NACHRICHTEN • FAKTEN • MEINUNGEN

CATERING MANAGEMENT

ISSN 0948 —9479
Forum Zeitschriften- und Spezialmedien GmbH
86408 Mering, Postfach 1340
PVSt, DPAG, Entgelt bezahlt
B 10289

NR. 12/19
28. JAHRGANG
2. DEZEMBER 2019
DEUTSCHLAND € 6,90

WWW.CATERING.DE

Mirko Silz
System-gastronomie als Chance
SEITE 2

Digitalisierung
Gute Gründe für die digitale Kundenkarte.
Seite 4

Mondelez, Bremen
Wie Akzente im neuen Mitarbeiter-restaurant für Flair sorgen.
Seite 8

Milchprodukte
Vom Umgang der Hersteller mit den Forderungen nach Zuckerreduktion.
Seite 14

Fahrzeuge & Logistik
Zweckmäßig, flott und ökologisch. Catering-Fahrzeuge unter der Lupe.
Seite 20

KURZMELDUNGEN

NGG FORDERT ERHÖHUNG DER LÖHNE

Für die Tarifrunde 2020 hat der Hauptvorstand der Gewerkschaft Nahrung-Genuss-Gaststätten (NGG) eine tarifpolitische Empfehlung beschlossen, nach der die Löhne, Gehälter und Ausbildungsvergütungen im Ernährungsgewerbe sowie im Hotel- und Gaststättengewerbe um 5 bis 6,5 Prozent im Jahr 2020 steigen sollen, bei einer Laufzeit der Tarifverträge von zwölf Monaten.

B2B-MARKTPLATZ VON METRO GELAUNCHT

Zusammen mit Ciklum hat Metro einen neuen Online-Marktplatz für die HoReCa-Branche. Damit weitet Metro sein Non-Food-Angebot deutlich aus, denn zusätzlich zum hauseigenen Sortiment können auch Partner-Anbieter ihre Produkte auf dem Marktplatz verkaufen.

Mitmachen & gewinnen!

Gewinnen Sie ein AJAX-Messer!

Imposante Klinge und gewaltige Schärfe für echte Draufgänger – mit dem AJAX aus der Serie 1905 hat Friedr. Dick ein beeindruckendes Kochmesser geschaffen, das nicht nur Männerherzen höher schlagen lässt. Die Klingenform geht auf die historische Form eines Spalters zurück, ein bewährtes Werkzeug für Fleischer und Metzger. Die imposante 22 cm lange Klinge gleitet durch Fleisch wie durch Butter und macht auch vor kleinen Knochen keinen Halt. Ob Fleisch, Geflügel, Obst oder Gemüse – das AJAX ist ein absoluter Alleskönner. Die geschwungene Messerschneide ermöglicht den Wiegeschnitt, mit dem feines Tatar, aber auch Kräuter mühelos geschnitten werden können. Wir verlosen 3 x 1 Kochmesser. Teilnahme unter **www.catering.de**

Foto: Hamburg Messe und Congress/Katrin Neuhauser

OHNE DIGITALISIERUNG GEHT ES NICHT

Auch im Außer-Haus-Markt haben digitale Plattformen und Tools längst Einzug gehalten. Als internationale Leitmesse für den gesamten Außer-Haus-Markt präsentiert die Internorga im März 2020 alle aktuellen digitalen Trends für die Gastronomie und bietet Fachbesuchern eine Plattform zum direkten Austausch mit Anbietern innovativer Systemlösungen.

Doch so vielfältig wie die einzelnen Segmente sind auch die Anforderungen an die moderne Technik. „Neue Technologien stellen langjährig etablierte Prozesse und mitunter ganze Geschäftsmodelle in Frage und bieten gleichzeitig neue Zukunftschancen – das gilt auch für das Gastgewerbe“, erklärt Claudia Johannsen, Geschäftsbereichsleiterin der Hamburg Messe und Congress. „Unternehmer in Gastronomie, Hotellerie und Bäckereien stehen vor der Herausforderung, die Vorteile der Digitalisierung zu erkennen und für ihre Betriebe nachhaltig zu nutzen.“ Von Tischreservierungen über Bestellsysteme bis hin zu intelligenter Küchentechnik und smarter Personalmanagement-Software: Die Auswahl an unterstützenden Systemen ist vielfältig und hängt vom Bedarf des jeweiligen Betriebs ab.

Smarte Kassensysteme

Basis eines jeden gastronomischen Betriebes ist ein multifunktionales Kassensystem. Komplettlösungen bieten unterschiedliche Features für jeden Bedarf. Dabei werden neben dem klassischen Kassensystem auch Module für Marketing und Vertrieb abgedeckt. Die Verbindung unterschiedlicher Geschäftsbereiche wie Einkauf und Warenwirtschaft gehören genauso zum Standard wie die Unterstützung bei der Nutzung und Pflege individueller Datensätze und Analysen. Gastronomen, Hoteliers und Bäcker können so schneller auf veränderte Faktoren reagieren sowie neue Umsatzchancen erkennen und nutzen. Aktuelle Anforderungen decken die neuen Generationen der Kassensysteme gekonnt ab. Erforderlich sind Technologien, die Sofware und Softskills vereinen können, wie etwa Mobile Payment, die die Möglichkeit bieten, bargeld- und kontaktlos zu zahlen.

Digitalisierte Personalorganisation

Innovative Software-Lösungen helfen beim Aufsetzen, Einhalten und bei der Dokumentation von Strukturen und geregelten Vorgängen. Eine Investition in die Digitalisierung der Teilbereiche Dienstplanung, Urlaubsplanung, Auswertung, Lohnabrechnung und Zeiterfassung ermöglicht eine bessere Prognose und Planung zukünftiger Kapazitäten. Gleichzeitig gibt es den Mitarbeitern mehr Sicherheit und die Möglichkeit, sich zu jeder Zeit über spontane Änderungen, Besonderheiten oder Ausfälle zu informieren. Die Nutzung der digitalen Systeme wird in Zukunft für den Gastronomen und Bäcker ein entscheidender Faktor sein. „Wer seine Zielgruppe erreichen, konkurrenzfähig bleiben und aus seinem Unternehmen den maximalen Ertrag erwirtschaften möchte, der muss in digitale Software-Lösungen investieren. Dieser Invest zahlt sich durch eine wesentliche Arbeitserleichterung und die Optimierung signifikanter Faktoren wie Umsätze, Auslastung oder Personalaufwand langfristig aus“, betont Johannsen.

Sämtliche digitalen Neuerungen erleben Fachbesucher auf der Internorga in Hamburg vom 13. bis 17. März 2020.
www.internorga.com

Weitere Branchennews zum Thema Digitalisierung finden Sie ab Seite 4 in dieser Ausgabe.

EDITORIAL

Detlef Hinderer, Chefredakteur

Hirn in der Hosentasche

Wer Jugendliche belächelt, die mit der Nase am Smartphone über Bordsteinkanten stolpern, muss selber aufpassen. Ob das jetzt dumm oder klug ist, lässt sich nicht mehr so einfach sagen. „Es ändert sich gerade alles“, referierte der leonardi-Chef Thomas Kisters, auf unserer Best-Practice-Tour im November. Und er bekennt: „In der Gastronomie kämpfen wir alle mit dem Thema Personal.“ Nun ist der Nachwuchs digital-affin und ältere Kandidaten sind nicht immer auf dem neuesten Stand. Berufserfahrung ist rar und damit teuer. Thomas Kisters zieht daraus seine Schlüsse und bildet Produktionsprozesse digital ab, sammelt Daten von Lieferanten und Kunden, führt alles zusammen. „Mein System schlägt dem Küchenchef ein Menü vor, das die günstigste Kombination aus Einkauf, Kundenwünschen und dem Wetter darstellt“, berichtet er. Derart verdichtetes Wissen lässt sich auf dem Smartphone abrufen und in der Hosentasche mitführen. Ist das unsere Zukunft?

Mit den besten Grüßen

P.S. Wer Thomas Kisters Kurzreferat versäumt hat oder die Langversion seines aufrüttelnden Beitrags miterleben möchte, reserviert sich hier seinen Platz: www.catering.de/digi2020

Beste Küche in D/A/CH

Die Tertianum-Residenz Konstanz hat den Premium-Residenzen-Award in der Kategorie Küche gewonnen. Das Küchenteam unter Leitung von Chefkoch Van Hung Nguyen ist damit das Beste innerhalb des Premium-Residenzen-Verbunds mit Mitgliedern in Deutschland, Österreich und der Schweiz. Im Tertianum Konstanz leben rund 100 Bewohner ein eigenständiges und selbstbestimmtes Leben in ihrer eigenen Wohnung. Es ist ein Angebot in der Kategorie Betreutes Wohnen. „Die Küche ist das Herzstück unserer Residenz. Jeden Tag verbindet unser Können die Residenzbewohner und trägt zum Wohlbefinden jedes Einzelnen bei“, so Direktorin Barbara Dietzler.

Foto: Claudia Haase

IN DIESER AUSGABE

Seite 2 – 6
Branche Intern

Seite 10
Alles, was Recht ist

Seite 11
Seminare und Veranstaltungen

Seite 13 – 17
Food Professional

Seite 19 – 21
Fahrzeuge & Logistik

Seite 22
Gruß aus der Küche

Seite 23
Branchenführer/Impressum

INTERVIEW MIT MIRKO SILZ, L'OSTERIA

„Systemgastronomie ist die Branche der Chancen“

Aktuell hat L'Osteria deutschlandweit 117 Lokale. Bis 2021 will das Unternehmen auf insgesamt über 180 Standorte wachsen. CEO Mirko Silz verrät im Interview mit CATERING MANAGEMENT, wie das Unternehmen, das sich selbst als „La Famiglia“ sieht, den Erfolg meistert.

Seit 2016 ist Mirko Silz als CEO an Board von L'Osteria mit Head Offices in Nürnberg und München. Das besondere Anliegen des 47-Jährigen besteht darin, die starke, wertebasierte Unternehmenskultur weiterzuführen sowie die operativen Prozesse und die Mitarbeiterführung stetig zu optimieren.

Herr Silz, gibt es nach 20 Jahren L'Osteria noch einen echten Konkurrenten für das Unternehmen?

Zugegeben, der Markt der Systemgastronomie ist hart umkämpft, es gibt derzeit so viele Start-ups wie die letzten zehn Jahre nicht und sowohl der Retail-Einzelhandel als auch die Bäckereien haben ihre Konzepte inzwischen auf ein vielfältiges gastronomisches Angebot umgestellt. Uns geht es aber gut und wir sehen im Grunde niemand Einzelnen als bedrohliche Konkurrenz. Für uns ist die Gastronomie als Gesamtmarkt ein Wettbewerber und in ihr natürlich die einschlägigen italienischen Restaurants, die es nach wie vor in einer großen Vielzahl in Deutschland gibt. Gäste wünschen sich aber eine Vielfältigkeit an gastronomischen Konzepten und meiner Ansicht nach hält uns genau dieser Wettbewerb auf Trab und schärft unsere Sinne.

Was macht L'Osteria anders als andere Player der Systemgastronomie und erfolgreich?

Wir konzentrieren uns vor allem auf das Wesentliche. Das sind zum einen unsere Produkte selbst, also Pizza, Pasta, Salate und Dolci. Im Gegensatz zu anderen fahren wir kein Mehrmarkenkonzept, noch wechseln wir ständig unser Produktportfolio – Gäste wünschen sich schlichtweg Konstanten, auf die sie sich verlassen können. Zusätzlich zu den Gästen sind Mitarbeiter das wichtigste Standbein unserer Branche. Daher bauen wir auf unsere eigene Unternehmenskultur und das People Management. Sowohl bei der Auswahl unserer Franchisepartner als auch Mitarbeiter achten wir also drauf, dass diejenigen auch zu uns passen. Unser Leitbild lautet ‚Wir alle sind La Famiglia – Vorsprung durch Zusammenhalt‘, und daher setzen wir auf eine wertebasierende Unternehmenskultur, die genauso unsere Lieferanten, Eigner, Systempartner betrifft.

> „Eine wertebasierende Unternehmenskultur hält uns zusammen.“

Wie schafft L'Osteria es, neue Mitarbeiter vom Konzept zu überzeugen?

Bei vielen heißt es Employer Branding, bei uns hingegen Employee Branding – wir versuchen weniger über uns selbst zu reden. Stattdessen lassen wir unsere Mitarbeiter über uns sprechen. Ein Beispiel: Auf Azubimessen gehen wir zusammen mit unseren Auszubildenden, bei Recruitment Days lassen

Autonome Herstellung

Italienische zählen neben lokalen Speisen weltweit zur beliebtesten Küche. L'Osteria verfügt über eine eigene Pastamanufaktur. Hier werden verschiedene eigene Pastakreationen mit und ohne Füllungen vorangetrieben. Diese werden vorab auf den wechselnden Monatskarten angeboten – verkaufen sie sich besonders gut, können sie auch den Weg auf die feste Speisekarte finden. Die eigene Produktentwicklung versucht zudem, neue Trends der Branche aufzugreifen und hat beispielsweise für das zweite Quartal 2020 bereits ein komplett gerelaunchtes Salatangebot in den L'Osteria-Lokalen vorgesehen. Künftig möchte das Unternehmen aber vor allem verstärkt auf die Einbindung seiner Gäste setzen: ‚Wir planen, das bestehende Pizzaangebot unter dem Motto ‚Pizza made for you‘ noch mehr zu individualisieren sowie die Gäste in Bezug auf neue Speisenkreationen auch über die sozialen Netzwerke zu neuen Ideen aufzurufen.“

Krefft nun auch bei Stierlen

Stierlen vertreibt jetzt das komplette Krefft-Küchenmaschinen-Sortiment, auch weiterhin ausschließlich über den Fachhandel. Dazu gehören nicht nur sämtliche Krefft-Markengeräte, sondern auch alle Vorsteckteile und das gesamte Zubehör. Auch im Fall von Reparaturen oder für Ersatzteilbestellungen können sich die Kunden an den Systemspezialisten für Großküchen aus Rastatt wenden. Mit der neuen Küchenmaschinen-Division erweitert und ergänzt der Rastatter Systemspezialist für Großküchen seine Range an hochwertigen Markengeräten, zu denen Speisenverteilsysteme, Spül- und Gartechnik zählen.

Plätzchen für Flüchtlingskinder

Gauls Catering backt auch dieses Jahr wieder Plätzchen mit Flüchtlingskindern, die mit ihren Familien in einer Mainzer Einrichtung wohnen. Am Samstag, den 15. Dezember, werden 15 kleine Bäckerinnen und Bäcker erwartet. In der großen Küche dürfen sie dann nach Herzenslust Weihnachtsplätzchen nach deutschen Familienrezepten zubereiten und backen. Neben dem Spaß am gemeinsamen Tun sollen ganz bewusst auch ein Stück deutsche Tradition vermittelt und ein Beitrag zur Integration geleistet werden. Infos im Internet unter www.gauls-catering.de

Foto: Gauls

Werden Sie Food-Tester!

FOODTEST presented by CATERING

Nach dem großen Erfolg der letzten Foodtests sucht CATERING MANAGEMENT unter seinen Lesern erneut 25 Profis, die ihre Meinung zu innovativen Produkten abgeben. Diesmal geht es um die leckeren Produktideen von Vegeta.

Ganz nach dem Motto „lecker, knusprig und kross“ präsentiert Vegeta, der Spezialist für vegetarische TK-Convenience, einen Crunchy-Veggie-Patty aus 34 % Gemüse, fein abgerundet mit Weißkäse und Sonnenblumenkernen. Schnell wird der zubereitete Patty zum Hit als Tellermitte oder im Burger-Bun als Snack to go.

Die veganen Grünkohl-Hanf-Bällchen aus Hanfnüssen, Pastinaken und Zwiebeln werden wie alle TK-Produkte des Herstellers ohne laktose- und glutenhaltige, ohne künstliche Farb- und Konservierungsstoffe und ohne Hefeextrakt hergestellt. Der vorfrittierte Rote-Bete-Puffer ist vielseitig einsetzbar für kreative Menü-Ideen, beispielsweise kombiniert mit einem mit Meerrettich abgeschmeckten Kartoffelpüree mit veganer Petersiliensauce. Der vegane Kürbis-Chiasamen-Burger wurde verfeinert mit Kichererbsen, Pastinaken, Spinat und Erbsen – eine ideale Basis für vegetarische Burger-Ideen.

Wer wissen will, wie die Burger, Bällchen und Puffer schmecken, sollte sich bis zum 14. Januar 2020 für den Foodtest auf www.catering.de bewerben.

Mitarbeiter sind das wichtigste Standbein der Gastronomie. Daher baut L'Osteria auf die eigene Unternehmenskultur und das People Management.

Fotos: L'Osteria

wir Mitarbeiter unser La Famiglia sprechen – denn was gibt es Besseres als Nachwuchskräfte oder Kollegen, die andere mit ihren Erfahrungen begeistern? So haben wir es inzwischen geschafft, über unser Programm „Mitarbeiter werben Mitarbeiter" die meisten neuen Kollegen und Kolleginnen zu generieren.

Über Nachwuchssorgen können Sie sich also nicht beschweren?

Nein, absolut nicht. Wir legen aber auch bewusst Wert auf die Qualität der Ausbildung. Manche Unternehmen rühmen sich damit, eine große Zahl an Auszubildenden vorweisen zu können. Aber was nutzt es denn, wenn ich 100 Azubis einstelle, mich aber nur halb so intensiv mit ihnen auseinandersetzen kann? Hier leidet definitiv die Qualität der Ausbildung.

Erst vor zwei Jahren haben wir unser Ausbildungskonzept daher neu aufgestellt. Mittlerweile kümmern sich zwei Mitarbeiter in ihrer Position im People Relations – bewusst nicht Personalmanagement – ausschließlich um die Belange unserer derzeitigen Azubis. L'Osteria sieht seine Auszubildenden als Nachwuchskräfte und damit als normales Managementmitglied, in das investiert werden muss, um als Arbeitgeber attraktiv sein.

Wie genau kann man sich das vorstellen?

Wir möchten ihnen den Stellenwert geben, den sie verdienen. Jeder Azubi bekommt beispielsweise ein iPad zur Kommunikation mit anderen Nachwuchskräften gestellt.

Außerdem werden sie innerhalb ihrer Lehrzeit immer wieder in unsere Zentrale nach München eingeladen – angefangen vom Welcome Day über Trainings bis hin zu Besuchen direkt bei unseren Lieferanten. Klassisches Hierarchie-Gehabe kennen wir in dem Sinne bei uns im Unternehmen nicht. Stattdessen sind wir nah dran an unseren Azubis. Jüngstes Beispiel war unsere Unterstützung beim Teamcup der Systemgastronomie, bei dem wir den Bund der Systemgastronomie im März 2019 unterstützt haben. Am Abend nach dem Wettkampf gab es eine Azubiparty in Hamburg, auf der wir auch direkt vor Ort präsent waren – vom Azubibetreuer über den Franchisepartner bis hin zum Topmanager. Aber nicht in Anzug und Krawatte, sondern so, wie wir uns auch als Marke geben: locker, jung und lässig.

Inwiefern ist die Systemgastronomie attraktiver für den Nachwuchs als die klassische Gastronomie?

> „Die Gastronomie ist als Gesamtmarkt unser Wettbewerber, der uns auf Trab hält und unsere Sinne schärft."

Viele große Marken in der Systemgastronomie heben sich dadurch ab, dass sie über ausbildungsinterne Akademien und Ausbildungssysteme verfügen, mit denen sie junge Menschen abholen – und das vor allem sehr zügig. Sie bieten ihnen berufliche Perspektiven und Aufstiegsmöglichkeiten, die anderswo wesentlich mehr Zeit in Anspruch nehmen. Es klingt zwar abgedroschen, wenn man sagt ‚Vom Tellerwäscher zum Millionär', aber ich könnte ihnen mindestens zwei Hände voll Personen nennen, die vor über 20 Jahren selbst an den einzelnen Stationen angefangen haben und heute ihren eigenen Standort führen.

Außerdem bemühen sich immer mehr Systemgastronomien, geregelte Arbeitszeiten im Rahmen der Gegebenheiten zu ermöglichen. Auch wenn die Systemgastronomie eine Siebentagewoche-Veranstaltung ist, ist das erklärte Ziel, eine langfristige Personalplanung mit monatlichen Dienstplänen, freien Wochenenden und regelmäßig zusammenhängenden freien Tagen. Wir brauchen schließlich Mitarbeiter, die den Gast lieben und müssen daher schlichtweg People Business betreiben, also auch Rücksicht auf persönliche Wünsche und Interessen unserer La Famiglia nehmen.

Lebensmittelskandale sind in aller Munde. Wie stehen Sie zum öffentlichen Hygiene-Pranger im Internet?

Ich kann den Verbraucher verstehen, wenn er Transparenz wünscht. Für mich ist das aber eine bürokratische Angelegenheit, die meiner Ansicht nach ohne jeglichen Nutzen ins Leere führt. Die Ergebnisse, die im Netz veröffentlicht werden, sind teilweise uralt und geben daher nicht die angemessene Orientierung, die sich der Gast wünscht. Zudem sind Mängel, die aufgeführt werden, oftmals längst abgestellt und das Wording in vielen Fällen absolut unklar. Wenn es sich tatsächlich um mangelnde Lebensmittelhygiene handelt, wäre das sicherlich bedenklich – meistens werden aber Dinge wie beispielsweise eine gebrochen Fliese in der Küche aufgeführt. Ist das Transparenz, die dem Verbraucher wirklich etwas bringt oder stiftet das nicht eher mehr Verwirrung? Ich kann persönlich nicht verstehen, warum man in Deutschland immer nur Jagd auf Skandale und negative Dinge in der Gastronomie macht – warum veröffentlicht man nicht mal Statements wie „Liebe Leute, geht doch mal dahin, da werden Spitzenwerte erreicht".

> „Statt Employer Branding betreiben wir Employee Branding. Statt wir selbst reden unsere Mitarbeiter über uns."

Das Interview führte Karoline Giokas.

Kassenaufrüstung: Neun Monate mehr Zeit

Foto: ldprod/stock.adobe.com

Die Finanzverwaltung hat bekanntgegeben, dass sie es nicht beanstanden wird, wenn die elektronischen Aufzeichnungssysteme längstens bis zum 30. September 2020 nicht über die geforderte zertifizierte Sicherheitseinrichtung verfügen. Damit können Unternehmer aufatmen, die bisher davon ausgegangen waren, dass sie ihre Kasse bis zum 1. Januar 2020 aufgerüstet haben müssen. Betroffen von der Frist sind Gastronomen, die eine elektronische Registrierkasse bzw. eine PC-Kasse besitzen. Das BMF-Schreiben besagt jedoch, dass die technisch notwendigen Anpassungen und Aufrüstungen umgehend durchzuführen und die rechtlichen Voraussetzungen unverzüglich zu erfüllen sind – wenn die technische Aufrüstungsmöglichkeit vorhanden ist, muss die Kasse auch früher aufgerüstet werden.

Mehr Infos unter www.catering.de

Personalien

Michael Behn ist der neue Teamleiter Marketing/Produktmanagement bei Palux. Seine Aufgaben beim Großküchenhersteller aus Bad Mergentheim: die Produktpalette weiterzuentwickeln, gezielt und immer nah an den Bedürfnissen des Marktes.
Foto: Palux

Andreas Essing, Vertriebsleiter und Prokurist bei der Herrlich & Ramuschkat GmbH, wechselt Anfang Januar 2020 zum CompetenceGroup-Partner contidata Datensysteme GmbH. Essing wird zukünftig gemeinsam mit Axel Hänel den Vertrieb in Norddeutschland verantworten.
Foto: Herrlich & Ramuschkat

Jetzt anmelden: CM Datenbank Fachplaner

Sie planen ein neues Betriebsrestaurant oder eine neue Mensa, renovieren die Küche Ihres Altenheims oder Krankenhauses?

Dann sind Sie bei der Online-Datenbank von CATERING MANAGEMENT genau richtig! Auf catering.de stellen sich verschiedene Planungsbüros aus dem gesamten Bundesgebiet vor. Für die Suche nach dem passenden Partner haben Sie mehrere Möglichkeiten: Starten Sie Ihre Suche nach Postleitzahlengebiet oder Tätigkeitsschwerpunkt und finden Sie Ihren Fullservice-Dienstleister, der Ihnen passgenaue Lösungen überall dort bietet, wo außer Haus eine hochwertige Speisenversorgung gewünscht ist.

Der neue Service von CATERING MANAGEMENT ist für Nutzer der Datenbank kostenfrei. Für Küchenfachplaner, die sich eintragen lassen wollen, wird eine einmalige Aufwandspauschale erhoben.

www.catering.de/datenbank-kuechenfachplaner

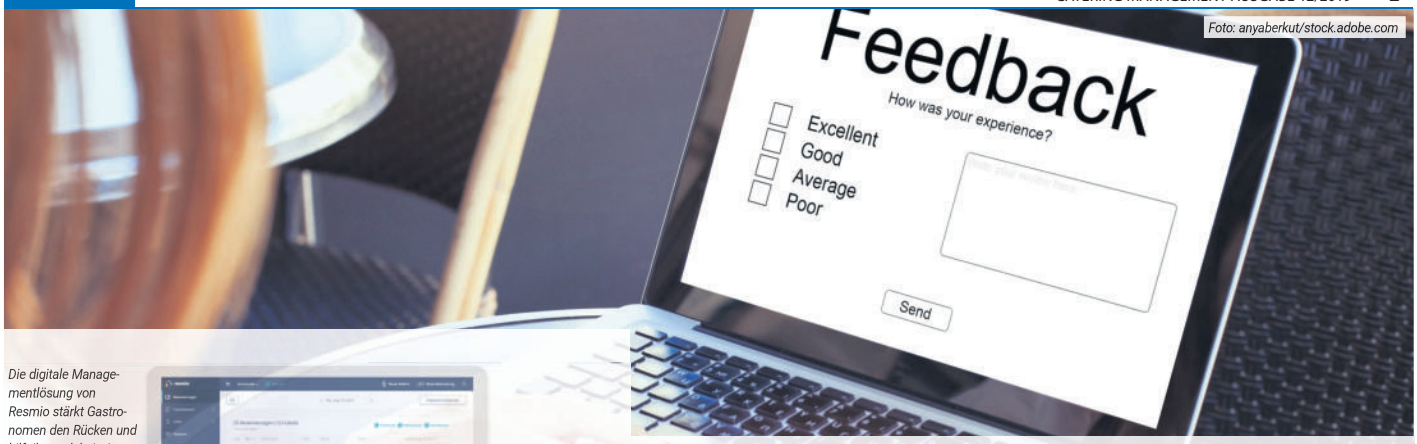

Foto: anyaberkut/stock.adobe.com

Die digitale Managementlösung von Resmio stärkt Gastronomen den Rücken und hilft ihnen dabei, ein erfolgreiches und einzigartiges Restaurant zu führen.

AKTIVES BEWERTUNGSMANAGEMENT

Das „Hat's geschmeckt?" von heute!

Ob herausragendes Lob oder niederschmetternde Kritik – Gäste sind für Restaurants die besten und dazu kostenlosen Unternehmensberater. Christian Bauer von Resmio zeigt, wie Gastronomen aktives, professionelles Bewertungsmanagement in ihren Arbeitsalltag integrieren können.

Vom vornehmen „War alles zu ihrer vollsten Zufriedenheit?" bis zum aufrichtigen „Hat's euch geschmeckt?" – nach dem Besuch eines jeden Gasts im Restaurant liegt es am Personal, sich nach dessen Meinung zu erkundigen. Ganz gleich, wie nun die Antwort auf die Frage ausfallen mag, das Feedback bleibt bedeutend. Ob herausragendes Lob oder niederschmetternde Kritik – Gäste bleiben die besten, dazu kostenlosen Unternehmensberater, die ein Gastronom haben kann. Noch vor 15 Jahren wäre das auch schon der Großteil des Bewertungsmanagements gewesen. Die Digitalisierung hat diesen Prozess allerdings etwas komplexer gemacht. Social Media und unzählige Bewertungsplattformen haben das Feedback der Gäste ins Internet ausgelagert. Die Meinungen, die hier oft viel extremer formuliert sind, können zudem von allen potenziellen Neukunden gelesen werden. Nicht nur aus diesem Grund ist es für Gastronomen unerlässlich, aktives Bewertungsmanagement als feste Aufgabe in ihren Arbeitsalltag zu integrieren. Was gibt es dabei zu beachten und wie können Gastronomen noch mehr Bewertungen generieren?

Überblick und Registrierung

Die Branche der Bewertungsplattformen boomt. Allein Tripadvisor zählt in Deutschland monatlich über 23 Millionen Besucher, Yelp knapp 6 Millionen. Bei auf Gastronomie spezialisierten Anbietern wie Speisekarte.de, Restaurant-Ranglisten oder Deutschland-Gourmet suchen auch nochmal fast 3 Millionen potenzielle Gäste. Dazu kommt Google, sowohl als Suchmaschine als auch mit Google Maps wohl eine der ersten Anlauflaufstellen bei der Restaurantsuche. Das Anlegen eines Unternehmensprofils bei den zwei Größten, Google und Tripadvisor, sowie bei Facebook ist daher ein absolutes Muss. Sind entsprechende Bilder der Lokalität vorhanden, müssen Gastronomen hier jeweils nicht länger als eine Stunde Zeitaufwand einplanen. Ist mehr Zeit vorhanden, empfiehlt sich die Registrierung bei kleineren Anbietern aber auch sehr. Suchen Personen auf ihrer Lieblingsplattform nach einem Restaurant und finden es nicht, sind sie sehr wahrscheinlich nicht im eigenen Laden zu begrüßen. Zudem gilt: Je mehr Plattformen ein Restaurant listen, desto besser wird es bei Google gerankt, umso schneller finden Gäste die Webseite des Betriebs und letztendlich den Weg dorthin. Das gerade lokal relevante SEO profitiert auch von der Anzahl der vorhandenen Bewertungen. Doch dazu mehr im letzten Absatz. Denn auch unter wenigen Bewertungen kann sich massive Kritik verstecken. Wie müssen Gastronomen reagieren?

Interaktion und Community

Dass Meinungen und vor allem die kritischen lieber im Internet geschrieben, als den Betreibenden vor Ort gesagt werden, stellt Gastronomen vor eine Herausforderung. Mit freundlichem Service, frischer Küche und angemessenen Preisen beugt man schlechten Bewertungen natürlich vor. Doch in jedem Restaurant können Malheure passieren oder Gäste zu Unrecht Stunk machen. Durchatmen! Die Kommentar-Funktion ermöglicht es Gastronomen bei allen genannten Plattformen, Stellung zu beziehen. Folgende Fragen müssen vor der Formulierung einer Antwort geklärt sein. Ist die Kritik berechtigt? Kam sie unter Umständen gar häufiger vor? Und am wichtigsten: Welche Lösung kann ich bieten? Eine Einladung auf einen Kaffee kann hier schon Wunder wirken. Vor dem Abschicken der Reaktion dann Folgendes checken: Ist meine Antwort professionell und freundlich? Sind Entschuldigung und Lösungsangebot aufrichtig und angemessen? Stößt die Kritik auch noch so sauer auf, Gastronomen sollten die bittere Pille schlucken. Eine unschöne Diskussion, vor allem auf Community-starken Plattformen wie Facebook oder Instagram, führt nicht zum Ziel. Bei destruktiver oder irrationaler Kritik besteht als letzte Option auch immer noch das Löschen des Kommentars. Ebenso sollten Verantwortliche aber auch auf positive Kommentare reagieren. Ein personalisiertes „Danke!" schafft Bindung zum Kunden, macht alle Parteien glücklich und vermittelt Neukunden einen sympathischen Eindruck. Für die Moderation der Bewertungen und das Community Management der Social-Media-Profile sollten je nach Aufkommen circa 20 Minuten täglich eingeplant werden.

Mehr Bewertungen bringen mehr Gäste

Ist das kleine Einmaleins des Bewertungsmanagements gelernt, wächst bei Inhabern und Geschäftsführern schnell das Verlangen nach mehr Bewertungen. Aktuelle Bewertungen zeigen Suchenden nicht nur, dass das Restaurant gut besucht ist, je nach Standort wird die Lokalität auch präsenter bei Google oder anderen Suchmaschinen gezeigt.

Es gilt: Mehr Bewertungen bringen mehr Gäste ins Haus. Neben der automatisch verschickten Mail zur Bewertungserinnerung 24 Stunden nach Restaurantbesuch gibt es aber noch charmantere Wege, die sogar noch besser zum Ziel führen können. So ist eine gedruckte Postkarte mit QR-Code zur jeweiligen Bewertungsplattform zwar hoch im Aufwand, der Moment, wenn der Gast im Briefkasten einen Gruß des Kellners vom letzten Samstagabend findet, aber unheimlich effektiv. Zur traditionellen Verabschiedung der Gäste kann das Personal zudem eine konkrete Handlungsaufforderung geben: „Wir würden uns außerdem sehr über eine Bewertung bei Tripadvisor freuen!" Verpackt der Tischkellner diese kleine Bitte ehrlich und geschickt, kommen gerade zufriedene Gäste nur schwer darum herum. Gab es im Laufe des Aufenthalts zahlreiche Beanstandungen seitens der Besucher, ist die Bitte natürlich hinfällig. Zu guter Letzt sollten die Gastronomen bei allen Plattformen, Kommentaren und SEO-Mechanismen aber nie vergessen, dass es auch 2019 um das „Hat's geschmeckt?" geht.

Bei allen Maßnahmen, um mehr Bewertungen zu bekommen, müssen Gäste immer das Gefühl haben, dass es wirklich um deren Meinung und Feedback geht. Ein präsent platziertes, analoges Gästebuch an der Bar kann auch ein schöner Platz für Lob an Restaurant und Team sein. Sieht man einen glücklichen Gast beim Formulieren einer Nachricht, kann ein kleiner Hinweis genügen: „Es wäre schön, wenn sie das auch digital machen könnten."

Über den Autor

Christian Bauer, CEO von Resmio, ist Experte für Digitalisierung in der Gastronomie
Der Mehrfach-Gründer startete seine Karriere in frühen Jahren als Hotelfachmann. Mit 30-jähriger Gastronomieerfahrung kreierte er aus dem als Reservierungstool gestarteten Unternehmen eine internationale Managementlösung für Restaurantbesitzer, die die Digitalisierung im eigenen Betrieb vorantreiben möchten. Wie diese zum entscheidenden Booster in jedem Business wird, lernte der 37-Jährige in beratender und leitender Funktion bei Branchengrößen wie der hotel.de AG, Teradata oder als Co-Founder vom Social Network myinstrument. Heute übersetzt er mit Resmio dieselbe Serviceorientiertheit, die er einst als HoFa-Azubi lernte, in verständliche SaaS-Modelle für Gastronomiebetreibende aller Art.

winterhalter®

www.winterhalter.de/mtr

MTR | UND ALLES LÄUFT.
Die maßgeschneiderte Korbtransportspülmaschine

Hohes Spülgutaufkommen mit unterschiedlichsten Spülgütern. Ohne feste Spülzeiten. Unregelmäßig verteilt über den ganzen Tag. Die leistungsstarke MTR erfüllt die hohen Anforderungen von Hotels und Restaurants, kleineren Kantinen und Pflegeeinrichtungen. Sie ist ausgelegt für höchste Spülleistung und individuell konfigurierbar, einfach zu bedienen und sparsam im Verbrauch. Auf Ihre MTR können Sie sich immer 100%ig verlassen. Keine Experimente.

FESTTAGSKÜCHE

Buffets für starke Umsätze

Gäste lieben die reichhaltige Vielfalt der angebotenen Speisen, Caterer haben die Möglichkeit zahlreiche Gäste gleichzeitig zu bewirten – Buffetkonzepte, bei denen die Selbstbedienung der Gäste im Vordergrund steht, sind vor allem zu den Festtagen beliebt. Tell Roth, Geschäftsführer von Roth Catering, verrät seine Erfolgsgeheimnisse.

(Von Karoline Giokas)

Foto: DragonImages/stock.adobe.com

Vor mehr als 30 Jahren aus einem einfachen Metzgereibetrieb hervorgegangen, hat sich das Familienunternehmen Roth Catering & Events aus dem niedersächsischen Isenbüttel längst zum Rundum-Dienstleister für Tagungen und Events entwickelt. Bekannt ist Roth nicht nur für seine abwechslungsreichen originellen Speisenangebote – der Service des Caterers umfasst inzwischen auch alle anderen Aspekte, die zur Planung einer Veranstaltung gehören zum Beispiel Technik, Equipment, Musik und Dekoration. Ein weiteres Plus ist die hauseigene Floristik, die für besondere Hingucker sorgt.

Herr Roth, für welche Anlässe eignet sich eine Speisenpräsentation in Buffetform am meisten?

Möchte man seinen Gästen eine größere Auswahl an Gerichten zur Wahl stellen, ist das Buffet die ideale Art der Darbietung schlechthin. Es ist aber immer eine Frage des verfügbaren Platzes in der jeweiligen Location, denn ein Buffet erfordert entsprechend Bewegungsfreiraum – welcher Gast möchte schon eng an eng mit anderen stehen, während er sich für ein Essen entscheidet.

Welche Herausforderungen ergeben sich für einen Caterer, wenn er ein wirksames Buffet gestalten möchte?

Gäste mögen es überhaupt nicht, wenn sie an einem Buffet Schlange stehen müssen. Als Caterer sollte man daher variable Konzepte in petto haben – je nach verfügbarer Locationgröße muss also entschieden werden, ob man mehrere Speisenstationen, eine Insellösung oder ein Buffet einsetzt, das von zwei Seiten zugänglich ist. Ist der Platz nicht da, muss man eben ein Menü schicken.

Welche Speisen und Getränke sind zu den Festtagen gefragt?

Klassische Gerichte zum Beispiel mit Geflügel kommen nach wie vor auf dem Weihnachtsbuffet toll an – umso mehr, wenn man sie neu interpretiert. Auf unserer Karte stehen beispielsweise Pulled Pork oder Pulled Chicken Burger im Brioche Bun mit rauchiger Sauce, knackigem Eisbergsalat, Tomate und geschmolzenem Cheddar-Käse, winterlich gewürzter Zupflachs vom Grill mit Gurke in Dillschmand und Baguette oder gebratene Champignons mit frischen Kräutern und Aioli aus der Gusspfanne. Was auf keinen Fall fehlen darf sind süße Schlemmereien wie Schmalzkuchen mit Puderzucker und Vanillerahmsauce oder Zwetschgenröster. Bei den Getränken halten wir nicht nur klassischen Glühwein parat, sondern bieten auch mal Abwechslung mit Weihnachtscocktails oder einer Ginbar – aber alles mit winterlich angehauchten Zutaten.

Welche Anforderungen müssen die dargebotenen Speisen erfüllen?

Heutzutage kann man als Caterer vor allem mit saisonal eingesetzten Zutaten punkten. Grundsätzlich ist aber in der Speisengestaltung inzwischen nichts mehr unmöglich. Wichtig ist lediglich, dass der Kunde die Leidenschaft in den präsentierten Gerichten erkennt. Sie müssen nicht nur gut schmecken, sondern auch optisch neugierig und Lust darauf machen, hineinzubeißen. Oftmals hilft es hierbei, beispielsweise das Buffet der Umgebung anzupassen, sprich Deko und Utensilien mit einzubauen, die das Thema des Buffets unterstreichen. Erst kürzlich haben wir zum Beispiel einen Gabelstapler mit einer Palette versehen, eine große, mit Eis gefüllte Acrylwanne draufgestellt, um das Ganze dann als Kühlung für viele kleine Konferenzflaschen mit Wasser zu verwenden. Das war spontan und simpel, kam aber super bei den Gästen an!

Was darf auf keinen Fall auf einem Festtagsbuffet fehlen?

Man sollte sich als Caterer auf keinen Fall im Thema vertun – beispielsweise hat ein Oktoberfestbuffet bei einem Catering für die Weihnachtsfeier von Firmen nichts zu suchen, es sei denn, der Kunde wünscht dies explizit. Egal, welche Speisen angeboten werden, sollten diese in irgendeiner Form weihnachtlichen Charakter aufweisen. Man kann auch ein klassisches Panna cotta reichen, dann aber bitte neu interpretiert als Glühweinvariante!

Ein absolut unverzichtbares Detail sind aber immer Lebensmittelkennzeichnungen. Gäste wünschen sich heute mehr Transparenz denn je, schließlich leiden immer mehr von ihnen unter einer Unverträglichkeit wie Lactose- oder Glutenintoleranz.

Wie viel sollte auf einem Weihnachtsbuffet angeboten werden?

Grundsätzlich sollte man eine Variation von vier bis fünf Vorspeisen, zwei warme Hauptgerichte sowie ein zusätzliches veganes und vegetarisches Gericht anbieten. Bei den Desserts empfehle ich nicht mehr als zwei Varianten aufzutischen – alles, was mehr ist, leidet meiner Meinung nach unter der Qualität. Außerdem verlieren die Gäste dann häufig den Überblick und glauben womöglich etwas verpasst zu haben.

Welche Rolle spielt die Reihenfolge der Speisenplatzierung?

Klassischerweise sollte die Anführung nach Vorspeise, Hauptgang und Dessert geordnet sein. Wichtig sind dabei klare Trennungen von warmen und kalten Speisen. Außerdem gilt die Regel: Ab 50 bis 100 Personen sollte man ein Buffet von beiden Seiten begehbar machen. Bei noch größerer Gästezahl würde ich sogar mehrere Buffet-Stationen aufbauen.

Welche Aufgaben kommen bei einem Weihnachtsbuffet dem Service zu ?

Tell Roth, Geschäftsführer von Roth Catering.

Nicht überall selbstverständlich, aber bei uns beherrschen die Servicekräfte vor allem die Basics: Sie servieren den Kaffee, wenn er warm ist und kalte Getränke, solange sie kalt sind. An einem Buffet wird den Angestellten ein besonderes Feingefühl mit einem gewissen Rundumblick abverlangt – sie sollten selbst sehen, wenn ein Teller abgeräumt werden sollte, ohne dabei aber aufdringlich zu sein. Oberstes Gebot ist: Gäste dürfen sich nicht gestört fühlen. Diese Fertigkeiten gilt es regelmäßig unter den Mitarbeitern zu schulen. Meiner Meinung nach sollte niemand im Service arbeiten, der nicht eine gewisse Leidenschaft dafür mitbringt. Bei einem Buffet gilt es den Gästen als Dienstleister behilflich zu sein, ihnen beim Anrichten zur Hand zu gehen und gegebenenfalls auch bezüglich der Speisen zu beraten.

Indoor-Weihnachtsmarkt

Direkt am Hauptsitz von Roth Catering, dem Roth Feierwerk in Isenbüttel, können Kunden dieses Jahr erstmals Feiern im Weihnachtsmarkt-Ambiente buchen. Die 600 m² große Eventhalle ist mit Holzhackschnitzel ausgelegt, echten Tannenbäumen und kleinen Marktständen ausgestattet. Weihnachtlich duftende Gaumenfreuden werden an verschiedenen Live-Cooking-Ständen gereicht, ohne, dass Gäste nass werden oder frieren. Nach dem Schlemmen darf in dem winterlichen Ambiente zu stimmungsvoller Musik vom DJ ausgelassen getanzt und gefeiert werden. Infos unter www.roth-catering.de

Foto: sonyachny/stock.adobe.com

ADVERTORIAL

Quorn

Zum Verwechseln ähnlich

Immer mehr Menschen bringen eine bewusste Ernährung mit einem reduzierten Fleischkonsum in Verbindung. Fleischfreie Alternativen, die geschmacklich und optisch den bekannten Vorbildern ähneln, sind sehr gefragt. Mit den Quorn™ Produkten bietet BestCon Food für beliebte klassische Gerichte und Snack-Spezialitäten eine nachhaltige Alternative, die sich ebenso als Bestandteil eines Buffets kreativ in Szene setzen lassen.

Quorn™ Bällchen neu im Sortiment

Die vegetarischen kleinen Quorn™ Bällchen aus Mycoprotein beispielsweise wirken optisch wie herkömmliche Hackbällchen. Auch in Geschmack und Textur sind sie ihrem Vorbild sehr ähnlich. Sie sind herzhaft gewürzt und haben einen saftigen Biss. Schnell in der Pfanne oder im Konvektomaten aufbereitet, bereichern sie durch ihre vielfältigen Einsatzmöglichkeiten das vegetarische Angebot. Die Bällchen eignen sich als fleischfreie Komponente im Tellergericht, Fingerfood oder Snack im Take-away-Bereich. Bei einem klassischen Buffet als fleischfreie Wahlzutat oder als Hauptbestandteil eines vegetarischen Weihnachtsbuffets – die kleinen Bällchen überzeugen sowohl leicht angebraten als auch in einer herzhaften Sauce den Tischgast. Die Quorn™ Bällchen enthalten keine kennzeichnungspflichtigen Zusatzstoffe. Tiefgekühlt haben sie ein Stückgewicht von ca. 17 g. Die Verpackungseinheit beträgt 3 kg, aufgeteilt in 3 Beutel à 1 kg.

Fleischfreie Wahlmöglichkeit

Das vegetarische Quorn™ Sortiment im Foodservice-Markt umfasst neben den neu eingeführten Quorn™ Bällchen und dem Quorn™ Southern Style Burger auch Gehacktes, Geschnetzeltes, Burger, Bratwurst und Filets. Darüber hinaus gibt es im Sortiment drei vegane Artikel: Quorn™ vegane Schnitzel, Quorn™ vegane Nuggets und Quorn™ veganer Ultimate Burger. Der Hauptbestandteil von Quorn™ ist Mycoprotein, ein aus Pilzkulturen gewonnenes Eiweiß. Alle Quorn™ Produkte, die in ihrer Textur und Konsistenz dem Fleisch sehr ähneln, werden nachhaltig produziert und sind frei von Soja. Neben den Produkten der Marke Quorn™ sind ebenfalls Produkte der Marken FINDUS, DALOON und MYCONFINO in Deutschland und Österreich exklusiv im Vertrieb von BestCon Food zu beziehen.

Weitere Informationen und Rezeptideen unter www.bestcon-food.de

BestCon Best of Convenience food

Festtagsgerichte mit Käse

Außen kross, innen cremig-geschmeidiger Käse – Mit Monterey Jack dem Klassiker das i-Tüpfelchen aufsetzen. Foto: Dairygold

Zartes Schweinefleisch mit krosser Panade und einem Kern aus geschmolzenem Käse: Mit dem cremig-geschmeidigen Monterey Jack von Dairygold verleihen Köche dem Klassiker Cordon Bleu den letzten Schliff. Und die Cheddar & Cheese Saucen, die es in den Sorten Classic und Jalapeño im Sortiment gibt, bieten als Basis-Sauce die Möglichkeit für individuelle Verfeinerung. Mit ihrem cremigen Geschmack sind sie das i-Tüpfelchen in herzhaften Nudelgerichten und Aufläufen, die an kalten Wintertagen für Freude beim Gast sorgen. Die schnittfesten Hartkäsesorten Traditional und Country Cheddar zeichnen sich durch ihren milden bis würzig-pikanten Geschmack aus. Sie sind vielseitig einsetzbar und ergänzen gemeinsam mit dem butterzart-milden Ballycashel, der sich mit seiner hellgoldenen Oberfläche ansprechend präsentiert, ideal die mitternächtliche Käseplatte an Silvester.

FAHRZEUGE IM CATERING

Zweckmäßig, flott und ökologisch

Was ist für Catering-Firmen beim Transport ihrer Waren wesentlich und welche Entwicklungen offerieren führende Fahrzeuganbieter? Anregungen und Einblicke. (Von Ulrike Kossessa)

Die Catering-Branche boomt, genauso wie der Markt zur Belieferung mit frischen Lebensmitteln. Während die Ware im Bereich eGrocery in der Regel in Kisten bzw. gut packbaren Einheiten ausgeliefert wird, stehen die Caterer meist vor der Aufgabe, nicht stapelbare Speisen transportieren zu dürfen und dabei die geforderten HACCP-Vorschriften einzuhalten. Grundsätzlich kann jeder Transporter den Bedürfnissen entsprechend ausgebaut werden. Dazu gehören eine hygienische Laderaumverkleidung genauso wie Warensicherungssysteme und ein Isolier- bzw. Kühl- und Frischdienstausbau. Spezialisierte Unternehmen wie Winter Fahrzeugtechnik und Goliath Trans-Lining liefern passgenaue Kundenlösungen oder standardmäßig ausgestattete Catering-Fahrzeuge direkt aus dem Haus.

In Eigenregie oder Fremdvergabe?

Die Palette an Transportern namhafter Hersteller ist groß. Ob Caterer auf eine eigene Flotte setzen und/oder diese durch gemietete Fahrzeuge ergänzen, ist individuell völlig unterschiedlich. Eigene geschulte Fahrer können zur Erhöhung der Qualitätsstandards und zu Wettbewerbsvorteilen beitragen. Zunehmend hat das auch mit Image und ökologischem Bewusstsein zu tun. So gibt es Firmen wie Aveato, die ihre Flotte mit E-Cargo-Bikes, Tripl-Elektroscootern und E-Lieferwagen auf E-Mobilität umrüsten und das gezielt kommunizieren. In diesem Zusammenhang gewinnt auch der Aspekt der digitalen Ansteuerung von Fahrzeug und Flotte an Bedeutung; Stichwort eDrive@VANs-Ökosystem und Mercedes PRO connect. Fahrer und Flottenmanager können so per Smartphone-App beispielsweise die Abfahrtszeit des Fahrzeugs festlegen, damit dieses bereits vorklimatisiert und mit voller Batterie zur Verfügung steht. Ein Thema für sich.

Foto: Govecs

Was Caterer brauchen

Die meisten Caterer bevorzugen Transporter, die nicht zu groß und daher gut im Stadtverkehr einsetzbar sind. Georg W. Broich, Geschäftsführender Gesellschafter von Broich Catering (www.broich-catering.de): „Unsere Fahrzeuge müssen in erster Linie zweckmäßig sein. Zur Ausstattung gehören in der Regel eine Tiefkühler-Isolierung mit ATP-Zertifikat, die ein Kühlen bis -18 °C ermöglicht, ein Standkühlbetrieb über Stromanschluss und eine zertifizierte Temperaturaufzeichnung. Wichtig sind zudem der Hygieneausbau und entsprechende Ladungssicherungssysteme. Je nach Auslieferungsvolumen setzen wir Fahrzeuge mit einem Ladevolumen von 4 bis 42 m³ ein.“ Broich Catering greift am häufigsten auf den 3,5-Tonnen-Sprinter mit Kühlung von Mercedes Benz zurück. Hier haben sich die Ladeboardwand und die Möglichkeit der Zuladung als sehr nützlich erwiesen. Zudem erfülle der Sprinter die Abgasnorm, sei vergleichsweise spritsparend und könne mit einem Führerschein Klasse B und somit von fast jedem Mitarbeiter gefahren werden. Wie stehen Team und Firmenleitung zum Thema E-Mobilität? Georg W. Broich: „Ein für uns sehr bedeutsamer Aspekt. Für die Zukunft ist der Einsatz von Hybrid-Fahrzeugen und Plug-in-Hybriden geplant. Aktuell sind für uns bereits ein E-Scooter und ein Miceman-Moped unterwegs.“

Mercedes-Benz Vans eVito „Polarfuchs“

Foto: Mercedes-Benz

Mercedes-Benz Vans will künftig für jedes gewerbliche Fahrzeug eine vollelektrische Alternative anbieten. Bereits auf dem Markt erhältlich ist der eVito als Kastenwagen und Tourer, ein E-Sprinter mit Schnellladefunktion folgt. Als E-Grocery- oder Cateringfahrzeug bietet sich der eVito mit Kühlaufbau, der „Polarfuchs“ an. Sein Einsatz wurde vor kurzem gemeinsam mit dem niederländischen Kochboxunternehmen Hello Fresh getestet. Überzeugend: Die Flexibilität im urbanen Raum dank Midsize, Elektroantrieb und elektrisch betriebener Kerstner-Kühlanlage C106EA mit drei Betriebsmodi. Der eVito-Kastenwagen ermöglicht eine Reichweite von 150 bis 184 km nach NEFZ; der Tourer kommt hier auf 142 bis 186 km. Die Ladedauer von 0 auf 100 Prozent beträgt ca. 6 Stunden bei einer Ladeleistung von 7,2 kW. Der Startpreis für den eVito liegt bei 53.538,10 Euro Brutto (Umweltprämie von 4.000 Euro sowie lokale Förderungen nicht eingerechnet). Im Leasing ist der eVito aktuell für 399,00 Euro/Monat zu haben.

Flott(e) mit Elektrorollern von Govecs

Die Govecs Group ergänzt mit den Elektroroller-Modellen Elmoto Loop und Govecs Flex konsequent ihre Lieferflotte, nachdem sich das Modell Govecs pro Cargo bereits als Top-Seller bewährt habe. „Unsere Vision von sauberer Mobilität in europäischen Großstädten ist nur möglich, wenn vor allem verkehrsintensive Branchen mitwirken“, erläutert Govecs-CEO Thomas Grübel, „deshalb wollen wir Lieferanten den Umstieg auf elektrische Fuhrparks so leicht wie möglich machen und ihnen ein zukunftweisendes Produkt bieten.“ Der Govecs-Flex-Elektroroller baut auf einem modularen Design auf, das sich im mittleren Preissegment für diverse Zielgruppen eignet, vor allem für Lieferdienste. Unter anderem können mit wenigen Handgriffen eine Lieferbox oder ein Top-Case montiert werden.

Ford Transit Custom PHEV

Foto: Ford

Ford bietet in Europa vier Nutzfahrzeug-Baureihen an: Courier (ein typischer Stadt-Lieferwagen), Connect (angesiedelt in der 0,5-Tonnen-Nutzlastklasse), Custom (1-Tonnen-Nutzlastklasse) und Transit (2-Tonnen-Nutzlastklasse). Für alle vier Baureihen sind gekühlte Versionen möglich; das heißt, Ford liefert das Basis-Fahrzeug und Spezialunternehmen bauen es entsprechend um. Die Custom-Baureihe gibt es ab sofort auch als Plug-in-Hybrid-Version. Dieser Ford Transit Custom PHEV fährt somit im Elektromodus lokal emissionsfrei, was für Catering-Unternehmen, die häufig in städtischen Umweltzonen unterwegs sind, von großem Vorteil ist. Das Modell überzeugt dank der Unterflur installierten Batterie mit einer Zuladung von 1.100 kg und einem unveränderten Laderaum-Volumen von 6,0 m³. Es ist ab 47.995 Euro erhältlich.

Der TGE – der MAN-Transporter

Foto: MAN

Mit dem MAN TGE positioniert sich die Münchner Traditionsmarke im Transporter-Segment. Mit dem „Kleinen“ stellt MAN ein leichtes Nutzfahrzeug auf die Räder und bietet maßgeschneiderte Kundenlösungen. Pluspunkte: Bis zu 18,4 m³ Ladevolumen, Motoren von 75 bis 130 kW, serienmäßige Sicherheit durch Notbremsassistenten, sparsamer und robuster Motor. Neben dem geschlossenen Kastenwagen und dem verglasten Kombi bereichern Fahrgestelle mit Einzel- und Doppelkabine das Angebot an Karosserieformen. Für den MAN TGE stehen zwei Radstände, drei Dachhöhen und drei Fahrzeuglängen zur Wahl. Bereits seit der IAA 2018 ist der vollelektrisch angetriebene MAN eTGE mit einer Reichweite von rund 160 km und einer Nutzlast von 1 bis zu 1,75 Tonnen in Serie lieferbar.

Opel Combo Cargo – Kleiner ganz groß

Foto: Opel

Opel setzt auf leichte Nutzfahrzeuge. Neu ist der Hochdachkombi Opel Combo, der in seiner Transporter-Version Combo Cargo den renommierten Titel des International Van of the Year 2019 eingefahren hat. Er ist der kleine Bruder im Trio der Fahrzeuge, die sich sehr gut als Kühlfahrzeuge umrüsten lassen. Mit einem Laderaumvolumen von 3,3 bis 4,4 m³ ist er ein wahres Raumwunder, sehr wendig und sparsam (5,7 bis 3,9 Liter) vor allem im Innenstadtverkehr. Seine Geschwister, die Modelle Movano Cargo (Laderaumvolumen 11,9 bis 13,5 m³) und Vivaro Cargo (Laderaumvolumen 11,9 bis 13,5 m³) eignen sich auch zur Auslieferung größerer Einheiten an z.B. Messen, Krankenhäuser und Schulen. Die Nutzfahrzeugmodelle von Opel sind mit verschiedenen Radständen und Motorisierungen erhältlich und erfüllen fast alle die Abgasnorm Euro 6d-TEMP.

Elektrische Unterflur-Kühlmaschine

Kerstner erweitert sein Programm und stellt die erste Unterflur-Kühlmaschine mit elektrischem Antrieb für leichte Transporter vor. Die Cooljet C106EA besteht aus einer kompakten Unterflureinheit, die den elektrisch angetriebenen Kompressor sowie den Kondensator enthält, sowie aus der in der Dachisolierung untergebrachten Einheit aus Verdampfer und Lüfter. In der Fahrerkabine befindet sich die übersichtliche Steuerungskonsole, mit der sich alle Funktionen der Anlage steuern und überwachen lassen. Die gesamte Anlage wird von der Lichtmaschine des Basisfahrzeugs mit Strom versorgt. Dadurch benötigt die Anlage weder besondere Ausstattungsmerkmale im Basisfahrzeug noch Umbauarbeiten im Motorbereich. Bürstenlose und damit wartungsfreie Elektromotoren und der Verzicht auf jegliche Antriebsriemen reduzieren den Wartungsaufwand auf ein Minimum. Eine Stand-by-Funktion für den Betrieb am 230-Volt-Netz ist auf Wunsch erhältlich. Der Cooljet kommt auch mit der fahrzeugseitig zur Verfügung gestellten Leistung aller modernen Basisfahrzeuge ohne verstärkte Lichtmaschine oder zusätzliche Batterie zurecht und eignet sich dank der geringen Leistungsaufnahme hinaus auch für den Einbau in elektrisch angetriebenen Transportern.

Foto: Kerstner