben längst den Zusammenhang zwischen gesunder Ernährung und Aufnahmebereitschaft beim Lernen bewiesen. Und eine moderne, zeitgemäße Ernährung muss nicht teurer sein als alles bisher Gewohnte, im Gegenteil: Am Ende steigert ein optimiertes Küchenmanagement nicht nur das Image sondern verbessert auch durchaus die wirtschaftliche Situation. Und ganz nebenbei bringt ein Umdenken allen Beteiligten auch mehr Spaß.

In der Küche stecken viele Potentiale für eine Schule – es kommt eben darauf an, wie man es macht.



Katerine GmbH

Detmolder Straße 204
33100 Paderborn
Fon 05251/41780-20
Fax 05251/41780-29
karl.vialon@katerine.de
www.katerine.de

Geschäftsführer: Karl Vialon

Mitarbeiter: 65

Gründung: 1997

Full Service in Catering, Speisenversorgung und Vending

Als Tochterunternehmen der Dienstleistungsgruppe Lattermann & Geiger ist die KDS Catering GmbH ihren Kunden bundesweit ein zuverlässiger Partner für alle Leistungen rund um Catering, Speisenversorgung und Vending. Beide Zentralküchen, sowohl die Großküche Kühn GmbH in Bad Segeberg als auch die Menü-Service-Allgäu GmbH in Sonthofen, bieten individuelle Verpflegungskonzepte für die Bereiche Gesundheits- und Sozialwesen, Betriebsgastronomie, Schulverpflegung sowie Eventcatering. Die eigens kreierte Marke COFFEE friends bietet zudem passgenaue Cafeteria-Lösungen für Bildungseinrichtungen, Gesundheits- und Gewerbeimmobilien. Die Tochterfirma Weber Automaten vervollständigt das KDS-Portfolio um den Bereich der Automatenverpflegung.

Gesund genießen mit dem Besten der Region

Durch die gemeinsame Zielsetzung, die Verwendung regionaler Produkte zu steigern und damit auch die regionale Wertschöpfung zu erhöhen, stellt das Projekt VitalZunge den optimalen Partner für den Menü-Service-Allgäu dar. Diese Kooperation steht bei verschiedenen Pilotprojekten dafür, dass es möglich ist, auch in Profiküchen der Gemeinschaftsverpflegung regionale Produkte zu verarbeiten und anzubieten. Transparenz bei Lieferanten und allen am Projekt Beteiligten garantiert die hohe Qualität der verwendeten Zutaten. So stammt zum Beispiel die Milch für den VitalZunge-Joghurt von Biobauernhöfen rund um Wangen im Allgäu. Gäste erhalten damit eine hohe Produktsicherheit und die Landwirte in der Region erfahren gleichzeitig eine hohe Wertschätzung für die von ihnen erzeugten Lebensmittel.

Am hart umkämpften Markt der Gemeinschaftsgastronomie ist die Kompetenz aller Mitarbeiter und Führungskräfte ein wesentlicher Erfolgsfaktor. Um sie weiter zu halten und auszubauen gibt es bei KDS Catering umfangreiche Schulungs- und Weiterbildungsmöglichkeiten. Bedarfsorientiert finden dezentral vor Ort zum Beispiel Seminare statt. Die Führungskräfte werden in der Schulungsakademie nach dem Train-the-Trainer-Prinzip weiter gebildet. Die Zusammenarbeit mit verschiedenen Hochschulen sichert zudem einen permanenten Zuwachs an Know-how.



KDS Catering GmbH

Klinikdienste Nord GmbH

Willhoop 1-3, 22453 Hamburg
Fon 040/257680-0, Fax 040/257680-199

Klinikdienste Süd GmbH

Steinbühl 1, 87463 Dietmannsried
Fon 08374/2323-101, Fax 08374/2323-499
info@lgg.net, www.lgg.net

Ansprechpartner Nord: Tim Knoche

Ansprechpartner Süd: Claudia Conrad

Mitarbeiter: 150

Gründung: 2000



Persönliche Gastronomie professionell umgesetzt

L & D ist seit 1974 als gastronomischer Dienstleister erfolgreich am Markt und derzeit auf Platz acht der 100 besten deutschen Business-Caterer. Das Unternehmen erarbeitet im Auftrag seiner Kunden individuelle und flexible Verpflegungskonzepte vom Frühstück bis zum Konferenzcatering. Die professionelle Integration und Umsetzung gastronomischer Trends und absolute Kundenorientierung garantieren Abwechslung, Genuss und perfekten Service für rund 40.000 Gäste täglich in mehr als 90 Mitarbeiterrestaurants. Weitere Geschäftsfelder sind die Event-, Kongress- und Messegastronomie von der Produktpräsentation bis zur politischen Großveranstaltung, eine abwechslungsreiche Kinder- und Jugendverpflegung, die Herstellung hochwertiger Cook & Chill-Produkte in der eigenen Zentralküche sowie das Sporthallen-catering. Über die 2016 gegründete Fullservice-Agentur L.I.F.E. bietet L & D seinen Kunden darüber hinaus besondere Locations, raffinierte Speisen aus frischen und regionalen Produkten und ein stimmiges Eventkonzept aus einer Hand.

Mediterran und gesund

Durch die Kooperation mit CAMST, einem führenden italienischen Caterer, ist das Unternehmen in der Lage, den Gästen original italienischen Genuss zu bieten: Authentische Rezepturen und echt italienische Produkte für Pizza, Pasta und Antipasti am Punto Italiano und Punto Verde bringen mediterranes Flair ins Mitarbeiterrestaurant. Mit dem neuen „Myam Myam – Feel good food“ finden auch Liebhaber der asiatischen Wokgerichte ein abwechslungsreiches Angebot. Besonderes Augenmerk legt der Einkauf auf regionale und saisonale Produkte sowie artgerecht erzeugtes Fleisch und Fisch aus nachhaltiger Fischerei: Authentizität, Nachhaltigkeit und Frische sind die Ansprüche, die L & D an die moderne Gemeinschaftsverpflegung stellt.

Um die anspruchsvollen Wünsche von Gästen und Auftraggebern auf den Punkt erfüllen zu können, setzt L & D durch individuell erstellte, ganzheitliche Konzepte moderne Esstrends mit Erfolg um. So wurde der „L & D +punkt“, ein eigens entwickeltes und verbraucherfreundlich gekennzeichnetes Ganztages-Verpflegungskonzept für exzellent leichten und kalorienlimitierten Genuss, mit dem Health Media Award ausgezeichnet.

Individuelle Weiterentwicklung

Mehr als 1.200 engagierte Voll- und Teilzeitkräfte setzen die innovativen Konzepte täglich um. Dafür bietet L & D ein professionelles und abwechslungsreiches Arbeitsumfeld mit hervorragenden Möglichkeiten der individuellen Weiterentwicklung – sowohl intern über das eigene Trainee-Programm wie auch extern. „Nur wer über bestens ausgebildete, motivierte und ebenso entscheidungsfreudige wie fähige Auszubildende und Mitarbeiter/-innen verfügt, kann im immer härter werdenden Wettbewerb überzeugen!“, so Geschäftsführer Jürgen Preuß.

L & D GmbH

Innovationspark Rheinland
Lise-Meitner-Straße 6
53501 Graftsch
Fon 02641/3080-262
Fax 02641/3080-129
zentrale@l-und-d.de
www.l-und-d.de, www.ld-catering.de,
www.life-taste.de

**Geschäftsführer: Jürgen Preuß (Sprecher),
Phillip Preuß, Federico Gandino**

Mitarbeiter: 1.225



Täglich 25.000 Gäste begeistern

Die Betriebsgastronomie ist die klassische Disziplin der LZ-Catering GmbH, einem Tochterunternehmen der Deutschen Lufthansa AG. Mehr als 400 Mitarbeiter kümmern sich um das leibliche Wohl der Gäste in 18 Betriebsrestaurants an den Standorten Hamburg, Frankfurt, Bremen, Köln und München.

Die Entwicklung begann im Gründungsjahr 1993 mit einem ersten Betriebsrestaurant und 13 Mitarbeitern in Norderstedt bei Hamburg. Ein Jahr später folgte die Übernahme der Betriebe in Kelsterbach bei Frankfurt und am Flughafen in München. Der Ausbau wurde seitdem kontinuierlich vorangetrieben: So konnten bis 2001 fünf zusätzliche Betriebsrestaurants in Hamburg, Frankfurt und Köln übernommen werden. Neben der Mitarbeiterverpflegung in den Betriebsrestaurants bietet LZ-Catering auch einen umfangreichen Konferenz- und Partyservice an. Inzwischen gehört LZ-Catering in Deutschland zu den Top Ten der deutschen Betriebsgastronomie.

Eigene Konzepte und Produkte

Bei allem Wachstum und personellem Zuwachs stehen sie stets im Mittelpunkt aller Aktivitäten: Die Gäste. Deshalb entwickelt LZ-Catering permanent neue Konzepte, Services und Produkte, um täglich rund 25.000 Gäste mehr als nur zufrieden zu stellen.

Frische und wohlschmeckende Zutaten sowie ihre schonende Verarbeitung zu vielfältigen Gerichten stehen dabei im Vordergrund. Zudem orientiert sich die Vielfalt der abwechslungsreichen Mahlzeiten an den Wünschen eines internationalen Publikums. Im Jahre 2006 wurden im Haus die gesundheitsbewusste Produktlinie Food & More sowie das Coffee-Shop-Konzept Bartesse ins Leben gerufen.

Zwei Betriebsrestaurants erhielten 2009 JOB & FIT-Zertifikate. Seit 2010 ergänzt das Konzept FOOD BALANCE, das im Mai 2012 von der Deutschen Gesellschaft für Ernährung (DGE) zertifiziert wurde, den Bereich bewusste Ernährung. Ende 2011 hat LZ-Catering außerdem die BIO-Zertifizierung erfolgreich bestanden.

LZ-Catering steht nicht allein für umfangreiche Dienstleistungsaufgaben und Gäste, die gern wiederkommen: Das Unternehmen engagiert sich auch in der Berufsausbildung junger Menschen und in der Weiterbildung seiner Mitarbeiter. Dabei ist die Vermittlung fachspezifischer Inhalte ein Schwerpunkt der internen Aus- und Weiterbildung. Das eindeutige „Ja“ zur Berufsausbildung bedeutet, den Fachkräftenachwuchs im Unternehmen in einem spannenden Arbeitsumfeld zu fördern.



LZ-Catering GmbH

Sportallee 54 b
22335 Hamburg
Fon 040/5070-5373
Fax 040/5070-5377
info@lz-catering.de
www.lz-catering.de

Geschäftsführer: Markus Geyr

Mitarbeiter: 419

Gründung: 1993



Klare Kundenorientierung durch maßgeschneiderte Konzepte

Panorama Catering, ein Betriebsteil der Panorama Hotel und Service GmbH, wurde im Jahr 1999 als 100prozentiges Tochterunternehmen der Adolf Würth GmbH & Co. KG gegründet. Schon kurz darauf behauptete sich das Unternehmen sehr erfolgreich in den Geschäftsbereichen Betriebsverpflegung und Veranstaltungscatering. Der Hauptteil der gastronomischen Leistungen wird in den insgesamt 14 Betriebsrestaurants und Cafeterien sowie in zwei Schulen und zwei öffentlichen Betriebsstätten erbracht, wo die mehr als 140 Mitarbeiter für ein breites Angebot sorgen: Ob kleiner Frühstückssnack, ein gesundes und ausgewogenes Mittagessen für Mitarbeiter wie Schüler oder ein hochwertiges Vier-Gänge-Menü für zu erwartende Gäste des Hauses – immer steht das Bestreben im Mittelpunkt, die Kunden nicht einfach nur zu bedienen, sondern zu begeistern!

Zum Gesamtprogramm gehört noch mehr: Sport- und Messecatering sowie Kongresse, Sonderveranstaltungen und Tagungen. Ob im kleinen Rahmen oder ganz groß – die Catering-Profis verstehen sich als Systemgastronomen mit dem Anspruch, für jedes Event ein maßgeschneidertes Konzept zu entwerfen.

Erfolgsfaktoren: Qualität und Mitarbeiter

Gutes Essen ist ein Stück Lebensqualität. Durch die schonende Verarbeitung sowie die sorgfältige Zubereitung der Produkte wird den Gästen ein besonderer Genuss garantiert. Mit viel Liebe zum Detail, besten Zutaten und kreativen Ideen bietet Panorama Catering das ganze Jahr eine qualitativ hochwertige, vielseitige und schmackhafte Küche.

Um diese Qualitätsanforderungen dauerhaft zu gewährleisten, ist das tägliche Handeln jedes einzelnen Mitarbeiters streng an den Grundsätzen des HACCP-Konzeptes ausgerichtet. Das Qualitätsmanagementsystem entspricht sowohl den Forderungen des Gesetzgebers als auch den hohen Ansprüchen des Unternehmens an sich selbst. Das Gesamtkonzept ist gemäß den Anforderungen der DIN ISO 9001:2008 zertifiziert worden. Ein weiteres Kontrollinstrument zur Sicherstellung der Qualität stellt die regelmäßige Durchführung unangekündigter Audits durch ein unabhängiges Hygieneinstitut dar.

Qualifiziertes Fachpersonal, regelmäßige Mitarbeiterschulungen und eine Ausbildungsquote von nahezu zehn Prozent in den Berufen Koch/Köchin, Fachmann/Fachfrau für Systemgastronomie und Restaurantfachmann/-fachfrau stellen einen weiteren Eckpfeiler des unternehmerischen Erfolges dar. Dazu kommt eine Führungskultur, die die Persönlichkeit und Kreativität der Mitarbeiter respektiert, die Kommunikation unter allen Mitarbeitern fördert und den Verantwortlichen ein hohes Maß an Eigenständigkeit zugesteht.

Auch künftig werden diese Erfolgsprinzipien fortgeführt im Sinne motivierter Mitarbeiter, begeisterter Kunden und einer erfolgreichen Zukunft.

Panorama Catering

Kur 29
74653 Künzelsau
Fon 07940/15 11 03
Fax 07940/15 42 06
info@panorama-catering.de
www.panorama-catering.de

Ansprechpartner: Markus Berdyszak

Mitarbeiter: ca. 140

Gründung: 1999



procuratio

Catering mit Köpfchen

Als eines der zehn größten Dienstleistungsunternehmen für Catering und Unterhaltsreinigung im Sozialwesen in Deutschland bietet procuratio Beratungs-, Management-, Service GmbH- und Vollcateringmodelle inklusive Analyse und Finanzierung an. Ganz gleich, ob bei der Speisenzubereitung und Küchenbewirtschaftung oder beim Reinigen, procuratio sieht sich in Krankenhäusern, Rehakliniken und Senioreneinrichtungen immer auch als Partner im Kampf gegen den Kostendruck. Dabei geht es nie darum, kopflos und ohne Plan einfach Geld zu sparen. Der Fokus liegt vielmehr darauf, über ein kostenbewusstes Management und qualitätsorientiertes Personal eine optimale Dienstleistung zu erbringen.

Soziale Kompetenz und kostenorientiertes Denken

In vielen Krankenhäusern stellt sich die Frage, ob in Zeiten leerer Kassen in wartungs- und kostenintensive Küchen investiert werden soll. Auf der Suche nach Alternativen hat sich der Catering-Spezialist intensiv mit dem Sous-Vide^{PLUS}-Speisenproduktionsverfahren auseinandergesetzt. Inzwischen profitieren bereits zahlreiche Kunden von dieser Expertise. Sowohl Investitions- als auch Betriebskosten und Personalausgaben sinken jeweils um mehr als ein Drittel im Vergleich zum herkömmlichen Cook & Serve. Das System punktet auch in Sachen Energiekosten für die Lagerung, denn Cook & Freeze-Gerichte müssen tiefgekühlt gelagert und wieder aufgetaut werden. Das PLUS im Namen des Verfahrens steht für die zusätzliche Möglichkeit, die Mahlzeiten mit frischen Komponenten oder auch anderen Convenienceprodukten zu verfeinern. Auf diese Weise können ganz einfach regionale Spezialitäten serviert und Zulieferer vor Ort einbezogen werden.

Schlemmen ohne Schlangestehen

Saisonale Schlemmereien stehen im Vordergrund, wenn es aus den Woks dampft. procuratio verknüpft das Frontcooking-Konzept mit einem All-you-can-eat-Angebot. Zum Einsatz kommen ausschließlich frische Lebensmittel mit einem hohen Anteil an Bio-Produkten. Der intensive Geschmack erstklassiger Produkte wird potenziert durch den ausgewogenen Gebrauch von Gewürzen. Denn nur so kann entstehen, was immer seltener geworden ist: Echter Geschmack. Die Einsatzgebiete für das Konzept, das von einem Aktionskoch begleitet wird, sind vielfältig: Verpflegung von Tagungsgästen, als Aktions-Highlight im Mitarbeiterkasino, als flexibles Minirestaurant in Kleinbetrieben oder als Eventküche zu besonderen Anlässen.

Nachwuchstalente fördern und fordern

Ein kluges Unternehmen setzt nicht nur auf erfahrene Mitarbeiter, sondern auch auf junge und kreative Nachwuchstalente. procuratio engagiert sich deshalb sehr aktiv in der Ausbildung des Berufsnachwuchses. Hier lernen Bürokaufleute, Köchinnen und Köche sowie angehende Gebäudereinigungsfachkräfte für ihre berufliche Zukunft. Immer nach dem Motto: Durch Förderung und Fordern junge Persönlichkeiten entwickeln.



alles isst da

procuratio GmbH

Mettmanner Straße 25
40699 Erkrath
Fon 0211/2 40 86-100
Fax 0211/2 40 86-110
info@procuratio.com
www.procuratio.com

Geschäftsführer: Werner Daub

Mitarbeiter: 1.500 (inkl. Servicegesellschaften)

Gründung: 1998



Fokus Zukunft

Restaurant Services ist konzerneigener Anbieter aller gastronomischen Dienstleistungen in der Siemens AG. Zum Portfolio von RS gehören die Segmente der klassischen Mitarbeiterverpflegung, vielfältige Zwischenverpflegungsangebote, Konferenz- und Eventbetreuung sowie die Beratung der Siemens AG bei Konzeption und Organisation neuer wie bestehender Standorte in Deutschland und Europa.

Mit mehr als 1.000 Mitarbeitern werden jährlich ca. 13 Millionen Siemensmitarbeiter und andere Gäste an 55 Standorten in Deutschland bewirtet. RS und die im Jahr 2003 gegründete RS GmbH verwalten ein jährliches Volumen von rund 100 Mio. Euro. Mit Pioniergeist und der Bereitschaft, sich neuen Herausforderungen zu stellen, entwickelte RS in den vergangenen Jahren neue Konzepte und setzte mit bundesweiten Projekten auch wichtige Impulse, um das Thema Nachhaltigkeit in die Außer-Haus-Verpflegung zu implementieren.

Erfahrungen und Trends werden in neuen Mitarbeiterrestaurants stringent umgesetzt. Dazu gehören die Reduzierung der Produktions- und Lagerflächen, ein transparentes und unterhaltendes Frontcooking sowie Gasträume in einladendem Ambiente. All' dies soll die Erwartungen des Gastes an Individualität und guten Service erfüllen – so realisiert zum Beispiel in Düsseldorf am Standort Airport City 2010 und neu eröffnet in Mülheim, einem Traditionsstandort der Siemens AG, im Februar 2012.

Hado und Culinaria

Das Gastronomiekonzept „Hado“ ist weiterhin auf Erfolgskurs. Den Anspruch an Premiumangebote nach gehobener und Erlebnisgastronomie erfüllt das Konzept „Culinaria“. Hado schafft für den Gast einen besonderen Mehrwert; hier werden Qualität, Genuss, Vitalität fördernde und gesundheitsorientierte Angebote gebündelt.

Das Konzept „Culinaria“ folgt dem Anspruch der Siemens AG an eine offene, transparente und attraktive Unternehmenskultur. Die Flächen ehemaliger Gästereaurants werden dem neuen Zweck entsprechend umgestaltet und stehen – mit gehobenem Servicelevel – allen Mitarbeitern zur Verfügung. Diese Alternative zum herkömmlichen Angebot im Mitarbeiterrestaurant erfreut sich zunehmender Beliebtheit und wird nicht selten auch für Geschäftsessen, Jubiläen und Events aller Art genutzt. Die Marke „Culinaria“ belebt und ergänzt das Geschäft ideal.

Gelebte RS-Nachhaltigkeitskonzepte finden an Siemens Standorten weltweit Beachtung. Diese Bestrebungen sind schlüssige Ansätze, in welche Richtung sich die Dienstleistung entwickeln muss, um gesellschaftlichen Veränderungen Rechnung zu tragen. Daher engagiert sich Restaurant Services natürlich in der Ausbildung.

Der signifikante Ausbau vegetarischer und veganer Angebote, fair gehandelter Produkte sowie die Auslistung kritischer Artikel sind inzwischen zu großen Teilen richtungweisende und erfreuliche Standards bei Restaurant Services.

Restaurant Services, Siemens AG

Siemensdamm 50
13629 Berlin
Fon 030/386 29750
Fax 030/386 27790
thomas.donhauser@siemens.com
www.siemens.com

Ansprechpartner: Thomas Donhauser

Mitarbeiter: 1.155

Gründung SRE RS: 1999

Gründung RS GmbH: 2003

RWE Gastronomie GmbH

Täglich 10.500 Essen an 53 Standorten

Die Betriebsgastronomie der RWE blickt auf ein langes Bestehen im RWE-Konzern zurück. Seit Oktober 2011 wird sie als eine eigenständige Gesellschaft mit rund 350 Mitarbeitern geführt. Gesellschafter ist zu 100 Prozent die RWE Service GmbH. An 53 Standorten, unterteilt in die Regionen Nord, West und Süd, bietet die RWE Gastronomie GmbH neben der Betriebs-/Zwischenverpflegung auch die gastronomische Betreuung von Besprechungen, Veranstaltungen sowie Gästeessen an.

Täglich werden annähernd 10.500 Mittagessen zubereitet und in den Betriebskasinos ausgegeben. Das Mittagsangebot ist ausgewogen und enthält darüber hinaus eine ernährungsphysiologisch optimierte, Kilokalorien reduzierte Menülinie, das sogenannte „Aktiv Menü“. Eine jährliche Gastbefragung gibt Aufschluss über die Zufriedenheit der Gäste. Die Ergebnisse sind durchweg positiv und bestätigen das gastronomische Konzept.

Chancen für den Nachwuchs

Die betriebliche Ausbildung junger Menschen ist für die RWE Gastronomie GmbH ein wichtiges Thema. Jährlich starten bei der RWE Gastronomie mehr als ein dutzend junge Menschen ihre Ausbildung. Sie werden qualitativ hochwertig und umfassend auf ihren beruflichen Lebensweg vorbereitet. Für die Auszubildenden im dritten Lehrjahr veranstaltet die RWE Gastronomie GmbH jedes Jahre einen Kochwettbewerb unter Prüfungsbedingungen, der den angehenden Köchinnen und Köchen die Chance gibt, sich unter realistischen Bedingungen auf Ihre bevorstehende Gesellenprüfung vorzubereiten.

Die RWE Gastronomie stellt sich mit ihrer Unternehmenspolitik der gesellschaftlichen Verantwortung und der Zukunftsgestaltung unseres Landes.



RWE Gastronomie GmbH

Baedekerstraße 5
45128 Essen
Fon 0201/122 44 00
ralf.hunne@rwe.com
www.rwe.com

Ansprechpartner: Ralf Hunne

Mitarbeiter: 350

Standorte: 53

Gründung: 2011



RWS Cateringservice GmbH

Am Alten Flughafen 1, Gebäude 33
04356 Leipzig
Fon 0341/561067-0
Fax 0341/561067-25
info@rws-cateringservice.de
www.rws-gruppe.de

Geschäftsführerinnen: Christine Biermann
Cornelia Härtel

Mitarbeiter: ca. 400

Gründung: 1999

Von Menschen für Menschen

Die RWS Cateringservice GmbH ist ein Unternehmen der RWS Gruppe, einem mittelständischen Dienstleistungsverbund für werterhaltendes infrastrukturelles Gebäudemanagement mit Sitz in Leipzig. Seit über 20 Jahren fest am Markt der Gemeinschaftsverpflegung etabliert, gehört mit 80 Alten- und Pflegeheimen sowie 250 Kindertagesstätten und Schulen vor allem der soziale Bereich zu ihrem bedeutendsten Kundenkreis. Zudem betreibt der Frischkostenanbieter Restaurants, Kantinen und Cafeterien im Bereich der Betriebsgastronomie.

Mit mehr als 400 Mitarbeitern in Sachsen, Sachsen-Anhalt, Thüringen, Berlin, Brandenburg und Niedersachsen hat sich das Unternehmen einen Namen als zuverlässiger und beständiger sowie gesundheitsbewusster und innovativer Ernährungspartner erworben. Ihr Anspruch an die persönliche Betreuung und größtmögliche Nähe zum Kunden unterstreicht RWS mit dem Slogan „wirklich nah. persönlich da.“

Pfiffig, köstlich, frisch

Das Leipziger Dienstleistungsunternehmen bewirbt Menschen jeden Alters täglich mit ausgewogenen und abwechslungsreichen Speisen. Mit frischen Ideen, zeitgemäßen Konzepten, regionaltypischen Besonderheiten und einem stetem Blick auf die Wirtschaftlichkeit legt RWS Wert auf eine ernährungsbewusste und altersgerechte Versorgung. Ihr Anspruch an ein optimales Catering umfasst Geschmack und Qualität, Regionalität und Saisonalität sowie Vielfalt und Individualität. Die RWS-Küchenteams gehen flexibel auf regionale und persönliche Speisenwünsche sowie medizinisch bedingte Bedürfnisse ihrer Kunden ein. Dabei können sie sowohl bei der Lebensmittelauswahl als auch bei den Speisen frei entscheiden und legen Wert auf die schonende Zubereitung nährstoffreicher Mahlzeiten. Die Zusammenarbeit mit regionalen Lieferanten sichert kurze Anfahrtswege für frische und regionale Waren.

Das Unternehmen setzt kontinuierlich qualifiziertes und engagiertes Fachpersonal ein und sichert mit dem hausinternen Eigenkontrollmanagement verlässlich Qualität und Hygiene von der Warenanlieferung bis zum Endverbraucher. Ein Qualitätsstandard, der sich fortzieht – mit ihren nach DIN ISO 9001 zertifizierten Küchen und mit regelmäßigen Schulungen wie fachlichen Unterstützung ihrer Küchenteams durch eine Ökotrophologin.



Sozialer Dienstleister rund ums Studium

Das Studierendenwerk Paderborn ist eines von zwölf Studierendenwerken in Nordrhein-Westfalen. Bundesweit sind 58 Studentenwerke und Studierendenwerke im Dachverband Deutsches Studentenwerk (DSW) organisiert. Sie alle sind moderne Dienstleister mit sozialem Auftrag und leisten dabei einen wesentlichen Beitrag zur aktiven Gestaltung des sozialen Lebensraums Hochschule.

Hochschulgastronomie an drei Standorten

Gastronomisch ist das Studierendenwerk Paderborn für die Bereitstellung eines differenzierten und den Bedürfnissen möglichst aller Hochschulangehörigen gerecht werdenden Gastronomie- und Veranstaltungsangebots an der Universität Paderborn und an der Hochschule Hamm-Lippstadt (HSHL) zuständig. Allen wird eine hochwertige Verpflegung angeboten. Dass die Abgabepreise gemessen an der Leistung sehr günstig ausfallen, liegt an Subventionen durch Gelder aus dem Sozialbeitrag der Studierenden als auch an Zuschüssen des Landes Nordrhein-Westfalen.

An den insgesamt drei Hochschulstandorten werden pro Jahr fast 1,2 Mio. Essen ausgegeben. Zum jährlichen Verbrauch gehören neben weiteren Rohstoffen mehr als 116 Tonnen Kartoffeln, nahezu 30 Tonnen Fleisch, über 15 Tonnen Salat, 72.500 Eier und rund 108 Tonnen Milch und Molkereiprodukte.

Zusätzliche Caterings

Der Cateringservice führt pro Jahr mehr als 1.000 Aufträge erfolgreich und reibungslos durch. Die Aufgaben reichen von der Bewirtung kleinerer Tagungen oder Konferenzen bis hin zu großen Veranstaltungen wie dem jährlich stattfindenden Anwendertreffen einer Paderborner Firma mit 650 Personen über zwei Tage oder dem Neujahresempfang der Universität.

Meist finden diese Events auf dem Gelände der Universität Paderborn oder im Heinz Nixdorf Museums Forum (HNF) statt. Die Veranstaltungen der HSHL in Hamm oder Lippstadt werden ebenfalls vom Paderborner Veranstaltungsbüro betreut, zusätzliche Aufträge kommen von externen Kunden.



Mensa Academica & Forum:

Mensen am Campus Paderborn

Café: Tagesverpflegung mit Frühstücksangebot, Snacks, Kaffee & Kuchen

Grill|Café: Café mit Lounge-Atmosphäre

Hotspot: Mensa im HNF

Mensula: Restaurant

One-Way-Snack: Snackbistro für die Zwischenverpflegung

Mensa Forum & Basilica: Mensen an der HSHL in Hamm und in Lippstadt

Studierendenwerk Paderborn Anstalt des öffentlichen Rechts

Mersinweg 2
 33100 Paderborn
 Fon 05251/89207-0
 Fax 05251/89207-105
 info@stwpb.de
 www.stwpb.de

Geschäftsführer: Carsten Walther

Mitarbeiter: 262

Gründung: 1974



STUDIOKÜCHE
Der Norden macht Pause



Der Norden macht Pause – über 50 Jahre NDR-Mitarbeitergastronomie

Vom klassischen Mitarbeiterkasino zum zeitgemäßen Betriebsrestaurant – ein nie endender Wandel. Der erste Fernsehkoch, Clemens Wilmenrod, ging am 20.02.1953 beim NDR auf Sendung. Zwar gründete man nicht die erste Betriebskantine, aber seit mehr als 50 Jahren verfügt der NDR über eine der ältesten, in Eigenregie betriebenen Kantinen im Rundfunk und Fernsbereich sowie eine der ersten gegründeten GmbHs in der Gemeinschaftsgastronomie Deutschlands. Dies zeigt den hohen Stellenwert der Betriebsgastronomie im Haus und steht gleichzeitig für das gewachsene Vertrauen und eine partnerschaftliche Zusammenarbeit.

Zunächst als eigene Abteilung gegründet entstand in den ersten Jahren das NDR Sozialwerk und die Hamburger Kasino GmbH. Als dann alle Standorte miteinander vereint wurden, gründete man 1984 die Norddeutsche Kasinogesellschaft für Film, Funk und Fernsehen mbH, kurz NKG. Sie entwickelte sich von der klassischen Betriebskantine zu einem modernen, innovativen Cateringunternehmen, das den Schwerpunkt auf eine zeitgemäße, nachhaltige und verantwortungsvolle Dienstleistung legt. Um dies zu unterstreichen ging im September 2011 aus der NKG die STUDIOKÜCHE Catering GmbH hervor. Die STUDIOKÜCHE soll Schritt für Schritt den Wandel weiter vollziehen, um auch zukünftig den Gästen gegenüber ein vertrauensvoller Partner zu sein.

Regionalität, Nachhaltigkeit und ehrliche Qualität

Eine gute Betriebsgastronomie sollte ausgewogene, abwechslungsreiche und qualitativ hohe Angebote bereithalten. Dies ist nicht neu, der Studioküche aber nicht genug. Trägt sie doch auch eine hohe Verantwortung für die täglich verarbeiteten Lebensmittel. Eine nachhaltige Herkunft und Regionalität in Einklang mit den Wünschen und Bedürfnissen der Gäste ist deshalb enorm wichtig. Das bedeutet einen bewussten Einsatz und den ehrlichen Umgang mit Lebensmitteln durch qualifizierte und motivierte Mitarbeiter

Neben einer hohen Qualität der Speisen sind die umfangreichen Fachkenntnisse der Mitarbeiter wichtig. Die innerbetriebliche Weiterbildung ergänzt die regelmäßige Ausbildung von jungen Menschen. Aus dieser Überzeugung und aus einer nachhaltig sozialen Verantwortung heraus, bildet die Studioküche mit Engagement motivierte, junge Menschen aus.

Wohl kaum etwas beeinflusst unsere tägliche Arbeit mehr als das Thema Nachhaltigkeit.

Dinge wie Regional, Saisonal, artgerechte Tierhaltung, Mitarbeiterschulung und Förderung, sowie die soziale Verantwortung unseres Unternehmens sind Aspekte denen wir uns sehr bewusst stellen und die in unseren unternehmerischen Planungen immer eine große Rolle spielen. Hierbei ist die Transparenz zum Gast enorm wichtig. Sie schafft Vertrauen und somit uns die Möglichkeit diese Dinge anzugehen und auch bezahlbar zu machen.

Studioküche Catering GmbH

Hugh-Greene-Weg 1
22529 Hamburg
Fon 040/41 56 71 00
Fax 040/41 56 54 68
u.rosenthal@ndrstudiokueche.de
www.studiokueche-catering.de

Geschäftsführer: Ulf Rosenthal

Mitarbeiter: 90

Gründung: 1984

Talanx Service AG

Gesunde Biokost, die schmeckt

Bereits seit der Gründung des Versicherungskonzerns Gerling im Jahre 1904 existiert die betriebseigene Küche mit zwei angeschlossenen Gäste-Kasinos. Das Betriebsrestaurant der nunmehr zur Talanx-Gruppe gehörenden Talanx Service AG in Köln beschäftigt 30 Mitarbeiter, die für 1.500 Kantinenbesucher produzieren.

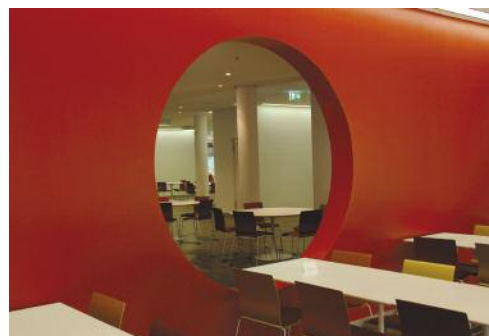
Die Verwendung von ökologischen Lebensmitteln in den Casinos entspricht dem Grundsatz eines gelebten Umweltschutzes. Der Einkauf von regionalen Lebensmitteln zeichnet sich durch kurze Transportwege und somit geringere Kohlendioxid-Emissionen im Verkehrsbereich aus. Mit einem Einsatz von fast 100 Prozent Bio-Lebensmitteln leistet das Unternehmen einen aktiven Beitrag zur Senkung des Energieaufwandes und damit auch zur Verringerung des Ausstoßes an Treibhausgasen. Bereits seit 1998 trägt die Kantine das anerkannte Bio-Zertifikat nach EWG Verordnung 2092/91. Damit gilt das Betriebsrestaurant als Vorreiter der Bio-Kantinen in Deutschland, das den Energie- und Rohstoffverbrauch durch gezielten Einkauf und einer geschlossenen Kreislaufwirtschaft möglichst gering hält.

Konsequent und zertifiziert

Die Küche verzichtet konsequent auf den Einsatz von Gentechnik sowie auf künstliche Zusatz- und Konservierungsstoffe bei der Produktion aller Speisen. Desserts werden aus frischem Quark, Joghurt oder Milch zubereitet. Auch künstliche Farb- und Aromastoffe wie Beta Karotin haben hier keine Chance. Der Vanillepudding ist weiß - schmeckt aber dafür nach natürlicher Vanille. Selbst die tierischen Bio-Nahrungsmittel sind qualitativ besser. So werden bei Talanx nur Rinder, Schweine oder Hühner verarbeitet, die nach artgerechten Kriterien gehalten und ohne Wachstumshormone oder Antibiotika im Futter ernährt worden sind.

Für die Gäste liegt der Unterschied zur konventionellen Massentierhaltung „auf der Zunge“: Geschmack, Vitamingehalt und Zartheit des Fleisches werden erheblich gesteigert. Die betriebseigene Küche und die angeschlossenen Casinos beziehen alle Bio-Lebensmittel von Betrieben, die den Verbänden Demeter, Bioland oder Naturland angehören oder nach Verordnung EG 889/2008 zertifiziert sind. Dies wird jährlich durch ein unabhängiges Institut überwacht und kontrolliert.

Acht junge Leute erhalten derzeit in den Talanx-Kasinos eine Ausbildung als Koch/Köchin oder Restaurantfachfrau/-mann. Zudem gewährleistet die regelmäßige Aus- und Weiterbildung der Mitarbeiter ein aus ernährungsphysiologischer Sicht gesundes und abwechslungsreiches Essen aus frischen Zutaten.



Talanx Service AG

Charles-de-Gaulle-Platz 1
50679 Köln
Fon 0221/144 2096
Fax 0221/144 4535
bernhard.bonfig@talanx.com

Ansprechpartner: Bernhard Bonfig

Mitarbeiter: 30

Gründung: 1904



ThyssenKrupp DeliCate



Ideen mit gutem Geschmack

Als Zusammenschluss einzelner Einrichtungen und Kantinen der damaligen Thyssen AG ist der Verpflegungsbetrieb seit 1994 als eigenständiges Unternehmen aktiv, seit 2002 unter dem Namen ThyssenKrupp DeliCate. Als Catering-Spezialist im Verbund der ThyssenKrupp AG bewirtschaftet DeliCate mit mehr als 300 festen Mitarbeitern 32 Standorte in Deutschland und sorgt für die Bewirtung von etwa 1,2 Millionen Mittagessen jährlich. Der regionale Schwerpunkt liegt dabei in der Rhein-Ruhr-Region in Nordrhein-Westfalen. Zudem führt ThyssenKrupp DeliCate seit 2007 das Vier-Sterne plus Hotel „Kieler Yacht Club“ an der Kieler Förde.

ThyssenKrupp DeliCate bietet das komplette Portfolio rund um das Business-catering an: Von der Bewirtschaftung von Betriebsrestaurants, Cafeterien und Gästecasinos über den Konferenz- und Automaten-service bis hin zum Event-Catering. Dabei wird nicht auf Patentrezepte gesetzt, sondern auf individuelle Lösungen – maßgeschneidert für jeden einzelnen Standort, angepasst an die jeweiligen Bedürfnisse und die konkreten Ansprüche.

DeliCate versteht sich als Unternehmen für Qualitätscatering, dass heißt Frische, Qualität und Geschmack stehen immer an erster Stelle. Tagtäglich werden alle Gerichte in der Betriebsgastronomie vor Ort direkt zubereitet. Das Wesensmerkmal des Eventcaterings ist absolute Qualitätsarbeit. Die Produkte stammen aus der Region, dazu wird viel Wert auf Saisonales gelegt. Denn nur mit einwandfreien Ausgangsprodukten ist eine hohe Endproduktqualität zu erzielen. Und das schmeckt man.

Partner mit Know-how

Sowohl bei der Planung und Realisierung, als auch bei der Übernahme bestehender betrieblicher Gastronomiebetriebe ist ThyssenKrupp DeliCate ein erfahrener Partner. DeliCate baut auf ein weit reichendes Know-how sowie auf langjährige Partnerschaften mit renommierten Großküchen- und Gastronomieeinrichtungen. Bei Betriebsübergängen besteht die Möglichkeit zur Übernahme des vorhandenen Personals. Wenn ein Kunde das komplette Outsourcing nicht wünscht, kann er über ein modulares Catering und Beratungssystem differenzierte DeliCate-Leistungen in Anspruch nehmen. Die einzelnen Module, Einkauf, Qualitätsmanagement, Controlling, Marketing, Personalentwicklung und Prozessoptimierung, können separat oder kombiniert für den gewünschten Erfolg sorgen. DeliCate ist ein zuverlässiger Partner für Food- und Non-Food-Catering, hilft bei der Suche einer Location, stellt Equipment und Mobiliar zur Verfügung, organisiert die gesamte Organisation und wickelt die Events ab.

Bei der Auswahl von über 300 festen Mitarbeitern wird größten Wert auf eine fundierte Ausbildung gelegt. Mit zahlreichen Aus- und Weiterbildungsprogrammen sorgt DeliCate zusätzlich für eine hohe Motivation im Team. Daher wird mittlerweile jeder gastronomische Beruf ausgebildet. Durch das qualifizierte und motivierte Personal – vom Küchenmeister über die Köche bis hin zu den Mitarbeitern im Service – ist eine dauerhaft hohe Dienstleistungsqualität gesichert. Gleichzeitig sollen Einspar- sowie andere Potenziale von den Mitarbeitern selbst erkannt und umgesetzt werden und zu einem wirtschaftlichen Betriebsablauf beitragen.

ThyssenKrupp DeliCate GmbH

Geschäftsführung – operativ

ThyssenKrupp Allee 1, 45143 Essen
Fon 0201/844 539900, Fax 0201/844 539308

Geschäftsführung – kaufmännisch

Altendorferstraße 103, 45143 Essen
Fon 0201/844 553660, Fax 0201/844 553662
delicate@thyssenkrupp.com
www.thyssenkruppdelite.com

Geschäftsführung operativ:
Kludia Wiggermann-Frank

Geschäftsführung, kaufmännisch: Martin Kaiser

Mitarbeiter: 320

Gründung: 1994

Aus der Region, für die Region

Die UMG Gastronomie ist ein in der Cateringbranche tätiges Dienstleistungsunternehmen. Mit Schwerpunkten in den Bereichen Care-, Business-, und Eventcatering deckt es den wesentlichen Teil der Cateringbranche ab. Mit rund 300 Mitarbeitern ist die UMG Gastronomie in der Region Südniedersachsen einer der größten Dienstleister der Gemeinschaftsgastronomie.

Die Unternehmensphilosophie setzt auf maßgeschneiderte Lösungen für die jeweiligen Erfordernisse am Standort sowie auf eine hochwertige und ideenreiche Gastronomie zu wirtschaftlichen Konditionen in sämtlichen Geschäftsfeldern. Die UMG Gastronomie versteht sich als Unternehmen, das für Qualität steht. Also stehen Frische, Qualität und Geschmack stets an erster Stelle. Die Speisen werden täglich in den gastronomischen Einrichtungen vor Ort direkt zubereitet. Auch Carecatering und Eventcatering überzeugen durch Kompetenz. Verwendet werden frische und gleichwertige Zutaten. Convenienceprodukte kommen nur dort zum Einsatz, wo dies ohne Qualitätsverluste möglich ist. Denn nur mit einwandfreien Ausgangsprodukten ist eine hohe Endproduktqualität zu erzielen.

Service am Kunden

Die Stärken des Unternehmens liegen in der Kreativität und der Flexibilität der Dienstleistungen und vor allem bei seinen Mitarbeitern. Ihre Gesundheit und ihr Wohlbefinden sind Grundlage für Leistungsfähigkeit und Leistungsbereitschaft. Gut ausgebildet und geschult, motiviert und auf das Unternehmensumfeld sensibilisiert, handeln sie verantwortungsbewusst und ergebnisorientiert. Damit trägt das Personal entscheidend zum Erreichen der Ziele und somit zum Erfolg des gesamten Unternehmens bei.

Der Service am Kunden spielt eine große Rolle. Deshalb sorgen regelmäßige, individuelle Schulungen und Weiterbildungen für die stete Balance zwischen den verschiedenen Kundengruppen. Ausbildung ist ein weiteres Kernthema. Damit übernimmt das Unternehmen soziale Verantwortung. Mit eigens entwickelten Konzepten wird Nachwuchs in den Berufen Köchin/Koch, Fachmann/-frau für Systemgastronomie, Fachkraft für Lagerlogistik und Fachmann/-frau für Bürokommunikation ausgebildet.



UMG Gastronomie GmbH

Robert-Koch-Straße 40
37075 Göttingen
info@umg-gastronomie.de
www.umg-gastronomie.de

Geschäftsführer:
Peter Schierschke, Marcus Bühre

Mitarbeiter: 298

Gründung: 2007

Voith Gastro GmbH

Ein rundes Angebot

Voith Gastro wurde 1997 als Tochter der Voith Unternehmensgruppe gegründet. Mit rund 40.000 Mitarbeitern, einem Jahresumsatz von 5,2 Milliarden Euro und Standorten in 50 Ländern, in allen Regionen der Welt, ist Voith eines der größten Familienunternehmen Europas. Am Stammsitz in Heidenheim gibt es ein Betriebsrestaurant, ein Bistro und ein Gästecasino mit insgesamt mehr als 400 Sitzplätzen. Darüber hinaus wird Voith Gastro im Eisenhof, dem exklusiven Gästehaus von Voith, mit 16 Betten in zehn Zimmern und einer internationalen Küche höchsten Ansprüchen gerecht. Weiterhin führt das Unternehmen firmeninterne Veranstaltungen aller Art mit bis zu 5.000 Gästen durch und bewirtschaftet parallel alle Konferenzräume im Hause Voith.

Ausgewogen und gesund

Im Betriebsrestaurant der Voith Gastro finden 350 Gäste Platz, im Sommer kann man sein Mittagessen auch in der weitläufigen Grünanlage im Garten des Betriebsrestaurants genießen. Mehr als 1.400 Essen gehen jeden Tag über die Theke des Teams um Küchenleiter Andreas Jakobs. Täglich gehören zwei verschiedene Suppen, drei Hauptgerichte, vier Beilagen, zwei Desserts und Salat vom Buffet zum Angebot. Da ist für jeden etwas dabei. Regelmäßige Sonderaktionen wie Spargel- oder Fisch-, Rohkost- sowie Aktionswochen runden das Programm ab. Besonders beliebt bei den Gästen sind regionale Gerichte, Frisches aus dem Wok sowie die Pasta-Theke. Über ein Monitoring werden sämtliche Inhaltsstoffe visualisiert. Die Voith Gastronomie ist DGE zertifiziert und hat die Auditierung durch den TÜV zu den Themen Arbeits- und Gesundheitsschutz sowie einem übergreifenden Managementsystem ebenfalls bestanden. Bezahlt wird übrigens bargeldlos.

Zum 43köpfigen Team gehören vier Auszubildende. Alle gemeinsam legen mit Geschäftsführer Uwe Ochott großen Wert auf eine ausgewogene und gesunde Kost, auf Frische und ein stimmiges Preis-Leistungs-Verhältnis.



Voith Gastro GmbH

Alfred-Bentz-Straße 36
89522 Heidenheim
Fon 07321/37 96 32
Fax 07321/37 76 06
uwe.ochott@voith.com
www.heidenheim.voith.com

Geschäftsführer: Uwe Ochott

Mitarbeiter: 43

Gründung: 1997

VOLKSWAGEN AG

Service Factory, Gastronomie, Hotellerie & Verkauf

47.000 Essen am Tag

Die Service Factory der Volkswagen AG organisiert die gesamte Verpflegung in den sechs deutschen Stammwerken von Volkswagen an den Standorten in Wolfsburg, Hannover, Braunschweig, Salzgitter, Emden und Kassel mit zusammen mehr als 100.000 Mitarbeitern. Pro Tag bereitet die Service Factory Gastronomie 32.000 Menüs zu, allein 24.000 davon lassen sich die Volkswagen-Mitarbeiter in Wolfsburg schmecken. Der Hauptteil der gastronomischen Versorgung spielt sich in den insgesamt 36 Betriebsrestaurants ab. Dazu kommen 15 Bistros, über 1.500 Verkaufsautomaten und 21 Selbstbedienungs-Shops. Rund 70 Prozent des Angebotes der Betriebsrestaurants und der Selbstbedienungs-Shops stammen aus eigener Produktion, hergestellt nach dem Cook & Chill-Verfahren in der Zentralküche in Wolfsburg. Diese liefert Hauptkomponenten, Suppen, Saucen, Beilagen, hauseigene Spezialitäten und vieles mehr. Mehr als fünf Millionen Currybuckwürste stellen die Metzger in der eigenen Fleischerei pro Jahr her. Die vorbereiteten Speisen werden von Wolfsburg aus gekühlt an alle Küchen der Volkswagen Service Factory geliefert. Dort müssen sie nur noch unmittelbar vor dem Verzehr regeneriert und portioniert werden. Dieses hochproduktive Verfahren sichert beste Speisenqualität und optimale, betriebswirtschaftliche Ergebnisse. Sowohl die Zentralküche als auch die Fleischerei haben in den vergangenen Jahren viele DLG-Prämierungen erhalten und verfügen über die EU-Zulassung als Lebensmittelverarbeitungsbetriebe. Selbst externe Kunden lassen hier nach vertraglich geregelten Qualitätskriterien Convenience-Produkte herstellen. Sowohl die Fleischerei als auch die Zentralküche sind zudem nach DIN/ISO 9001:2008 und IFS zertifiziert.

Logistische Meisterleistungen

Die Fleischverarbeitung schwang sich 2011 zu neuen Höhen auf und verarbeitete insgesamt über 800 Tonnen Fleisch. Für das wohl der Volkswagen Belegschaft sorgen derzeit 1.211 Mitarbeiter der Betriebsgastronomie, 72 Prozent von ihnen sind weiblich. Die Gäste stellen sich an modernen Free-flow-Ausgaben ihre Mahlzeiten zusammen, vom kleinen Frühstück über eine unkomplizierte Zwischenverpflegung bis hin zum großen Menü am Mittag oder einem Essen am Abend. Die Atmosphäre bestimmen harmonische Licht- und Farbkonzepte, sinnvolle Raumaufteilungen und Transparenz zur Küche. Dezentrale Outlets und Automatenstationen sorgen in den weitläufigen Produktionsanlagen für kurze Wege. Das Angebot in den großzügig konzipierten SB-Shops mit ihrem Food- und Nonfood-Sortiment ist dazu eine sinnvolle Ergänzung.

Zum Gesamtprogramm gehört noch mehr: Die Betreuung von Events, Tagungen, Stadion Gastronomie und Kongressen wird für die Service Factory zu einem immer wichtigeren Standbein, seit 2010 gehört auch die Schulverpflegung dazu. Auch die Beratung der neuen Standorte weltweit der Volkswagen AG gehört mittlerweile zu den Aufgaben der Gastronomie. Ob nur zehn oder einige tausend Gäste zu bewirten sind – die Crew um Martin F. Cordes findet immer das richtige Konzept. Diese Leistungen zeigen eindrucksvoll den hohen Stellenwert, den die Volkswagen AG der Versorgung ihrer Mitarbeiter beimisst.



1938 Grundsteinlegung des Werkes „Stadt des KdF-Wagens“ mit Barackenküche

Zielsetzung: Durch Ernährung die Arbeitskraft sicherstellen

1942 Erste Zentralküche mit Warmtransport der Speisen in die Ausgaben

*Zielsetzung: Den Gefolgsleuten ein warmes Essen/
Wichtige Sozialeinrichtung*

1947 Erste Betriebsordnung in Zusammenarbeit mit dem Betriebsrat

Zielsetzung: 9.000 Arbeitnehmer mit 1.050 Kalorien/Tag zu versorgen

1957 Ergänzung des Konzeptes durch Zwischenverpflegung und Automatenverkauf

Zielsetzung: Verlagerung näher an die Produktion/Kurzpausen

1963 Bau der Halle 50 mit allen zentralen Funktionen

Zentralküche, zentrale Fleischerei, Lager, Leitung, Beschaffung

1997 Neuausrichtung nach dem Motto „zeitgemäße Verpflegungsleistung zur Ernährung und Motivation der Mitarbeiter“

2000 „Cook & Chill“, mehr Auswahl, Kreativität und Zeit für den Gast

VOLKSWAGEN AG

Service Factory, Gastronomie, Hotellerie & Verkauf

Abteilung K-SF-G Kst.1543

38440 Wolfsburg

Fon 05361/923355

Fax 05361/936082

martinfriedrich.cordes@volkswagen.de

www.volkswagen.de

Geschäftsführer: Martin F. Cordes

Mitarbeiter: 1.211

Gründung: 1938



Mit dem Zweiten „isst“ man besser ...

Als selbständiges Cateringunternehmen des Zweiten Deutschen Fernsehens betreibt die ZDF Casino GmbH seit 1974 die Gemeinschaftsgastronomie der zwei Sendezentren auf dem Mainzer Lerchenberg. An 365 Tage im Jahr werden bis zu 1.900 Gäste täglich bewirtet. Dabei steht die gesundheitsfördernde Ernährung an erster Stelle! Die Geschäftsfelder Besuchergastronomie, Bistro, Konferenz- und Bankettbewirtung gehören ebenso zum Dienstleistungsspektrum wie ein SB-Shop, in dem sich die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter des ZDF mit kalten und warmen Zwischenmalzeiten sowie Dingen des täglichen Bedarfs versorgen können.

Heute schon an Morgen denken

Für reibungslose Abläufe der hochwertigen Produktion im „Cook & Chill“-Verfahren bis hin zu professionellen Dienstleistungen für Gäste und Kunden sorgen 60 kompetente Voll- und Teilzeitkräfte.

Als Ausbildungsbetrieb ist es der ZDF Casino GmbH zudem wichtig, junge Menschen in alle Arbeitsabläufe zu integrieren. Während ihrer Ausbildung wird ihnen vermittelt, was es heißt, standardisierte Produktionsabläufe verfahrensoptimiert einzuhalten und dabei doch auch veränderungsbereit zu sein. Ebenso gehört es zu den Zielen, den Auszubildenden eine solide Dienstleistungskultur zu vermitteln. Das alles gemeinsam bildet die beste Basis für einen chancenreichen Start in das Berufsleben.

ZDF Casino GmbH

ZDF Straße 1
55127 Mainz
Fon 06131/70-14549
Fax 06131/70-14693
casino_gmbh@zdf.de
www.zdf.de

Geschäftsführer: Hans-Jürgen Fiedler

Mitarbeiter: 60

Gründung: 1974

ZF Gastronomie Service GmbH

Stets auf Wachstumskurs

Seit ihrer Gründung 1994 als 100prozentige Tochter der ZF Friedrichshafen AG hat sich die ZF Gastronomie Service GmbH mehr als verdoppelt. Aktuell ist das Verpflegungsunternehmen an vier Standorten in Deutschland mit zwölf Werkkantinen und fünf Gästekasinos sowie ca. 750 Getränke- und Verpflegungsautomaten präsent.

Zusätzlich versorgt die ZF GSG im Cateringsegment inzwischen 16 Schulen, zehn Kindergärten und soziale Einrichtungen sowie zwölf Businesskunden. Die insgesamt 220 Mitarbeiter produzieren jährlich 1,4 Millionen Essen. Zusätzlich wickeln sie zehn Millionen Verkäufe über die Automaten ab.

Qualität steigern, Vielfalt erhöhen

Mit einem gesunden Mix aus Convenience und frischen Produkten aus der Region zielt das Unternehmen darauf ab, sowohl ökologische Aspekte wie möglichst geringe Transportwege zur Kohlendioxid-Minimierung oder den Einsatz von MSC-zertifizierten Fischprodukten, als auch ökonomische Kriterien wie wirtschaftlich vertretbare Einkaufspreise und effiziente Produktionsabläufe mit qualitativen Faktoren in Einklang zu bringen. Das betrifft zum Beispiel Zubereitungsarten, die ein Höchstmaß an Vitaminen enthalten, und den Einsatz ausgezeichneter Rohprodukte als Basis der Ernährung.

Mitarbeiter, Hersteller und Lieferanten erarbeiten auch gemeinsam neue Produkte, Rezepte und Prozessabläufe. Dies resultiert dann in neuen Denkanstößen, einem interessanten Arbeitsumfeld und im Endeffekt in gesteigerter Qualität bei großer Vielfalt.

ZF Gastronomie Service hat die Prozesse zudem stark integriert. Das bedeutet im Klartext: Von der Bestellung bis zum Endprodukt liegt alles in einer Hand. Hierzu zählen auch das hausinterne Hygiene- und Qualitätsmanagement, Personalmanagement, Buchhaltung und Warenwirtschaft bis hin zur Logistik. Davon profitieren nicht zuletzt die Auszubildenden zum Fachmann/Fachfrau für Systemgastronomie, da alle Bereiche vor Ort praktisch gelehrt werden können.

Durch flache Hierarchien können Entscheidungen schnell getroffen werden. Das garantiert allen Kunden eine hohe Flexibilität und insgesamt gute Dienstleistungsergebnisse. Die Führungskräfte und Mitarbeiter sind fachlich versiert und entscheidungsfreudig, da das Management ganz bewusst sowohl Verantwortung als auch Kompetenz delegiert.



ZF Gastronomie Service GmbH

Ehlersstraße 50
88046 Friedrichshafen
Fon 07541/77 26 88
Fax 07541/77 22 19
andreas.ehrich@zf.com
www.zf.com/gastronomie

Geschäftsführer: Andreas W. Ehrich

Mitarbeiter: 220

Gründung: 1994

Deutscher Hotel- und Gaststättenverband e.V. (DEHOGA Bundesverband)
Fachabteilung Gemeinschaftsgastronomie

Besucheranschrift: Verbändehaus Handel-Dienstleistung-Tourismus
Am Weidendamm 1A, 10117 Berlin

Postanschrift: 10873 Berlin

Fon 030/72 62 52-56

Fax 030/72 62 52-42

info@dehoga.de

www.dehoga.de