

Veränderung verstehen und umsetzen

*Die Herausforderungen der Gegenwart meistern
und die Zukunft neu denken*



DIE LEHREN CORONA'S

Abwehrkräfte für die
Zukunft

WELT- VERBESSERER

Nachhaltigkeit geht
durch den Magen

JUGEND- HERBERGEN

nach Corona – ein Kum-
baya für die Zukunft

FROM GREECE WITH LOVE

Neustart an
der Ägäis

– Anzeige –

mbs

necta

MENÜBESTELLSYSTEM

- 🍴 *Kliniken, Reha Zentren, Senioreneinrichtungen...*
- 🍴 *Patienten, Küche, Diätologie, Pflege – ein System für Alle*
- 🍴 *Schnittstelle zum KIS*
- 🍴 *Volle Integration ins Warenwirtschaftssystem*



Warenwirtschaft. Umfassend. Durchgängig. Online. 

Fenz-Software · Industriestraße 6 · 7423 Pinkafeld · Tel. +43 3357 21010 · office@necta-group.com · www.necta-group.com

AUFBRUCH ZU NEUEN ERLEBNISMOMENTEN

Nach den Dynamiken der Corona-Krise fällt der Blick in die Zukunft nach wie vor schwer. Wie werden sich unsere Gäste verhalten, sobald wieder halbwegs Normalität in den Alltag eingeleitet ist? Drängen die Gäste nach all den Anstrengungen und Entbehrungen wieder in die Gastronomie, kommt der Boom?

Wir alle haben neue, prägende Erfahrungen gesammelt. Die Auswirkungen eines geänderten Gast- und Nachfrageverhaltens sind deutlich sichtbar. Nun liegt es an uns Gastronomen, durch achtsame Anpassungen und Konzepte, wieder Sicherheit und Stabilität in den gastronomischen Alltag unserer Gäste zu bringen.

Und die Branche ist auf dem richtigen Weg!

Pfandsysteme für Take-away, bargeldlose Bezahlungsmöglichkeiten, Wegeleitsysteme, digitale Gastkommunikation und Bestellmöglichkeiten, Lieferservice, Konzepte für hybride Veranstaltungen und im Homeoffice arbeitende Kolleg*innen und vieles mehr. Was für Erfolgsgeschichten! In einer bisher nicht gekannten Geschwindigkeit sind tragfähige Konzepte und neue Angebotsformen entwickelt und marktfähig gestaltet worden.

Auch der Blick auf mehr Nachhaltigkeit und Tierwohl ist ein anderer als vor der Krise. Ohne belastbare Nachhaltigkeitskriterien und eine ökologische Einkaufsstrategie ist heute kein gastronomisches Vorhaben mehr ausrollfähig. Die grüne Gastronomie ist auf dem Vormarsch!

Nun liegt es an uns, die nächsten Schritte zu gehen und weitere Szenarien und Entwicklungen zu durchdenken. Die Einbindung unserer Mitarbeitenden ist dabei bedeutsam für die künftigen Erfolge. Unsere Mitarbeiter*innen sind emotionale Bindeglieder zu unseren Gästen und Kunden. Wir sollten alle mit auf die Reise nehmen. Neben einer transparenten Unternehmenskommunikation ist ein dienstleistungsorientiertes Weiterbildungsangebot obligatorisch. Unsere Kolleg*innen und Gäste werden es uns danken.

Das Ur-Verlangen nach Gemeinsamkeit und sozialer Nähe ist ungebrochen. Der Wandel in der Gastronomie ist nicht aufzuhalten. Ich bin zuversichtlich, dass wir in absehbarer Zukunft auf eine gastronomische Landschaft mit außergewöhnlichen Erlebnismomenten blicken werden.

Viel gastronomischen Gestaltungswillen wünscht Ihnen

Heico Beumer



HEICO BEUMER

Leiter Gastronomie; DB Gastronomie GmbH; Frankfurt am Main

Mitglied im DIG, Deutsches Institut für Gemeinschaftsgastronomie e.V.

STECKBRIEF

Seit über 20 Jahren ist der gelernte Koch und Betriebswirt bei der DB Gastronomie - einer Tochtergesellschaft der Deutschen Bahn - beschäftigt. Als Leiter Gastronomie sorgt er in rund 90 Betriebsrestaurants deutschlandweit für kulinarische Highlights. Zuvor war er viele Jahre für einen weltweit agierenden Contract-Caterer in leitenden Funktionen tätig.

BRANCHENSTIMMEN

Hurra, wir leben noch!

Und immer wieder Corona... kaum ein Wort in der letzten Zeit war weltweit mit so viel negativen Emotionen belegt wie Corona. Auch und gerade in der Gastronomie war die Corona-Krise deutlich präsent und den Nachhall werden wir noch lange zu spüren bekommen.

Aber alles hat zwei Seiten. Es muss doch auch irgendetwas Gutes geben, was wir aus den letzten knapp zwei Jahren gelernt haben. Wir haben Branchenexperten aus verschiedenen Bereichen gefragt, ob und wenn ja welche positiven Veränderungen sie in die Zukunft mitnehmen werden.



Wir konnten die letzten zwei Jahre nutzen, um unser Angebot attraktiver, zeitunabhängiger und nachhaltiger zu gestalten. So haben wir mittlerweile jeden unserer Standorte mit einem 24/7-Angebot ausgestattet. Dort bieten wir und unsere Partner u. a. tolle Produkte zum Mitnehmen ins Homeoffice an. Über neue Veranstaltungsformate wie digitale Kochkurse und Afterworks können wir einen Großteil unserer Mitarbeitenden nun auch standortübergreifend erreichen. Und schließlich ist die Betriebsgastronomie aus meiner Sicht ein sehr wichtiges Element im Rahmen der allmählichen Rückkehr der Mitarbeitenden ins Büro. Rund 70 % derer, die zurzeit immer mal wieder ins Büro kommen, nutzen unser Angebot und genießen es, sich in der Mittagspause mal nicht selbst verpflegen zu müssen.

CHRISTIAN GRÖBLINGHOFF

Spezialist, Workplace - Infrastrukturmanagement & Services
AXA Konzern AG



Pandemiebedingt war unsere Branche völlig neu gefordert. Diese herausfordernde Zeit haben wir genutzt, die in der Krise liegenden Chancen aktiv zu nutzen. Und das hieß (und heißt noch immer) vor allem: unser Geschäft flexibilisieren. Wir können unseren Kunden heute über den ganzen Tag hinweg attraktive – und nachhaltig ausgerichtete – Versorgungsmöglichkeiten bieten. Überhaupt begrüßen wir den gestiegenen Anspruch an nachhaltiges Essen, zu dieser positiven Entwicklung haben auch die Erfahrungen aus der Pandemie beigetragen. Ebenso hat sie den Ausbau digitaler Angebote beflügelt. Mit unseren Gästen interagieren, bargeldloses Bezahlen ermöglichen, Kassenprozesse sowie Bestell- und Lieferservices beschleunigen – Themen wie diese standen im Fokus digitaler Lösungen, die wir entwickelt haben. Damit sehen wir uns für die Zukunft bestens aufgestellt.

ULRICH HÖNGEN

Geschäftsführer
WISAG Catering GmbH & Co. KG



Weniger ist mehr! Wir dürfen und müssen unser bisheriges Tun grundsätzlich in Frage stellen – und nicht nur dort wo wir uns fragen, ob wir für den Gast noch mehr machen können. Wir werden nicht zu schlechteren Dienstleistern und Gastronomen, wenn wir uns von bisherigen Werten verabschieden und uns dafür neuen, dem zukünftigen Gast hin orientierten Werten öffnen. Eine Neuausrichtung mit einem noch unmissverständlicheren Fokus auf die Nachhaltigkeit, als wir dies bisher taten. Noch deutlicher unsere Plattform Hochschulgastronomie nutzen, um einen positiven Einfluss auf Ernährungsverhalten und Konsumverhalten unserer Studierenden, der heranwachsenden zukünftigen Gäste der BGV, zu nehmen, mit der Gewissheit das Richtige für die Gäste, die Umwelt und unsere Kinder zu tun.

MICHAEL GRUNER

Leiter Hochschulgastronomie
& Zentraler Einkauf
STUDENTENWERK OstNiedersachsen

WIE GASTRONOMEN DER GV-BRANCHE ZU SYSTEMGASTRONOMEN WERDEN

„Neues Denken in einer neuen Zeit“

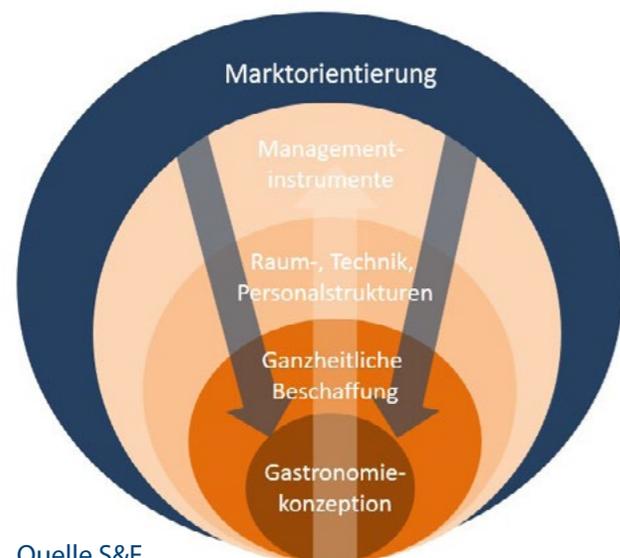
Die seit März 2020 andauernde Corona-Pandemie stellt uns alle in der Branche vor erhebliche gesellschaftliche, gesundheitliche und wirtschaftliche Herausforderungen. Die sich wandelnde Gesellschaft, die neuen Arbeitswelten und die damit verbundenen Bedürfnisse eines jeden Einzelnen verändern sich rasend schnell. Das PLAN-Jahr 2030 in der unternehmerischen Zielsetzung ist zum Jahr 2021 geworden. Neues Denken und Handeln ist gefordert.

Gleichzeitig bietet diese Krise aber auch die Chance die unternehmerischen Weichen, mit neuen gastronomischen Konzepten, inklusive interner Struktur- und Prozessverbesserungen, neu auszurichten. Dazu benötigt man Netzwerke und Schlüsselpartnerschaften, die dem eigenen Unternehmen in der Wertschöpfungskette den notwendigen Mehrwert bieten, um Synergien zu bilden. Primäres Ziel dabei sollte es sein, die Gastronomie in der Vielfalt ihrer Angebote zu flexibilisieren,

für die Zukunft in allen Ausrichtungen zu stärken und für den Gast stets lebendig zu halten. Kommunikationswege und tragfähige Organisationsstrukturen aufzuzeigen ist das Ziel des nun beginnenden Prozesses.

Wir in der S&F-Gruppe wollen neue Ansätze finden, um die Gastronomie von innen heraus zu stärken. Dabei gilt es, die Stärke der Unternehmen weiter zu polieren und in den Vordergrund zu stellen. Die S&F sieht sich als Moderator im Changemanagement Prozess der beratenen Unternehmen, deren Konzeptentwicklung zur Sache aller gemacht werden sollte. Dazu braucht es Partner und Allianzen, beispielsweise aus Handel und IT-Dienstleistung oder Eigentümer von Immobilien, um Nutzungsmöglichkeiten neu auszuloten. Eine Schablone anzulegen ist nicht der Schlüssel zu Veränderungen, da immer individuelle Lösungen benötigt werden. Damit beginnt der Weg von der klassischen Gastronomie zur Systemgastronomie im neuen Denkprozess.

NEUER SYSTEMANSATZ VON DER KLASSISCHEN GASTRONOMIE ZUR SYSTEMGASTRONOMIE



Quelle S&F

Wir raten zunächst eine Bestandsaufnahme der Kundengruppen und der sich verändernden Bedürfnisse durchzuführen. Die neue Verpflegungskonzeption muss mit Blick auf die Machbarkeit, die vorhandenen Strukturen und einer evtl. neuen Nutzungsänderung erstellt werden. Dabei ist die geplante Fertigungstiefe im Hinblick auf mögliche Szenarien der Fachplanung sowie auf die Raum-, Technik- und Personalstrukturen von äußerster Bedeutung. Nur so kann langfristig eine optimale Prozessqualität erreicht werden, mit der die nachfolgenden Betriebskosten in der Steuerung des Gastronomiebetriebes stabil gehalten und gelenkt werden können.

Die benötigten Managementstrukturen und -instrumente sowie der Digitalisierungsprozess sind analog der Prozesskette festzulegen. Die nachfolgende Methodik des klassischen Marketingmix zeigt eine zielgerechte Vorgehensweise im Systemansatz auf, wie ein Verpflegungsbetrieb auf den Weg zur Systemgastronomie geführt werden kann.

DER KLASSISCHE MARKETINGMIX FÜR IHRE VERKAUFSSTRATEGIE

Marktorientierte Dienstleistungskonzeption				
Strategische und wirtschaftliche Zielplanung für Ihren Erfolg				
Produkt-politik	Preis-politik	Kommunikations-politik	Distributions-politik	Verhaltens-politik
Welche Produkte und Dienstleistungen sollen auf welche Art für welche Zielgruppen am Markt angeboten werden?	Zu welchen Bedingungen und Preisen sollen die Produkte/ Dienstleistungen welchen Zielgruppen angeboten werden?	Welche kommunikativen Beeinflussungsmöglichkeiten und Informationsinstrumente sollen ergriffen werden?	An welche Zielgruppen und auf welchem Weg sollen die Produkte/Dienstleistungen verkauft werden?	Wie ist das kulturelle Anreizsystem zu gestalten, damit alle Mitarbeiter die Dienstleistungskultur verinnerlichen?
Definition der unterschiedlichsten Kundengruppen mit ihren Bedarfen und Bedürfnissen	Definition der unterschiedlichsten Kundengruppen mit ihren Bedarfen und Bedürfnissen	Definition der unterschiedlichsten Kundengruppen mit ihren Bedarfen und Bedürfnissen	Definition der unterschiedlichsten Kundengruppen mit ihren Bedarfen und Bedürfnissen	Definition der unterschiedlichsten Kundengruppen mit ihren Bedarfen und Bedürfnissen
Entwicklung einer „Marke“ für Ihr Unternehmen = Kundenzufriedenheit = Markenstatus				

PRODUKTPOLITIK:

Aufgrund der gesellschaftlichen Veränderungen und Neuorientierung der Arbeitswelten verschieben sich auch die Essgewohnheiten und der Bedarf an Speisen und Getränken. Zielsetzung sollte es sein, eine genaue Zielgruppen- und Kaufkraftanalyse zum gastronomischen Unternehmen zu erstellen. Vielfältigkeit der Produktlinien, to-go-Artikel, Flexibilität, Regionalität, Bio-Produkte und Dienstleistungsqualität sind die Schlüsselfaktoren für ein erfolgreiches gastronomisches Angebot.

PREISPOLITIK:

Die Preispolitik von Produkten und Dienstleistungen ist der Kaufkraftanalyse im Spiegel der Kundenbedürfnisse anzupassen. Der aktuelle Trend der letzten Jahre lautet: Qualität vor Quantität. Der Kunde ist mittlerweile bereit mehr Geld für seine gastronomischen Leistungen aufzuwenden.

KOMMUNIKATIONSPOLITIK:

Die Kommunikationspolitik beinhaltet von den Printmedien bis zur Digitalisierung vielfältige Facetten. Die Basis bildet immer das gastronomische Konzept. Alle Möglichkeiten sind dabei entsprechend der

Zielgruppe zu eruiieren und nach interner Entscheidungsfindung auf den Weg zu bringen. Etwas Mut zu neuer Ausrichtung aufzubringen, ist sicherlich ratsam.

DISTRIBUTIONSPOLITIK:

Hier stellt sich die Frage: „Wie erreiche ich meine Kunden, wenn sie nicht mehr zu mir kommen?“ Neue Produktlinien, Verkaufsstrategien, Vertriebswege und erweiterte Dienstleistungen sind gefragt. Die Bandbreite ist sehr vielfältig und muss immer individuell auf den gastronomischen Betrieb angepasst werden.

VERHALTENSPOLITIK:

Der Spiegel des Betriebes sind die Mitarbeiter. Mit ihrer Präsenz und ihrem Verkaufsverhalten, ihrer persönlichen Verkaufsstrategie verkörpern sie das Unternehmen in der Wahrnehmung des Kunden. Deshalb ist es wichtig, den gastronomischen Systemansatz in der Wertschöpfung auf die Mitarbeiter zu übertragen. Nur so kann die neue gastronomische Ausrichtung von innen nach außen gelebt werden.

AUF EIN NEUES!

Sanfter Weckruf an alle Gastronomen. Die Zeit ist reif für den ganz persönlichen Neuanfang – was zählt sind Kompetenz und Leidenschaft sowie der Mut in diesen schwierigen Zeiten neue Wege zu gehen. Davon sind wir seitens der S&F überzeugt.

Die Trendausrichtung der Zukunft, im neuen Denken einer neuen Zeit, benötigt den systemgastronomischen Ansatz. Auch die Aspekte demografischer Wandel, veränderte Arbeitswelten und Fachkräftemangel werden die Notwendigkeit erhöhen, seinen Betrieb mit dem Blick auf 2030 im Changemanagement nachhaltig neu auszurichten.



MARCUS SEIDL



ULRICH FLADUNG



S&F Symposium: Re-Start im September 2022

Seit 2004 treffen sich die führenden Köpfe der GV im Oktober in Fürstfeldbruck bei München. Das S&F-Symposium ist längst zu einem Highlight der Verpflegungsbranche geworden. Aber auch in diesem Jahr wird die Veranstaltung pausieren. Wir meinen die Branche braucht jetzt Zeit sich neu aufzustellen und wieder zum Normalbetrieb zurückzukehren. Darum haben wir uns entschlossen auch dieses Jahr auf das Symposium zu verzichten.

Am geplanten Konzept halten wir fest und freuen uns, wenn Sie uns in 2022 wieder besuchen.

JETZT ALS AUSSTELLER ANMELDEN UND DIE BESTEN STANDPLÄTZE SICHERN!

HIER ENTLANG

DAS IST GEPLANT AM 7. & 8. SEPTEMBER:

Agenda 2030 und die Verantwortung der Gemeinschaftsverpflegung

NEUAUFLAGE IM SEPTEMBER 2022

Bewährtes erhalten, Aktuelles implementieren. Unter diesem Motto wird sich die deutschlandweit bekannte Veranstaltung mit einem neuen Programm präsentieren. Fachvorträge von Expert*innen dürfen ebenso wenig fehlen wie die beliebte Abendveranstaltung in der Tenne des Veranstaltungsforums Fürstfeld bei München. Workshops und die Einbindung von Verbänden sowie Themengruppen bereichern zukünftig den Tagungsablauf.

WISSENSTRANSFER IM FOKUS

Die Wissensvermittlung von Fachleuten für Fachleute steht weiterhin im Mittelpunkt des zweitägigen Symposiums. Entscheidende aus allen Bereichen der Gemeinschaftsverpflegung erleben, gemeinsam mit ihren designierten Nachfolger*innen, Impuls- und Erfahrungsberichte zu den brandheißen Themen der Branche im Plenum. Im Workshopteil stehen Austausch und das gemeinsame Entwickeln von Strategien und Erkenntnissen im Vordergrund.

DER S&F-FÖRDERPREIS FÜR INNOVATIVE PROJEKTE IN DER GV

Wir freuen uns, wenn wir in 2022 den Förderpreis wieder vor Publikum verleihen können. Jedes Jahr vergeben wir den S&F-Förderpreis für innovative und nachhaltige Projekte im Verpflegungsmanagement. Viele tolle Projekte und Unternehmen durften wir in den vergangenen Jahren auszeichnen, viele bemerkenswerte Persönlichkeiten kennenlernen. Wir sind gespannt auf Ihre Bewerbungen.

VERLEIHUNG DER GV-MANAGERINNEN / GV-MANAGER DES JAHRES

In einem neuen Kleid präsentierte sich 2019 erstmalig die Verleihung der Branchen-Oskars. Bei einem Sektempfang trafen sich alte Bekannte, Nominierte, ehemalige Preisträger*innen und Interessierte der Branche, bevor die mit Spannung erwartete Preisverleihung begann. Auch im kommenden Jahr wird die Ehrung der Gewinner*innen als eigenständiger Programmpunkt die ihr zustehende Würdigung erhalten.

S&F-STRATEGISCHER EINKAUF

Der Einkauf ist einer der Bereiche, der Unternehmensziele am stärksten unterstützen – oder im schlimmsten Fall auch sabotieren – kann.

Wir unterstützen die Geschäftsführung bei der Verwirklichung ihrer Einkaufspolitik im Verpflegungsbereich.

Der strategische Einkauf der S&F macht die Beschaffung im Verpflegungsbe-
reich zu einem Erfolgsfaktor und trägt dazu bei, Ihre Unternehmensziele zu erreichen.

HIER ENTLANG

<https://www.sundf-gruppe.de/sf-strategischer-einkauf/>





IT'S FOOD TO KNOW:

WeltverbEsserer-Wettbewerb 2022

Nachhaltige und gesunde Ernährung für alle! Das ist das Ziel des WeltverbEsserer-Wettbewerbs, der die Leistung der Nachhaltigkeits-Pioniere in den Bereichen Gastronomie und Food-Produkte honoriert.

PIONIEREN DEN WEG ZUR GESELLSCHAFT BEREITEN

Unsere Ernährung hat einen direkten Einfluss auf unsere Gesundheit und Umwelt. Der WeltverbEsserer-Wettbewerb möchte nachhaltigen Pionieren in der Gastronomie und Lebensmittelbranche eine Bühne bieten und Gehör verschaffen. Zwar nimmt das Bewusstsein für Nachhaltigkeit zu, doch weiterhin sind nachhaltige Konzepte in der Minderheit. Dabei können gerade nachhaltige Food- und Gastro-Konzepte einen wichtigen Beitrag zu einer enklentauglichen Zukunft leisten.

WAS DEN WELTVERBESSERER-WETTBEWERB AUSZEICHNET:

- **Innovative Teilnehmer*innen:**
Im Hinblick auf Nachhaltigkeit Deutschlands fortgeschrittenste Konzepte
- **Hochwertige Preise zu gewinnen:**
Z. B. hochwertige Branding-Leistung und Medienleistung
- **Unabhängige Expertenjury:**
7-köpfige Jury aus Gastronomie-, Food-, und Nachhaltigkeitsexperten
- **Inspirierende Wissensvermittlung:**
Inhalte begeistern Kenner und interessierte Gäste

„Sichtbarkeit und Erfolg von nachhaltigen Food- und Gastro-Konzepten sowie ein gesteigertes Bewusstsein in der Gesellschaft sind die Grundlagen dafür, dass der Ernährungssektor einen relevanten Beitrag zur Abmilderung des Klimawandels und zur Senkung von Gesundheits- und Umweltkosten leisten kann.“

Balázs Tarsoly

CEO & CCO Branding Cuisine, Autor, Nachhaltigkeitsaktivist

Der WeltverbEsserer-Wettbewerb wird 2021/2022 zum vierten Mal ausgerichtet. Über drei Runden ermittelt eine Expertenjury die nominierten Konzepte für das Finale, wo die Finalist*innen bei einem Pitch-Event vor Jury und Publikum gegeneinander antreten.

Die auf Food und Nachhaltigkeit spezialisierte Kreativagentur Branding Cuisine ist seit 2018 Veranstalter des WeltverbEsserer-Wettbewerbs – damals Deutschlands erster Wettbewerb für nachhaltige Food- und Gastro-Konzepte.

Bewerbungsstart: 01.11.2021

[www.brandingcuisine.com/
weltverbesserer](http://www.brandingcuisine.com/weltverbesserer)

Neustart mit viel Hoffnung für die Zukunft!

Die Jugendherbergen – unter den Lesern findet sich wohl kaum jemand, der sich nicht Erinnerungen an Schulausflüge mit Übernachtungen in Jugendherbergen bewahrt hat.

Doch die Bilder, die die Älteren von uns im Kopf haben, entsprechen längst nicht mehr der Realität. Mit 36% der Belegungen haben die Familien die Schulklassen (32%) an der Spitze abgelöst. Knapp gefolgt von Vereinen, Verbänden, Organisationen und Unternehmen für Tagungen, Workshops, Veranstaltungen und Freizeitaktivitäten (32%). Wie die Jugendherbergen in Rheinland-Pfalz und im Saarland die Zeit der angeordneten Schließungen genutzt haben, berichtet uns Detlef Schmand, kaufmännischer Leiter der Jugendherbergen in Rheinland-Pfalz und im Saarland.

Die Corona-Krise hat Die Jugendherbergen, wie insgesamt den Beherbergungsbereich und große Teile unserer Gesellschaft, in eine schwere Krise gestürzt. Was jahrzehntelang selbstverständlich war, die Geselligkeit in der Gemeinschaft, in der Gruppe oder im Verein, das war von heute auf morgen zum Schutz der Gesundheit von Mitarbeitern und Gästen nicht mehr möglich. Die lange Zeit des zweiten Lockdowns, seit November 2020, hat den Jugendherbergen viel abverlangt. Seit Anfang Juni 2021 sind alle Häuser wieder geöffnet.

Jetzt heißt es, sich mit viel Zuversicht und Hoffnung den Herausforderungen, die sich aus der langen Schließung ergeben haben, zu stellen. Dabei kommt den Jugendherbergen zu Gute, dass

man auch während des coronabedingten Stillstandes den Kontakt zu den Gästen gehalten und alle Anstrengungen unternommen hat, Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter an das Unternehmen zu binden. Wegen des allseits bekannten Fachkräftemangels war dies von besonderer Bedeutung. Nur so konnte es gelingen, flächendeckend wieder alle Jugendherbergen in Betrieb zu nehmen.

Dies war auch deshalb so wichtig, weil den Jugendherbergen aktuell eine besondere Rolle zukommt. Familien, Kinder und Jugendliche sind von der Pandemie besonders betroffen. Sie brauchen jetzt eine dringende Auszeit und sehnen sich nach dem Zusammensein und der Gemeinschaft in ungezwungener Umgebung mit anderen Familien und Kindern. Das ist in Jugendherbergen, auch unter Coronabedingungen möglich. Nach dem langen Lockdown, in dem keine Maßnahmen für die Kinder- und Jugenderholung oder Klassenfahrten durchgeführt werden konnten, kommt diesem Bereich jetzt eine besondere Bedeutung zu. Jugendherbergen nehmen diese gesellschaftliche Herausforderung an und sind in der Lage, Defizite mit ihren Angeboten auszugleichen und den Gästen einen herzlichen, wie auch sicheren Aufenthalt zu ermöglichen.

Corona war für alle herausfordernd. In einer solchen Ausnahmesituation zeigt es sich, wie wichtig eine partnerschaftliche Zusammenarbeit ist, um Krisen zu überwinden. Es gilt jetzt Danke zu sagen an S&F und alle Partner, für die Unterstützung und den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern sowie den Gästen für ihre Verbundenheit.



MARTIN MEYER



AUSSCHREIBUNG

Case Study S&F-Beratung 17

Trotz Corona und gewissen Unsicherheiten, was die Zukunft bringt, sind Ausschreibungen von Verpflegungsleistungen für öffentliche Träger verpflichtend. So auch bei einem Klinikverbund (auslaufender Vertrag ohne Verlängerungsoption) mit über 1.000 BKT pro Tag zzgl. Mitarbeitenden, Gästen und Konferenzverpflegung an 3 Standorten. Die aktuelle Situation ist für die Beteiligten und den aktuellen Dienstleister keine einfache, zumal aufgrund der geltenden Corona-Maßnahmen höhere Hygieneanforderungen einzuhalten sind. Denn wer

möchte schon die Versorgung von tausenden Patienten, Mitarbeitenden und Gästen gefährden und auf ein vorhandenes, aber noch nie erprobtes, Havariekonzept zurückgreifen. Auch für uns als Dienstleister war es eine nicht alltägliche Aufgabe. Persönliche Treffen waren nicht möglich, dafür fanden Videokonferenzen statt und die Begutachtung des auszuschreibenden Gegenstandes nur über Pläne...

VORWORT

Nein, da hatten wir schon bessere Voraussetzungen, was die Durchführung von Ausschreibungen betrifft. Doch nach einem Jahr Corona, Lockdown und Homeoffice kann einem wenig die Ruhe rauben. Man muss mit dem zurechtkommen, was da ist und was aufgrund der Kontaktbeschränkungen möglich ist.

PROJEKTSTART

Der Start des Projektes erfolgt wie in jedem anderen Projekt auch mit der Datenerfassung per E-Mail, File-sharing, etc. und der Terminplanung. Alles „Business as usual“ auch in Coronazeiten.

Hierbei werden folgende Daten in den unterschiedlichen Bereichen erhoben:

- Statistiken der relevanten Gästegruppen

- die aktuell gültigen Raumpläne aller auszuschreibenden Bereiche
- die relevante Technikaufstellung
- spezifische hausinterne Richtlinien (Umweltlinien, Nachhaltigkeitsanforderungen)
- die, soweit vorhanden, Standard-Vertragsstruktur des Auftraggebers für Dienstleistungsverträge

Die kommenden Schritte waren dann schon etwas außergewöhnlicher. Planung von Videokonferenzen für die Workshops, Vorbereitung der Unterlagen, virtuelle Diskussionen inklusive Verbindungsunterbrechungen. Dokumentation der Videokonferenzen, Abstimmungen per Mail.

Hier muss man sagen, dass, auch wenn viele der Meinung sind, dass Videokonferenzen ähnlich gut sind wie persönliche Treffen, diese trotzdem durch

nichts zu ersetzen sind. Stand heute! Zukünftige Entwicklungen wie ein Holodeck aus Raumschiff Enterprise mal außen vor. Der Trend geht dahin.

VERPFLEGUNGSKONZEPT

Im Rahmen des Video-Workshops wurden die zukünftigen Anforderungen an die Speisenversorgung definiert. Dies waren zum Beispiel 3 Menüs zur Auswahl für GKV-Patienten, 5 Zusatzmenüs für PKV-Patienten, keine Suppe dafür ½ Tablett für GKV-Patienten, Stationsbedarfslieferung einmal die Woche, Kinderstationen mit erweiterter Angebotsauswahl, Definition der dezentralen Getränkeversorgung, tägliche Speisenerfassung, Übergabepunkte und -zeiten in den Häusern und so weiter. Einige Anforderungen aus den vorangegangenen Ausschreibungen wurden gestrichen, da sie sich als nicht praktikabel erwiesen haben, andere Punkte wurden neu aufgenommen, da sie vormals nicht bedacht wurden oder aufgrund der Pandemie nun relevant wurden.

Corona hat viele Beteiligte zum Denken angeregt. Denn wenn plötzlich 1.000 Patienten kein Essen bekommen, weil die Küche still steht, wäre der Schaden für die Kliniken immens. Gleiches gilt auch, wenn das Personal der Wäscherei oder des Steri in Quarantäne muss. Das sind alles Sekundär- und Tertiärprozesse, welchen man im normalen Klinikalltag bislang nicht allzu viel Beachtung schenkte. Aber wenn einer der Bereiche ausfällt, sind Lösungen meist schwer zu finden.

SIE MÖCHTEN WISSEN WIE ES WEITER GEHT?

Die ganze Case Study können Sie [HIER](#) herunterladen.



Wir veröffentlichen in regelmäßigen Abständen aktuelle Projektbeschreibungen als Case Study. Im [DOWNLOADBEREICH](#) finden Sie alle bereits erschienenen Artikel und Studien. Gerne nennen wir Ihnen Referenzen / Referenzpersonen aus Ihrem Bereich – sprechen Sie uns an.



**FLORIAN
LORENZ**



**MICHAEL
MÖHRING**



**KAI
ZITZMANN**

S&F-EINKAUF

BuyGastroSystem: Neue Wege für den Einkauf – speziell für Gastronomie und Hotellerie

Manchmal erfordern spezielle Situationen neue Wege. Gerade in Anbetracht der aktuellen Lage in der Gastronomie stürzen viele Probleme auf den Gastronomen ein. Wie kann ich den Betrieb kurzfristig wieder „hochfahren“? Welche Planungssicherheit habe ich, wie kann ich den Personalbedarf decken und wie sieht es eigentlich mit „meinen“ Preisen bei den Lieferanten aus?

Einige Antworten auf die aktuellen Probleme werden erst in der Zukunft beantwortet werden können. Das Problem der nicht abschätzbaren Preisentwicklung bei den Lieferanten und Kontrolle der zu beschaffenden Artikel hat die S&F in Zusammenarbeit mit dem ErfaFoodService jedoch schon gelöst. Und alle Vorteile einer digitalen Einkaufslösung inklusive Warenwirtschaft gibt es kostenfrei dazu.

Der ErfaFoodService ist ein Netzwerk im Foodservice Markt mit Kontakten zu über 80.000 Marktteilnehmern und setzt sich aus Herstellern, Lieferanten, Kunden und Dienstleistern zusammen. Innerhalb des Netzwerkes gibt es regelmäßig Treffen zum Erfahrungsaustausch, Workshops und Expertengespräche.

Die S&F ist seit über 20 Jahren im Markt als Berater und Einkaufsdienstleister tätig. In dieser Funktion vertrauen über 400 Mandanten auf die Dienstleistungen der S&F im Einkauf.

Gerade kleinere Gastronomiebetriebe verwenden in der Praxis, getrieben von wirtschaftlichem Druck, häufig sehr viel Zeit darauf, aufwendig Preise der Lieferanten zu vergleichen und haben dabei doch nie das große Ganze im Blick. Mögliche Preisvorteile eines gebündelten Einkaufs werden im gängigen „Einzelkämpfertum“ vielfach nicht genutzt. Die Einführung einer modernen digitalen Warenwirtschaft scheitert zudem oft daran, dass nicht genügend Personal und Geld vorhanden sind.

Aus diesem Grund haben die S&F und ErfaFoodService ein Konzept entwickelt, um auch kleineren Gastronomen die Chance zu geben, über eine zentralisierte EDV kalkulationssicher zu den besten Preisen einzukaufen und dabei alle Vorteile der Digitalisierung im Einkauf unkompliziert zu nutzen.

Mit dem kostenfreien, onlinebasierten Bestellsystem ist jeder Gastronom in der Lage, Artikel mit einem Klick zu vergleichen, die Preisentwicklung von einzelnen Artikeln zu verfolgen und sogar auf Wunsch Rezepte und Menüs zu erstellen. Diese werden selbstverständlich automatisiert mit den aktuellen LMIV-Daten versehen, so dass mit nur einem Klick eine rechtskonforme Speisekarte erstellt werden kann.

Das System umfasst alle benötigten Warenwirtschaftsfunktionen und ist speziell für die Nutzung von Tablets und Smartphones optimiert. Auch die regionalen Lie-

**S&F:
BUYGASTROSYSTEM**

**MARKTPLATZ:
BUYGASTROSYSTEM**

feranten können selbstverständlich aufgeschaltet werden.

S&F sichert darüber hinaus vertraglich zu, dass der Bezug über die S&F nicht teurer ist als der aktuelle Lieferant.

Zusätzlich kann jeder Mandant der S&F auch kostenfrei Mitglied im ErfaFoodService werden und so die Vorteile der gastronomischen Gemeinschaft nutzen.

Weiterführende Informationen finden Sie auch auf der Homepage der S&F sowie der ErfaFoodService.

KONTAKT:

Florian Lorenz: florenz@sundf-gruppe.de
Michael Möhring: michael.moehring@erfa-foodservice.de

GERNE STEHT IHNEN DIE S&F IM PERSÖNLICHEN GESPRÄCH ZUR VERFÜGUNG.

TEL.: 02941 66 048-0

MITARBEITER DES MONATS

Wir stellen vor:

Kai, seit dem 01. Mai bist Du als Leiter Innendienst und Support für das S&F-Einkaufsportal zuständig. Wie siehst Du die Branche der Gemeinschaftsgastronomie, auch im Vergleich zur Hotellerie, aus der Du ja ursprünglich kommst?

Hallo Oliver, erstmal finde ich es super, dass Du von Gemeinschaftsgastronomie sprichst. Die neuen Konzepte aus der Branche zeigen, dass das Erlebnis für den Kunden in den Vordergrund gestellt wird und nicht mehr die reine Speisenversorgung. Besonders gut finde ich, dass der Fokus dabei häufig auf den Nachhaltigkeitsaspekt gelegt wird. Da ist die Gemeinschaftsgastronomie der Hotellerie teilweise einen Schritt voraus.

Erzähl uns doch etwas über Deinen beruflichen Werdegang und Dich selbst.

Meine Ausbildung zum Hotelfachmann, habe ich im Schloss Rheinhartshausen Kempinski im Rheingau absolviert. Danach war ich auf der MS Europa 2, im Kempinski Grand Hotel des Bains in St. Moritz und im Hotel Louis C. Jacob im Service tätig. Als staatlich geprüfter Hotelbetriebswirt habe ich zuletzt bei den 25h Hotels in Hamburg als Einkaufsleiter gearbeitet.

Nach meinen „Wanderjahren“ bin ich nun mit meiner Frau und meinen beiden Kindern wieder in meine Heimat, Lippstadt, zurückgekehrt, um mich hier der neuen Herausforderung bei der S&F Gruppe zu stellen.

Worauf legst Du besonderen Wert in Deiner täglichen Arbeit, was ist Dir wichtig?

Jeden Tag neu herausgefordert zu werden und individuelle Lösungen zu erarbeiten, macht mir richtig Spaß. Dabei gefällt mir besonders der tägliche Austausch mit unseren Kunden und den uns angeschlossenen Lieferanten. Aus meiner Zeit in der Operativen weiß ich, dass nur gemeinsam gute Ergebnisse erzielt werden können. Teamarbeit steht für mich mit an oberster Stelle.

Du bist ziemlich „zielsicher“, in allen Bereichen.

Was meine ich wohl damit?

Danke :). Du willst auf meine zweite Leidenschaft hinaus. Ja, ich nehme als Schütze aktiv am Vereinsleben teil. In den letzten Jahren ist das aufgrund der räumlichen Distanz von Lippstadt nach Hamburg leider nicht immer möglich gewesen. Das Schützenfest ist definitiv ein Highlight des Jahres für mich. An dem Wochenende treffe ich viele alte Bekannte und Freunde wieder, die ich noch aus der Schulzeit kenne und die alle in der gleichen Kompanie sind.

Meine Zielsicherheit beim Schießen auf den Vogel muss ich allerdings erst noch unter Beweis stellen. Das kann ich mir für die kommenden Jahre aber gut vorstellen.



REFERENZSTIMME

Frank Wiechmann

Durch die sehr unkomplizierte, kompetente und reibungslose Zusammenarbeit mit Ihnen, ist es mir gelungen sehr schnell eine neue Aufgabe im Außendienst, in einem renommierten Unternehmen zu finden. Ihre persönliche Betreuung und den diskreten Umgang stelle ich hier gerne heraus. Ich kann Ihr Team nur empfehlen.

Vielen Dank noch einmal, an dieser Stelle.
Gruß Frank Wiechmann

FEST IM GRIFF DER PANDEMIE

Projekt Griechenland

Die Pandemie hat Europa fest im Griff und gerade in der Gastronomie fallen viele Stellen dem Virus zum Opfer. Auch im Bereich der S&F-Führungskräftevermittlung war die prekäre Situation auf dem Arbeitsmarkt in der Branche deutlich spürbar. Darum freut es uns besonders, dass es auch Ausnahmen von der Regel gibt und sich manchmal Türen öffnen, wenn man am wenigsten damit rechnet. Licht am Horizont zeigte sich für einen unserer Bewerber im Frühjahr dieses Jahres.

Bereits seit Monaten war im Betrieb des Kandidaten Kurzarbeit angeordnet und ein Ende zeichnete sich nicht ab. Über die Führungskräftevermittlung konnten wir ihm ein äußerst attraktives Angebot unterbreiten: **Arbeiten wo andere Urlaub machen.** Für eine Cook&Chill Küche suchten wir einen Betriebsleiter für den Standort

Thessaloniki. Unser Kandidat packte die Gelegenheit beim Schopf und hatte bereits kurz nach dem ersten Kontakt das erste Gespräch vor Ort in Griechenland. Die beiden potenziellen Vertragspartner wurden sich schnell einig.

Nun ist unser Kandidat seit einigen Wochen im sonnigen Süden in Anstellung und konnte dank unserer Vermittlung nicht nur der Kurzarbeit entfliehen, sondern hat auch noch einen Arbeitsplatz in der Stadt gegen einen am Meer getauscht. Auch wenn nicht jede Vermittlung ein Happy End beinhaltet, so lohnt es sich doch auf jeden Fall in unserer Bewerberkartei gelistet zu sein. Gerne gibt Herr Seidel Ihnen dazu nähere Auskünfte.

Mail: mseidl@sundf-gruppe.de

HEADHUNTING

Neue Jagdmethoden?

Auf der „Jagd“ nach qualifizierten Führungskräften werden vermehrt persönliche Vermittler eingesetzt. Mehr zum Thema Headhunting in der Gemeinschaftsgastronomie hat S&F-Geschäftsführer Marcus Seidl im Interview mit **Claudia Kirchner, Chefredakteurin GVMANAGER** berichtet.

Herr Seidl, im IT-Bereich ist es gang und gäbe, dass Headhunter angeheuert werden, um Fachkräfte abzuwerben. Bald auch Realität in der GV?

Ja, ich registriere auch in der Gemeinschaftsgastronomie die Tendenz, gerade die Führungspositionen durch Unterstützung von Headhuntern suchen zu lassen. Ein Vorteil dabei: Die Headhunter können in den Auswahl- und Entscheidungsprozess einbezogen werden und damit eine gewisse Vor-Selektion übernehmen, was den Verantwortlichen Zeit spart.

Würden Sie sich selbst auch als Headhunter bezeichnen?

Eher nicht, weil unsere Dienstleistung wesentlich umfangreicher gestaltet werden kann. Wenn unser Auftraggeber es möchte, begleiten wir die Bewerbungsgespräche aktiv und können im weiteren Verlauf der Einarbeitungsphase unterstützen und weiterreichende Zielsetzungen mit dem neuen GV-Manager realisieren.

Aber – im Grunde genommen – fungieren auch wir als Headhunter für Unternehmen, die eine neue Führungskraft für ihren Gastronomiebetrieb finden und mit festgeschriebener Zielsetzung in den Betrieb integrieren wollen.

Wie grenzt sich Ihre Dienstleistung der Personalvermittlung vom Headhunting ab?

Als langjährige Branchenbegleiter und Berater sind wir im Außer-Haus-Markt tief verwurzelt, verfügen über die entsprechende Marktkenntnis sowie Branchennetzwerke. Da gut qualifizierte Führungskräfte in der GV nur schwer zu finden sind, sind immer mehr Unternehmen froh, Profis wie uns einschalten zu können. So erfahren wir im Bereich der Personalvermittlung seit etwa drei Jahren eine ständig steigende Nachfrage.



Teils unterscheiden wir uns auch in Sachen Vergütung. So verlangen manche Headhunter eine Fixpauschale von drei bis vier Monatsgehältern. Derartige Summen – auch bei ausbleibendem Erfolg – abzurufen, finde ich unprofessionell. Wir setzen stattdessen auf ein erfolgsbezogenes Honorar. Diese Fairness ist uns ebenso wichtig, wie den Recruiting-Prozess mit der notwendigen Diskretion und Sensibilität zu begleiten.

Worauf achten Sie bei der Vermittlung Externer, damit es später mit dem Team „passt“?

Wir identifizieren für unsere Auftraggeber qualifizierte, aus unserer Sicht geeignete und verfügbare Kandidaten. Letztlich trifft jedoch immer der jeweilige Auftraggeber die Entscheidung, wer am besten zum Unternehmen und zur Position passt. Wir bereiten also nur den Weg und unterstützen im Auswahlverfahren.

Decken sich denn die Wunschvorstellungen an einen GV-Manager von Seiten der Träger bzw. Unternehmenslenker mit der Praxis?

Manche Auftraggeber haben falsche Vorstellungen über die Branche und das Angebot an qualifizierten Fachleuten. Sie möchten einen GV-Manager mit allen verfügbaren Qualifikationen und umfangreichen Erfahrungen im Umgang mit Personal und im Sachgebiet Gastronomie-Dienstleistungen. Diese GV-Manager gibt es aber kaum, und wenn doch, sind sie an manchen Stellen auch überqualifiziert. Wir stimmen uns daher mit dem Auftraggeber ab, um ein aussagekräftiges, aber auch dem Markt entsprechendes Anforderungsprofil für die Vakanz zu entwickeln.

DAS GANZE INTERVIEW LESEN SIE IM HEFT ARCHIV DES GV-MANAGER

INTERVIEW

S&F WEBing



Maßgeschneiderte Verpflegungs- konzepte FÜR EINE ZUKUNFTSFÄHIGE GEMEINSCHAFTSGASTRONOMIE

DIE S&F-WEBINGS, ONLINE-ANGEBOTE DER S&F: AKTUELL-KURZ UND KNACKIG VORHANG AUF FÜR UNSER INTERNET-INFORMA- TIONS-FORMAT: DAS S&F-WEBING!

Rund um die Themen der Gemeinschaftsverpflegung stellen wir Ihnen seit Januar kostenfreie Online-Vorträge zur Verfügung. Ergänzt wird das Angebot durch Online-Schulungen externer Partner. In 20-30 Minuten auf den Punkt gebracht sind unsere WEBings ein wertvoller Erfahrungsaustausch für zwischendurch.

Ein kleiner Auszug aus den vergangenen WEBings:



UCHOTT

Begonnen haben wir die Reihe mit einem Gespräch mit Uwe Ochott, Senator im Senat der Wirtschaft Berlin zum Thema Mitarbeiterkommunikation in schwierigen Zeiten.



KLARMANN

Zum Thema Nachhaltigkeit durften wir bereits zwei WEBings durchführen. Manuel Klarmann berichtete über CO² Messung in der Gastronomie und Balázs Tarsoly über den Wettbewerb Weltverbesserer (siehe auch Seite 10 in diesem Magazin).



TARSOLY



VON LEOPRECHTING

Über die wirtschaftlichen Aspekte von Corona informierte uns Gunter Freiherr von Leoprechting.



UND DAS BESTE:

Wenn Sie mal ein WEBing verpasst haben, können Sie sich die Aufzeichnung in einer ruhigen Minute anschauen.

ZU DEN
AUFNAHMEN

SEIEN SIE GESPANNT!
AUCH MIT DEN NÄCHSTEN THEMEN BLEIBEN WIR AM PULS DER ZEIT.

Die Entwicklungen der Außer-Haus-Verpflegung in den nächsten Jahren stehen im Mittelpunkt der kommenden S&F-Workshop-Reihe.

In den letzten Jahrzehnten haben sich die individuellen Lebens- und Arbeitsgewohnheiten immer wei-

terentwickelt, so dass ein einheitliches Verpflegungsangebot nicht mehr zeitgemäß ist. Gemeinsam mit unseren Fachreferent*innen zeigen wir Möglichkeiten auf, Qualität und Wirtschaftlichkeit trotz der steten Veränderung, gestiegener Kosten und wachsendem Wettbewerbsdruck zu erhöhen.

EIN HIGHLIGHT DER VERANSTALTUNGSREIHE:
DIE BETRIEBSBEGEHUNG AM VERANSTALTUNGSORT

ZUR
ANMELDUNG

DIE STATIONEN DER WORKSHOP-REIHE 2021/2022:



Die WSG Wildauer Servicegesellschaft präsentiert die neue Zentralküche für bis zu 1.700 Essen am 28. Oktober 2021.



Am 3. März 2022 dürfen wir bei HiPP in Pfaffenhofen den Neubau des Verwaltungsgebäudes inkl. Küche und Gastronomie besichtigen.



AXA in Wiesbaden lässt uns am 5. April 2022 hautnah erleben, wie die Umstellung auf eine wirklich zeitgemäße Ernährung funktioniert.



FOND OF GmbH / FANCY FOOD GmbH heißt uns am 16. Juni in The Ship Cologne, einer voll digitalisierte, Büroimmobilie willkommen.

HIER ERFAHREN SIE MEHR



S&F-Planung

KÜCHENPLANUNG BEI HIPP IN PFAFFENHOFEN

„Der respektvolle Umgang mit der Natur und den natürlichen Ressourcen ist unser erklärtes Unternehmensziel. Das hat uns zu einem der weltweit größten Verarbeiter von ökologischen Rohstoffen gemacht. Nachhaltigkeit bedeutet für uns nicht nur einen wertvollen Ernährungsbeitrag zu leisten, sondern auch die Zukunft für die nachfolgenden Generationen lebens- und liebenswert zu halten.“

Dieses Motto, entnommen der Homepage von Hipp, spiegelt sich auch in den Bauprojekten und der Gastronomie des berühmten Babynahrungs-Herstellers aus Pfaffenhofen an der Ilm wider. Doch nicht nur in der Produktion setzt Hipp auf Nachhaltigkeit, sondern auch beim Bau. So wurde das neue Parkhaus mit nachhaltigen Baumaterialien errichtet und die Fassade des Gebäudes besteht aus regionalen Lärchen- und Kiefernstämmen. Rankhilfen aus hunderten Pflanzen bie-

ten Vögeln und Insekten einen Lebensraum mitten in der Stadt.

So wundert es nicht, dass Josef Holzer, der ehemalige Leiter der Betriebsgastronomie, viele Auszeichnungen für sein Engagement für nachhaltige Ernährung erhielt. Unter anderem den Branchen-Oskar der Fachzeitschrift GVMANAGER, verliehen auf dem S&F-Symposium für seine Lebensleistung.

Beim Bau des neuen Verwaltungsgebäudes übernahm S&F in Kooperation mit dem Ingenieurbüro Beck die Planung der Betriebsgastronomie. Auch hier wurde neben der Funktionalität der Nachhaltigkeitsaspekt einbezogen. So war es eine Selbstverständlichkeit, dass z. B. der Einbau einer Energieoptimierungsanlage zur Reduzierung des Stromspitzen / des Stromverbrauches für sämtliche Küchengeräte sowie die Entsorgung



Das Beste aus der Natur. Das Beste für die Natur.



des Nassmülls mittels einer Nassmüllanlage in der örtlichen Biogasanlage eingeplant wurde.

In dem Verwaltungsgebäude mit 4 Etagen erstreckt sich das Betriebsrestaurant über das gesamte Erdgeschoss. Der Restaurantbereich ist für bis zu 900 Tischgäste pro Tag ausgelegt.

Für die Planung des Küchenbereiches inkl. Umkleiden, Spülbereiche, Nassmüllanlage und Büro standen ungefähr 550 qm zur Verfügung, die Fläche für die Ausgabe inkl. Front-Cooking und Getränke- und Kaffeestationen umfasst ca. 230 qm.

Die Baukosten rein Küchentechnik inkl. Kälte- und Spültechnik betragen rund 1.000.000 Euro netto.





SEBASTIAN GÜLZAU
Einkaufsmanager stellv. Leiter
Innendienst & Support



WIR STELLEN VOR

Nachhaltigkeit und Wirtschaftlichkeit: Widerspruch oder Utopie?

Das Thema Nachhaltigkeit nimmt eine immer stärker Rolle in der öffentlichen Wahrnehmung ein. Neben der ganzheitlichen, wirtschaftlichen Beschaffung von Lebensmitteln wird Nachhaltigkeit zweifelsohne auch in der Gastronomie zukünftig stärker Einzug halten. Doch was ist Nachhaltigkeit? Gibt es womöglich Schnittpunkte zwischen den zunächst gegensätzlichen Themen Wirtschaftlichkeit und Nachhaltigkeit? Lassen sich die Parameter Wirtschaftlichkeit und Nachhaltigkeit kombinieren?

Nachhaltigkeit in der Gemeinschaftsverpflegung bedeutet, dass die Umwelt durch das Handeln so wenig wie möglich belastet wird. Ein Nachhaltigkeitsdreieck mit den drei Pfeilern: Soziales, Wirtschaftlichkeit und Ökologie mit verschiedenen Scores dient zur Veranschaulichung. Mit dem sozialen Pfeiler im Dreieck ist ein sozialer Umgang miteinander, ohne Ausbeutung im Betrieb und bei Zulieferern, beispielsweise in Anbauländern der Produkte gemeint. Der Pfeiler Ökologie umfasst den Umweltschutz und die Umweltschonung. Laut Europäischer Kommission entstehen ungefähr 1/3 der klimaschädlichen CO₂-Emissionen durch die (aktuelle) Auswahl der Lebensmittel. In der Schlussfolgerung bietet die Lebensmittelauswahl vermutlich einen großen Ansatz für eine positive Veränderung. Ein Ansatz lässt sich z. B. durch die Scores regionale Produkte und einer Reduzierung des Fleischanteils erzielen. Eine

klare Definition für regionale Lebensmittel gibt es allerdings nicht. In der Praxis legen viele Betriebe einmalig einen Standard für die Regionalität fest. Vielerorts übersteigt die Nachfrage in der Region das Angebot regionaler Produkte teilweise erheblich. Die Folge: Explodierende Preise, eingeschränkte Verfügbarkeit, teils monopolistische Strukturen vor Ort. Regional bedeutet dann vielfach: deutschlandweit. Der nächste Pfeiler im Nachhaltigkeitsdreieck stellt die Wirtschaftlichkeit dar. Ein Betrieb muss die Interessen von allen Stakeholdern erfüllen und wirtschaftlich gewinn- oder bedarfs- und deckungsorientiert sein, damit ein langfristiger Erfolg erzielt wird. Alle drei Bereiche haben Einfluss aufeinander und sollen unter gegenseitiger Berücksichtigung bestmöglich erfüllt werden.

Letztendlich entscheidet jeder Betrieb über die Gewichtung der nachhaltigen Aspekte individuell. Wichtig ist in jedem Fall: digitale Transparenz. Die Kostentransparenz eines umfassenden EDV-Einkaufs- und Warenwirtschaftssystems muss in der Praxis um eine digitale Nachhaltigkeitstransparenz ergänzt werden (z. B. Gesundheitsscore, Umweltscore, Klimascor). Die Tischgäste von heute identifizieren sich immer stärker mit dem Thema Ernährung und sind heute bereits echte „Foodies“, die sich etwa mit Lebensmitteltrends bestens auskennen und eine Transparenz zum Thema Ernährung von den Betrieben zukünftig stärker fordern.



Zum Beispiel: Woher kommt das Essen? Ist das Gericht klimafreundlich (CO₂-Bilanz)? Bei welchem Unternehmen werden die Produkte eingekauft, ist dieses sozial engagiert? Werden die Rohstoffe unter fairen Bedingungen produziert?

Digitale Prozesse nehmen auch in diesem Kontext eine Schlüsselstellung ein, da sie im Nachhaltigkeitsdreieck sowohl für eine hohe Wirtschaftlichkeit sorgen als auch die notwendige Transparenz für nachhaltiges Handeln herstellen.

Im Bereich der digitalen Transparenz ist hier die Datenbank und digitale App von eaternity zu nennen („EDB – eaternity Datenbank“, siehe www.eaternity.org), welche mittlerweile auch in digitale EDV-Einkaufs- und Warenwirtschaftsplattformen Einzug gehalten hat. Seitens S&F wird die Einbindung forciert, so dass auch die Mitglieder des S&F-Einkaufsverbundes, welche die necta-Plattform nutzen, die entsprechenden Scores von eaternity in den Speiseplan ab September dieses Jahres direkt integrieren können. Auch für die weiteren EDV-Plattformen coptec und jb-x ist eine entsprechende Anbindung strategisch vorgesehen.

In der Praxis ist ein Betrieb selten zu 100% nachhaltig aufgestellt, d. h. oftmals kommt eine Kombination aus nachhaltigen und konventionellen Ansätzen zum Tra-

gen. Der Mehrwert durch die Wirtschaftlichkeits- und Prozesspotenziale eines modernen digitalen Einkaufs- und Datenmanagements unter Einbindung externer Schlüsselpartner für Einkauf und EDV, wie z. B. der S&F-Gruppe, zeigt sich für Betriebe der Gastronomie und Gemeinschaftsverpflegung unter anderem darin, dass vermeintliche Mehrkosten für nachhaltige Produkte, z. B. regionale und Bio-Produkte gestemmt werden können. Ergebnis: Alleinstellungsmerkmal im Markt, hohe Kundenzufriedenheit, Wirtschaftlichkeit und Nachhaltigkeit aus betrieblicher und Kundensicht.

Somit leistet der Betrieb einen wesentlichen Beitrag gegen die Klimakrise und macht den Planeten auch für unsere Kinder zukünftig lebenswerter.

FAZIT:

Eine reine Wirtschaftlichkeitsbetrachtung im Einkauf (selbst wenn sie modern, d. h. ganzheitlich erfolgt) reicht heute und erst recht morgen nicht mehr aus. Im Sinne unseres Planeten, aber auch und vor allem aus Sicht unserer täglichen Tischgäste, ist es unumgänglich, dass auch das Thema „Nachhaltigkeit“ explizit im Einkauf, entsprechend der neu zu definierenden Gastronomiekonzeption, integriert wird. Mit den richtigen technischen, d. h. digitalen Hilfsmitteln werden Wirtschaftlichkeit und Nachhaltigkeit dann sicher kein Widerspruch mehr sein.



S&F-Gruppe
Modernes Verpflegungsmanagement



linktr.ee/sundf

Herausgeber:

S&F-Consulting Modernes
Verpflegungsmanagement GmbH
S&F-Planungs- & Betriebsführungs-GmbH
Adresse: Derbystr. 9, 85276 Pfaffenhofen a.d. Ilm
Tel: +49 84 41 79 79 30
E-Mail: info@sundf-gruppe.de
Webseite: www.sundf-gruppe.de

Marcus Seidl, geschäftsführender Gesellschafter
Ulrich Fladung, geschäftsführender Gesellschafter

Redaktion: Marcus Seidl (ViSdP), Martin Schmitz
Schmitz Marketing,
Jahnstr. 7, 58769 Nachrodt-Wiblingwerde

Gesamtleitung Magazin:

Martin Schmitz | Schmitz Marketing

Druck: WIRmachenDRUCK GmbH, Backnang

Erscheinungsweise: zweimal im Jahr

Bezugspreis: kostenfrei