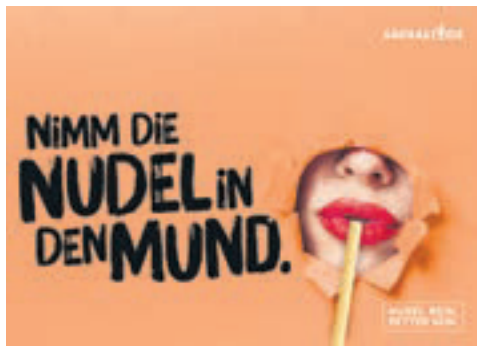


Initiativen gegen Plastik



Mehrere Initiativen zeigt die Gastronomie, um Einweg-Trinkhalme zu vermeiden und damit weniger Plastikmüll zu produzieren. Sausalitos hat sich als einer der größten Cocktailanbieter Europas nun verpflichtet, Plastikstrohhalm unter anderem durch Nudeltrinkhalme zu ersetzen. Mittelfristig will das Unternehmen auf sämtliches Plastik im Restaurant und vor allem im To-go-Bereich verzichten. Deshalb werden derzeit noch weitere innovative Alternativen an einzelnen Standorten des Unternehmens getestet. Als Ersatz für die bisherigen To-go-Plastikbecher werden künftig Becher aus Materialien auf Milchsäurebasis zum Einsatz kommen. Außerdem ist ein eigenes Refill-Programm in Planung, das ebenso zur Abfallvermeidung beitragen wird.

Die Café-Kette Starbucks will sie in ihren weltweit rund 28.000 Filialen bis zum Jahr 2020 vollständig abschaffen. Als Ersatz kämen etwa alternative Materialien und ein spezieller Deckel zum Einsatz, aus dem direkt getrunken werden sollte. Diese Lösung gebe es bereits in über 8.000 Filialen in den USA und in Kanada. Der weltgrößte Fast-Food-Konzern McDonald's hatte im Juni angekündigt, Trinkhalme aus Plastik in Großbritannien zu verbannen. Zuvor hatte Premierministerin Theresa May Pläne für ein Verbot vorgestellt.

VdF veröffentlicht Planerdatenbank



Der Verband der Fachplaner (VdF) hat am 30. Juli 2018 eine Planerdatenbank auf seiner Webseite veröffentlicht. Das Besondere daran: Es werden nicht nur Name und Adresse von Fachplanern in Deutschland, Österreich und der Schweiz genannt, sondern jeder Eintrag enthält Informationen zum planerischen Schwerpunkt sowie Referenzen des Planungsbüros.

Hans-Peter Nollmann, Sprecher des Vorstands erklärt: „Die neue Planerdatenbank soll den Auftraggebern, die am Beginn eines Küchenneu- oder -umbaus stehen, helfen, den idealen Fachplaner zu finden. Fachplaner haben die Möglichkeit, ihr vielfältiges Branchen Know-how und ihre Erfahrungen zu kommunizieren. Unser Ziel ist es, eine Plattform zu bieten, auf der Auftraggeber den für ihr Projekt idealen Fachplaner finden und sich später unkompliziert mit ihm austauschen können.“ Die Datenbank ist ohne Passwortschutz unter www.vdfnet.de/planerdatenbank erreichbar.

Zukunftsstrategien im Workshop

In ihrer Reihe „Zukunftsstrategien im modernen Verpflegungsmanagement“ veranstaltet die S&F-Gruppe noch dreimal den Workshop „Digitalisierung im Verpflegungsbetrieb 4.0“: Am 11. September bei Datev in Nürnberg, am 4. Dezember bei Klinik Catering in Chemnitz und am 26. Februar 2019 in der BayArena in Leverkusen. Informationen auf www.sundf-gruppe.de

FOOD & HEALTH KANTINEN-TEST

Die Haltung ist entscheidend!

Currywurst oder nicht? Daran scheiden sich in den Betriebsgastronomien die Geister. Otto Geisel ist Initiator des Kantinen-Tests, der dieser Tage im Wochenmagazin Focus erscheint. Mit einer hochkarätigen Jury hat er Sterne an Leuchtturmprojekte vergeben. (Von Maxi Scherer)



Otto Geisel. Foto: Helmuth Rier

Herr Geisel, in welcher Kantine in Deutschland schmeckt es am besten?

Darum ging es doch gar nicht! Die Betriebsgastronomien, die wir bewertet haben, wurden uns aufgrund unseres Aufrufs 2017 im Focus ja von ihren Gästen empfohlen. Der Genuss ist doch eine Grundvoraussetzung, wenn sich eine Kantine profilieren will.

Was war dann Ihr Anliegen mit dem Kantinen-Test?

Betriebe der Betriebsgastronomie nehmen mit ihren vielen Millionen Essen

täglich eine Vorbildrolle ein. Sie sind Multiplikator für eine gesündere Ernährung und einen verantwortungsbewussteren Umgang mit Lebensmitteln. Wir wollten die Kantinen auszeichnen, die diese Relevanz erkannt haben. Und sie für ein breites Publikum sichtbar machen und sie in ihrem Handeln stärken.

Der Kantinentest soll zeigen, dass eine gute, verantwortungsvoll produzierte und gesunde Gemeinschaftsverpflegung, auch in großen Mengen, wirtschaftlich realisierbar ist und all die Kantinen hervorheben, die das bereits erkannt haben, oder sich auf dem Weg dahin befinden.

Was verantwortungsvoll ist, daran scheiden sich bisweilen die Geister. Wie sind Sie damit umgegangen?

Wir haben deshalb sehr viele Unterpunkte vergeben, um wirklich herauszuarbeiten, wie durchdacht der Umgang mit den Lebensmitteln ist. Beispielsweise haben wir lange darüber diskutiert, ob es einen Unterschied macht, ob jemand das Essen selbst produziert, oder ob es fremd vergeben ist. Wir sind zu dem Schluss gekommen, dass es nicht die Frage ist, ob Eigen- oder Fremdproduktion, sondern ob man Verantwortung übernimmt. Diese kann ein Unternehmen gut auch an einen Profi weitergeben.

Die Herangehensweise an das Thema Betriebsgastronomie ist sehr unterschiedlich und hat viel mit der Firmenphilosophie zu tun. Es gibt damit von gut bis weniger gut eine irre Bandbreite. Das war schon extrem spannend.

Sie sind Referent beim Fachsymposium „Foodkonzepte in der GV“, das CATERING MANAGEMENT am 13. September in Köln veranstaltet. Ihr Vortrag lautet: Lernen von der Curry-Wurst...

Wenn die Currywurst zum Symbol der Gemeinschaftsgastronomie wird, dann

passieren solche Stilblüten, wie wir sie gerade jetzt über die Medien mit VW erleben. Dort tobt anscheinend der Ketchup-Krieg! Die Currywurst ist natürlich aus der deutschen Gastronomie nicht wegzudenken. Es gibt aber grundsätzlich unterschiedliche Arten mit diesem Gericht umzugehen. Die einen feiern sie als Aktion, eventuell mit einer guten Wurst und einer speziellen Currymischung, die anderen haben sie jede Woche auf der Speisekarte. Das ist eine Haltungsfrage. Und genau um die Haltung geht es. Wir haben sie durch unseren Test herausgearbeitet.

Wer muss diese Haltung denn haben?

Das Fazit ist: Die Durchsetzung der Idee vom verantwortungsbewussten Umgang mit Lebensmitteln setzt immer eine Top-Down-Entscheidung von Seiten des Managements bzw. des Vorstands eines Unternehmens voraus. Aus der Arbeitsebene der Küchen heraus ist das in der Regel nicht machbar. Spätestens, wenn es an den Einkauf geht, werden hier Grenzen aufgezeigt. Gleichzeitig muss man sich bewusst sein, dass sich die gewünschte Einstellung nicht automatisch verbreitet. Aber wenn die Idee echt und ehrlich umgesetzt und gleichzeitig gut kommuniziert wird, dann ist jedes Ziel vermittelbar.

Kantinen-Test: Darum geht es

Das Projektziel des Food & Health e.V. (F&H), welches von der Focus-Redakteurin Beate Schindler unterstützt wird, ist es das gesellschaftsübergreifende Thema der Gemeinschaftsgastronomie in der öffentlichen Wahrnehmung zu stärken und neue Entwicklungen, wie innovative Konzepte, positiv zu fördern.

Dieses Thema ist für eine breite Öffentlichkeit relevant, da jeder Mensch in Deutschland zumindest an einem Punkt in seinem Leben fremd verpflegt wird. Sei es in der KiTa, dem Kindergarten, der Schule, der Universität, dem Unternehmen, dem Krankenhaus, in Pflege- und Seniorenheimen.

In vielen Fällen bildet dies die einzige warme Mahlzeit des Tages und bildet damit eine fundamentale Grundlage für die Gesundheit eines Menschen. Im Zuge der höheren Sensibilisierung für die Themen Ernährung, Nachhaltigkeit, Tierwohl und Gesundheit ist es auf Seite der Konsumenten zu einer starken Nachfrage von Produkten, Gerichten und Zubereitungsarten gekommen, die diese Themen unterstützen. Auf der Angebotsseite wird dieser Entwicklung immer stärker Rechnung getragen.

Insbesondere große Unternehmen entwickeln ihr Angebot im Bereich der Mitar-

beiterverpflegung weg von einer Versorgungspflicht hin zu einer Verantwortungsübernahme. Gesundes und gutes Essen am Arbeitsplatz, auch das gemeinsame Mahl für die Mitarbeiter zum persönlichen Austausch und Netzwerken, das sind in der Arbeitswelt immer wichtigere Bausteine für eine gute Unternehmenskultur.

Außerdem wird es ein immer wichtigerer Faktor für die Mitarbeitergewinnung und -erhaltung, damit für die Attraktivität und das Employer Branding und nicht zuletzt natürlich für die Gesunderhaltung der Mitarbeiter.

Ferner hat die Gemeinschaftsverpflegung mit ihren vielen Millionen Essen täglich einen grundlegenden Einfluss auf die landwirtschaftliche Produktion und ihre positive Weiterentwicklung in Deutschland.

Immerhin werden über 50 % der Fläche der Bundesrepublik Deutschland aktuell landwirtschaftlich genutzt. Auf all diese Punkte geht die Initiative ein und will damit Unternehmen, wie Produzenten stärken, Teil dieser Entwicklung zu werden und zu zeigen, dass eine gute, verantwortungsvoll produzierte und gesunde Gemeinschaftsverpflegung, auch in großen Mengen, verfügbar und wirtschaftlich realisierbar ist.

Die Methode

1. Medialer Aufruf zur Teilnahme am Food & Health Kantinentest durch Medienpartner
2. Schriftlicher Aufruf aller geeigneter Kantinen zur Teilnahme mit der Bitte um Einsendung von Wochenspeiseplänen.
3. Bewertung der Wochenspeisepläne nach den Kriterien Auswahl und Abwechslung, Anzahl der verköstigten Mitarbeiter, Frische, Kreativität, Preis, Regionalität, Saisonalität, Transparenz (z.B. Produktherkunft)
4. Zusendung halboffener Fragebogen an die besten Kandidaten, Vergabe von Punkten und Weiterkommen in die finale Stufe
5. Vor-Ort-Besuch der Jury, individuelles Gespräch zu Konzept, Umsetzung, Philosophie, Verantwortung und Gesundheit sowie Kostproben
6. Jury-Sitzung
7. Veröffentlichung und Vergabe der Preise, unterteilt nach drei Firmengrößen sowie nach Sonderpreisen für die Kategorien Verantwortung, Gesundheit und Genuss

Weitere Infos

Mehr zum Kantinen-Test unter: <http://food-and-health.org>

Die Jury

1. Prof. Dr. Nicole Graf, Rektorin DHBW Heilbronn, Gründerin Studiengang Food-Management, Aufgabengebiet: Organisation & Betriebswirtschaft
2. Prof. Dr. Volkmar Nüssler, Tumorzentrum München LMU, Geschäftsführender Koordinator TZM, Aufgabengebiet: Medizin, Gesundheit & Prävention
3. Prof. Dr. Heinz Zwierzina, Universitätsklinikum Innsbruck für Innere Medizin, Aufgabengebiet: Medizin, Gesundheit & Prävention
4. Prof. Jochen Rädeler, Kommunikationswissenschaftler Hochschule Konstanz & Agentur Strichpunkt Design, Aufgabengebiet: Kommunikation
5. Boris Rafalski, Unternehmer im Bereich nachhaltiger Lebensmittel, Managing Partner SoulSpice, Aufgabengebiet: Nachhaltiger Lebensmittel-Handel
6. Thomas Thielemann, Koch und Gastronom mit Schwerpunkt Authentizität und Regionalität (zuvor Aufbau der Herrmannsdorfer Landwerkstätten), Aufgabengebiet: Kreativität und Umsetzbarkeit
7. Otto Geisel, Fachbuch-Autor, Institut für Lebensmittelkultur, Aufgabengebiet: Nachhaltigkeit & Regionalität
8. Theresa Geisel, Vorsitzende Food & Health e.V., Aufgabengebiet: Nachhaltige Lebensmittelproduktion
9. Gregory Thomas Emmel, Institut für Lebensmittelkultur, Aufgabengebiet: Methode & Teilnehmerkommunikation

PERSONALIA



Bernd Büttner (o.) ist nun Verkaufsleiter des Vertriebsgebietes Süd bei der Nord-Cap GmbH & Co. KG. Büttner ist bereits seit 2005 für Nord-Cap tätig und war zuletzt als Gebietsverkaufsleiter für den Raum Bayern zuständig.



Matthias Gräfe (37) hat die Vertriebsleitung Ost bei Stierlen übernommen. Er übernimmt die Sparten Speiserverteilsysteme, Spültechnik und Cook-Chill geeignete Großkochkessel in den neuen Bundesländern.



Der iPad-Kassenanbieter Gastrotix hat mit **Dirk W. Schmidt** einen neuen Chief Sales Officer (CSO). Der erfahrene Strategie kommt vom Tourismus-Dienstleister HRS.



Dieses Gebiet übernimmt nun **Thomas Zimmermann (u.)**. Der gelernte Koch und Küchenmeister bringt über 30 Jahre Branchenerfahrung in der Gastronomie sowie in der gewerblichen Küchentechnik und Konzeptentwicklung mit.



Marco Kroesen ist nun Head of Digital DACH bei Unilever Food Solutions. Anna Kugler, Communications & Social Media Specialist, hat Unilever Food Solutions verlassen, um sich neuen Aufgaben bei einem Non-food-Unternehmen zu widmen.



Nadia Kauerz-Yaghi ist neue Referentin für Beruf und Familie in der Block Gruppe. Die 35-Jährige ist Ansprechpartnerin für alle Belange werdender sowie junger Mütter und Väter in der Unternehmensgruppe. Im Fokus steht dabei, die Mitarbeiter langfristig an das Unternehmen zu binden.

Dazu muss man auch die heute zur Verfügung stehenden Mittel nutzen, zum Beispiel sind Apps ein wunderbares Kommunikationsmittel.

Viele Beispiele zeigen auch, wie man es nicht machen sollte: Manchmal hat man ja den Eindruck, es wollte jemand beweisen, dass es nicht geht, in der Kantine gesundes und umweltverträgliches Essen herzustellen. Currywurst gegen Tofu-Bratling ersetzen: Das löst eine Revolution aus, bei der der Betriebsrat gleich mit zum Vorstand marschiert. Damit kann man natürlich beweisen, dass die Mitarbeiter das nicht haben wollen. Dann ist das Thema für die nächsten Jahre verbrannt. Dasselbe gilt übrigens für die Aussage „Wir brauchen keine gestreichelten Tiere“ von Seiten des Managements. Kein Witz: Solche Sätze wurden uns zugetragen, als wir von der Jury aus mit den Lieferanten gesprochen haben. Es ist wichtig, die Veränderungen hin zu einer gesunden und umweltverträglichen Küche in einem fließenden Prozess vorsichtig aufzubauen. Wenn Sie es schaffen, den Fleischanteil zu verringern, indem sie attraktive Alternativen bieten und gleichzeitig intelligent, ohne erhobenen Zeigefinger, zu kommunizieren, dann kann man in kürzester Zeit viel erreichen.

Nicht jeder sieht es als eine Aufgabe, in der Kantine besonders gesundes und nachhaltiges Essen anzubieten...

Wenn ein Unternehmen jährlich einen Nachhaltigkeitsbericht druckt und darin zeigt, wie energieeffizient das Firmengebäude gebaut ist, darf es das Thema Gemeinschaftsverpflegung nicht ausklammern. Nicht umsonst gibt es beim Dow Jones einen Nachhaltigkeitsindex: Verantwortung für die Arbeitnehmer und für die Umwelt zu einer wirtschaftlich ernstzunehmenden Firmenphilosophie dazu.

Häufig werden die Kosten ins Feld geführt...

Ich wusste zum Beispiel bis zu unserem Test nicht, welcher geringen Anteil die Personalkosten einer Betriebsgastronomie ausmachen. Ein Unternehmer einer getesteten Kantine war unzufrieden mit der Qualität seiner Betriebsgastronomie. Er analysierte, dass die Betriebsgastronomie einen Anteil von deutlich unter einem Prozent von den gesamten Personalkosten in seinem Unternehmen ausmachte. Er beauftragte daraufhin einen Spitzen-Gastronomen mit großem Team für seine Kantine und kam immer noch lediglich auf 1,5 Prozent. Das war mit einer der schärfsten Aussagen, die ich während der Testphase erlebt habe.

Erstaunlich war für mich: Es gibt Unternehmen der Gemeinschaftsverpflegung, die ihre eigenen Rinder und Schweine züchten und diese ganzheitlich verwerten. Manche von ihnen machten aus der Not eine Tugend: In wirtschaftlich engen Situationen gelang es auf diese Weise, bei niedrigen Kosten eine hohe Qualität an Fleisch anzubieten. Das hatten wir nicht erwartet.

Ein positiver Effekt war dabei das Wastemanagement, das natürlich bei unserer Studie Berücksichtigung fand. Es ist durch die ganzheitliche Verwertung der Tiere ideal gelöst. Zum Thema Abfall gab es noch weitere gute Ansätze: Es gibt Firmen, die lassen sich täglich ausschließlich mit frischer Ware beliefern und arbeiten nur im Frontcooking. Und die Ware, die nicht verarbeitet wurde, wird ab 14

Uhr im Intranet den Mitarbeitern zum Einkaufspreis angeboten. Das ist doch super! Mehr kann man nicht machen.

Welche Gewichtung erfährt die Auswahl von Fleisch?

Es gibt heute eigentlich keinen Dissens mehr darüber, dass wir alle insgesamt zu viel Fleisch essen und dass eine fleischreduzierte Kost besser ist. Die grundsätzliche Frage, wie oft und wie das Fleisch verwendet wird, haben wir untersucht. Für dieses wichtige Thema gab es eine ganze Reihe an Unterpunkten. Wir haben uns angesehen, woher das Fleisch stammt, ob

es für die Haltung, Fütterung, Schlachtung und Verwendung bspw. eine Qualitätscharta gibt. Diese Punkte sind essentiell für den verantwortungsbewussten Umgang mit den Tieren, der Natur, aber auch den Menschen, die in dieser Industrie arbeiten und letztlich natürlich auch für die Qualität des Fleisches. Wichtig war uns die Rezeptur. Ein Fleischgericht muss nicht immer ein Stück Fleisch von 200 g enthalten. Es gibt intelligente Rezepturen, die mit deutlich weniger Fleisch auskommen. Das berücksichtigt gesundheitliche, wirtschaftliche und umweltrelevante Aspekte. Mache ich aus der Rehkeule oder vom

Schwein Saltimbocca als drei kleine Medaillons, komme ich vielleicht mit 90 g Fleisch aus und kann die ersparte Menge in Qualität investieren.

Gab es überraschende Erlebnisse?

Beeindruckt hat mich der Küchenchef einer Kantine für 4.500 Mitarbeiter in der Produktion, denen man nachsagt, dass sie eher konventionell verpflegt werden möchten. „Thunfisch gibt es bei mir nicht“, sagte der, denn es handle sich ja um eine bedrohte Spezies. Er hat sich mit einer klaren Haltung vor die Leute gestellt und das

vertreten – mit Erfolg. So etwas lässt sich nicht nur in einer kleinen Werbeagentur durchsetzen. Ein echtes Highlight war auch der Unternehmer, der sich mit seinem Management zweimal im Monat in der Küche seines Unternehmens versammelt und das als Teambuilding-Maßnahme einsetzt. Das sind die kleinen Stories die uns in unserem gesamten Vorhaben getragen haben.

Ihr Fazit?

Wir sind den Test mit einer hohen Erwartung angegangen, aber es hätte auch eine Enttäuschung werden können. Das Gegenteil

war der Fall. Es gab tolle Konzepte und tolle Persönlichkeiten. Nirgendwo wurden wir komisch zurückhaltend empfangen, stattdessen stand in den meisten Kantinen ein Mitglied des oberen Managements als Ansprechpartner persönlich zur Verfügung. Ein Nebeneffekt ist dabei, dass der Test ein bisschen mehr Glanz in diese wichtige Sparte des Gastgewerbes bringt. Die Gemeinschaftsgastronomie verfügt über einen wichtigen Hebel im Umgang der ganzen Gesellschaft mit Lebensmitteln. Unser Ziel war es deshalb, Leuchtturmprojekte herauszuarbeiten, damit es möglichst viele Nachahmer gibt.

Best Practice Hamburg 2018

Gemeinschaftsverpflegung on Tour

20. November 2018

Inklusive
Küchenparty

Erleben Sie Kantinen und Produktionsstätten in und um Hamburg und lassen Sie sich aus erster Hand von Geschäftsführern und Fachverantwortlichen von deren Ideen und Konzepten berichten.



Stationen:

- Neue Arbeitswelten bei Axa
- Kantine der Kommunikation bei Otto
- Effiziente Logistik in der Zentralküche bei AlsterFood
- Konzepte in und um die HSK Klinik Norderstedt

Agenda:

- 08.25 Uhr Beginn im Zentrum (Abholung ab Hauptbahnhof möglich)
18.30 Uhr Ende der Veranstaltung und Rückfahrt nach Hamburg



Information und Anmeldung:
www.catering.de/hamburg2018

Partner:



CATERING
MANAGEMENT

Melden Sie sich jetzt an!

(Abonnenten von CATERING MANAGEMENT erhalten 15 % Nachlass)

(Stand August 2018, Änderungen vorbehalten)

Die Best Practice Tour richtet sich an Verantwortliche und Leiter von Großküchen der Betriebsgastronomie, der Gastronomie sowie der Hotellerie, Leiter Facility Management, F&B-Verantwortliche, Cateringdienstleister, Event-Caterer, Einkaufs- und Wirtschaftsleiter, Fachplaner, sowie Händler aus den Bereichen Betriebsrestaurant, Großgastronomie, Hotellerie, Krankenhäuser, Altenheime, Bereichsfachschulen, Verbände, Studentenwerke, Schulküchen, Küchen der Behörden und der öffentlichen Hand, Verkehrsgastronomie sowie Fernküchen.



Anmeldung:

Kristina Voss
Veranstaltungsmanagement
Telefon: +49 (0) 8233/381-517
E-Mail:
kristina.voss
@forum-zeitschriften.de

Oder unter
catering.de/veranstaltungen