

CATERER DES JAHRES 2019

# ALLE SIND SIEGER



Mit Unterstützung von:

**Dallmayr**  
EVENTCATERING

**Coca-Cola**

**PAP  
STAR**

SEIT 1852  
**Apollinaris**  
THE QUEEN OF TABLE WATER®

**PROFIMIET**  
Ihr Partner für Non-Food-Catering

**RATIONAL**

moskopp  media



Neun tolle Konzepte, die es allesamt verdient hätten, Caterer des Jahres 2019 zu werden. Am Ende waren es drei, die die Jury besonders überzeugt haben und den anderen nicht viel mehr als eine Nasenlänge voraus waren. Gewonnen haben Kirberg Catering in der Kategorie Concepts, Aramark in der Kategorie Corporate und Die Kochfabrik in der Kategorie Green Catering (siehe Berichte ab Seite 48).

*Von Martin Eschbach*



# D

Die Spannung lag förmlich in der Luft. Keiner der neun Nominierten wusste am Abend der feierlichen Preisverleihung in der Alten Kongresshalle in München, ob er letztlich als Caterer des Jahres 2019 auf der Bühne stehen würde. Erst am Morgen der Preisverleihung hat die Jury aus neun Nominierten, die in drei Kategorien (Concepts, Corporate und Green Catering) mit jeweils drei Bewerbern aufgeteilt waren, darüber abgestimmt, wer schlussendlich das Rennen macht. Zuvor mussten alle Nominierten nochmals der Jury Rede und Antwort stehen. Dieses Verfahren hat Cooking + Catering inside vor einigen Jahren eingeführt, um wirklich sicherzugehen, dass alle Aspekte der schriftlichen Bewerbung, die den Caterern wichtig erscheinen, Berücksichtigung finden. Auch können die Bewerber nochmals kurz auf die wesentlichen Punkte ihrer Bewerbung eingehen. Ein aufwendiges Bewerbungsverfahren – auch für die Teilnehmer. Alle Nominierten nutzten die Gelegenheit, das eingereichte Projekt nochmals vorzustellen. Es kamen die Geschäftsführer selbst oder die Verantwortlichen der jeweiligen Abteilung, zum Teil inklusive Koch und Küchenchef.



Der Caterer des Jahres zählt zu den renommiertesten Preisen im deutschen Catering-Markt. Er wird bereits seit 2003 vergeben.

Vor allem im Rahmen dieser Gespräche mit den Nominierten wurde der Jury nochmals deutlich, wie viel Herzblut in den Bewerbungen steckt. Manche Projekte hatten eine Vorlaufzeit von fast einem Jahr. Aber genau diese Arbeit ist es auch, die die Bewerber im Nachhinein oftmals nicht missen wollen, denn dadurch sind bei kleineren Caterern meist alle Mitarbeiter eingebunden, bei größeren sind es ganze Abteilungen. Die Effekte daraus

sind vielfältig. So berichten die Bewerber u. a., dass sich Teams neu gefunden haben, der offene Umgang mit Fehlern verbessert wurde, dass die Dokumentation des gesamten Projekts (schriftlich, Fotos, Filme) einen kontinuierlichen Verbesserungsprozess in Gang gesetzt hat und dass die Projekte aus der Vogelperspektive betrachtet werden, was wiederum zu ganz neuen Erkenntnissen geführt hat. Alles fällt leichter und macht noch mehr Spaß, wenn neben der Abwicklung des eigentlichen Projekts nebenbei ein weiteres ehrgeiziges Ziel verfolgt wird: Caterer des Jahres zu werden.

## BEREITS DIE NOMINIERUNG IST EIN ECHTER GEWINN

Die strengen Bewerbungsrichtlinien tragen dazu bei, dass der Preis als der renommierteste Catering-Preis in Deutschland gilt. Bereits die Nominierung zum Caterer des Jahres kann den eigenen Marketing-Mix der Caterer bereichern. Letztlich liegt es in der Hand der Caterer, wie sie den Preis nutzen. Immer wieder teilen uns ehemalige Gewinner und Nominierte mit, dass die Auszeichnung erheblich dazu bei-





*„Ich verabschiede mich als Chefredakteur, bleibe der Branche aber gewogen.“*

**Moderator Hans Jürgen Krone**



Für Nominierte und Gäste ist die Spannung groß, denn die Gewinner werden erst am Abend bekannt gegeben.





**Gewinner in der Kategorie Corporate: Aramark.** Die Jury war besonders von dem wertschätzenden Engagement des Unternehmens gegenüber den Köchen angetan.



**Gewinner in der Kategorie Concepts: Kirberg** ist es gelungen, den Markenkern der Marke Grand Hall Zollverein durch authentisches Culinary Storytelling erlebbar zu machen.



**Gewinner in der Kategorie GreenCatering: Die Kochfabrik** beweist mit ihrer Nachhaltigkeitsstrategie, dass ökologisches Catering auch ökonomisch erfolgreich sein kann.

getragen hat, neue Kunden zu akquirieren. Die Anstrengungen des Bewerbungsprozesses werden auch von Cooking + Catering inside honoriert: Alle Nominierten werden von unserem Filmer Mirco Moskopp besucht, der mit den Bewerbern Interviews führt. Die aufwendigen Kurzfilme wurden auch in diesem Jahr wieder auf der Abendveranstaltung den 250 geladenen Gästen in München gezeigt und stehen den Caterern zur freien Verfügung. Die Bewerber sehen den fertig geschnittenen Film am Abend der Preisverleihung zum ersten Mal. Sie sorgen dafür, dass sich das Publikum selbst ein Bild von den Nominierten machen kann. Die Meinungen, wer in welcher Kategorie den ersten Platz verdient hat, gehen oft auseinander. Und das ist auch gut so, denn Diskussionen machen diesen Wettbewerb erst interessant, der auch in diesem Jahr wieder kurzweilig von Hans Jürgen Krone moderiert wurde.

#### KEINE ABSTIMMUNG DER JURY WAR EINSTIMMIG

Diskussionen gab es auch am Morgen innerhalb der Jury. Keine Abstimmung war einstimmig. Ein deutliches Zeichen, welche hohe Qualität die Bewerbungen hatten. Nach jeder Kategorie und Vorstellung der einzelnen Projekte durch die Bewerber wurde nochmals in der Jury diskutiert und schließlich abgestimmt, welche Bewerbung schließlich die beste in der Kategorie war und am Abend die Auszeichnung Caterer des Jahres bekommt. Übrigens sind alle Jurymitglieder natürlich bis zur Verkündung zum Schweigen verpflichtet. Die Jurymitglieder waren Katja Borghaus, Geschäftsführerin Human Resources Aramark, Simon Kuhn, Geschäftsführer Kuhn & Partner (K&P), Klaus Häck, Inhaber hommequadrat, Konstantin Brovot, Geschäftsführer ProfMiet, Vorjahressieger Holger Hartmann, Geschäftsführer Apleona Ahr/Healthcare & Service, Jean-Georges Ploner, Inhaber Ploner Hospitality Consulting sowie Hans Jürgen Krone und Martin Eschbach von Cooking + Catering inside.

Damit keine Missverständnisse aufkommen: In der Kategorie Concepts, in der auch Aramark nominiert war, war Katja Borghaus nicht beteiligt. Sie hat als Jurymitglied in den anderen beiden Kategorien (Corporate und Green Catering) zur Verfügung gestanden.



## DIE SIEGER



### RINDER SHORT RIPS MIT TERIYAKI UND SÜSSKARTOFFEL ...

Für das leibliche Wohl sorgte Dallmayer Catering. Im Flying gab es Bayerische Ceviche mit Saibling, Oktopus, Tigermilch und Mais sowie Rote-Beete-Tiramisu mit grünem Apfel und Falafel. Als Hauptgerichte standen drei Büfett-Varianten zur Auswahl. Büfett 1: Rinder Short Rips mit Teriyaki, Süßkartoffel und wildem Brokkoli. Büfett 2: Aloha Poke Bowl mit Thunfisch, Rotkraut, Goma Wa-

kame, Zuckerschoten, Grapefruitfilets, Reis + Wildreis, Avocado, Kokos und Soja-Wasabi-Chili. Oder die Maya Bowl mit gegrilltem Tofu, Gurke, Mais, Sojasprossen, Mango, Quinoa, Süßkartoffel, Cashewkerne und ein Erdnuss-Limonen-Vinaigrette. Büfett 3: Aus dem

#### Nominiert in der Kategorie Concepts:

- Formbar Events & Catering, Hilden
- Kirberg Catering, Köln
- FR Event- und Messe-Catering, Reichenberg/Klingholz

#### Caterer des Jahres 2019: Kirberg Catering

#### Nominiert in der Kategorie Corporate:

- Cantine (Finkbeiner Kantinen), Stuttgart
- Aramark Holding Deutschland, Neu-Isenburg
- Aveato Catering, Berlin

#### Caterer des Jahres 2019: Aramark Holding Deutschland

#### Nominiert in der Kategorie GreenCatering:

- Floris Catering, Berlin
- Die Kochfabrik, Prisdorf
- Berlin Cuisine Jensen, Berlin

#### Caterer des Jahres 2019: Die Kochfabrik



Dallmayer Catering sorgte für die kulinarischen Highlights des Abends.



Parmesanlaib Champagner-Saf-  
ran-Risotto, Nussbutter und Win-  
terspinat. Das Dessert wurde wie-  
der im Flying offeriert: Luftiges von  
der Buttermilch, Kalamansi-Sorbet,  
Gin-Espuma plus Crumble sowie  
Herbstapfel mit Karamellkern,  
Mandel-Schokoladenblatt sowie  
Eis von Yellow Bourbon.

Der Caterer des Jahres kann nur  
durchgeführt werden, wenn er von  
Sponsoren unterstützt wird. In die-  
sem Jahr geht unser besonderer



Dank an Coca-Cola, ProfiMiet, Pap-  
star, Dallmayr Eventcatering sowie  
Rational. Wir freuen uns, wenn  
Sie uns im nächsten Jahr wieder  
unterstützen. Falls Sie sich für ein  
Sponsoring interessieren, nehmen  
Sie gerne Kontakt auf mit unserem  
Anzeigenleiter Rachid Attaoua (at-  
taoua@hospitality-medien.de).

Ein Wermutstropfen zum  
Schluss: Der langjährige Chefred-  
akteur teilte der Branche an die-  
sem Abend mit, dass er von seinem  
Arbeitgeber, dem Landwirtschafts-  
verlag Münster, abberufen wurde,  
um dort neue Aufgaben zu über-  
nehmen, und deshalb die Chefred-  
aktion für Cooking + Catering in-  
side nicht weiter fortführen kann.  
Das bedauert Hans Jürgen Krone  
sehr: „Ich war immer mit Begeiste-  
rung für diese besondere Branche  
tätig und bin ihr nach wie vor sehr  
verbunden.“ Das Publikum dankte  
ihm mit Standing Ovationen. 



Der Event ist auch Treffpunkt der  
Caterer-Branche. Nach der kurz-  
weiligen Preisverleihung ist der  
fachliche Austausch gefragt.

## DIE JURY

Die Jury tagte am Morgen der Preisverleihung. V. l. n. r.: Martin  
Eschbach (CCinside), Vorjahressieger Holger Hartmann (Ge-  
schäftsführer Apleona), Hans Jürgen Krone (CCinside), Jean-  
Georges Ploner (Inhaber Ploner Hospitality Consulting), Simon  
Kuhn (Geschäftsführer K&P Consulting), Katja Borghaus (Ge-  
schäftsführerin Aramark Holding), Klaus Häck (Inhaber homme-  
quadrat), Konstantin Brovot (Geschäftsführer ProfiMiet).



## Berufskleidungsleasing Gutes Aussehen zu vermieten



## Individuelle Outfits für Gastronomie, Catering und Hotel

- moderne Schnitte
- hohe Funktionalität und Tragekomfort
- vielseitig kombinierbare Kollektionen

Mehr Infos zum AlSCO Service  
unter: [www.alsco.de](http://www.alsco.de)

oder rufen Sie an:

Tel.: **0221 98605-251**

Zum 9. Mal  
in Folge gewinnt  
AlSCO den  
**CATERING STAR.**



Für viele ist der **Caterer des Jahres** ein Pflichtterminus. Erstmals fand er in diesem Jahr in München statt.





# GEWINNER CORPORATE

Für Katja Borghaus, Geschäftsführerin HR bei Aramark, ist es wichtig, Köche im Unternehmen zu fördern und zu halten.



Unten li.: Juliane Hübner, Tassilo Deiss und Sonja Resch nehmen den Preis für Aramark entgegen.



# FOODIES AUF REISEN

Auch große Caterer wie Aramark spüren den aktuellen Fachkräftemangel, insbesondere in der Berufsgruppe Koch. Gleichzeitig wächst jedoch auch das Bedürfnis der Kunden nach innovativen Foodkonzepten.

Wie kann es gelingen, sehr gute Fachkräfte für Aramark zu gewinnen, an das Unternehmen zu binden und zudem die Kreativität, die in den Köchen aus den eigenen Reihen schlummert, zu wecken? Die Antwort: #aramark-foodies – Love Food. Love Travel. Ein Programm, entwickelt ausschließlich für Köche. Es geht dabei im Kern um Handwerklichkeit, echten Praxisbezug und den Blick über den Tellerrand für ein Mehr an Fachwissen. Aber auch um Teambuilding und emotionale Bindung an das Unternehmen. Und natürlich nicht zuletzt darum, Aramark als Employer Brand zu stärken und für Köche aus der Branche attraktiv zu machen. Um von Anfang an den Fokus auf das persönliche wie auch das fachliche Lernen zu setzen, wurde das Programm von Spezialisten der Personalentwicklung und der Aramark-Produktentwicklung gemeinsam erarbeitet. Eine abteilungsübergreifende Kooperation, die in vielen Unternehmen immer noch keine Selbstverständlichkeit ist.

Unter dem Motto Aramark foodies hat der Caterer 21 Köche, die sich explizit auf das Projekt beworben haben, auf die Reise geschickt. Mit der Zielsetzung, ein innovatives, aber auch durchsetzbares, also realistisches Foodkonzept für das Unternehmen, genauer für Betriebsrestaurants zu entwickeln. In neun Monaten durchlaufen die ausgewählten Aramark-Köche drei Module, die aufeinander aufbauen: Scouting, Sourcing und Showtime. Als Erstes erfolgte eine Reise in die Trendmetropole London. Hier stehen Inspiration und Teambuilding auf dem Programm. Im zweiten Modul erhalten die Teams

Einblick in die Arbeit ausgewählter Lieferanten. Mit dieser Erfahrung konkretisieren die Teilnehmer ihre Ideen hin zu einem innovativen Foodkonzept. Außerdem stellen die Teilnehmer ihre Erfahrungen in Form eines Reiseblogs und auf Social Media dar.

## DAS PROGRAMM LEBT WEITER

Ganz aktuell im November wurde das dritte Modul durchgeführt: Showtime. Die Köche mussten 200 geladenen Gästen, bestehend aus Geschäftsführung, Führungskräften und Kollegen, zeigen, was sie gelernt haben. Die Jury war besonders von dem wertschätzenden Engagement des Unternehmens gegenüber den Mitarbeitern angetan. Einen glaubwürdigen Einblick ermöglichte der Jury Aramark-Koch Tassilo Deiss am Morgen der Veranstaltung. Er war selbst Teil des Programms und stand mit seinen Kollegen der Jury nochmals Rede und Antwort: „Wir sind hochmotiviert wieder nach Hause gekommen“, sagte er der Jury. Vor allem der Austausch mit den Kollegen habe für Inspiration gesorgt. „Aramark foodies beweist, dass es das Unternehmen ernst meint im Kampf gegen den Fachkräftemangel“, so eine Begründung der Jury. Und es bleibt keine Eintagsfliege. Das nächste Projekt ist schon in Planung. Dann geht es für 21 weitere Köche aus dem Hause Aramark in die Trendmetropole Barcelona. Das Budget für das zweite Projekt wurde nicht gekürzt, so das Unternehmen. Und es soll in einem Alumni-Netzwerk weiterleben. 

# PALUX

*Die große Freiheit*

MEHR RAUM

FÜR IHRE  
PERFEKTION.



**Wir kümmern uns um den Rest.**

Restaurant Maximilian Lorenz, Köln,  
1 Michelin-Stern

Deutsche Aromenküche, neu interpretiert und mit besten Zutaten: Maximilian Lorenz vertraut bei seinen heimischen Speisenkreationen konsequent auf höchste Qualität, auch in der Küchentechnik. Mit der Herdanlage PALUX Maître setzt der Sternekoch auf Perfektion und schafft sich mehr Freiraum für neue Ideen.

Erleben Sie weitere Beispiele für Leidenschaft ohne Kompromisse bei unseren Referenzen im Internet.

[www.palux.de](http://www.palux.de)

Clevere Küchenlösungen  
made in Germany seit 1929.



## NOMINIERTER CORPORATE

Alexander Schad mit seiner Kollegin Andrea Krier: „Wir wollen die Branche gerne vernetzen, so dass alle profitieren.“



# DIGITALE KOOPERATION

Der Berliner Caterer Aveato hat sich zum Ziel gesetzt, Caterer in ganz Deutschland zu vernetzen und so auf Grundlage der Digitalisierung eine echte Win-Win-Situation zu schaffen.

**Alexander Schad und Kapar Althaus von Aveato haben sich in diesem Jahr** mit Plug & play, einem digitalen, systemgastronomischen Business-Catering-Konzept, beworben. „Caterer in ganz Deutschland können ihre bestehende technische und personelle Infrastruktur nutzen und mit dem Aveato-Konzept schnell und einfach in den attraktiven Business-Catering-Markt einsteigen“, heißt es in der Bewerbung zum Caterer des Jahres. Voraussetzung ist ein Business-Catering-Netzwerk aus erfolgreichen Caterern, die Ressourcen, Prozesse, Marken und Kunden teilen. Ziel des Vorhabens ist es, Zusatzerlöse mit neuen Kun-



Moderator Hans Jürgen Krone befragt Aveato nach den Besonderheiten des eingereichten Konzepts.

dengruppen und bestehenden Kunden zu erwirtschaften. Das Konzept überzeugt durch seinen hohen Digitalisierungsgrad, systemgastronomische Standardisierung und die Nutzung von Synergien innerhalb des Netzwerks. Vor allem kleinere und mittlere Caterer sollen so die Möglichkeit bekommen, im Business-Catering Fuß zu fassen. Der Partner nutzt das Aveato-Konzept allerdings nur als Ergänzung zu seinem eigenen bestehenden Geschäftsmodell. Plug & play ist ganz neu und bereits in der Praxis angekommen. So nutzt beispielsweise der Caterer Vom Feinsten aus Hannover seit April dieses Jahres das digitale Business-Catering-Konzept, welches in seine vorhandene lokale Gastronomie-Infrastruktur aufgeschaltet wurde. Ein Beispiel aus der Praxis: Vom Feinsten hatte in Düsseldorf einen Messeauftrag. Allerdings ist der Sitz des Caterers in Hannover, sodass das Netzwerk genutzt werden konnte. Vom Feinsten lieferte „nur“ das Gala-Catering von Hannover nach Düsseldorf. Crew- und Stand-Catering wurden über Aveato Düsseldorf organisiert. Auch Klüh Catering und die Frank Schwarz Gastro Group arbeiten bereits mit Aveato zusammen. „Getreu dem FSGG-Motto: Werde nie zu groß für kleine Kunden, passt das Aveato-Konzept genau in unser Genuss-Portfolio. Über Aveato erreichen wir neue Business-Kunden, die wir ohne die Online-Präsenz von Aveato niemals erreichen würden“, teilt Geschäftsführer Frank Schwarz mit. 

# 5-STERNE- HOTEL GOES CATERING

Wenn eine 5-Sterne-Hotelküche wie die Traube Tonbach in die Betriebsgastronomie geht, ist das schon etwas Besonderes und lässt die Branche aufhorchen.

**Im Jahr 2015 traf Dr. Thomas Beck,** Geschäftsführer der Vector Informatik GmbH, die Familie Finkbeiner. Bei einem guten Essen entstand die Idee, die herausragende Kulinarik des Hotels Traube Tonbach auf das visionäre Betriebsrestaurant der Firma Vector Informatik GmbH zu übertragen. Mit einem Netzwerk aus erfahrenen „Traubianern“ wurden die bestehenden Kompetenzen gebündelt, um diese besondere Herausforderung anzunehmen. Die Firma Finkbeiner Kantinen GmbH & Co KG wurde gegründet und konnte bereits im Juni 2016 den ersten Meilenstein der Unternehmensgeschichte feiern: die Eröffnung der neuen Vector Cantine (made by Traube Tonbach). Dem Arbeitgeber ist es ganz offensichtlich sehr wichtig, dass die Mitarbeiter mehr als gut ver-



FOTOS: Mirco Moskopp, Lena Wurm



Wilfried Denk (li.) und Sebastian Finkbeiner wollen die Betriebsgastronomie der Traube Tonbach ausbauen.

sorgt werden. Natürlich muss das Essen großzügig subventioniert werden. Die Cantine gibt eine klare Qualitätsphilosophie vor: So werden alle Speisen natürlich täglich frisch zubereitet. Auf Convenience-Produkte wird größtenteils verzichtet und es werden vor allem saisonale und regionale Produkte verarbeitet. Dabei arbeitet man bevorzugt mit Lieferanten und Produkten der 5-Sterne-Hotellerie zusammen. In der Betriebsgastronomie steht den Gästen ein Team von 14 ausgebildeten Köchen und zwei Pâtissiers zur Verfügung. Deshalb gibt es auch immer wieder Highlights aus der Hotelgastonomie: „Wir überraschen unsere Gäste mit Gerichten, die es sonst nur in Spitzenrestaurants gibt: zum Beispiel Wolfsbarsch in der Salzkruste gegart“, erklärt Sebastian Finkbeiner. Aber es gäbe auch

immer ein solides Mittagessen, wie eine Currywurst. „Allerdings ist nichts schwerer, als das Einfache gut zu machen.“ Deshalb kommt die Currywurst auch vom regionalen Metzger, hergestellt nach einem eigenen Hausrezept. Das Free-Flow-Konzept umfasst vier Counter und zusätzlich zwei Counter mit frischen Salaten, einer Vorspeise und drei Desserts plus Barista-Bar. Übrigens werden im Betriebsrestaurant auch Mitarbeiter für das Hotel rekrutiert. So sorgen die Ambitionen im Betriebs-Catering für Fachkräfte im Hotel. Zwei weitere Betriebsrestaurants in Zusammenarbeit mit dem Unternehmen Vector sind übrigens in Planung. Und das soll noch nicht das Ende der Expansionspläne in Sachen Catering sein.

NOMINIERTER  
CORPORATE





# GEWINNER CONCEPTS

Die Ideen gehen Jutta Kirberg nicht aus. Im Gegenteil: Culinary Storytelling soll weiter ausgeweitet werden.



# TRADITION UND MODERNE

Kirberg Catering aus Köln wurde in der Kategorie Concepts mit der Einreichung „Culinary Storytelling für die Event-Location Grand Hall Zollverein“ Caterer des Jahres 2019.

**Das Ruhrgebiet steht für Kohle,** ehrliche Arbeit und Zechenkultur. Einmaliges Symbol ist das Areal Zollverein Essen mit der einst größten und leistungsstärksten Steinkohlezeche der Welt. Sie erzählt heute ein wichtiges Stück Industrie- und Wirtschaftsgeschichte und ist als einziges Bergwerk Unesco-Welterbe. In ihrem Herzen, mitten in der pulsierenden Region Ruhrgebiet, befindet sich die Event-Location Grand Hall Zollverein, die Kirberg als Catering-Partner bespielt. Die Event-Location gibt ihren Kunden und Gästen jetzt die Möglichkeit, die Zechenkultur im Rahmen von Events einzigartig zu erleben. Die Jury hat vor allem überzeugt, dass es dem Caterer gelungen ist, den Markenkern der Marke Grand Hall Zollverein – die Einzigartigkeit der Zechenkultur – durch authentisches kulinarisches Storytelling erlebbar zu machen. Vom Raum- über das Deko- bis natürlich hin zum Catering-Konzept wird typische Zechenatmosphäre geschaffen. Kein leichtes Unterfangen, zumal die bodenständige Pottküche nicht unbedingt für ihre kulinarischen Hochgenüsse

bekannt ist. Auch die typische Zechensprache der Bergleute ist in das Konzept mit eingeflossen. Der Fokus liegt auf der Verschmelzung traditioneller Pottküche mit neuen Ideen. Regionale Lebensmittel, kombiniert mit natürlich schwarzen Zutaten und zeitgemäßer Raffinesse. Die Grubenhelden sind schwarze Beeren, schwarzer Sesam, Auberginen, schwarze Oliven usw. Nicht fehlen darf natürlich das Bunte Bentheimer Schwein, die „Bergmannskuh“ sowie das Vorwerkhuhn und dunkel gebackenes Brot.

## DIE HAUPTGÄNGE WERDEN IM HENKELMÄNNCHEN GEREICHT.

Das Ziel, die individualisierte kulinarische Geschichte so zu systematisieren, dass die Sehnsucht des Kunden nach Unverwechselbarkeit innerhalb eines festen Konzept- und Kostenrahmens erfüllt wird, wurde erreicht. So entspricht Kirberg dem Zeitgeist und schafft es mit seiner Culinary Story, trotzdem multiplizierbar zu sein. Dies findet seinen Ausdruck bei Speisen und Getränken, in den ver-

schiedenen Ausstattungskomponenten, den Touch-Points entlang der Customer Journey (On- und Offline-Kommunikation) bis hin zu einer stabilen Kostenstruktur.

Und Kirberg Catering beweist, dass ein stringent aus den originären Attributen bzw. dem USP einer Location entwickeltes Konzept die Location-Marke stärkt und sie umso attraktiver für den Kunden macht. Damit gelingt es, ein speziell für die Location Grand Hall entwickeltes Konzept, unter Berücksichtigung der jeweiligen Event-Anforderung, zu systematisieren. Von Bergmannstagung bis Reviergala sind viele Inszenierungsvarianten möglich. Ob unkompliziert und handfest oder edel, aufwendig und sehr besonders – Kirberg kreiert für jede Veranstaltung in der Grand Hall im Rahmen der Culinary Story ein einzigartiges Catering, das perfekt zum jeweiligen Kunden, seinen Wünschen und seinem Budget passt. Immer authentisch und im modernen Bergmann-Style. Vom Revier inspiriert – mit einem Touch Glanz und Glamour.



**Kirber bei der Siegerer-  
ehrung:** Hans Jürgen Krone interviewt Simone Lenz und Jutta Kirberg. Rechts Jury-Mitglied Konstantin Brovot.

FOTOS: Mirco Moskopp, Lena Wurm



Das Beste kommt zum Schluss!

## Speiseeismaschine FREEZE & GO

Kreative Desserts mit  
handgefertigtem Speiseeis

Kompakt & mobil einsetzbar

**NEU**  
by NordCap



**NordCap®**

by CARPIGIANI-GROUP

www.nordcap.de



NOMINIERTER  
CONCEPTS

Die Wirtschaftswissenschaftlerin Barbara Noack (li.) und die Architektin Lind Koll leiten gemeinsam die Geschäfte von Formbar.



## GROSSER AUFTRAG

Der Caterer Formbar aus Hilden beweist, dass auch ein mittelständischer Caterer den Catering-Auftrag eines Mega-Konzerns zu dessen vollster Zufriedenheit bewerkstelligen kann.

**Bereits zum zweiten Mal hintereinander** hat Formbar die deutschlandweite Roadshow des Handy-Weltmarktführers Huawei mit einem ausgefeilten Catering-Konzept begleitet. Die Roadshow sollte einer ausgewählten Zielgruppe die Möglichkeit geben, noch vor dem offiziellen Verkaufsstart das neueste Smartphone des chinesischen Konzerns hautnah zu erleben, anzufassen und auszuprobieren. Die Aufgabe bestand darin, die Produktpräsentation zu einem Erlebnis werden zu lassen. Das waren der Wunsch und die kulinarische Vorgabe von

Huawei. Die Anforderung: An allen Terminen der Roadshow ein cooles Livekonzept umsetzen, das mit gleichbleibender Qualität und einer identischen



Hans Jürgen Krone interviewt die Nominierten der Kategorie Concepts.

Präsentation begeistert. Im Klartext bedeutete das: Auf zehn Events in zehn angesagten Off-Locations in zehn deutschen Großstädten sollten innerhalb von fünf Wochen insgesamt 3.200 Gäste versorgt werden. „Die oftmals schlechte Infrastruktur der Off-Locations hat unser ganzes Know-how und logistisches Geschick gefordert, um für alle Situationen individuelle Lösungswege zu finden“, sagt Formbar-Geschäftsführerin Barbara Noack. Aufgrund des extrem kleinen Zeitfensters zwischen den einzelnen Veranstaltungstagen lag die größte Herausforderung darin, den tatsächlichen Bedarf genau zu kalkulieren. Spielraum für Fehler, falsche Warenlieferungen oder vergessenes Equipment musste vermieden werden. Jede Bestellung war bis ins kleinste Detail durchdacht. Deshalb brauchte das Team von Formbar passende nationale Lieferanten, die die Anforderungen an das Equipment und an die Rohstoffe für die Produktion der Speisen in gleichbleibender Qualität bedienen konnten. Jede Projektleiterin hat ihren fest zugewiesenen Kunden und betreut ihn von der Angebotserstellung bis zum Event-Abschluss. So konnte der Auftraggeber sicher sein, dass in jeder Stadt der Roadshow genau dasselbe Team vor Ort ist wie zur Auftaktveranstaltung in Düsseldorf.



# KUNST UND KULINARIK

Dass die Kooperation von Caterer und Künstler durchaus Sinn ergeben kann, hat FR Catering bewiesen. Vorausgesetzt, man trifft die Vorstellungen des Auftraggebers.

## Neuer Name. Neue Positionierung. Neuer Claim.

Bei der Heidelberger Agentur Ottomisu (bis Januar 2019 noch Pro Event) hatte sich einiges geändert. Das wollten die Inhaber im Rahmen des Events Shift 2019 im April dieses Jahres ihren Kunden und Partnern zum ersten Mal live zeigen und dabei vor allem dem neuen Claim „Wir verbinden Menschen, Marken und Märkte“ Leben einhauchen.

Für Ottomisu sind gelingende Beziehungen im wirtschaftlichen Kontext der entscheidende Erfolgsfaktor. Das Thema „Beziehungen“ wurde bei Shift 2019 daher konsequent in den Mittelpunkt gestellt: Alle Teile der Veranstaltung, von der Raumkonzeption bis zu den Vorträgen und den Interaktionsimpulsen, zahlten auf dieses Ziel ein – und auch das Catering wurde bewusst als Kommunikationsmedium integriert und dadurch ein wichtiger Erfolgsfaktor. Damit die Botschaften über Kulinarik vermittelt werden konnten, hat Helena Ratjeh, Prokuristin bei FR Catering, Jörg Sellerbeck, Erfinder der sogenannten Raumkulinarik, für das Konzept an Bord geholt und FR Catering mit der Umsetzung beauftragt.

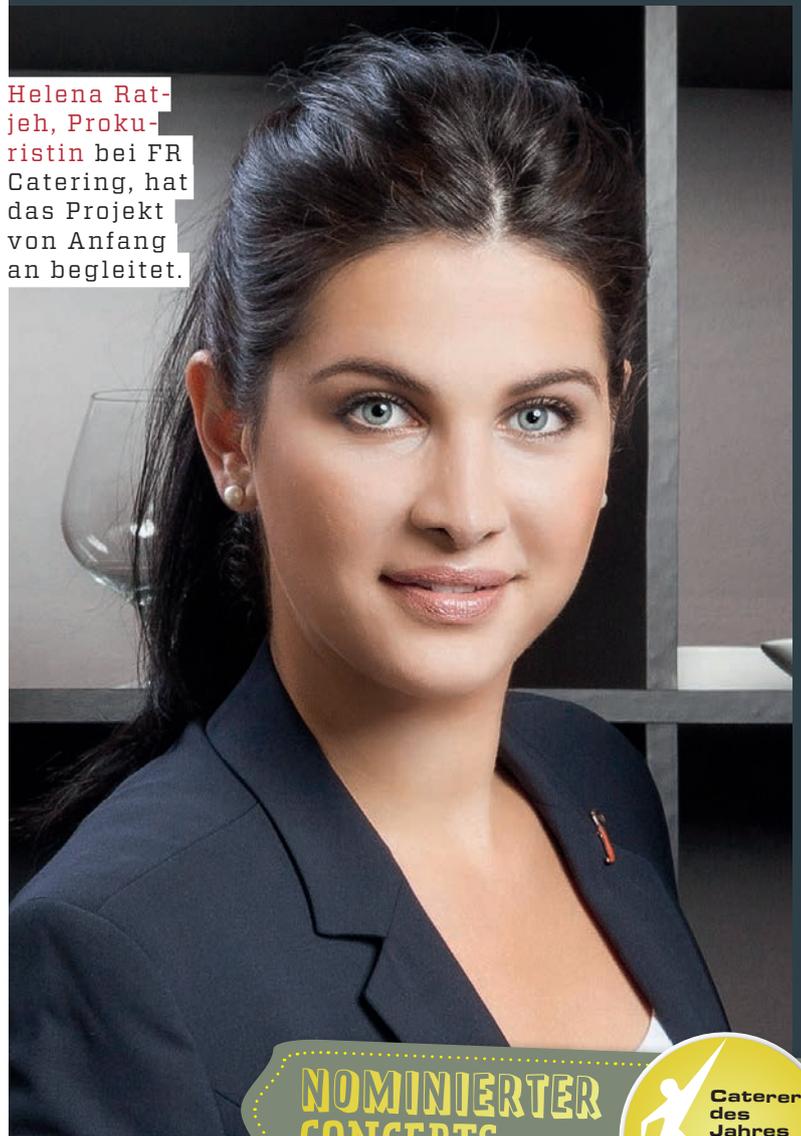
Jörg Sellerbeck, der gelernter Koch und Architekt

Helena Ratjeh, Prokuristin bei FR Catering, hat das Projekt von Anfang an begleitet.

Helena Ratjeh und Jörg Sellerbeck haben der Kulinarik einen Raum gegeben.



FOTOS: Mirco Moskopp, Lena Wurm, FR Catering



NOMINIERTER CONCEPTS



ist, machte die Kulinarik von FR Catering zu einem – mit allen Sinnen erlebbaren – Teil der Unternehmenskommunikation. Die große Herausforderung: die Trennung zwischen Essen, Informationsvermittlung und Unterhaltung aufzuheben und dadurch echte Begegnungen zu provozieren. Er vereinte die Kulinarik, räumliche Gegebenheiten und kommunikative Botschaften zu einer harmonischen sowie gesprächs- und beziehungsanregenden Gesamtkomposition. Dafür entwickelte er eine „gustatorische Szenografie“ und übersetzte dazu die Eckpunkte der neuen Positionierung in individuelle Begriffe, Präsentationsformen und Essensideen. Die Gäste ließen sich auf die kulinarischen Kommunikations- und Interaktionsimpulse ein, kamen sehr schnell miteinander ins Gespräch und nutzten die Chancen des Beziehungsauf- bzw. -ausbaus. Die stimmige Präsentation, die anregende Inszenierung in den Räumen und die hohe Qualität der Speisen trugen entscheidend zur inspirierenden Atmosphäre bei.



# GEWINNER GREEN CATERING



Patrick Diehr will mit seiner Nachhaltigkeitsstrategie eine echte Veränderung im Catering erreichen. Und auch Vorbild für andere Unternehmen sein.



# GELUNGENER KURS- WECHSEL

Die Kochfabrik aus Prisdorf bei Hamburg holte den ersten Preis in der neu geschaffenen Kategorie GreenCatering für die hauseigene „Nachhaltigkeitsstrategie“.

„Mit unserer Nachhaltigkeitsstrategie rennen wir keinem Trend hinterher. Vielmehr wollen wir mit gutem Beispiel vorangehen – nicht nur, weil es zeitgemäß, sondern weil es richtig ist“, erläuterte Kochfabrik-Inhaber Patrick Diehr der Jury seine GreenCatering-Ambitionen. Das war nicht immer so. Bis vor einigen Jahren ging es dem Unternehmer eher um schnelles Wachstum als um grünes Catering. Doch Diehr wollte nicht so weiter machen, weil ihm diese Art zu wirtschaften keine Freude mehr bereitete. Heute ist bei der Kochfabrik Nachhaltigkeit untrennbar verwoben mit der unternehmerischen Philo-

sophie. Und der Chef selbst ist voller Überzeugung und mit entsprechendem Enthusiasmus dabei. Die Nachhaltigkeitsphilosophie der Kochfabrik steht auf drei Grundpfeilern: Liebe, Respekt und Geschmack. Liebe steht dabei für die soziale Verantwortung gegenüber den Mitmenschen – das können die eigenen Mitarbeiter sein, aber auch Kunden, Dienstleister und Lieferanten. Respekt prägt das Verhältnis zur Umwelt, ihren Pflanzen und Tieren. Hieraus entspringt eine ökologische Verantwortung für alle Unternehmungen – sowohl im Büroalltag, bei der Produktion der Speisen als auch im Lager und auf Veranstal-

tungen. Geschmack steht für Anspruch und Verantwortung an die Qualität der Produkte, die verarbeitet werden. „Es ist unser Anspruch, ein lückenloses Wissen über die Herkunft und Verarbeitung unserer Produkte zu haben“, sagt Patrick Diehr. „Von der Weide bis auf den Teller des Kunden.“ Ein Beweis dafür ist die Anschaffung von 22 Schottischen Hochlandrindern, die auf der angrenzenden Weide seines Unternehmens stehen und vom Kochfabrik-Team gehegt und gepflegt werden. Auf Produkte wie Lachs oder Avocado wird ganz verzichtet.

## HOLISTISCHER ANSATZ

„Wir verfolgen mit unserer Nachhaltigkeitsstrategie einen holistischen Ansatz, bei dem viele kleine Teile in einem langen Prozess zu einem koordinierten und durchdachten Ganzen zusammengesetzt worden sind“, teilt Diehr weiter mit. Ein bisschen mehr grünes Engagement hier und da, das eine oder andere Öko-Siegel, ein paar Einzelmaßnahmen – das sei nicht genug. Gefragt sei vielmehr eine integrierte Strategie, die all das Wirken der Kochfabrik gemäß der Philosophie von nachhaltigem Unternehmertum zu koordinieren suche. Ökologisch durchdachtes Catering sei durchaus auch bezahlbar. Vor allem, wenn es gut kommuniziert werde, seien die Gäste inzwischen bereit, etwas mehr für ein nachhaltiges Konzept zu bezahlen. „Unsere Kunden guttieren den Kurswechsel Richtung gelebter Verantwortung“, sagt Diehr. 

FOTOS: Mirco Moskopp, Lena Wurm

## VIEL PROTEIN UND VIEL ERFOLG BEI PROFIS



Proteinreiche Kost schmeckt allen, ob in Betriebsverpflegung, Schulen oder im Care-Bereich. Kein Wunder also, dass die Küchenprofis unsere High Pro Spätzle und Gnocchi zum Catering Star in Gold verholfen haben. Danke dafür!

Proteine können zu einer Zunahme an Muskelmasse beitragen und sind ideal für den Erhalt der Knochen.





**NOMINIERTER  
GREEN CATERING**

**Machen nicht nur privat gemeinsame Sache:** Kerstin und Floris Vlasmann setzen seit Jahren auf nachhaltiges Catering.

## RUNDHERUM NACHHALTIG

Floris Catering ist nach eigenen Angaben der erste Caterer mit einer zu 100 Prozent CO<sub>2</sub>-neutralen Klimabilanz. Das bedeutet aber nicht, dass sich das Unternehmen auf diesen Lorbeeren ausruht.

„Wir arbeiten täglich daran, in unserer Produktion und beim Ausrichten von Events ökologisches Bewusstsein zu zeigen“, teilt Managing Director Floris Vlasmann mit. Das Green-Catering-Konzept des Unternehmens ist so gestaltet, dass die Kunden aktiv ihren Beitrag leisten und die eigene Veranstaltung klimaneutral und ökologisch mitgestalten können. So können Gäste beispielsweise Büfett-Reste, die nicht gespendet werden können, in eine Beste-Reste-Box packen und mitnehmen. Die Kunden können ihre Veranstaltung zusätzlich vor Ort klimaneutral stellen, indem

sie in Gold-Standard-Projekte des Kooperationspartners KlimaInvest investieren. „Somit geben wir unseren Kunden die Möglichkeit, ebenfalls die durch An-/Abreise der Teilnehmer und auf der Veranstaltung entstandenen CO<sub>2</sub>-Emissionen zu 100 Prozent zu kompensieren. Allerdings versucht Floris die Emissionen schon im Vorfeld so gering wie möglich zu halten.“



**Floris Vlasmann** erläutert sein nachhaltiges Gesamtpaket.

Hierbei wird die gesamte Wertschöpfungskette einbezogen. Beispiele:

- Verarbeitung biologisch erzeugter Rohwaren und Getränke
- Verwendung von Produkten aus dem Fair-Trade-Sortiment
- Bezug von Waren aus der unmittelbaren Region und von zertifizierten Zulieferern
- Verzicht auf Plastikgeschirr/-besteck
- Bezug von 100 Prozent grünem Strom
- Dekoration mit frischen Kräutertöpfen anstatt mit Schnittblumen
- Nutzung von nachhaltigen Werbemitteln und Printmedien
- Reduktion von Druckaufträgen auf ein Minimum
- Einsatz von biologisch abbaubaren Reinigungsmitteln
- Nachhaltiges Müllmanagement
- Anschaffung einer Kompostieranlage
- Kooperation mit der Berliner Tafel (Spenden durch Cooking on demand ermöglichen)

Floris setzt seit nunmehr zwölf Jahren auf Nachhaltigkeit und hat das Engagement weiter intensiviert. Seit 2012 ist Floris Deutschlands erstes Green-Catering-Unternehmen mit einem TÜV-Nord-Siegel und einer zu 100 Prozent klimaneutralen Energiebilanz in Administration, Produktion und Transport hat.



# NACHHALTIG MIT SPASS- FAKTOR

Max Jensen, Inhaber von Berlin Cuisine, hat nach einem Weg gesucht, wie seine Kunden die Chance bekommen, mit einem Catering-Konzept eine Botschaft zu senden. Das Ergebnis: „Sustainable Pleasure“.

**Allem vorausgegangen war die Frage:** Was bedeutet Nachhaltigkeit für den Berliner Caterer? „Wir reden über Zertifikate, die wir nachweisen. Über Mindestlohn, Überstunden, Müllvermeidung, Energieeffizienz, Wärmerückgewinnung und Zero-Waste. Auch sollte das Jahresergebnis positiv sein und die Mitarbeiterzufriedenheit hoch. Das ist der Anspruch an uns als Dienstleister und die Voraussetzung, um in Zukunft überhaupt noch am Wettbewerb teilnehmen zu dürfen“, sagt Jensen. Eine nachhaltige Botschaft lasse sich so immer noch nicht senden, denn das spürt der Event-Gast auf dem Event nicht. Das soll mit „Sustainable Pleasure“ anders werden. Hier soll den Kunden die Möglichkeit gegeben werden, den eigenen Gästen zu zeigen, dass dem Gastgeber Nachhaltigkeit wirklich wichtig ist. „Ohne dass irgendjemand mit dem Zeigefinger winkt“, sagt Jensen. Wie das funktioniert, hat Berlin Cuisine im Rahmen eines Auftakt-Events mit 190 Kunden und Partnern des Unternehmens deutlich gemacht: In der Event-Location Kraftwerk Berlin wurde ausschließlich Essen in den



Er hat immer wieder neue, gute Ideen, die die Branche inspirieren: Max Jensen, Inhaber von Berlin Cuisine.

Schalen der verwendeten Zutaten serviert. Und um lange Wege zu vermeiden, hat man ausschließlich mit Zutaten aus Deutschland (möglichst regional) gearbeitet. Heraus kam beispielsweise gegrillte Sonnenblumenwurzel mit einem Hummus aus Sonnenblumenkernen

– angerichtet in der eigenen Blüte. Oder Kohlrabi-Spaghetti mit Handkäs-Schaum, Kräuterpesto und geröstete Haselnüsse, serviert in ausgehöhlten Kohlrabis. Besonders war nicht nur die Art der Präsentation der Speisen, sondern auch deren Entsorgung. Hierfür standen Komposte auf der Event-Fläche, die der Gast nutzen konnte, um „seine Schale“ auf natürliche Weise zu entsorgen. „Auf der Premiere waren wir überrascht zu sehen, mit wie viel Spaß die Gäste ihre Schalen in den Kompost und die Gabeln in die Besteckbox warfen“, so Jensen.

Damit für die Branche der größtmögliche Nutzen entsteht, laden lädt Berlin Cuisine Caterer ein, das Konzept weiterzudenken. „Ein Open-Source-Projekt, in der Hoffnung im Kleinen etwas Großes angeschoben zu haben“, so Jensen. **CC**



Max Jensen muss sich live den Fragen von Hans Jürgen Krone auf der Bühne stellen.