



**Grußwort aus dem
Bayerischen Staatsministerium**

**Interviews & Stimmen
aus der Branche**

**Weiterbildung
mit Train Ahead**

Veranstaltungen

**Aktuelle wissenschaftliche
Erkenntnisse**

AGENDA 2030 und die Verantwortung der Gastronomie

Nachhaltiges Wirtschaften will gelernt sein



214 KUNDEN
28 KÖPFE
1 LÖSUNG

MEHR ALS NUR MARKETING-AGENTUR

MIT STRATEGIE ZUM ERFOLG

Redner

- Moderation
- Seminar
- Vortrag
- Webinar
- Training

Beratung

- Betriebsanalyse
- Fördermittelanalyse
- Konzeptentwicklung
- Positionierung
- Workshop

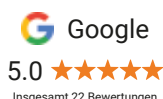
Agentur

- Corporate Design
- Webseiten & Shops
- Social-Media-Marketing
- Suchmaschinenoptimierung
- Vertrieboptimierung

Proven Expert Kundenbewertungen



Top-Kompetenzen: Fachkompetenz Wissensvermittlung Professionalität



Schmitz Marketing
Jahnstr. 7, 58679 Nachrodt-Wiblingwerde
Telefon: 0 23 52 / 26 75 452
Mobil: 0177 / 962 82 97
E-Mail: info@schmitz-marketing.de
Web: www.schmitz-marketing.de

SCHMITZ
MARKETING

Vorwort

Die Menschen wollen Veränderung: auch wenn im Jahr 2020 Corona die Gemeinschaftsverpflegung erschüttert, wird eines bleiben: in der Kantine, beim Kita- und Schulessen oder in der Krankenhaus- und Seniorenverpflegung spielen Klima- und Ressourcenschutz eine bleibende Rolle.

Das Bayerische Staatsministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten sieht in der Gemeinschaftsgastronomie einen wichtigen Partner, der hier mit uns gemeinsam Verantwortung übernimmt.

Mit täglich rund 1,8 Millionen Essen allein in Bayern hat die Gemeinschaftsverpflegung großen Einfluss darauf, ob wir unseren Weg zu mehr Nachhaltigkeit und Biodiversität mit regionalen und bio-regionalen Lebensmitteln aus heimischer, bäuerlicher Landwirtschaft kraftvoll beschreiten können.

Die Bayerische Staatsregierung hat bereits ein starkes Zeichen gesetzt: Das Essen in allen staatlichen bayerischen Kantinen wird bis 2025 deutlich nachhaltiger mit einem Anteil von dann 50 Prozent regionalen oder ökologischen Lebensmitteln.

Dabei gilt für uns in Bayern grundsätzlich die bayerische Herkunft als Maß für Regionalität. Eine feste Orientierung bieten unsere Gütezeichen Geprüfte Qualität Bayern und Bayerisches Bio-Siegel.

Jede Einrichtung braucht aber auch ihr eigenes Profil. Das haben wir in unseren Bayerischen Leitlinien für Gemeinschaftsverpflegung auch so beschrieben. Nutzen Sie diese für Ihr individuelles Verpflegungskonzept.

Einladen möchte ich Sie auch, in Bayern die Angebote unserer Verwaltung, insbesondere der acht Fachzentren Ernährung/Gemeinschaftsverpflegung, zu nutzen. Und lernen Sie unser Internetportal RegioVerpflegung und aktuell den Bayerischen Saisonkalender kennen.

Lassen Sie uns den Weg zu mehr Nachhaltigkeit in der Gemeinschaftsverpflegung gemeinsam gehen. Der Wind der Veränderung weht. Setzen wir Segel!

Angelika Reiter-Nüssle



Angelika Reiter-Nüssle
Referat M4
Bayerisches
Staatsministerium für
Ernährung, Landwirtschaft
und Forsten

NACHHALTIGKEIT IN DER GEMEINSCHAFTS-VERPFLEGUNG

Mit der Agenda 2030 reagiert die Politik europaweit auf eine der größten Herausforderungen unserer Zeit. Längst fordern auch Entscheider und Gäste nachhaltige Angebote und Konzepte von der Gemeinschaftsgastronomie. Neben Gesundheit, Ökonomie, Ökologie gilt es soziale Aspekte mit in Nachhaltigkeitskonzepte einzubeziehen.



Josef Holzer
HiPP
Leiter Betriebsgastronomie
BioMentor

„Gesunder Boden, gesunde Pflanze, gesunder Mensch“

Aus dieser Ur-Formel des Bio-Anbaus lässt sich auch die Ursprungsidee für die Bio-Verarbeitung bei HiPP ableiten, mit der sich das Unternehmen seit mehr als 60 Jahren erfolgreich befasst. Ganz im Sinne dieser Philosophie liegt HiPP auch die gesunde Ernährung der Mitarbeiter*innen am Herzen. Dafür engagieren wir uns tagtäglich in der Betriebsgastronomie, die bereits seit 2003 Bio-zertifiziert ist.

Das nahezu 100-prozentige Bio-Angebot ergänzt sich durch Fisch aus nachhaltigen Quellen und Wild aus heimischer Jagd. Neben einem hohen Frischegrad achten wir auf ein möglichst saisonales und regionales Angebot.

Durch verschiedene Projekte motivieren wir die Belegschaft zu einem nachhaltigen Lebensmittelkonsum: Ob beim Nachhaltigkeitsprojekt „Halbzeit-Vegetarier“, in unserer Partnerschaft mit ProVeg, bei der Zusammenarbeit mit Querfeld oder bei der bevorstehenden Eröffnung des neuen Betriebsrestaurants in diesem Jahr mit klimafreundlicher, pflanzlicher Theke: Für uns ist Nachhaltigkeit mehr als nur ein Trend.



Thomas Voß
Kaufmännischer Direktor
der LWL-Kliniken
Münster und Lengerich
BioMentor

Nachhaltigkeit ist das Gebot der Stunde – auch für die Außer-Haus-Verpflegung (AHV)

Nachhaltiges Wirtschaften ist spätestens seit Fridays for Future in der Gesellschaft angekommen und ein Muss für Unternehmen. Die AHV ist ein großer „Player“ in Bezug auf Ökologie und soziale Standards. Mit unserem Einkauf haben wir erheblichen Einfluss auf nachhaltige Lieferketten, über unsere Gäste sind wir gewichtige Multiplikatoren.

Mir ist Fairness entlang der Wertschöpfungskette genauso wichtig wie ökologische Standards und Tierwohl. Mein Goldstandard sind Produkte aus ökologischem Landbau, möglichst regional und unter Beachtung des Saisonkalenders.

Wir tragen Verantwortung – machen wir etwas Gutes daraus.

Nachhaltigkeit gewinnt in allen Lebensbereichen an Bedeutung.

Neben ökologischen Aspekten wie etwa dem Schutz des Klimas geht es dabei in der Praxis auch um soziale Verantwortung. Zudem fließen vermehrt Gesundheitsaspekte in nachhaltige Unternehmensführung ein. In der Gemeinschaftsverpflegung geht es somit um Ökologie, Ökonomie, Soziales und Gesundheit.

Um diese Herausforderungen erfolgreich zu meistern, werden Transparenz, gute Konzepte und Gäste-Begeisterung benötigt. Entscheider*innen sollten sich ihrer Verantwortung bewusst werden, da sie maßgeblichen Einfluss auf die Verpflegungssituation der Mitarbeiter*innen haben.

Aus Sicht der Mitarbeitenden wird Nachhaltigkeit zum Employer-Branding-Thema. Millennials legen sehr großen Wert auf ganzheitliche Konzepte in der Arbeitswelt. Ernährung wird folgerichtig zum Hygienefaktor, um Mitarbeitende langfristig zu binden.



Prof. Dr. Jan Wirsam
Professor für Operations-
management und Innova-
tionsmanagement an der
HTW Berlin

Hygiene kritisch beäugen - Interview mit Martin Meyer

Dokumentation ist gut, Kontrollpunkte sind besser – aber dennoch werden sie in GV-Betrieben oftmals noch nicht ausreichend ermittelt, so die Erfahrung von Martin Meyer, Leiter Geschäftsbereich Beratung der S&F Gruppe.

Der Betriebswirt für Verpflegungsmanagement im Interview rund um Hygiene und CCPs.

Herr Meyer, das HACCP-Konzept ist in diesem Jahr 60 Jahre alt geworden. Wie gut verankert sehen Sie es inzwischen in Großküchen?

Martin Meyer: Wir erleben in unserem täglichen Arbeitsalltag sehr viele unterschiedlich aufgebaute Konzepte. Diese reichen von Standarddokumentationen bis zu selbsterstellten Dokumenten. Die Qualität ist dabei (leider) auch selten homogen, und obwohl der Aufbau in der Verordnung EG 852/2004 beschrieben wird, findet man in vielen Einrichtungen immer nur den Teil, welcher die Kontrollen und Dokumentationen betrifft. Den Part mit der Ermittlung der kritischen Kontrollpunkte übersieht man geflissentlich, da er den größten Arbeitsaufwand und etwas Denken erfordert. Hierfür ist in den meisten Betrieben mit ihrer dünnen Personaldecke und oft ausfallenden Mitarbeitern meist keine Zeit und so macht man das vermeintlich Notwendigste, nämlich die Dokumentation, um die Kontrollbehörden grundsätzlich zufrieden zu stimmen. Da ist es auch nicht sehr hilfreich, wenn ein Koch wie Roland Trettl, den ich sehr schätze, in einem Interview die Aussage trifft, er empfinde ein HACCP-Konzept für die Gastronomie als „Steine in den Weg legen“ und eröffne in Europa deshalb kein Restaurant mehr. Die Aussage wird zwar später etwas revidiert, aber trotzdem sind solche Bemerkungen doch eher kontraproduktiv, wenn es um den Stellenwert der Verbrauchersicherheit geht.

Wie schwer fällt es Ihrer Erfahrung nach GV-Betrieben, ihre eigenen CCPs zu definieren?

Meyer: Wer sich die Vorgehensweise zur Erstellung eines HACCP-Konzepts – der Gesetzgeber nennt es in Artikel 5 der VO EG 852/2004 „HACCP-Grundsätze“ – ansieht, wird feststellen, dass dies doch einen hohen administrativen Aufwand und Fachkenntnisse voraussetzt. Und hier fangen die meisten Probleme der Betriebs- und Küchenleitungen an. Froh können die sein, deren Einrichtungen über eine Stelle verfügen, die das Qualitätsmanagement-System zentral regelt und in deren

Ressort der Bereich HACCP fällt. Alle anderen fangen mit der Gefahrensammlung und Bestimmung der kritischen Kontrollpunkte an. Und jeder, der dies schon einmal durchgeführt hat, kennt die Tücken.

Denn ich schätze die Gefahren, die zum Beispiel von Kartonagen, Roststellen, beschädigten Fliesen, Personalhygiene etc. ausgehen, doch sehr unterschiedlich ein. Hier wird dann meist zuviel des Guten getan, die Gefahren zu kritisch eingeschätzt und am Ende des Prozesses stehen dann zehn bis 15 CCPs, welche zu kontrollieren sind. Das überfordert selbst den motiviertesten Mitarbeiter. Hier wäre die Einbeziehung eines Hygienebeauftragten mit entsprechenden Kenntnissen sinnvoll und zielführend, sodass am Ende des Tages vier bis fünf CCPs stehen, die zu kontrollieren sind.

Sie bieten explizit Inhouse-Hygieneschulungen an. Was ist der Vorteil gegenüber einer standardmäßigen externen Schulung?

Meyer: Externe Anbieter beschränken sich meist auf eine standardmäßige Durchführung auf Basis der wichtigsten Inhalte wie Händereinigung und -desinfektion, Körperhygiene und Infektionsschutz. Darüber hinaus wird, sofern vom Auftraggeber gewünscht, auf die auszufüllenden Dokumentationen innerhalb des HACCP-Konzepts hingewiesen. Mehr nicht. Hierbei sind die Kosten für die Auftraggeber meist überschaubar und den gesetzlichen Anforderungen ist Genüge getan. Ob die Inhalte der Schulungen beim Teilnehmer ankommen, steht wiederum auf einem anderen Blatt.

Wir schalten vor die Schulungen immer eine Betriebsbegehung und bringen die Ergebnisse und Inhalte in die Schulung ein. Das ist realitätsnäher und die Teilnehmer können sich mit den Schulungsinhalten besser identifizieren und das Wissen im Betriebsalltag nutzen. Darüber hinaus führen wir im Anschluss an die Schulungen immer noch einen kurzen Wissenstest durch, um zum einen die Schulungsinhalte zu testen und zum anderen, um zu sehen, ob unsere Schulungen und die Art der Durchführung publikumsnah sind. Denn der Kunde erwartet für das Mehr an Kosten im Vergleich zu anderen Anbietern auch die entsprechende (Mehr-)Leistung. Somit bietet unsere Vorgehensweise zwei Vorteile. Vorteil 1: Der Kunde bekommt die Pflichtschulung zum Thema Hygiene; Vorteil 2: Wir erstellen einen kurzen Soll-Ist-Vergleich für den Verpflegungsbetrieb und zeigen Schwachstellen auf, welche dann zeitnah umgesetzt werden sollten.

Wo besteht in Sachen Hygiene noch immer Aufklärungsbedarf?

Meyer: Das Thema Hygiene ist inzwischen in den meisten Betrieben angekommen und wird auch den Vorgaben entsprechend umgesetzt. Fehler treten meist dort auf, wo sich im täglichen Ablauf das Arbeitsaufkommen konzentriert. Also zum Beispiel bei der Speisenverteilung, wenn die Komponenten schnell ans Band oder in die Thermoboxen müssen und keine Zeit zur Temperaturkontrolle bleibt. Oder wenn die vorgegebenen Zeiten zur Küchenreinigung einfach nicht ausreichend sind, um eine Reinigung den Vorgaben entsprechend durchzuführen.

Hier ist noch Aufklärungsbedarf notwendig, um Risiken auszuschalten. Dabei kann man mit entsprechend abgestimmter Personalplanung und dem Einsatz von technischen Hilfsmitteln wie Datenloggern schon viel erreichen. Dies verringert zum Beispiel den Aufwand zur Temperaturkontrolle der Kühlhäuser und schafft mehr Zeit für andere Tätigkeiten.

Was wird von Küchenverantwortlichen zu Unrecht ignoriert?

Meyer: Viele Küchenleitungen ignorieren den Teil vor und nach der Küchentür: aus den Augen, aus dem Sinn. Dabei ist es wichtig, zu wissen, wie Produkte gelagert oder verarbeitet werden, bevor sie in die Küche kommen. Denn wenn beim Lieferanten schon die Prozesskette falsch läuft, kann der Küchenleiter das nicht mehr ausgleichen. Deshalb sind jährliche Lieferantenbegehungen sehr wichtig und verbessern auch das Verständnis füreinander. Auch hier haben wir schon erlebt, dass Lieferanten nach einer Begehung aus der Einrichtung geflogen sind. Das Gleiche gilt natürlich für interne oder externe Kunden.

Je nach zuständigem Kontrolleur gibt es auch verschiedene Interpretationen von Hygienesituationen. Wie gehen Sie als Berater in Schulungen damit um beziehungsweise, was raten Sie Küchenleitern?

Meyer: Das EU-Recht ist wie immer sehr schwammig formuliert und muss erst in nationales Recht umgesetzt werden; doch selbst dann lässt es den Einrichtungen viel Spielraum in der Umsetzung. Dies führt dazu, dass man von verschiedenen Stellen und je nach Bundesland unterschiedliche Aussagen zum gleichen Sachverhalt bekommt. Wir raten hier immer, die entsprechenden Kontrollstellen vor Ort in den Prozess mit einzubinden und sich das eigene Vorgehen in der Richtigkeit bestätigen zu lassen.

Dieses Interview wurde in der GV Manager Ausgabe 10/2019 veröffentlicht. ■

Martin Meyer

”

Das EU-Recht ist wie immer sehr schwammig formuliert und muss erst in nationales Recht umgesetzt werden; doch selbst dann lässt es den Einrichtungen viel Spielraum in der Umsetzung.“



Der gelernte Koch Martin Meyer verantwortet als Bereichsleiter Beratung bei der S&F Gruppe alle Facetten der Gastronomieberatung, des Verpflegungsmanagements und der Umsetzungsbetreuung Gastronomie. Ihm untersteht das klassische Beratungs- und Dienstleistungsportfolio wie Analysen, Studien, Konzepte, Ausschreibungen und Qualitätsmanagement. Seit Abschluss seines Studiums zum staatlich geprüften Betriebswirt für Systemgastronomie, Catering und Gemeinschaftsverpflegung (2006) ist er für die S&F-Gruppe tätig.

S&F-SYMPOSIUM 2020

400 Anmeldungen sprechen eine eindeutige Sprache. Nach dem großen Erfolg im Oktober 2019 geht der S&F-Fachkongress 2020 in eine neue Runde.

Neuaufgabe im Oktober 2020

Bewährtes erhalten, Aktuelles implementieren. Unter diesem Motto wird sich die deutschlandweit bekannte Veranstaltung mit einem neuen Konzept präsentieren. Fachvorträge von Expert*innen dürfen ebenso wenig fehlen wie die beliebte Abendveranstaltung in der Tenne des Veranstaltungsforums Fürstenfeldbruck bei München. Austauschforen und die Einbindung von Verbänden sowie ein hochkarätiger Keynote-Vortrag bereichern den neuen Veranstaltungsablauf.

Wissenstransfer im Fokus

Die Wissensvermittlung von Expert*innen für Expert*innen steht weiterhin im Mittelpunkt des zweitägigen Symposiums. Entscheider*innen aus allen Bereichen der Gemeinschaftsgastronomie erleben, gemeinsam mit ihren designierten Nachfolger*innen, Impuls- und Erfahrungsberichte zu den brandheißen Themen der Branche im Plenum. In den fünf Austauschforen steht der lebendige Erfahrungsaustausch der Teilnehmer*innen im Vordergrund.

Das Symposium gehört zur S&F-Gruppe

„Das Symposium ist ein Teil von uns“, bekräftigt Ulrich Fladung, geschäftsführender Gesellschafter und führt weiter aus: „Seit 17 Jahren trifft sich die Branche in Fürstenfeldbruck, diese Tradition konnten wir nicht sterben lassen.“

Marcus Seidl, Gründer der S&F Gruppe, dankt allen Teilnehmern, „dass Sie Teil des wirklich großartigen Symposiums 2019 waren. Diesen Erfolg möchten wir wiederholen – gemeinsam mit Ihnen! Darum starten wir zu einer Neuaufgabe am **15. und 16. Oktober 2020** in Fürstenfeldbruck.“

Verleihung GV-Manager des Jahres

In einem neuen Kleid präsentierte sich schon 2019 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 2020 wird die Ehrung der Gewinner*innen die ihr zustehende Würdigung erhalten und einen separaten Programmpunkt bilden.

Neues Konzept für das neue Jahrzehnt

Das neue Konzept des S&F-Symposiums punktet mit mehr Zeit und Raum für den interaktiven Austausch. So beginnt die Veranstaltung am Donnerstag 15. Oktober 2020 mit dem Treffen der Berufsverbände. Um 11 Uhr macht ein hochkarätiger Keynote-Vortrag den Auftakt für das weitere Tagesprogramm. Ab 13 Uhr folgen vier weitere Vorträge. Um 18.30 Uhr beginnt dann mit der Verleihung der*s GV-Manager*in des Jahres der festliche Teil. Ab 19.30 Uhr stehen bei der Abendveranstaltung gemütlicher und geselliger Austausch im Mittelpunkt.

Ihr Wunschthema im Austauschforum

Am Freitag 16. Oktober 2020, steht bis 12.30 Uhr der gemeinsame Erfahrungsaustausch in fünf themenbezogenen Austauschforen im Mittelpunkt. Zwei der fünf Themen werden vor Ort am Morgen ermittelt. Jede*r Besucher*in hat dabei die Möglichkeit, ein Thema vorzuschlagen. Dann wird abgestimmt. Die beiden Themen mit der höchsten Relevanz werden die Austauschforen komplettieren. So wird das Symposium wirklich zu Ihrem Symposium. Ab 12.50 Uhr folgt die Verleihung des Förderpreises, bis dann schließlich ab 13.20 Uhr „Simon der Koch“ als Highlight der beiden Tage das S&F-Symposium 2020 abschließen wird.

Förderpreis für innovative und nachhaltige Projekte

Der Förderpreis für innovatives Verpflegungsmanagement wird für besondere betriebliche oder wissenschaftliche Leistungen zur nachhaltigen und zukunftsfähigen Verpflegung vergeben. Doch warum ein Förderpreis? In Zeiten des Umbruchs möchte die S&F-Gruppe Mut machen, die Veränderung anzunehmen, um neue Wege zu gehen und sich den Herausforderungen des Marktes zu stellen.

Im Rahmen des Symposiums 2019 wurde der S&F-Förderpreis bereits zum zwölften Mal vergeben. Herzliche Glückwünsche gingen an die LINDE AG. Mit ihrem Projekt „Das gesundheitsorientierte Ernährungsangebot der AGORA“ konnte sie nicht nur die Jury begeistern. ■



Jetzt als Aussteller bewerben:

Birte Kottke
Assistenz der Geschäftsleitung
Tel: +49 8441 79793 0
Mail: bkottke@sundf-gruppe.de

Einkaufen will gelernt sein

S&F-Einkaufsgemeinschaft

Damit sich Küchenteams auf die Hauptaufgabe der Speisenzubereitung voll umfänglich konzentrieren können – ohne bares Geld zu verlieren, kommt dem Einkaufsmanagement und der Warenwirtschaft eine strategische Schlüsselrolle im Alltag zu.

Die richtigen Produkte zur richtigen Zeit am richtigen Ort – das ist die Kernaufgabe des Einkaufsmanagements, die eines hohen zeitlichen und fachlichen Aufwands bedarf. Da die Verantwortlichen in den Küchen häufig mit wesentlichen Aufgaben wie Kochen oder dem Personalmanagement zu tun haben und dadurch stark ausgelastet sind, bleibt eine konsequente Nutzung von Warenwirtschaft und Einkaufsmanagement häufig auf der Strecke.

Diese Beobachtung machen die Berater der S&F-Gruppe immer wieder im Praxiseinsatz: „Ein Großteil der Betriebe kauft schon jahrelang bei denselben Lieferanten ein. Preisvergleiche und die Beobachtung der Marktentwicklungen finden wenig bis gar nicht statt. Dazu kommt, dass Produkte und/oder Sortimente nicht definiert sind“, bemängelt Florian Lorenz, Einkaufsmanager der S&F-Gruppe. Das führe zum sogenannten Maverick-Buying (wildes Einkaufen).

Die Folge: Eine Bewertung des Einkaufs mit belastbaren Kennzahlen, um Einspar- und Prozesspotenziale zu identifizieren, ist nur mit sehr großem Aufwand möglich.

Unstrukturierter Einkauf

Das wilde Einkaufen verleitet den einen oder anderen Küchenverantwortlichen dazu, zum Beispiel vier verschiedene Produkte eines Typs zu kaufen. So etwas passiert, wenn alte Prozesse übernommen, Lieferanten nicht hinterfragt und Artikel nicht definiert werden. So geht bares Geld verloren. Zusätzlich wird nur sehr selten ein Tool verwendet, um den Einkauf zu strukturieren. „Meist finden wir in den GV-Betrieben, wenn überhaupt, nur das Online-Bestellportal des jeweiligen Hauptlieferanten“, berichtet der Experte.

Das bedeutet aber wiederum, dass weitere Lieferanten zum Beispiel für Obst und Gemüse oder der regionale Bäcker nicht auf das System aufgeschaltet werden können oder dies nur mit immensem händischem Aufwand und Datenpflege möglich ist.

Wie bringen GV-Verantwortliche den Einkauf, als Schlüsselrolle für Wirtschaftlichkeit in ihren Betrieben, also mit den vorhandenen Rahmenbedingungen in Einklang?

Zentraler Einkauf mit Plus

Die Servicegesellschaft der St.-Augustinus-Gruppe in Neuss, die sieben Seniorenheime und fünf Krankenhäuser betreibt, hat sich vor circa zwei Jahren dazu entschieden, den Einkauf ihrer Häuser zu zentralisieren, um diesen Prozess insgesamt zu vereinfachen und dabei besser zu strukturieren. Die Wahl des Trägers ist dabei auf das Einkaufsmanagement von S&F gefallen. Funktionen, wie das automatische Anzeigen von Allergenen, Zusatzstoffen und so weiter, sind heute selbstverständlich. Die verschiedenen Softwareprogramme im Einkauf unterscheiden sich größtenteils nur noch in Details und in der Benutzeroberfläche – so die Erfahrung von Marko Anderson, Abteilungsleitung Speisenversorgung & Gastronomie der St. Augustinus Gruppe.

Bei der Entscheidungsfindung seien vielmehr Schnittstellen zu der bereits bestehenden Software in den eigenen Häusern relevant gewesen. Wichtige Kriterien bei der Auswahl waren ebenso die nachgelagerten Einkaufsprozesse, zum Beispiel Marktanalysen, Lieferantensuche oder Preisvergleiche, die, wie Marko Anderson einräumt, die St.-Augustinus-Gruppe nur mit hohem Aufwand leisten könnte.

„Wir brauchten einen Partner, bei dem wir nicht eine weitere Nummer im System sind. Diesen Partner haben wir in der S&F-Gruppe gefunden“, freut sich Marko Anderson. „Die direkte Kommunikation mit den Lieferanten bleibt in unserer Hand; S&F unterstützt uns im Hintergrund mit verschiedenen Dienstleistungen. Dadurch sind wir sicher, dass unser Einkauf immer marktorientiert ist“, erklärt der Abteilungsleiter. Zudem ist er davon überzeugt, dass die Schulungen von S&F geholfen haben, die Mitarbeiter von Anfang an mitzunehmen und Ängste abzubauen.

Auf den Betrieb zugeschnitten

Das Beispiel der St. Augustinus Gruppe in Neuss zeigt: Bei einer Einkaufsgemeinschaft kommt es längst nicht nur auf eine positive Preisentwicklung an, die dahinterstehenden Dienstleistungen und das begleitenden Einkaufsmanagement sind dabei der eigentliche Trumpf, der ausgespielt wird. Vor der Einführung der neuen Software und einer Umstellung der Lieferanten ist es daher sinnvoll, zuerst das Kernsortiment unter Berücksichtigung der individuellen Einkaufsphilosophie zu analysieren und auszuwerten.

Auch ein Kriterienkatalog für bestehende und zukünftige Lieferanten ist häufig empfehlenswert. Auf Basis der Ergebnisse

werden dann die potenziell geeigneten Lieferanten über die folgende Ausschreibung benachrichtigt. „Bei der Auswertung der Angebote kommt es vor allem darauf an, nur identische Produkte zu vergleichen und zu bewerten“, erklärt Florian Lorenz.

Die Wahl der Software leitet sich aus den betriebspezifischen Anforderungen ab. Die S&F-Gruppe arbeitet in diesem Zuge mit den drei EDV-Partnern D.H. Coptec, Jb-x Solutions und Necta Deutschland zusammen, mit denen sie ein eigenes internetbasiertes Einkaufs- und Warenwirtschaftssystem im Markt vertreibt. Es enthält unter anderem die Möglichkeit von Preisvergleichen oder einer halbautomatischen Inventur. Da das System vom Menschen bedient wird, ist eine umfassende Einarbeitung und der anschließende Support wichtig und sollte daher stets Teil einer Einkaufsdienstleistung sein. ■

Florian Lorenz

Leiter operatives Management
S&F-Einkauf



Worauf bei der Wahl des Einkaufsdienstleisters zu achten ist:

1. Individuelle Abbildung der Einkaufsphilosophie
2. Berücksichtigung der Folgekosten (z. B. Rechnungsbearbeitung)
3. Integration der Liefermodalitäten in eigene Abläufe
4. Berücksichtigung regionaler Lieferanten, kein Lieferantenzwang
5. Hohe Benutzerfreundlichkeit (Küchenleiter ohne EDV-Kenntnisse)
6. Transparenz der Vergütung
7. Einwandfreie Datenübernahme und -bereitstellung
8. Individuelle Vereinbarung der Lieferbedingungen (zum Beispiel Zahlungsziel, Logistik)
9. Artikelspezifikation muss der tatsächlich geforderten Qualität entsprechen.
10. Begleitendes externes Controlling (Abgleich mit Marktentwicklung)

– Anzeige –

Seit 20 Jahren

Erfolgsgarant
in der
Gemeinschafts-
verpflegung



Optimierung Bestellprozesse

Schnittstellen zu mehr als 1500 Lieferanten



necta erstellt Bedarfslisten auf Basis von

Speisen und/oder Getränken

Verkaufslisten (Speise-/Getränkekarten)

Wochenmenüplänen

Lagerbeständen

Produktionen



Ihr persönliches PLUS

- 😊 Preisvergleich vor jeder Bestellung
- 😊 Abgleich Lieferung und Bestellung
- 😊 Automatische Erstellung von Reklamationsmails

necta ist MEHR als ein reines Bestelltool

Rezeptieren - Kalkulieren - LMIV Daten

Warenwirtschaft - Lieferscheine - Inventuren

Produktion - Tourenplanung - Lieferlisten

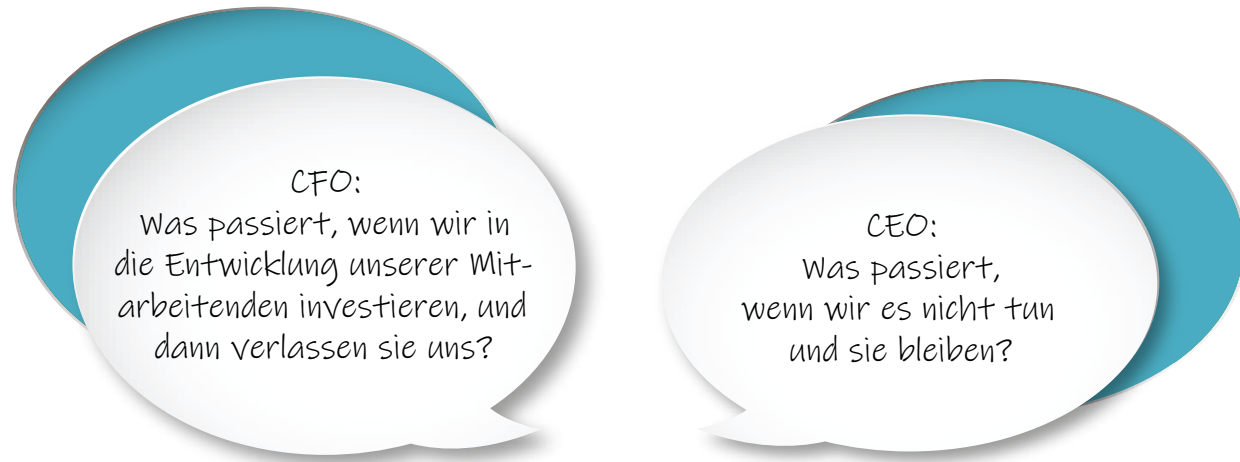
Controlling - Schnittstellen zu Kassen
Buchhaltungen - Scanner - APPs

Kontakt: necta Deutschland GmbH
Sonntagshornstraße 41 - 83278 Traunstein

verkauf@necta-group.com
Tel. +49 861 23084888

Train Ahead

Ihre eigene Akademie



Fördern lohnt sich

Dieser kleine, ironische Dialog zwischen CFO und CEO sollte längst in den Schubladen alter Tage liegen. Dennoch kursiert er immer wieder auf Veranstaltungen, in Diskussionen und Posts zum Thema Human Ressource und trifft einen empfindlichen Punkt.

Es ist die Angst vor der Fehlinvestition, die uns in diesem Zusammenhang treibt. Wir brauchen ein mutiges Umdenken, denn mit diesem Denken von gestern werden wir keine Antworten auf die enormen Herausforderungen in der Gemeinschaftsverpflegung finden.

Die Angst vieler Personalverantwortlicher ist nach wie vor ausgeprägt: Mitarbeitende könnten verloren gehen, wenn diese fachlich und persönlich weitergebildet werden. Im Ergebnis wird häufig auf die Personalentwicklungsbremse getreten. Dabei ist dies die denkbar schlechteste Entscheidung, die wir treffen können: Aktuelle fachliche und persönlichkeitsbezogene Entwicklungen gehen an unseren Mitarbeitenden vorbei – externe Impulse und Erfahrungen fehlen, unsere Abteilung und unser Unternehmen verfällt in Stillstand und wir büßen Wettbewerbsfähigkeit ein.

Das ist jedoch nur die eine Seite: In der Praxis sind es

insbesondere fehlende Wertschätzung und Förderung, Demotivation und Perspektivlosigkeit, die Mitarbeitende zur Kündigung veranlassen oder eine reine Dienst-nach-Vorschrift-Mentalität fördern. Beides schadet unseren Unternehmen in der Gemeinschaftsverpflegung nachhaltig.

Trauen wir uns doch stattdessen, in unsere Mitarbeitenden zu investieren, sie zu fördern, wo immer wir können. So entsteht Wachstum. Mitarbeiter*innen brauchen Perspektiven und Entwicklungsziele – Unternehmen in der Gemeinschaftsverpflegung brauchen gut ausgebildete Fachkräfte, die auf dem neuesten Stand der Entwicklung agieren. Nur wer rechtzeitig in die eigenen Mitarbeiter*innen investiert und im eigenen Haus Fach-Know-How für Zukunftsthemen, wie Führung, Digitalisierung, Gesundheitsthemen, Kommunikation und operatives wie strategisches Management aufbaut, bleibt wettbewerbsfähig und erfolgreich.

Mitarbeitende, die sich im Unternehmen wertgeschätzt fühlen und mit individuellen Weiterbildungsprogrammen gezielt gefördert werden, wissen das dahinterstehende Investment des Unternehmens zu schätzen und sehen es als Anerkennung.

Fachkräfte, die durch den/die Arbeitgeber*in begleitet und unterstützt werden, sind motivierter und identifizieren sich mit dem Verpflegungsbetrieb. Sie haben keinen Grund, das Unternehmen zu verlassen – ganz im Gegenteil: Es sind die, die bleiben, die sich engagieren und für das Unternehmen brennen. Die Wahrscheinlichkeit, dass Mitarbeitende nach einer Weiterbildung das Unternehmen verlassen sinkt. Fehlende Perspektive und keine Aussicht auf Weiter-

bildung hingegen erhöhen die Wechselwahrscheinlichkeit.

Es ist Zeit für einen MUTausbruch: Haben wir gemeinsam den Mut, neue Wege zu gehen, die Menschen in unseren Verpflegungsbetrieben ohne Vorbehalte zu fördern und weiterzuentwickeln, denn mit diesen Menschen gewinnen wir. ■



Sarah Wankelmann

DHA Akademie
wankelmann@dha-akademie.de
0221-42 29 29 16



Referenzen

”

Im täglichen operativen Geschäft kann man die eigenen Potentiale und Möglichkeiten oft nicht erkennen. Diesen Blick auf die eigenen Potentiale und einen Wegweiser für die ersten Schritte in die richtige Richtung hat uns S&F eröffnet.“



Andreas Schülke
Geschäftsführer
Studierendenwerk Vorderpfalz

”

Durch die sehr kompetente, diskrete und unkomplizierte Zusammenarbeit im Rahmen der Führungskräftevermittlung, ist es mir schnell gelungen, eine neue spannende Aufgabe in einem zukunftsweisenden Unternehmen zu finden. Den sehr persönlichen und vertrauensvollen Umgang habe ich sehr geschätzt und würde mich zu jeder Zeit dem Team der S&F-Personalvermittlung wieder anvertrauen.“



Corinna Hoffmann



DIE S&F-GRUPPE ...

... stellt sich vor

Ihre kompetenten Ansprechpersonen rund um die Gemeinschaftsgastronomie: Einkauf, Beratung, Planung, Führungskräftevermittlung, Ausschreibungen.

Gemeinsam geben wir jeden Tag 100 Prozent, damit wir Ihre Wünsche erfüllen können und Sie bestmöglich beraten. Wir freuen uns auf Ihre Anfrage.

- Mehr als 1.000 Projekte
- Absolute Kundenorientierung
- S&F-BestPractice – Erfahrung seit 1999 – aus der Praxis für die Praxis
- Unsere Dienstleistung rechnet sich
- Kontinuierliche Weiterentwicklung
- Stetiger Innovationstransfer aus der Branche
- Ganzheitliches Dienstleistungsangebot aus einer Hand
- Interdisziplinäres Netzwerk aus Praxis und Wissenschaft
- Gelebtes Wertesystem aus Offenheit, Transparenz und Nachhaltigkeit



– Anzeige –

RESTAURANT

RESTAURANT BURGERLICH

20354 Hamburg, Deutschland

Interview mit Sven Freystatzky (Mitbegründer)

Foto: Sven Freystatzky, Mitbegründer

Was sind die Herausforderungen im Burgerlich?

Bei Burgerlich machen wir alles selbst, aus frischen und regionalen Zutaten. Das schmeckt den Leuten und so gehen in der Mittagszeit gut und gerne mal 200 Essen in 150 Minuten raus. Das bedeutet: alle 45 Sekunden eins. Da müssen die Abläufe in der Küche stimmen – von der Bestellung, über die Spültechnik bis zur Resteentsorgung.

Wie kam es zum Einsatz des BioMasters®?

Normalerweise gibt es dafür Abfalltonnen, die in gekühlten und belüfteten Räumen gelagert werden. Dabei kann es schon mal passieren, dass die Tonnen zu voll gemacht werden und umfallen. Worst case! Für mich also eine Frage der Hygiene, aber auch eine rechnerische Aufgabe, laut der ich nach etwa 4 Jahren sogar anfangs, Geld zu verdienen. Dann haben sich die Investitionskosten amortisiert. Durch die gesparten Quadratmeter und dank der sauberen Entsorgung.

Was gefällt Ihnen daran besonders gut?

Für mich persönlich ist es die sauberste Möglichkeit, meinen Bio-Müll zu entsorgen. Jeder Gastronom sollte sich so eine Maschine anschaffen. Allein schon aus Hygienegründen. Einfach alle Küchenabfälle und Speisereste in den BioMaster® geben, Knopf drücken – fertig. Der Abfall wird in Biomasse umgewandelt und in einem geschlossenen System in einen Tank befördert, der sich auch weiter weg vom Restaurant befinden kann. In unserem Fall: im Keller des Nebengebäudes. Dort lagert alles platzsparend, geruchslos, schädlingsfrei, ohne zusätzliche Kühlung. Und: Der Fettabscheider wurde gleich mit eingebunden. Ist der Tank voll, wird der Inhalt abgesaugt und in einer Biogasanlage energetisch und nachhaltig verwertet. Darum geht es für mich gar nicht anders.

STECKBRIEF

Mitarbeiter:	55
Gäste:	ca. 400
Sitzplätze:	179
Essen:	ca. 250 Mittagessen / Tag insgesamt ca. 400 Essen / Tag
Ruhetage:	363 Tage geöffnet
Produkt:	BioMaster® Slim
In Betrieb:	seit 11/2018
Größter Mehrwert des BioMasters®:	ein deutliches Hygieneplus, Wegfall der Energiekosten für gekühlte Lagerräume, mehr Platz für das Wesentliche.

Quick-Service-Restaurant Burgerlich
Gänsemarkt 43, 20354 Hamburg
T +49 40 33 44 18 53, info@burgerlich.com
www.burgerlich.com

MEIKO GREEN Waste Solutions GmbH

Englerstr. 3, D-77652 Offenburg, T. +49 781 9191 9000, info@meiko-green.de, www.meiko-green.de

#socialmedia

Beim #Nudging passt man die Verhältnisse vor Ort so an, dass jeder einzelne sein Verhalten leichter ändern und das Gesundere wählen kann. Dazu der Artikel „Nudging in der #Ernährungsberatung und #Gemeinschaftsgastronomie“ in #EiF 04 2019 @ SibylleAdam.



twitter.com/ErnaehrungF



Der Wandel der Verpflegungslösungen in den Krankenhäusern setzt sich fort.



facebook.com/foodservice.de

Folgen Sie **#gemeinschaftsgastronomie** und bleiben Sie auf dem Laufenden



Danke liebe Mitarbeiter der Gemeinschaftsgastronomie

Verkaufspersonal, Logistik und Medizinisches Personal machen einen tollen Job, Danke!

Das Personal der Gemeinschaftsgastronomie arbeitet nach wie vor motiviert und unermüdlich, um die Verpflegung von Betagten, Spitalangestellten und Patienten auch im Pandemiefall sicherzustellen.



instagram.com/jasonxch

S&F-Workshops

Workshop-Reihe 2020

Verpflegungskonzepte sind die Grundlage erfolgreicher Gastronomie. Zukunftsstrategien weisen im modernen Verpflegungsmanagement den Weg. Wie beides in Kombination gewinnbringend eingesetzt wird, erfahren Sie in den S&F Workshops.

Die Entwicklungen der Außer-Haus-Verpflegung in den kommenden Jahren steht im Fokus der aktuellen S&F-Workshop-Reihe. Im Rahmen der Veranstaltungen erhalten Teilnehmer*innen konkrete und praktische Einblicke in gelungene Neueröffnungen und renommierte Bestandskonzepte. Im Mittelpunkt der Workshops steht die Frage, wie maßgeschneiderte Verpflegungskonzepte in der Gemeinschaftsgastronomie zukunftsfähig gestaltet werden können.

Die Ausgangslage ist klar: In den vergangenen Jahrzehnten haben sich die individuellen Lebens- und Arbeitsgewohnheiten schrittweise weiterentwickelt. Die Folge ist für viele gastronomische Angebote bereits heute spürbar. Ein einheitliches Verpflegungsangebot ist nicht mehr zeitgemäß. Gemeinsam mit handverlesenen Fachreferenten wie Hans Rudolf Eggenkämper (AXA), Christoph Reingen (BioMen-



tor) und Josef Holzer (HiPP) zeigt das Team der S&F-Gruppe in den Workshops Möglichkeiten, Qualität und Wirtschaftlichkeit trotz der steten Veränderung, gestiegener Kosten und wachsendem Wettbewerbsdruck zu erhöhen. Partner aus der Industrie bringen zudem zukunftsweisende Lösungen ein.

Wie wird also die Gastronomie der Zukunft aussehen? Sehr wahrscheinlich modern und intelligent vernetzt und basierend auf kluger Organisation. Darüber hinaus wird eine enge Verzahnung zwischen Geschäftsführung, Gastronomieleitung, Mitarbeitenden sowie Gästen entscheidend sein. So können Wirtschaftlichkeit und Qualität der eigenen Dienstleistung besser kombiniert werden. Struktur- und Prozessoptimierung als auch die Einbindung der Industrie sind ebenfalls erfolgskritisch. Ökologie, Nachhaltigkeit und spezielle Ernährungsformen bringen zudem schon heute neue Herausforderungen mit sich. Unkonventionelle und individuelle Lösungen sind gefragt.

In den Workshops lernen die Teilnehmer*innen, wie ein zukunftsfähiges und tragfähiges Verpflegungskonzept entwickelt wird. Dabei

werden moderne Strategie wie etwa das sogenannte „Nudging“ vorgestellt. Insbesondere für die Betriebsgastronomie kann Nudging bisher ungenutzte Potentiale erschließen. So kann mit Hilfe von Nudging ein wesentlicher Teil dazu beigetragen werden, Essensgäste dabei zu unterstützen, sich gesünder und nachhaltiger zu ernähren.

Ein Highlight der Veranstaltungsreihe sind die Betriebsbegehungen und die damit verbundenen Blicke hinter die Kulissen gelungener, neu eröffneter Betriebe. Ebenso werden renommierte Bestandsbetriebe besichtigt, um von wertvollen Erfahrungswerten lernen zu können. Theorie und Praxis gehen Hand in Hand und inspirieren zu neuem Denken. Die Teilnehmer*innen profitieren von wertvollem und direkt anwendbarem Erfahrungswissen durch zukunftsweisende Umsetzungen.



Die S&F Workshop-Reihe richtet sich bereits seit 1999 an Führungskräfte der Außer-Haus-Verpflegung und deren Nachfolger. Dazu zählen Gastronomieleitung, Betriebsleitung, Küchenleitung, Cateringdienstleitung sowie Geschäftsführung, Wirtschaftsleitung aus Care- und Business Gastronomie, Studentenwerke sowie Schul- und KiTa-Verpflegung. ■

Workshop-Reihe Verpflegungskonzepte

Teilnehmer

Die Workshop-Reihe richtet sich an Führungskräfte der Außer-Haus-Verpflegung und deren Nachfolger. Gastronomieleitung, Betriebsleitung, Küchenleitung, Cateringdienstleitung sowie Geschäftsführung, Wirtschaftsleitung aus Care- und Business Gastronomie, Studentenwerke sowie Schul- und KiTa-Verpflegung.

Veranstalter

S&F-Consulting Modernes Verpflegungsmanagement GmbH
info@sundf-gruppe.de
www.sundf-gruppe.de

Anmeldung

Anmeldung online:
<https://anmeldung-workshops.sundf-gruppe.de>



GEWINNER DES JAHRES

Zwölf Millionen Tonnen Lebensmittel werden jedes Jahr in Deutschland verschwendet. Andere Quellen nennen hingegen bis zu 18 Millionen Tonnen.

Für Manuel Klarmann Grund genug mit der Initiative eaternity gegen die Lebensmittelverschwendung vorzugehen.

Zwei Tonnen CO² sparen die Teilnehmer*innen der Initiative eaternity, durchschnittlich pro Monat ein.

Bereits 2018 wurde Manuel Klarmann mit dem S&F-Förderpreis ausgezeichnet.



WIR UNTERSTÜTZEN



MITGLIED BEI:

DIE FAMILIEN
UNTERNEHMER

Wir sind
die Wirtschaft!

NUDGE
Concept



„Es fehlt oft das Konzept“

S&F-Gruppe feiert 20. Geburtstag

Die S&F-Gruppe feierte in diesem Jahr ihr 20-jähriges Bestehen. Anlass für ein Gespräch mit den beiden Unternehmensgründern Ulrich Fladung und Marcus Seidl über die Branchenentwicklung und unsere zukünftigen Herausforderungen.

Erinnern Sie sich noch an den ersten Auftrag?

Marcus Seidl: Unser erster Auftrag 1999 war eine klassische Betriebsanalyse in einer Klinik in Bayern.

Was war das Problem?

Ulrich Fladung: Hauptprobleme waren neben mangelnden Personalstrukturen die vorgefundenen alttümlichen Küchenstrukturen von Raum und Technik sowie ein fehlendes, durchgängig eingeführtes Verpflegungsmanagement. Es wurde einfach nur eingekauft, gekocht, verteilt und gereinigt – typisch für Krankenhausküchen in der damaligen Zeit.

Was war damals die S&F-Lösung?

Fladung: Um die Situation zu verbessern, empfahlen wir die Durchführung von Einzelmaßnahmen bis hin zur Reorganisation des gesamten Verpflegungsbetriebs oder alternativ die Schließung des Betriebs und eine Fremdbelieferung durch ein benachbartes Klinikum. In der Nachbetrachtung unseres ersten Auftrages erinnern wir uns sehr gut an die erste gemeinsame konstruktive Zusammenarbeit der S&F mit dem Kunden, sowie an das Analysepapier, mit dem wir unsere Arbeit vollzogen haben und heute durchaus auch mit einem leichten Schmunzeln darauf schauen.

Können Sie anhand vieler begleiteter Projekte erkennen, wo die primären Problemfelder der Branche liegen?

Seidl: Es war immer wieder zu erkennen, dass ein hoher praktischer Sachverstand seitens der Küchenleiter besteht, diese jedoch wenig Erfahrung im theoretischen und methodischen Management zur Führung von Verpflegungsbetrieben besitzen. Dies resultierte zur damaligen Zeit aus einer mangelnden Unterstützung von Berufsfachverbänden und Bildungsinstitutionen.

Wie hat sich die Situation verbessert?

Fladung: Der Küchenleiter von damals hat sich über die Jahre zum Verpflegungsmanager entwickelt. Der moderne Betriebsmanager nutzt Bildungsangebote und führt seinen Verpflegungsbetrieb managementorientiert entsprechend den veränderten Anforderungen der heutigen Zeit.

Und was fällt Ihnen 2019 auf?

Seidl: Die moderne gastronomische Betriebsverpflegung hat sich im Laufe der letzten 20 Jahre sehr stark weiterentwickelt und sich den stetig veränderten Bedürfnissen seiner individuellen Kunden angepasst. Damit einhergehend haben sich neu entwickelte Verpflegungskonzepte als Marken im Unternehmen etabliert und Strukturen haben sich den neuen Anforderungen angepasst. Neue Koch-Methoden entstanden, die technischen Voraussetzungen sind anspruchsvoller und Prozessabläufe effektiver geworden.

Was sind denn heute die Problemfelder?

Fladung: Der Verpflegungsbetrieb steht weiter betriebswirtschaftlich mächtig unter Druck, um im freien Wettbewerb mit externen Dienstleistern zu überleben. Die Problemlagen, zu denen wir gerufen werden, sind höchst unterschiedlicher Natur.

Wo sehen Sie beide weitere Baustellen?

Seidl: Weitere Baustellen sind aufkommender Investitionsstau, Struktur- und/oder Prozessveränderungen. Auch fehlt vielfach die Wirtschaftlichkeit. Wir werden mit der Option



Schließung der Küche und einer damit verbundenen Fremdbelieferung konfrontiert. Zentralisierung oder Erweiterung neuer Geschäftsfelder sind weitere Themen.

Sehr häufig ist festzustellen, dass die Betriebe über gar kein durchgängiges Gastronomie- beziehungsweise Verpflegungskonzept verfügen. Dies ist aber Grundvoraussetzung, um weiterführende Entscheidungen treffen zu können.

Was sind Ihre größten Learnings aus 20 Jahren Selbstständigkeit?

Fladung: Durch den Wandel von damaligen klassischen Küchen zu heutigen modernen Verpflegungsbetrieben haben sich auch gleichzeitig die Beratungsleistungen den Kundenbedürfnissen und den Veränderungen des Marktes immer wieder neu angepasst. Dabei gilt: Kein Projekt war wie das andere. Individualität steht in unserer Arbeit im Vordergrund. Eine hochprofessionelle Arbeit und Genauigkeit sind unumgänglich, da auf dieser Basis tragfähige und weitreichende Entscheidungen getroffen werden. Ein großer Lernprozess war sicherlich, dass die besten Gastronomiekonzeptionen ohne die Erstellung einer vorgeschalteten Stärken-Schwächen-Analyse – „SWOT-Analyse“ – nicht tragfähig sind. Alle Entscheidungen zur Weiterführung oder Neuaufstellung eines Verpflegungsbetriebs müssen analog der harten und weichen Faktoren immer im Einzelfall getroffen werden.

Zum Portfolio von S&F gehört der Geschäftsbereich Einkaufsmanagement. Was ist das Besondere?

Seidl: Von Anfang an setzen wir beim Einkauf auf die Ausrichtung und Philosophie der einzelnen Küchenleiter und bilden diese Strategie 1:1 bei der IT ab. Wir sehen uns als zentraler Ansprechpartner und Dienstleister des Kunden rund um sein Einkaufsmanagement. Zudem arbeiten wir heute mit unterschiedlichen IT-Anbietern der Branche zusammen. Diese Konstellation kommt dem Kunden in der Auswahl, ein für sein Profil richtiges Einkaufs- und Warenwirtschaftssystem zu finden, sehr entgegen. Wichtig war uns immer ein wertschätzender Umgang mit Lieferanten, als Konzept- und Logistikpartner inklusive verbindlicher Absprachen mit dem Küchenleiter oder dem Einkäufer. Dabei ist im Einkauf ein hohes Maß an Transparenz auf sämtlichen Ebenen dem Kunden gegenüber unerlässlich.

Ist das nicht ein sehr dynamischer Prozess, je individueller die Kundenbedürfnisse werden?

Fladung: Richtig. Da sich im Laufe der Jahre die Küchenstrukturen und das Management drastisch verändert haben, erweitern wir unsere Angebotsspektrum stetig analog der Kundenbedürfnisse. Es reicht nicht, sich als Einkaufsgesellschaft nur auf rein preisliche Einsparungen zu konzentrieren.



Für uns ist es eine wesentliche Aufgabe, eine zusätzliche Wertschöpfung für den Kunden zu erzielen.

Kommen wir zum Thema Fachplanungen. Wird da nicht unnötig viel Geld verbrannt?

Seidl: Das stimmt. Es wird viel Geld ausgegeben, oftmals ohne Sinn und Verstand. Es werden Großküchen zu neuen Kochverfahren gebaut, in denen die Mitarbeiter nicht die geforderte Qualität abbilden können. Gründe dafür sind falsche betriebswirtschaftliche Voraussetzungen und damit verbundene Zielvereinbarungen. Dies hat auf allen qualitativ messbaren Ebenen fatale Folgen.

Der Fachkräftemangel ist ein großes Thema. Gilt das auch für die Besetzung von Führungspositionen?

Seidl: Eindeutig ja. Schon die Stellenbeschreibung hat sich samt Bewerberprofil drastisch geändert. Die Anforderungen der Unternehmen wachsen laufend. Das macht es für uns trotz der großen Anzahl an Bewerbern nicht einfach, den zum Mandanten passenden Kandidaten zu finden.

Sie betreuen auch Ausschreibungen. Gibt es hier neue Kundenansprüche an die Dienstleister?

Seidl: Die Erwartungshaltung der Auftraggeber ist eine gute: Produkt- und Dienstleistungsqualität zu verbesserter Wirtschaftlichkeit in der Ergebnisqualität eines Betriebes zu erzielen. Verstärkt möchte der Auftraggeber ein Gesamtpaket aller Leistungsaspekte inklusive der Investitionen vergeben. Dies macht Ausschreibungsprojekte zunehmend komplex. Die Beweggründe, den Verpflegungsbereich auszuscheiden, sind vielfältiger Natur. Deshalb ist auch kein Ausschreibungsprojekt wie das andere. ■

Die Fragen stellte Burkart Schmid.

Dieses Interview wurde in der gv-praxis Ausgabe 12/2019 veröffentlicht.

Entscheidend sind die Details

Planung in Betriebsgastronomie und Care-Bereich

Hans-Georg Kolb ist erfahrener Küchenplaner für Betriebsgastronomie, Krankenhäuser, Schulen und Studentenwerke. Im Interview gab er interessante Einblicke in die Vorgehensweise von Kolb Planung, die Unterschiede zwischen Betriebsverpflegung und Care-Bereich sowie Konzepte von morgen.

Wie beschreiben Sie Ihr Planungsbüro?

Hans-Georg Kolb: Wir sind ein bundesweit tätiges neutrales Küchenplanungsbüro mit Sitz in Oldenburg. Wir sind auf Planungen von Küchen im Care-Bereich (Krankenhäuser, Rehaeinrichtungen, Altenheime etc.) und in der Betriebsverpflegung spezialisiert.

Wie gehen Sie bei den Planungen vor?

Kolb: Der erste Schritt ist, dass wir mit den Entscheider*innen einen gemeinsamen Workshop veranstalten.

Wie muss man sich das vorstellen?

Kolb: Man muss dabei zwischen dem Care-Bereich und der Betriebsverpflegung unterscheiden. In der Betriebsgastronomie gehen wir wie folgt vor: Als erstes machen wir eine Bestandaufnahme und erfassen das Aufgabengebiet, das Speisenangebot, die Fertigungstiefe und die Kapazitäten etc. In dieser Phase arbeiten wir mit Checklisten. Danach sind wir vor Ort und begleiten den täglichen

„

*In der Regel merken wir ab der ersten Workshop-Pause, dass sich die Teilnehmer*innen in Grüppchen zusammenstellen und beraten.“*

Ablauf im Verpflegungsbereich für die Dauer eines Tages oder über mehrere Tage hinweg. Anschließend erstellen wir ein inhaltliches Konzept, dass wir in einem gemeinsamen Workshop vorstellen. Dabei stehen unter anderem Trends in der Betriebsgastronomie und Vorschläge zur zukünftigen Speisenversorgung im Mittelpunkt. Soll die Versorgung über den ganzen Tag gehen, gibt es Take away Angebote etc.? In der Regel merken wir ab der ersten Workshop-Pause, dass sich die Teilnehmer*innen in Grüppchen zusammenstellen und beraten.

Welche Fragen werden üblicherweise gestellt?

Kolb: Vor allem wollen die Auftraggeber*innen zu diesem Zeitpunkt wissen, welche Varianten und Möglichkeiten sich durch die jeweiligen Konzepte bieten. Welche Systeme gibt es? Welche Investitionen sind damit verbunden? Wie gestaltet sich die Wirtschaftlichkeit im Betrieb? Das sind wichtige Punkte.

Wie unterscheiden sich die Vorgehensweisen für Betriebsgastronomie und Care-Bereich?

Kolb: Im Care-Bereich sind die Checklisten anders aufgebaut. Es ist zu klären, was zum Beispiel ein Krankenhaus zukünftig für die Versorgung der Patienten möchte. Dabei stellen sich Fragen nach dem System, das verwendet werden soll: Tablettssystem, Buffetform oder à la carte? Selbstverständlich wird auch die Produktionsform ausführlich definiert: Wie soll zukünftig produziert werden? Eigenproduktion (Cook & Serve/Hold oder Cook & Chill) oder soll das Essen angeliefert und dann regeneriert werden etc.? Wenn diese Punkte geklärt sind, werden erste Flächenlayouts erarbeitet.

Nochmal zurück zur Betriebsgastronomie. Gibt es dort unterschiedliche Herangehensweisen bei der Planung?

Kolb: Ja, definitiv. Schon allein durch die Größe der

Verpflegungseinrichtungen. Hier müssen wir unterscheiden zwischen kleineren Einrichtungen von 150 bis 300 Essen und großen Einrichtungen ab 500 und mehr Essen täglich. Mittlere Unternehmen mit weniger als 300 Gästen brauchen besondere Unterstützung seitens des Planungsteams. Um hier ein attraktives Angebot umzusetzen, versuchen wir die verschiedenen Ausgaben und die Küche räumlich zu verbinden. Dadurch lassen sich die Mitarbeitenden flexibel einsetzen, können sich gegenseitig helfen und sich informieren, wenn die Warteschlange vor der Ausgabe zu lang wird. Die größeren Versorgungseinrichtungen können vielerlei Angebote kostengünstiger umsetzen. Hierbei wird das Speisenangebot heutzutage überwiegend in FoodCourts über Counter/Themenwelten angeboten. Die Counter müssen so geplant werden, dass sie gut einsehbar sind und Warteschlangen vermieden werden. Wichtig ist auch, dass die FoodCourts modern und ansprechend gestaltet werden.



Haben Sie Beispiele aus der Praxis, die den neuen Trend aufzeigen?

Kolb: Ja, die oben genannten Ausgabesysteme setzen wir derzeit in verschiedenen Unternehmen um, unter anderem in einem Versandhandel, einem Industrieunternehmen und Banken. (Namen darf ich an dieser Stelle leider nicht nennen).

Wir sprachen gerade über die Entwicklung in der Betriebsgastronomie. Wie entwickeln sich der Care-Bereich und die Patientenverpflegung?

Im nächsten Magazin lesen Sie ein Interview mit Markus Beck, Inhaber Ingenieurbüro Beck



Kolb: Im Gegensatz zur Betriebsgastronomie, wo wir natürlich auch auf die Wirtschaftlichkeit achten, steht dieser Aspekt im Care-Bereich bei der Patientenverpflegung häufig im Vordergrund. Wir schätzen aus unserer Projekterfahrung, dass etwa 60 Prozent aller Krankenhausküchen in Deutschland kurz- oder mittelfristig einen Sanierungsfall darstellen. Die Küchen müssen von den einzelnen Einrichtungen und Trägern selbst finanziert werden. Das macht die Sache so schwierig.

Aus diesem Grund stehen schon jetzt die etablierten Systeme wie beispielsweise das Tablettssystem oder die haus-eigene Produktion auf dem Prüfstand. Das muss zunächst geklärt sein.

Welche Schritte sind das und was ist dabei zu beachten?

Kolb: Wichtig ist die Terminierung (Zeitraum Planung und Bauphase). Eine Planung besteht nicht nur aus dem Küchenplaner-Team, sondern aus Architekt*innen, Haustechniker*innen und vielen Gewerken wie etwa Elektro, Statik, Bandschutz und Außenanlagen. Wir müssen den ersten Planungsschritt erarbeiten, damit darauf aufbauend alle Fachplaner*innen und Architekt*innen eine gute Arbeitsgrundlage haben.

Vielen Dank für die interessanten Einblicke. So, wie ich es verstanden habe, muss jedes Projekt individuell und von Grund auf neu betrachtet werden, richtig?

Kolb: Ja, da haben Sie recht. Dass macht unsere Arbeit sehr abwechslungsreich und spannend. ■

Die Fragen stellte Martin Schmitz, Schmitz Marketing.

KOLB Planungsgesellschaft
Ofener Str. 47, D-26121 Oldenburg
Telefon: 0441-60 49 8, Telefax: 0441-60 45 0
E-mail: info@kolb-planung.de, internet: www.kolb-planung.de



Hans-Georg Kolb

Betriebsgastronomie 5.0

Mit fünf Dimensionen zum Erfolg

Die Betriebsgastronomie in Deutschland hat mit vielen Herausforderungen zu kämpfen. Bei dem Wort Kantine wird als erstes an eine schnelle beziehungsweise günstige Kalorienaufnahme und unbequeme Einrichtung gedacht sowie liebloses Ambiente erwartet (vgl. Wachter, 2019). Jedoch zeichnet sich langsam eine Veränderung ab und einige Betriebskantinen ähneln inzwischen immer stärker klassischen Restaurants (vgl. Rützler, 2018).

Früher nur zur bloßen Nahrungsaufnahme in der Mittagspause gedacht, müssen diese heute auf das stetige Wachstum alternativer Verpflegungsangebote außerhalb des Unternehmens sowie auf einen dynamischen Arbeitsmarkt mit neuen flexiblen Arbeitszeitmodellen reagieren, um bestehende Gäste zu halten und neue Gäste zu gewinnen (vgl. Eschbach, 2018). Längst gilt nicht mehr nur noch der Leitspruch „Hauptsache es schmeckt“, sondern Verbraucher legen immer mehr Wert auf Transparenz in der Herkunft der Produkte, auf die Verwendung qualitativ hochwertiger Zutaten und ein breites Angebot an gesunden Gerichten (vgl. BMEL, 2019).

Megatrends wie Digitalisierung und Konnektivität verändern zudem Arbeitswelt und Unternehmenskultur sowie das gesellschaftliche Zusammenleben. Neue Formen der Zusammenarbeit und komplexere Aufgaben erhöhen die Anforderungen an Mitarbeiter bezüglich ihrer Arbeitsleistung und Kompetenz (vgl. Burghardt, 2016; vgl. dazu auch Eckhoff, 2018). In Unternehmen werden daher vermehrt Spielmechanismen angewendet, um die Komplexität zu reduzieren und die Kommunikation zu erhöhen (vgl. Schuldt, 2017, o.S.). Dies kann sich auch auf Bereiche der Betriebsgastronomie im Unternehmen auswirken. Beispielsweise ist dies der Fall, wenn Produktionsabläufe und Arbeitsprozesse durch Automatisierungstechniken verändert werden, Gamification-Methoden der Unternehmen innerhalb der Betriebskantine zum Einsatz kommen oder digitale Produkte von den Mitarbeitern bzw. den Gästen erwartet werden (vgl. Buchenau/Freund, 2017).

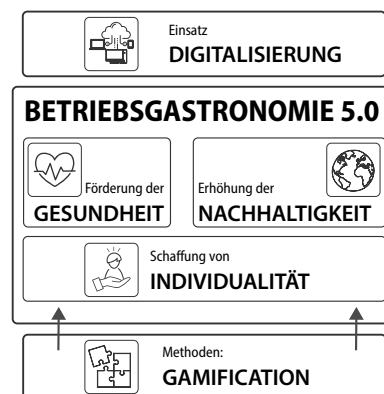
Welche Herausforderungen sich dadurch für Betreiber und Unternehmen ergeben und wie diese Entwicklung genutzt werden kann, um einen Mehrwert für die Beschäftigten, das Unternehmen sowie die Gesellschaft zu schaffen, sind Aufgabenfelder, die es in Zukunft zu betrachten gilt. Wie kann das Speisenangebot einer Betriebskantine gleichzeitig kosten-

günstig und gesundheitsfördernd gestaltet werden? Welche Möglichkeiten gibt es, auf die individuellen Ernährungsbedürfnisse der Belegschaft einzugehen? Welchen Stellenwert hat die Betriebsgastronomie im Unternehmen? Und wird eine Betriebskantinen-App von der Belegschaft gefordert? Notwendig ist auch eine ganzheitlichere Betrachtungsweise, welche dann in einem Umsetzungsmodell eine optimierte Variante der herkömmlichen Betriebsgastronomie darstellt. Die Kernfunktion – nämlich die Versorgung von Mitarbeitern und Gästen mit warmen und kalten Speisen sowie Getränken – ist identisch. Die Weiterentwicklung der Kommunikation und von konkretem Mehrnutzen für den Gast stehen im Mittelpunkt.

Das Modell besteht aus den folgenden fünf Hauptelementen und prägt dadurch den Begriff „Betriebsgastronomie 5.0“:

1. Gesundheit
2. Nachhaltigkeit
3. Individualität
4. Gamification
5. Digitalisierung

Die Wirkungsweise der einzelnen Dimensionen wurde bereits in einzelnen Betriebskantinen erprobt. Ziel des Modells ist es, die verschiedenen Wünsche und Bedürfnisse der beteiligten Akteure und insbesondere auch der Gäste aber auch der Auftraggeber mit Hilfe von Handlungsempfehlungen für jedes Hauptelement in Einklang zu bringen. Im Optimalfall führt die Umsetzung insgesamt dann auch zu einer höheren Frequenzierung der Betriebsgastronomie. ■



Autoren: Alicia Berger, Prof. Dr. Jan Wirsam

Bio vs. Regionalität

Allzu schnell kommen sich in der modernen Gastronomie verschiedenen Deutungshoheiten etablierter Begriffe in die Quere. Es besteht Aufklärungs- und Handlungsbedarf. Zeit für ein Gespräch mit BioMentor Christoph Reingen.

Was kann man sich unter einem BioMentor vorstellen?

Die Betriebe der BioMentoren sind zertifiziert. BioMentoren engagieren sich für viele Themen der Nachhaltigkeit. Somit nehmen sie interessierte Kollegen, die sich mit der Einführung von Bio-Produkten befassen, in ihre Betriebe zur Hospitation auf. Sie geben Hinweise und nützliche Tipps zur Einführung und zum Umgang mit den ökologisch-erzeugten Lebensmitteln. In der Schul-, Aus-, und Weiterbildung helfen BioMentoren mit, das Bewusstsein zum Thema Ernährung und Gesundheit an Berufsschulen und Kitas zu schärfen. Zur Zeit sind circa 16 Mentoren Mitglied im Netzwerk www.biomentoren.de.

Welchen Prinzipien folgt ein BioMentor?

Ein BioMentor nutzt die Möglichkeiten des Einsatzes von Bio-Lebensmitteln und integriert diese wirtschaftlich in den Ablauf seiner Küche. Er macht den Herkunftsnachweis der eingesetzten Lebensmittel durch Transparenz möglich. Er schreibt Speisepläne nach regionalen und saisonalen Aspekten. Er vermeidet den Einsatz bedrohter Lebewesen wie beispielsweise die Verwendung bestimmter Fischarten, Schlachttiere und Pflanzen. Er setzt sich für die heimische Wirtschaft ein und nutzt kurze Transportwege vom Anbau über die Weiterverarbeitung bis zur Küche.

Warum stehen Bio und Regionalität häufig im Widerspruch?

Wenn es Bio aus der Region ist und man es im Budget wirtschaftlich vertreten kann, passen die Faktoren optimal zusammen. Oftmals muss es nicht unbedingt Bio sein, wenn zum Beispiel Bio-Kartoffeln aus Ägypten angeboten werden. Ich nutze dann lieber Kartoffeln aus der heimischen Region, auch wenn sie dann nicht Bio sind, somit kann ich lange Transportwege vermeiden und CO² reduzieren. So ist es auch beim Quinoa – dem Gold der Inkas aus Peru. Hier greife ich gerne zum ersten Kinoa aus Köln. Das Produkt vom „Großen Kreuzhof“ in Pulheim ist nicht Bio-zertifiziert, aber es kommt aus der Region und lässt sich gut in Bowls, Vorspeisen und in der veganen Küche verarbeiten.

Wie können die Widersprüche zwischen Bio und Regionalität aufgelöst werden?

Indem man beide Varianten gut miteinander kombiniert. Es gibt das Eine nicht ohne das Andere. Beide tragen zum Gesamtergebnis einer nachhaltigen Betriebsgastronomie bei. Sie stehen nicht in Konkurrenz.

Wenn sich ein Verpflegungsbetrieb entscheiden muss: Zu welchem der beiden Konzepte raten Sie und warum?

Es darf gerne ein Mix aus beidem sein. Dies muss jeder Verantwortliche selbst entscheiden und in seinem Betrieb mit seinen Rahmenbedingungen und der Akzeptanz seiner Gäste in Einklang bringen.

Welches der beiden Konzepte ist im Hinblick auf Nachhaltigkeit zu verstärken?

Auch hier gilt, Regionalität bietet sich an, um den hiesigen Markt zu stärken und Existenzen zu sichern. Wenn es dann noch Bio ist, kann die Situation nicht besser sein.

Wie kann ein Verpflegungsbetrieb die Kundenkommunikation zu Bio und/oder Regionalität am besten umsetzen?

Jeder Betrieb kann im Rahmen seiner Kundenorientierung das Bewusstsein für Qualität und Herkunft schärfen. Meine Kunden im SHIP sind junge, berufstätige Menschen Mitte 30, legen Wert auf Qualität und der Herkunft der Produkte. Ich benenne die Lieferanten mit Herkunft im Speisenplan oder im direkten Gespräch mit meinen Gästen.

Was ist letztlich entscheidend aus Sicht der Tischgäste?

Das Essen muss gesund, nachhaltig und bezahlbar sein. Wir bieten unseren Gästen täglich ein Gericht aus der vegetarischen und der veganen Küche an. Zusätzlich bieten wir ein Gericht im Frontcooking sowie immer Fleisch, Fisch, Geflügel und ein reichhaltiges Salatbuffet an. Die Menage besteht zu 100 Prozent aus dem ökologischen Landbau der Marken Byodo, La Selva, Bio Planet, Lebensbaum usw. Auch sind die Gewürze zu 100 Prozent aus dem Biolandbau. Die Speisekarte ist abwechslungsreich und multikulturell aufgebaut. Im Bereich der Desserts verringern wir die Rezepturen stets um ein Drittel Bio-Zucker. Frische Säfte und Softdrinks bekannter Bio-Marken runden das Angebot ab.

Vielen Dank für das Gespräch! ■

Die Fragen stellte Martin Schmitz von Schmitz Marketing

Christoph Reingen

Leiter Betriebsgastronomie
FOND OF COMPANY





S&F-Gruppe

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

Anschrift der Redaktion: Schmitz Marketing, Jahnstr. 7,
58769 Nachrodt-Wiblingwerde

Gesamtleitung Magazin: Martin Schmitz | Schmitz Marketing

Druck: WIRmachenDRUCK GmbH, Backnang

Erscheinungsweise: zweimal im Jahr

Bezugspreis: kostenfrei

Bildnachweise

S&F-Gruppe

karepa | stock.adobe.com

Longjourneys | stock.adobe.com

Richard Carey | stock.adobe.com

Seventyfour | stock.adobe.com

StMELF Bayern

Talaj | stock.adobe.com

Tom Bayer | stock.adobe.com

8th | stock.adobe.com