



BRANDING
CUISINE

Wandeln oder weichen

Wie Sie mit nachhaltiger Gastronomie
an der Spitze bleiben.

Balázs Tarsoly – S&F Symposium – 05.10.2023



Balázs Tarsoly / zur Person

Gründer, CEO & COO



Veranstalter
(mit Branding Cuisine)



Weltverb**Esserer**
Wettbewerb

Autor



Dozent



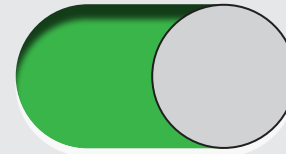
Regelmäßige Beiträge



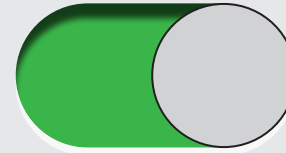
Mitbegründer von



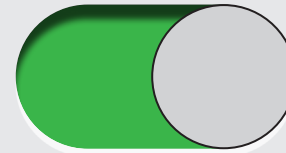
Energiewende



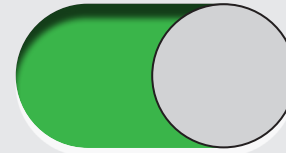
Verkehrswende



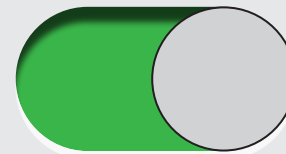
Mobilitätswende



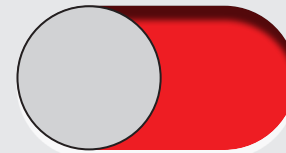
Grünes Bauen

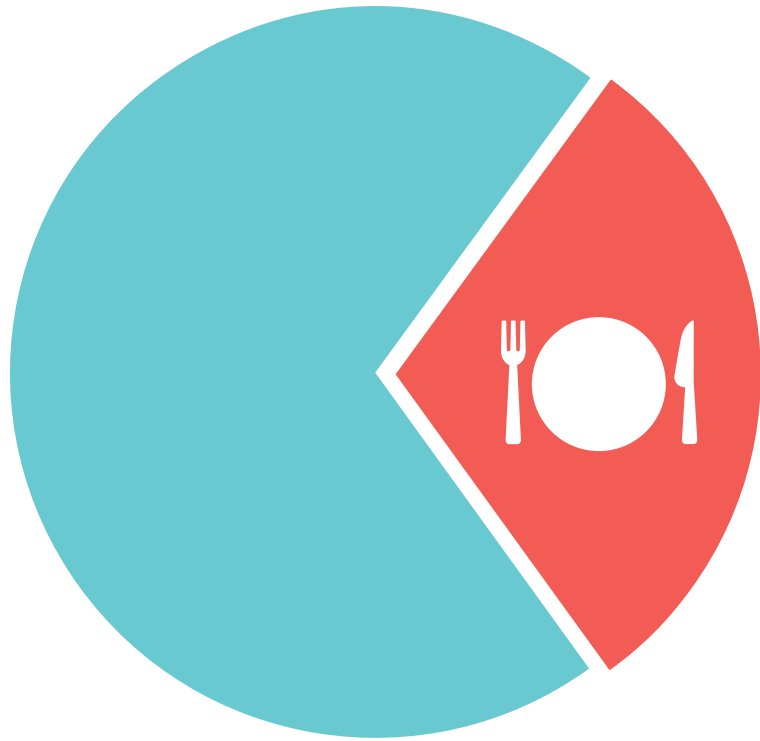


Finanzwende



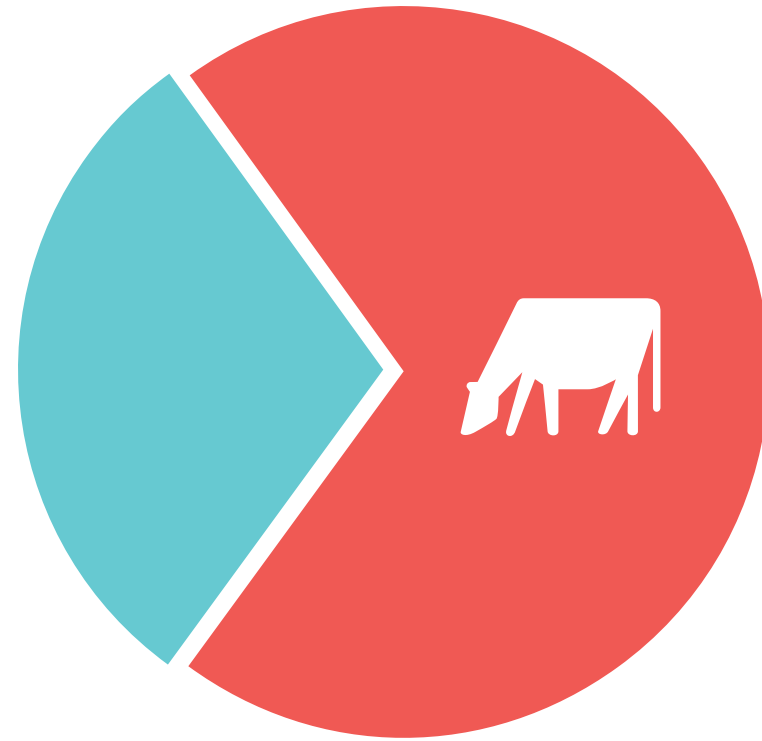
Ernährungswende





Ernährungssektor

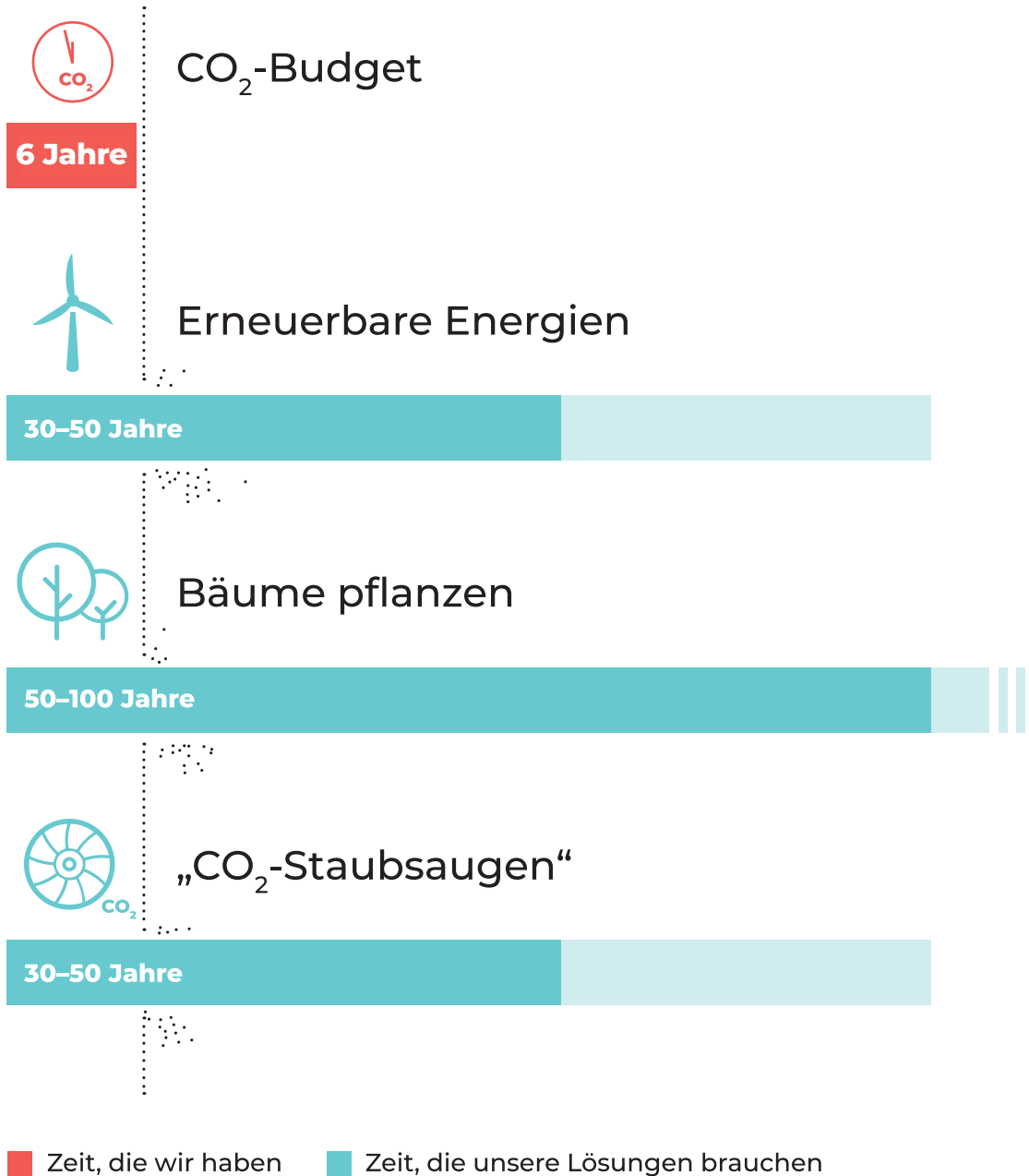
34%



Tierische Produkte

70%







< 5%



**In 15 Jahren wird nur
40 % des Fleisches von
Tieren stammen.**

A. T. Kearney



**Bereits ab 2025 ist in Europa
der Peak Meat erreicht und
der Konsum von Fleisch
tierischer Herkunft beginnt
unumkehrbar zu schrumpfen.**

Boston Consulting Group



Fleischersatz ist die beste Klimaschutzmaßnahme.

Boston Consulting Group



**It's 2040, and human rights
extend to [...] every living
creature.**

KPMG





**Mit großer Macht kommt
große Verantwortung.**



Außer-Haus-Markt

ProVeg Ranking 2023: Hans im Glück bleibt veganfreundlichste Restaurantkette

14. März 2023



ABENDROT



IN KOOPERATION MIT
NIKO RITTENAU



**NEUE
REZEPTUR**











HEAVEN'S KITCHEN

SIMPLY FINE FOOD

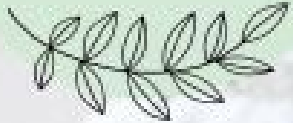
„Stuttgarts angesagtestes
Gastroerlebnis“

SWR FERNSEHEN, SOMMER 2023



POWERED BY
PLANTS

100% PFLANZLICH







Grüße vom schönen **Chiemsee**



Bernau



Prien



Rimsting



Gstadt



Seebuck



Chieming



Breitbrunn



Ullsee



Kehlsteinhaus



Berchtesgaden



Reit im Winkel

GROSSE ALPENFAHRT



Bad Reichenhalla



#TUN

Ihr Gast will (1 / 3)

Was er kennt

UND

ein gutes Gewissen.

Ihr Gast will (2 / 3)

Fleisch,
weil es schmeckt,
UND
das Klima schonen.

Ihr Gast will (3 / 3)

Käse & Wurst,
weil es schmeckt,
UND
dass es allen Tieren
gut geht.

Ihr Gast will:

**Ein vertrautes Angebot,
das schmeckt.**

Gastronomie rücksichtslos
oder nachhaltig:

**Die Aufgabe, dem Gast eine
genussvolle Auszeit zu bieten,
ist immer gleich.**

Ihr Rezept

1. Geschmack (und Spaß)

2. Marke



Das MAYA-Prinzip

**Vertraute Form und
bekanntes Geschmack;**

neue (pflanzenbasierte, frische, biologische, regionale)

Zutaten

Most Advanced –

Yet Acceptable



Leichte klimafreundliche Entscheidungen

Nudging:

- ernsthaftes Angebot**
- inspirierende Namensgebung**
- bevorzugte Positionierung**
- integrierte Präsentation**
- schmackhafte Fotografie**
- Tierisches als Add-On**
- ... etc.**



Die richtigen Worte

**Vegan, pflanzenbasiert
oder plantbased?**

**Plantbased schmeckt
am besten.**



Good vibes only!

Veränderung kommunizieren:

- Vorteile**
- Vision**
- Erreichte Ziele**

Sprechen Sie in Bildern!

Unterhalten Sie!



Als innovative Marke kommunizieren

**Etablieren Sie Werte.
Und kommunizieren Sie
sie authentisch.**



Als innovative Marke kommunizieren

**Nachhaltige Werte
sind Menschen
mehr wert.**



Als innovative Marke kommunizieren

Nachhaltige Werte machen erfolgreiche Kampagnen.



Als innovative Marke kommunizieren

Nachhaltige Werte schaffen ein motiviertes Team.



Als innovative Marke kommunizieren

**Glückliche
Mitarbeitende
sorgen für
glückliche Gäste.**



**Bevormundung?
Inspiration?
Verantwortung.**



パーティバーレル

予約

受付中

当店は分煙でございます



46

2F



15

1F



1









Vielen Dank für Eure Aufmerksamkeit!



Balázs Tarsoly
CEO & CCO

+49 (0)160 947 640 57
tarsoly@brandingcuisine.com
www.brandingcuisine.com