

# EVENT PARTNER Testimonial: Drei Fragen an Jutta Kirberg

von Martina Courth, 2. März 2023



In unserer neuen Testimonial-Kampagne fragen wir Live-Com-Expert:innen, was sie genau an EVENT PARTNER schätzen. Für Jutta Kirberg, Gründerin und geschäftsführende Gesellschafterin von Kirberg Catering, beantworten wir die Frage „Was geht ab?“ regelmäßig. Ein Kurzinterview über Catering und die Lage der Eventbranche.



Jutta Kirberg, Geschäftsführerin Kirberg Catering (Bild: Thekla Ehling)

**Essen und Trinken hält Leib und Seele zusammen, heißt es so schön. Bis man privat von Butter auf Margarine umsteigt, vergeht wahrscheinlich einige Zeit trotz gestiegener Preise und weniger Geld im Portemonnaie. Wie schnell spürt man Inflation und Krisen jedoch im Catering für Events, sei es privat oder im Business-Bereich? Wie erleben Sie die Marktsituation aktuell?**

**Jutta Kirberg:** Die momentane Phase ist wesentlich durch die „Nach-Corona-Phase“ bestimmt: Viele Menschen sehnen sich nach persönlichen Kontakten. Sei es nun im privaten oder geschäftlichen Umfeld. Gerade weil die Zeit der Pandemie für viele durch eine weitere Intensivierung des digitalen Lebens und Arbeitens geprägt war und in vielen Bereichen auch bleiben wird. Die Inflation spüren wir natürlich im Einkauf durch zum Teil erhebliche Preissteigerungen bei Energie, Transport, Personaldienstleistern und diversen anderen Lieferanten. Das wirkt sich zwangsläufig auf unsere Kalkulation und Preisgestaltung aus. Die Nachfrage auf Kundenseite ist aber unverändert gut. Gerade im Businessbereich haben viele Kunden großes Interesse daran, mit Kunden oder auch Mitarbeitern wieder die persönliche Begegnung zu erleben und investieren ganz bewusst in Veranstaltungen, in gutes Essen, Inszenierungen und bleibende Erlebnisse.

**Nachhaltig zu agieren ist nicht nur gesellschaftlich wichtig, sondern auch Trend und weiterhin eines der großen Themen unserer Zeit. Dabei stecken wir in der Eventbranche als immer großem „Abfallproduzenten“ noch in den Kinderschuhen. Am Catering anzusetzen, ist hier sicher ein erster, relativ einfacher Schritt. Wie einfach haben Sie es, Kunden von einem nachhaltigeren Catering zu überzeugen?**

**Kirberg:** Wenn wir uns diesem Thema aufrichtig und verantwortungsvoll widmen, also kein Greenwashing betreiben, dann gilt es festzustellen: Das Thema ist nicht trivial. Auch nicht im Catering. Es beginnt damit, sich darüber klar zu werden, was in unserer Branche unter dem Begriff „Nachhaltigkeit“ verstanden wird, denn hinter dem Begriff versammeln sich schnell vielschichtige Themen. Dazu zählen: Energieeinsparungen, Müllvermeidung, Reduzierung von Lebensmittelabfällen, mehr Regionalität, vegane und vegetarische Gerichte. Wir glauben, dass die Cateringbranche und die Gastronomie durch eventtaugliche Nachhaltigkeitskonzepte einen substanziellen Beitrag leisten können. Die Themen der „Nachhaltigkeit“ beschäftigen uns auch in Gesprächen mit Kunden. Diese Kunden, denen „Nachhaltigkeit“ wichtig ist, werden zahlreicher. Das Thema hat objektiv, aber auch medial an Bedeutung gewonnen und das finden wir richtig. Und auch richtig gut, weil dies unserer Haltung und unserem Selbstverständnis entspricht: Wir möchten mit unserer Kreativität gute nachhaltige Cateringangebote schaffen.

**Sie sind kürzlich in den D2C-Markt eingestiegen und vertreiben jetzt auch selbst hergestellte Saucen, Chutneys etc. über Ihre Homepage. Wie wichtig ist Diversifikation im Geschäftsmodell in der heutigen Zeit?**

**Kirberg:** Die Idee der Kirberg Manufaktur haben wir während der Pandemie entwickelt. Wir haben uns mit der Marke Kirberg beschäftigt und überlegt, wie wir die Markenkompetenz mit vorhandenen Ressourcen sinnvoll nutzen und ausweiten können. Dabei ist der Endverbraucher die eine Richtung, die wir verfolgen, und die Verzahnung im Catering eine andere, in der wir ebenso Potenzial sehen. Unser Kerngeschäft ist das Catering. Die Manufaktur ist die Idee, „Kirberg für zu Hause“ anzubieten. Das ergänzt sich sehr gut. Wir erhöhen dadurch die Markenbekanntheit und bringen den Gast oder die Kundin nochmal auf eine andere Art und Weise mit Kirberg in Kontakt.

Strategisch muss man das natürlich nicht machen. Wir haben uns dazu entschieden, es zu tun.