

UMFRAGE: ZIELE FÜR 2016

Transgourmet sucht Köche und Azubis für Vorentscheid

Transgourmet, führender Liefer- und Abhol-spezialist für gastronomische Profiküchen, sucht Profiköche und Koch-Azubis bzw. Jungköche für den Vorentscheid zur Teilnahme am internationalen Transgourmet-Wettbewerb „Les Chefs en Or“ in Paris. Teilnehmende Länder sind Deutschland, Frankreich, Polen, Rumänien, Russland und die Schweiz. Der deutsche Vorentscheid findet am 11. April 2016 für Auszubildende/Jungköche und am 12. April 2016 für Profiköche auf der Residenz Danz in Alsheim (Rheinhausen) statt. Jeweils drei Köche und drei Azubis/Jungköche werden im Vorfeld ausgewählt, die in Alsheim um den ersten Platz kämpfen. Die jeweiligen Gewinner vertreten dann Deutschland beim Contest in der französischen Hauptstadt unter Leitung von Thierry Marx, Executive Chef und Direktor der Gastronomie im „Mandarin Oriental“, Paris (2 Michelin-Sterne für das „Sur Mesure par Thierry Marx“). 2. + 3. Preis sind eine 3-tägige kulinarische Erlebnisreise in Paris mit dem Besuch des Wettbewerbs „Les Chefs en Or“, der Messe „Equipe Hotel“ und des Großmarktes Rungis. Bei den internationalen Endausscheidungen am 7. November 2016 in Paris winken in der Kategorie „Profikoch“ Preisgelder in Höhe von 10.000 Euro für die Erstplatzierten sowie 6.000 Euro bzw. 3.000 Euro für die jeweiligen Zweit- und Drittplatzierten der teilnehmenden Länder. In der Kategorie „Azubis/Jungköche“ (Geburtsjahr 1995 oder jünger) wird es bei den internationalen Endausscheidungen am 6. November 2016 in Paris als Gewinn einen Kochkurs an der renommierten Johnson & Wales Universität in den USA geben. Der Erstplatzierte erhält zusätzlich einen Tablet-PC, der Zweitplatzierte ein Smartphone.

Weitere Infos und Bewerbungsunterlagen unter: www.transgourmet.de im Bereich Aktuelles/Messen und Events.

Gelungener Workshop mit Peruvian Cuisine



Foto: iSi

Zwölf Top-Köche der Compass Group trafen sich am 14. Januar 2016 in der Profiküche der Nestlé Professional Deutschland in Frankfurt am Main, um unter der Federführung von Christian Steuber, Global Culinary Director von iSi und Carsten Esser, Leitung Küchenfachliche Beratung von Nestlé Professional, gemeinsam fünf verschiedene Gerichte unter Einsatz der iSi-Technik zum Thema Peruvian Cuisine zu kreieren. Es wurden Zweiergruppen gebildet, die sich aus einem Warenkorb bedienen konnten. Den Rezepten war Inspiration vorgegeben, sie konnten aber nach eigenen Ideen interpretiert werden. Zubereitet wurden: Ceviche mit Wasabi-Espuma, Red Snapper mit Bohnen-Schaum-Espuma, Alpaca mit Reis-Espuma, Maracujajoghurt und Pisco Sour. Nach der Präsentation zu weltweiten Trends und einer Einführung durch Christian Steuber zu den Produkten von iSi sowie diversen Texturgebern, wurde emsig mit dem Kochen begonnen. Man hatte bewusst das Trendthema der lateinamerikanischen Küche gewählt, um auch damit wieder die vielseitigen Einsatzmöglichkeiten der Technik des Herstellers zu demonstrieren. Alle Teilnehmer waren hoch motiviert und konnten einige Tipps und Tricks mit in den täglichen Workflow übernehmen. „Es war ein rundum gelungener, kulinarisch hochwertiger Workshop, und allen hat es viel Spaß gemacht! Ein authentisch gekochtes Bohnenpüree zum struktur- und geschmacksstarken Barschfilet zum Beispiel, verliert seine Schwerfälligkeit und schwingt sich durch die Technik auf in neue Geschmackssphären!“ sagt Christian Steuber.

Flüchtlinge und neue Zielgruppen

Catering Management befragte führende Persönlichkeiten der Branche nach ihren Erwartungen für das Jahr 2016. Uns interessierten dabei nicht nur die Innovationen, mit denen einzelne Unternehmen den Markt bespielen oder Strukturen im eigenen Haus verbessern möchten, sondern auch, welche Themen die Branche zurzeit bewegen. Die Vertreter von Unternehmen und Verbänden sprachen über anvisierte Zielgruppen sowie einige Trends, auf die sie reagieren. (Von Maxi Scherer)

Andreas Oellerich, Geschäftsführer apetito catering



Foto: apetito

apetito catering ist in den Märkten kids & schools, Business & Industries sowie Care tätig und bleibt es auch.

In 2016 streben wir an, mehr zu wachsen als der Markt und wollen unsere Marktführerschaft im Bereich Seniorencatering ausbauen.

Dabei spielen unsere speziellen Konzepte für demente Menschen eine wichtige Rolle. Unsere Innovationskraft zeigt sich auch in der Entwicklung eines im Markt neuen Kooperationsmodells mit einem großen Verband der freien Wohlfahrtspflege rund um Warenmanagement und -beschaffung.

Der Megatrend Digitalisierung und neue IT-Tools, die dem Betriebsleiter mehr Zeit für den Tischgast ermöglichen, haben in diesem Jahr für uns eine hohe Priorität.

Volker Leonhardi, Marketingleiter Develey Senf & Feinkost GmbH



Foto: Develey

Unsere Kunden erwarten auch 2016 nachhaltige Produkte mit klarem Mehrwert.

Hier setzen wir auf Produktkonzepte, die auf die Bedürfnisse des Gastronomen abzielen und Trends bedienen. Unsere Wrap- und Currywurst-Konzepte zum Beispiel umfassen Produkte sowie Tipps für die Zubereitung und Präsentation beim Gast.

Die Kultsaucen der Marke Tabasco sind mit diesen Konzeptthemen optimal kombinierbar.

Die Chilisaucen überzeugen durch eine hohe Ergiebigkeit und die vielfältigen Anwendungsmöglichkeiten.

Thomas Mertens, Verband Foodservice Consultant Society International (FCSI)



Foto: FCSI

Als internationaler Verband mit mehr als 1.400 Mitgliedern rund um den Globus bewegt uns, was in der Welt passiert. Wir dürfen die Sorgen und Probleme, aber auch die Erwartungen unserer Kunden darüber nicht vergessen.

Für 2016 sehe ich drei wichtige Entwicklungen:

1. Hyperpersonalisierung: Die Ansprüche an gute Gastronomie-Betriebe und Caterer geht heute weit über die Kulinarik hinaus. Konsumenten demonstrieren Individualität durch bestimmte Ernährungsansprüche und den Gedanken des Qualitätswettbewerbes.
2. Der Daten-Pakt mit den Wettermachern: Wir kennen die Launen des Wetters ebenso wie die Launen der Kunden. Forecast-Produkte ermöglichen gezielte Prozesse und eine Automatisierung von Entscheidungen.
3. Die gastgebende Branche bewegt sich durch wandelnde Bedürfnisse der Gäste und Kunden immer schneller. Die Neuordnung im Wertesystem der Gesellschaft fordert eine Fokussierung auf alle Details des Marktes. FCSI-Berater helfen beim Blick über den Tellerrand.

Hans-Peter Nollmann, Vorstandssprecher Verband der Fachplaner (VdF)



Foto: VdF

Qualifizierungsangebote für unsere Mitglieder sowie verbandsübergreifende Weiterbildungsmöglichkeiten gemeinsam mit den Verbänden FCSI, HKI, GGKA und ICA sind zurzeit stark im Fokus. Darüber nehmen wir mit unserem Fachwissen Einfluss auf eine sinnvolle Neufassung diverser Normen, insbesondere bezüglich Lüftung sowie Energiethemen. Bei Planungs- und Beschaffungsmaßnahmen wird besonders auf Effizienz geachtet: Energieeffizienz sowie eine effiziente Logistik für optimale Produktions- und Arbeitsabläufe. Personalschulungen auf neue Techniken rücken weiter in den Fokus. Auch multifunktionale Gerätschaften gewinnen weiter an Bedeutung. Geringere Flächen für Produktions- und Logistikbereiche sowie flexibel nutzbare Flächen in Servicebereichen und Gasträumen sind heute in der Planung von Großküchen wichtig. Heute stellt der Auftraggeber häufig den zukünftigen Caterer als Ansprechpartner für die Planung in den Vordergrund. Als Planer müssen wir hier sensibel reagieren: Zwar verfügen die Ansprechpartner häufig über entsprechende Fachabteilungen, jedoch sollte im Interesse des Bauherrn immer betreiberunabhängig geplant werden.

Eric Eiser, Leiter Marketing FrieslandCampina Foodservice



Foto: Friesland Campina

FrieslandCampina ist als Genossenschaft im Besonderen der Zusammenarbeit mit den Mitglieds-Bauern verpflichtet – und damit, deren Auftrag nachzukommen, ihre Milch bestmöglich zu vermarkten. Mit den neuen Produkten der Volumenmarke Gastro haben wir im Foodservice große Chancen auf Wachstum. Aber auch die Premiummarke Debic mit ihren exzellenten Dessertbasen und der Marktführerschaft bei den Profisprühsahnen punktet auf ganzer Linie. Eigens hierfür haben wir eine neue Vertriebsmannschaft an den Start gebracht.

In der Branche sehen wir mehrere Trends:

- Trend 1: Desserts als Differenzierung in der Profi-Gastronomie. Die Lösung sind die qualitativ hochwertigen Debic-Dessertbasen, die wie hausgemacht schmecken und einfach im Handling sind.
- Trend 2: Catering rückt verstärkt in den Fokus. Um dem gerecht zu werden, setzen wir auf perfekte Convenience-Produkte wie hausgemacht.
- Trend 3: Qualität auch bei Quantität. Hier kommen die unsere Gastro-Produkte zum Einsatz, sei es als Großgebilde oder als Einzelportionen.

Klaus Ridderbusch, Geschäftsführer Unilever Food Solutions



Foto: United against Waste

Uns bewegt zurzeit die Flüchtlingsversorgung: Sie ist ein oft chaotisches Feld mit vielen Unwägbarkeiten, die teilweise zu Versorgungsengpässen führen. Wir werden sie in den nächsten Monaten in etwas geordnetere Bahnen lenken. Beim Außer-Haus-Verzehr erwarten wir eine leicht positive Entwicklung. Insgesamt sehen wir 2016 positiv entgegen. Der Gast möchte heute alles zugleich: Mehr Erlebnis ums Essen, glaubwürdige Produkte aber auch niedrige Preise – und das situativ immer wieder neu gemischt. Hier muss man flexibel sein und gleichzeitig die große Richtung beibehalten: Qualität. Wir haben unsere Sortimente weiter in Richtung LMIV verbessert. Hier können wir überall Alternativen anbieten. Dieses Thema hat für viel berechnete Unruhe im Markt gesorgt. Gleichzeitig weiten wir Knorr Professional im Premium-Segment aus für noch mehr Anwendungen. Dies soll den Trend zur Flexibilität bei den Köchen aufgreifen. Demografisch wächst bei uns der Bereich der Senioren-Versorgung. Hier gilt es, klare Kostenvorgaben mit Abwechslung und spezifischen Bedürfnissen der Gäste in Einklang zu bringen.