



Ein Branchentreff zwischen Feierlaune und Fachsimpelei: Knapp 400 Gäste kamen nach Neuss ins Zeughaus, um die Gewinner des Wettbewerbs **Caterer des Jahres 2010** zu feiern. Die ausgezeichneten Konzepte waren Gesprächsstoff am Abend.

Der Deutsche Filmpreis gehört zwar zu den wichtigsten Kulturauszeichnungen. Bei der Verköstigung der Gäste kann sich die Veranstaltung aber eine Scheibe vom Event Caterer des Jahres abschneiden. Hier wurden den Gästen nämlich keine Würstchen und Kartoffelsalat serviert. Davon überzeugte sich Ute Soldierer. Normalerweise begleitet sie für Deutsche Welle-TV die großen Filmfestspiele in Berlin, Cannes oder Venedig. Mitte September präsentierte sie jetzt zusammen mit Verlagsleiter Olaf Hohmann die Nominierten und Gewinner des Caterer-Wettbewerbs. Eine ebenso festliche wie auch beeindruckende Kulisse dafür bot das Zeughaus in Neuss, ehe-

mals Kirche und Kloster, das inzwischen als Theater und Konzerthaus keine sakrale Stimmung mehr aufkommen ließ.

Zum achten Mal zeichnete damit Catering inside innovative Konzepte und interessante Geschäftsmodelle aus. Und zwar in den drei Kategorien Newcomer & Aufsteiger, Foodkonzepte & Ausstattung sowie Management & Mitarbeiter, in denen jeweils drei Bewerber nominiert waren. Außerdem vergab die Jury wieder ihren Special Award, der Unternehmen für besondere Dienstleistungs-Angebote oder außergewöhnliche Geschäftsmodelle, Marketingmodule usw. auszeichnet.

„Hier auf der Bühne zu stehen, das bedeutet schon verdammt viel,“ meinte denn auch Thors-

Compact

Hier lesen Sie:

- Wie die Branchen den Caterer des Jahres 2010 gefeiert hat
- Wer die Gewinner des Wettbewerbs sind
- Für welche Konzepte sie ausgezeichnet wurden
- Welche Partner das Event unterstützt haben



ten Neumann, Inhaber von Noi! Neumann's Event- und Catering Agentur. Doch während seine Nerven bis zur Nominierung auf die Probe gestellt wurden, stieg auch bei anderen die Spannung, je näher sie der Bekanntgabe der Gewinner kamen. Jutta Kirberg, Geschäftsführerin der Kirberg GmbH, freute sich über alle, „die uns die Daumen drücken“. Und Marcel Benz, Geschäftsführer der gleichnamigen Catering GmbH meinte, dass bei jedem Wettbewerb der olympische Gedanke zählt.

Dirk Geyer, von der Aramark Holding, stimmte dem zu: „Unter die besten Drei zu kommen, ist schon eine Auszeichnung an sich. Der Gewinn wäre das i-Tüpfelchen.“ Schon einmal in den Vorjahren gewonnen und jetzt zum zweiten Mal dabei hoffte Elmar Rehmann von Royal Business Restaurants, 2010 eine Auszeichnung mit nach Hause nehmen zu können.

Ob nun „nur“ nominiert oder sogar gewonnen - der Caterer des Jahres wird aktiv als Marketingtool zur Profilierung in Öffentlichkeit und Medien sowie bei der Kundenakquise genutzt wird. Olaf Hohmann betonte, dass der Preis öffentlichkeitswirksam Best Practise Beispiele und Innovationen zeigt und





Mit dem Wichtigsten versorgt von Mise en place.



Wer etwas Ruhe suchte, wurde in der Party-Rent-Lounge fündig.

somit auch der Weiterentwicklung der gesamten Branche dient. Natürlich hat die Jury das Bewerbungsmaterial kontrovers diskutiert. Es war zu erwarten, dass nicht immer alle der gleichen Meinung sind, auch unter den Gästen. So konnte oder wollte nicht jeder von ihnen die Entscheidung des Gremiums befürworten. Das sorgte für viel Gesprächsstoff. Der Wettbewerb versteht sich aber nicht allein als Messlatte für gute Konzepte, sondern auch als Impulsgeber für den Catering-Markt von morgen, der sich neuen Modellen und Denkanstößen öffnen muss.

Catering inside hat die Entscheidungsfindung begleitet und dankt den Juroren für ihr Engagement und die intensive Unterstüt-



1. Kirberg GmbH, Bergisch Gladbach
2. Noi!, Mönchengladbach
3. Aramark GmbH, Neu-Isenburg
4. Sodexo GmbH Hochheim/Main

Nominierte und Sieger
Best Practice Beispiele

Foodkonzepte & Ausstattung

- **Caterer des Jahres 2010**
Kirberg GmbH Catering Fine Food, Bergisch Gladbach
- **Nominiert**
Allgäu care catering GmbH & Co. K, Dietmannsried und Avanti GmbH, Berlin

Mitarbeiter & Management

- **Caterer des Jahres 2010**
Aramark Holdings GmbH & Co. KG, Neu-Isenburg
- **Special Award Jury**
Sodexo GmbH, Hochheim am Main
- **Nominiert**
Royal Business Restaurants GmbH, Rott am Inn

Newcomer & Aufsteiger

- **Caterer des Jahres 2010**
Noi! Neumann's Event- und Catering Agentur, Mönchengladbach
- **Nominiert**
FPS Catering GmbH & Co. KG, Frankfurt und Benz Catering GmbH, Köngen



zung. Kritisch, aber fair haben wir, zusammen mit Harald Becker, Schulleiter der Wirtschaftsschulen für Hotellerie und Gastronomie Wihoga Dortmund, Peter Gemüth, Leiter Kasinobetriebe Kassenärztliche Vereinigung Westfalen-Lippe, Klaus Häck, Inhaber Hommequadrat, Ralf Michael Häveker, GF Gourmet Kompetenz, Armin Maurer, Unternehmensberater, und Ingo Reich, Wirtschaftsredakteur Handelsblatt, die Bewerbungen geprüft und analysiert. Ein Dank geht auch an die Partner, die es Jahr für Jahr möglich machen, der Veranstaltung einen besonderen Rahmen zu geben und die Gäste mit kulinarischen Highlights zu verwöhnen.

ULRIKE PÜTTHOFF ■

Die Sponsoren (siehe Kasten rechts und Bilder unten) trugen dazu bei, dass die Preisverleihung beim Caterer des Jahres wieder in einer Top Event-Location stattfinden konnte und auch der kulinarische und musikalische Rahmen stimmte.

Partnerschaften

Der Wettbewerb Caterer des Jahres wird unterstützt von

- Coca-Cola Erfrischungsgetränke AG mit den Marken Coca-Cola und Apollinaris
- Igefa Handelsgesellschaft Berlin
- Messe Düsseldorf mit der Messe Hogatec
- Party Rent Group
- De Boer Group
- Alois Dallmayr Kaffee
- Salomon Food World
- Langenbach AG
- Aventem GmbH
- Kahla/Thüringen Porzellan
- Mjam Catering Services GmbH
- Mise en place Germany GmbH



Genussvolle Synergie

Foodkonzepte & Ausstattung: Kirberg stellt sich der modernen Marketingphilosophie und vernetzt ein Event-Konzept mit dem Corporate Branding seiner Kunden.

Jeder Event beginnt mit einer Vision, und jeder Event ist einzigartig. Bei den Köchen von Kirberg Catering ist das Gesetz. Sie machen die Veranstaltungen und die dahinter stehenden Unternehmen auch kulinarisch erlebbar. Auf den ersten Blick mag das Utopie sein, kaum praxistauglich. Doch die geschäftsführenden Gesellschafter Jutta Kirberg und Thomas Lehmann glauben nicht nur an ihre Vision, sie beweisen auch, dass sie funktioniert.

So einfach wie ihr Motto „Alles, was ein Event braucht“, so kompliziert die Aufgabe, die sich Kirberg Catering gestellt hat, nämlich eine Marken-Botschaft mit europäischer Esskultur zu verbinden und das auf Events zu übertragen. Also die Verknüpfung von Corporate Branding eines Unternehmens mit maßgeschneiderten Food-Konzepten. Kirberg nennt es auch Corporate Food. Die individuelle Leitidee eines Events wird dabei kulinarisch umgesetzt. „Wir unterstreichen Marke mit köstlichen Konzepten“, brachte es Inhaberin Jutta Kirberg als Gewinnerin im Wettbewerb Caterer des Jahres auf den Punkt.

Sie sagt, dass unter anderem Bildung, Einkommen, Geschlecht, Kulturkreis und vieles mehr Einfluss auf die Essgewohnheiten haben, ebenso wie der Zeitgeist und die wirtschaftliche Lage. Während des Wirtschaftsaufschwungs wird anders gegessen als in Krisenzeiten, in denen es sogar ein anderes Vokabular gibt. Dann werde von dezent, ehrlich, bodenständig und schlicht geredet und nicht von exklusiv, opulent, protzig oder bombastisch. Kirberg griff das auf und entwickelte Corporate Food, unterstreicht also den Marken-Charakter mit Genuss.



Kirberg schaut in den Markenkern, und setzt diesen genussvoll um.



Oben: Catering für Citroen: Das Ergebnis ist die Connaissance Lounge.

Links unten: Marke und europäische Esskultur werden verbunden.

Rechts unten: Der Zeitgeist bestimmt auch die richtige Auswahl der Getränke für ein Event.



Das sagt die Jury

Kirberg hat es mit seinem Corporate-Food-Konzept verstanden, die Kundenmarke zu stärken. Sie wird durch positiv begleitende Ereignisse, wie ein Event, kulinarisch dargestellt und damit erlebbar. Dem Caterer des Jahres 2010 ist es durch die Vernetzung von Foodkonzepten und Markenphilosophie und mit Kompetenz, Leidenschaft und Phantasie gelungen, der Kundenmarke ein unverwechselbares Gesicht zu geben.

Armin Maurer, Inhaber der AMU Unternehmensberatung

Aber wie kann man nun eine Markenidentität wie die von Citroen mit allen Sinnen erlebbar machen und schmecken? „Ihren Kern aufspüren, und diesen mit einer Komposition aus Kochkunst, Fantasie und Leidenschaft würzen“, sagt Kirberg. Nachdem Citroen seine ganze Markenphilosophie überarbeitet hatte, entwickelte Kirberg Catering ein Food-Konzept, mit dem Ziel, die Zukunftsphilosophie des Autobauers „bis zum letzten Reiskorn in Szene zu setzen“.

Das Ergebnis ist die Connaissance Lounge. Gestartet wurde mit der Molekular-Küche. Bei ihr sind Kochen, Kunst und neue Techniken miteinander verbunden, und sie schlägt eine Brücke zur Créative Technologie von Citroen. Aktuell aber liegt die regionale Küche im Trend. Und damit der Gast in Nürnberg, München oder Düsseldorf auch schmeckt, wo er ist, kommt jetzt Vertrautes, Bekanntes neu interpretiert auf die Teller. Mit der Connaissance Lounge zeigt Kirberg also auch, dass Food-Konzepte kontinuierlich dem Zeitgeist angepasst werden.