

WUSSTEN SIE DASS...

→ sich das Investitionsklima in der Gemeinschaftsverpflegung aufheilt?

Das Investitionsklima in der deutschen Gemeinschaftsverpflegung hat sich verbessert. Zwar ist der Anteil der Betriebe, die Investitionen planen, leicht gesunken, doch handelt es sich hier vor allem um kleinere Ausgaben. Die GV-Einrichtungen, die investieren wollen, haben höhere Budgets als im Vorjahr.

Das sind die wichtigsten Ergebnisse des GV-Barometers 2011. In Rahmen der repräsentativen Branchenstudie im Vorfeld der Internorga 2011 wurde zum zehnten Mal das Innovations- und Investitionsklima in der deutschen GV untersucht. Die Leitmesse für den Außer-Haus-Markt öffnet vom 18. bis 23. März 2011 ihre Tore auf dem Hamburger Messegelände.

Deutlich angestiegen sind die Budgets. Bei Betriebsrestaurants planen 35 Prozent der investitionswilligen Betriebe mit einem Budget von mehr als 50 000 Euro; plus 10 Prozent gegenüber 2010. Bei Kliniken und Heimen liegt dieser Anteil bei 42 Prozent (vorher



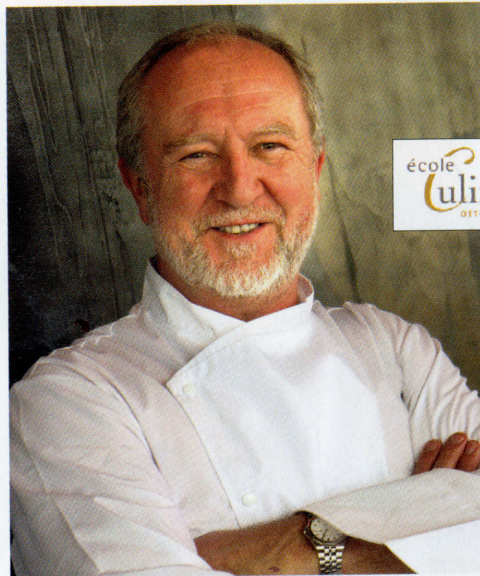
30 Prozent) Ungebrochen groß ist das Interesse an neuen Produkten der Nahrungsmittelindustrie. Ganz oben auf der Skala rangieren die Bereiche „Fisch“, „Gemüse“ und „Geflügel“.

Für das GV-Barometer 2011 hat Marktforscher Prof. Wolfgang Irrgang Entscheidungsträger (i.d.R. Küchenleiter) in 306 GV-Betrieben befragt. Die deutsche Gemeinschaftsverpflegung umfasst mehr als 30 000 Betriebsrestaurants, die pro Woche rund 30 Millionen Mahlzeiten servieren, und über 16 000 Kliniken, Heime und Reha-Einrichtungen mit täglich rund 1,2 Millionen Mahlzeiten. Die Branche setzt in Deutschland im Jahr zirka 15 Milliarden Euro um (Quelle: DEHOGA).

Training für Catering-Köche

Die *École Culinaire / Otto-Koch-Schule* von Sodexo feierte mit über 150 Gästen beim Gala-Dinner im Münchener „Restaurant 181“ ihr zehnjähriges Bestehen

Seit zehn Jahren ist die *École Culinaire* eine der renommiertesten Kochinstitutionen in Deutschland – eine Schule, „die Köchen eine professionelle Weiterbildung ermöglicht, durch die sie sich ganzheitlich weiterentwickeln können“,



école
Culinaire
OTTO KOCH-SCHULE

sagt Mit-Gründer Otto Koch (Foto), Patron im *Restaurant 181* im Münchner Olympiaturm.

In der *École Culinaire* trainieren Spitzenköche jährlich talentierte Köche von Sodexo sowie weitere Köche kooperierender

Unternehmen. Ob es um Nachhaltigkeit, Frontcooking oder Präsentationstechniken geht: Die *École Culinaire* bietet eine breit gefächerte, zeitgemäße Weiterbildung. Otto Koch und andere namhafte Trainer bilden regelmäßig zwischen November und Juni Nachwuchsköche weiter. Die theoretischen und

praxisnahen Schulungen finden in sieben, meist dreitägigen Modulen bei Partnern der *École Culinaire* statt. Die Programminhalte umfassen vier Bereiche: Vermittlung von kochhandwerklichem Know-how, Training gastronomischen Allgemeinwissens, Ernährungswissenschaften und Well-Being-Küche sowie Persönlichkeitsentwicklung und Schulung von Präsentationstechniken. Mit diesem in der deutschen Catering-Branche einmaligen Konzept hat Sodexo einen Weg gefunden, die Kompetenz seiner Köche zu steigern. In Anerkennung des Konzepts *École Culinaire* wurde Sodexo 2004 von der Fachzeitschrift *Catering inside* die Auszeichnung „Caterer des Jahres“ verliehen. Sodexo ist seit mehr als 50 Jahren in Deutschland vertreten und beschäftigt heute rund 14 000 Mitarbeiter. Im Geschäftsbereich Servicelösungen vor Ort betreut Sodexo mit den Unternehmen Zehnacker und GA-tec Kunden in Wirtschaftsunternehmen, Behörden, Kliniken & Seniorenheimen, Schulen und Kinderbetreuungsstätten mit Servicelösungen für technische, kaufmännische & infrastrukturelle Aufgaben. www.ecoleculinaire.de

Zahl des Monats:

116 000 Small Food-Betriebe

In Deutschland bieten insgesamt rund 116 000 Small Food-Betriebe kleinen Speisen und Erfrischungen an. Das entspricht rund eineinhalb Betrieben je 10 000 Einwohner. Neben knapp 28 400 Imbiss-Buden (von der Currywurst über Döner bis zur Mini-Pizza) bieten auch Handwerksbäcker und -metzger ein breites Sortiment an kalten und warmen Snacks. Von gut 65 000 Fachgeschäften machen über 75 Prozent „McDonald's“ & Co. Konkurrenz. Den feineren Gaumen bedienen weitere 1 380 Händler mit einem Feinkostangebot „to go“ und 17 800 klassische Kioske mit Getränken, heiße Würstchen, abgepackten Fertig-Snacks). QUELLE: THE BUSINESS TARGET GROUP – UNIVERSUM „DER AUSSER-HAUS-MARKT“

