

# gvpraxis

business care education



Special  
**GVPRAXIS CARE**  
Interview  
**MORITZ MACK**



# MOIN

INTERNORGA 2026 – TRENDS, TALKS UND MEHR

# Convenience im Check

Im Zeiten von Personalnot boomen Convenience-Produkte. Auf der Internorga wird wieder eine Vielzahl an Neuheiten präsentiert. Doch wie lassen sich diese Produkte richtig bewerten? Worauf kommt es an? *gvpraxis* hat nachgefragt.

**C**onvenience-Food ist längst aus den Küchen dieser Welt nicht mehr wegzudenken. Ob im Supermarkt oder in der Profiküche: Fertigprodukte sind überall und entlasten nicht nur bei Fachkräftemangel die Gemeinschaftsgastronomie deutlich. Immer häufiger gefragt sind pflanzliche und vegane Varianten sowie etwa gekühlte Teigwaren, die bei Konsumenten ganz hoch im Kurs stehen. Und die Nachfrage wächst rund um den Globus: Mit stolzen 41 Prozent dominiert Europa derzeit noch das weltweite Umsatzgeschehen im Convenience-Segment. Doch laut Analysten steht ein Boom im

© STOCK.ADOBE.COM / BABEKU



## Convenience: Darauf sollten GV-Profis achten

- Sind Geschmack und Aussehen gut und attraktiv?
- Wie viel Zucker, Fett und Salz stecken in den Produkten? Entsprechen die Mengen den Empfehlungen für ein ernährungsphysiologisch vorteilhaftes Angebot?
- Wie hoch ist der Anteil an Lebensmitteln mit ballaststoffreichem Anteil? Wie hoch ist der Anteil an Gemüse bzw. Salaten?
- Welche Öle und Fette kommen in welchen Mengen zum Einsatz? Ernährungsphysiologisch gut bewertetes Raps- oder Olivenöl oder eher schlecht bewertetes Palmfett? Gehärtete (schlecht) oder ungehärtete Fette (gut)?
- Wie hoch ist der Anteil der Haupt- oder namengebenden Zutat im Produkt? Beispiel: Wie viele Kartoffeln stecken tatsächlich im Kartoffelsalat? 50 oder 70 Prozent?
- Wie hoch ist der Anteil billiger bzw. minderwertiger Füllstoffe (Wasser, Fett & Co) im Produkt?

# ICH VERWENDE PEGGYS, WEIL ICH NATÜRLICH VERANTWORTUNG FÜR DAS WOHL MEINER GÄSTE ÜBERNEHME.

Asien-Pazifik-Raum sowie in Amerika kurz bevor. Ob klassisch, pflanzlich oder international inspiriert – Convenience entwickelt sich ebenso in Gastronomie und Großküchen stetig weiter. Doch wie bewerte ich als Küchenchef etwa das vegane Schnitzel oder den Fertig-Kartoffelsalat richtig? Worauf sollten Gastro-Profis neben einem guten Geschmack und einem Aussehen wie „selbst gemacht“ achten? Und sind die Unterschiede zwischen den Herstellern in einer Produktkategorie wirklich so groß?

**Vorteil Convenience.** Die Vorteile in der Profiküche liegen auf der Hand: Sie vermeiden Foodwaste, ermöglichen saisonunabhängig ein attraktives Speisenangebot, entlasten das Personal und sind in der Regel gelingsicher. Je nach Einsatzgrad verringern sie Personalkosten, Raum- und Technik-Bedarf. Allerdings stecken in regenerierfertigen oder sogar verzehrfertigen Lebensmitteln häufig zu viel versteckte Fette, Zucker und Salz, warnen Ernährungswissenschaftler immer wieder. „Weniger ist mehr“, lautet stattdessen die Maßgabe. Doch in der Praxis ist es für Küchenchefs herausfordernd, durch den Convenience-Dschungel zu blicken. Was ist gut, was weniger? Worauf kommt es bei der Produktauswahl eigentlich an? Welche Kriterien sind bei der Produktspezifikation besonders wichtig – und wo beginnt Convenience überhaupt? Um hier Klarheit zu schaffen, hat *gypraxis* bei den Experten Christian Feist und Richi Rilli von Dienstleister Gesoca nachgefragt.

Gründer und Geschäftsführer Christian Feist kennt die Herausforderungen rund um Convenience-Food genau. Der ausgebildete Koch und Hotelbetriebswirt unterstützt mit seinem Team Betriebsgastronomen und Caterer, ein gesundheitsförderliches und qualitativ hochwertiges Speisenangebot zu entwickeln und erfolgreich umzusetzen.

**Fokusgesund.** Als Grundlage für die Bewertung setzt Gesoca auf das Gastronomische Ampelsystem (GAS), das Prof. Dr. Volker Peinelt an der Hochschule Niederrhein speziell für die Gemeinschaftsverpflegung entwickelt und evaluiert hat. Heute wird GAS von Prof. Dr. Katja Lotz, Ökotrophologin und Professorin an der Dualen Hochschule Baden-Württemberg (DHBW), wissenschaftlich betreut und weiterentwickelt. Mit dem GAS-System lässt sich jede Rezeptur nach ihrem ernährungsphysiologischen Wert objektiv beurteilen und bekommt eine Ampelfarbe: Rot kennzeichnet Gerichte mit ungünstiger Nährstoffverteilung bei gleichzeitig zu hoher Energiedichte, insbesondere durch den zu hohen Fett- und Zuckergehalt. Mit Gelb gekennzeichnete Speisen stehen für einen mittleren Nährstoffgehalt bei durchschnittlichen Nährstoffanteilen im Vergleich zum Energiegehalt.

Mit Grün bewertete Gerichte gelten hingegen als ernährungsphysiologisch „günstig“ und als beste Wahl für den Gast, weil in ihnen eine ausgewogene Nährstoffverteilung bei tendenziell geringer Energiedichte vorliegt. In diesen Speisen stecken überwiegend pflanzliche und ballaststoffreichere Lebensmittel, hochwertige Fette bzw. Öle und magere tierische Eiweißquellen. Aus den Einzelbewertungen folgt eine Gesamtbewertung des täglichen und wöchentlichen Speiseplans. „Wir beurteilen nach diesem Muster natürlich auch die eingesetzten Convenience-Produkte“, erklärt Feist gemeinsam mit seinem Projektmanager Richi Rilli. Basis dafür sind die Produktspezifikationen der Hersteller.

ALLE VORTEILE  
FÜR DIE  
GEMEINSCHAFTS-  
GASTRONOMIE:  
[care.eipro.de](http://care.eipro.de)

**INTERNORGA**  
Halle A4,  
Stand 426



PEGGYS von EIPRO:  
pasteurisierte Eier für sichere, natürliche  
Eigerichte ohne Abstriche. Wenn es um  
hochwertige und kreative Eiprodukte geht,  
ist EIPRO Ihr Qualitätsgarant.

## Einteilung der Convenience-Produkte in Fertigungsstufen

Convenience-Stufe	Beispiele
1 Küchenfertige Lebensmittel	entbeintes, zerlegtes Fleisch, Fischfilets, geputztes Gemüse, TK-Gemüse & TK-Obst (unzubereitet)
2 Garfertige Lebensmittel	Filet, paniertes oder gewürztes Fleisch, Teigwaren TK-Gemüse & TK-Obst (zubereitet), Tütensuppen
3 Aufbereifertige Lebensmittel	Salatdressing, Kartoffelpüree, Puddingpulver
4 Regenerierfertige Lebensmittel	einzelne Komponenten oder fertige Menüs
5 Verzehr-/tischfertige Lebensmittel	kalte Soßen, fertige Salate, Obstkonserven, Desserts im Becher

Quelle: Leicht modifiziert nach [www.fitkid-aktion.de](http://www.fitkid-aktion.de) (Exkurs Convenience)

© gvpraxis grafik



Gefüllte Paprika: Der Markt bietet durchaus sehr gute Convenience-Produkte, wie der Gesoca-Check zeigt.

**Datenbank als Basis.** „Wir haben eine Datenbank, die mittlerweile 3.500 Convenience-Produkte mit ihren Inhaltsstoffen umfasst“, sagt der ausgebildete Koch Rilli. Diese Datenbank werde sukzessive um die neu eingesetzten Produkte bei den Kunden erweitert. So enthält die Datenbank mittlerweile beispielsweise über 40 verschiedene Kartoffelsalate unterschiedlicher Hersteller. Das ermöglicht einen detaillierten Vergleich der Angebote und sorgt für Transparenz in einem oftmals schwer überschaubaren Markt. „Leider fehlt eine solche, für jeden Küchenchef frei zugängliche ‚Produktdatenbank‘ auf nationaler Ebene“, bemängelt Christian Feist. Die Folge: GV-Profis haben hierzulande nur wenige Möglichkeiten, Convenience-Produkte innerhalb einer Kategorie – wie etwa Kartoffelsalat – auf ihr

ernährungsphysiologisches Profil hin zu vergleichen. Küchenchefs tun sich deshalb schwer, gezielt bessere Rezepturen von Herstellern oder Großhändlern einzufordern. Vorreiter sind Länder wie die Niederlande, Belgien, Schweden und Großbritannien. Das auch hierzulande bekannte Unternehmen Matilda FoodTech betreibt dort solche Datenbanken. In Großbritannien sind beispielsweise rund 85.000 Convenience-Produkte erfasst, in den Niederlanden und Belgien sogar rund 300.000. „Das schafft echte Transparenz und Vergleichbarkeit“, sagt Feist.

**Artikel im Check.** Doch welche Artikel nimmt Gesoca überhaupt unter die Lupe? „Alle Produkte, die für die Zubereitung eines Gerichtes benötigt werden, liegen in unserem System. Rohwaren wie TK-Möhren oder zerlegtes Fleisch

sind unverarbeitet, spielen bei der Bewertung mit GAS eine Rolle. Hier wissen wir allerdings, was drin ist und brauchen deswegen keine separate Prüfung“, erläutert Feist. Interessant wird es bei Convenience-Produkten der Stufen 2 bis 5 – vom gewürzten TK-Gemüse über Kartoffelpüree bis zu servierfertigen Gerichten wie Lasagne. Die genannten Convenience-Stufen beschreiben den Verarbeitungsgrad der Lebensmittel – von der Rohware bis zum verzehrfertigen Produkt (siehe Tabelle).

Drei Beispiele zeigen, wie die Experten den Check durchführen und worauf es ankommt. Wichtig zu wissen: Ein vorverarbeitetes Produkt ist nicht per se schlecht. „Im Gegenteil – mittlerweile gibt es hier sehr gute und empfehlenswerte Artikel“, erläutert Richi Rilli. Entscheidend sei die Zusammensetzung der Zutaten und Nährwerte. Sie bestimme, ob etwa ein Kartoffelsalat im Ampelsystem eine rote, gelbe oder grüne Bewertung erhält.

**Beispiel „Gefüllte Paprika“** – Frisch gekocht versus Convenience-Produkt. Das geprüfte Convenience-Produkt „Paprika mit vegetarischer Bulgurfüllung“ erhält im Check die grüne Ampelfarbe. Grund dafür sind viele hochwertige Zutaten wie rund 60 Prozent Paprika, 10 Prozent Bulgur sowie Zwiebeln und Champignons. Schlechte Fette und Zucker sind nur in geringen Mengen enthalten, was lediglich zu einer leichten Abstufung führt.

In die Gesoca-Bewertung fließt darüber hinaus die Zubereitung in der jeweiligen Küche mit ein: Wie wurde das Produkt gegart? Gesoca-Experte Richi Rilli erklärt das am Beispiel eines Schnitzels: „Wird das Schnitzel im Konvektomaten bei trockener Hitze zubereitet, bleibt der Fettgehalt konstant. Eine Zubereitung in der Fritteuse führt jedoch zu Punktabzügen.“ Darüber hinaus werde die Qualität des Fettes im Produkt und beim Garen bewertet. Rapsöl beispielsweise schneidet ernährungsphysiologisch besser ab als Kokosfett und führt zu einer geringeren Abstufung.

Doch stellt Richi klar: „Entscheidend für die Bewertung ist aber letztlich die Fettmenge/Energieanteil an sich. Und wie schlägt sich nun das analysierte Convenience-Produkt „Gefüllte Paprika“ im Vergleich zu selbst gekochten Rezepten in der Gesoca-Datenbank? „Es schneidet glücklicher-

weise in diesem Fall am Ende nur minimal besser ab“, so das Experten-Urteil.

**Beispiel Schnitzel:** Beim Vergleich eines selbst panierten Schnitzels mit einem Convenience-Schnitzel zeigen sich deutlichere Unterschiede in der Bewertung: Das selbst gemachte Schnitzel schneidet in diesem Fall signifikant besser ab, wie folgendes Beispiel zeigt: „Auch bei Convenience-Schnitzeln gibt es Qualitätsunterschiede“, weiß Richi Rilli. Wir schauen uns das analysierte Produkt genauer an: Auffällig ist der hohe Panade-Anteil von rund 30 Prozent, wobei überhaupt kein Ei zum Einsatz kommt, dafür neben Weizenmehl ein sehr hoher Salzgehalt sowie zusätzlich modifizierte Stärke enthalten sind. Eine selbst gemachte Panade würde in der Bewertung besser abschneiden, da Zutaten wie Ei in Kombination mit Weizenmehl im Ampelsystem positiver gewertet werden als modifizierte

Stärke. Mit 12 Prozent Salz ist das Convenience-Produkt außerdem ausgesprochen salzhaltig. Auch das wirkt sich negativ auf das Gesamtergebnis aus.

**Die Kombination zählt.** Auch wenn zwei gleiche Produkte verschiedener Hersteller wie etwa Schnitzel auf den ersten Blick mit Rot dieselbe Ampelfarbe erzielen, spielt der genaue Wert eine wichtige Rolle, sobald verschiedene Komponenten für das Tellergericht kombiniert werden. Ein ursprünglich mit Rot bewertetes Schnitzel lässt sich schnell mit anderen Zutaten wie Salat und Salzkartoffeln zu einem gelben Gericht „aufwerten“. Damit bekommt der konkrete Wert innerhalb der drei Ampelstufen Gewicht – gerade für Küchenchefs, die Gerichte zusammensetzen müssen. In Kombination mit Pommes aus der Fritteuse sei allerdings alles verloren, sind sich die Profis einig.

**Beispiel Kartoffelsalat.** Besonders anschaulich für die Vielfalt des Convenience-Angebots ist der Kartoffelsalat: Hier sind tatsächlich alle drei Ampelfarben möglich. Richi Rilli: „Das klingt vielleicht überraschend, zeigt aber deutlich, wie stark sich Rezeptur und Zutaten auf die Bewertung auswirken.“ Gerade für die Gemeinschaftsgastronomie und Betriebe, die beim Baukastensystem jede Beilage und Komponente einzeln ausweisen, sei das relevant – denn Kartoffelsalat ist nicht gleich Kartoffelsalat. Im Vergleich dieser drei Convenience-Varianten zeigt sich: Ein klassischer schwäbisch-bayerischer Kartoffelsalat kommt meist ohne Mayonnaise aus und braucht nur wenig Öl – oft erreicht er so problemlos die grüne oder gelbe Ampelfarbe, vorausgesetzt, der Kartoffelanteil ist hoch und die Energiedichte vergleichsweise niedrig. Anders sieht es beim Beispiel eines mit Rot bewerteten Kartoffelsalats aus: Hier liegt

**BÜRGER**

PROFIKÜCHE

## Genuss im Handumdrehen

Unsere **BÜRGER Basics** bringen **maximalen Geschmack** mit **minimalem Aufwand** in jede Gemeinschaftsverpflegung.

Tortellini in Tomaten-Rahmsauce



NEU  
ab März



Neuheiten ausprobieren  
und direkt profitieren!

NEU  
ab März



Gnocchi in Käse-Sahnesauce

Für alle Profis, die mehr wissen wollen:  
[www.buerger-profikueche.de](http://www.buerger-profikueche.de)

@buerger  
foodservice



@buerger\_  
foodservice



## Über Gesoca



Gesoca-Gründer  
Christian Feist.

Gesoca-Projektmanager  
Richi Rilli.

Das Softwareunternehmen und QM-Unternehmen Gesoca mit Sitz im Landkreis Fürth bei Nürnberg sieht sich als Partner für große Unternehmen, um ernährungsphysiologisch wertvolle und qualitativ hochwertige Mitarbeitergastronomie umzusetzen – auch in Zusammenarbeit mit Caterern und Herstellern. Im Fokus der Arbeit stehen ernährungsphysiologisch optimierte Angebote und Rezepturen über die Gesoca-Web-App für Küchenprofis, ein datenbasiert ermittelter Gesundheitswert über Angebot und Verbrauch aller Tischgäste und die systematische Qualitätssicherung durch externe Spezialisten für optimale Cateringangebote und -prozesse. Mehr Informationen unter: [gesoca.de](http://gesoca.de)

der Fettgehalt bei 15 Gramm pro 100 Gramm und zusätzlich sind 4,4 Gramm Zucker enthalten. Der Kartoffelanteil beträgt nur 56 Prozent, ergänzend kommen Zutaten wie Ei, Sahne und unnötige Stärken dazu. Auch wenn vom Fettsäuremuster sehr hochwertiges Rapsöl eingesetzt wird und zusätzlich Wasser als neutrale Zutat vorhanden ist, reicht dies nicht aus – das Produkt landet noch knapp im roten Bereich. Dieses Beispiel unterstreicht, wie wichtig die genaue Spezifikation und Deklaration jeder einzelnen Komponente in der Gemeinschaftsgastronomie ist – denn schon kleine Un-

terschiede in der Rezeptur machen am Ende den Unterschied auf dem Teller.

„Für Kunden, die mit uns arbeiten, bietet unsere Datenbank einen echten Mehrwert. Dort sind alle relevanten Convenience-Produkte zentral hinterlegt und können bequem über unsere Software abgerufen werden“, sagt Richi Rilli. Das ermögliche es beispielsweise, sämtliche verfügbaren Kartoffelsalate aufzulisten und gezielt nach Qualität, Fettgehalt oder anderen Kriterien zu filtern. „So bekommen die Nutzer schnell ein Gespür dafür, welche Parameter – etwa Fett, Zucker und Nährwert – letztlich die Ampelfarbe bestimmen“, unterstreicht Rilli. Der zuvor beschriebene, mit Grün bewertete Kartoffelsalat ist dabei ein gutes Beispiel: Er rangiert in der Datenbank ganz oben, da er qualitativ überzeugt, wenig und davon hochwertiges Fett und keinen zugesetzten Zucker enthält. Auf diesem Wege profitieren Gemeinschaftsgastronomen von einer transparenten und effizienten Produktauswahl. „Bei so vielen Herstellern, Händlern, Eigenmarken, sich stets ändernden Produktnamen und nicht immer bekannten GTINs (Global Trade Item Numbers) bleibt die Bewertung auch für uns eine Herausforderung. Eine zentrale, globale Datenbank für Convenience-Produkte, wie sie beispielsweise in England existiert, bleibt daher bislang eine Wunschvorstellung – wäre aber für die Branche ein echter Traum“, kritisiert Christian Feist.

### Ultimativer Tipp für Küchenprofis:

Wer die Ampelbewertung im Blick hat, sollte immer auch einen genauen Blick auf die Zutatenliste werfen. Je höher der Anteil ernährungsphysiologisch günstiger Zutaten, desto besser schneidet das Produkt ab. Das ist der entscheidende Faktor. Ein Kartoffelsalat, der beispielsweise nur zu 50 bis 60 Prozent aus Kartoffeln besteht, hat es schwer, die grüne Ampelfarbe zu erreichen. Ähnlich verhält es sich bei gefüllten Paprika: Steht das namensgebende Gemüse erst an fünfter Stelle der Zutatenliste, rutscht auch die Bewertung nach unten. Die Faustregel lautet daher: Je mehr „gesunde“ Hauptzutaten, desto besser die Bilanz des Produkts.

Fakt sei auch: Die Wahl der Convenience-Produkte hängt oft eng mit der Preisstrategie eines Unternehmens zusammen. „Gerade in Zeiten wirt-

schaftlichen Drucks gewinnt der Preis für viele Betriebe stark an Bedeutung – das merken wir immer wieder“, resümieren Feist und Rilli. Dennoch gibt es Unternehmen, die ganz bewusst auf höherwertige und damit meist auch teurere Produkte setzen. Diese Kunden legen oft Wert auf eine möglichst gute Ampelfarbe für ihre Produkte – idealerweise Grün, oder zumindest von Rot auf Gelb wechseln. Damit zeigt sich: Zwischen Kostendruck und Qualitätsanspruch gilt es, individuelle Prioritäten zu setzen und sorgfältig abzuwägen.

**Convenience versus frisch.** „Mitunter raten wir sogar dazu, von der Eigenproduktion auf Convenience-Produkte umzusteigen“, sagt Richi Rilli. Gerade in großen Betrieben mit mehreren Hundert oder Tausend Gästen sei der Personalaufwand beachtlich, wenn morgens stundenlang Schnitzel paniert und frittiert werden. Feist: „In solchen Fällen empfehlen wir manchmal, auf hochwertige Convenience-Schnitzel umzusteigen.“ Moderne Herstellungsverfahren liefern mittlerweile Produkte mit minimalen Qualitätseinbußen bei sicherer und konstanter Handhabung. Beispielsweise saugt ein Convenience-Schnitzel im Kombidämpfer nicht so viel Fett auf wie ein von Hand frittiertes.

Mit dem richtigen Einsatz des Convenience-Produktes können also wertvolle Küchenzeit und Personalkapazitäten freigesetzt werden, um sich auf andere, gesundheitsförderliche Gerichte zu konzentrieren – etwa auf ein frisch zubereitetes, nährstoffreiches Gemüsegericht, das oft zu kurz kommt. „Unser Ziel ist es, den Gesundheitswert und Frische der Angebote nachhaltig zu verbessern. Deshalb möchten wir Betriebe bestärken, ihre Ressourcen gezielt dort einzusetzen, wo sie echten Mehrwert schaffen – sei es in der Präsentation, Frische oder bei der Entwicklung attraktiver, grüner Gerichte“, appellieren die beiden. Nicht jedes Gericht müsse komplett selbst gemacht sein – gerade, wenn dies auf Kosten der Qualität und Vielfalt anderer Speisen geht. So gelingt es, mit Unterstützung hochwertiger Convenience-Produkte den Fokus auf kreative und ernährungsphysiologisch hochwertige Gerichte zu legen und gleichzeitig den Küchenalltag effizienter zu gestalten. CLAUDIA ZILZ