

Heft **3** März 2016 67. Jahrgang Heftpreis 10 € (Inland) – 11 € (Ausland) – 17sFr.

GVmanager

Fachmagazin der Führungskräfte in Großgastronomie und Gemeinschaftsverpflegung

www.gvmanager.de

MESSEVORSCHAU

**Internorga
2016**

TECHNIK

Warten Sie mal!

STUDENTENVERPFLEGUNG

**Ein Stück
Lernkultur**



Kreativprozess statt Ideologie



Christian Feist hat mit Gesoca ein Konzept entwickelt, bei dem Caterer nur dann eine Subvention erhalten, wenn sie gesundheitsförderliche Gerichte nicht nur anbieten, sondern auch verkaufen. Eine Win-Win-Situation.

Die Betriebsgastronomie ist in der Regel eine subventionierte Sozialleistung, die für die Erhaltung der Leistungsfähigkeit und Gesundheit der Mitarbeiter aufgebracht wird. Doch wird in den Casinos auch gesundheitsförderlich gegessen? Jährliche Hitlisten zeigen das Gegenteil. Das Problem ist, dass der Caterer sich als klassischer Gastronom betrachtet. Er ist zufrieden, wenn er mit zufriedenen Kunden Geld verdient. Wie sich die Gäste ernähren ist für ihn weniger wichtig. Er bietet an, was sich für ihn lohnt und beliebt ist. „Der Betriebsgastronom sollte aber eigentlich nur erfolgreich sein, wenn er wirtschaftlich attraktiv maximal viele zufriedene Kunden gesundheitsförderlich ernährt“, sagt Christian Feist, Gründer von Gesoca (Gesundheitsorientierte Cateringsteuerung), der zusätzlich in operativer Verantwortung in einem großen Eigenregiebetrieb in München steht.

Herr Feist, was steckt hinter der Gesoca-Idee?

Das Ziel ist, unsere Kunden darin zu unterstützen, dass ihre Betriebsgastronomie ernährungsphysiologisch deutlich günstiger wird. Das heutige Problem ist, dass von einem Caterer im Rahmen eines Leistungsverzeichnisses z. B. gefordert wird, dass es einmal die Woche ein vegetarisches Gericht gibt, oder ein täg-

liches Salatbuffet. Aber ist das auch immer gesundheitsförderlich? Um das herauszufinden, braucht es ein glaubhaftes System, das die ernährungsphysiologische Qualität misst. Wir haben einen Prozess entwickelt, der auf der gastronomischen Ampel (GAS, siehe Kasten) basiert. Es schafft erst die Abgrenzung und dann die Transparenz, ob das Vereinbarte auch auf dem Teller landet.

Wie sieht die praktische Umsetzung aus?

Nach der Beratung folgt die Bewertung der Rezepturen nach GAS. Wir prüfen die Rezeptur und geben sie frei. In Form von unangemeldeten Audits, täglichen Mystery Shoppings durch die Tischgäste sowie Kundenbefragungen findet die Qualitätssicherung statt. Am Ende des Monats erfolgt die Freigabe der Subvention auf Basis der Kassendaten. Es ist eine variable Vergütung in Abhängigkeit davon, wie viele grüne und gelbe Gerichte verkauft wurden. Die Herausforderung eines solchen Vertragsmodells ist die haltbare Abgrenzung des Gesundheitswerts der Gerichte. Schließlich hängt von dieser Abgrenzung die Entlohnung des Caterers ab. Das Ziel der gesundheitsorientierten Steuerung ist es, den Caterer zu motivieren, seine Dienstleistung ständig zu optimieren. Er bleibt Gastronom, ist aber nur erfolgreich, wenn er

Zufriedenheit, Wirtschaftlichkeit und Gesundheit gleichermaßen bedient.

Darf der Caterer folglich nur noch „gesunde“ Gerichte anbieten?

In der Gestaltung seines Gesamtangebots ist der Caterer weiterhin frei, aber sein Gewinn

DIE BASIS

Die Gastronomische Ampel (GAS), entwickelt von Prof. Dr. Volker Peinelt, bewertet Rezepturen nach Inhaltsstoffen und Fertigungsprozessen qualitativ und klassifiziert sie:

Grün: gute Wahl für jeden Tag

Gelb: immer mal wieder

Rot: nur gelegentlich genießen

Die Ampel bewertet die Gesamtrezeptur und bietet eine gute Orientierung für eine ausgewogene Ernährung. Sie kann auch als Informations- und Leitsystem für die Gäste dienen.

GAS folgt den Empfehlungen der DGE, wird seit Jahren angewendet und durch diverse Studien erweitert.

Mehr Informationen: www.gesoca.de

hängt von dem Gesundheitswert und nicht mehr nur vom Deckungsbeitrag der verkauften Produkte ab. Nun kann der Caterer seinen Gewinn nur dann optimieren, wenn er die gesundheitsförderlichen Gerichte auch verkauft. Wenn ein Caterer dennoch jeden Tag Schnitzel oder Pommes anbieten möchte, kann er das tun. Er sollte sogar auch ab und zu etwas „rotes“ anbieten. Denn die Kunden erwarten es und ein Schnitzel ist in einer ausgewogenen Ernährung gar nicht verboten. Es kommt nur auf die Häufigkeit an.

Das Unternehmen fördert die Gesundheit seiner Mitarbeiter und der Caterer verdient dabei. Klingt nach einer Win-Win-Situation.

Das Kernproblem eines herkömmlichen Cateringvertrags ist, dass der Caterer über zwei Quellen verdient – über den Kassenumsatz und über die Subvention des Unternehmens, die meist pauschal entrichtet wird. Der Kassenumsatz hingegen ist variabel – je nachdem ob die Gäste kommen, zufrieden sind oder nicht. Caterer verdienen oft Geld mit Gerichten, die nicht sonderlich hochwertig einzustufen sind. Der Caterer erzielt folglich auch mit Gerichten Gewinn, die nicht im Sinne der Subvention sind.

Bei diesem Problem setzt unser System an, nämlich dass die Subvention durch uns nicht mehr pauschal, sondern in Abhängigkeit des Gesundheitswerts der Verkäufe entrichtet werden kann. Durch die Stücksubvention wird es für den Caterer wirtschaftlich interessanter, mehr grüne und gelbe als rote Gerichte zu verkaufen. Folglich wird der Caterer nun versuchen, vermehrt Gesundheitsförderliches zu verkaufen, dieses attraktiv zu präsentieren und zu empfehlen. Dann ist die Win-Win-Situation hergestellt: der Gast ernährt sich gesund und der Caterer verdient daran.

Wie viel Mehraufwand bedeutet das für den Caterer?

Ich würde sagen: keinen. Allerdings hängt das von dem bisherigen Konzept ab. Aber für ein übliches Betriebsrestaurant mit einer branchenüblichen Gastronomie

bedeutet das keine personellen Veränderungen. Es geht darum, Prozesse zu verändern, z. B. Fettstoffe und Zucker zu reduzieren oder weniger Fleisch und mehr Gemüse auf den Teller zu bekommen. Aber welche Art von Nudeln ich koche, ist für die Produktion kein Unterschied. Verändern muss sich allerdings das Ausgabepersonal und eventuell die Präsentation und Verkaufsförderung, um die Gäste für die „gesunden“ Gerichte zu begeistern. Meiner Ansicht nach ist das eine Frage der Personalqualität.

Das Projekt wurde bereits in die Praxis umgesetzt. Wie sind die Rückmeldungen?

Das Feedback der Gäste ist sehr gut und die Kundenzufriedenheit ist durch Befragungen deutlich gestiegen. Das liegt aber sicher nicht nur am „gesunden“ Essen, sondern auch daran, dass das Konzept nur mit einem Küchenteam funktioniert, das neue Wege gehen möchte und Spaß an Präsentation und Verkauf hat. Wir wollen mit dem Konzept keine Ideologie verkaufen, sondern einen Kreativprozess in Gang setzen, der Küchenleiter im positiven Sinne zwingt, umzudenken.

Muss z. B. Spaghetti Bolognese immer so bleiben? Mit weniger Fleisch, ersetzt durch Gemüse, kann es ein gelbes Gericht werden, wenn dann noch Vollkornnudeln dazukommen ist es schon grün. In der Praxis sehen die Köche für dieses Umdenken keine Notwendigkeit, da die Gäste mit den herkömmlichen Spaghetti Bolognese ja zufrieden sind. Es geht uns darum, einen Prozess in Gang zu setzen, sodass die operativ Verantwortlichen ihr Angebot hinterfragen und es attraktiv gestalten.

Gibt es einen weiteren Mehrwert?

Durch unsere Arbeit wird das Betriebscasino für das Gesundheitsmanagement messbar. Es lässt sich eine Gesundheitskennziffer ermitteln, die sich in Relation zu den Kosten setzen lässt.

Ließe sich eine solche Kennziffer in Eigenregiebetrieben ermitteln?

Ja, natürlich. Der Prozess Rezept-

turfreigabe und Qualitätssicherung ist auch in der Eigenregie einsetzbar. Nur die Ermittlung der Subvention entfällt dann.

2015 erhielt das Konzept den Dr. Georg-Triebe-Preis. Was bedeutet Ihnen dieser Erfolg?

Der Dr. Georg-Triebe-Preis der Fachplaner freut uns, da wir uns wünschen, dass man sich auch

schon während der Planung über konzeptionelle Fragen stärker Gedanken macht.

Vielen Dank für das Gespräch! Ian

Mehr über das Gesoca-Konzept erfahren Sie in einer der folgenden Ausgaben. Das ganze Interview finden Sie online unter: www.gastroinfoportal.de/gesoca

+++ Internorga • Messe Hamburg • 11. - 16.03.2016 • Halle A2• Stand 201 +++

Mastern® mit dem Schnitzelmaster

sensitive meat processing



- 1 gemastertes Fleisch bleibt saftiger
- 2 Individuelle Fleischdicke einstellbar
- 3 geringere und stets gleiche Garzeit
- 4 höheres Verkaufsgewicht
- 5 mindestens 8 Tage haltbar (vakuumiert)

Schnitzelmaster GmbH
Fraundorf 9
D-84335 Mitterskirchen

Tel. +49 (0) 8725 9674-30 Fax (- 31)
info@schnitzelmaster.de
www.schnitzelmaster.de

SCHNITZEL
MASTER
GMBH

Unsere Speisenpräsentationssysteme bieten die perfekte Plattform für Ihren Erfolg!

Besuchen Sie uns an der Internorga in Hamburg und erleben Sie die Welt von Beer Grill. Entdecken Sie unser umfangreiches Produktsortiment und überzeugen Sie sich von unserer hochwertigen Produktqualität. Mit dem „Schlüssel zu Ihrem Erfolg“ präsentieren wir Ihnen unsere Produktvorteile für Ihre erfolgreiche Speisenpräsentation.



INTERNORGA

11.3.2016 - 16.3.2016 | Hamburg

BEER

HALLE A3 STAND 210

Tel. +49 (0)7161 659 876 - www.beergrill.com
info@beergrill.com - www.facebook.com/beergrillonline



Food perfectly presented

BEER